

“反时尚”设计中的逆向思维与神话象征性的表达

张艺璇¹ 张颖¹ 张韬¹(通讯作者) 刘铭莹² 李鹏²

1 武汉纺织大学, 湖北武汉, 430073;

2 江苏苏豪国际集团股份有限公司, 江苏南京, 214071;

摘要: “反时尚”是时尚的镜像美学, 反映了时尚在每个周期变化中的内在美。新物与旧物交替之时便衍生出大量的美学思想, 不同角度之下的流行使服装设计师与设计品牌以更加包容、开放的态度创造出挑战正统审美的作品。本文深入分析“反时尚”设计概念以及“反时尚”现象, 讨论“反时尚”的逆向设计思维在服装领域的应用, 同时结合一些“反时尚”经典设计, 如服装设计师山本耀司、川久保玲、马丁·马吉拉等, 揭示“反时尚”设计的创作灵感源于人们对于神话象征性的追求, 最终明确“反时尚”设计的创作动力机制以及其中逆向设计思维的本质与方法, 以期为“反时尚”设计的发展提供一些新思路。

关键词: 反时尚; 逆向思维; 神话象征性

DOI: 10.64216/3080-1516.25.11.080

1 反时尚的定义

“反时尚”指的是与当下的主流时尚相悖。“反时尚”设计的服装传达着一种“漠不关心”的态度, 是对传统表现出和社会规范与普世的价值观之间存在强烈的距离感, “反时尚”是穿在身上的力量。

1.1 反时尚的形成与发展

16世纪的时尚是传统精致的, 人们通过奢侈的服装来凸显自己的社会地位, 17世纪下半叶, 法国很快成为了世界的时尚中心, 然而, 随着政治与经济的发展, 人们的思想发生转变, 试图通过抵制主流服饰来表达政治立场并寻求身份认同感。

20世纪60-70年代, 以英美为首在全球掀起了亚文化的风潮, 一代迷惘青年在无尽的公路之旅中寻找自我, 为当时的主流文化造成了不小的冲击, 嬉皮士和朋克的出现给时尚带来了另一种可能性。1982年, 日本设计师山本耀司与川久保玲一同颠覆了巴黎时装周, 掀起了“反时尚”风潮: 他们尝试用服装来打破社会的标准与审判, 反对西方服饰的华丽外观以及衣服必须合体的刻板印象, 倡导无性别主义, 这样异于西方裁剪方式与风格的设计瞬间在世界范围内创立了“反时尚”的风向标。

1.2 时尚中心权威是“反时尚”的对立面

时尚中心权威代表了当今世界的时尚标准, 人们对时尚的感知依赖被定制过的法则。“反时尚”向传统时尚宣战, 挑战旧制, 打破对时尚的固化认知, 重新在时

尚演变的洪流中占领自己的位置。“反时尚”风潮所引领的思想与理念以及价值观并不能够适应大众群体, 但它的探索并掀起了亚文化群体的时尚风潮。

2 反时尚设计理念的表现

2.1 反时尚中的逆向思维在流行服装中的表现

20世纪50年代的嬉皮士主义运动是从美国垮掉派的运动纲领中逐渐演化并发展延伸而来, 当时美国较为流行就是这个中下阶层时代运动。在服饰方面他们放弃欧美流行文化, 借鉴少数民族服装, 崇尚旧物再利用, 喜好做旧处理, 例如褪色、撕裂、洗磨造型。他们穿着时兴的喇叭裤、复古样式的衬衫等, 这是一个渴望和平的群体, 他们厌倦了被主流的规则裹挟着前进, 追求原始与自然。反时尚风格的服装是亚文化群体表单自我个性、批判西方中产阶级的价值观以及对社会发出抗议的主要途径。

2.1.1. 逆向思维在反时尚造型设计中的应用

“反时尚”的服装通过反向设计的角度重塑服装与人体之间的关系, 例如日本设计师川久保玲的1997春夏系列“Body Meet Dress”就受到了很多人的质疑, 模特身穿的无袖红格子外衣, 内部进行了过量的填充, 使躯体产生变形, 背部是隆起的肿块, 颈部掩埋在服装中, 难以活动。“人体并不是表现服装的唯一出路”, 逆向思维的设计方式激励着后人不断探索衣物与人体之间的关系。

2.1.2 逆向思维在反时尚色彩设计中的应用

人的视觉认知是个人的主观心理和客观的刺激互相作用后产生的，所以不同色彩的服装也会带给人不同的心理体验。图1是来自日本设计师山本耀司的经典案例，令人意外的剪裁手法让他的黑色被赋予了无限的想象空间，黑色通常是具有严肃之感的，是一种消极悲伤的色彩，对外界树立起情感上的屏障，人们总能够在山本使用的黑色中体会到一种反叛的感觉。



图1 山本耀司设计作品的服装色彩

2.1.3 逆向思维在反时尚材质设计中的应用

服装材质的多样化为服装创造了丰富的艺术美感。“反时尚”创作方式应用在材料选择中是一种非理性的体现。1992年Thierry Mugler的春夏秀场上的“金属胸衣”打破了“胸衣”给人的固有印象。设计师Thierry Mugler自由地切割和扭曲手中的材料，将镀铬汽车零件、后视镜与发光二极管、玻璃及乳胶应用到他的高级时装中，如图2所示，前无古人的金属赛车战衣出现了。图3中的摩托车摇身一变成为模特身上的礼服，颠覆了人们对服装材料选择的认知，是“反时尚”材质设计的典型代表。



图2 摩托车金属战衣



图3 模特穿着摩托车金属战衣

2.2 反时尚的代表人物

2.2.1 川久保玲

1997年COMME des GARÇONS的春夏系列是时装史上经常引用的经典案例。一个名为“DressMeetsBody”的发布会引发了巨大争议，图4为其秀场图片，品牌设计师Rei Kawakubo彻底改变了服装的形态：将凹凸不平又不对称的填充物缝制于服装中，看起来毫无美感，如图5所示，视觉上如同身上长出肿块和瘤块。川久保玲不认为服装需要“性感”的特质来取悦任何人，“我对裸露身体的服装不感兴趣，我喜欢包裹的构思。我不是在做适合任何特定身体的东西，我考虑的是另一回事——形状”，她的作品中充斥着对女性身体的思考。



图4 COMME des GARÇONS 1997年秀场



图5 不对称的填充物

2.2.2 Maison Margiela

继后现代主义之后，衍生出来一种新风格主义——解构主义。Maison Margiela将二手服装的结构拆解，创造了前无古人的新结构形式。他善于利用那些“失去价值”的材质，旧衣服，旧鞋子，旧瓶盖等被人们抛弃掉的“垃圾”，他钟爱残缺与破损，服装中经常出现缝份及明显针脚、不规则毛边等设计，他将旧布料自由拼接，不喜爱过于精致奢华的表象。

1997年MAISON MARTIN MARGIELA团队与荷兰微生物学家A.W.S.M van Egeraat合作，在荷兰Boijmans Van Beuningen博物馆举行首次品牌个展。他们在每件服装上都用不同的细菌菌株、酵母菌和霉菌进行处理，

如图6所示，先将服装隔离于密闭室内使其霉变，颜色与纹案发生变化后，再移至室外经过风吹日晒，最终形成天然的服装外观。Maison对面料进行了破坏，却又同时重新创造了时装本身，这与时尚是背道而驰的。



图6 被细菌腐蚀过的衣物

3 反时尚中的思想

3.1 “反时尚”叙事中的神话要素

神话象征性是现代物质文明的内在需求，当物质需求逐渐得到满足，人们对文化的需求便日益提升。所以对于服装的结构体系，丰富其内涵以及提升技术，并注入更多内在价值来产生多元意象是被社会需要的。

尤瓦尔·赫拉利在《人类简史：从动物到上帝》一书当中提出：“这个世界是一场想象，想象构成了人类社会的秩序，并推动其一步步向前发展。”而想象就是所谓“神话”，是人们对精神世界所需要的驱动力，同时也是人们对于物质化生活的本质需要。

罗兰·巴特的《流行体系》当中也同样把时装视为一种流行神话，认为消费者、服饰业与流行神话之间存在强烈的逻辑关系，不少设计品牌开始出现具有“神话”象征性的设计作品。例如，20世纪早期的可可·香奈儿，为女性设计反装饰功能主义的时装，时髦的同时又舒适大方，具有民主精神，为“神话”象征性作为时装的必备条件开启先河，纯粹的技术和历史的真相失去了在时尚领域的决定地位。

在《流行体系》当中，时装被分为三类，即意象服装、书写服装和真实服装。其中“真实服装”作为服装的基本存在，而意象服装和书写服装都是真实服装的缩影。作者罗兰·巴特认为，流行时装的意义已经被解读流行文化的文字以及文本取而代之，而文本背后所隐含

的意义成为了时装存在的最高意义。

3.2 “反时尚”设计思想实质与神话的关系

流行在这个社会上已经自行构成了一个体系，流行的世界通过自己的虚像将人吞没其中。“反时尚”设计通过对流行时尚神话故事的解析，用自己的价值体系解读世界并书写独一无二的神话，便可以打破旧的神话。

4 “反时尚”设计理念在时装设计中的应用前景和发展方向

如今的时装设计呈现多元化发展趋势，“反时尚”设计中的逆向思维刚好满足这一需求，以具有先进性与创造性的视角拓宽设计师的设计思路。可以通过其多元化、创造性的特征打开设计者的新思路。

首先，顺应时代发展，持续革新新技术理念，形成具有前瞻性的设计理念。拓展更丰富的服装设计理念，满足人们“求异”的心理需求，抓住机遇，使得“反时尚”设计在国内有更好的发展前景。

第二，深刻把握“反时尚”设计中“神话”象征性的传达。让“反时尚”设计不沦为大众化最终消解就需要挖掘经得起考验的内在价值，在时尚潮流的更迭中把握实质，从更广阔的生活方式、意识形态和哲学根源上去提取灵感，创造自己的神话体系。

第三，遵循以人为本的理念，思考人与时尚之间的核心关系。时尚的多元化指向了各个群体不同的生活追求与审美文化，相互碰撞，形成巨大的社会性实验场，

设计师进行针对性深入研究，拓宽设计思路，创造更具有现实意义与价值的时尚主体，是推进“反时尚”设计全新模式发展的必经之路。

最后，积极运用新的科学技术，加快传播速度。大型社交网络等科技发展是人类社会捕捉时尚潮流的最快捷的方式。积极运用新技术，加速传播，引发时尚爆点，能够让人们更快捕捉到“反时尚”设计的风潮。

5 结语

“反时尚”设计促进时尚的多元化发展，逆向设计思维的创造性、多样性体现了人文主义，能够满足人们日益增长的精神文化与情感价值的需要。“反时尚”设计中的“反”是精华所在，协调了人和时尚的内在关系，时装正是人们情感输出的载体，如何体现其中的价值力量同时也是设计师需要做的，反时尚是对时尚生命的另一种陈述形式，并非一味的反动，站在设计师的角度应该进行更多有意识的设计，拒绝平庸，打破时尚季节性的轮回魔咒，通过服装传递能量，让每一次更新都值得去期待新型意识的产生，构建更有价值与品味的时尚主体。

参考文献

- [1]赵子凝,张成义.论“反时尚”服装设计中的逆向思维与表达[J].服装设计师,2022(2):172-176.
- [2]史亚娟.反时尚现象研究[J].艺术设计研究,2018(2):10-15.
- [3]Gill, Alison. Deconstruction Fashion: the making of unfinished, decomposing and re-assembled clothes[J]. Fashion Theory, 1998, 2(1): 25-49.
- [4]Shi Y J. On Anti-fashion and Its Logic[J]. Art & Design Research, 2018(2): 10-15.

作者简介：张艺璇（1998.10-）女，汉族，山东青岛人，硕士研究生在读，研究方向：服饰文化与创新设计。

通讯作者：张韬，男，汉族，湖北武汉人，副教授，研究方向：功能性服饰产品研发与服装产业研究。

本文为“苏豪服饰产品研发中心与市场拓展（项目编号：20250296）”成果。