

视觉景观构建下民族服饰文化的传承

——以黔东南苗族服饰文化研究为例

钟欢欢 陈书愿 李佳昊

贵州师范大学

[摘要]当文化仅仅变成了商品，它必定也变成景观社会的明星商品，文化将成为经济发展的主导力量。虽然科学技术的发展造成了景观操控的负面效果，但其对社会的发展和个人能力的提升有着不可磨灭的意义，对于文化的传播、发展而言更是如此。本文将在这一背景下，以景观社会为理论基础、以视觉景观的构建为思路，对黔东南苗族服饰文化的发展困境、激活路径进行分析研究。从文创的发展、服饰图案的创新、文化品牌的打造、传播渠道的拓展等多个方面提出助力于黔东南苗族服饰文化视觉景观构建的有效路径，助推黔东南苗族服饰文化的继承和发展。

[关键词]视觉景观；景观社会；黔东南苗族服饰；文化

【DOI】10.12252/j.issn.2096-627X.2021.12.244

一、黔东南苗族服饰文化的视觉景观构建机制概述

（一）视觉景观的传播机制

在大规模商业发展以及资本积累的发展背景中，客观存在“物”的真实性已然成为一种景象的存在，无论景观衍生而来的商品或者是作为商品存在的景观，都意味着“景象”已经成为中介。正如德波所表述“景观变成一种景象，当积累达到如此程度时，景观也就是资本”，具备商品属性客观的物都将面临着新的问题——如何构建其视觉景观机制并寻求新的发展路径。

黔东南苗族服饰文化形成与黔东南地区人民悠久的历史演变和长期的社会生产实践中。特定的自然环境赋予了黔东南苗族服饰文化深厚的内涵，其亦可以被称作贵州苗族物质与精神文明的融合体，是贵州苗族特有审美观念外化的结果。而作为商品存在的黔东南苗族服饰以及黔东南苗族服饰文化衍生而来的商品的景观，在“景观社会”语境中有着普遍而规律的视觉景观传播机制——从黔东南苗族服饰文化到景象再到价值。也正是由于黔东南苗族服饰文化景象的存在愈发匮乏，使其面临着传承与发展无以为继的问题。于此同时，“传承与发扬优秀传统文化”的社会命题提出，使黔东南苗族服饰文化的视觉景观构建、景象传播途径的延拓更加迫在眉睫。

（二）视觉景观的发展机制

德波认为“文化是在文化是在总体历史中的超越规划”，作为对社会生活本真的追求，优秀的传统文化潜移默化的影响着每一个人的人生观、世界观，在资本主义各种思潮源源不断与传统文化交流、碰撞的背景下，更应当坚定走入弘扬我国优秀传统文化的道路之中。寻求社会的真实、保持文化的自信，构建基于视觉景观的文化发展路径。

黔东南苗族服饰文化有着浓郁的地方特色与历史痕迹，传达着苗族人民多彩、丰富的文化地区，也具备多元化的视觉表现路径。在景观社会发展中，新兴技术的存在改变了景象记录和传播的媒介，智能手机的普及和互联网技术的应用让文化传播的载体悄然转变。黔东南苗族服饰文化以往承载于客观、实际存在服饰物品的服饰文化有了新的传播载体，服饰文化的记录、记载问题迎刃而解，其视觉景观的构建重点呈现出从“传承”到“发展”的转向趋势。当前黔东南苗族服饰文化的视觉景观构建除了已有的客观、存在物品以外，在新的技术以及新的媒介影响下如何持续发展，即本

文关注的主要问题。

二、视觉景观视角下黔东南苗族服饰文化的发展困境

（一）符号表达困境

在列斐伏尔看来，资本主义的发展意味着符号消费领域的逐渐崛起，景观表象的符号化构成要素逐渐被揭示。消费和文化携手合作，将大众的日常生活变成了由娱乐和消费组成的符号世界，为大众设置了现存的价值观和社会体制具有一致性的思维和行动。在这一环境中，大众或者主动、或者被动的加入某个阵营中，寻求存在感与认同感，正如德波的批判“景观社会已经难以撼动”，符号化的景观表象转化与重构成为消费和文化发展的必经之路。黔东南苗族服饰商品以及其文化衍生的商品都面临着符号表达以构建视觉景观的问题，然而其符号化的景观表象转化面临着重重困境。

一方面，黔东南苗族服饰文化的主要文化价值在于其背后苗族特有的审美观念、精神文明，要求其符号表达具备较高的辨识度。在既往数年的发展过程中，工业化进程的加快以及中外文化交流步伐的迈进对于国内服饰文化领域以及服装产业产生强烈冲击，民族服饰基于工艺、成本等方面考虑推出千篇一律的款式作为文化产品销售虽然初步打开了其竞争局面，但是也进一步限制了其符号特征的视觉景观构建，使各种民族服饰在大众视野中的符号趋同化。另一方面，市场消费导向中对于时尚、潮流服装的推崇使得建国后很长一段时间内民族服装文化由于市场因素被压制，黔东南苗族服饰在大众心目中的印象并不深刻。黔东南苗族服饰文化传播度过低使其符号表达过于模糊，对于其视觉景观的构建、文化的发展而言无疑缺乏重要动力。

（二）碎片整合困境

对于黔东南苗族服饰文化的发展而言，其文化内涵是完整的、系统的，既包含形式美也包含内容美。对于黔东南苗族服饰文化的发展，即对其形式美的提取、转化与展现以及对其内容美的归纳、整理与视觉转化。这就要求黔东南苗族服饰文化在的视觉景观是相对完整且形成系统的。但是当前黔东南苗族服饰文化面临的困境较多：首先，受到服装产业中潮流、时尚理念的冲击，即使在黔东南地区也已经不再成为日常穿着的服装，对于本地人而言有关黔东南苗族服饰文化的记忆、景象已经逐渐消亡；其次，黔东南地区的年轻人口大量外流使得当地更多的年轻人融入到新的文化语境之中，让黔东南苗族服饰文化的继承缺乏继承人；除此之外，

目前仅有的对黔东南苗族服饰文化景象有记忆的传承者以及黔东南苗族服饰的穿着者,以中老年人居多,其在新的媒介、技术应用方面知识普遍匮乏,无法在其视觉景观构建中实现文化碎片的整合。基于这一视角来看,如何系统的拾取黔东南苗族服饰文化碎片,并整合为新的视觉景观系统,是其文化发展面临的主要困境。

(三) 生产创新困境

新兴技术的发展对于生产力的发展有着重大的推动意义,在冲击黔东南苗族服饰文化客观存在形态的同时,也给黔东南苗族服饰文化带来了新的机遇、新的发展方向,亟待人们通过对其文化的生产创新进行深入开发。

在上述分析中已然提到黔东南地区苗族服饰文化和苗族服饰商品之间的关联性,二者的互相促进作用让黔东南地区苗族服饰文化的商品属性得以凸显。黔东南苗族服饰的视觉景观符号以“民族”为主导吸引了更多人,但是并未以“品牌”为符号进行粗放型到高质量经济发展的规划,阻碍其市场的发展;其次是黔东南苗族服饰的视觉景观符号过于单一,品牌 and 创新的不足意味着黔东南苗族服饰的商品是单一的,其在大众视野中的符号也是无内涵的,无法体现出其文化底蕴、艺术美感;除此之外,受到工业化技术发展冲击的苗族服饰在以往被迫走上了“实用主义”的发展道路,牺牲了本身具备的文化价值和艺术价值,功能的过度追求和改良已然偏离了其本身应用的文化生产、创新方向。

三、视觉景观视角下黔东南苗族服饰文化的激活路径

(一) 借助文创提升视觉符号辨识度

在马康纳(MacCannell)认为“旅游者的旅游过程即对于文化真实性的追求过程,在后台窥见的也仅仅是舞台化的真实性”,这种真实性同时起到吸引受众和保护客体免遭破坏的作用。对于黔东南苗族服饰文化而言,把握文化真实性即把握其本真的视觉符号。一方面,文化真实性的视觉符号能够提升辨识度,另一方面通过舞台化的真实拓展文化的视觉景象展示途径,文化创意产品便是其中之一。

黔东南苗族服饰通过其在形制、色彩、图案等视觉景象传达出黔东南地区苗族人民的情感、信仰。如科恩(Erik Cohen)所述,旅游文化产品的发展会逐渐融入到当地文化之中并且作为文化形态被感知,文化创意产品可以承载黔东南苗族服饰的视觉景象并且以新的文化形态被感知,形成文化的商品。这种文化商品化发展的方法有助于社会文化的良性变迁,但是其变迁过程中还有诸多要点应当给予高度关注。首先是文化创意产品对黔东南苗族服饰文化“真实性”的表达,在产品开发过程中应当致力于“黔东南苗族服饰”的艺术特征提取以形成体现其本真的文化符号;其次是文化创意产品对黔东南苗族服饰文化景象的转译,对于苗族服饰文化“真实性”的景象传达应当与其视觉符号的打造形成一致的、系统的视觉效果,在文化创意产品的视觉展现中充分的体现与苗族人民生活相关的图景、信仰相关的元素,以实现具备辨识度的符号表达。

(二) 创新服饰图案实现碎片化整合

在上文中提到,黔东南苗族服饰文化的发展,即对其形式美的提取、转化与展现以及对其内容美的归纳、整理与视觉转化。服饰图案既是形式美的重要构成,也是内容美的重要视觉表现路径。但是本地人记忆中苗族服饰文化景象的

消亡、新媒介中苗族服饰文化景象的匮乏都要求服饰图案进行创新以完成对景象碎片的整合,以构建视觉景观。首先,要对服饰图案进行提取,传达出其黔东南苗族人民对世界的认知、对生活的祝祷、对自然对敬畏,体现其文化内涵。其次,要能够进行创新转化。在色彩、细节方面弥补缺失并且常识更加丰富的表现手法,使其适用于更加丰富的媒介类型进行视觉展示。其中,前者便是碎片提取的过程,后者便是碎片再组的过程,在景观社会中使其形成新的景象系统。

(三) 打造品牌凸显商品的文化价值

从视觉景观视角来看,苗族服饰文化的生产必然要经过其景象到市场经济的转化过程,但是这一转化过程的观察结果来看并不乐观。当我国经济呈现出“粗放”到“高质量”的发展趋势,黔东南苗族服饰文化作为市场商品的发展也应当迎合这一发展潮流,在视觉景观系统中打造出品牌化景象,给予其更多拓展内涵、聚焦目光的景象转译空间。

对于黔东南苗族服饰文化发展困境的分析中已经提出走品牌发展路径的必要性,并且阐述其在视觉景观构建中的重要地位。仍需明确的是,黔东南苗族服饰文化相关品牌的打造仍然应当围绕“文化”这一核心内容,将“文化”的激活作为主要使命。景象到市场经济再到价值这一促进文化发展的过程中,市场经济作为中间的传递媒介,要求能够体现出黔东南苗族服饰文化的价值以及其艺术特色,方能在价值到文化发展的导向中实现预期目的。因此,品牌效应的打造要求目前黔东南苗族服饰产业中的前端品牌在服装产品中更多的关注文化的体现方面,而非一味的走入低价多销的市场或依附于旅游产业之中。

四、结语

在景观社会理论中文化发展问题的探讨往往秉承批判的视角,认为文化是动态的、发展中的系统,不应当表现为静止的、一成不变的。因而景观社会理论对于文化超越的基础之上,还应当以辩证的视角看待文化与其的融合与统一。本文从景观社会理论的视角对于黔东南苗族服饰文化的视觉景观构建机制进行初步分析,针对目前黔东南苗族服饰文化的发展困境提出了视觉景观视角下黔东南苗族服饰文化的激活路径,以期为黔东南苗族服饰文化的传承和发展提供新思路。

参考文献

- [1]余燕莉.居伊·德波景观理论的视觉性批判——兼及当代视觉文化研究反思[J].惠州学院学报,2021,41(1):63-68.
- [2]李佳一.论景观社会的城市文化新景观[J].艺术百家,2013(2):62-68.
- [3]滕志朋.作为当代社会“景观”的会展:一个社会学批判性研究[J].广西社会科学,2010(5):143-146.
- [4]张涵.德波的“景观社会”理论评析[J].山东大学学报(哲学社会科学版),2009(3):126-131.
- [5]范欣.媒体奇观研究理论溯源——从“视觉中心主义”到“景观社会”[J].浙江学刊,2009(2):219-223.
- [6]马立明.景观的迷宫:“德波—凯尔纳之辩”与“后真相”的挑战[J].湘潭大学学报(哲学社会科学版),2020,44(5):177-182.