

皮尔斯符号学视角下的“日常汉服”研究

梁佩琦, 邵新艳*, 梁燕, 王保鲁

北京服装学院, 北京 100029

摘要: 针对社交平台上日常汉服的穿搭分享和设计生产的热潮, 分析并探索日常汉服及其现象的本质和意义。通过文献分析和词频分析法得出访谈的关键材料, 对30名不同行业的汉服研究者、设计师、商家、消费者等进行开放性访谈。利用扎根理论提取三个日常汉服的构成因素, 结合皮尔斯符号学, 构建以解释项为主导的日常汉服的三元符号表意系统。日常汉服包含“日常性”“建构性”和“文化象征性”三元性质, 解答了日常汉服及其现象的内涵特性、实践模式、本质动因意义这三个关键问题, 为推动传统服饰的现代日常设计提供理论支撑和实践启示。

关键词: 日常汉服; 扎根理论; 皮尔斯符号学; 三元关系

中图分类号: J524

文献标志码: A

文章编号: 2096-6946(2024)01-0093-10

DOI: 10.19798/j.cnki.2096-6946.2024.01.012

A Study on "Daily Hanfu" from the Perspective of Pierce's Semiotics

LIANG Peiqi, SHAO Xinyan*, LIANG Yan, WANG Baolu

Beijing Institute of Fashion Technology, Beijing 100029, China

Abstract: In light of the upsurge of dress-matching sharing and design production of daily Hanfu on social platforms, the work aims to analyze and explore the nature and significance of the daily Hanfu phenomenon. Through literature and word frequency analysis, key materials of the interview were obtained to conduct open-end interviews with 30 Hanfu researchers, designers, Taobao merchants and consumers from different industries. Based on the grounded theory, three main component factors of daily Hanfu were extracted. Combined with Pierce's semiotics, a ternary symbolic interpretation model of Daily Hanfu was constructed with the interpretant as the leading factor. It is found that daily Hanfu contains three characteristics, namely "daily nature", "modern constructivism" and "cultural symbolism". And the work answers three key questions: connotation, practice mode, essence, reasons and significance of daily Hanfu and its phenomena, and provides theoretical support and practical inspiration for promoting modern daily design of Chinese traditional costumes.

Key words: daily Hanfu; grounded theory; Pierce's semiotics; ternary relation

艾媒网的消费大数据表明, 2021年汉服销售规模已达101.6亿元^[1], 未来会有更大的上升空间。现代汉服经过近20年发展, 已形成流行和商业的生态圈。早期的汉服运动注重汉服的仪式性和还原态, 这使汉服成为“穿越”的代名词和“精英文化”的象征, 使旁观者产生“汉服不适合日常生活”“穿汉服不方便”等认知。

而近年来有群体主张让汉服回归日常生活, 通过社交平台分享带有“日常汉服”“通勤汉服”“汉服OOTD”等标签的穿搭。截至2021年8月, 可见相关原创微博数超过4万条, 小红书笔记超过50万篇, B站视频超过500条。广州日报^[2]、封面新闻^[3]等官方媒体从90后消费者和设计师的角度报道了汉服在日常场景的应用,

收稿日期: 2023-10-22

*通信作者

如通勤工作、休闲运动、出行旅游等,也提及了改良结构、创新设计等新实践。2022年8月9日,微博热搜话题“穿汉服就是回到古代吗”引发汉服融入日常生活、发展传统文化等问题的热议,在发布当日热搜榜最高排名为20^[4],至今话题讨论数累计超过2万人次,已产生2 000余条相关原创微博^[5]。日常汉服现象的兴起和社会影响值得深入讨论。基于此,本文提出并解决以下三个问题:日常汉服及其现象的内涵是什么,它有什么特性?日常汉服现象包含哪些实践,实践者是如何创造和运用日常汉服的?日常汉服现象的本质、动因与意义有哪些?

一、研究现状

据《汉书》《辽史》《清稗类钞》等记载,“汉服”是其他民族政权对汉族人穿着的服饰的标识,是族际环境下的“他称”^[6]。综合文献研究与网络讨论,在当代所熟知的“汉服”,其实是在2003年汉服复兴运动中建构出来的概念,分为“古代汉服”和“现代汉服”。古代汉服指从黄帝“垂衣裳而天下治”至清代“剃发易服”前,以汉(华夏)族的礼仪文化为基础形成、与其他民族服饰有明显区别的服饰文化体系,亦称“传统汉服”。现代汉服则是继承古代汉服基本内容而构建的现代民族传统服饰体系^{[7][10]},涵盖形制体系、穿搭体系和应用体系,既有对古代汉服形制的提炼和复原,又有符合现代时尚美学的创新设计。

“日常汉服”是运用传统汉服制衣理念、为适应现代日常生活所设计的便服,应用于非正式场景,从属于现代汉服。其最大的特点是在保持汉服形制不变的前提下,造型与现代时装无异,且具有多种风格(见图1)。在日常汉服现象中,研究者、生产者、消费者等群

体共同参与对日常汉服的编码和解码,形成群体情景化实践。杨娜等^{[7][22]}将此类汉服称为“汉式时装”,但在网络讨论中,“汉式时装”常与“汉元素”(汉民族传统服装元素与西式服装裁剪体系融合的时装)的概念混淆。因此,应对“日常汉服”的概念进行拓展阐释。

在日常汉服实践方面,现有研究着重汉服元素的创新设计与应用,但实质是将汉服的部分元素混含于西式裁剪中,忽视了汉服与西式时装在形制与文化内涵上的本质区别,更无法拓展其研究外延。而其他日常汉服专题研究也只从消费增长、文化传播等角度切入,并未对实践者的诉求、现象的本质等展开深入探讨。

对于日常化应用的民族服装,汉服不是特例。如在韩国,现代韩服经过2014年“新韩服计划”^[12]变革,目前主要有三种形式^[13]:保留韩服传统形制,最小化变形;以传统韩服形制为主,创新结构裁剪,强调日常、休闲的机能性质;借用韩服的部分要素,与传统韩服在外形上有明显区别。而这些基本能分别对应我国的三类服饰——复原款汉服、日常汉服、汉元素。除此之外,Jeong等^[14]和Joo^[15]学者运用定性和定量方法,深入解释韩服文化参与者的态度和行为,并构建相关理论。而在日本,和服文化则是建构性的,更倾向于时尚和娱乐^[16]。现代和服产业已较为成熟,许多时尚机构和杂志提供日常穿搭指南,如木下着物研究所^[17]、《KIMONO 姬》和《KIMONO anne》等。在产品上,有Snow Peak公司推出“机能和服”系列,将防火、防水、保暖等卫生学特性与和服结合^[18]。现代韩服、和服都经历了从礼服到便服的变革,成为日常服饰的多元化选项之一。“日常汉服”是新的流行概念,基于综合学科和方法的专题研究亟待开展。



图1 社交媒体上的日常汉服穿搭分享^[8-11]

Fig.1 Dress-matching sharing of daily Hanfu on social media

二、研究内容

(一) 研究对象与方法

据第一财经商业数据中心,女性消费者贡献市场消费规模近八成^[19]。考虑到女性对服饰审美有特殊偏好,女性服饰形式更为丰富,本文研究对象界定为日常汉服女装。

本研究采用扎根理论(Grounded Theory)和皮尔斯符号学(Pierce's Semiotics)。扎根理论是一种结合实证主义和实用主义、自下而上建立实质理论^[20]的研究方法,通过开放式编码、主轴式编码和选择式编码等步骤将庞大的调查数据缩减、抽象成核心概念^[21],从而挖掘出范畴之间的关系。皮尔斯符号学以科学实证主义哲学、范畴论和逻辑学为基础,提出符号的三分法和三元性质。符号的三分构造包括再现体、对象、解释项;符号和对象有肖似关系、指示关系、象征关系;解释项具有直接解释项、动力解释项、最终解释项三个阶段。解释项处于传播学三元模式的中心位置,表示传播主体的能动性对符号起着决定性作用^[22]。这些三分法都服从于“现象学式的三分规律”(符号与现象的三元性质)^[23],即符号范畴依照“品质→事实→法则”三级递进,有助于揭示意义形式规律的普遍性,并有无限演绎的可能。

综上所述,本文主要研究步骤为:首先,将日常汉服文本挖掘和词频分析作为前调研,通过开放性访谈获取必要信息;其次,利用扎根理论对日常汉服的构成因素进行系统化整理和归纳;最后,运用皮尔斯符号学挖掘日常汉服蕴含的符号意义,从而构建日常汉服“从现象到本质”的解释模型。

(二) 数据收集与处理

1. 词频分析

为初步了解日常汉服实践的总体状况,首先收集

从2019年4月8日至2021年8月9日博主“时尚日常汉服bot”的微博和小红书APP上以“日常汉服”为关键词的笔记,筛选及合并后共计5 574条内容。利用“微词云”网站进行词频分析,从中提取前200个分词作为访谈提纲关键词(见表1)。这些关键词涵盖了日常汉服的本体特性、受欢迎款式、穿搭方式、应用场景、审美评价等范畴;同时选用如“乔织”“重回汉唐”“素华一派”“十三余”“远山乔”“鹭洲集”和“织造司”等热销汉服作为典型样本(见图2)。

表1 日常汉服词频

Tab.1 Word frequency list of daily Hanfu

序号	单词	词频	序号	单词	词频
1	服饰	2 067	12	原创	496
2	大明/明制	2 010	13	立领/竖领	472
3	搭配/穿搭	1 983	14	摩登	355
4	混搭	1 722	15	来料	355
5	传统	1 381	16	对襟	349
6	马面/马面裙/短马面	975	17	颜色	341
7	大宋/宋制	923	18	可爱	311
8	民族	736	19	长衫	301
9	夏日/夏天	675	20	短衫	288
10	少女	592	:	:	:
11	汉洋折衷	571	200	放量	23

2. 开放式访谈

为探究实践者们对日常汉服的认知建构和意义解读,本研究采取目的性抽样进行开放性访谈,并遵循以下标准选择访谈对象:对汉服曾开展研究或有一定了解的人群,以及曾购买和穿着汉服的人群。遵循“认知-情感-行为”ABC态度模型^[24],按照五类人群的特点,设计不同角度的问题,具体如下。

1)研究者和专家(编号P):日常汉服与现代汉服的关系、内涵和现象分析等。



图2 日常汉服的典型图片样本

Fig.2 Typical picture samples of daily Hanfu

2)一般汉服设计师、设计院校的学生(编号D):汉服与日常、时尚的关系,以及日常汉服的设计元素或表现方式等。

3)日常汉服的品牌经营者(编号B):日常汉服的商品风格、市场反馈和发展前景等。

4)日常汉服穿搭分享博主(编号K)和普通消费者(编号C):对日常汉服的认知、需求和穿搭等。

在进行访谈时,将根据人群分类、实际回答情况对题目进行调整,控制每人6~8个问题,当回答出现信息饱和时停止访谈。

三、扎根理论编码分析

本次访谈共采访30人(见表2),包括研究者和专家4人,汉服设计师、设计院校学生5人,日常汉服品牌经营者3人(来自热销品牌“鹭洲集”“织造司”和“乔织”),日常汉服分享博主5人(粉丝数或点赞收藏数超过1000),以及汉服消费者13人,覆盖行业广泛,回答真实有效。本文随机选择25份原始资料,结合NVivo11.0质性分析软件进行编码分析;最后将剩余5份资料进行复验。

(一) 开放式编码

首先挖掘群体对日常汉服的认知、评价、经验、动机、背后原因等潜在主题。对约3万字的原始资料进

表2 受访者基本信息统计

Tab.2 Statistics of interviewees' basic information

项目	类型	人数	比例/%
性别	男	6	20.0
	女	24	80.0
学历	本科	18	60.0
	硕士	11	36.7
	博士	1	3.3
年龄	25周岁及以下	17	56.7
	26~30周岁	8	26.7
	31~35周岁	2	6.7
	36周岁及以上	3	10.0
职业行业	在读学生	11	36.7
	教育、科研人员	3	10.0
	汉服店主	4	13.3
	电商外贸、美妆行业	4	13.3
	文化传播、数字创意行业	3	10
	金融、医药行业	3	10.0
	自媒体人、自由职业	2	6.7

行反复阅读,将语句抽象成概念、概念归纳成初始范畴,共获取概念142个、初始范畴16个,见表3。

(二) 主轴式编码

按照“认知-情感-行为-意义”逻辑,对上述16个初始范畴进行分类。其中,“认知”和“情感”是对日常

表3 开放式编码过程(部分)

Tab.3 Part of the open coding procedure

原始词句	概念	初始范畴
我们是希望汉服走下神台,从古董文物变成不会引起注意的日常服饰。这才是我们汉服文化推广的意义。(P3) 汉服融入日常,融入生活,并且影响到身边的人……提高汉服认可度……甚至她们也会有购买的趋势。(K2)	1. 提高对汉服认可度 2. 推广汉服日常化观念 3. 让传统融入现代 4. 把汉服当作时装选项之一	1. 价值内涵 2. 审美评价 3. 建构诉求
上街看得出来与便服的区别。(P3) 我喜欢汉服使用率高、简单、方便,并且在好看的同时我不需要做麻烦的妆造。(K2) 最日常的肯定就是褙子宋裤了,夏天当防晒衫和阔腿裤,完美混入日常时装。(C7) 窄袖对襟立领把领子翻下来就是伪衬衫啦,特别适合通勤。(C8)	1. 时装类比性 2. 汉服的特异性模糊 3. 日常实用性 4. 简单方便	1. 时装特征 2. 类比特征 3. 穿着感受
有些适合混搭,既不会over dress,又能凸显自己的性格。(K5) 汉洋折衷的实践都是汉服+西式小物。“汉洋折衷”的初衷是给汉服更多可能性。(C5) 日常只要舒适就好,可以混搭,不按朝代、形制划分,只要搭配得当,没必要限定穿搭规则。(C10)	1. 汉服混搭 2. 依照自己喜好 3. 彰显个性 4. 注重dress code	1. 穿搭规则 2. 审美评价
用当代的花纹和面料做汉服的形制本身就是不可避免的事。(P1) 我用牛仔布,也能做成这种款式……好现代,看得出来居然是汉服。(K2) 在汉服上加一些蕾丝之类的元素,或者汉服上有一些西方的图案元素。(C1)	1. 运用现代的面料材质 2. 运用现代的色彩 3. 运用现代的图案纹样 4. 汉服的特异性模糊	1. 造型特征 2. 时装特征
按照传统的汉服形制进行原模原样的穿着在现代有些时候会不太方便,比如我们通勤其实更注重的还是高效率便捷的穿着。(D5) 很多商家本身也是同胞,他们或许自身也会有汉服日常化的喜好,自然也会从这方面来考虑设计。(B1) ……来满足自己不同场合的需求。(K2)	1. 过于传统会不方便 2. 日常场合的穿着需求 3. 上班通勤	1. 驱动因素 2. 应用场景

汉服特性、现象分析等的印象和解释;“行为”是在汉服日常化情景下的反应、事实和结果,“意义”是超越汉服日常化表象的思想和未来指向。如表4所示,最后共归纳出3个主范畴,即“日常性”“建构性”和“文化象征性”。“日常性”包含时装特征、造型特征、类比特征等7个初始范畴;“建构性”包括消费偏好、搭配原则等5个初始范畴;“文化象征性”包含汉服认知、情感态度等4个初始范畴。

(三) 选择性编码

对主范畴进行更高层次的总结,得出核心范畴为“日常汉服的构成因素”,包含“日常性”“建构性”和“文化象征性”3个主范畴。这些主范畴之间有逻辑联系,具体解释见表5。核心范畴反映日常汉服现象的综合性,它不仅关注了日常汉服本身属性,也体现了实践者的偏好、行为和诉求,以及背后承载的文化价值。另外,核心范畴也强调了不同构成因素之间的关系结

构。例如,实践者会影响和构建日常性,日常性有利于弘扬文化,而日常汉服作为文化象征也会塑造人们对它的认知态度和行为模式。

综上所述,基于扎根理论构建出的“日常汉服的构成因素”模型见图3。

(四) 理论饱和度检验

为保证编码结果的准确性和完整性,用预留的5篇访谈资料进行饱和度测试,将其重复以上3个编码过程。结果表明没有出现新的概念和范畴,即本研究所构建的核心范畴关系理论是饱和的。

四、日常汉服及其现象的解读

(一) 日常汉服符号化

1. 日常汉服符号的三元关系

日常汉服的日常性、建构性和文化象征性使其超越了单纯的服装形式,成为具有特定意义的符号。在

表4 主轴式编码过程

Tab.4 Axial coding procedure

主范畴	初始范畴	范畴含义	参考点
日常性	时装特征	日常化的表征:日常汉服具有一般现代服装的特征	87
	造型特征	日常化的表征:传统形制与现代化面料、图案和色彩构成	53
	类比特征	日常化的表征:日常汉服和时装有相似性,可并行不悖	44
	风格特征	日常化的表征:日常汉服具有多样化的风格	45
	审美评价	日常化的非表征:日常汉服带给穿着者独特的审美感受	64
	穿着感受	日常化的非表征:群体对穿着日常汉服的体验感受	59
	驱动因素	日常化的非表征:日常汉服产生的表层原因,即作为服饰本身在日常穿着的需求、市场迭代的结果	33
建构性	消费偏好	日常汉服消费者对款式或朝代的偏好,消费因素和主要消费群体	181
	搭配原则	穿着者秉持不同的穿搭理念	104
	改良设计	适当的创新设计方法与制作技术使汉服变得适合现代生活	97
	应用场景	日常汉服的应用场合广泛	54
	建构诉求	群体提出汉服日常化的诉求,以充分发挥汉服的社會价值和文化价值	58
文化象征性	汉服认知	群体对日常汉服与现代汉服、传统与现代等关系的认识	64
	情感态度	群体对汉服的总体印象、情感取向和态度信念	41
	文化认同	群体通过穿着汉服表达对文化的认同观念	9
	价值内涵	汉服对弘扬传统文化的积极影响	39

表5 选择性编码过程

Tab.5 Selective coding procedure

关系结构	关系路径含义	受访者的代表性语句
建构性→日常性(因果关系)	服饰的表征与非表征说明日常汉服的实质是时装,而这些特征是通过商家、设计师、消费者等群体建构出来的	首先还是考虑实用性……现代人更看重服装的时尚性,可以在不改变服装原有气质的基础上进行款式的修改。其次颜色和纹样会进行一些现代化颜色的挑战和图案设计以保证服装可以跟得上流行趋势。(D5)
日常性→文化象征性(递进关系)	汉服的日常性对弘扬传统服饰文化、构建汉服体系等方面有积极意义	汉服的日常化、时尚化、混搭风都是好的现象,因为这是现代汉服体系建设的主要方向,也是汉服复兴能维持并激发生命力的源泉所在。(P4)
文化象征性→建构性(因果关系)	汉服背后的文化、价值观等对日常汉服的建构过程有指导和限制作用	汉服有自己的风骨,即使改良,也必然是顺着平面剪裁和基本特征发展。折些元素,在别人的服装体系上做点缀,做出来的服装也终究是别人的。(C5)

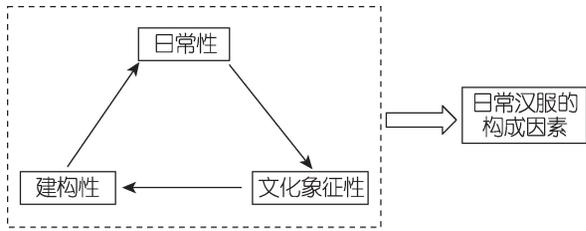


图3 日常汉服的构成因素模型

Fig.3 The constitutive factor model of daily Hanfu

符号学的视角下,这三个因素转化为符号的对象(见图4),分别为“日常服饰符号”“现代建构符号”和“传统文化符号”,并与日常汉服符号构成特定的关系。其中“日常服饰符号”直接体现汉服的日常性和现代性,与“日常汉服”是肖似关系;建构产生经验事实和因果关系,“现代建构符号”与“日常汉服”之间构成指示关系;传统文化意义是人为赋予的,代表着长期的习惯、认同和诉求,因此“传统文化符号”与“日常汉服”是象征关系。

2. 日常汉服符号的三个解释项

上述时装特征、造型特征、搭配原则等16个初始范畴是日常汉服符号解释的进一步解析,同样存在“品质→事实→法则”的逻辑递进关系,形成直接解释项、动力解释项、最终解释项,见表6。

3. 日常汉服的符号解读模型

综上所述,可总结出日常汉服的符号解读模型,其中包含了两组关系(见图5)。第一组是“符号-对象-解释项”的三分结构(黑色、绿色和蓝色框部分,以及符号的转化和关系结构),即箭头指示的路径;第二组是直接解释项、动力解释项和最终解释项,即橙色框部分。模型涵盖了日常汉服符号的生成、转化和解释,有助于分析日常汉服符号的多维度内涵和意义。首先,符号-对象-解释项关系揭示了日常汉服符号和其所指代的对象之间的联系,表明每个对象都具有多重解释;其次,解释项之间也依据“品质→事实→法则”的逻辑,提供对日常汉服符号不同层面的解释:从日常汉服的实质特征,到实践者的行为意向,再到更广泛讨论的文化和社会价值。

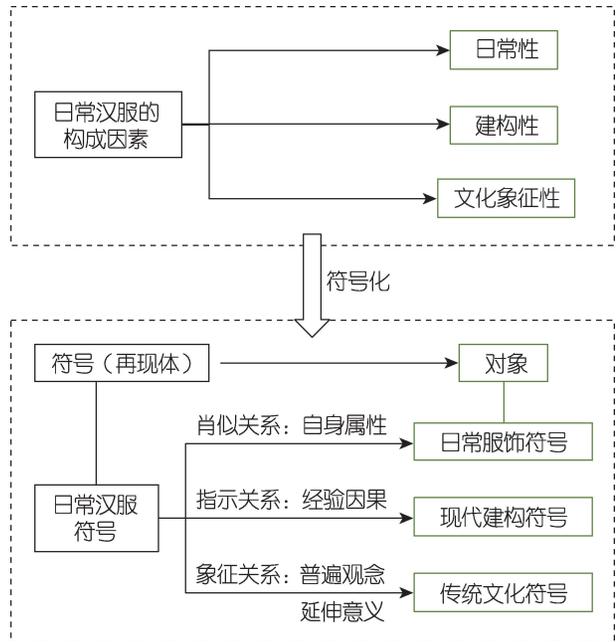


图4 日常汉服符号化过程

Fig.4 The symbolization process of daily Hanfu

(二) 日常汉服符号的三元解读

按照“品质→事实→法则”逻辑,以解释项为主导,提炼出日常汉服符号的三种解读:内涵特性、实践模式、动因与意义。

1. 直接解释:日常汉服的内涵特性

1)日常汉服的便事利身性。现代生活的服饰讲求实用至上、效率至上,因此汉服的机能性也被强调。根据款式偏好词频统计,“立领衫”“马面裙”“飞机袖”“旋裙”“褙子”等汉服最受欢迎(词频皆大于10),其次是“坦领衫”“半臂”等汉服。有趣的是,被视为鉴定汉服标准之一的右衽交领,没有被大多数人选定为日常款的象征。从中可概括日常汉服的典型特征包括:窄袖、短衣;在前中开合且穿脱便捷;直线廓形、适度宽松;穿着层次和系结次数最少化。

2)日常汉服的审美多元性。从服饰层面看,汉服可以被任何人编码和构建;从时尚层面看,汉服不完全按照时尚行业自上而下的审美方式发展,而是与其他文化相互交融。在跨文化交流的时代,尽管“汉服形

表6 日常汉服符号的解释项

Tab.6 The interpretants of daily Hanfu symbols

解释项	含义
直接解释项	实践者对日常汉服的第一印象、心理感受,源自日常汉服的自身属性
动力解释项	实践者的穿搭、设计等实际行为和计划意向,存在动宾关系
最终解释项	群体对日常汉服普遍认同的观念且能引申出形而上的价值意义

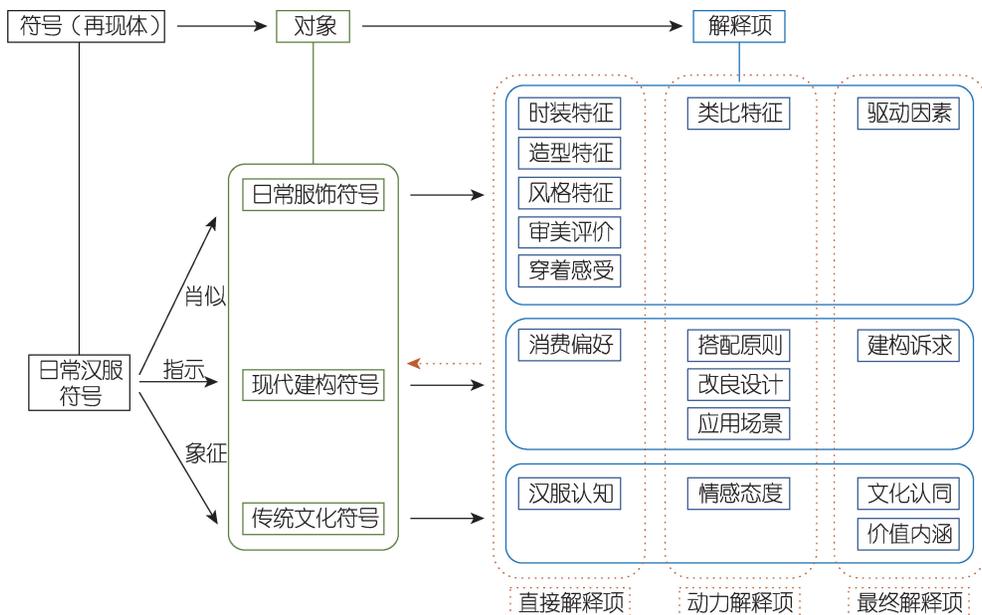


图5 日常汉服符号解读模型

Fig.5 The interpretation model of daily Hanfu symbols

制”始终被视为日常汉服的固定表征,但随着各类当代艺术文化的影响和实践者们不断更新的自我认知,日常汉服被赋予了多种设计风格和搭配方式,如都市通勤风、可爱少女风、简约风等,以表现独特的个性和品位,塑造更好的形象。这种审美体现出汉服文化的去中心化、去边界化。日常汉服的实践者以更宽容开放的态度看待汉服:在共性中追求个性,达到“和而不同”“美美与共”。

3)日常汉服的时尚流行性,包括无阶级属性、更迭性、模仿追随性。无阶级附属性——现代汉服不具备阶级、地位、社会分工象征^{[7]133}。日常汉服弱化了朝代秩序,降低了消费门槛,从而具有民用普适性,能在不同阶层的人群之间流传,成为跨文化交际的载体。更迭性——随着时尚的不断演进,汉服款式也发生变化。如在近两年,面向职场女性的“通勤汉服”在广泛的网络传播中成为新的时尚热点。日常汉服正是汉服运动发展至今,在受众群体逐步扩大后,为符合新的装扮意志而出现的实践产物。模仿追随性——圈层文化中的群体意识相互关联与影响。一方面,头部商家推出更符合当代全场景化穿搭需求和审美的原创汉服;另一方面“关键意见领袖”(KOL)在社交平台发布日常汉服的穿搭推荐,加强了汉服实践者们的审美认同和从众心理,使日常汉服从“小需求”扩展成“大生意”。

2. 动力解释:日常汉服的实践模式

设计制造之变革——“客体、符号或行为被移植到不同的意义系统或文化背景之中,从而获得新的意

味”^[25]。在日常适用、环境适应等因素的驱使下,“拼贴”是汉服亚文化风格的建构方式之一。实践者通过三种综合性的调和办法以实现汉服的日常活用。

第一种,适当改良汉服结构。“改良”是相对的,即在不改变传统形制的前提下,实践者通过减少放量、加口袋、改短、镂空等结构改造,使汉服变得更符合穿着者的心理预期和需求。

第二种,运用现成的面辅料,提高汉服的性价比。日常汉服的商家和定制汉服的爱好者们多选用时装面料,如混纺面料、针织面料、风衣面料等,减少传统风格的织绣元素,降低保养服装的成本,将其适用于不同场合和节气。

第三种,融合多元文化。汉服商家探索民族化和国际化的关系,“通过图案设计、色彩搭配、装饰工艺等途径”将国际思潮投射到日常汉服中,适当减弱传统形制的特异性。如2020年“乔织”品牌推出了面向摩登都市女白领的“城市计划”汉服系列,用黑白线条图案表达现代极简主义和机械美学。

应用之变革——一方面,日常汉服突破传统搭配规则的限制。日常汉服对穿着者几乎没有传统礼仪的规训,其穿搭秩序讲求“去朝代化”和“去阶级性”。常见的搭配形式有三种:“汉洋折衷”(汉服与西式风格配饰混搭),比如甲搭配珍珠腰链和小皮鞋,打造“轻洛丽塔”风格;汉服与时装混搭,如对襟窄袖衫搭配牛仔裤;不同朝代形制的汉服混搭,如唐制袒领衫搭配宋制三衲裙。实践者对汉服的主观选择在一定程度上提升了

汉服的使用频率,使汉服在时尚表达上具有灵活性,体现汉服与时俱进的先进性。

另一方面,日常汉服的穿着注重恰当、和谐。受访者普遍表现出既追求审美差异化,又讲求传统特异性弱化的心理。日常汉服应用最多的场景是学习与工作(课室、办公室等),其次是休闲娱乐(宿舍、聚会、旅游、博物馆等)。在日常穿着中,人们对于汉服形制的选择会有一些的倾向性——选择不过分张扬、得体舒适的款式,并尝试在基础款时装中找到合理的置换关系,将汉服与时装进行类比,如圆领袍-风衣、立领对襟衫-衬衫、“飞机袖”对襟衫-防晒衣、宋裤-阔腿裤、旋裙-包臀裙等。可见穿着者更注重人与时间、地点、场合(TPO)相符,以充分发挥日常汉服的服用功能和价值。

3. 最终解释:日常汉服现象的本质、动因与意义

日常汉服现象不仅是一种时尚趋势,本质上更是一种文化认同与“自我”身份建构的表达方式,同时也是对中国风格服饰设计思维的再思考和调整。不同于西方中国风(Chinoiserie)的“他者”式想象,现代汉服和日常汉服注重中国风格的主体性,扎根于中国传统服饰体系,以彰显文化自信。此外,日常汉服现象也可被视为“后现代主义”式的演绎:将汉服融入新时代的日常生活,挑战传统秩序,并鼓励观者主动参与解读,追求审美个性化和多元化。

日常汉服出现的基本原因,在于汉服爱好者们的诉求,也是汉服运动的第一步^{[7]290-304}——将汉服融入日常生活,回归现代人的多元服饰选择,成为民俗服装的一部分,这与和服在当代的实践类似。而日常汉服产生的根本原因,是汉服的服用功能与现代生活行动之间关系不对等,固定伦理秩序(对汉服的神圣化解读)与个性审美追求(对汉服的世俗化解读)之间产生矛盾。在汉服符号建构过程中,存在汉服的民族象征性和纯粹性与现代时尚化之间的天然冲突^[26],但在后现代消费主义语境下,汉服亚文化又表现出非抵抗的性质,与主流意识形态保持友好关系^[27],呈现产业化和大众化的趋势。古代中华服饰尚且存在基于审美之上的从“礼”(礼制等级)到“俗”(生活实际)的时尚性发展^[28],那么在现代,汉服实践中的自我认同同样会随着个体反思和社会建构的影响^[29]而发生改变,通过打破惯性思维等语境转换方式来建构出反思性的新产物——日常汉服,以实现符号意义的再生产。

受访者多次表达日常汉服对于宣传汉服运动、传承传统文化等方面的重要意义。经过对数据的提炼和

解读,其意义可从两个方面理解。

1)“立足传统”的意义。古代汉服最典型的表征,是采用十字形平面裁剪结构,无肩缝、装袖和省缝^[30],以及将前后中缝等固定结构用于表达古人“敬物崇俭”“中正”的内倾文化^{[7]81},且在不断进化中仍保持基本同一性,最终经过多年的现代化实践,发展出衣类、裳类、深衣类等形制,成为不可动摇的“传统”。受“自我”式母体文化的影响,日常汉服符号的编码虽各有差异,但核心始终保持不变——传承传统形制。现代汉服背靠历史文物和文明习俗,与弘扬中华文化的责任密不可分,在理论表述上倾向于本质主义^[225-226],对传统文化的追求有一定的纯粹性和求真性。因此,在日常汉服建构过程中,“汉服形制”一直被视为“传统汉民族文化”的表意符号。强调形制的正统性,实际上是突出本民族服饰的独特内涵,也是所有日常汉服符号传播者的共同价值追求。

2)“再造传统”的意义。通过日常汉服符号的使用和传播,日常汉服有助于提高文化认同度,实现文化的“活态传承”。日常汉服给人以即刻印象的基础,潜移默化地传达“汉服适用于日常穿着”的理念,提高人们对汉服符号和价值的认知和接纳度。当日常汉服成为集体记忆时,更有助于提升正面的身份、文化和消费认同。

此外,日常汉服还体现传统的现代转型,展现汉服文化重构时尚体系的愿景。有受访专家和汉服商家预计会有更多的商家和资本开发快销形式的汉服,探索拓宽汉服市场乃至国内时装市场的新方式。也有受访者表达“日常汉服不输于洋服的时尚感”的文化自信。“时尚……有着既使社会各界和谐共处,又使他们相互分离的双重作用”^[32]。日常汉服即使与时装有着并行不悖的关系,但与其他民族的服饰、现代服饰之间有“质”的不同^{[31]165},代表独特的民族审美。尤其是在异质文化冲击时,身份认同和文化认同的作用则进一步凸显。因此,汉服与日常汉服的兴起,体现出审美风格和生活方式“弱西方化、高度中国化”的趋势。目前,汉服和日常汉服已形成较为成熟的生产体系,未来应借鉴其他东亚民族服饰的现代化生产和营销的成功案例,在欧美快时尚、“日系”“韩流”等外来风格的裹挟之中异军突起,成为现代服装大众市场的强劲力量。

五、结语

本文从日常汉服实践者角度研究日常汉服现象,通过扎根理论提取其构成因素,继而运用皮尔斯符号

学将其转化成符号语言,深入探索日常汉服及其现象。日常汉服包含了日常性、建构性、文化象征性三个构成因素,这些因素分别揭示日常汉服的本身属性,实践者的偏好、行为和诉求,以及背后的服饰文化和群体价值认同。日常汉服的日常性是由建构产生的,日常性有利于展示和传播文化象征,而文化象征性对建构性起指导作用。通过日常汉服符号解读模型,解释日常汉服及其现象的内涵特性、实践模式、动因与意义:日常汉服现象是近年来将汉服应用于平常生活的时尚实践。日常汉服保留传统汉服的形制,在经过结构的适当改良、实用面料材质的运用和多元文化的融合设计等变革后,具有了便事利身、审美多元和时尚流行的时装特征。穿着者在注重服装与场景恰当和谐的同时,利用自由混搭、泛场景穿着等手段突破传统的汉服应用规则,使日常汉服兼具功能性和审美性。另外,受访者表达将汉服融入日常生活、成为现代多元服饰选择的诉求,这表明在汉服的服用功能与现代生活行动、固定伦理秩序与个性审美追求之间的矛盾中,日常汉服是反思性产物,并进一步揭示了日常汉服现象的意义在于助推文化传播、实现传统转型和重构时尚体系。

日常汉服凸显世俗化和普适性,在一定程度上为国人的审美理念和穿搭方式提供了新的思路 and 选择,使汉服走向群众社交层面成为可能。其深远意义还在于为今后探讨汉服及其文化如何走出长久的大众路线、从抽象意义转向实际功能等课题做铺垫。而本研究是对日常汉服从现象到本质的探讨,对其具体设计应用、风格感知等层面的研究少有涉及,希望以后可继续拓展研究。

参考文献

- [1] 艾媒网. 2022-2023 年中国汉服产业:市场规模及用户行为分析[EB/OL]. (2022-07-23)[2022-09-30]. <https://www.iimedia.cn/c1020/87125.html>.
- [2] 广州日报. 汉服从穿越到日常[EB/OL]. (2019-04-10)[2022-09-30]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=16303706-71575805040&wfr=spider&for=pc>.
- [3] 封面新闻. 走进道定的世界:90后创始人,让汉服自然融入日常生活[EB/OL]. (2021-01-14)[2021-08-22]. <https://www.thecover.cn/news/6693854>.
- [4] 微博热搜搜索引擎. #穿汉服就是回到古代吗#话题详情[EB/OL]. (2022-08-09)[2022-08-09]. <https://weibo.zhaoyizhe.com/info/62f2381b908d480bdae84abe>.
- [5] 新浪微博. #穿汉服就是回到古代吗#话题详情[EB/OL]. (2023-01-01)[2023-05-01]. <https://weibo.zhaoyizhe.com/info/62f2381b908d480bdae84abe>.
- [6] 杨娜. 当代“汉服”的定义与“汉民族服饰”的定位差异[J]. 服装学报, 2019, 4(2): 158-162, 167.
- [7] 杨娜, 张梦玥, 刘荷花. 汉服通论[M]. 北京: 中国纺织出版社, 2021.
- [8] 哔哩哔哩. 汉服混搭|唐制汉服怎样混入日常? 18个混搭技巧教你骗过身边人! [EB/OL]. (2022-03-06)[2022-09-30]. https://www.bilibili.com/video/BV1dr4y1q77q/?share_source=copy_web&vd_source=7e85e611339a4f7fe939a9032babe88b.
- [9] 哔哩哔哩. 西装 X 汉服|打工袍们不进来看看吗? 每天穿汉服 | 汉服混搭日记-第10周[EB/OL]. (2021-05-02)[2022-09-30]. https://www.bilibili.com/video/BV1k5411g7ot/?spm_id_from=333.999.0.0&vd_source=f9bba23772d55cb52572d4-97193abff7.
- [10] 哔哩哔哩. 一周汉服搭配 | 如何将绿色系单品穿出日常感? |阿飒的LOOKBOOK [EB/OL]. (2021-06-13)[2022-09-30]. https://www.bilibili.com/video/BV1pV41147nZ/?spm_id_from=333.999.0.0&vd_source=f9bba23772d55cb5-2572d497193abff7.
- [11] 汉服广东汉粤. 汉服评选 | 给你心仪的汉服时尚穿搭投票吧! [EB/OL]. (2020-12-18)[2022-09-30]. https://mp.weixin.qq.com/s/NqpN0PzAwl6-XEv0De0z_w.
- [12] Hanbok Advancement Center. Brief Introduction [EB/OL]. [2022-9-22]. <http://www.hanbokcenter.kr/user/nd7952.do>.
- [13] LEE J H. A Study on the New-Hanbok Style from the Perspective of Vernacular Design[J]. Journal of the Korean Society of Costume, 2016, 66(7): 69-88.
- [14] JEONG S, PARK S, SHIN D H. Hanbok and Instagram: Interaction between Tradition and Social Media[C]// Proceedings of HCI Korea. Seoul: ACM, 2016: 339-344.
- [15] JOO D. Individual Practice of Tradition and the Maintenance of Traditionality through the Medium of Hanbok-a Case Study of a Hanbok Club[J]. Korean Journal of Folk Studies, 2017, null(41): 199-230.
- [16] CLAMMER J R. Contemporary Urban Japan: A Sociology of Consumption[M]. Oxford: Blackwell Publishers, 1997: 34.
- [17] 木下着物研究所. あたらしい着物の教科書[M]. 东京: 日本文芸社, 2010.
- [18] ANDERSON M. Outdoor Kimono Series [EB/OL]. (2020-09-04)[2021-08-23]. <https://www.snowpeak.co.jp/sp/outdoorkimono>.

- [19] 第一财经商业数据中心, 天猫服饰. 线上汉服消费洞察报告[EB/OL]. (2020-03-31)[2021-08-23]. <https://cbndata.com/report/2218/detail?isReading=report&page=1>.
- [20] 陈向明. 扎根理论的思路和方法[J]. 教育研究与实验, 1999(4):58-63.
- [21] 王念祖. 扎根理论三阶段编码对主题词提取的应用研究[J]. 图书馆杂志, 2018, 37(5):74-81.
- [22] 赵星植. 论皮尔斯符号学中的传播学思想[J]. 国际新闻界, 2017, 39(6):87-104.
- [23] 查尔斯·桑德斯·皮尔斯, 詹姆斯·雅各布·李斯卡. 皮尔斯:论符号-李斯卡:皮尔斯符号学导论[M]. 赵星植, 译. 成都:四川大学出版社, 2014:6.
- [24] 赵宏斌, 邬红芳. 服装心理学[M]. 合肥:合肥工业大学出版社, 2010:33.
- [25] 陶东风, 胡疆锋. 亚文化读本[M]. 北京:北京大学出版社, 2011:42.
- [26] 周星. 本质主义的汉服言说和建构主义的文化实践——汉服运动的诉求、收获及瓶颈[J]. 民俗研究, 2014(3):130-144.
- [27] 杨雪, 张冉, 孔令旭. “传统”的再造与流行——对青年汉服文化演变逻辑的考察[J]. 当代青年研究, 2022(2):40-47.
- [28] 陈宝良. “服妖”与“时世妆”:古代中国服饰的伦理世界与时尚世界(上)[J]. 艺术设计研究, 2013(4):32-39.
- [29] 王亮. 反思性、结构性与自我认同——对吉登斯的反思性与自我认同思想的再思考[J]. 理论月刊, 2010(2):54-56.
- [30] 邵新艳. 华服十字形结构与现代服装设计研究[J]. 艺术设计研究, 2013(1):40-44.
- [31] 周星. 百年衣装:中式服装的谱系与汉服运动[M]. 北京:商务印书馆, 2019.
- [32] 齐奥尔格·西美尔. 时尚的哲学[M]. 费勇, 吴贻, 译. 北京:文化艺术出版社, 2001:72.