

# 妆容时尚的符号学探究

——以《100 Years of Beauty in China》为例

靳瑜辰

(河南大学 新闻与传播学院传播学, 河南 开封 475000)

**摘要:** 本文以视频《100 Years of Beauty in China》为例, 运用文献研究法、文本分析法, 对百年来中国妆容时尚的变迁进行梳理。并在此基础上, 对作为符号的妆容时尚进行探究, 归纳出该符号的双重指向, 它在指向社会的同时也指向个人, 体现了某一时期社会既定话语权的同时, 也体现了个人的自我认知。

**关键词:** 妆容时尚; 符号; 指向

**中图分类号:** J509

**文献标识码:** A

**文章编号:** 1672-8122 (2016) 08-0168-02

近两年, 国外一个名为 Watch Cut 的视频团队创作了多个系列的“百年变化史”作品, 包括各个国家百年妆容的变化、服饰的变化等, 其中有一个视频讲述的是中国女性妆容在百年间的变化。视频剪辑采用加速与常速相结合的手法, 用加速展现化妆团队对模特进行变妆过程, 用常速展示模特变妆后的妆发效果, 以每十年为一个时间节点, 将中国 20 世纪 10 年代至如今 2010 年代中, 最具代表性的妆发造型快速呈现出来。在过去的百年中, 妆容时尚的嬗变可以说是该时期的一种符号, 反应了当时的社会环境、生活水平等许多方面。

## 一、妆容时尚的符号学阐释



图1 晚清汉族女子  
来源: 中国服装网



图2 1910s

关于时尚, 日本社会心理学家南博认为“时尚是一定社会群体中一定数量的人们, 在一定期间和一定意图下, 具有心理诱导性的、不约而同的群体行为”<sup>[1]</sup>。我国著名学者周晓虹认为, “时尚是指一个时期内相当多的人对特定的各种模型或标本的随从和追求”<sup>[2]</sup>。孙本文指出, “时尚是一个时期内在某一或某几个社区、阶层或整个社会的无组织群体中迅速传播、广为流传, 为许多人追求、模仿的某种生活模式”<sup>[3]</sup>。由此可以得出, 时尚是某一特定时期的社会环境中大多数人追求的一种具有某种共性的行为方式。作为时尚中的一部分, 妆容的流行也同样可以说是某一历史时期或社会环境下多数人的共同作用。对符号而言, 至今仍没有一个确切的定义。“传播学之父”施拉姆把符号视为传播的要素, 美国符号学先驱皮尔

士认为符号是用来代表某种事物的东西, 我国学者赵毅衡给符号的定义为“符号是被认为携带意义的感知”<sup>[4]</sup>。从这些定义中不难看出, 符号是一种传达某种信息的介质。因此, 妆容时尚可以被视为是一种符号, 它展现给大众不仅限于化妆技术, 还隐含了其历史、社会、文化等背景。

## 二、中国百年妆容的嬗变

1. 清末民初时期。20 世纪 10 年代 (如图 1、图 2 所示), 我国正处于清朝末年民国初期, 平民女性的发型大多为偏低的发髻, 有的留有中分刘海, 并配以小立领的服饰, 凸显出温婉贤惠的气质。此时的脸部妆容较为简单, 没有过多的修饰。由于这一时期处于社会变革阶段, 女性地位虽有所提高, 但裹小脚等习俗并未完全摒弃, 女性并没有过多的财力与时间来花费在妆容、形象上。



图3 1920s



图4 1930s



图5 1940s

2. 民国时期。20 世纪 20 年代至 40 年代 (如图 3 至图 5 所示), 中国女性的妆容以上海女性为代表, 她们深受西方电影的影响, 逐渐接受大波浪、大红唇的国际时尚妆发造型, 并在此基础上进行改良, 如 30 年代剪出刘海的造型等。到了四十年代 (如图 5 所示), 随着中美联合抗日的开展, 美国电影大量传入中国, 西方电影中妆容被受战争波及较小的区域的中国女性模仿。她们在口红、腮红的使用上非常果敢, 妆容越发全面精致, 在穿着上也越来越乐于展示自己的身材, 旗袍在不断地进行改良, 越来越能突显女性的曲线之美。

收稿日期: 2016-07-15

作者简介: 靳瑜辰, 女, 河南大学新闻与传播学院传播学专业硕士研究生, 主要从事媒介研究。



图6 1950s



图7 1960s



图8 1970s

3.建国之后。这一时期中国处于计划经济体制阶段，社会整体环境较为保守，女性对妆容时尚的追求冷却了下来，甚至于素颜成为当时最常见形态。1949年建国以后(如图6)，全国人民投入社会主义建设，“妇女能顶半边天”是当时女性最为流行的口号。西方的妆容审美受到否定，取而代之的是朴素、健康的劳动妇女形象，“什么是美”得到了重新定义。用头巾包裹着头发显得干练、精神，格子衬衫、工装裤、“布拉吉”成为主流服装。20世纪60年代(如图7)，麻花辫、绿军装、绿军帽、斜挎包、“红宝书”成为当时女性的标准搭配。与当时的舞台妆“红脸蛋”不同的是生活中的女性妆容非常简单，几乎是素颜，质朴而又充满蓬勃的朝气。20世纪70年代早期，黑、蓝、灰、绿是服装的主要色彩，妆容依然保持着简单、淳朴的风格。随着改革开放的到来(如图8所示)，西方审美再度传入中国，大波浪单侧马尾加上弯眉彰显了女性的柔美，一改之前简答、朴素的妆容和造型，色彩运用也变得丰富了起来。



图9 1980s



图10 1990s

4.改革开放后。20世纪80年代(如图9所示)中国改革开放后，各种妆容时尚传入国内，国外日化品牌相继进入中国市场。蓬松的烫发成为了女性追逐的时尚，眼影、腮红、口红等产品再次流行起来，妆面整体偏浓，摩登的女孩搭配眼镜、耳环等较为夸张的配饰来打造时尚与个性。到了90年代(如图10)港台影视剧开始流行，中国大陆女性生活节奏进一步加快，她们以港台明星为时尚标杆，并不断学习、模仿，向港台时尚靠拢。轻薄刘海、BOBO头再加上精美、细致的妆容是这一时期最为典型造型。再加上《ELLE》《VOGUE》等众多欧美杂志进入内地市场，中国女性跳出了以小家碧玉、温婉端庄为代表的东方审美局限，融入了西方立体、大气的风格，在妆容呈现、服饰搭配、整体造型等方面逐步走向国际化。20世纪末，中国的妆容时尚风格与港台乃至西方国家的差距微乎其微。

5.二十一世纪。进入21世纪后(如图11所示)，章子怡凭借一部《卧虎藏龙》名声大噪，她的瓜子脸、黑发盘头、黄种人偏白的肤色再加上精致的淡妆使国外的媒体眼前一亮，被认为是中国女性形象的代表，这也成为了当时中国女

性最受欢迎的妆容。2010年以后(如图12所示)，中国女性妆容进入了多元化发展的阶段，女性妆容更具个性化，且美容整形大行其道。随着“韩流”的不断入侵，韩国妆容时尚成为如今时尚的主要趋势。自然的裸妆、光泽水感的底妆是日常生活中女性最常使用的美妆技巧，大波浪的卷烫发型使女性的时尚感凸显出来。同时，来自西方的珠光眼影、高光修饰、大眼妆、烟熏妆等也是如今妆容的大方向。



图11 2000s



图12 2010s

图2-12 图片来源: 优酷

### 三、作为符号的妆容时尚

法国社会学家塔德以时装在社会中流行的方式作为着眼点，从社会的角度强调了“模仿”行为的重要意义，从而得出“一切事物不是发明就是模仿”的结论。在此基础上，齐美尔对时尚进行进一步诠释，“所谓时尚，是一种特定范式的模仿，是社会相符欲望的满足。一般来说，时尚具有这样的特殊功能，它能够诱导每个人都走某些人所走的路，并可以把多数人的行为归结于一种单一的典范模式”<sup>[4]</sup>。从前中国百年妆容嬗变过程中可以看到，妆容时尚在一定程度上反映了女性的社会心理，几个具有代表性的妆容时尚时期存在着一个共性，它们大多是对国外流行妆容的模仿。国外妆容审美传入中国后形成一种社会符号范式，男性以此作为美的评判标准，女性为满足社会适应及男性话语权的需要以这种范式作为模仿的对象。因此，作为符号的妆容时尚指向了社会现状及社会心理，是一种社会模仿适应所产生的结果。另一方面，齐美尔还强调时尚“是求得差别化需要的反映，即满足与他人不同、富于变化、富于差别性的需要”<sup>[1]</sup>。妆容时尚的个性化、差异化在改革开放以后体现出来，尤其是进入21世纪以后，妆容时尚呈现放射状发展趋势，各种的化妆用品、化妆教程使妆容时尚分化出许多门类。关于妆容呈现目的方面，相对于男性作为审视者、评判者时期，当下的女性更多的是把自己作为妆容的审视者，把化妆视为展现自我、满足自身需求的技能。同时，化妆也不再是性别指向符合，男性也成为了化妆的主体。此时，作为符号的妆容时尚更多的指向了人们自身，且每人的符号也不尽相同。

综上所述，作为符号的妆容时尚是一个求同存异过程的体现，它既指向某一时期的社会普遍价值，又指向这一时期社会中个人的价值体现。妆容时尚作为非语言符号的一种，既反映了社会的既定话语权，又彰显了化妆者的个性追求与自我认知。

#### 参考文献:

- [1] 周晓虹. 社会时尚的理论探讨[J]. 浙江学刊, 1995(3): 63.
- [2] 周晓虹. 现代社会心理学[M]. 南京: 江苏人民出版社, 1991: 442.
- [3] 孙本文. 社会心理学[M]. 北京: 商务印书馆, 1946: 334-335.
- [4] 赵毅衡. 符号学[M]. 南京: 南京大学出版社, 2012: 1.

[责任编辑: 艾涓]