

文章编号:1003-9104(2010)07-0108-03

# 伊人浅笑捋仙袂<sup>\*</sup>

## ——试析民国时期月份牌旗袍美女浅吟的“女性主义”思绪

黄向群,陈晨

(金陵科技学院 艺术学院,江苏 南京 211169)

**摘要:**在擦笔水彩绘画技术的支撑下,女性主体意识觉醒的艰辛历程,被包饰于灵动美丽的旗袍中,铭刻在民国早、中期的月份牌上,为中西文化冲突与融合的时代拓展出瑰丽的新视界。

**关键词:**民国月份牌;旗袍美女;女性主义;雏形

中图分类号:TS941.12

文献标识码:A

The Beauty Smiling Touched the Edge of the Sleeves: The Discussion About the Beauty Wearing the Cheongsam in the Calendar Conveying the Feminism

HUANG Xiang-qun, CHEN Chen

19世纪中叶首次在上海崭露头角的月份牌,记载了中国传统年画与近现代商品营销策划有机结合的时代历程,是国门被迫打开后西风流播烙下的时代印记。从中国民间风土人情到旗袍美女闪亮登场,由传统质朴的单线平涂与工笔相混转而为细腻逼真的擦笔淡彩,题材与表现手法的双重置换,更是在那个思潮澎湃、战事纷飞的时代晕染了靡丽的霓裳。

### 一、月份牌旗袍变装史折射“女性主义”倩影

女性主义是在第一次妇女解放运动的奠基中,是逐渐成长起来的一种社会意识形态。从某种程度上说,女性主义身为后现代文化思潮的组成部分之一,承担着重整性别结构,廓清女性视角的重任,是对女“权”主义的温柔描述。作为中西融合的新生事物——月份牌上集中展现的新式旗袍,似乎也在悄然离析藏掖千年的女性主体意识。

#### 1. 沦为“道德衣裳”的传统旗袍

原为满清旗人装束的旗袍,是后金游牧民族政权在农耕文明躯壳上披挂的浓烈锦缎,其基于平面裁剪形成的直筒宽

大阔形、标榜官爵等级的色彩与纹样,以及延续汉儒文化传统,以阴阳尊卑社会伦理关系为纲要,形成的男女有别的服饰形制(图1),均整齐划一地统合在“物以载道”及“身体需合乎天道”的造物艺术观与形而上学的道德论调中。《古今图书集成·礼仪典》有言:“乾天在

上,衣象,衣上闔而圆,有阳奇象。坤地在下,裳象,裳下两股,有阴偶象。上衣下裳,不可颠倒,使人知尊卑上下,不可乱,则民志定,天下治矣。”而《女诫》中“阴阳殊性,男女异行。阳以纲为德,阴以柔为用;男以强为贵,女以弱为美”的训诫,则成



图1

\* 作者简介:黄向群(1968- ),男,汉,浙江平阳人,金陵科技学院艺术学院副教授。研究方向:服装设计及艺术创作。

就了男女着装在色彩、形制与纹样上需有等差的思想基础。

## 2. 旗袍装束的微妙变化与艰辛的女性主体意识觉醒之路

明清鼎革，异族侵权，为求长治久安，女真统治者在部分向汉儒文化妥协的同时，在服饰改革方面也对当时的社会边缘群体——女性放宽权限，所谓“男从女不从”的着装政令，便在无形之中为日后女装旗袍融合中西大行改制奠定了政治条件。

此外，兴起于西方 19 世纪末，并伴随西风东渐潮流国内通商口岸的第一次妇女解放运动，不仅是一场轰轰烈烈的维权斗争，更重要的是，在争取权益、倡导独立自主的行为中，女性第一次获得了身份认同，第一次认清了在两性关系中不可或缺的性别价值。而当这种迥异于中国传统性别观的先锋思想，伴随殖民文化的潜入与新文化运动的开展，直逼通商口岸城市时，在当时的上流知识女性当中引起的轩然大波是可想而知的。女性对服装的敏感天性便率先驱使她们正视服装背后充满魅惑的冰肌玉骨，以及千古传唱的杨柳蛮腰，并困惑于如此灵性的造物缘何成为封建社会伦理道德的承载物，成了只为男人意淫自己却倍觉羞耻的阴私。如此，上衣下裳、宽袍长袖的传统服制开始面临被改革的命运。

首先，悖逆乾上坤下不可颠倒的性别尊卑影射，将上衣下裳连为一体，形成的连衣袍装不但穿着方便，而且对体形的展露更为大胆。其次，降低高托脸庞的元宝领为立领甚至无领，从而使女性的头颈不受领口的束缚而能转动自如。继而缩短袖长而为肘上下的倒大袖、装袖，使纤纤玉臂更显风情万种。



图 2



图 3

最后提高袍裾至膝盖上下，尽展天足的自然与大气。除此以外，借鉴西方立体裁剪，在原先平整的衣装上作出胸省与腰省，女性前凸后翘的妖娆体态由此扑朔迷离。

改装旗袍首先流行于上层社会在社交圈游走的知识女性，她们往往是最先接触西式先进文明和时尚小资生活方式的群体，进而上行下效成为 20 世纪 20、30 年代风靡的全民女装。然而，“合乎天道”的身体应秉持衣服架子职责的陈旧意识，并未因短暂的妇女解放运动而溃散，譬如袍裾下拉至覆脚还是上提高过膝盖、下摆开岔与否以及开岔到何限度、传统襻花扣在拉链引进以后是否留存等争执，均在近代旗袍改装史上营筑了绮丽的景观（图 2、3），抒写了女性主体意识觉醒后敢于彰显自我却因受制于道统时的妥协与折衷。除此以外，这期间军阀政变及世界大战又以备战的名义，迫使民国新装在腐蚀的封建泥潭中求生的过程倍加艰辛，终至改制旗袍于四十年代以后盛极而衰。月份牌旗袍美女虽作为广告宣传载体而黔首含笑，但在客观上却铭记了当时世风民情的变迁与服饰兴衰的世态炎凉。

## 二、情色广告的肇始与旗袍美女的抗争

### 1. 男性审美群体推动民国眼球经济

由于月份牌是中国传统年画与商品营销广告的合体，其中不乏为香烟与啤酒做广告代言的旗袍美女。如为“政府牌”香烟代言的美女，着立领无袖旗袍，衣装右衽并用襻扣，黑蓝相间棋盘格纹样，似为绸缎面料，正手执香烟淡看画外（图 4）。另一为“上海啤酒”代言的美女，正轻依藤椅扶手上，着一身大花旗袍，似为立领与过肘连身袖，托首含笑地看着买主（图 5）。为“门哈德”香烟代言的美女，穿倒大袖外套马甲的早期改制旗袍，蓝条镶边袖口衬得玉臂似雪类冰，晚清民国潮流发式下的樱桃口正叼着香烟频送秋波（图 6）。

众所周知，香烟啤酒为男士的钟爱，当然不排除西风拂面下的女性因追求无性差的男女平等而模仿吸烟喝酒，但是男士身为烟酒的最大买家可谓毋庸置疑，那么，月份牌上的美女普遍穿着收腰旗袍，微翘纤纤玉指，含情脉脉地为男士消费品做形象代言，显然隐喻了西风东渐的另一种文化现象，即通过性感美女诱惑消费者预购从速的所谓眼球经济，实则是以男性的视角将女性作为感官享受的对象，进而功利性地将她们推向销售卖点，成就一笔生意。女性在这种商业营销策略中无疑成为毫无深度的视觉享乐工具。这显然是打着为女性解禁的幌子行伤害女性尊严之实的商业骗局。然，这一原出西方的商品营销方式也在中西文化融合的过程中，为中方照单全收，成为中国广告视觉传达情色化的鼻祖。



图4



图5



图6



图7

## 2、女性以开放的性情展示对抗商业卖点的身份定位

女性因其绵薄之力无从直接抗击强大的商业策划攻势，然而，一方面，她们在旗袍的变装过程中开始有意欣赏自己的身体，力图摒弃封建伦理道德，决然地从衣装的背景走向前台，成了主宰服饰的主体而非道德衣裳的附庸；另一方面，月份牌中众多旗袍美女阳光的姿态与时尚、开放的新生活方式，



图8



图9

也传达了受新风感染的女性以其特立独行的生活态度对抗商业卖点之身份定位的决心。

如“天鹅牌”香烟代言的美女，虽未着旗袍装束，但其一脚跨自行车一脚蹬地，面首昂扬的自信之态昭然若揭，与封建社会俯首遮面深居闺阁的小家碧玉大相径庭（图7）。为“小金鼠”香烟代言的美女，身着无袖蓝白相间条纹旗袍，外饰黄色花领披风，眼神果敢坚毅，在尽显婀娜多姿的同时不乏英姿飒爽之气（图8）。其他诸如旗袍美女结伴游园图（图9）、旗袍美女试练高尔夫图、旗袍美女环球飞行图（图10）等，都于

商品代言的同时不失时机地展示了新时代女性独立、开放的生活状态，以及追求个性自我的迷人性情。



图10

## 三、结语

在西风东渐的时代浪潮中，沿海通商口岸的知识女性的主体意识逐渐觉醒，虽在以眼球经济为核心的源自西方的商品营销策略中，她们的身份与尊严遭受了男性主体价值观的玩弄，但是，晚清民国的女性借助相对宽松的着装政令，以改制旗袍切入，以自信开朗的笑容、以悖逆传统的生活态度落脚于当时的月份牌中，拧结出自我审美、摒弃性别等差、追求独立开放性别世界的“女性主义”思潮。

虽然，在道统毒瘤仍在化脓蔓延的父权社会，女性争取性别权利倡导新式生活的呼号犹如轻吟，但是，相较于长久失语的传统女性而言，民国月份牌旗袍美女们毕竟为沉闷死气而日渐腐烂的男权社会吹拂了生命的春风。

（图片出处：图1出自宗凤英著《清代宫廷服饰》，紫禁城出版社，2004年版；图2出自google网站；图3—图10出自邓明、高艳编著《老月份牌年画》，上海画报出版社，2003年版）。

## 参考文献：

- [1] 阮荣春、胡光华(著). 中华民国美术史(1911-1949)[M]. 成都: 四川美术出版社, 1992.
- [2] 邓明、高艳(编著). 老月份牌年画[C]. 上海: 上海画报出版社, 2003.
- [3] 张竞琼(著). 西“服”东渐[M]. 合肥: 安徽美术出版社, 2001.
- [4] 高春明(著). 上海美术史[M]. 上海: 上海人民美术出版社, 2002.
- [5] 荒林(主编). 中国女性主义[M]. 桂林: 广西师范大学出版社, 2004.