

江苏高校优势学科建设工程资助项目
苏州大学艺术学优势学科建设学术文库

服装模特表演简论

● 著/戴岗



苏州大学

学科建设工程资助项目
优势学科建设学术文库

服装模特表演简论

● 著 / 戴岗



苏州大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

服装模特表演简论 / 戴岗著. —苏州: 苏州大学出版社, 2016. 12
江苏高校优势学科建设工程资助项目
ISBN 978-7-5672-1966-3

I. ①服… II. ①戴… III. ①时装模特—表演艺术
IV. ①TS942.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 306635 号

书 名: 服装模特表演简论

著 者: 戴 岗

责任编辑: 方 圆

出版发行: 苏州大学出版社(Soochow University Press)

社 址: 苏州市十梓街1号 邮编: 215006

印 刷: 苏州市深广印刷有限公司

网 址: www.sudapress.com

邮购热线: 0512-67480030

销售热线: 0512-65225020

开 本: 787 mm×1 092 mm 1/16 印张: 7.75 字数: 152 千

版 次: 2016 年 12 月第 1 版

印 次: 2016 年 12 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5672-1966-3

定 价: 38.00 元

凡购本社图书发现印装错误, 请与本社联系调换。服务热线: 0512-65225020

目 录

Contents

第一章 服装模特与模特表演概述/ 1

第一节 服装模特/ 2

第二节 模特表演/ 8

第二章 服装模特表演的形体训练与塑造/ 24

第一节 服装模特的形体塑造艺术/ 24

第二节 服装模特形体训练应注意的问题/ 49

第三节 服装模特的形体训练与素质培养/ 53

第三章 服装模特表演技能的形成及训练模式/ 63

第一节 服装模特表演技能形成的系统分析/ 63

第二节 服装模特表演技能学习中的“高原现象”分析/ 69

第三节 服装模特表演技能的行为训练模式与心理训练模式/ 75

第四章 服装模特表演与舞蹈艺术的关联/ 88

第一节 服装模特表演的舞蹈性/ 88

第二节 体育舞蹈与服装模特表演的互动/ 96

第三节 服装模特舞蹈学习应注意的问题/ 101

第五章 服装模特表演与高等教育/ 105

第一节 我国服装模特表演专业发展现状/ 105

第二节 服装模特表演专业学生学习特点分析/ 112

第三节 服装模特表演中心理状态及其调节方法(以比赛为例)/ 115

后记/ 120

第一章 服装模特与模特表演概述

服装表演构建了服装设计师与消费者之间的桥梁。从广义上讲,服装表演是把设计师设计的服装产品进行展示的一种表达方式(图 1-0-1)^①,一般是让模特按照设计师的设计理念,穿戴好所设计的服装成品及配饰,并在特定的场所向观众,尤其是向时尚媒体、记者、时尚买手、商家等专业观众展示的一种演出形式(图 1-0-2)。从狭义上讲,服装表演是一种用真人模特向客户展示服饰的促销手段,通过服装的展示表演向消费者传达服装的最新信息,表现服装的流行趋势,体现服装设计师的完美构思和巧妙设计,是一种重要的营销手段。

服装模特则是服装表演的承载者(图 1-0-3)。模特需要通过形体语言展示服装的功能、款式、结构,显现设计师的创造力和想象



图 1-0-1 服装表演场景 dianevonfurstenberg
(黛安·冯芙丝汀宝 dvf)

^① 张琼. 服装表演专业人才培养需求调查与分析[J]. 中国市场, 2013, (25): 52—53.

力,把不同服装的着装感觉表现出来,引导消费者对时尚文化的认同和对某种品位服饰消费的欲望。



图 1-0-2 吴季刚 JASON WU
发布会



图 1-0-3 模特台前造型

第一节 服装模特

服装模特是人们最常见的 T 台模特,也是人们普遍了解和认识的模特,号称赋予服装灵性的活动衣架。一般而言,服装模特的主要工作是参与服装表演。据《中国商业百科全书》:服装表演是时装作品通过舞台进行展示,是服装造型的舞台艺术表现。着装的演员通称模特儿(model)。由于要参与诸多的服装展演,因此对模特儿身材的要求比较苛刻。服装模特的身高、三围、比例要有一个相对统一的标准。

一、服装模特的界定

参考国家职业资格鉴定的定义,模特是指担任展示艺术、时尚产品、广告等媒体的人员;服装模特是指从事时装、服装服饰展演及品牌形象展示的模特群体。服装模特最初是为了促进服装的销售而存在。今天,作为一种可以灵活适应多数产品或服务要求的有效的媒介,人们逐渐意识到模特能为大众展示值得羡慕、关注的产品形象,能引起顾客的极大兴趣,为产品做更好的宣传。这一共识使得模特所涉及的职业领域在近年内得以飞速扩张。模特在体型、相貌、气质、文化基础、职业感觉、展示能力等方面应具有一定条件,并对服装设计、制作与面料、配件以及音乐、舞台灯光等具有一定的领悟能力。

二、服装模特的基本条件

服装模特的基本条件就是形体,即人的整体外形。基本条件对模特的职业生涯来说是最重要的一项因素。服装经过模特的动态展示被注入活力,服装的艺术魅力通过服装模特的形体动作表现出来。世界各国的服装设计师都按标准尺寸制作样衣,所以模特的形体必须符合标准尺寸。因此,模特的形体美也成为其在展示服装过程中能否被观众理解、接受的主要因素之一。模特的形体美主要体现在骨骼形态、头身比例、上下身差、肩宽、三围(胸围、腰围、臀围)等方面(图 1-1-1)。



图 1-1-1 女模基本模卡

(一) 身高要求

身高是模特基本条件中的首要条件,尤其是对服装模特来说,往往先看其身高条件,在此基础上再看其他条件。测量身高时,模特应目视前方,两脚平稳踩地,两臂自然下垂,不能塌腰,要保持腰背自然挺立状态(图 1-1-2)。

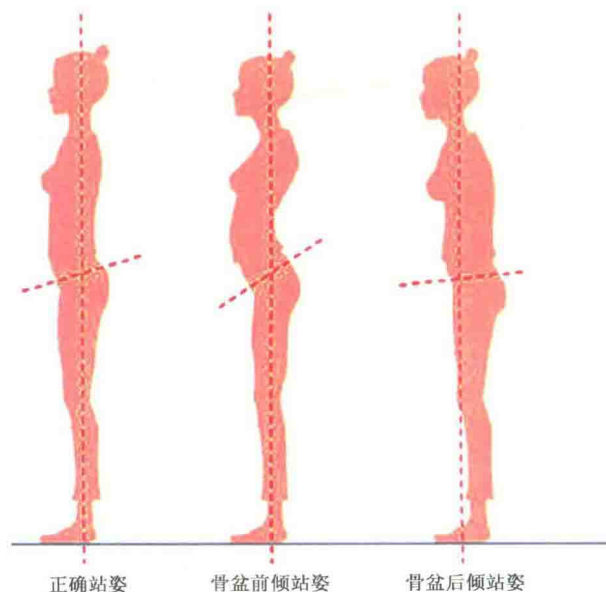


图 1-1-2 人体站姿

目前国际时装女性服装模特的身高标准是 178cm, 身高上下浮动 2cm。因此, 身高在 176—180cm 之间的女性模特都在标准之内。身材应修长、匀称, 强调线条流畅, 整个身体呈 S 形, 给人的感觉应是轻盈而优美的。

男性服装模特的身高标准是 188cm, 身高上下浮动 2cm。因此, 身高在 186—190cm 之间的男性模特都在标准之内。身体强壮, 但不能过分健壮, 强调肌肉线条及力量感, 整个身体呈 T 型, 给人的感觉应是阳刚健美的, 同时又要有些深沉, 显示出一种积极向上的精神面貌(图 1-1-3)。

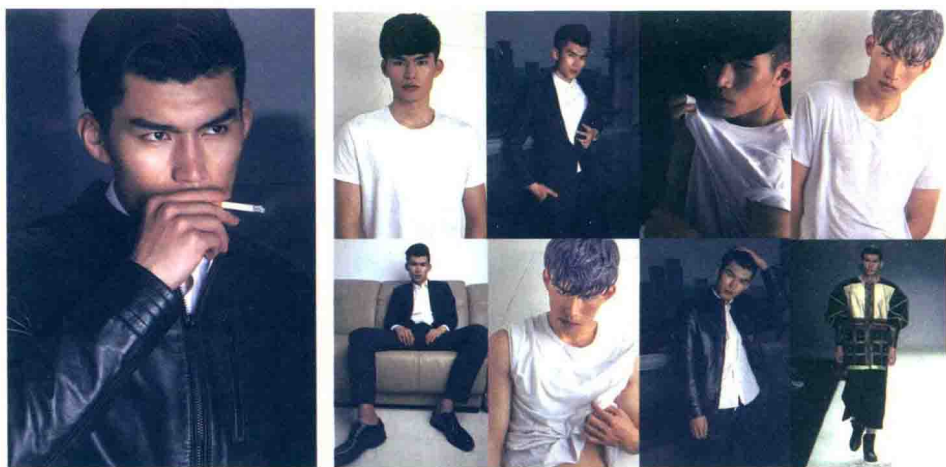


图 1-1-3 男模基本模卡

由于东西方地理差异和自然环境的不同,在人的肤色、骨骼和人体的外形上均存在着一定差异。西方人与东方人相比,普遍显得高大且丰满一些,所以,西方的女性模特身高一般为 176—182cm,男性模特身高一般为 186—192cm(图 1-1-4)。



图 1-1-4 东西方模特对比照

(二) 体重要求

服装模特的体重要求也有特殊之处,且与身高有一定比例关系,若过胖或者过瘦都会影响舞台上的整体美感。可用以下公式进行计算:体重(kg)=(身高-123)±5%。例如:身高为 178cm 的模特,体重则应为 178-123=55(kg),再给予 5%的浮动,则体重为 52.25—57.75kg。

(三) 三围尺寸要求

三围是指人的胸围、腰围、臀围。

胸围是在胸部最饱满处贴身水平量一周的长度,国际通用代号为 B。测量时模特应直立,两臂自然下垂,在呼气或吸气时测量。

腰围是在腰部最细处贴身水平量一周的长度,国际通用代号为 W。测量时模特应直立,两臂自然下垂于体侧,身体自然伸直,腹部保持正常姿势,屏住呼吸。

臀围是在臀部最饱满处贴身水平量一周的长度,国际通用代号为 H。测量时模特应直立,两腿并拢,在臀大肌最突出部位量出臀围。

女模特最理想的尺寸是胸围 90cm,腰围 60cm,臀围 90cm。但是由于人种不同,东方女模特的三围一般为:胸围 83—90cm,腰围 60—62cm,臀围 88—90cm;男模特的胸围

为 95—106cm,腰围为 76cm—83cm。西方模特的三围数值一般略大于东方模特。

由于三围尺寸不同,便形成了人体曲线。人体曲线是构成人体美的重要因素之一。人体曲线能使服装造型产生一种很强的起伏感和动感。如果缺乏这种曲线,则会使服装造型显得平板而失去魅力。所以,作为服装模特,三围就更加重要。

(四) 身材比例要求

人体比例是决定人体美的直接因素。模特是人体美的具体体现者,因此,模特的身体比例要求较普通人要高。

1. 上下身比例

测定人体比例有两种方法。一种是比值法,测量时以肚脐为上下身分界点,从头顶到肚脐的高度为上身长,从肚脐到脚底的长度为下身长。模特的下身应长于上身,测得下身高度占身体总长度的 0.618(即黄金分割比例)为佳,或再略大于此数更好。另一种是差值法,测量时以臀部底线为分界点,从第七颈椎到臀部底线为上身长,从臀部底线至脚底为下身长,下身长与上身长之差 14—16cm 为优秀,11—13cm 为良好,8—10cm 为一般。

2. 头与身高比例

目前,国际时装舞台上以娇小的头型为流行,因为娇小的头型会使形体显得更加修长优美。但头型也不能过小,过小会使人的比例失调。一般模特的头长占身长的 $1/7$ — $1/8$ 为宜,达到 $1/8$ 为佳。

(五) 脸型与五官要求

女模特的脸型多为瓜子脸、椭圆脸或长方脸。这些脸型给人文雅、恬静和成熟女性娇媚的魅力感。模特的相貌并不单纯要求漂亮,相反,过于漂亮的面孔会将观众的注意力过多地集中在模特的脸上而影响服装的充分展示。所以,模特的基本形象应是五官端正协调,具体来说,应是眼睛明亮、鼻梁挺直、高颧骨、唇型丰润(图 1-1-5)。

男模特以方圆脸型为多,五官应端正、协调,面部轮廓清晰、棱角分明(图 1-1-6)。



图 1-1-5 女模特脸部近照



图 1-1-6 男模特脸部近照

现代服装表演越来越重视模特形象的独特性,所以挑选模特时脸型和五官以具有明显的个性特征和独具魅力为宜。^①

(六) 颈长与肩宽要求

颈与肩是模特在表演中裸露较多的部位。模特的颈部以长而挺拔且灵活为宜。

双肩是人体的第一道横线,也是模特称为“衣服架子”的关键性部位。肩型的好坏直接影响到服装造型的悬垂效果。模特的肩型以平而宽且对称为佳,女模特的肩宽应在40cm以上,男模特的肩宽应为52—55cm。

(七) 腿形要求

模特的腿形要粗细均匀,中线笔直,小腿富于力度;小腿与大腿比例接近相等或略长于大腿。大腿过粗、小腿肚较大,或腿部中线外弧、内弧都是不理想的。

(八) 手的形态要求

服装模特手的形态也是不可忽视的,女模特的手指要纤细、修长、圆润而柔嫩;男模特的的手指要粗细适中。

除了以上八个基本条件之外,还有三点附加条件。第一是气质要求。一个模特无论是在台上还是在镜头前的表演,从来都是以衬托服装、衬托产品为主的,模特在表演中处在附属的位置上,因此,模特的每一个眼神、表情、形体语言的设计都是为了让观众注意到模特所展示的产品。一个优秀的模特往往用其与众不同的气质使其表演的服装和产品孕育出超凡脱俗的生命。作为一名模特,仅有良好的身材和五官是远远不够的^②,只有具备了良好的气质,才能烘托出美妙的服装。所以,对于模特来说,提高自己的内在修养,注重自己的外表仪态十分重要,尤其是要注意造型艺术与气质、舞台表情与气质、言谈举止与气质的关联。第二是文化基础。一个有文化基础的模特,对不同的服装风格都会有各种独特的表演方式,这便于形成自己的个性,在职业上就更容易发展。其实,有很多文化知识跟模特表演有莫大的关系。例如,音乐知识、舞蹈知识、服装设计、摄影艺术、舞台灯光等,都是从事模特专业的人所要了解的知识点。第三是表演技巧。服装表演不是选美,在这里,模特只是一个载体,而不是中心,中心是所要展示的服装。因此,在表演中就要具有由远到近、由动到静的展示意识。模特的表演技巧除了学习好扎实的台步基础以外,还必须掌握包括镜前造型、音乐节奏、表情训练、角色意识等方面的表演技能技巧。

① 郭海燕.论时装模特综合艺术素质的培养[J].艺术百家,2007,23(z3):187—188.

② 周婕.刍议我国时装模特的素质培养问题[J].宿州教育学院学报,2009,12(4):161—162,169.

第二节 模特表演

中国模特服装表演的发展历尽坎坷,在漫长曲折的历史长河里,以其独有的魅力,在服饰文化史上谱写了令人难以忘怀的灿烂篇章。

一、模特表演的发展概况

(一) 我国早期的模特表演

我国模特服装表演的源头可追溯到 20 世纪 30 年代的上海。那时的上海是霓虹闪烁、商业发达的大都会,又是中国的文化艺术中心,同时也是殖民文化色彩浓厚的“十里洋场”。当时,服装商们非常活跃,他们雇佣画家画时装画、设计新款式,并大做广告。这些为服装表演的发展提供了土壤,我国早期的服装表演应运而生。1928 年,“云裳”服装公司服装设计师、著名画家叶浅予先生组织了一次服装展览会,那是一家英国纺织印花布洋行为了推销他们的新产品而找叶先生发起组织的。为了此次展览,叶先生除了设计服装、编印样布外,还邀请了几位舞女当临时模特儿,在南京路惠罗百货公司办起了一个服装展览会。这次活动是我国服装表演的雏形。



图 1-2-1 早期服装模特儿拍摄的服饰

花布洋行为了推销他们的新产品而找叶先生发起组织的。为了此次展览,叶先生除了设计服装、编印样布外,还邀请了几位舞女当临时模特儿,在南京路惠罗百货公司办起了一个服装展览会。这次活动是我国服装表演的雏形。

“1930 年 10 月 9 日,由美国留学归来的美亚丝绸厂总经理蔡声白为庆祝企业创建 10 周年,在上海著名的大华饭店,以展示本厂的丝绸布料设计为宗旨,举行我国近代史上第一场真正的服装表演。当时很多著名的政商要人及社会名流前往,观众多达 2000 余人,上海《申报》为此做了连续三天的宣传报道。”^①这一次服装表演在当时的都市生活中产生了很大影响,蔡声白的美亚丝绸厂当即广招美女,并吸收一些影星、交际花及政要夫人等参加,组成了模特表演队,表演队常结合产品销售进行演出活动。美亚丝绸厂甚至将时装表演拍成电影,为在东南亚推销其产品

^① 戴岗. 大众文化语境中的中国服装表演[D]. 苏州大学学位论文, 2008.

广泛宣传。

此次服装表演以商业主义为中心,招聘“美女”以赢利为目的,奠定了我国早期模特服装表演的基本风格。此后,国内开始举办各种服装表演,中国人自己设计制作的服装也纷纷上演展示。中国的设计师、服装商和丝绸商在饭店、百货公司举办表演,邀请明星、女学生组织的模特队演出,可以说是热闹一时。20世纪30年代左右,上海一些著名的游乐场等还出现了许多来自欧美的模特儿,她们带来了当时标准的欧美式服装表演(也包括男装)。这些高水平的模特表演促使中国模特服装表演更进了一步。

总的来看,我国早期的模特服装表演,是在半封建半殖民地条件下进行的。由于特定历史环境的限制,它的发展是不完善的。一方面,它带有浓重的殖民地气息;另一方面,由于不发达的社会经济文化,当时用真人模特的服装表演只面向人数不多的所谓“上流社会”及部分市民阶层。这一切决定了我国模特表演的发展必将经历一条曲折之路。

(二) 20世纪80年代我国的模特表演

1949年新中国成立以后,服装表演的发展在中国大陆中断了。整个20世纪50—70年代,我国的时装几乎为空白,那时,社会意识压倒个人需要,国家意志取代了商品目的。当时在特定结构形态中构筑起来的具有标准化结构形式的“流行的服装”并不重视赢利,所以服装表演这一以模特为载体、以商业为目的的艺术形式出现了断层。

改革开放后的80年代是一个令整个中国为之激动振奋的年代,是服装表演历史的转折点。

1979年初春,法国著名的时装设计大师皮尔·卡丹(Piere Candin)带领8名法国模特和4名日本模特在中国上海举办了新中国成立30年以来的第一场服装表演。当模特们身着皮尔·卡丹时装,以婀娜妩媚的台步,展示着设计师的创作时,震惊了台下所有的中国文化界、服装界人士。以这次服装表演为契机,皮尔·卡丹的设计思想和流行款式在“文革”刚刚结束后,像一股清新的春风吹进了以灰蓝为基调、几乎没有性别之分的中国服装加工业,给中国社会和服装界以巨大的冲击,同时也给中国大陆服装表演的发展带来了一个新的契机。

“1980年上海时装公司率先成立了中国现代第一支时装表演队,并由此诞生了第一批专业时装模特儿(当时称时装演员)。”^①这批模特的表演,通过新华社的电讯网络,发往国内上百家报纸电台,发往世界。新华社北京1983年5月1日电(记者李安定):“在绘有‘飞天’图案的扇形背景前,14名体态健美的男女演员以独具中国民族特色的风度,轮流穿换了185套精美服装,在音乐伴奏下进行了表演。这是‘五一’节上午,

^① 吴卫刚. 时装模特儿培训教程[M]. 中国纺织出版社, 2000.

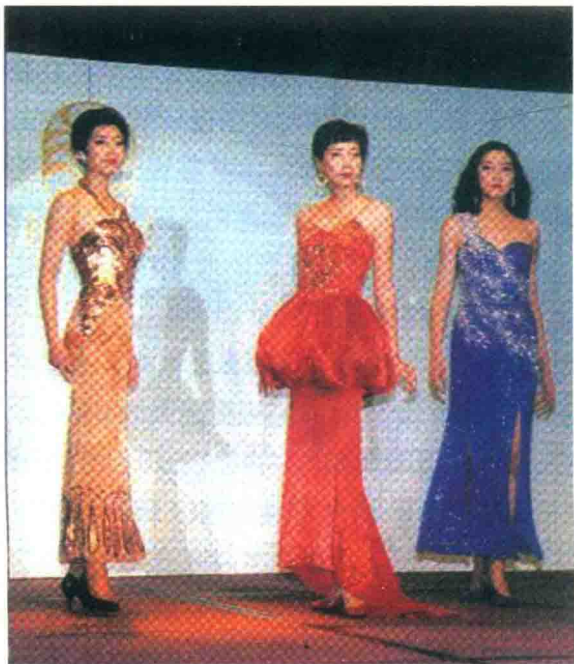


图 1-2-2 80 年代的服装

上海服装研究所时装表演队在全国农业展览馆影剧院的首场公演。800 多名首都观众兴致勃勃地欣赏了这场演出。上海时装表演队是目前我国唯一的服装表演团体,成立于 1980 年。他们在表演中,以中国民间舞蹈的步法为主,汲取国外服装表演的某些长处,创造出具有中国特色的庄重、大方、健康、优美的表演方法……”

这则新闻的报道,真正揭开了中国时装表演新的一页,被认为是中国服装表演获得新生的标志。

自那以后,北京、大连、天津、广州等地的纺织和服装企业或研究所也纷纷成立了模特队。

中国模特服装表演取得突破性进展的另一个标志是:“1989 年 12 月,在广州举行了首届模特大赛——世界超级模特儿大赛中国选拔赛暨中国首届最佳时装模特儿表演艺术大赛。”^①至此,我国的服装表演在 80 年代这一开放而又适宜其发展的社会文化环境中,开始进入多元化的探索期与多方位的尝试期。与此同时,服装表演开始从中国的服饰文化土壤中培育出具有本土化意义的服装表演样式,例如模特旗袍表演时的步伐,借鉴了中国古典舞中的摇步,膝盖的轻颤、腰肢的摇摆,以及扇子、手绢等道具的运用,把旗袍的韵味展现得淋漓尽致,为我国模特服装表演的发展提供了最初的范本。

(三) 90 年代我国的模特表演

进入 90 年代,随着市场经济体制的逐步建立和完善,中国的经济驶入快车道。经济的高速发展对社会各个方面造成了强烈的冲击。90 年代还是一个价值取向渐趋多元的年代,改革开放不仅使人们的生活水平有了很大提高,而且思想表达也拥有了较大的自由度。在这种大众文化的语境中,中国服装业呈现出前所未有的丰富和繁荣,中国模特服装表演步入了成熟期。

1996 年由劳动部颁发的《服装模特儿职业技能标准(试行)》,是我国服装表演行业建设向正规化、职业化迈进的关键一步。该标准对服装模特儿的职业定义、适用范围、等级标准、培训、实习期等都做了具体而明确的规定。

^① 吴卫刚. 时装模特儿培训教程[M]. 中国纺织出版社, 2000.

90年代前后我国大陆陆续出现了模特培训学校及高校开设的服装表演专业。1989年,苏州丝绸工学院工艺美术系(现苏州大学艺术学院)在全国高校中首次开设了三年制服装表演专业,1999年起改为四年制本科。1990年华东纺织工学院(现东华大学)也设立了学制四年的“服装设计与表演”专业本科。随后,北京服装学院、山东潍坊轻工学院、大连轻工学院、郑州纺织工学院、武汉纺织工学院、上海纺织高等专科学校、南京艺术学院、南通大学、南京师范大学等大专院校相继开办了服装表演专业,为中国培养了大批高素质的专业模特。与此同时,全国许多职业学校也开设了此专业。1990年3月,西安成立了卡丹模特儿艺术学院;1992年4月,大连时装模特儿学校成立……它们的出现也为我国服装表演业输送了大量专业人才。

1992年12月8日,中国服装设计研究中心组建了中国第一家时装模特代理机构——新丝路模特儿经纪公司。该经纪公司管理机制的形成,是中国服装表演成熟期的一个标志。该公司时装表演的制作人制、经纪人制、签约制、版权制的配套实施,其实是一条精心制作—推向市场—收回投入—进行再生产,实现企划、包装、制作、宣传一条龙的流水线,走出了一条从艺术出发,以服装表演带动服装销售,再用销售的利润制造、包装名模的商业路子,进一步使我国的服装表演业与国际接轨。此后,全国各地的模特经纪公司也纷纷成立,各个经纪公司的管理机制也并不一样,但较为大型或正规的模特经纪公司还是基本沿用了新丝路模特经纪公司的管理制度与经营模式。自1999年开始,新丝路每年都要举办国内最高水平的全国超级模特大赛或合作举办世界模特大赛,每届推出的优秀选手都成为中国模特界的栋梁之材。

(四) 我国 21 世纪的模特表演

现阶段我国已经建立了自己的服装教育体系,成立了各类有关行业协会,随着服装业的发展和时尚产业的兴起,我国与服装表演相关的行业也迅速发展起来。目前,我国的服装设计师协会就设有时装艺术委员会、时装模特委员会、时装评论委员会、学术工作委员会和品牌工作委员会 5 个专业委员会。其中职业时装模特委员会已从 1999 年筹备时的 29 家模特经纪公司发展到 75 家模特经纪公司的规模,我国的服装模特业正逐步走向世界。

新世纪的服装表演行业,随着经济的快速发展出现了多元化的格局,既有传统的、服务于服装纺织业的模特群体,也有热衷于消费品广告和媒体的“封面美女”,更有影视、歌的多栖模特艺人。

我国的服装模特、服装表演已经进入了大众的生活,并且深刻影响着大众的审美文化。我国的服装表演已初步掌握了服饰流行游戏规则,正尽力缩短与国际同行的差距,服装模特的培养也逐渐步入有序的轨道。

二、模特表演意识研究

之所以把服装模特表演称为“Fashion Show”而非“Fashion Performance”,主要是服装模特的表演与其他表演艺术行为在功能、作用及其表现的最终结果上存在区别。

在评论 T 型台上服装模特的优劣时,服装模特本身的形体条件与表演技巧结合在一起所体现出的艺术感觉,一般会认为是观众的感觉。其实不然,这个感觉主要是服装模特本人的自我感觉。因为服装表演是一门综合性的表演艺术,服装设计师的创作意图只有由服装模特来展示时,才能充分体现出来。因而,服装模特具有良好的自我感觉,才能体现出设计师的创作意图,引起良好的观众感觉。这种良好的自我感觉即是一种心理感觉^①,是我们所要探讨的存在于表演意识中的主要内容。

传统心理学认为,感觉是大脑对直接作用于感觉器官的客观事物的个别属性的认识和反映。感觉是一种简单的心理现象,它主要包括外部感觉和内部感觉两种。外部感觉是对外部事物和刺激的感觉,其中包括视觉、听觉、嗅觉、味觉和皮肤感觉等;内部感觉是人对自己身体的运动及状态的感觉,其中包括动觉、平衡觉等。

事实上,这个概念只涉及我们对于客观世界和外部信息的感觉。而人除了能够对客观世界产生感觉之外,还能够对自己的主观世界产生感觉,如我们常说的“感觉情绪很好”、“自我感觉良好”等就是这个意思。如果我们把对客观世界的感觉称为意识的话,那么我们对于自己的主观世界的感觉就是属于自我意识的范畴。服装模特的表演意识就是这个自我意识的范畴。它主要是指模特对 T 型台环境及个人身心运动及状态的反映和体验,包括服装模特的舞台意识、身体意识和自我意识等。

(1) 舞台意识:舞台意识属于外部感觉,它是服装模特对于舞台环境、同台演出的模特以及观众的感觉,其中主要包括服装模特的视觉、听觉和触觉等。

(2) 身体意识:身体意识属于内部感觉,它是服装模特对于自己身体运动、状态、方向和位置的感觉,其中主要包括动觉、平衡感等,动觉是其主要内容,并占有重要地位和较大比重。

(3) 自我意识:这种感觉传统心理学没有涉及,但它正是服装表演意识的核心灵魂。这个“自我”指的是服装模特心理和精神上的自我形象、自我意象和自我观念,因此自我感觉就其性质来说,不同于上面讲的内部感觉和外部感觉,它是服装模特对自己的内心活动、心理过程和个性特征的感觉,其本质乃是一种自我感觉和自我意识。

由此可见,服装表演意识就是服装模特对 T 型台环境及自己的身心运动的综合感觉,它不仅包括了心理学所讲的外部感觉和身体感觉,而且它主要是指服装模特自己的

^① 戴岗. 时装模特表演意识初探[J]. 苏州大学学报(工科版), 2002, 22(3): 95—96.

主观意识和自我意识。服装模特对外部信息的感觉与把握都是属于技术问题,而服装模特的艺术想象、艺术情感和自我意识的产生与形成还与服装模特自身的其他心理素质如气质、性格、信念、自信心和文化素质等因素有关,并深受其影响。

在最初的服装表演训练中,模特可以通过视觉看到镜中的自我形象(图 1-2-3),镜子的作用主要是通过自我矫正、自我反馈和自我调整来帮助模特建立良好的自我意象和表演意识,模特最初的表演意识需要借助于这面镜子的视觉作用。

当模特经过一阶段训练后走上 T 型台时,镜子消失了,模特如何产生表演意识呢?一方面,我们可以认为,观众就是模特心中的“镜子”,模特的自我表演意识可以通过这面“镜子”的作用产生。社会心理学家库利曾经提出过一个“镜像自我”的理论,认为一个人的自我观念是他人判断的反映和结果。后来,著名社会心理学家米德发展了这一理论,并进一步提出社会群体是每个人观察自己的一面镜子,自我观念是在群体中并通过群体的反映形成的。然而,长期以来,这个镜像自我的作用和意义并没有完全彻底地被我们认识到。另一方面,由于镜像自我的本质是人的一种想象,因此,镜像自我和自我意象可以通过镜子和他人的反映形成,也可以不受其左右。服装表演意识也是这样,它可以受镜子和观众的影响,也可以不受其控制,模特可以不看观众,这是因为服装表演意识是模特对镜像自我和自我意象的感觉,这正是表演意识的最高形式与本质(图 1-2-3)。



图 1-2-3 模特镜前自我练习