

目录

伟大的牛仔裤，了不起的 蕴 译	园
——世界上最帅、最畅销、最受欢迎的牛仔裤，及其发明者与制造商的故事	
纽约地下铁的故事	园
摇滚乐	园
——送给八十年代的摇滚迷	
时装的故事	园
——什么是时装？怎么来的？为什么？	
东河大桥的故事	园
从理想到梦魇	园
——琼斯和他的人民教	
西装与便装	园
纽约，纽约	园
出版后记	

自序

十七世纪初（明天启年间），荷兰在曼哈顿建立交易站，经过稍后的英国殖民，再之后的美国独立，纽约至今快四百年了。

四百年历史，四百年变迁，四百年故事。

不难想像，有关纽约的论著，总有上万种。这是一代又一代写作者长久而持续努力的结果。丰富的纽约城市学，好比百川入海而形成的一片汪洋。我人在纽约，也在向此一汪洋注入我的一滴水。而以中文写作，或应称之为我的一滴“汉水”。

这里分三集收编的百余篇文章，选自我近三十几年来为港台报刊撰写的专栏和特约稿。现在之所以能够和国内读者见面，应该感谢世纪文景对这些旧作的重视。

世纪文景还出过我的另一本书。但那是设在一个早已消失的特定历史背景下的虚构小说。这三本非小说，则没有任何奢侈去幻想。里面的故事，是作者生活周围的现实。

跨越这虚构和现实的两个世界，是作者走过的两个时代，两个文化，和那八千里路云和月。

认识一个城市不容易。从陌生到不陌生，需要一段时间和努力，可能还需要一点机缘。我的前半生一直没有一个永久地址，单从我中年以前之四处居留，即可看出少许端倪——北京，天津，重庆，台北，洛杉矶，圣塔莫尼卡……

这不断迁居的结果是，我既没有时间，也没有意识（且不提有欠成熟），也没有机缘，去真正了解我曾居住过的一个个大城小镇。

直到一九七二年，我因工作定居纽约，才算是有点时间，或有点机缘，去比较认真地看这曼哈顿天空线下的世界，并开始写作。

但是这些叙述，除了如书名所显示的广泛主题之外，很难说有一个固定方向，几乎全在随着作者个人兴趣漫游。自我安慰的话，这或许可以算是乱中之序。现只希望，我的兴趣能够引起你们的兴趣。

二〇〇七，纽约

时装的故事

——什么是时装？怎么来的？为什么？

我们每天早上起床之后，在出门去面对我们各自的世界之前，都要进行一个历史几乎和人类一样悠久的仪式：穿衣服。也许我们所穿的衣服只是一件衬衫和一条裙子、一套西装或一条牛仔裤。有时我们也许选了更讲究或更随便的服装，但不管是哪一种，我们穿上了之后，在出门之前，总要自己觉得合适或满意才行。尽管古代希腊那种长达脚背的短袖束腰外衣，或中国清末民初的小凤仙装，或十几年前风行西方世界的超级迷你裙，至今仍各有各的吸引力，但今天，除非是参加一个特殊场合，否则没有一个妇女会如此打扮去上班或出门办事。对一般人来说，其中道理简单极了，就是，“现在人不穿这种衣服了”，或者“今天不流行这个了”。但是对服装设计家、经济学家、心理学家、社会学家、人类学家、社会史学家、社会心理学家、服装市场分析家、历史学家、艺术史学家、政治学家、哲学家等等，“时装”可不是一个简单的题目。这些专家学者们多年来一直在设法从各种角度，无论是政治情况、社会文化习俗、宗教和道德准则、经济和贸易状况、科学技术水平、工业化程度、艺术潮流的演变，还是美感、性感、优越感、自卑感、安全感，

以及人之合群与孤独的矛盾心理，来回答一个奇简单无比的问题，就是，“我们为什么要穿我们所穿的衣服？”

名不正言不顺

我们通常把“时装”、“流行的式样”、“新款式”等名词相互使用，但美国服装界在有关时装的几个英文字的使用上却有相当清楚的界线，现在让我们来把几个有关的英文字的意义搞明白。

首先是 Style，中文翻作“式样”，指一个具有一种或多种可与同类的其他产品相区别的具体特征的产品。比如，喇叭式牛仔裤与其他式样的牛仔裤不同，因此喇叭式牛仔裤就是牛仔裤中的一个式样。然而即使在喇叭式牛仔裤之中，一个牌子的和另一个牌子的也有不同之处，有的前面是拉链而非铜扣，有的没有后面的口袋。这种在同一式样之中由个人所构思出来的特别形式则叫做 designs（设计）。那么于某一特定时间或季度风行，或被社会上一定数额的人接受了式样就成为 fashion，中文一般译作“流行的式样”。这个字可以用来形容很多事情或产品，从汽车到家具，到建筑，到发型，到化妆，到几乎任何制成品。可是因为我们这里只是在谈服装，所以就将这个字简化为“时装”。一个“流行的式样”，即一个 fashion，像现在几乎每个人都有一双的跑步用的球鞋，永远是以某一种“式样”，即某一个 style 作为根据的。美国每年每季要推出成千上万种不同的式样的服装，但直到其中某一个式样得到某种程度的风行，这某一个式样才变成为“流行的式样”，才变成为“时装”。喇叭式牛仔裤永远是牛仔裤的一种式样，但今天没有十几年前流行，那么喇叭式牛仔裤只能又算是牛仔裤的一种式样，而不能算是今天

的时装。不过这里有一个现象要区别出来：就是 *fad*，“一时流行的式样”。比如，去年的一部电影，《10》，一出来，立刻就有许多白人妇女在模仿电影女主角抄袭黑人流行多年的那种发型。可是没有几个月就再没有人这么做头发了。这种突然流行突然停止、来得快去得也快的现象，尽管风行之时有雷霆万钧之势，仍然算是 *fad*，一时的风尚，而非流行的式样。另外，已经站住了脚，不管昨天、今天和明天流行哪种式样，而这种仍因能够满足一般人的基本需要而可以超乎寻常一段期间地继续存在的式样则称为 *classic*。这个英文字在这层意义上没有恰当的中文翻译，但意思是指永不过时，永远时新。一件开襟毛衣可算是一个 *classic*。牛仔裤也差不多有资格了。

总而言之一句话，模仿

我们应该把时装分成两个部分来谈。一个是“高级时装” (*high fashion*)，一个是“大众时装” (*mass fashion*)。高级时装是指接受程度有限的时装，而接受程度有限是由于价格太贵、过分刺眼，或太离谱，因此只限于在最有钱的或大明星的圈子里流行。不少人在看了比如像 *Vogue* 或 *Harper's Bazaar* 之类的妇女时装杂志关于名女人的服装的介绍，或一般报纸有关时装表演的报道之后，都可能有一个错觉，就是误以为里面所介绍报道的那种高级时装是主流，或这才是今天或明天的时装。其实不一定，而且高级时装无论是在时装还是在服装业里只占极小极小一部分。服装业所照顾的主要是大众时装，指绝大部分人接受或穿着的服装。高级时装有无数式样，但只有极少部分的式样在我们一般大众之中流行而成为大众时装。

从一个式样的出现，到成为时装，再到不流行的演进过程之中大致可以找出一个所谓的“时装周期”。这个时装生命期有的只有一两年，有的可以活上七八年。在起步阶段，时装是由高级时装领袖作为带步人 (pacesetter)。是这些带步人首先将某大牌时装设计家设计的创新式样公之于世。换句话说，某大牌时装设计家通过这些现代社会上的贵族夫人将他设计的最新式样介绍给全世界。当然他还有另外的途径，更重要的渠道，如巴黎举行的每年两次的时装表演。但一个新式样借比如说，肯尼迪夫人，推出，可要比通过一个即使是名模特儿推出戏剧化多了。这些带步人的共同点就是有钱。肯尼迪夫人再嫁希腊船王时，一年之内，不算首饰和化妆品，就花了一百二十多万美金买衣服。但有钱是最起码的，光是有钱还不够。香港有不少靠炒地皮或走私发财的巨富，美国也有不少足可以给太太每年花上二十万美金买时装的大小财阀，但如果你不属于你所居留的社会的“上流阶级”，那你还没有资格成为高级时装的带步人。二十年前，肯尼迪夫人在一次公开场合戴了一顶“碉堡式”女帽 (pill box)，结果这个式样的女帽几乎立刻成为时装。这个时装，高级时装靠大众追随者的模仿而进入了高峰阶段，但也就在这个时候，带步人对这个式样，因人人都穿戴而失去其独一无二的特性而失去了兴趣，再请时装设计家为她设计更新的式样，或参加各地的时装展览挑选她中意的新式样。于是，在时装开始走下坡进入衰落的阶段，这个式样虽然还有人买，但连这些落后者都不肯照原价买了，这个时候，也正是一个新的时装周期的起步阶段。

几百年前，这是时装流行起来的惟一方式。几百年前，或甚至于上个世纪，时装的带头人是皇族。很简单，只有他们有这个身份、地位和金钱。然后是一般贵族模仿皇族。然后再由比较富有的资产阶级模仿贵

族。那么下层阶级呢？下层阶级既没有钱，更没有这份胆量去草率地模仿，有的时候法律根本就禁止他们去模仿。专家学者们早在二十世纪初期总结十九世纪和更早的时装现象时就评论说，时装只影响上层阶级。一旦下层阶级开始抄袭他们的式样，因而跨越了上层阶级所划的分界线，破坏了他们的凝聚性，上层阶级就非抛弃这种式样不可（想想看，女佣怎么可以和女主人同一种打扮！），必须再找一个新式样。而这个新式样又可将他们与大众区分开来。于是，这场戏就这样不断地演下去。后来，皇族和贵族这类上层或统治阶级本身不流行了。有的给人民送上了断头台，有的给人民赶下了宝座，有的给人民用选票打进了冷宫。总而言之，时装带步人的角色就由民主社会中经济社会地位尖端的人士所取代。但时装流行的方式仍然是由上而下。一般大众的经济预算和社会活动力都有限（“谁买得起啊？买了又上哪儿去穿啊？”），自己也没有工夫和胆量和认识去研究、去试验，或者去创新，于是只有谨慎地去模仿，保守地去追随“上面”介绍出来的服装。十九世纪的经济学家和社会学家称之为“向下细流原理”（trickle-down theory）。

但是到了二十世纪，西方社会的时装流行规律表明，虽然还是靠模仿（模仿是一定的，人不靠模仿连说话都不会），但是模仿的对象慢慢地有了改变。不是单纯盲目地去模仿上流社会或经济地位高的带步人，而是个人自己选择自己所羡慕的时装样板，其中最突出的大概就是文化娱乐体育明星了。因此有些社会学家将前面的原理加以修正而提出了“平行细流原理”（trickle-across theory）。这是指社会中每个集团或圈子都有自己的领袖人物，而这些领袖们对某一种式样的批准和认可，以及他们采纳的式样，是这种式样在这个集团或圈子里得以流行所必需的。你属于哪个圈子，你就是哪个圈子里的人的打扮。最明显的例子就

是五十年代加州的摩托车帮，“地狱天使”（Hell’s Angle）。这些天使们都一律是黑色皮夹克、牛仔裤和皮靴。再者，你念的东部一家私立大学，你就是这家私立大学的打扮，而如你念的是西部一家州立大学，那你多半就是这家州立大学的打扮。而且这还不仅限于年轻的学生，不少大学教授们也都有他们尊敬崇拜的英雄，比如，不少物理系讲师们都有意无意地在模仿爱因斯坦的形象。再推得广一点，你如果在五十年代或甚而在六十年代初在美国一家银行或大公司任职，那女的绝不敢想像穿长裤上班，男的必然西装领带，而且必然是深蓝或深灰等保守传统的颜色。

但自六十年代开始，美国社会发生了重大的变化，黑人民权、反越战、新左派、嬉皮士等种种运动将传统的向下细流、甚而平行细流规律给颠倒了过来，变成一种“反影响”，因而出现了“向上渗入原理”（filter-up theory）。而且这种由下而上的渗入的“下”，不仅是指年轻一代和他们首先接受的打扮（T恤、牛仔裤、迷你裙、帆布球鞋、运动衫裤），同时还指美国经济地位差的少数民族，黑人、美国印第安人、波多黎哥人和墨西哥人的流行打扮，以及他们喜爱的颜色和装饰。服装工业界的人士在决定生产某一式样的时候，就不能像以往那样，只去看上流社会的带步人的高级时装了。因为这个时候，这些带步人在鸡尾酒会上，甚而外出赴宴的时候，自己也留上了嬉皮士的长发，穿上了反体制青年的牛仔裤，绕上了印第安人的珠璣，披上了墨西哥人的斗篷，戴上了黑人喜欢戴的宽檐帽子。

去年五月，我曾写了一篇专门谈美国牛仔裤的文章。其中好几段刚好可以具体说明这个“向上渗入原理”的发展过程：

六十年代初期，牛仔裤在美国虽然相当普遍，但仍待真正起

飞，还没有卷入学生运动，还没有被世界第一流时装设计家抄袭并以自己的名字为牌名推出价高而时髦的高级牛仔褲。（下文请见本书第4页第三段到第7页第二段）

但美国是一个由不同成分组成的社会，一个多元社会，而尤其是二次大战之后，向下、平行或向上种种规律，仍不足以应付活动力极大的一般人民的需要，因而合理地出现了“大众市场原理”（mass-market theory）。这个原理在设法说明，今天一个时装之所以流行，尽管上面几种规律仍在发挥各自的作用，但流行的方式因今日之科技新发展而起根本的变化。这个“大众市场原理”说，服装工业中的成批生产制度，配合了报纸、杂志、电影、电视等大众传播媒介，可以将有关时装的新闻、资料和新式样，同时向社会中所有不同的社会经济文化阶层报道、介绍和宣传，然后成批销售。因此，没有什么向下、平行、向上细流不细流，渗入不渗入了，各种不同阶层的不同的流行式样和最新式样的扩散，可以在各种阶层之中同时发生。

西装、旗袍与中山装

但我想用不着我来指出，这些解释时装的理论只适用于经济发达的国家，或干脆更直接一点，有钱的西方各国和日本。时装只能存在于一个有高度社会经济动力的环境内。一个传统或演变迟缓的国家和社会没有这个经济能力和科技水平，也就没有多少时装上的需求（“有得穿已经不错了！”）。我们大家都已熟悉的所谓“发展中国家”的一个特征就是经济发展缓慢，或甚而等于零。这些国家大都还保留地方性服装。印

度、巴基斯坦、土耳其、埃及、塞内加尔、墨西哥、秘鲁等亚非拉国家的一般人民都以传统的民族服装为主，而在美国、英国、法国、西德、日本等发达国家都差不多一致了，只有在民族节日时才看得见他们的民族服装。但即使在西方国家之中，最早进入工业化的国家也是最早抛弃他们传统的民族服装的国家。带领西方世界进入工业革命的英国也正是西方各国之中第一个停止穿着民族传统服装的国家。但如果看希腊、波兰、西班牙等欧洲国家，除了经济发展水平大致相等而且比较低之外，没有什么其他共同之处，因此也正好是这几个欧洲国家至今仍保留其民族服装。现再回头来看另外几个欧洲国家，如法国、瑞典、比利时、德国、丹麦，以及东方的日本，一旦走上了工业化的道路，最早给抛弃掉的就是它们的民族服装。今天，东京妇女不会把和服当做日常穿着的服装。买件和服比买件“洋装”要贵上好几倍。同样的道理在中国台湾地区也可以看得出来。做件旗袍（更别提长袍马褂）可要比上百货公司买件女时装或男西装贵多了。而在香港，只有竞选香港小姐的时候，只有那些想保留点中国传统味道来吸引游客的大酒店的女招待才穿叉开到大腿根的旗袍，而且是以制服的性质穿的。

社会主义国家的情形都差不了多少。早期的苏联、前几年的中国、今天的古巴的服装（列宁装、中山装、卡斯特罗装）之所以被决定作为举国上下的共同服装，主要是经济方面的考虑，省事省钱，不去浪费任何资源。一旦这些国家在服装管制上略有放松（当然也受到社会政治经济发展的影响），在大街上立刻就有人开始穿他们比较喜欢穿的衣服了，市面上也逐渐开始供应这种衣服了。今天的苏联在很大的程度上已经开始讲究时装。中国也在起步，甚而在一九七九年还邀请了世界第一流时装设计家 Pierre Cardin，去北京搞了一个时装表演。另外，听最近

去过内地的人说，至少在大都市，而尤其在上海、苏杭等地，一般人已在以各式各样多彩多姿的服装来打扮自己了。这不但是个好消息，而且更是一个社会走向工业化、现代化的途中必然出现的现象和发展。道路是曲折的，一点不错，但是这个弯儿可绕得太远了。

时装不是天上掉下来的

我们可以说，一个社会一旦走向工业化、现代化的时候，一方面产生了对时装的需求，另一方面这个社会也影响了时装的发展。我们不必为“现代化”下任何定义即可体会到今天每分钟可以缝上六千针的机器，利用超音波来将裙子的缝边给“焊接”起来的技术，以电子计算器和激光来“裁剪”衣料图样，可以搞出质量俱佳的棉毛生产工艺、成百上千种人造纤维的发明和生产，甚至于人造卫星传播的电视节目，集装箱货运等等一切都与时装的发展有密切关系。可是一个时装所存在的环境中的社会因素对时装的影响就不是像，比如说，没有尼龙就不会有尼龙丝袜那么简单明显了。而这些社会因素却正是导致时装的兴衰的主要力量。从一个流行的式样可以看出一个社会上那些微妙的、潜伏的动力所发挥的作用。我们可以说时装是社会的一面大镜。

先举一个简单的例子。一个每个星期上六天班，放了工还要买菜做饭洗衣服，晚上不到十点就已累得半死要上床睡觉，偶尔外出也最多是下个小馆、看个朋友，那么可以想像，这种人是不会对时装有多少需求的。所以首先，休闲时间，那个工作之余可由我们自己随意打发的时间是对时装的需求所必需的要素。今天美国一般人一周上五天班，有的甚至只上四天班，再加上带薪假、公共节日等等就给一般人在时装需求上

创造了先决条件。除非你每天闷在家里看电视，否则你喜欢运动就要有运动装，喜欢旅行就要有各种便装。因此这里又涉及到另一个要素，就是钱。美国虽然不是一个“龙生龙、凤生凤”的社会，但也不会有人说它是一个“无阶级”的社会。只不过就薪酬工资来衡量，中产阶级和中下阶级和有稳定工作的劳工阶级在收入方面的悬殊不是太大。平均来看，这几个阶级一年下来无论在休闲时间还是在收入上都或多或少有点剩余。因此，这几个阶级的增长和力量直接与时装的增长和力量成正比。尽管这些人不是时装带步人，但因他们的人数在美国占绝大多数，就以“多数统治”来看，时装的成败也等于由这些人来决定。他们可以根据在时装上以金钱的投入和不投入来改变一个时装，使某一种式样兴起，使某一种式样没落。

但自一次大战之后，影响美国时装发展的一股最大的力量恐怕就是妇女地位的提高了。二十世纪初期，美国妇女就像今天仍然沿用的西方婚礼仪式中，由新娘的父亲将新娘的手交给未来丈夫手中一样，从父亲的控制直接改为丈夫的控制。妇女不能投票，不能拥有财产，只有几种工作可由妇女担任，甚而出入某些公共场合都要有男伴陪同。但自女权运动开始，到二次大战因实际需要而使妇女有机会进入工厂，再到六十年代的妇女解放运动等种种发展，将妇女的地位大大地提高了。今天，不但有一半成年妇女在外工作，她们更普遍地有了更高的教育水平，有了以前所无法想像的社会自由，而且更重要的，有了可由她们自己支配的收入和时间。美国妇女对时装的需求、对时装的影响是如此之大，以至于把它当做问题来谈似乎都有点多余。

我们不仅是因为怕冷害羞才穿衣服，我们还爱美

然而承认时装是现代社会的必然现象仍不能解释“我们为什么要穿我们所穿的衣服？”也许先看看我们的祖先为什么开始穿衣服或许可以帮助我们了解一下问题。首先，人类开始将身体上某一部分遮盖起来，无论是作为一种保护还是一种装饰，在世界各地各有各的起源，且比文字历史要古老得多。五万年前，旧石器时代，分布在欧洲、非洲、西亚一带的“尼安德特人”（Neanderthal man），或北京附近的“山顶洞人”，就都已几乎同时发明制造出了缝合兽皮用的骨针。

中国服装的起源有神话，也有传说，神话中发明衣服的就是那位教人用火、打猎捕鱼、制作八卦的伏羲氏。传说中发明衣服的是我们现在公认所有中国人的祖先，轩辕黄帝，而且是他的老婆发明了养蚕抽丝，织成绸缎。总而言之，是他们夫妇二人教会了人们穿衣服，保护身体，免受外界的伤害。西方人也有关于人类服装起源的神话。有人把《旧约·创世纪》所描写的，在亚当和夏娃偷吃了伊甸园中的禁果之后，“才知道自己是赤身露体，便拿无花果树的叶子，为自己编做裙子”作为人类，至少是西方人的服装起源。

中国人实际，所以关于服装起源的神话传说也很实际，反正不管由谁，衣服是给发明出来，人也就跟着穿了。但西方人，尤其是西方宗教人士，照上面《圣经》中的解释，首先始自古代以色列人，却节外生枝地以羞怯感来解释人为什么开始穿衣，或至少为什么首先掩盖下体。但我们人类的祖先可不是因为害羞才开始穿衣服的。羞怯感（modesty）不是人的本能，是后天学来的。这只要看今天任何一个两三岁大的小

孩，赤身露体，一丝不挂，也绝不会有任何害羞和不好意思的感觉，但这个小孩如果饿了渴了就又哭又闹地要吃要喝，就可证明。我们的祖先自从演变为“人”之后，就缺少了其他动物与生俱来的保护皮毛，只好凭自己的智力来设法弥补这方面的不足，于是想出了用某种形式的覆盖来保护自己，抵御寒冷，防止外界的昆虫的刺咬、碎石树枝之类物体对人身的伤害。但与此同时，另外还有一种更本能的保护，即保护人这个物种不致灭绝。四脚动物的性器官受到很好的身体保护，但人一旦能够以两条腿支持身体直立，他和她的性器官就立刻暴露在外。任何物种都有延续自己存在的本能。人如果希望这个新物种不要绝种，最基本的就是首先不能使繁殖这个物种的器官受到任何损伤。是这种本能，而不是基于害羞心理，才使我们的祖先直觉地首先将下体掩盖起来。

但这都是以“保护论”来解释人类的服装起源，只从一个实用的角度来看人为什么开始穿衣服，仍无法解释人在实际穿衣之前或同时，就以刺身、画面画身，或有意毁坏身体某一部分，或佩戴某种饰物来打扮自己的起因何在。有好几个理论都得到公认，其中之一是迷信，借画面刺身来防御具体化为鬼神的自然界中种种不可知晓的现象和力量对人可能造成的伤害。但这又似乎可以算是“保护论”的延伸。因此更为学者专家所广泛接受的是“装饰论”。人一方面为了保护，一方面为了打扮，才开始，或者才穿衣服。到现在还是如此，否则两套毛装确实可以应付保护的必要了。今天的“时装”（流行的式样）不但指某种流行式样的衣服，而且也指一切装饰。口红、胭脂、项链、手镯、戒指、烫发，以至于太阳眼镜，莫不是一种装饰，最近刚刚出版的沈从文关于中国古代服装的研究就不得不取名为《中国古代服饰研究》而将装饰也包

括在内。装饰是指任何超出纯粹身体需要以外的穿戴，目的是吸引人，制造美感，尽管“美感”一词在不同时间地点有不同的定义。世界各地古今所有人都具有这种创造性地、艺术性地表现自己，改进外观的普遍基本愿望。简单地说，就是人人都“爱美”。

人人都爱美。这是一股巨大的力量。不管我们如何解释使身体受到损害的西方妇女的束胸，或已经到了惨无人道之地步的中国妇女的小脚，都要考虑到“爱美”这个心理因素，无论是男人爱这个美还是女人爱这个美。今天我们比较开明了，比较人道了，但就以现代美国妇女来说，仍有不少人去拔眉毛、穿耳洞、刮腋毛、刮腿毛，甚而去隆乳、整容。总而言之，都是在设法后天地、人为地来改变自然赋予她们（或我们）的体形外貌，使本人或看的人在美感上觉得有更大的满足。

装饰打扮人体以求其美的基本心理是吸引异性的注意。这是人传宗接代的本能。举个例子，十四世纪欧洲因黑死病而使人口大大下降。之后，欧洲人就在各地，不约而同都本能地穿上了紧身、半透明、根本就性感无比的衣服，目的就是吸引异性，加速繁殖，使人口增加。人类学家用今天的“原始”部落的服装习俗来说明衣着是保护作用 and 美感作用的结合。非洲南部大草原上的妇女用窄窄一根镶有珠饰的皮条来掩盖她的阴户，巴拿马的一个部落的男人则用黄金打成一个套子来包住他的阴茎。生殖器官本能地要加以保护，但同时又不能掩护得使异性觉察不到它的存在而减少了性器官的作用，因而慢慢导致物种的灭绝。因此利用装饰来在保护的同时去强调它的存在。这个道理在今天依然正确，虽然因人口暴增而无此绝对必要，但本能就是本能。所以无论是女人穿的紧身毛衣、三点泳装，或男女都穿的牛仔裤，都是在掩盖的同时又加以强调。