

工装口袋在现代服装中的美学探索与设计分析

贾蕾蕾¹, 褚佳玮¹, 梁惠娥^{*1,2}

(1. 江南大学 数字科技与创意设计学院, 江苏 无锡 214122; 2. 无锡学院 传媒与艺术学院, 江苏 无锡 214105)

摘要:为厘清工装美学的构建路径及其在现代服装中的内外表征,以工装口袋演变为切入点,结合历史图像资料与现代案例,引入索绪尔结构主义语言学的相关理论,从美学构建、美学显现、美学特征3个维度展开探索与分析。研究表明:工装的时尚转变与美学形成源自时代背景下的社会与观念变革,其中的标志性元素在此过程中完成了内涵的延展与深化,且具有内外相生的层级结构特征,同时,这些元素在现代流行文化的影响下被赋予了新的表达形式,具有鲜明的时代特色。

关键词: 工装口袋; 美学; 口袋设计; 时尚演变

中图分类号: TS 941.7 **文献标志码:** A **文章编号:** 2096-1928(2025)05-0462-09

Aesthetic Exploration and Design Analysis of Workwear Pockets in Modern Clothing

JIA Leilei¹, CHU Jiawei¹, LIANG Hui'e^{*1,2}

(1. School of Digital Technology and Innovation Design, Jiangnan University, Wuxi 214122, China; 2. School of Media and Arts, Wuxi University, Wuxi 214105, China)

Abstract: To clarify the construction path of workwear aesthetics and its internal and external representations in modern clothing, this study takes the evolution of workwear pockets as an entry point. It combines historical image materials with modern cases, introduces relevant theories of Saussurean structural linguistics, and conducts an exploration across three dimensions: aesthetic construction, aesthetic manifestation, and aesthetic characteristics. The study shows that the fashion transformation and aesthetic formation of workwear stem from social and conceptual changes in the context of the times. During this process, the iconic elements within workwear complete the accumulation and connection of meanings, and possess the hierarchical structural characteristic of interdependence between internal and external aspects. Meanwhile, under the influence of contemporary trends, these elements are endowed with new forms of expression, bearing distinct characteristics of the times.

Key words: workwear pockets, aesthetic, pocket design, fashion evolution

工装诞生于劳动者群体中,带有原始的阶级属性,其在社会结构转型中逐步积累文化意义,最终在符号语义延伸与流行文化推动下形成了大众化的时尚美学风格。在过往研究中,已有数位学者关注到工装及其风格类服装的美学价值,涉及设计要素、设计方法及品牌构建等方面^[1-3],亦有学者对工

装风格流行背后的受众心理与符号意义进行解读^[46],如刘伟等^[7]以衣袋造型为切入点,通过流行变迁反映近代社会意识形态对服装的影响。但综合过往研究的视角,仍多聚焦于工装美学“文化”维度的探讨。文中立足前人研究,引入索绪尔结构主义的相关理论,以工装中的典型符号要素口袋之演

收稿日期:2025-02-18; 修订日期:2025-10-08。

基金项目:江苏省社会科学基金青年项目(22YSC001);江苏省文化和旅游科研课题一般项目(22YB30)。

作者简介:贾蕾蕾(1991—),女,博士,副教授。

*通信作者:梁惠娥(1967—),女,教授,博士生导师。主要研究方向为服饰文化与现代服装设计。

Email:lianghe@jiangnan.edu.cn

变为切入点,直观呈现工装美学的构建过程与背后历史语境,总结其美学符号的现代化显现与表达特征,以期揭示工装时尚与社会变迁的互动关系。

1 基于索绪尔结构主义的理论架构

索绪尔结构主义将语言的实质规定为具有共同规约的符号系统,强调语言概念必须依存于整体结构存在^[8]。现代工装时尚同样是一体两面的完整体系,设计元素不仅联结事物本身,更承载语义概念与联想形象,这种联结只有在此时尚系统之中才有意义。因此,文中从结构主义的视角,借助工装典型符号口袋的演变重新审视工装美学体系的形成和与之相应的社会机制。

结构主义语言学的核心思想体现在三组二元对立概念:“语言”与“言语”、“共时”与“历时”、“横

组合”与“纵聚合”。“言语”随时代与社会变迁呈现动态性^[9],在服装语境下即设计符号在各历史阶段所展现的不同特征,而工装美学则是穿插在设计沿革之中的稳定设计“语言”。工装的样式适时而变,其设计表征和意义内涵具有鲜明的“历时”特征。同一时空下单位设计元素的并置关系形成“横组合”,而不同时期工装的特征在大众记忆中叠加,产生的跨时空“共时”联想则构成设计美学的“纵聚合”。这种横纵结构普遍存在于社会与文化现象中^[10]。基于此,文中构建研究模型,具体如图 1 所示。纵向上从美学构建、美学显现、美学特征 3 个维度挖掘工装美学从起源到现代转型的总体路径,探索超越时空限制的“共时”美学特征;横向上基于前人研究成果细究各时期工装外在能指与内在所指,从而将流行现象转化为可视结构,揭示在社会演变下“历时”的动态发展。

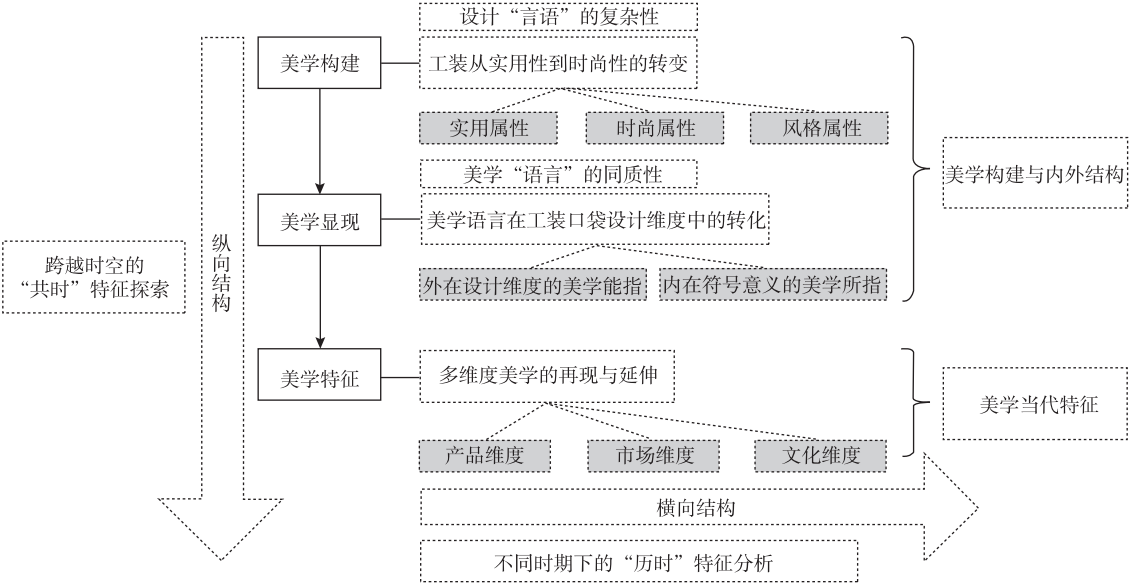


图 1 研究模型
Fig.1 Research model

2 工装从实用性到时尚性的美学构建

工装源自工人阶级,随着社会形势变化趋向大众,呈现自下而上、双向影响的动态流行特征。在此过程中,其经历从实用性到兼具时尚性的转变,实现语义延伸与积累,并经由设计重构脱离原有劳动语境,形成区别于工作用服的风格美学体系。具体而言,可从工装发展的 3 个阶段系统阐述其美学的构建路径。

2.1 工装雏形中的实用属性初显

工装的产生出于实用目的。19 世纪中叶,源于欧洲的工业革命席卷美国,新的社会制度逐渐形成,阶级间的分化通过衣着凸显。在当时印刷广告

的描绘中,上层阶级身着整套礼服,而工厂劳动者则多穿宽松的便装(见图 2^[11]),工装的雏形正是基于体力劳动者的需求。此时美国西部开发正盛,恶劣的工作条件也使耐用价廉的衣服成为刚需。以此为契机,利维·施特劳斯首创帆布工作裤,经改良后,靛蓝色裤身、裤袋带有黄铜铆钉的牛仔裤在劳动者中广泛流行。与此同时,交通方式的缺乏成为制约西部开发的重要因素而备受关注。1862 年,美国总统林肯出台《太平洋铁路法案》后,铁路承包公司雇用了大量劳工,进一步扩大了对工装的需求。从 1865 年左右在美华人铁路劳工的图像(见图 3^[12])可以看出,工人多身着样式朴素的背带裤或夹克,套在常服之外用于简单防护,并无过多设

计元素。这一阶段,牛仔裤的流行与铁路工服的穿用都非时尚或审美所需,而是纯粹基于经济和实用考量。即便穿着者并无表达个性或身份的主观意图,但事实上的着装差异使工装自诞生起就与劳动者阶级紧密关联。此时工装中常见的帆布、铆钉抑或是蓝色牛仔布等外在要素,均承载了劳动的象征意义。



图 2 19 世纪中叶的大理石制造厂广告

Fig. 2 Advertisement for the marble factory in the mid-19th century



图 3 在美华人铁路劳工

Fig. 3 Chinese railroad workers in the United states

2.2 工装发展下的时尚属性体现

工装演进可划分为两个关键阶段。其一是 19 世纪末至 20 世纪初的第二次工业革命时期,生产力的提升催生了多种新兴产业,对工装的需求大幅增加。Carhartt、Lee 等早期工装品牌相继成立,同时期 Levi's 开始寻求与竞争对手的区分方法,率先在牛仔裤的后袋设计橙色双线“袋花”。这种缉线标明的方式引起各品牌效仿,使牛仔衣袋成为重要装饰区域,对后续的牛仔服设计影响颇深。1911 年, Lee 推出标志性背带工装裤“Bib Overall”,设计较早期朴素款式有了显著变化。其前胸采用五边形贴袋,以铆钉与缝线交错固定,兼具美观与实用性(见图 4^[13])。西美尔指出:“时尚是既定模式的模仿,它提供一种把个人行为变成样板的普遍性规则;但同时它又满足了对差异性、变化、个性化的要求。”^[14]

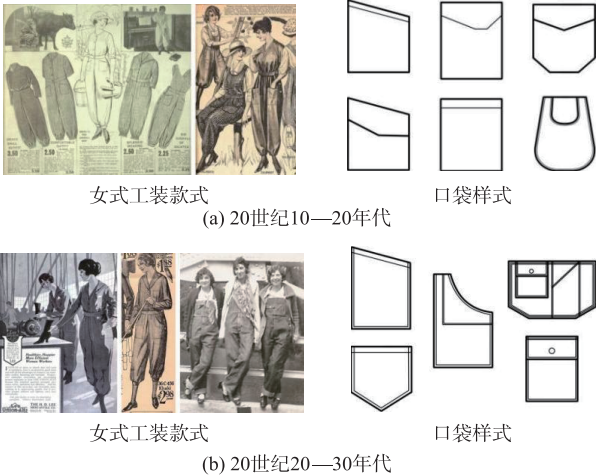
市场竞争不仅推动了工装实用性能的提升,也推动了工装的差异化和装饰化,标志着工装逐渐向时尚化转变。广告中“Leader”“Measure Quality”等强调产品优势的字样,也从侧面反映品牌间竞争的激烈,同时意味着商品工装随着工人群体的扩大而日益普及。



图 4 Lee 品牌背带裤广告

Fig. 4 Advertisement for Lee's bib overalls

20 世纪上半叶的两次世界大战期间是工装发展的另一重要阶段。彼时男性大量参军,女性则开始参与社会生产,女式工装随之出现。由男式工装改良的女工制服弱化了传统女装的性别差异,推动了现代女服的成型,并蕴含着性别解放的象征意味。出于女性对美的追求,这一时期女式工装呈现出鲜明的时尚特征。为兼顾实用与美观,人们开始重视工装的细节。而口袋多位于衣身易触及的显要位置,其小巧灵活的特性为设计提供了更大的空间。伊丽莎白·威尔逊指出,时尚的本质在于款式迅速而持续的变化,即“时尚就是变化”^[15]。20 世纪初至中叶女式工装及工装口袋的样式如图 5^[16-18]所示。从图 5 中口袋样式的变化可以看出,工装口袋的装饰作用被放大,造型的多样并非源于功能需求,而是满足“时尚表现性”的需要。但即便此时女式工装的时尚性几乎与实用性等同,但仍未脱离“工作服装”范畴,与真正的时尚服饰尚有分别。



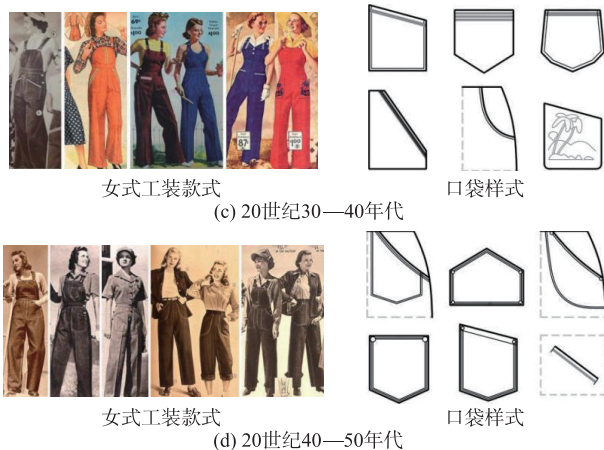


图5 20世纪初至20世纪50年代女式工装及口袋样式

Fig. 5 From the early 20th century to the 1950s women's workwears and its pocket designs

2.3 工装转变后的风格属性成形

20世纪后半叶,各式文化运动与新思潮集中涌现。社会结构在政治、经济等因素冲击下快速重构,这一变化在着装上有着直观体现,尤为明显的是战后美国青年对复古风格的追捧。得益于战时军工业的发展和“银幕年代”影视作品对“西部硬汉”的形象刻画,工装与军工元素转化为军事强大与自由反叛的象征符号,并被大众媒体广泛传播。流行同样扭转了旧观念下的既定印象,在电影《乱点鸳鸯谱》中,玛丽莲·梦露的工装夹克造型突破了以往性感形象,一定程度上推动了大众女性对男装的接纳。20世纪60年代后国际政治形势的严峻令社会失序,嬉皮士运动兴起,青年男女以磨损牛仔服搭配民族风服饰,表达对传统规范与社会从众的反抗^[19]。

对工装的“象征性”沿用也出现在战后的日本。受美式文化影响,战后日本的年轻一代效仿美国士兵、工程师及工人着装,以示对新自由生活方式的向往。与美国青年的反叛倾向不同,日本工装流行更侧重实用主义,强调工艺与细节的还原和亚洲审美的融入,形成独特的“Amekaji”文化。此后,专门复刻美式牛仔服的品牌相继问世,以20世纪80—90年代在大阪创立的5个品牌最为出名,并称为“大阪五虎”在爱好者中流传。Levi's亦于此时进入日本市场,邀请时下影星木村拓哉代言,进一步推动牛仔工装在亚洲的流行。

与过去因客观需求形成的工装着装不同,无论是美国复古热潮还是日本“Amekaji”文化的流行,大众穿着工装均出于对个性的表达。这意味着流行文化中的“工装”与历史上的“工作服”分属不同文化系统。工装诞生的社会环境伴随时代变迁已然

消失,“旧工装”在新工作环境中失去实用价值,但其功能性及积累的象征意义被内化为美学特质,在特定语境下引发联想,与外在设计元素共同构成完整的工装美学体系,标志着工装“风格化”的形成。

3 美学语言在工装口袋设计中的美学呈现

现代工装时尚在多元文化的碰撞下经历着动态重组,其中暗含的同质性则为串联多变设计要素的共时特征,这正是工装美学内核“功能美”的体现。口袋天然具有实用价值,且在工表演变中率先展现时尚潜能,因而成为研究工装时尚转型的关键要素。以工装口袋为切入点,探索其在现代服装中的转化与应用,可为解析工装美学提供具体路径。美是“感性认知的完美”或“感觉的和谐”,依赖于感官体验的完整性和协调性^[20]。美学语言在工装口袋设计中的转化,可从外在感官的能指符号和内在意义的所指符号两方面进行阐述。

3.1 外在设计维度的美学能指

3.1.1 造型语言中的符号美学 工装口袋具有以点带线、由线及面的美学特征,体现为抽象符号语言在纽扣、铆钉、缉线等设计元素中的转化,工装口袋中的设计语言如图6所示。纽扣与铆钉是工装口袋中常见的“有形点”。这种设计起初被用于固定牛仔裤袋以提升耐用性,也因此成为一种设计象征。图6(a)^[21]中的方形贴袋上端两角饰有铆钉,袋盖配以同材质纽扣,大小不一的金属圆点与黑色面料形成对比,呈现简洁而精致的美感。静态线由点的运动衍生,蕴含内在张力,点与线的并置形成视觉语言的交织^[22]。工装口袋中的线多以直线形式呈现,这赋予了工装独特的“工业美”^[23],如“bib overalls”型背带裤胸前的贴袋设计,呈现出典型的“以点带线”。图6(b)^[24]中纵横交错的缉线穿过铆钉形成视觉连接,点与线的符号美感就存在于这种丰富变化之中。

符号美在工装口袋中还有特殊展现,缉线与铆钉并非单纯的抽象元素,还附着着功用性,并在长期应用中上升至“功能性的代表”。因此这一组合也常被解构,在其他服装品类中被作为体现“工装美学”的符号。西装通常隐藏袋身以保持衣身平整,而图6(c)^[25]中缉线与铆钉则凸显了袋身的造型,这使服装呈现出倒错的美感。面的造型美是线性美的延伸与扩展,在工装口袋中尤为明显。图6(d)^[26]中口袋的不规则袋盖与袋身、缉线相互交

叠,起到视觉引导的作用,形成明晰的面与空间视错,金属铆钉点缀其上,实现了点、线、面符号语言

的高度统一,使其具备了“外在美”与“内在美”的双重符号意义。



图 6 工装口袋中的造型语言

3.1.2 质色互映下的视触联觉 色彩是先声夺人的要素,服装中的色彩应用往往具有“表情性”。格列高里在《视觉心理学》中指出,颜色知觉具有极其

重要的意义——它是视觉审美的核心,深刻地影响着人的情绪状态^[27]。结合以往学者对色彩信息的语义研究,文中总结了色彩的情绪特征,具体见表 1^[28-30]。

表 1 色彩信息的情绪特征

Tab. 1 Emotional attributes of color information			
色彩类别	色彩	情绪特征	具体联想
有彩色系	红	热情的,兴奋的,活力的	火焰,太阳,血液
	橙	温暖的,亲和的,生机的	橘子,阳光
	黄	活泼的,明亮的	阳光,土地,秋天
	绿	清新的,凉爽的,舒畅的	大自然,春天,军队
	蓝	冷静的,理智的	天空,海洋
	紫	忧郁的,高贵的,神秘的	紫罗兰
	棕	平和的,宁静的,古板的	秋天,收获
无彩色系	黑	正式的,严谨的	黑夜,煤
	白	纯洁的,干练的	雪,白云,医院
	灰	内敛的,稳重的	阴天,灰尘

对于工装口袋而言,色彩信息的传达还与材质密不可分。究其原因有二,①早期工装面料选择受成本限制,色彩多样性并非首要考虑因素。例如工装裤最初由棕色帆布制成,后改良为蓝色单宁布。最早的法式工装夹克,因使用成本低廉的蓝染工艺而得名“蓝色工作服”。②后期制式军工装的发展,对面料的颜色与材质选择均有严格规定。例如 A-2 型夹克采用棕色马皮,而 B-15 型改用军绿色尼龙, B-15C 型号则以空军蓝色区别于陆军制服。这些因素强化了工装口袋质与色的联系,但并不意味着美感的缺失。感官评价是人的本能反应^[31],“质色互映”实现了视觉美与触觉美的联动,赋予了工装口袋超越色彩情绪的美学信息(见图 7)。图 7 (a)^[32]中服饰衣身左胸处、裤装大腿处装有蓝色、棕色贴袋,具有平和的色彩情绪,裤装上半部的牛仔

裤拼接与缉线插袋呈现粗糙肌理,呼应 20 世纪劳动者穿着特征,传递美式复古的视觉信号。图 7 (b)^[33]中连体工装胸前贴袋搭配亮黑色纽扣与棕

色皮条,整体采用军装中常见军绿色尼龙材质,内敛色彩与光滑质感共同强化“军工感”与“制式感”。



图 7 工装口袋中的质色互映

Fig. 7 Interplay of texture and color in workwear pockets

3.1.3 布局方式的制式与规范 工装与军工装的长期发展赋予工装口袋规范性,使得其布局通常遵

循制式标准。例如 Levi's 和 Lee 为代表的早期工装品牌,以特定编码为固定款式命名。军工装的制式规定更为严格,每一次款式功能的改良都经过官方统一命名编号。文中以工装及军工装夹克为例,对其常见款式的口袋布局特征进行归纳,主要分为对称布局和非对称布局两类,具体如图 8 所示。由图 8 可以看出,不同型号夹克的口袋布局具有明确的制式规律,并在设计样式的长期固定中形成高度识别性。这种识别性与制服相似,蕴含着秩序美的特质^[34]。当下的时尚实际上内含着与过去的辩证关

系,因而能在演进中延续生命力,工装口袋的制式美感在如今的时尚美学中同样得以保存(见图 9)。图 9(a)^[35]为无领、无袖款式连体女装,其左右两侧对称配置的贴袋结合前中压褶与矩形缉线,再现 507XX 型夹克的标志性布局,诠释出兼具力量与自由的女性气质。图 9(b)^[36]款式是对 B-10 型飞行夹克的设计解构,将底端贴袋夸张放大至前片的 2/3,形成强烈视觉张力。左袖处口袋借鉴 B-15 型夹克,以方形贴袋取代原有铅笔袋,在延续位置布局的基础上突破传统框架,迸发出强大的美学力量。

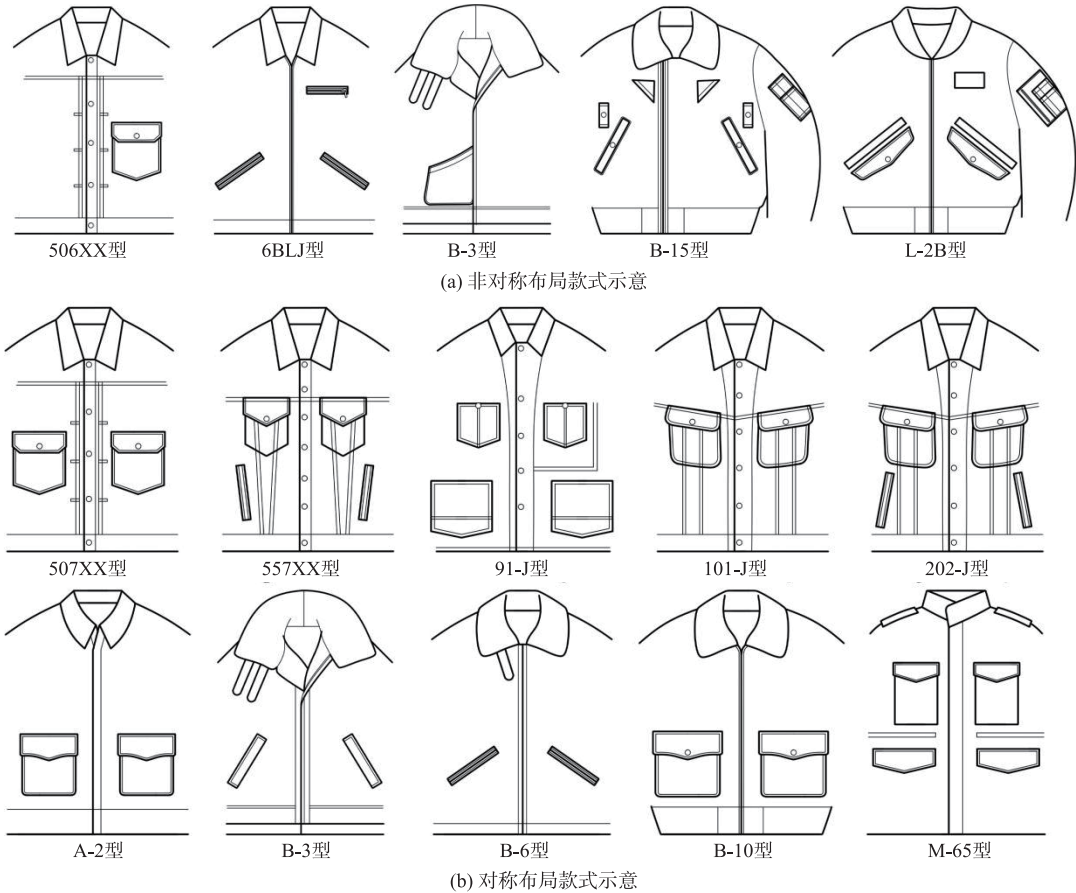


图 8 夹克款式及口袋布局

Fig. 8 Correspondence between jacket styles and pocket layouts



图 9 工装口袋布局的现代应用

Fig. 9 Modern application of pocket layouts in Workwear

3.2 内在符号意义的美学所指

工装时尚的设计演变本质上是“工具理性”与“审美感性”逐渐达成动态平衡的过程。无论从何种维度切入,其设计信息的传递均依赖于长期语义积累,而非单纯外部特征的组合。索绪尔将语言系统视为音响形象与概念的集合体,以表明二者不可分割的一体关系^[37]。而在实际的语言交流之中,符号所指与意义能指的连接具有“任意性”,除听觉外,视觉、触觉等皆可引发与某一概念的联想。这一机制反映在工装美学中,即造型、质色等可感知设计元素与内涵的对应。基于前文的探讨,工装在不同历史阶段被直接或间接赋予多种意义,加之技

术变迁的推动,使其设计细节与特定的联想形成关联。对其进行解析,即可解明工装美学内在所指的构成逻辑。文中以牛仔夹克为例,构建工装美学符号的层级系统,具体如图 10 所示。图 10 中表层为约定俗成的本体与喻体,是可直接由感官识别的外在特征和最初含义。里层则是人为的创造性联想,暗含着历史文化的深层要素。牛仔夹克的物质外观和作为工作着装的原始属性构成了这一结构的

基础,其所经历的款式演变与意义更迭,则在大众认知中形成跨越时空的共同记忆。从某一横向要素组合出发,结合具体语境,即可激活记忆中的纵向联想聚合。得益于此种组合与聚合关系的层层递进,工装美学的内在系统得以运作,诸如文化隐喻、身份认同、审美倾向等抽象意义与具体物质元素建立联系,最终构成自成一体的观念表达体系——工装美学设计语言。

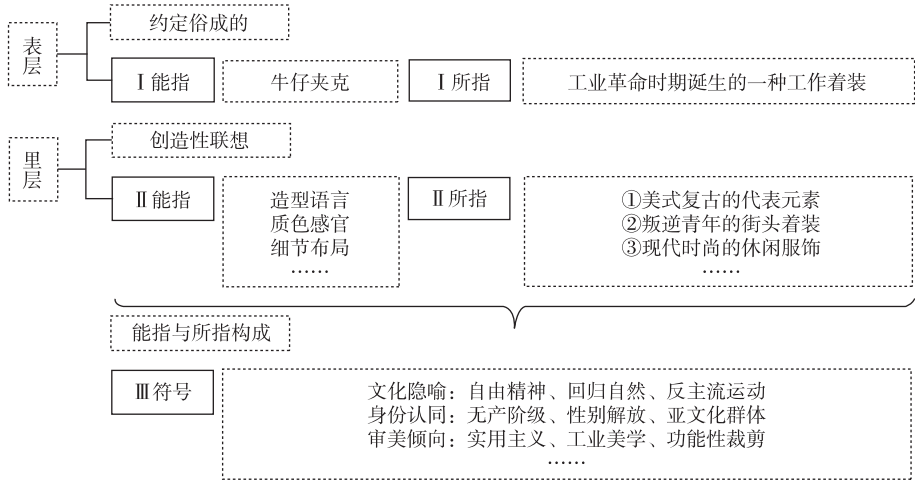


图 10 层级符号系统

Fig. 10 Hierarchical symbol system

4 多维度美学特征的再现与延伸

工装口袋及其所承载的美学体系历经百年的时尚解构与再现,始终处于内部结构与外部要素的持续重塑之中——既包含不断更迭的历时性“言语”,也延续着未被摒弃的共时性“语言”。在当代品牌市场驱动与大众相互引领的流行之下,工装美学的内外表达也呈现出同样的双向选择特征。

4.1 产品维度:功能美学融合形式

自沙利文提出“形式服从功能”后,功能与形式的从属关系一直是设计探索的核心之一。现代消费者更青睐具备需求价值的产品^[38],当象征意义格外突出,产品的功能性也可被适度弱化,但在工装口袋设计中,功能与形式的完整性均得到保留。从工装的发展历程来看,其设计长期遵循功能导向原则。例如早期工人加穿围裙以作防护,随后此类服装经改良并实现工业化生产,被命名为“bib overalls”,这一过程促使一种款式转化为具有特定功能意义的服装类型。但功能性并非始终是唯一或主导的属性。一个合理表现了功能的形式,理应也是一个美的形式^[39]。因此即便潮流变化波谲云诡,以“bib overalls”为灵感的现代设计仍延续了前身大贴袋与腰侧插袋的样式。设计师保留了这种

具备“功能美”的形式,又为其注入新的审美时尚性。

就工装口袋本身而言,其“形式美”天然来自功能性。现代工装口袋设计呈现出多元化的特点,除传统的贴袋、插袋外,隐形袋、复合袋、可拆卸袋等新形式也层出不穷。这种变化有的是出于美观的考量,有的则是功能性优化的延续。但无论出于何种设计目的,工装口袋最原始的功能性并未被摒弃,而是以“内在美”的形态统一于外在形式之中。

4.2 市场维度:品牌美学风格再现

现代品牌通过构建独特的品牌形象以增强竞争力与传播力,从而争夺时尚话语权。在此背景下,工装品牌各自保留并强调最具标志性的设计风格,具体而言便是服装细节特征的承袭与延伸。这使得工装口袋的设计成为品牌美学再现的一环,呈现出典型的风格分化。

设计意义的固定是设计风格形成的重要条件^[40]。因此品牌利用消费者对流行款式的记忆特点,通过重复性视觉呈现强化其认知与认同。如前文所述,工装品牌之间的差异竞争早已存在。Lee 在 20 世纪初就喊出“for comfort, convenience and economy”的口号,意在营造实惠亲民的品牌形象。曾处于“工作用服”语境下的工装品牌通过功能性

或经济性强调差异,在现代“时尚潮流”语境下工装品牌的构建会依托品牌美学风格进行定型和分化。如 Carhartt 与 Levi's 均极为注重设计细节的承袭,但二者对品牌美学的倾向则截然不同。作为战时军需供应商,Carhartt 以流畅的工业美感而闻名,设计中常见工艺较为复杂的直线型挖袋、插袋,多以拉链开合。其中最受消费者青睐的“底特律夹克”,以平整衣身上的拉链挖袋和双嵌线插袋为主要设计特征。Levi's 是牛仔文化的塑造者之一,善用简单且造型多变的贴袋,通过双弧线缉线、铆钉等经典元素建立识别符号,以此构建原始且自由的品牌美学底色。

4.3 文化维度:生活美学文化融入

人类的着装方式是精神文化与生活方式变迁的映射。正如罗兰巴特所述:“意识形态的运作发生于符号内涵意义层面,服饰作为人类创造的表意符号之一,必然反映某种精神文化或意识形态。”^[41]于工装时尚的爱好者而言,对工装细节还原的追求源于对时代精神文化的向往。譬如牛仔工装历经变迁,从 19 世纪末诞生时作为纯粹的工作服,到 20 世纪中叶作为美式复古或嬉皮士反叛的象征,再到现今杂糅多种文化因素,成为休闲服饰的代表,其在不同时期的内涵皆反映了当时的现状。现代爱好者接纳这种精神文化,设计师则通过口袋等典型的工装语言唤起受众的共同记忆,使其产生情感共鸣,比如设计师在袋身部位通过水洗、磨毛、擦色等工艺,呈现出历经岁月的复古质感。

于普通消费者而言,选择带有大口袋的服装源自生活方式的改变。尤其在女装领域,款式的现代化转变始于女性劳动力的解放,女装设计放弃过度装饰、提升机能性,是女性步入社会劳动的特征之一^[42]。工装口袋由此从原本的工装范畴脱离,作为实用部件融入日常服饰。近年来,Miu Miu、Prada 等品牌皆从工装中获取灵感,在女装中加入多个大口袋元素;近期流行的“巴恩风”轻工装穿搭,也源自同种思路,即兼备了便捷日常与流行时尚的现代生活美学。

5 结 语

工装历经百年演变,其设计美学已融入时尚。文中依托历史图像资料与现代时尚案例,引入索绪尔的结构主义语言学理论,以口袋的沿革为切入点,探索工装美学的构建和其在现代服装设计中的内外表征。

1)从 19 世纪初到 20 世纪末,工装历经从实用

性到时尚性到最后风格化的转变,其美学体系的形成是社会重塑、观念革新等多因素的结果。在此过程中,工装的设计元素与特定含义相互连接,构成了美学符号系统的基础。

2)结合时尚案例,现代工装美学的体现依靠设计细节中暗含的功能美和长期积累的各项语义。具体到工装口袋在多样服装中的运用,其外在呈现造型符号性、质色联觉性以及布局制式性,内在呈现元素组合与联想聚合的层级结构,内与外的运作共同构成完整的观念表达体系。

3)在当代品牌市场驱动、大众效仿引领的流行生态中,工装美学的表达受时代影响而被赋予新的形式,表现出功能形式融合、品牌风格再现及精神文化与生活方式映射的美学特征。

通过对工装美学构成与现代表达路径的探索,可以小见大,窥见其背后的工装转变历程与时代成因。在新一轮的时尚文化产业中,在服装内在意义和外在元素不断重构的情况下抓住其中的同质性,厘清美学观念传递的本质规律,是设计师需要继续思考和探求的内容。

参考文献:

[1] 李鸿霄. 基于模块化理念的工装风格男装设计研究[D]. 上海: 东华大学, 2022.

[2] 杨莹婕. 工装元素在现代女装设计中的应用研究[D]. 上海: 东华大学, 2018.

[3] 翟益. 新消费时代时尚工装的设计探索[D]. 北京: 北京服装学院, 2020.

[4] 史东晴. 工装元素在时装设计中的符号性表达[D]. 南京: 南京艺术学院, 2020.

[5] 丁乾琨, 贾蕾蕾, 梁惠娥. 西式男礼服在近代上海跨文化传播与流行的条件探析[J]. 丝绸, 2025, 62(3): 131-139.

DING Qiankun, JIA Leilei, LIANG Hui'e. Research on the conditions for the cross-cultural communication and popularity of Western men's formal dresses in modern Shanghai[J]. Journal of Silk, 2025, 62(3): 131-139. (in Chinese)

[6] 龚惠兰. 旗袍与时尚: 传统元素的现代性转变及其符号美学建构[J]. 化纤与纺织技术, 2022, 51(11): 141-146.

GONG Huilan. Cheongsam and fashion: modernity transformation of traditional elements and its symbolic aesthetic construction[J]. Chemical Fiber and Textile Technology, 2022, 51(11): 141-146. (in Chinese)

[7] 刘伟, 张竞琼. 近代衣袋的造型及演变[J]. 服装学报, 2024, 9(1): 18-26.

LIU Wei, ZHANG Jingqiong. Plastic art and transmutation of modern garment pockets[J]. Journal of Clothing Research, 2024, 9(1): 18-26. (in Chinese)

[8] 费尔迪南·德·索绪尔. 普通语言学教程[M]. 高名凯, 译. 北京: 商务印书馆, 1980.

[9] 张一兵. 索绪尔与语言学结构主义[J]. 南京社会科学, 2004(10): 1-8.

ZHANG Yibing. Saussure and linguistic structuralism[J]. Social

- Sciences in Nanjing, 2004(10): 1-8. (in Chinese)
- [10] 张庆熊. 语言与结构主义方法论: 从索绪尔出发的考察[J]. 社会科学, 2020(5): 111-122.
- ZHANG Qingxiong. Language and structuralist methodology: an investigation with Saussure as the starting point[J]. Journal of Social Sciences, 2020(5): 111-122. (in Chinese)
- [11] JOHN B. Ridge road northwest of spring garden street[EB/OL]. (2024-12-25) [2025-01-28]. <https://www.loc.gov/item/2021670294/>.
- [12] 佚名. 在美铁路工人[EB/OL]. (2019-07-31) [2025-02-03]. <https://chpl.org/blogs/post/chinese-railroad-worker-exhibit>.
- [13] STUDIO Z J. Lee 背带裤广告[EB/OL]. (2015-05-06) [2025-02-03]. <https://bobimpresa.tumblr.com/post/118289734284/1930s-lee-ad>.
- [14] 齐奥尔格·西米尔. 时尚的哲学[M]. 费勇, 译. 广州: 花城出版社, 2017.
- [15] 伊丽莎白·威尔逊. 梦想的装扮[M]. 孟雅, 刘锐, 唐浩然, 译. 重庆: 重庆大学出版社, 2020.
- [16] 佚名. Vintage Overalls 1910s-1950s History & Shop Overalls[EB/OL]. (2017-02-14) [2025-02-03]. <https://vintagedancer.com/vintage/vintage-overalls-pictures-and-history>.
- [17] 佚名. 1940s Teenage Fashion: Girls[EB/OL]. (2015-05-18) [2025-02-03]. <https://vintagedancer.com/1940s/1940s-teenage-fashion-girls>.
- [18] 佚名. 1940s Fall Winter Fashion Casual Outfits[EB/OL]. (2020-09-23) [2025-02-03]. <https://vintagedancer.com/1940s/1940s-fall-winter-casual-outfits>.
- [19] 黄燕. 织物的嬗变——从尼龙丝袜、牛仔褲到当代艺术[D]. 杭州: 中国美术学院, 2017.
- [20] 鲍姆嘉滕. 美学[M]. 简明, 王旭晓, 译. 北京: 文化艺术出版社, 1987.
- [21] 佚名. Sacai 品牌秀场[EB/OL]. (2023-01-23) [2025-02-03]. <https://www.fashionsnap.com/collection/sacai/mens-prefall/2023aw>.
- [22] 康定斯基. 点·线·面——抽象艺术的基础[M]. 罗世平, 译. 上海: 上海人民美术出版社, 1988.
- [23] 威廉·荷加斯. 美的分析[M]. 杨成寅, 译. 桂林: 广西师范大学出版社, 2002.
- [24] 佚名. Carhartt 背带裤[EB/OL]. (2025-01-04) [2025-02-03]. <https://www.carhartt.com/en-eu/p/loose-fit-denim-bib-overall/104672-DSTW50L32?categoryCode=>.
- [25] 佚名. Sacai 品牌秀场[EB/OL]. (2023-06-26) [2025-02-03]. <https://www.fashionsnap.com/collection/sacai/mens-ss-womens-spring/2024ss>.
- [26] 佚名. 工装口袋设计[EB/OL]. (2024-12-29) [2025-02-03]. <https://www.pinterest.com/pin/35043703342338312>.
- [27] 格列高里. 视觉心理学[M]. 彭聃龄, 杨旻, 译. 北京: 北京师范大学出版社, 1986.
- [28] 黄欣. 服装色彩的心理效应分析[J]. 染整技术, 2024, 46(1): 83-85.
- HUANG Xin. Analysis of psychological effects of clothing color[J]. Textile Dyeing and Finishing Journal, 2024, 46(1): 83-85. (in Chinese)
- [29] 侯艳红. 色彩信息的心理语义特征及“隐性”色彩信息对情绪和认知的影响研究[D]. 西安: 第四军医大学, 2007.
- [30] 戴欢. 服装色彩运用对视觉心理的影响[J]. 化纤与纺织技术, 2023, 52(12): 141-143.
- DAI Huan. Influence of clothing color application on visual psychology[J]. Chemical Fiber and Textile Technology, 2023, 52(12): 141-143. (in Chinese)
- [31] 周小溪, 梁惠娥, 陈潇潇, 等. 春夏季衬衫用色织面料材质的感性评价[J]. 纺织学报, 2016, 37(8): 59-64.
- ZHOU Xiaoxi, LIANG Huie, CHEN Xiaoxiao, et al. Sensibility assessment of spring and summer shirt yarn-dyed fabrics[J]. Journal of Textile Research, 2016, 37(8): 59-64. (in Chinese)
- [32] 佚名. Andersson Bell 2024 春夏系列[EB/OL]. (2023-06-30) [2025-02-03]. <https://hypebeast.com/hk/2023/6/andersson-bell-ss24-spring-summer-2024-collection>.
- [33] 佚名. Sacai 2020 春夏秀场[EB/OL]. (2019-06-22) [2025-02-03]. <https://www.fashion-press.net/collections/11428>.
- [34] 杨晶莹. 商务职业装研究现状与发展趋势[J]. 服装学报, 2022, 7(5): 440-445.
- YANG Jingying. Current situation and future development trend of business attire[J]. Journal of Clothing Research, 2022, 7(5): 440-445. (in Chinese)
- [35] 佚名. Sacai 2025 春夏秀场[EB/OL]. (2024-07-11) [2025-02-03]. <https://uptodate.tokyo/sacai-x-levis-25ss>.
- [36] 佚名. Sacai 2024 秋冬秀场[EB/OL]. (2024-01-22) [2025-02-03]. <https://www.fashionsnap.com/collection/sacai/mens-aw-womens-autumn/2024aw>.
- [37] 蔡祥元. 外与内的游戏——德里达如何解构索绪尔的结构主义思想[J]. 现代哲学, 2012(1): 76-82.
- CAI Xiangyuan. The game between outside and inside—how Derrida deconstructed Saussure's structuralism thought[J]. Modern Philosophy, 2012(1): 76-82. (in Chinese)
- [38] 刘蕊, 牛犁, 崔荣荣. 文化 IP 下新中式时尚的设计方法及要素解析[J]. 服装学报, 2023, 8(4): 369-375.
- LIU Rui, NIU Li, CUI Rongrong. Design methods and elements of new Chinese fashion from cultural intellectual property[J]. Journal of Clothing Research, 2023, 8(4): 369-375. (in Chinese)
- [39] 马宏宇. 产品美学价值的设计创新路径研究[M]. 武汉: 武汉大学出版社, 2020.
- [40] 乔治·桑塔耶纳. 美感[M]. 杨向荣, 译. 北京: 人民出版社, 2013.
- [41] 罗兰·巴特. 流行体系.[M]. 敖军, 译. 上海: 上海人民出版社, 2000.
- [42] 李当岐. 西洋服装史[M]. 北京: 高等教育出版社, 2005.

(责任编辑: 卢杰)