

论中式服装的视觉传播方式 ——以旗袍服饰为例

覃清华

(南宁职业技术学院 艺术工程学院, 广西 南宁 530008)

[摘要]通过影视服饰、社会礼仪活动、名人交际、网络传媒以及设计师传播等途径,了解和探讨中式服装文化的视觉传播方式,促进中式服装文化传播。中式服装视觉传播及其方式弘扬了中国的民族精神,多种传播方式让以旗袍为代表的中式服装能深入人心,成为人们的日常生活服饰。

[关键词]中式服装;旗袍;视觉;传播;民族服饰

[中图分类号]TS94 **[文献标识码]**A **[文章编号]**1009-3621(2016)06-0024-03

中国素有“衣冠王国”的美誉,而最具代表性的服装就是旗袍。它是中华民族服饰文化的瑰宝,体现了自然和谐和内敛含蓄之美。旗袍是中式服装的一个典型的存在,所以中式服装也能通过旗袍的视觉传播方式发扬光大。

一、作为视觉传播的中式服装

近些年来,时装表演、选美竞赛风起云涌,模特穿着中式服装进行T台秀的演绎,使得中式服装越来越受大众和设计师的关注。虽然当今全球性服装流行的周期比较短暂,但中式服装仍然以强大的生命力存在着。而旗袍不断融合时代精神文化,促进新的改良。随着现代文明的发展,各民族现代服装的发展趋势也在被国际服装的流行趋势融合和同化。现代中式服装很多是各民族服装以兼容并蓄态势发展,既吸收和渗透着外来文化的精华,又保留本民族的传统特色,以流行时尚趋势为目标,提炼共同的焦点元素^①。

现代科技的快速发展,使中国服装面临着一个又一个发展方向的选题。旗袍服饰在百年前走出宫

门,随着时间的流走,旗袍服饰的市场也几经周折,传统正式的旗袍款式已缩小了市场,“改良式”旗袍日渐升温^②。由于国人热爱民族文化,钟情于民族服饰,所以旗袍依然具有强大的吸引力,一直存在着、流动着、前进着,不断得到时代精神的同化,不断促进新的改良。

二、中式服装的视觉传播方式

(一) 影视服装

演员、主持人的着装是传播民族服饰文化最有效的途径之一。20世纪,随着电视剧、电影文化的推广,人们对明星的崇拜,交谊舞会等社交活动的开展,报纸、杂志上时装专栏的推波助澜等等因素,加上流行趋势的发展变化和影视明星的加盟演绎,使得旗袍流行起来,一度走向辉煌。张曼玉是带领旗袍服饰走向一个高峰的主要代表人物。在电影《花样年华》中,张曼玉扮演的女主角生活在20世纪60年代,在片中她从头到尾都身着旗袍亮相,电影上映后,在国内外都刮起了阵阵中式风,旗袍流行了起来。引发了很多女性观众对旗袍的向

[收稿日期] 2016-09-10

[网络出版] <http://www.cnki.net/kcms/detail/45.1268.C.20161202.1638.014.html>

[作者简介] 覃清华(1987-),女,广西来宾人,南宁职业技术学院艺术工程学院助教,艺术设计硕士,主要从事服装设计与传统民族元素时尚化产业研究。

往。从此，旗袍不但成为了女性的日常生活的服装，成为民族风尚，许多公众人物，歌星、影星在重大的国际社交场合身着的社交礼服都是选择旗袍，从而旗袍服饰成为国际服装舞台上一道独特而又亮丽的风景，对旗袍的推广起到了推波助澜的作用^[9]。张曼玉身着旗袍服饰的那种东方美，东方的神韵，令人叹为观止，在这旗袍已经超脱了一般意义上的服装，而成为一种美的象征（图1）。



图1 《花样年华》中张曼玉身着的旗袍

春节联欢晚会的影响力大，春节联欢晚会主持人的服装每年都会展示独特的中式服装魅力，借以体现节日的气息与节日的习俗，传播中国的传统民族文化，将中国的民俗和民族情怀抒发^[10]。中式服装也很好地体现了东方民族的体态和特征（图2）。



图2 春节联欢晚会主持人董卿身着旗袍

（二）礼仪活动

中国女性大多选择旗袍作为礼仪活动的代表着装，已成为习俗。旗袍不但符合东方人的体态外貌，而且凸显中国的民族特色^[11]。在不同的节日，礼仪们所穿着的旗袍，便是一种形象的象征。2008年的北京奥运会，礼仪们穿着优雅的旗袍，在这样的一个世界性的活动中，中国的旗袍服饰也在向世界

传播自己，宣扬自己的风貌，弘扬中国的服饰文化精髓（图3）。



图3 2008年奥运礼仪所穿着的中式服装——旗袍

（三）社交活动

中国的女官员选择标致的中式服装——旗袍出席重要场合。委婉动人的旗袍，可以将不同年龄、不同体型、不同性格的女性，统一融汇在一种亲适、恬淡、平和的审美氛围之中。旗袍的款式以合体为主，将民族精神蕴涵深入到结构之中，正是这种意念的体现，展现了中国女性特有的气质，同时也在无形之中向世界传播了中式服装^[12]。

主要的代表人物是彭丽媛，她在出访他国，参与各类会议、庆典、招待仪式，接见赴宴时，优雅的旗袍总是其最出众的服饰，成为世人瞩目的焦点，这样的方式，更能将中国的符号——旗袍服饰传播到世界各地。彭丽媛的旗袍服饰向世界展示了中国服饰的美，同时也展现了中国传统民族文化的美（图4）。



图4 彭丽媛出访国外身着的服装——旗袍

（四）网络传媒

网络时代的生活方式影响着人们，博客、微博、微信公共账号、论坛、网络媒体、APP、淘宝等多种新媒体形式是目前中式服装进入人们生活中重要的传播媒介，也成为人们最为直接受到中式服装文化洗礼的一种方式。这些软媒体多方式的推广，能使

中式服装呈网状覆盖在任何时候,任何地方,而且不断扩大,吸引更多的人关注、热爱和宣传中式服装的美。网络传媒的宣传力度为中式服装赢得了“粉丝”的互动,人们能在移动端查看与接收中式服装的相关信息,从而使得中式服装的文化更加深入人心。

(五)设计师对中式服装的传播

随着民族元素越来越受到设计师青睐,中国传统民族元素更备受关注。特别是中式服装成为服装设计大师们钟爱的对象,国际上许多知名服装设计师都不同程度地利用了中国传统旗袍作为创作素材,使旗袍这一古老的中国服饰如明珠一般更为璀璨耀目。法国著名设计大师皮尔卡丹曾说过:在我的晚装设计中,很大一部分作品的灵感来自中国的旗袍。我们所见到的卡丹的时装作品,大多是在保留旗袍特色的基础上,运用夸张手法,在胸腰背以及下摆部位进行设计,将中西方文化融为一体。国内外设计师对中式元素的运用,为中式服装做了一场场视觉盛宴的传播。所以设计师的设计对中式服装的传播影响也起着重要作用(图5)。

综上所述,通过视觉传播的多种方式,可以预见中式服装的前景无限美好,特别是拥有“国服”美誉的旗袍,将会引领世界服装发展趋势。旗袍之所以能代表中式服装,主要在于它在保持中国传统文化内涵的同时,大量吸收了西方服饰文化的思想观念,不同文化的兼容和重塑,使不同文化之间彼此吸收借鉴,使得中式服装在传播进程中融合演变,



图5 设计师改良过的旗袍

实现其传播的视觉增值效应,进而发展成东西合璧的现代中式服装。同时将中国的民族文化和民族精神表现得淋漓尽致。从而,使人们将中式服装文化精髓由身体,到心里都能融入生活中,这是中式服装未来发展最有价值的文化体现。

[参考文献]

- [1]袁杰英.中国历代服饰史[M].北京:高等教育出版社,1994:18.
- [2]袁杰英.中国旗袍[M].北京:中国纺织出版社,2002:1.
- [3]盛羽.旗袍的历史演变及社会价值初探[J].宁波大学学报(人文社会科学版),2003,(3):92-95.
- [4]刘育红,姚海燕.论旗袍中体现出来的中国文化底蕴[J].包装工程,2002,(23):43-44.
- [5][美]帕特里克·费兰克.视觉艺术原理[M].陈蕾,俞钰译.上海:上海人民美术出版社,2008:2.
- [6]覃清华,张文辉.现代中式服装的设计思维[J].商场现代化,2013,(2):82-83.

[责任编辑:蓝洁]

On Visual Communication Modes for Chinese-Style Fashion: A Case Study of Chinese Cheongsam

QIN Qing-hua

(School of Arts, Nanning College for Vocational Technology, Nanning 530008, China)

[Abstract] Visual communication mode for Chinese-style fashion culture is understood and discussed via movie and television dress, social etiquette activities, celebrity communications, network media and designers propagations, and thus Chinese-style fashion culture is spread. The visual communication of Chinese-style fashion, along with the visual communication modes carries forwards Chinese national spirits. The diversified communication modes make Chinese cheongsam-represented Chinese-style fashion culture close to the heart of the people.

[Key words] Chinese-style fashion; Chinese cheongsam; vision; national dress