

# 由《花样年华》谈旗袍

■袁大鹏 王丽萍(东北电力大学艺术学院,吉林 吉林 132012)

**[摘要]**《花样年华》采用20世纪60年代的旗袍作为电影道具,最具东方神韵的旗袍再次被推到时装前沿。旗袍的独特裁剪方式、精美面料设计和深厚文化底蕴,注定它的魅力无穷。旗袍的本质是文化的外在表现,而这种文化的表达是由设计来实现的,可以说设计是旗袍发展的本质。

**[关键词]** 历史进程;旗袍;发展出路

电影《花样年华》展现的不仅是电影的艺术,也体现出了古典韵致、旗袍的艺术。无论是龙的故乡,还是时尚炫目的时装前沿,旗袍总是在不经意的瞬间,谱写出一曲独特而又神秘的乐章。旗袍在世界其他国家的感受里,是最能体现中国女子美感的,这时的旗袍应该说是一种文化的服装包装了。因此,要探明一种服装的发展出路,首先要了解其发展历程。

## 一、由电影历史探寻旗袍的历史进程

从中国第一部有声电影开始,中国电影的制作技术逐渐获得发展。2000年上映的王家卫的电影《花样年华》,无处不充斥着无法抗拒而又绚丽无比的东方神韵,旗袍无疑是一个亮点。旗袍这种服饰带有的独特神韵,在电影的烘托下,让女人更富有魅力。

旗袍是指旗人所穿的长袍,不过只有八旗妇女日常所穿的长袍才与后世的旗袍有着密切的关系。其基本样式是:立领,右大襟,宽腰,长袖,上下直线剪裁,下摆宽大,不开叉,此时女性身体曲线不外露。

中国与电影发明无缘,中国电影的发展是从放映开始的。在清光绪年间,卢米尔兄弟开始放映电影。就是这样,中国也开始了电影的放映,西方国家的影片几乎垄断中国市场,早期电影与戏曲艺术相结合,艰难地发展。但此时旗袍已经发展到一定程度,风格出现奢华的滚边和装饰。在清朝的后期,满洲女子所穿的长袍,衣身较为宽博,造型和线条平直硬朗,衣长直至脚踝。袍身上多绣以各种类型的花纹。到咸丰和同治年间,镶边和滚边工艺已经达到高峰。此时,满洲女子的服装饰风格极尽繁琐和奢华。但这一时期,有许多汉人在居家时还采用一直延续了千年的上衣下裳的服饰形制,于是,我们可以从历史资料中看到一些旗人,在穿袍装时,在外面也会搭配汉人的服饰进行穿着。这一时期,满装与汉装的碰撞,可以从历史剧《康熙王朝》找到这种碰撞。

辛亥革命前后是中国电影的草创时期,这时的电影多是革命和战争题材。而同样的辛亥革命,为西方服装进入中国,并在中国的流行,消除了障碍,同时也消除了服饰上的等级桎梏,使得中国的袍服受到西方裁剪的影响。这一时期的服饰趋向于简洁,色调力求淡雅,注重体现女性的自然之美。这种淡雅风格的旗袍样式总让笔者想起《花

样年华》中张曼玉倚墙读报的那件竖条纹的旗袍,淡雅、悠然。只是,辛亥革命时期,并不重视旗袍的“曲线之美”。

20世纪二三十年代,中国电影进入商业阶段,许多人开始重视电影的商业价值。当时中国出现了第一位影后——张织云。她身着旗袍的照片在现在看来依然如此打动人。同时,世界各地频繁发生战争,受战争的影响,西方的文化进入中国,体现在旗袍上就是:衣袖由原来的长袖逐渐变短,甚至到肩,变成无袖。衣长都在膝下,最长直到脚跟。但是最大的变化要数剪裁,这一时期依据腰身曲线进行裁剪,下摆窄。这时开叉也出现了,左右开衩到膝部。这样,旗袍出现了它的独特、优雅的“曲线美”。《花样年华》中旗袍的美丽很大程度上依附于张曼玉的气质,使得旗袍的“曲线美”并没有让电影以及电影人物变得俗气。

20世纪30年代以后,电影的民族化异常明显,许多反映抗日救国的影片备受欢迎,鼓舞人们继续战斗。当时许多的剧照可以看到旗袍的变化,旗袍取消高领和大襟,并在襟领的设计上有许多的创新设计,但最大的变化是旗袍的开衩提高到膝以上的臀部。从此,在社交场合和晚会的典礼仪式上,可以看到这种旗袍的广泛运用。

旗袍从清朝的基本样式发展到现在,经历了许多的变化与创新,无论是2000年的《花样年华》,还是2007年的《色·戒》,旗袍在电影中的完美演绎,将使旗袍在经历厚重的历史发展后,焕发出更加夺目的光芒。

## 二、透过电影《花样年华》看旗袍

以前读过一本书,作者把看王家卫的电影、读张爱玲的小说和品纳兰容若的词称为新时期的小资情调,我在这里暂且不讨论所谓的小资情调,只是从这三部分内容就可以看出,王家卫的电影在电影业中的地位。

《花样年华》被称为一部怀旧的感情经典剧作,这部影片在表达上具有东方人特有的独特风格,情感的表达具有“犹抱琵琶半遮面”的细腻和含蓄。“如果多一张船票,你会不会和我一起走?”的无奈与期盼,委婉摇曳的旗袍,暖灰色昏黄的路灯,淅淅沥沥的雨声,欲说还休的肢体语言,肆意流淌的舒缓音乐,这是《花样年华》最初留给笔者的印象。不仅如此,《花样年华》的富有内涵演员的表演,王

家卫对电影的独特处理方式以及摄影师对画面的驾驭水平,使得这部影片有许多的看点。此外,影片中光线的明暗和不断变换的服饰也是烘托整部影片主题思想的主要元素之一。在《花样年华》中,导演王家卫把许多的画面都拍得很暗淡,烘托出六七十年代香港人的情感世界与社会现实的矛盾冲击,营造出一种伤感、压抑的情感氛围,以此更好地感染了欣赏者。《花样年华》中的灯光永远是幽暗的,有着淡淡的忧郁气质。《花样年华》中的音乐永远是低婉的、舒缓的,有着一一种优雅的凄美感觉。而夜色中的淅淅沥沥的雨则有着一种欲说还休的意味。这些塑造影片效果的手段,使得《花样年华》以独特的画面美感冲击着人们的视觉,触及人内心的深层情怀。影片中的场景营造更是不容忽视,有灰暗的上海旧阁楼,有些古老的车,暗旧的弄堂口,潮湿的弄堂小道,这样的怀旧气氛为人物的心理刻画作了很好的情节铺垫,我们在影片中看到的许多场景和道具,都能触动人的心灵,这样的场景设计似乎成为王家卫电影独特的风景。

无论是电影的制作还是服装的设计,它们都是为人而存在、而设计的。在《花样年华》中的旗袍都是为了更好地刻画陈太太这一角色而设计的,但同时这些旗袍又是通过张曼玉的特殊气质表现出来的。换个演员也许可以演出这个角色,但可以肯定的是,那样就没有张曼玉穿得那么出彩和夺目。在幽暗的灯光下,张曼玉不断地变换着旗袍的颜色和款式,似乎每一次的变换都诉说着每一次不同的心境。加上导演设计的独特灯光,使故事在委婉、含蓄的氛围中慢慢向前发展。穿旗袍的女子永远是最为绚丽、最有气质内蕴的,它婉约而又充满魅惑,古典当中又内蕴着性感。《花样年华》采用旗袍作为电影服装,而以张曼玉的旗袍最为夺目。似乎只有身材高挑、气质高雅的张曼玉才能驾驭那些珍贵的旗袍。立领的,镶花边的,暗灰色的,大花图案的,各种粗细条格的,甚至只是灰色暗格的旗袍,她都能穿出韵致。她与旗袍的绝妙结合散发出成熟的内蕴,凄婉优雅的独特气质,更好地烘托了影片的含蓄、唯美的情调。在影片中,主人公苏丽珍的旗袍随着故事情节的发展不断地变换着,旗袍的颜色被赋予感情的色彩。当搬家或上班时,通常用白色加黑色、白色加蓝色和淡黄色加白色搭配的旗袍。当她去见男主人公时,却是一反常态的红色旗袍,与以前的暗色旗袍形成鲜明的对比,从侧面刻画出每一时刻的不同心情。旗袍精美的图案、颜色与周围环境的相互映照、对比,成为揭示主旨的一大手段。

先进、时尚的电影制作技术,王家卫独特的审美视角与旗袍的含蓄之美在《花样年华》中达到了最完美的结合,这也许就是电影与服装结合的魅力所在。

### 三、由电影效应看旗袍的发展前景

《花样年华》电影的成功,引起旗袍的再度被关注,这就是电影效应对服装发展的促进作用。自从有了电影,服装流行与电影似乎就有了密不可分的联系。无论是奥黛丽·赫本还是玛丽莲·梦露,她们影片的流行,她们个人的独特魅力与她们的服饰所引起的流行是互为促进的。就像西方许多服装设计因为一部电影的侧面宣传而声名鹊起一样,从这个层面上讲,服装消费无疑是一种文化的消费,

现如今人们的消费水平和学识、阅历水平不断的提高,人们在购买服装时,越来越多的的是购买服装所赋予的文化内涵以及品牌文化。着眼于未来的服装品牌设计,必须以专业化的创新设计水平加上细致化的服务质量再加上深层次的文化内涵,三者相互结合,共同推动服装企业的发展。这三者其实都是为最终的“品牌战略”服务的,企业要求发展必须重视服装品牌的经营。而品牌的经营必须要以文化内涵为基础,以服装设计为主体,以此对产品进行设计,来推动服装产业及相关行业的发展。

而现在的中国服装市场到处可见粗制滥造的产品,许多的国产服装品牌商家甚至不惜把自己辛苦经营的品牌转售。相对于中国的这样一个市场,国外的许多服装厂商和设计师对品牌和设计的重视可见一斑。对于企业来说,对设计和品牌的投入将获得丰厚的回报。谈到这里,必然面对这样一个问题:设计者的设计重要还是市场需求重要。对这个问题的认识因所处的立场不同而不同,但笔者认为两者都重要,不分彼此,但设计在结合市场需求的前提下,要多少高于市场当前的需求。《花样年华》中张曼玉不断变换着的旗袍,无疑是给旗袍产业作了一种高层次、深意味的艺术营销。在产品生产出来以后再去宣传营销,显然不适合市场经济快速发展的规律。我们需确定目标市场也就是充分认识顾客的消费水平、艺术水平、欣赏层次再进行设计制作。但这些设计制作必须是高于目标群体的艺术水平、需求水平,起到引领时尚、彰显时尚的作用,这样设计才会层出不穷,也才能永远处于时尚的最前沿。也就是说企业要用最快的时间,设计出最时尚的东西,然后以一个合适的价格快速卖出,这就是许多企业应该考虑的问题,而不是把品牌转售。不只是旗袍,中国现在的服装行业的发展出路也在于此。

丹麦未来学家《梦想社会》的作者罗夫·钱森有着这样一种观点:人类进入一个以故事为主导的年代,我们购物事实上是在产品内寻找故事、感情还有关怀,我们实际是在购买感情。我们进行设计,就要把自己的感情放进设计里,用设计的语言把感情表达出来,赋予旗袍新颖、唯美、时尚、委婉的感觉,这既是设计者的职责,也是设计走向市场、走向人们心里的必要途径。

中国传统文化的发展,在不断告诉我们“越是传统的,越是现代的”的道理所在。文化不会永远停留在一个时期,它要不断向前发展的。有了设计与电影艺术营销的结合,相信旗袍乃至中国的服装产业在经历了历史的发展和变迁后,会拥有一个焕然一新的现在和未来。

### 【参考文献】

- [1] 黑玛雅.时尚的52个难题[M].深圳:海天出版社,2006.
- [2] 袁杰英.中国旗袍[M].北京:中国纺织出版社,2000.
- [3] 中国电影图史编辑委员会.中国电影图史[M].北京:中国传媒大学出版社,2007.

【作者简介】袁大鹏(1972—),男,吉林省吉林人,东北电力大学艺术学院教授,硕士研究生导师,主要研究方向:高级服装设计;王丽萍(1986—),女,吉林省吉林人,东北电力大学艺术学院在读硕士研究生,主要研究方向:高级服装设计。