

世風日上，人心「復古」 —— Z世代美學與復古感之謎

刊出日期：2022/11/08 | 文字：胡奇 | 責任編輯：孫慈媛

全文共4626字，閱讀大約需要6分鐘

談到「復古」，Z世代擁有自己的想像與詮釋，可能是天真浪漫、可能是俏皮可愛，也可能是文青老派。「復古」可說是發跡於日常的流行與美學，和人們的日常密不可分，而人們也樂於將其實踐於生活之中：如古著穿搭、底片相機、老宅咖啡廳等。在步調快速、資訊爆炸的Z世代，「復古」產生了有趣的反差感，給人停下腳步、回頭看的勇氣，提供了另一種紀錄生活、享受生活的方式與途徑。

時代在走，生活美學要有

每個世代都擁有不同的流行文化與訴求，並且用著自己的方式將其實踐在穿著，乃至生活美學之中。如 60 年代受美蘇太空競賽影響，掀起「太空時尚」¹，「迷你裙之母」英國設計師 Mary Quant 帶起迷你裙浪潮；70 年代主打嬉皮文化，流行喇叭褲、圖騰流蘇、波希米亞風；80 年代次文化興起，流行獨特材質與單品——皮革、蕾絲、緊身馬甲與馬丁靴；而 90 年代回溯前期流行的同時，還有 Nirvana 樂團帶動的「頹廢時尚」Grunge Fashion²。



▲ 左圖為 1960 年代流行的緊身馬甲，右圖為 1970 年代流行的波希米亞、Disco 風

(圖片來源：左圖 / Daniel Simon 攝，右圖 / pinterest @Coachella)

現今 Z 世代同樣也有許多各自追求的美學，在傳播科技的推波助瀾下，更顯得玲瓏滿目、應接不暇。Z 世代創造新的風格、也追隨舊的美感，而實踐者各有各的信仰：極簡風希望找回初心、回歸簡約；Y2K 融入未來與科技

感，代表著大膽前衛、勇敢無畏，美學實踐的同時，也承載著 Z 世代的精神。在這之中，懷舊「復古」像一股無聲勝有聲的力量，它不像 Y2K 那般大聲宣揚，卻同樣擁有斑斕色彩。這股力量在悄然之間溜進了 Z 世代的生活，攻佔下屬於「復古」的一席之地。



▲ 極簡風（左）以同色系、低飽和度的色調為主，Y2K（右）流行低腰迷你短裙
（圖片來源 / 左圖：[IG @cinnamon.official](#)、右圖：[IG @miumiu](#)）

發跡於日常，實踐於生活

近年「復古」風潮無論是在傳播媒體、社群平台或日常生活中，皆隨處可見，對於 Z 世代而言，想必不是個陌生的名詞。談到「復古」，Z 世代擁有自己的想像與詮釋，可能是天真浪漫、可能是俏皮可愛，也可能是文青老派。有別於其他流行風潮，「復古」美學的實踐是具象且多元的，如古著穿搭、底片相機、老宅咖啡廳等，「復古」可說是發跡於日常的流行與美學，和人們的日常密不可分，而人們也樂於將其實踐於生活之中。



▲ 以懷舊復古為基調的翌日咖啡店
(圖片授權 / IG [@leo.sheng.wang](#))

新的世代，舊的美學

如同極簡風在繁複嘈雜的社會下「化繁為簡」，「復古」美學在步調快速、資訊爆炸、傳播科技蓬勃發展的 Z 世代，呈現出有趣的反差感——「新的世代，舊的美學」。「復古」與 Z 世代有著鮮明的對比，時代居諸不息的往前走，「復古」卻給人停下腳步、回頭看的勇氣，提供了另一種紀錄生活的方式與途徑，讓成品並非唾手可得，而是需要慢下步調等待，也因此創造出期待感與儀式感。以底片相機為例，從底片選擇、放入底片膠卷、按下快門、過片，到沖洗底片、掃描，產出一張照片需要花費許多時間成本，然而正是這樣的等待過程，讓成果更顯得驚喜萬分、彌足珍貴。

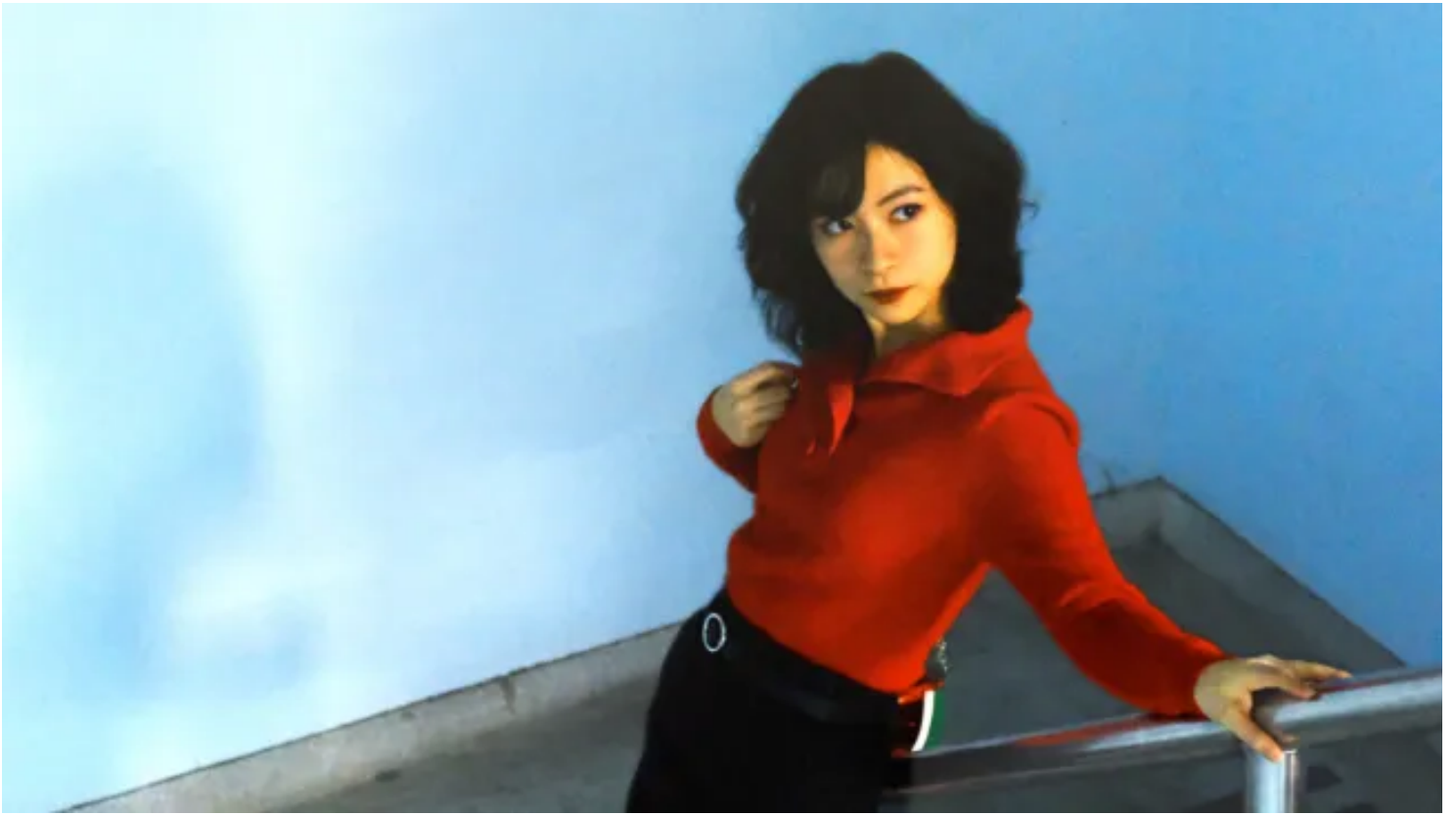


▲ 底片相機花費的時間成本，與驚喜感成正比

(圖片來源 / [Unsplash](#))

復古是時間的載體

李昭融在《台女：最邊緣的女子圖鑑》中說：「電影是時間的載體。」復古又何嘗不是呢，我們可以說古著是時間的載體、底片相機是時間的載體，把任何一個擁有復古元素的人事物套進去，都絲毫不會違和。在與 Z 世代復古愛好者 Ginger 的訪談中，復古與時間的關係被賦予了新的意義——有關於父母親時代的想像與嚮往，開啟了她對復古的認知。她表示最一開始愛上復古，是因為喜歡拿母親的舊衣服來穿，這讓她感覺到「她和別人是不同的」，體現出 Z 世代「追求獨特」的個性。她將復古重新詮釋並融入現日常，使其產生全新的意義與風格。



▲ Ginger 身穿母親古著的服裝搭配

(圖片授權 / IG [@ginger.huang](https://www.instagram.com/ginger.huang))

「我覺得它對我來說比較像是一種元素，一種堆疊屬於我的個人美學的元素，或許我不會永遠都在做復古這件事情，但它會是一個選項、一種風格的展現。」從拍攝、穿著，延伸至個人風格的塑造，Ginger 將復古美學實踐於生活中，而在她剪去一頭長髮後，更顯得鮮明。「我覺得這就是我最自在、最適合我的模樣。」在Z世代的美學多樣性之下，復古是靈活的，它變得有彈性、在人們的生活中伸縮自如，可以小至身上的一個配件，也可以深至嵌入日常，形成個人生活的一種方式。



▲ Ginger 的短髮造型酷似王菲
(圖片授權 / IG [@ginger.huang](https://www.instagram.com/ginger.huang))

在名為「復古」的波浪裡

「復古很像一種濾鏡，當人們套上復古濾鏡的時候，我們看世界會多了名為『復古』的角度。像是你今天用復古的眼光欣賞路上的街景時，就不會覺得老舊的建築是醜的。」Ginger 在訪談過程中這麼說道。對於有些人而言，老舊的建築反而是求之不得的，座落在台北大安區的萬鏡寫真館，正是繁華台北城中這樣獨特的存在。萬鏡寫真館館長李廣表示，當初決定成立照相館時，就打算找一個老房子，而且是想特別找一個狀況很差的老房子，再親自把它從頭到尾改造一番。



▲ 萬鏡寫真館內部場景

(圖片來源 / IG [@wangjinstudio](#))

「會選擇日本大正昭和時代作為寫真館風格，除了因為它給人一種富麗堂皇的復古感，也是因為台灣人在當時與日本有歷史淵源，所以比較有故事性，更能帶起懷舊情懷。」透過窗戶、地板、木樑、燈的開關等細節呈現，萬鏡寫真館有著極高的還原度，讓人能快速的產生帶入感，彷彿掉入了時光漩渦，真真實實的被捲入1928年。「我想讓它看起來就像是一間存在很久的照相館，而不是刻意的『復古』。」



▲ 萬鏡寫真館內部場景

(圖片來源 / IG [@wangjinstudio](#))

熱愛，所以自然存在

老派、經典、有故事性，這是李廣對於「復古」的形容。談到對於復古的熱愛，李廣表示，他不會說自己是在把復古「實踐」於生活中。「就只是喜歡這個東西，所以想要去了解，它會很自然而然的存在在你的生活裡，例如騎老車、穿舊的衣服。它並不是一件很辛苦或者需要特別花力氣的事情，而是自然而然充斥在生活中。」



▲ 萬鏡寫真館門口復古機車

(圖片來源 / IG [@wangjinstudio](#))

李廣在訪談中表示，萬鏡寫真館在某種程度上是一個風格——他自己風格的展現。作為廣告攝影師，李廣認為他的客戶可以透過萬鏡寫真館了解他的品味，而品味是品牌在廣告中最重視的，關乎攝影師是否能把商品拍得有價值。萬鏡寫真館除了是他的副業，也是他品味的展現，能讓他的品味更有說服力、「現身說法」。



▲ 萬鏡寫真館館長攝影作品

(圖片來源 / IG [@ricor_photography](https://www.instagram.com/ricor_photography) 攝，模特 [@cychia.ss](https://www.instagram.com/cychia.ss))

同樣是復古愛好者的孟臻，認為復古就是她的生活方式，也表示沒有辦法想像缺少復古的生活。對她來說，復古能真正的讓她放鬆。出於對復古的熱愛，孟臻被萬鏡寫真館的主題吸引，是萬鏡寫真館的消費者。「一開始看照片只是覺得把裝潢打造成昭和大正時代的那個樣子，但實際到現場真的感覺回到那個年代，和想像中的不一樣。」這是孟臻對於萬鏡寫真館的印象。



▲ 孟臻（右）與朋友，攝於萬鏡寫真館
（圖片授權 / IG [@missssk_](#)）

有關復古，無關小鹿

孟臻對於復古的熱愛，不僅實踐在她的生活中，還成為了她的工作。孟臻擁有自己的自製古著店「無關小鹿」，販售的商品也以她最喜歡的復古風格——美式鄉村為主軸。比較特別的是，無關小鹿以網路商店為主、寄賣為輔。孟臻表示，傳播科技對她而言的影響是正向的，讓她能夠省下店面租金，同時在 Instagram 上成立網路工作室不只方便，還可以很輕易的打廣告，快速為商品帶來曝光度。



▲ 孟臻身穿自製古著「無關小鹿」

(圖片授權 / IG [@missssk](#))

不只是便利性，復古與傳播科技的連結，讓復古產生了新的樣貌與意義。《大大學院》在 Z 世代有效行銷之分析中指出：「以『穿搭』來說，Z 世代的消費者注重『個體獨特性』，他們其實不希望讓品牌個性大過於自己的個人魅力，不管是在 Instagram 或其他社群媒體，Z 世代消費者最在意的是『有沒有展顯出他個人的獨特性』。」Ginger 在訪談中表示，復古可以讓她感覺到「自己跟別人是不一樣的」，李廣也提到：「其實出發點是想要跟大部分的人不一樣，如果今天大部分的人都喜歡這個東西，就會覺得它不酷了，反而不想要這個東西。就是因為它有難度、有門檻、不方便，不是每個人都會選擇去玩或嘗試，才更顯現出它的獨特之處。」



▲ Ginger 與朋友設計的T恤作品，左為設計稿，右為 Ginger 穿搭示範
(圖片授權 / IG [@ginger.huang](https://www.instagram.com/ginger.huang))

有深淺之別，無優劣之分

「『復古』觀念，既非保守的複製，也非任意的各自表述，而是創作者在不斷地恢復去蔽之中，呈現豐富的生命力。」(李志欣，1997)。復古從生活美學的實踐出發，對於某些人而言或許只是一種美感、一種 dress code 的規則、一種穿著風格，抑或僅是流行文化的一環，但對於有些人來說，已昇華成生活方式，甚至是成為信仰，深深地刻在日常裡，與生活密不可分。對於復古的熱愛可能會有深淺之別，但它並不會是優劣之分，每個人都有著自己熱愛復古的方式，迥然相異卻又殊途同歸。



▲ 古著已成為近年流行文化的一環

(圖片授權 / IG [@daizou2015](#))

老派生活之必要

「我們要散步，我們要走很長很長的路。約莫半個台北那樣長，約莫九十三個紅綠燈那樣久的手牽手。我們要不涉核心相親相愛，走整個城市。只有在散步的時候我們真正的談話，老派的談話。」——李維菁《老派約會之必要》

我們都需要一點讓生活得以支撐下去的信念，「復古」或許就是其中之一。所以唱歌時我们不唱錢櫃，唱台北浪漫屋；吃冰時我们不吃酷聖石，吃昭和浪漫冰室；旅行時我们不住五星級酒店，住文青老宅民宿；逛街時我们不逛百貨公司，逛舊物盛典市集；觀影時我们不看漫威宇宙，看重慶森林、看千禧曼波；約會時我们不去信義或東區，去大稻埕迪化街手牽手散步。試著脫軌於日常，將自己藏匿於當代的皺摺縫隙、讓復古美學短暫闖入生活，或許你也能從中獲得不一樣的體驗與啟發。



▲ 左為台北浪漫屋，右為昭和浪漫冰室

(左圖授權 / IG [@wing.leo](#)、[@chinnnwei1205](#)攝，右圖授權 / IG [@dessert_527](#))

在 Z 世代社會的高效率與速度感下，復古成為了人們的慰藉，讓人心安定、讓過於快速的生活步調能夠慢下來，擁有喘息的空間。復古為人們創造出有別於緊湊社會的秘密基地，它的存在像是小確幸，在這之中，你的所有疲憊得以歇息、性格得以展現、需求得以滿足。「復古給人一種很美好的想像。」比起具體的「美學」，復古似乎更多的提供了抽象概念的生活美學需求，滿足人們對於溫度、情感的渴求。而正是這樣的溫度與情感，讓人們還不至於淹沒在科技的洪流中，得以短暫地從傳播科技的疏離中抽離，重新學會感受。

- 1 「太空時尚」Space Age 流行迷你裙設計、著名的白色皮靴“Go-go boot”、以銀色塑料製作的連身服、幾何鏤空與異材質的運用等等。
- 2 頹廢時尚 Grunge Fashion 的粉絲會穿團T、破洞牛仔褲、馬汀靴和古著，與龐克的不同之處為他們不會把頭髮變成莫霍克頭，也不會戴很多飾品、金屬鍊條。他們大多穿著日常服裝，髮型與髮色較不顯眼。

參考資料

1. [李維菁《老派約會之必要》](#)
2. [洪愛珠《老派少女購物路線》](#)
3. [「底片不會死掉，只會越來越走向專業」與森寫真機店午夜閒談](#)
4. [跟目標群眾已經有代溝了？五個Z世代關鍵迷思一次破除！](#)
5. [#時尚歷史課：屬於60年代的未來想像－形塑 Space Age 風格的3位傳奇設計師](#)
6. [跟時尚無關的音樂次文化？Grunge Look 的起源與影響](#)
7. [李玉蓮：從歷史美學風格中論服裝的復古時尚](#)

© 2022 All rights Reserved

[向生活敬杯「美」酒](#)