

論同一

◆ 撰文 / 何日生

「我不需要別人告訴我，我該穿什麼，或不該穿什麼？我自有的判斷和自由選擇的權利。」

服裝對一個人來說其實是一件大事。自古以來，服裝就是一種族群認同和社會階層化的表徵。沒有一個族群的衣服不是代表著階級的分化，並透露該族群文化的價值觀。為什麼伊斯蘭的婦女必須用黑衣服遮住臉龐，為什麼西方人會認為伊斯蘭的婦女之黑衣是反現代化及宗教禁錮的象徵；而同樣的西方好萊塢晚宴的男男女女多半穿著黑色晚禮服，就代表著高貴和專業。每個族群都有他的偏見，且經常用這個偏見去評斷他人。

法國政府在二〇〇四年七月立法禁止公立學校的學生配戴任何具有宗教意涵之圖騰或衣服，原因不外乎去除宗教的任何歧視及壁壘。但去除宗教的頭巾、十字架、或佛像等，宗教的分野及禁錮固然從表面消失，然而生活語言中的符號表達能完全滅絕嗎？如果十字架及頭巾是一種分化，是人與人隔離的一項壁壘，那名牌的追求及消費所造成的貧富差距及階級分化，難道就無須被重視及限制嗎？

其實不管是猶太教的五角星、回教的頭巾、基督教的十字架、佛教的念珠等

宗教符號，和資本主義的消費流行趨向是沒有太大區別。一個廣告明星拿一隻新型手機，第二天立刻有數十萬人去買這一款的手機，資本主義的洗腦究竟比起宗教的傳播要更為徹底有效，更不會被批判及造成抗拒，它無所不在的把每一個人都涵蓋包裹在自由選擇的幻想之中。

想一想我們在穿著上能有多少選擇？當男士的西裝流行三排扣，傳統的雙排扣立刻下架，立刻從每一個家庭的衣櫃裡消失。當女性流行低腰牛仔褲，所有高腰的傳統牛仔褲立刻乏人問津。同一；同化；在資本主義裡最徹底，最直接，它所帶的面具最無形，讓人們誤以為這一切都是自由選擇。不管你同不同意，在商品廣告市場下，我們都是穿著資本主義商業機制設計的制服，這制服一陣子換一次，讓我們誤以為我們一直在變化，在選擇。同一時間，同一個辦公室，你可以觀察到我們穿得有多相似；白色禮服永遠是新娘子的最佳選擇，你能相信嗎？一生中最重大的日子，我們仍然像在穿制服一樣選擇成千上萬人穿過的白紗衣服。為什麼？因為廣告及符號不斷教導我們白紗禮服是最美、最漂亮、最聖潔的新娘禮服。

同一；同化；無所不在。

即使強調資本主義自由市場，自由選擇的今天，同化及同一的力量更為根本和巨大。因為商業就是大量生產及製造，在同化的同時，階級化也相應而生。但是我們不會譴責它，不會如同許多的社會譴責宗教裡同一的穿戴、圖騰及符號一樣。資本主義無遠弗屆的教育及傳播體系深入每一個人的心中，我們用它的標準來判定人的行為，忘卻它是我們最必須仔細判定的對象。

其實資本主義的商品同化的力量之所以能存在，並不是它擁有最佳的商業及傳播體系，它存在最根本的道理是因為人們追求同一的心。沒有人願意看起來古怪，沒有人願意看來落後於時代或不符合時代的價值觀，每一個追求時髦的人其實不是標新立異，而是害怕落後孤單，其背後所企盼的就是得到社會的肯定及稱譽。這種企盼就是企求認同他人，企求整體社會的理解及認同，因為同一性是人們的最深的一項渴望。

醫生為什麼穿白袍？律師為什麼穿黑袍？英國的法官為何必須帶假髮？為什麼女主播都必須剪短髮，男主播一定要穿著西裝，而不是T恤？為什麼會計師必須被要求穿著套裝而非牛仔褲？這些評斷是非，論斷真理，決定別人生死的人在穿著上似乎都依循著同一性的原則。這同一性其實背後是榮譽，是一種信念的統一及價值的溝通。沒有這種信念的同一或價值的確立，專業的榮譽及信條是無從產生的。

重點不在於自由，而在於選擇，在於選擇什麼？在社會文化中，沒有任何人是真正自由的，我們都是被形塑被規範，我們都是穿這個環境裡要我們穿的衣服，這是人存在的一項必然。唯一的思考是你選擇何種價值觀，選擇何種衣服配飾符合你的信念及群體的共同價值；法國想去除一切同一性的宗教衣服及飾品的努力，只不過把法國納入單一的世俗主義的框架中，其實它是扼殺了選擇，扼殺了人們選擇自己作為某一種信念的支持者的選擇。

從這個角度來看，宗教佩戴飾品和青年人從資本主義的市場看廣告買了牛仔褲，其實都是一種同一性的選擇。選擇認同及支持某一種文化及價值，在他們各自的體系中都稱為美，都稱為善。穿制服並沒有先驗的惡，它是一種信念及價值的呈現和支持，它是人類社會諸多同一性中的一種。不管宗教的長袍、主播的西裝、律師的黑袍、基督教的十字架、穆斯林的黑色面紗及頭巾、校園裡的牛仔褲、這些都是人類同一性的一種展現，它展現不同的人所亟欲彰顯之信念及榮耀，這當中沒有對錯，無須掩飾或廢除。倒需要深思這同一性的背後，其價值及信念是否符合人類共同之美善。

