

# 民间文化与时尚的关联性初探

梅 黎, 王江生

(吉首大学 文学与新闻传播学院, 湖南 吉首 416000)

**摘要:**“民间文化”与“时尚”似为完全不相干的两个领域,实际上丰富的民间文化已成为旅游产业主要的文化产品,因受到广大消费者的青睐,在文化构建和文化协商中逐渐成为一种时尚文化。湘西旅游产业语境中的民间文化与时尚的关联性较为典型。

**关键词:**湘西;民间文化;时尚

**中图分类号:**J193

**文献标识码:**A

**文章编号:**1674-117X(2011)03-0081-03

## Exploration of the Relevance between Folk Culture and Fashion

MEI li, WANG Jiangsheng

(School of Literature and Journalism, Jishou University, Jishou, Hunan 416000 China)

**Abstract:**“Folk culture” and “fashion”, two seemly unrelated areas, has become a major cultural product in tourist industry and a fashion culture in the process of culture construction and culture negotiation due to their popularity among consumers. This paper explores the typical relevance between folk culture and fashion in the tourist industry of Western Hunan.

**Key words:**Western Hunan; folk culture; fashion

湘西作为土家族和苗族的聚居地,具有古朴浓郁的民俗风情、神奇独特的古迹遗存,民间民族文化积淀深厚,源远流长,独具魅力,非物质文化遗产种类繁多,覆盖范围十分广泛。有土家族摆手舞、毛古斯、打溜子、织锦技艺和苗族银饰、鼓舞及辰河高腔目连戏等15项国家级非物质文化遗产。还有22项省级非物质文化遗产,40余项州级非物质文化遗产,400余项县级非物质文化遗产,这些项目涉及民间文学、音乐、舞蹈、戏剧、手工技艺、杂技与竞技、民俗等方面。<sup>[1]</sup>随着旅游业的发展,越来越多的中外游客来到神秘的湘西,来欣赏这里的奇山异水,领略这里独特的文化。这些原本封闭的民族民间文化在现代工业文明的冲击和包装下,被打造成一种时尚消费品,受到广大消费者的青睐,从而催生了一种新的消费文化。这种消费文化以民间文化为核心,将民间的东西从封闭中解放出来,推向一个开放的、现代化的市场,创造了一种新的时尚。

现从以下几个方面分析此文化现象。

### 一 景观推动时尚消费产业

先从“时尚”的定义谈起,所谓时尚是指在特定时段内率先由少数人实验,认为后来将为社会大众所崇尚和仿效的生活样式。简单地说,时尚就是“时间”与“崇尚”的相加。<sup>[2]</sup>在这个极简化的意义上,时尚就是短时间里一些人所崇尚的生活方式。这种时尚涉及生活的各个方面,如衣着打扮、饮食、行为、居住、甚至情感表达与思考方式等。很多人会把时尚与流行相提并论,其实并不如此。简单地说,时尚可以流行,但范围十分有限,如果广为流行,那还有时尚的感觉吗?追求时尚是一门“艺术”。模仿、从众只是“初级阶段”,而它的至臻境界应该是从一拨一拨的时尚潮流中抽丝剥茧,萃取出它的本质和真义,来丰富自己的审美与品位,创造出专属自己的美丽“模板”。

收稿日期:2010-09-20

**作者简介:**梅 黎(1982-)女,湖南吉首人,吉首大学硕士生,主要从事文艺与传媒研究;王江生(1978-)男,湖南邵阳人,吉首大学文学与新闻传播学院讲师,硕士,主要从事文化传播研究。

湘西作为一个知名的旅游城市,拥有自己独特的旅游资源,譬如古镇凤凰、南方长城、张家界国家森林公园、苗寨德夯风景区、猛洞河漂流等等。这些资源具有差异性,并以“神秘湘西”和“魅力湘西”著称,正是这种差异性和丰富性,吸引着无数中外游客前来消费,而这些消费者恰恰是各种时尚的消费主体。他们不仅在践行着旅游这种时尚消费行为,更主要的是他们本身就是各种时尚的主体和时尚的创造者,这些东西以物质、行为、观念、生活方式等进行分类,构成了他们的时尚。德国的齐奥尔格·西美尔在《时尚的哲学》中说“时尚是既定模式的模仿,它满足了社会调适的需要;它把个人引向每个人都在行进的道路,它提供一种把个人变成样板的普遍性规则。但同时它又满足了对差异性、变化、个性化的要求”。<sup>[3]</sup>湘西独特的山水自然景观,能满足时尚主体即游客精神上的愉悦需求,异质民间文化、民俗、饮食、民族特产等能满足游客物质、行为、观念、生活方式方面的需求。湘西景观成为吸引时尚消费主体即游客的载体,这种时尚行为的产生使得民间文化成为消费的内容之一,在这样的逻辑关系中促使民间文化成为时尚的元素。

## 二 消费民间文化成为时尚行为

湘西的旅游产业主要由自然景观、人文景观、民间文化三个部分组成,而民间文化在湘西的整个旅游产业当中起到了重要的作用,是吸引游客的重要因素。这些少数民族民间文化极其丰富,涉及民间文学、音乐、舞蹈、戏剧、手工技艺、杂技与竞技、民俗等方面。如土家族摆手舞、毛古斯、打溜子、织锦技艺、苗族银饰、鼓舞、辰河高腔目连戏等等。这些民族民间文化大部分已经成为国家级、省级、州级非物质文化遗产,而且湘西目前是湖南省内非物质文化遗产最多的地区。随着旅游业的发展,政府、企业都把目光投向这些民间文化,都在探讨如何在保护这些文化的基础上将其产业化,变成生产力,推动地方经济的发展。众多非物质文化遗产以文化物质产品、文化精神产品的形式呈现在市场上、舞台上,大放异彩,产生了巨大的经济效益。以苗寨德夯风景区为例,有文化节目摆手舞、篝火晚会、打苗鼓、唱苗歌、上刀梯、抢狮、喝拦门酒等30余项,这些节目很多是非物质文化遗产项目。游客到德夯旅游既能欣赏到这里奇特的山水、瀑布、苗寨等自然景观,并且能参与到这些节目当中去。比如摆手舞,游客与演员一起手拉手,围着火红的篝火,唱唱跳跳,其乐融融;再比如“赶边边场”,游客可以和演员对唱情歌,在欢快与兴奋中体验少数民族恋爱的方式,这些文化节目让广大游客耳目一新,记忆深刻。除了这些精神上的享受外,景区还提供琳琅满目的少数民族特色工艺品,比如银饰品、土布、

草鞋、背篓等等。这些都是湘西特有的东西,是民间文化的结晶。再以古镇凤凰为例,这里吊脚楼林立,民间工艺品极其丰富,民间特色食品让游客大饱眼福和口福。很多游客穿戴上购买的民族服装和装饰品,外国游客更是如此,他们脱掉了牛仔衣服,换上了漂亮的民族服装,那副得意的形态让人忍俊不禁。众多的信息显示,湘西的民间文化成为时尚消费产业即旅游业的主体,使得民间文化成为时尚行为。

## 三 民间文化具有时尚特征

迄今为止,工业文明是最富活力和创造性的文明。工业文明是人类文明重要的历史阶段,它为社会进步注入了强劲动力,但是工业为人们带来的价值已超越了人类最初的想象。譬如衣服的材料、款式和流行趋势令人目不暇接,饮食的发展更加科学化、快速化、多元化;交通工具的便捷极大的缩短了人与人之间的距离,加强了世界各地之间的联系,扩大了人们的活动范围,加速了信息传递,提高了生产和运输的效率,有利于各地经济的发展,促进了文化的交流和传播,加快了生活的节奏……工业文明在丰富我们物质生活的同时,也极大的丰富了我们的精神生活。读书看报、看电视、上网、听广播、听音乐、看电影、看体育比赛、唱卡拉OK、打保龄球等,许多高级体育、娱乐设施进入普通家庭;尤其信息技术的高度发达和高速发展为人们的学习和精神交往创造了极大便利。

民间文化是农耕文明的产物。如今在工业文明的打造下,文化产业已成为全球化消费社会背景中发展起来的一门新兴产业,被公认为“21世纪全球经济一体化时代的‘朝阳产业’或‘黄金产业’”。湘西拥有丰富的民间文化,这是文化产业的重要资源,特别是在旅游产业兴起后,众多的民间文化被现代工业文明开发出来,变成能够消费、能够转化成经济效益的物质产品和精神粮食,并借助现代媒介以影像、音像等形式广为传播。以湘西银饰为例,在工业文明的开发下,从原来的纯手工作坊中走出来,进行了工业批量生产,无论是品种、花样、数量都得到提高,产品远销国内外。湘西民族服装在现代工业的打造下,进行了机器与手工联合生产,其款式、花色、质地等得到改进,受到广大消费者的喜欢,被中外游客收藏。以湘西民间文化为脚本的文化节目如毛古斯舞蹈,2008年亮相奥运开幕式前的文艺表演,节目定名为《土家毛古斯·欢庆》,时间2分半分钟左右,被众多国内外游客所关注。湘西土家族毛古斯舞入选了我国公布的第一批国家级非物质文化遗产名录,是最古老的舞蹈,中外专家称“是中国民族舞蹈的最远源头”。它产生于土家族祭祀仪式中,主角是浑身长毛的打猎

人。这是一种具有人物对白的简单故事情节和一定的表演程式的原始戏剧舞蹈。此外,众多的民间舞蹈被包装成舞台节目,成为各旅游景点的重要文化节目,不仅受到广大游客的喜欢,而且部分舞蹈被爱好者录制后加以研究和学习。工业文明甚至把土家族传统“哭嫁”仪式也上升到艺术高度,以节目的形式供游客消费。工业文明的介入让沉睡的静态文化活跃了,让封闭的文化开放了,让民间文化走向了世界,也让民间文化具有了时尚的特征。

#### 四 民间文化成为新型时尚资本

现代思想大师布尔迪厄认为:“资本可以表现为三种基本的形态:经济资本,这种资本可以直接转换成金钱,它是以财产权的形式被制度化的;文化资本,这种资本在某些条件下能转换成经济资本,它是以教育的形式被制度化的;社会资本,它是以社会义务(联系)组成的,这种资本在一定条件下可以转换成经济资本,它是以某种高贵头衔的形式被制度化的。”何为文化资本呢?布尔迪厄认为,通常以三种状态存在:具体的状态,表现为精神和身体的持久“性情”;客观的状态,表现为文化商品(图片、书籍、辞典、工具、机器等),这些商品是理论留下的痕迹或理论的具体体现;体制的状态,是一种客观存在,这一存在必须被区别对待,因为这种形式赋予文化资本一种完全原始性的财产,而文化资本正是受到这笔财产的庇护。<sup>[4]</sup>文化资本的积累集中体现在我们所称的文化、教育、修养之中。这一过程因为包含了各个时期劳动力的变化,所以极费时间,而且必须由投资者亲历亲为,就像肌肉发达的体格或被太阳晒黑的皮肤,不能通过他人的锻炼来获得那样。

民间文化在某些条件下能转换成经济资本的文化资本新形态,它正以自己独特的价值在各种文化中突显。特别是在全球化的背景下,差异文化在文化中的地位越来越高,只有民族差异文化才能凸显民族的存在。湘西少数民族文化一方面以自己的特征显示了民族的存在,一方面以自己的文化优越性体现自己的力量。因此,在文化产业开发中,民间文化逐渐成为最有竞争力和吸引力的文化资源,它已经成为文化资本争夺的场域。而在前面讲过,时尚主要体现在以下三个方面:(1)物质,即衣食住行,对物质的追随与模仿,如时装、汽车、家居装饰等;(2)行为,如健身、泡吧、蹦迪、探险、化妆美容等;(3)观念,如审美风尚、国学热、新词语等情感或思维模式。湘西的民间文化正好涉及到时尚所包括的范围,并以其自我的合理性和优越性展示给广大时尚消费者,在多种文化力量的动态博弈中被

游客吸收,并运用符号拼贴、挪用和复制等当代大众文化的文本生产方式进行修辞建构。比如,家居装饰,很多市民用湘西壁画、剪纸、染布、家具等进行房屋装修,凸显时尚气息。在穿着打扮方面同样呈现出游客对民族服饰的认同。在国内外大都市,总有很多时尚青年穿戴着湘西民族服饰,或者头包苗帕,或者披着苗族披肩,或者脖子上围着民族围巾,这些现象的确让旁边的人羡慕不已,你能说这不是时尚吗?中南民族大学服装设计学院用现代制衣理念创新民族元素设计的时尚主旋律,把各民族服饰典型、精华的要素吸纳、融会在设计中,再用立裁、解构、搭配等现代时装设计制作理念来创新设计时装,在国内时装设计行业引起轰动。此外,有越来越多的西方高级时装设计师从古老的东方少数民族服饰当中汲取灵感与方法。例如随着近代女装型制的不断简化,造型过于夸张和层次过于丰满的立体造型装饰遭到了淘汰,而贴近服装结构本身的东方平面装饰手法似乎更易于将人们从累赘的服饰羁绊中解脱出来。于是,不仅中国少数民族图案被屡屡借鉴,与之相匹配的民族服饰常用的装饰技艺(例如蜡染、扎染)也都曾经出现在高级时装上面。<sup>[5]</sup>民间文化已经成为时尚文化的资本。

民间文化在现代工业文明的打造下,在文化产业、旅游产业中大放异彩,展现了民族文化的魅力,在多种文化力量的动态博弈中,逐渐成为时尚,成为现代社会人们生活中新的时尚消费走向。这既是文化发展的新形态,也是对“时尚”这一热门话题的新解。

#### 参考文献:

- [1] 中国非物质文化遗产网. 湘西民间文化[EB/OL]. (2008-07-20)[2010-08-13] <http://www.ihchina.cn/main.jsp>.
- [2] 刘凤凌,褚冬竹. 重建“城市文化资本”——历史风貌街区“时尚化”趋势及发展策略初探[J]. 中外建筑, 2010(3).
- [3] 齐奥尔格·齐美尔. 时尚的哲学[M]. 中国社会科学出版社, 2003: 243.
- [4] 马惠娣. 理解文化资本[N]. 浙江日报, 2006-01-23.
- [5] 邹游. 中国传统民族服饰与西方高级时装的关联性初探[EB/OL]. (2008-12-17)[2010-10-22] <http://www.ceta.com.cn/webceta/NewsDetail.aspx?ArcileD=4598>.

责任编辑:李珂