

<<21世纪时尚人生存手册>>

图书基本信息

书名：<<21世纪时尚人生存手册>>

13位ISBN编号：9787302197003

10位ISBN编号：7302197008

出版时间：2009-5

出版时间：清华大学出版社

作者：（英）杰克逊，（英）肖 编著，刘津 译

页数：262

译者：刘津

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<21世纪时尚人生存手册>>

内容概要

这是一本时尚业不可缺少的职业生涯指南。

它沿着时尚业发展的历史轨迹，涉及时尚的各个方面，通过对实用信息和重要概念的综合梳理，探讨了时尚业从业的核心技巧。

本书采用案例研究、采访和综合分析等方式，邀请具有影响力的学者和公认的时尚业权威人士撰写各个章节，主题包括时尚文化、奢侈品牌、时尚新闻、时尚消费、时尚设计和生产、时尚零售业、时尚公关和时尚造型等。

适合时尚业的从业者和即将进入这一行业的新闻传播等专业的学生以及对时尚传播感兴趣的普通读者阅读。

<<21世纪时尚人生存手册>>

书籍目录

1 制衣和纺织工业的本质：结构、语境和进程 托尼·海因斯2 解析时尚 帕梅拉·丘奇·吉布森3 时装设计 蒂姆·杰克逊4 全球奢侈品牌 蒂姆·杰克逊、卡门·海德5 时装生产 戴维·肖 6 时装零售 比尔·韦布7 时装采购和销售 戴维·肖8 时尚新闻业 布伦达·波兰9 时尚公关和造型 卡门·海德、蒂姆·杰克逊、戴维·肖10 时装零售业中的职位 蒂姆·杰克逊、戴维·肖11 时尚的未来 马修·吉特缩略语品牌、人名译名表参考文献

<<21世纪时尚人生存手册>>

章节摘录

2 解析时尚 不论此刻阅读这本手册是出于何种原因，你都已经抱持着自己对于“时尚”一词的绝妙理解了。

也许你还会认为，以种种方法研究时尚，是一种绝对合情合理的活动。

或许你会更进一步认同，为了全面理解某个给定的社会——这个社会包括我们生活在其中的全球化的世界，必须细致地研究人们装饰自己的不同方式，而且，如果你愿意，可以对其进行解码。

惟其如此，我们才可以理解诸种规则、理念、行为以及该社会的态度。

任何社会都存在某种形式的身体装饰，不论它多么原始。

人们通常认为，着装的功能有三重：提供必要的保护，满足人们稳重的需要，最后是装饰。

今天，在世界上不同的地区，原始社会的人们遵循着诸种规则，这些规则可以溯及他们社会的结构。

在我们看来，原始社会的人们差不多是裸体的，但是他们修饰和打扮自己的方式，却向本群体的人展示了自己的身份和地位，并且告知外来者他们的价值和风俗。

例如，生活在亚马逊河盆地热带雨林的一个部落，在他们的下嘴唇中嵌入一大块骨片——如果没有这个骨片，他们就不被允许出现在公共场合。

尽管在我们的社会，追求稳重的形象要求人们不暴露生殖器，但在那里，规则是不同的。

再举一例，在西方，我们总是欣赏洁白无瑕、了无疤痕的身体肌肤——近来，大西洋两岸的年轻人甚至开始在胸脯上涂蜡。

而在中非，许多部落小心翼翼、精雕细刻着他们的身体——不论男孩女孩都以这种方式修饰自己，这种活动是部落间各不相同的成年仪式的一部分。

更有甚者，有的人还将珠子塞在刻痕和皮肤中。

在太平洋群岛的一些地区，男性的身体全身都被精致的纹身或精心设计的印花装饰。

在西方国家，我们错误地以为，装饰和炫耀是女性的专属。

而在世界的其他地区，这常常是雄性——就像在动物世界中那样——炫耀着更加色彩斑斓的羽毛。

毕竟，化妆和身体绘画以及“盛装（war paint）”这一术语的起源，是部落的男人们离开自己安全的营地去面对劲敌前，用在自己身上的仪式装饰。

非洲的沃达贝（Wodaabe）部落仍然举行一种年度节日，这种节日保留了西方的选美男庆典。

年轻男子们花费数小时甚至数天时间，用黄色颜料给脸部化妆，用精美的黑色线条描画他们的眼睛，然后站成一排等待妙龄女子选择她们的新郎。

在研究西方历史的过程中，特定时期的服装、首饰、配饰和发型可以传达出重要的信息，这常常与研究中涉及时代的装饰艺术相关。

举一个例子，在18世纪的最后10年，18世纪80年代法国过于繁复的女性时装被“帝国线（Empire line）”的简约所取代，长裙从胸部下方的高腰线一直垂到脚踝。

由于在新的“后大革命（post-revolutionary）”时期的法国，女性要承担超越于抚养孩子之外的职责，腰部和臀部不再被重点强调——不幸的是，如同“帝国线”一样，这种理念也未能持久。

然而，令人痛心的是，许多历史学家对变化多端的服装了无兴趣，而在其他学术领域，可能有大量的学者会质疑我的观点，即时尚是一个对我们所有人都很重要的研究领域，不论我们的本职学科是什么。

我们中认为时尚本身是个重要学术研究领域的仍占少数，这常常是讽刺性评论的话题。

在很大程度上，时尚依旧被很多人看做典型的虚掷光阴的东西。

然而，今天的时装工业以多种形式在全球经济中占据着重要的位置，它为数百万人提供着饭碗，而在英国，它是第四大就业来源。

不论是否为专业人士，我们对时尚与日俱增的兴趣，是任何人尤其是记者们显而易见的。

报纸给予时尚报道比20年前更高的地位——服装不再只是交付给时尚版。

如今，一个特别富有创意和吸引眼球的时装秀，可以经常被置于即使是最严肃大报的头版——投向乳房、乳头、大腿根的一瞥不再是制造头版所必须的一一而产业内的企业兼并投标、设计师的粗麻布或其他革新却常常被详细报道。

<<21世纪时尚人生存手册>>

时尚记者和他们的编辑、发行人们也意识到，我们正日益提升时尚文化修养。

杂志记者已经在更广泛的人口范围内，向女性正在拓展的兴趣做出反应——在过去的10年中，出现了很多新的提法，包括目标定位在前青春期女性市场和更年期女性市场的杂志。

然而，最引人注目的，是时尚新闻业内部和时尚偶像的发展。

这种发展起源于20世纪80年代男装以RNN@-男装的革命，当时，服装产业第一次发现和拥抱了新兴的、富有时尚意识的年轻男性。

直到80年代末，大多数徒有其表的男模仍旧是女性合适的配饰而已。

在其他地方，他们无一例外是穿着针织衫的整洁标志的小伙子，陪伴着一位更平凡的女性——OXO电视广告中卡蒂(Katie)的丈夫就是个典型的例子。

偶尔，他们会被瞥见在广告中穿着男十内裤为这类商品做广告。

不过，在80年代，主流时尚最终跟上了一直在街头发生的潮流和接近于50年代中期以来的大众音乐，这些潮流在60年代凝聚了真正的势头，带来了数十年的动荡和转型。

20世纪50年代的经济发展使得年轻人有了更多可支配收入，而战后数年间的“婴儿潮”意味着在60年代，同样是这些年轻人，有史以来第一次构成了英国和美国人口中的大多数。

着装时尚的卡纳比街摩登派(Mods of Carnaby Street)、穿着男女两用长袍的长发嬉皮士、70年代早期的华丽摇滚乐队，甚至离经叛道非男非女的朋克们——从某种程度上说，所有这些街头风格都是男人们在一个多世纪的循规蹈矩之后为自己重张时尚的方式。

然而，20世纪80年代，男人进入了时尚舞台的中央。

男模不再是无名裁缝用作道具的傀儡，而是凭借自身条件成为了时尚的主体。

他们不再穿得严严实实出现在图片中——现在他们重新训练出的身躯被用来销售从香水到仔裤等各类与时尚相关的产品。

80年代中期著名的李维斯运动(Levi's campaign)中的代表性模特尼克·卡门(Nick Kamen)，不仅将他做广告的产品提升了200%的销量，而且自己也成了名人，并且转行进入了音乐产业。

男人们的炯炯目光从广告牌中俯视，从伦敦地铁电梯旁的广告中穿越，从妇女杂志和其他迅即出现满足新读者的出版物中仰望。

起先，记者们将其命名为“新男人(New Man)”。

他看上去有一颗可以帮助照看小孩的敏感灵魂，并且保留着与其“女性侧面”的关联，他被给予细致而浮华的《Arena》杂志和美国进口杂志《GQ》的改造版本来阅读。

但是在20世纪90年代，英国新闻界最成功的杂志是新创刊的《Loaded》，该杂志面向更现实的“新派小子(New Lad)”。

像以前的“老”小子一样，他看足球、喜欢女孩、耍弄小玩意和泡酒吧——使他之所以“新”的，是对于优质服装和耕男性打扮产品的热衷。

现在，10年过去了，记者们又发现了一种新原型——“都市玉男(metrosexual)”。

这类男性分享所有男同性恋者的老一套兴趣——时尚、家庭装饰和烹饪，但保持正统的性取向。

待到本书付梓时，记者们又会想出新的短语，来形容不断改变和转换形态的“都市玉男”了。

当然，在20世纪60年代，女性时装模特首次成为公认的名人。

琼·施林普顿(Jean Shrimpton)或许是第一个从籍籍无名中脱颖而出的女模特，紧随其后的是特威姬(Twiggy)，她在1966年成为国内极度纤细的代名词。

80年代末和90年代初的“超模”，是许多产业外人士耳熟能详、家喻户晓和高度期待的人物，而模特凯特·莫斯(Kate Moss)在新世纪的名气是如此之巨，以至于其狂暴的私生活跃上了诸多小报的头版。

凯特·莫斯可以在标题中被简称为“Kate”，如同过世的另一个时尚偶像戴安娜王妃成为“Di”一样。

可以说，戴安娜早先深受欢迎，不仅因为她漂亮的外表和开朗的天性，而且源于她对时尚的开放兴趣及创造他人热衷效仿的潮流的能力，这些潮流从繁复的花边和80年代“害羞的戴(Shy Di)”的褶边短衫，到90年代妇女们穿的范思哲设计的体操服，不一而足。

虽然时尚经历了20年的急剧变化和男性客户的回归，但至今仍有很多人将时尚等同于女性，并且认为只有蠢人才会谈及于此。

<<21世纪时尚人生存手册>>

在我开始讨论如何研究和解释过去一百年的时尚之前，理解时尚何以曾经和正在被妖魔化，无疑是重要的。

由于时尚传统上被等同于女人，因此那些潜藏在犹太教和基督教信仰中的、影响着西方社会习俗的对女人的厌恶，可以对妖魔化时尚的倾向负些责任。

耶洗别（Jezebel），《旧约》中最臭名昭著的坏女人，她因一系列干犯而被从城墙上掷下喂狗，其中一条罪名便是她脸上看得见的彩绘。

在西方艺术中，常常描画一个注重修饰的女人，借以不厌其烦地表现虚荣这一重要的原罪。

荷兰画家博斯（Bosch）在15世纪末绘制的《七宗罪》（The Seven Deadly Sins），现今悬挂在马德里Prado博物馆中，画上一个沉湎于享乐的主妇在偷偷地试戴最近流行的头巾——是魔鬼自己挂起了镜子，在镜子里面，女人崇拜着她自己。

在文艺复兴的绘画中，从虚荣到各种各样的性禁忌被看做只有一步之遥，此后，一个娼妓的形象便被标记为蓬松的头发盖住肩头，炫耀珠宝和手执梳妆镜。

<<21世纪时尚人生存手册>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介, 请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>