



襟膊，又称臂绳。
早在汉代，中国人就用襟膊来绑住袖子方便作业。图为明佚名（旧传苏汉臣）货郎图及细部。

◀ (上接 14 版)

衫，一件薄薄的针织开衫随意搭在后背，袖子则绕过肩膀在胸前轻轻打结，以便随时取下来防晒或防寒。我曾试着想象这样装扮的自己，脑中浮现的是现代都市中一个古怪的稻草人或农妇。说到底穿戴还是要根据自己的骨架和气质。

日本人的平时着装也有着较为明显的性格特点。如果你看到商务区的女性便会发现似乎很难看到光彩耀耀、鹤立鸡群的女人。但仔细看其实她们每个人都是精心打扮过的，日本女人永远都是要给人不惹眼的印象，用所谓低调的奢华形容似乎不太贴切，因为她们给人的不是深邃的大牌感而是细节的精细感。若说中国人的自信和无所谓是骨子里的，装扮有些咄咄逼人，日本人则总要把自己淹没在群体之中，不希望自己成为焦点。日本职业女性多为中短发，以示干练。日本全职妈妈的比例很高，她们的服装以休闲为主，以便于带孩子。时尚并不是高跟鞋、链条包。她们有一套属于年轻妈妈系列的打扮风格。日本人在性格上讨厌骄傲自大，有一个词叫“生意气(なまいき)”，意即自大，在日本这或许是最招人

烦的人类类型。

这种保守性也体现在日本的服装设计之理念上。日本的服装设计和审美取向贯穿着不被流行左右的理念。日本衣服乍看起来真的觉得没有时间性概念，近些年的上衣似乎只拿掉了垫肩，领子变小，其他没什么大区别，一件上好的风衣可以穿几十年不会过时。实际裤子的款型变化较多，从喇叭裤、直筒裤、铅笔裤，再到七分裤，到现在的七分大筒裤，在深秋或冬天，围巾风衣下面穿着七分大筒裤露着脚踝，这种风格让我“不寒而栗”。不过总体而言服饰在日本保鲜度较高，日本崇尚历久弥新的价值，而不是走马灯一样的流行感觉。

日本四面环海，地处亚洲最东端，古代文化和技术是从中国以朝鲜为中介传来的。服饰主要是对唐制的模仿和改造，裁缝术也是飞鸟时代从百济传入。逢年过节或在婚礼、葬礼、毕业典礼及庆祝会等隆重场合上，和服仍是日本人的首选。还记得《一休》动画片里面那些每天快乐擦地板的小和尚们吧，那齐刷刷地擦地板的姿势估计看过动画片的人都会印象深刻。我好奇他们是怎么把肥大的袖子绑住方便干活。方法是用一根绑带从左腋、

右肩斜过后背，左腋下的绑带绕左肩在后背处交叉，从右腋下绕到前方与绑带的另一头系上。这在宋代叫做襟膊。

和服不仅在长期的发展中有很多改良和款式、功能的区别，也为和服的日常便利性增加了一些小元素。日本人对细节的执着与精益求精，也体现在和服的面料设计和染法上，他们通过极为复杂的手工染色工艺来表达上品的感觉。和服颜色款式也跟年龄层有关。外国游客通常不分年龄租赁粉底花色系的和服游览古都，不过在日本人的常识里这种和服只适合年轻女孩。传统服装往往都是高价的，真丝的和面料设计高雅的和服极为昂贵，就算年代久远也有着相当的价值，因此日本古代结婚穿的和服往往是母亲传给女儿，女儿再传给孩子的。

然而这种保守性的反面是，现代人容易厌倦单调平庸的生活，寻求刺激。竹下通经常出没看起来打扮“邪恶”的年轻男孩女孩，在他们身上仿佛看到日本对欧美文化的憧憬与想象，十几岁孩子桀骜不驯，看似邪恶古怪的街头时装，还有他们那精心打理过的彩色乱发，传达着不羁与不妥协，也是对权威的消解。原宿的竹下通和涩谷是这类年轻人出没处。有时，我也会搭乘 JR 山手线去原宿站，坐在表参道边长长的褐色栏杆椅，观澜各色装扮的男男女女，能看到独具匠心的设计和大胆的搭配，看到设计者的奇思妙想和无限的可能性，让人大饱眼福，内心感慨，真是神奇，开放与保守就这样成了日本服饰文化的两面。这就犹如日本在意识上既崇尚和平，又放不下武力崇拜。又如日本始终自认为是单一民族，但自古以来那不是事实，不仅有与西伯利亚、中国、朝鲜、东南亚人的多次混合，加上今天和欧美国家的跨国婚姻，日本人的血统更为“国际化”。

常走在中日韩对三国的服饰与审美取向自然会多

个比较。韩国人肤白，面有血气，身体的自然条件比日本似乎好些。韩国人第一注重的是他们的皮肤，会花很多的时间和金钱来护理皮肤，使之有如温润如玉的透明感和光泽，水光皮肤是她（他）们的共同目标。记得在首尔时去过桑拿房，看到一个不到十岁样子的小女孩，坐在凳子上不紧不慢地对着镜子精心地按摩洗脸，足足有十多分钟，让我大为惊叹。所以风靡亚洲的气垫粉是韩国发明的。日本女性化妆最为独特的是化妆中特别喜欢用腮红，以让平面化的东方面孔更像欧美人有曲线美。不得不说不年轻女孩的腮红打得真的很红。齐刘海、腮红、宽松的裙子、厚底粗跟鞋，这些是日本女孩打扮中常见的“卡哇伊”元素。我在韩国首尔大学访学时，在校园里经常会见到这样一些女学生：及腰长发，大大的 T 恤盖住热裤，表达慵懒的感觉又希望像模特一样挺拔，这是韩国女孩的审美追求。相较于日韩，中国女大学生一般素颜居多，穿着随意，并不突出女性性别，学习好的学生一般都是这个打扮背着双肩书包出入图书馆。

从经济层面而言，日本是超资本主义国家，在现实经济层面上早已超出亚洲，对它而言亚洲这一课题已经结束。80%以上的人有中流意识，国民收入的一半以上用在消费，购物、旅游，对于女人而言尤其是用于购买名牌包上。据我观察，日本世界品牌的占有率远远超出其他东亚国家。大城市的发展总是和地铁密切相关，每一个地铁站都会有商业区。表参道、银座是东京奢侈品店林立的主要街道，除了本国的自主品牌之外，日本人是名牌控。而韩国服饰自主品牌居多，也善于制作符合东方人体型的端庄修身、瘦形的款型。日本人在身材上并不具备优势，但会把国内外各种品牌混搭一身，更多地靠出色的搭配和宽松的衣服来遮盖身材的弱点。有朋友曾一针见血地说奢侈品是一种话语霸权，我同意这个观点。

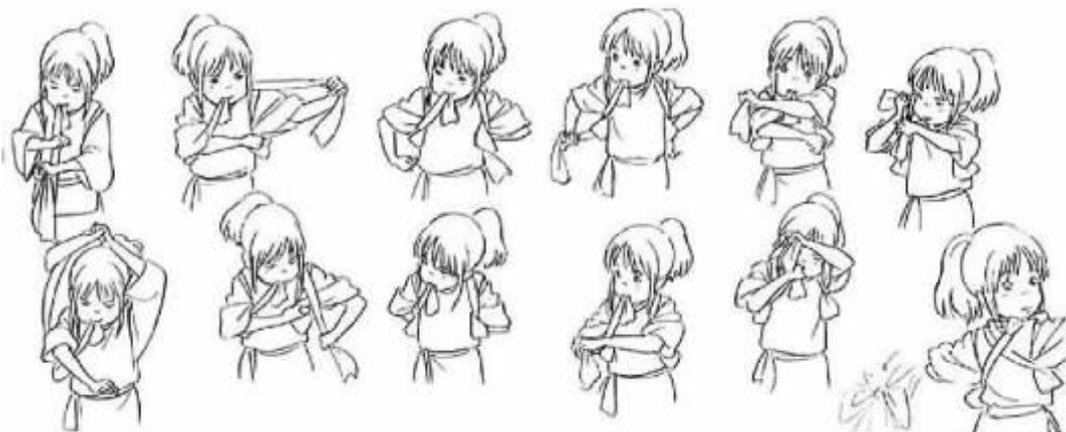
日本高中生多数会打工挣零花钱，有时候这些孩子们的目标就那么简单直接，做一个小时 1000-1200 日元的便利店收银员，为的就是买一件让人有存在感的衣服或名牌包。一些偏低价位的大牌在学生中相当有人气。

尽管日本足够保守，但它经历发达的时间长达 50 年，对服装的选择有过多次的往返，因此其消费心理亦相当成熟，对名牌、奢侈品的向往依然，但这种心态不同于一夜暴富者无法遏制的购物欲望。作为经历几十年的发达资本主义国家的国民，日本人是老练的消费者，好比经验丰富的鉴宝师。

服装这一可视之物不断将社会规范和人的意识外在化。从女性的角度来说，服饰传达着一个人对自己生活的理解。就像上海的老妇人，虽是几十年前的衣服但一定会穿着非常干净得体。在日本有些老妇人的神态举止让我印象深刻。有一次，我在去国学院大学的公交车上见到了一个老妇人。天生小骨架再加上她一辈子清淡饮食保持下来的身材，蓬松褶皱的长裙配着同色系的短袖，松松地围上挑染的淡雅围巾，优雅而安详，让我想起“心素如简，人淡如菊”。我看着这位优雅而沉静的老妇人，心想她们那一代曾经历过二战后的底谷和最高速的经济发展，经历过反叛和热血的青春，现在的则是历经沧桑与繁华沉淀后的淡然。

国家和人是一样的，都是根据她的阅历来组建自己的生活世界。我们在表面上看似享受同样高度发达的现代文明，但对待之心态则是千差万别。曾经中国还流行“网络沉迷”这个“病”的时候，我不认为强制干预是一个有效的解决方法。每个国家都要经历这个过程，好比每个人必须亲身经历很多事情后才得以慢慢成长，就像一个女人买了一百件衣服之后才慢慢摸索出自己的穿衣风格。

(作者为辽宁大学哲学与公共管理学院副教授)



日本动画电影《千与千寻》中千寻扎襟膊草稿图。千寻的襟膊交叉在后。