

时尚符号：幻象消费中的“黄金外环”

宁晓

内容摘要：

时尚作为一种常见的文化现象，是进行文化研究的重要环节，理清时尚的基本内容、形态与特征则成为题中之义。本文认为，现代时尚符号拥有丰富繁杂的外在表征；拥有受到社会和大众认可的意指对象；同时生成了由个体时尚符号所构建起的各种解释项。从形态上进行研究，时尚符号拥有能不断调整和改变的意义内核，以及由个体时尚符号所构成的“黄金外环”，通过人们不断为身边符号赋予内容和意义，人类文化的形成轨迹逐渐生成。

关键词：

时尚符号；个体时尚符号；“黄金外环”

一、现代时尚符号的定义与内容

在物质消费欲望旺盛的时代，时尚这个概念在消费群体中得到快速传播和演绎，时尚让人看得见摸得着，可以感受可以分析，其拥有的物质形态表象较为显著，但在这种表现形式、行为模式下更包含着一种深层的文化内涵。在时尚符号面前，纷繁芜杂的外在表象已经让人们眼花缭乱却又沉迷其中，而一旦试图走入其中挖掘内涵，又会被其错综复杂的文化背景和历史渊源所震撼。于是，伴随着历史的更迭和文化的变迁，逐渐出现了形形色色的关于时尚符号的定义，时尚符号的表现形式和内涵，也随着社会的进步和人类对自我认识的成长，不断发生着变化并对时尚符号的重构产生着重要影响。

关于时尚的定义有很多，大部分侧重于两个方面，一个是在外部表现，另一个则侧重于文化内涵。德国社会学家、哲学家齐美尔认为：“时尚只不过是

们众多寻找的，将社会一致化倾向与个性化差异化意欲相结合的生命形式中的一个显著的例子而已。”¹ 时尚作为一种多变且敏感的符号，十分容易受到社会和文化的影响，当代时尚符号所拥有的力量不仅能对消费和市场产生直接影响，对于大众传媒、个体符号的塑造以及文化的构造与传播都会有所涉及。时尚能在某一特定时期对既有风俗产生影响甚至引发改变，它试图建立起一种被接受的生活方式和行为方式，让这种方式在社会生活的各个方面展现出来，并且人们能共同目睹和经历这一变迁。在时尚符号的表象下，隐藏的是社会文化对未来发展方向所进行的前景导向，隐藏的是人们对某种缺失的意义和欲望的幻想，如今，个人的自主意识越发强烈的渗透到生活和工作中，这同时表现出人们对身边符号的意义赋予能力大大提高，所以，单从外在或内涵一面来对现代时尚符号进行定义似乎有所欠缺。

时尚作为一个文本、符号，通过符号学角度去理解它的意指过程对于时尚符号的分析很有帮助，符号意指的三分式包括：表征、对象、解释项。符号学家皮尔斯将符号意指分为三元，再现体、对象和解释项²，再现体是符号可感知部分，即符号载体，这在时尚符号中表现为能被大众感知的物质表象；对象是符号代表指向的某种东西，它未必是实在之物，而是符号的意指对象；符号引起的解释者对之的理解称为解释项，符号的美妙之处正在于可以被任何人用任何解释项进行诠释，这也形成了解释项在符号中不可或缺的功能。时尚被理解成符号，便可使得任何解释都有其存在的理由，其强大的包容性和实用性，使得时尚符号能够拥有了众多的追随者和创造者。理解了符号的意指，便解释了我们在面对时尚符号表征时，能获得各式各样的反应和认识，即意义外延，同时也会产生丰富的暗示和意义内涵，即解释项。

所以笔者认为，现代时尚符号随着社会对它的熟悉和传播，以及人类逐渐频繁的使用，它拥有着丰富繁杂的表现方式；依靠于历史和文化给予的充沛养分，它获得了受到社会和大众认可的意指对象，但是，随着人类自我中心的意识萌芽和成长，以及人们对大众传媒的主动使用，现代时尚符号的内容不再是通过对外部表现和文化内涵的描述就能全面，个体时尚符号的存在逐渐拥有了自己的一席之地，人类运用自己的经验和意图，不断的为各种符号赋予内容和意义，无数的

解释项支撑起时尚符号的价值，并且仍处于不断发展、创造和壮大的过程中。时尚符号的内容在不断丰富和传承，随着历史积淀的增长与社会文化的进步，越来越多的人自觉或不自觉的加入到创作队伍中来，伴随着个体时尚符号的不断成型，秩序、阶层也会在一个整体系统中逐渐生成，与其说时尚符号所拥有的外在表征是它吸引大众的主要原因，不如说其解释项带给时尚符号的无限衍义才是人们加入并使用它的重要理由，也正是这个原因使得时尚符号在岁月的流光中始终拥有着属于某个阶段的光芒。

二、大众传媒营造的传播环境

时尚的开始、流行和实现途径有多种方式，毋庸置疑的是大众传媒在现代社会的普及和多样化为它的成长提供了强大动力。通过对现实生活的观察不难发现，时尚的形成时常需要借助于组织化较高的机构和群体，利用其自身的权力优势强制向社会推行，其推广者的地位、权威与时尚的认可程度和推广速度成正比，这点从每年的著名时装周或时尚名人、杂志，对新一季的时尚元素所产生的引导力可以展现出来，而且越是知名的传播者越能产生显著效果。在时尚符号的形成过程中，大众传媒成为它进行传播和演绎的最佳途径，反观过去出现过的各种流行时尚，更多的是通过社会信息流动和大众媒体的传播自觉或不自觉实现的，所以我们可以说，大众传媒是现代时尚的真正制造者。

随着人们对传播媒介的接触度和使用度增加，这种传播方式逐渐获得了社会的认可，从最初的手势语、结绳法、刻木法、狼烟和布告，到现代的报纸、杂志、广播、电影、电视以及互联网，传媒的高速发展携带着流行文化不断变化和壮大，所以，在研究时尚符号的生成和形态之前，先了解当代大众传媒为时尚符号创造了怎样的传播背景十分必要。

人类的传播活动经历了四种方式：原始传播方式、手抄传播方式、印刷传播方式和电子传播方式。大众传媒能够最大程度的超越时空局限，汇集来自世界各地的信息，日益显现出文化传递、沟通、共享的强大功能，已成为文化传播的主要手段。这种渗透度和融合度极高的信息传播技术，在为人类带来便利享受的同时，也对人们的生活态度和消费习惯产生前所未有的影响。法国的“情景主义国

际”创始人，居伊·德波（Guy-Ernest Debord）在1967年出版的《景观社会》一书中写到：“在商品丰裕的情境下，不再来自于商品使用价值的满足，现在通过对作为商品的它们价值的认识来寻求：为了商品的至高无上的自由（它的使用价值对自身是充足的），消费者充满了宗教般的激情。对特定产品的热爱通过全部大众传播媒体的宣传，迅速以闪电般的速度播撒开来。”³这种“景观化社会”能从现代的时尚符号中得到体现，越来越多的人愿意为那份由大众传媒创造出的幻象买单，也就是说只要给出符合消费者幻想的快感，就能让消费者产生回应，甚至让其疯狂。将这个现象投射在时尚符号上显得尤为显著，大众传媒所创造出的传播程式和氛围对时尚信息的发展十分重要，而“景观化社会”所带来的消费效应成为时尚符号成长的沃土。

在大众对时尚符号接受程度还不高的时代，对于时尚符号的演绎，人们主要是通过通过对流行的模仿来实现，其包含的物质表象较多，一味的追求与时尚外表同步。随着时尚概念和信息在大众生活的普及，时尚符号逐渐成为人们对转瞬即逝的种种欲望的消费和投射，人们不再止步于模仿时尚的表象，开始初探时尚符号的文化意义，甚至运用这个符号来表达和传递情绪和塑造自我，时尚符号逐渐成为具有强大吸引力和消费力的媒体焦点和社会话题，并且，这样的现象在大众传媒所营造的传播环境中愈演愈烈。

对大众传媒影响力的研究一直备受关注，这对了解人们的信息接收习惯和社会现象的产生很有帮助，在追求时尚似已蔚然成风的现代，为什么时尚符号能够借助大众传媒而得到高效传播？又是如何对大众心理产生影响？我们能从对大众传媒的研究上获得一些启示。20世纪70年代，美国传播学者麦克姆斯和肖教授通过实证研究发现⁴，在公众对社会公共事务中重要问题的认识和判断与传播媒介的报道活动之间，存在着一种高度对应的关系，即传播媒介作为“大事”加以报道的问题，同样也作为大事反映在公众的意识中；传播媒介给予的强调越多，公众对该问题的重视程度越高。根据这种高度对应的相关关系，麦克姆斯和肖教授认为大众传播具有一种形成社会“议事日程”的功能。传播媒介以赋予各种议题不同程度“显著性”的方式，影响着公众瞩目的焦点和对社会环境的认知。大众媒介这样一种功能展现出其影响力对大众渗透的过程，同时，大众对传媒力量

的认可，解释了时尚符号在形成之初对传播者的地位、权力和组织化要求较高的原因。

三、“黄金外环”的形态与特征

大众传媒的发达，使得时尚符号有可能爆炸式的繁殖，并且迅捷的传递开来。随着全球经济、信息一体化的快速发展，大众的信息接受习惯也产生了改变，越发主动的参与到身边信息的传播和演绎中，这一点也从人们对大众传媒的接受度和信息包容度大幅提高上表现出来，而人们的这一改变同时也影响着对时尚符号的解释和演绎。

现代时尚符号所拥有的形态和特征，正是伴随着大众对时尚符号的认识和使用，以及对自我中心意识的成长与消费欲望增强下而形成的。现代社会，人们拥有强大的自我表达和塑造的权利，而忙碌繁杂的真实生活中要实现自我塑造并非易事，大众的边缘处境使他们无法找到自我确证、自我舒张的方式，而此时的时尚符号对于大众来说，正好成为了一种自我中心的有效证明方式。乌托邦幻象是人类永恒的梦境，在现代文明中，人类选择使用各种符号作为个体的标识。从外表到内涵，人类随着对自我意识的逐渐增强，追求自我的独立、个性成为个体时尚符号产生的重要心理机制。分析了时尚符号的内容，认识到个体时尚符号在现代时尚符号中的重要地位，那么在时尚符号内容发生改变的现代，与之相辅相成的形态和特征又将如何呈现呢？

沿着符号意指的指引，能够发现在时尚符号这个循环生息的系统中，拥有不断调整和改变的意义内核，也就是它的表达目的，即在某一时段中时尚希望创造出的意指对象；围绕着内核，则呈现出五彩缤纷的“黄金外环”，这正是人们能够感知的外在表象。之所以称之为“黄金外环”，因为时尚符号的所有表现形态必须围绕着拥有传播目标的内核，所以形成外环之态；个体时尚符号在外环所展现出的不同形态、色彩的时尚演绎，让时尚符号变得美轮美奂，同时获得多种解释项，于是外环的存在不仅美观而且对于时尚符号的形成十分重要，所以称之为“黄金外环”。现在，随着时尚符号内容的改变，外环的结构将由众多的个体时

尚符号来构建，这些从主体分离出的细胞，携带着与母体同质的时尚元素，随着母体相同的流行趋势运转，但是个体时尚符号试图告别单纯的模仿形式，追求“标新立异”来塑造自我特色，并与周边个体进行区分，于是属于个体时尚外环的内核伴随着自我中心意识的成长而逐渐形成，人们通过不断的对时尚元素进行筛选与意义赋予，构建出属于自己的个体时尚符号，通过这个独特的外环来对内核进行诠释和演绎。这样一种形态呈现出来，在内部，拥有不断接收着历史和文化营养，并能够在不同时代制定不同传播目标的内核，这成为时尚符号的中心；在外部，数量众多且形态各异的个体时尚符号组成了绚丽多姿的“黄金外环”，它们试图构建独特的外环与他人相区别，却必须在整体趋势上与流行保持一致。

这个系统中随时创造着各种关于时尚的解释，个体也总会在不断变化的同时顺应总体的趋势，以获取源源不断的生命力和创造力。伴随着个体时尚符号中内核的不断成长，外环对内核的演绎是一个不断修正的过程，除了因为自身意指改变而进行的修正，还时刻存在着与其他个体时尚符号进行的碰撞和摩擦，这样的经历同样会引发外环的调整和改变，且有助于形成更完善的、更能充分演绎内核的外环，也更利于与其他个体进行区分。拥有内核的时尚符号获得自主的操控能力，且外环的稳定程度与内核的成长息息相关，个体时尚符号虽然没有社会环境中的时尚符号那么庞大壮观，却也拥有着自己的特色和传播目标，并且在对社会变化的敏感度和快速的应变能力上，往往更有优势。

齐美尔在《时尚的哲学》中认为：“一旦较低的社会阶层开始挪用它们的风格，即，越过较高社会阶层已经划定的界限并且毁坏他们在这种时尚中所具有的带象征意义的同一性，那么较高的社会阶层就会从这种时尚中转移而去采用一种新的时尚，从而使他们自己与广大的社会大众区别开来。”⁵这说明时尚符号为了继续生存需要不断的自我调整 and 改变，大众传媒制造出了时尚符号，却也因为大众传媒的大范围传播而降格为追随者，时尚符号在形成、衰弱到改变的过程中，展现出这个“黄金外环”所拥有的特征：

首先是暂时性。关于时尚的内容、形态和意义，随时都有可能发生改变和增减，由于时尚符号的形成与社会变化息息相关，这种较高的敏感度使得“黄金外环”的内核与形态较容易产生变化，并需要通过减少与社会发展所产生的摩擦来寻求长久的生命力。时尚符号的暂时性特征使得它可以通过调整自己在不同阶段的形态和属性，来及时适应外界环境和内核的改变，这是时尚个体与整体符号都

拥有的属性，短暂的时尚也避免造成追逐者出现审美疲劳，人们能够通过不停歇的追赶潮流来获得社会和群体认可的满足感。

其次是整体性。在时尚符号对外环形态的构建过程中，依据内核的需求进行流行元素的筛选，个体时尚符号则在大趋势下进行自己的选择和意义赋予，整体和个体时尚符号都拥有自己的表意系统和阐释方式，这个看似繁琐的外环结构中，却拥有着重要的整体性。时尚符号的成长需要个体符号的壮大与创造，个体的成型需要整体所营造出的流行氛围，个体在自我发展的同时与整体之间有着千丝万缕的联系，完全独立的“个体细胞”将大大减少其生命力，并且只有拥有了整体性并在这个前提下进行发展，才能使得时尚符号逐渐壮大，才能使个体时尚符号获得被他人所理解的可能。

个体时尚符号作为“黄金外环”中的主要构成元素，在伴随着人类成长的过程中，也逐渐形成了自己的特征：

首先是自主性。自主性特征是个体时尚符号存在的必要条件，使得这个相对独立的外环结构能够有效实现个体对自我中心的有效控制。伴随着内核的变化而重构外环，人们对这个个体符号拥有着强大的自主性，他们对时尚符号表意和解释项的选择，以及自我的演绎方式都有自己的决定权。如果抛开对外界的评价和认可的反应，在这个“黄金外环”系统中，个体对这个符号的构建和解释拥有着绝对的自由。

其次是独特性。个体时尚符号的存在目的有较大一部分是为了自我识别，同时生存于时尚符号这个大环境中，彼此之间必然会产生一些相似之处，但是由于每一个个体外环内都拥有独立的意义内核，所以个体之间将更多的存在着独立性和特殊性，更因为个体符号建构的自主性操控，使得每一个独立外环在大环境中都能呈现出自己独特的姿态，并且伴随着自我认识的成长而越发显著，随着时间和经历的增长，“黄金外环”的独特性也将变得越发稳固。

伴随着信息技术的发展，当代人类在生活工作中所接收的符号获得了史无前例的剧增，不论是大众传媒的快速发展，还是越来越显著的“景观化社会”现象和媒介的议程设置影响力，都能从“泛符号化时代”中找到起因。在对时尚符号的内容和形态分析中，能发现自我中心的心理机制，能看到大众传媒如何利用时

尚对人类发展产生影响，我们感受到人类进步和社会文明的前进姿态，从中触摸到与大众文化相关联的脉络。人们在生活中主动或被动的接收着各种符号，并不断的为种种接触到的符号赋予内容和意义，而这二者的循环则构成了大众文化的生产过程。

时尚的开端基于人们对物质生活的满足，源于人们对权力、赞美和消费的欲望，而自我意识的成长和逐渐开放的时尚包容度则为个体时尚符号的形成打下重要基础。要使时尚积淀为风格，需要历史的沉积和文化的赋予；要使时尚符号的消费获得大众的认可和追逐，就需要人们为不断出现的符号赋予种种内容，构建丰富的符号意义。在时尚符号的世界中，符号先于意义出现，等待着解释项对符号意指的不断填充，这种等待的实现，正是人类文化生成并不断壮大的轨迹。

Fashion symbol: "The golden outer ring" in the illusion
consumption

NING Xiao

Abstract

Fashion as a kind of common cultural phenomenon is an important part of culture studies, sort out basic content、form and characteristics of fashion has become the topic of this thesis . This article thought, modern fashion symbol has extensive external appearance ; Has the symbolic meaning that been recognized by the social; Build up multiple interpretations items composed by the individual fashion symbol . From the morphological study , fashion symbol has a meaning kernel can constantly adjust and change , and " The golden outer ring " that constituted by individual fashion symbol ,people give the content and

meaning for the symbols around constantly that gradually forming the trajectory of human culture.

Keywords

Fashion symbol ; The individual fashion symbol ; “The golden outer ring”

¹齐奥尔格·齐美尔（德）：《时尚的哲学》，费勇等译，北京：文化艺术出版社，2001

²赵毅衡（2011）：《符号学原理与推演》，南京大学出版社

³居伊·德波（法）（2007）：《景观社会》，南京大学出版社

⁴作为议程设置理论的奠基人，麦克斯维尔·麦库姆斯自1968年与唐纳德·肖一起提出“议程设置”概念以来，一直专注于议程设置研究的深入与扩展，成为该领域的权威学者。

⁵齐奥尔格·齐美尔（德）：《时尚的哲学》，费勇等译，北京：文化艺术出版社，2001