

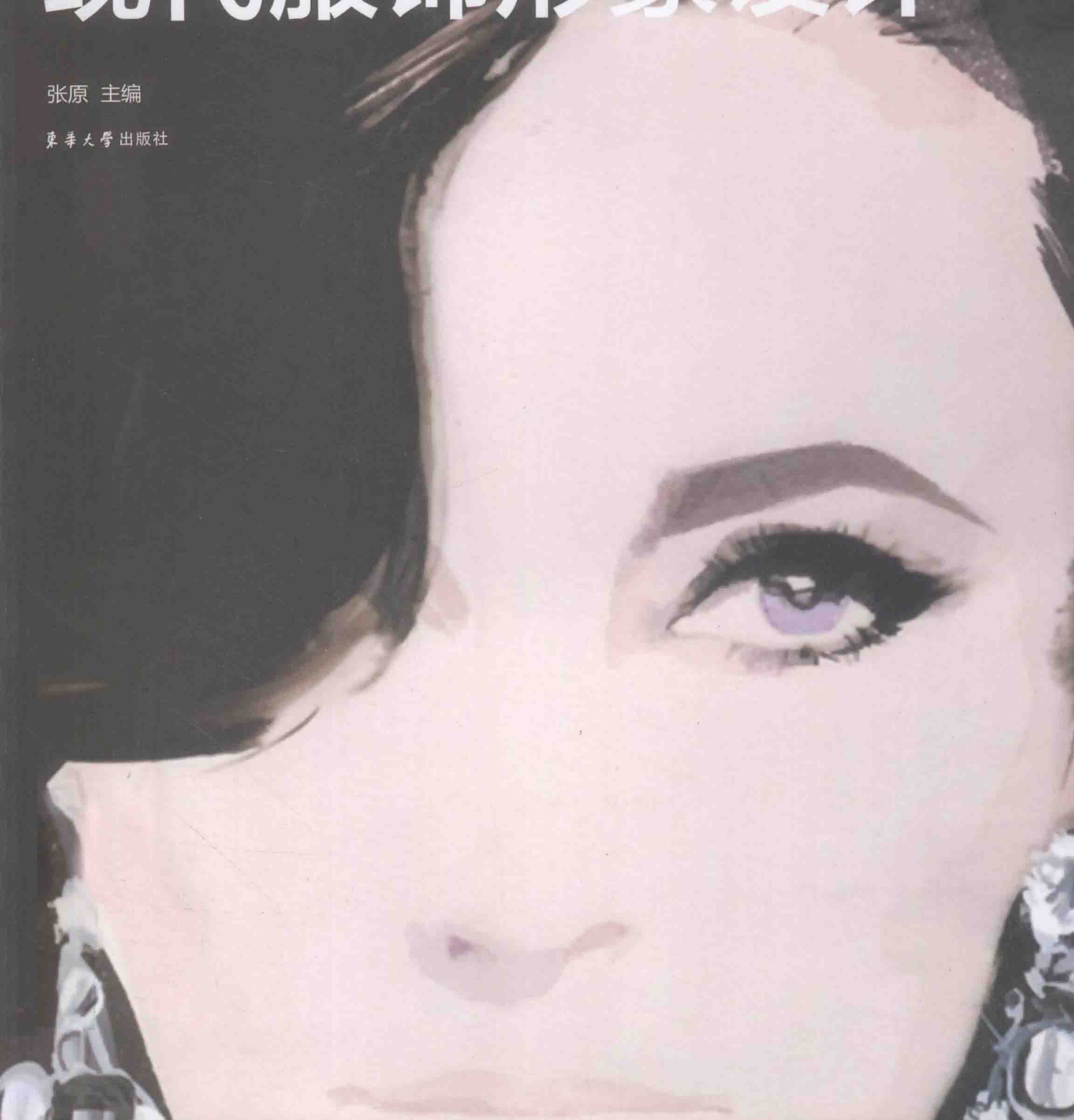
纺织服装高等教育“十二五”部委级规划教材

MODERN FASHION IMAGE DESIGN

现代服饰形象设计

张原 主编

东华大学出版社



纺织服装高等教育“十二五”部委级规划教材

现代服饰形象设计

张 原 主编

东华大学出版社

内 容 简 介

随着现代社会的变革和文化艺术的进一步发展,人们的修饰与装扮更期望展现的是社会内涵,寻求更完美魅力形象。现代服饰形象设计是彰显个性、体现自身社会价值与地位的一种行为方式。该书内容涵盖了个人形象设计、服饰形象设计的发展历程、服饰形象设计的建构与形象管理、日常服饰形象设计准则、服饰形象创意设计方法等基础理论;同时针对个人身形观测和原型分析、个人色彩分析及评定、气质性格倾向分析与个人风格及评定,详细介绍了服饰形象设计主体设计内容——服饰色彩搭配、内衣穿着艺术、服饰款式搭配、饰品搭配等方面的技巧;对职业服饰形象设计、休闲服饰形象设计、社交场合服饰形象设计、创意形象设计进行风格划分及解读。这是一本偏重应用层面和实践环节的教材,着力于现代着装与形象的设计和创意的探讨,具有较强的实用性和可操作性,在强调知识性、系统性的前提下,力图有所创新。本书可作为高校形象设计专业、服装专业的教材,也可作为相关从业人员的有益读物。

图书在版编目(CIP)数据

现代服饰形象设计/张原主编. —上海:东华大学出版社, 2014.3

ISBN 978-7-5669-0359-4

I. ①现… II. ①张… III. ①服饰美学②个人—形象—设计 IV. ①TS941.11 ②B834.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第215349号

责任编辑 杜亚玲

封面设计 潘志远

现代服饰形象设计

Xiandai Fushi Xingxiang Sheji

主编/张 原

出版/东华大学出版社

上海市延安西路1882号

邮政编码:200051

出版社网址/<http://www.dhupress.net>

天猫旗舰店/<http://dhdxd.tmall.com>

印刷/苏州望电印刷有限公司

开本/889mm×1194mm 1/16

印张/17 字数/600千字

版次/2014年3月第1版

印次/2014年3月第1次印刷

书号/ISBN 978-7-5669-0359-4/TS·431

定价/68.00元

前言

PREFACE

作为人类本质表现的具体形式,服饰形象设计经过不断的探索 and 开发,形成了创造人类新生活的服装设计与服饰文化。从嗜毛饮血的原始时代开始,人类就出于各种目的开始有意识地改变自身的本来形象,并利用诸多手段借助自身以外的材料来包裹和装饰身体,这就形成了早期人类潜意识当中自我形象设计的雏形。

随着现代社会的变革和文化艺术的进一步发展,人们的修饰与装扮则更期望展现一种社会内涵,寻求更完美的魅力形象。服饰形象设计从它诞生之日起,即具有反映社会物质文明和精神文化等多方面内涵的功能,并随着时代的进步和社会的演变不断扩展和丰富自己,其反映了时代的物质生产与科学技术水平,并对社会意识形态领域具有深厚的影响力。

现代服饰形象设计是彰显人类、体现自身社会价值与地位的一种行为方式。它在经历了漫长的开拓和发展、同步与融合后,才达到如今的统一。服饰形象设计是非语言性的信息传递媒介,反映着使用者的人格、社会地位、职业、文化水平、个性以及所承担的社会责任等有关其他性格和行为举措的信息传达。它也是人类有关心理和社会重要象征的表现形式。

作为本书的编著者已从事服装和形象设计相关教学十多年,积累了丰富的教学 and 实践经验,为构架此书奠定了良好基础。这是一本偏重应用层面 and 实践环节的教材,着力于现代着装与形象的设计和创意的探讨,具有较强的实用性和可操作性。本书由浅入深、由理论到实践,从体系、内容、观点到材料的选择,均以强调知识性、系统性为前提,结合世界服装发展史、古今中外形象设计理念,力图有所创新。此书可作为高校形象设计专业、服装专业的教材,也可成为相关从业人员的有益读物。

本书由西安工程大学、陕西咸阳师范学院、西安建筑科技大学、陕西学前师范学院等多所高校从事相关专业的教师联合编写。其中第一章由何静静、刘翔编写;第二章由冯佳妮、刘冰冰编写;第三章由张原编写;第四章由张原、刘翔编写;第五章由袁斐、王文丽编写;第六章由刘翔、袁斐编写;第七章由刘翔、袁斐编写;第八章由张原编写。全书由张原策划、统稿、修改。

本书的编写中,还得到了刘彩霞、闫红洁、王媛、袁龙、韩冰、李春鹏、林苑、殷子、张倩、李钊、薛帅等同志的帮助,在此对他们的辛勤付出表示感谢。

由于编者水平有限,难免有疏漏、不妥之处,敬请读者批评指正。

张 原

2014年1月于西安

目 录

CONTENTS

第一章 形象设计与服饰	1
第一节 形象设计概说	1
一、形象设计的历史溯源	1
二、形象设计的概念	4
三、个人形象的构成	4
四、个人形象的社会属性	5
第二节 服饰——表达个人形象的外在符号	7
一、服饰的基本概念	7
二、服装的起源及穿着的基本意义	8
三、现代服饰穿着行为动机	9
第二章 现代服饰形象的历程	12
第一节 西方服饰形象的现代历程	12
一、女性服饰形象的现代历程	12
二、男性服饰形象的现代历程	22
第二节 中国服饰形象的现代历程	26
一、“五四运动”前后的服饰形象	26
二、新中国诞生初期的服饰形象	26
三、20 世纪 60 年代的服饰形象	27
四、改革开放初期的服饰形象	28
五、20 世纪 80 年代的服饰形象	28
六、20 世纪 90 年代的服饰形象	30
七、21 世纪的服饰形象	30
第三章 现代服饰形象设计的建构	31
第一节 关于服饰形象设计	31
一、服饰形象设计的概念	31
二、服饰形象设计的特性	32
三、现代个人服饰形象设计的魅力与价值	35
第二节 服饰形象设计的建构	40
一、服饰形象的建构核心	40

目 录

CONTENTS

二、个人服饰形象定位体系的建构	41
第三节 服饰形象设计的管理与评估	44
一、服饰形象的管理	44
二、服饰形象的评估	45
第四章 现代服饰形象设计对象的分析	48
第一节 身形观测及原型分析	48
一、人体形体美的认识	48
二、设计对象身形观测及分析	53
三、面部原型分析	60
第二节 设计对象色彩分析及评定	63
一、人体固有色分析(发色、肤色、瞳孔色)	63
二、个人色彩评定	65
第三节 气质、性格倾向与个人风格分析及评定	67
一、个人的气质性格倾向分析	67
二、气质、性格与服饰形象定位	68
三、个人风格评定与服饰形象	69
第四节 个人形象评测内容和方法	77
一、形象定向观测与分析	77
二、心理测试与分析	77
三、形象设计中客户个人档案的建立	77
第五章 现代服饰形象设计准则	89
第一节 服饰形象设计的应时原则	89
一、具有时代特色	89
二、顺应四季变化	90
三、注重早晚搭配	91
第二节 服饰形象设计的应己原则	92
一、考虑社会因素	92
二、符合生理因素	93
三、注重心理因素	94

目 录

CONTENTS

四、关注个性化塑造	95
第三节 服饰形象设计的应事原则	97
一、目的性	97
二、角色转换	98
第四节 服饰形象设计的应景原则	100
一、与地点、环境的协调	100
二、与氛围的和谐	101
第五节 服饰形象设计的应制原则	103
一、规范性	103
二、礼仪性	105
第六章 现代服饰形象设计主体内容	106
第一节 服饰形象设计的色彩搭配	106
一、服装色彩的基本常识	106
二、服装色彩的搭配	110
三、服饰色彩与个人色彩的调和	130
第二节 形体修饰——内衣穿着艺术	136
一、内衣的分类	136
二、不同体型内衣的穿着	138
三、内衣与外衣的搭配	141
第三节 服饰形象设计的款式搭配	143
一、服装的拆分重组	143
二、体型分类与着装	150
第四节 服饰形象设计的饰品搭配	156
一、首饰的搭配	156
二、常用服饰配件的搭配	163
第七章 现代服饰形象设计的创意实施	174
第一节 服饰形象设计创意的内涵	174
一、服饰形象设计创意路径	174
二、服饰形象设计创意方法的特点	176

目 录

CONTENTS

三、服饰形象设计创意方法实施原则	176
第二节 服饰形象设计创意的美学要素	178
一、形式美法则	178
二、服饰形象的审美性	184
第三节 形象定位与创意实施	186
一、关于设计对象的分析内容	186
二、形象设计与测量评估	186
三、形象定位与方案制定	190
四、不同场合服饰形象的实施	191
五、形象设计创意结果的总结评定	193
 第八章 现代服饰形象设计的解读	 194
第一节 职业服饰形象设计	194
一、职业服饰形象设计要点	195
二、常见职业服饰形象分类	199
第二节 休闲服饰形象设计	205
一、休闲服饰形象设计要点	205
二、常见休闲服饰形象分类	205
第三节 社交场合服饰形象设计	218
一、社交服饰形象设计要点	218
二、常见社交服饰形象分类	218
第四节 创意形象设计	225
一、创意形象设计要点	225
二、形象创意设计的步骤	225
三、创意服饰形象分类	226
 第九章 服饰形象设计作品案例	 244
 参考文献	 264

第一章 形象设计与服饰

第一节 形象设计概说

一、形象设计的历史溯源

形象设计的产生和发展与整个人类服饰史、妆饰史、艺术史、文化史有着错综复杂的紧密联系。人类对于美不遗余力的追求以及经济的飞速发展和技术手段的不断革新,为形象设计的诞生和发展提供了现实的可能性和理论支撑的依据。

其历史脉络可以从以下三方面进行考证:

(一) 早期行为实施阶段

在艺术发展史中,无论是绘画、雕塑、建筑还是服饰艺术,它们在各自追根溯源时通常把远古人的生存选择和行为当作最早形成的艺术行为之一。例如:当人通过视觉感受到自然之美并有所作为时,造型艺术就诞生了。形象设计作为一种文化形态,并不是现代人灵感所动、凭空产生的。早在裸态文明及原始文明时期就已客观存在。原始民族的服饰、妆饰表明:为达到以实用性为目的的基础上,有选择地利用兽皮、羽毛、贝壳等物件装饰身体(图 1-1),通过斑纹、黥涅、耳鼻

唇饰等手段改变原有自然体态,并运用涂粉、着色修饰技巧美化形象,在某种意义上来说,这就是形象设计最早期的一种自主行为方式,从而说明装饰行为的最原始驱动力来自于人类爱美的天性。

人类在经历漫长的进化过程后,双手的解放、脑容量的增加,视觉美感的形成,在不自觉中已经产生对形象、色彩的感知能力,并把对于自身形象的创造性活动引入到日常生活当中。回观早期服饰发展进程,人类对于形象美的不懈追求,执著而坚定。

譬如,古埃及时期帝王服饰都以图腾修饰,而平民服装大都

非常简单,方便劳动。直至图坦卡蒙时期古埃及人才开始注视衣服装饰,当时最流行在衣服上刺绣或佩戴各种贵重饰物(图 1-2)。如,头冠——象征个人尊贵的代表。古罗马时期崇尚健美的体魄,其服饰形象深受这一以人为本的哲学思想启示。强调线条的自然流畅、褶皱的随意悬垂、人衣的动静结合,配以考究的发型和妆饰,形成了恢弘、大气的整体形象。这一时期的服饰既承袭了古希腊的传统又有所发展。当时,不分男女贵贱,古罗马人都穿宽大的围裹式长衣、长袍,他们的围裹式长衣,就成了古代罗马文明的象征(图 1-3);文艺复兴



图1-1 玛雅战士服饰



图1-2 埃及图坦卡蒙王朝时期服饰



图1-3 古罗马时期服饰

时期文化艺术达到前所未有的繁荣,达·芬奇、拉斐尔、米开朗基罗等这些艺术巨匠的出现,使得社会经济文化超前繁荣,思想得到根本性的开放,服饰形象多以奢华、富贵风格为主,将人体包装的形象艺术推向极致(图1-4)。

中国古人也很注意自己的外在形象,《离骚》有云:“纷吾既有此内美兮,又重之以修能(态)。”所谓“修能(态)”,就是美好的仪容、形象;屈原在诗中反复运用香花、香草来比喻自身之美。“民生各有所乐兮,余独好修以为常”,他的“好修”理论完全可以看作其注重自身外在形象的独特美学追求;春秋战国时期,赵武灵王胡服骑射,改变了中国传统上衣下裳的服饰形象,确立了上衣下裤

的形制……文人骚客、达官权贵们的美学思想、着装行为对于各个历史时期主流的服饰、妆饰形象的确立有着极大的影响。

反观历史,人类在创造文明、追求美的历程中,不自觉地已经把自我形象设计、创作行为纳入到日常生活规范。直到20世纪初,伴随着物质生活的不断丰富、技术手段的不断更新,从而迎来了形象设计艺术体系从思想基础到概念形成的循序发展过程。

(二)概念形成阶段

早期西方艺术史,传统的美术与设计艺术大多被当作贵族皇室及宗教政权的宣扬工具,并且带有浓厚的神秘主义色彩,普通人根本无法窥伺。1907年诞生的“德意志工作联盟”以推动社

会性的、产业性的设计运动为目的,其宗旨为提倡“完全而纯粹的功用”,以此为契机,引发了一场现代艺术设计思潮。

形象设计的思想基础来源于1919年4月1日在德国魏玛成立的一所设计学院——包豪斯(Bauhaus)。作为包豪斯第一任校长,格罗皮乌斯亲自拟定了《包豪斯宣言》,确定其设计宗旨“艺术与技术的统一”。包豪斯经历了魏玛(1919~1925)和迪索(1925~1932)两个时期后,不断在实践中探索,确立了现代设计的基本观点和教育方向:①人是一切艺术活动的核心,设计的目的是人而不是产品。②设计必须遵循客观、自然的法则。③设计要将艺术与技术真正统一。其教育体系、设计理论与设计风格在实践中逐渐成熟、完善。包豪斯整合了美术和设计两个不同领域,使之达到融合,为此后各类视觉传达艺术的诞生奠定了坚实的基础。

作为视觉综合性设计的一个派系,形象设计雏形起始于20世纪50年代的西方资本主义国家。早期的优秀形象设计师既不是美容师也非化妆师,而是出自服装设计大师。这是由于在个体的外观和造型中,服饰总是占有较大比例。法国服装设计师纪梵希为好莱坞影星奥黛丽·赫本所做的一系列形象设计,就是较为成功的范例(图1-5)。纪梵希根据赫本纤细的体型特征设计出直线



图1-4 文艺复兴时期男骑士与女贵族

条服装和鞋型服饰,配以特定的面妆和发型,塑造出优雅大方、清丽脱俗的女性新形象。时至今日,仍被当作女性美的形象典范被竞相模仿(图 1-6)。

(三) 市场运作阶段

随着社会的日益现代化,生活质量也在不断提高,越来越多的人开始认识到,真正的形象美在于充分地展示自己的个性。创造一个属于自己的,有特色的个人整体形象才是更高的境界。人们对美的关注也不再仅仅局限于一张脸,而开始讲求从发式、化妆到服饰的整体和谐以及个人气质的培养。随之而来,商业与视觉文化联姻,急剧加速了形象产业的发展。在西方发达国家,个人形象设计相关产业早已有了成熟的市场运作机制,形象顾问、色彩咨询师、衣橱专家等新兴职业应运而生。

形象设计作为一门新型的综合艺术学科,正走进我们的生活。无论是政界要人、商贾、明星,还是平民百姓,都希望有一个良好的个人形象展示在公众面前。人们迫切想提高自我形象设计能力,但有时感到力不从心,往往是投入较大而收效甚微,甚至适得其反。其原因是忽略了形象设计的艺术要素,那么只有掌握了形象设计的艺术原理,才等于找到了开启形象设计大门的钥匙。人们对于自身形象的关心程度日渐增长,形象成为一种无形资产,成为人们身份识别、价值体现的重要因素。

20 世纪 90 年代初,以个体、社会的人为研究对象的形象设计开始登陆中国。由西蔓女士在 1998 年 5 月创建并成立了中国首家专业色彩、形象咨询服务企业——北京西蔓色彩文化发展有限公司。西蔓色彩是最早将“个人色彩诊断”、“个人款式风格诊断”、“色彩营销”、“色彩心理咨询”、“色彩搭配设计师”和“城市色彩规划”等概念引到国内,并通过教育催生出“中国的色彩、形象咨询行业”,引爆了一场中国的色彩、形象咨询革命,使许多色彩人才实现了高端就业,成为中国色彩、形象咨询行业创始和领军企业。随后,全国各地的形象设计公司也相继开张。



图1-5 纪梵希为奥黛丽·赫本所做形象设计(1)



图1-6 纪梵希为奥黛丽·赫本所做形象设计(2)

二、形象设计的概念

(一)关于“形象”

要了解服饰形象设计的内涵,就必须首先界定“形象”的概念,即设计的客体内容。

《现代汉语大辞典》中对“形象”一词的解释:“能引起人的思想或感情活动的具体形状和姿态,是人们的感知器官收集到的某一客观事物的总信息量,经过大脑加工形成的总印象”。

《辞海》中对于“形象”则有两个解释:一指形状、相貌;二指文学艺术区别于科学的一种反映现实的特殊手段。即根据现实生活各种现象加以选择、综合所创造出来的,具有一定思想内容和审美意义的具体生动的图画。由此可见,“形象”的含义可区分为狭义和广义两种。前者专指人;后者则是指人与物,包括社会的、自然的环境和景物。本书中所诠释的“形象”是一种狭义的概念,以人为本,专指能够反映个体身份地位、内在修养、气质性格的外部形态特征的综合代名词。

(二)关于形象设计

形象是指人的内外形象与造型的视觉传达,是指个体在社会或群体中所形成的总体印象,即社会或群体对某一个体的外在形象以及内在精神世界综合认识后所形成的总体评价。形象设计所涉及的领域较广,与工艺美术、人文科学、自然科学等紧密相连,也是对个人整体形象的再创造过程。

个人形象设计是以服务个人生活目标为核心,以个人的职业、性格、年龄、体型、脸型、肤色、发质、姿态、气质风度等综合因素为依据,使服饰、化妆及体态礼仪等要素达到创造思维与艺术实践活动的最佳结合。

形象设计是通过设计师以其独特的视角、创造能力对人的自然条件(身型特征、色型特征、气质倾向)、社会条件(生活方式、社会背景、职业阶层)进行综合分析,并结合环境、风俗习惯和时尚因素,运用身体装饰(服饰形象装扮)、身体表现(姿态举止、音色节奏等)、身体塑造(塑身和美容)等技术手段重

新构建一个更加合理,更加理想的人物社会性体貌。在诸多的形象设计要素中,服饰是形象设计的必要手段和组成部分,也是形成人外在第一印象的集中体现。

三、个人形象的构成

个人形象是一个人在社会上所形成的公众印象,以及社会公众由此对其产生的基本看法和做出的总体评价。在现在信息化时代,良好的个人形象传递着个人信息,不仅能缩短人与人的距离,最大限度地发挥个人潜力和优势,还能让个人信心百倍地融入现代社会竞争之中。

现代个人形象包括以下三方面:精神形象、社交活动形象、外在视觉形象。

(一)精神形象

即内在形象,是指个人形象中相对隐藏、外显性差的诸因素,它是通过长期的努力逐步形成的、较为稳定的、直接对外在状态产生决定性作用的一系列潜隐因素,常常通过思想道德、人格、理念、能力等方面发挥作用。包括文化层次、道德品质、人生观、美学修养、艺术修养等。“质于内而形于外”,内在形象起决定性作用,可以对外在形象起到升华的作用。

(二)社交活动形象

是外在形象之一,是在社会交往活动中表现出来的。包括内容有:

1. 仪表礼仪——仪容服饰、仪容体态(站姿坐姿)、化妆礼节。
2. 举止礼仪——问候礼节、谈话礼节、女士优先礼节、手势礼节、做客礼节、吸烟礼节、握手礼节等。
3. 场所礼仪——餐厅就餐礼节(中、西餐)、舞厅跳舞礼节、室内外场合礼节、师生礼节、家庭礼节等。

(三)视觉形象

即外部形象之二。包括内容如下:

1. 发型——不同发质的护理与保养、不同发质

的梳理、不同脸型的发型、不同头型的发型、不同性别的发型、染发方法、戴假发方法。

2. 妆容——不同类型皮肤的护理与保养、不同类型皮肤的化妆、不同场合的化妆、不同年龄层的化妆、不同季节的化妆、不同性别的化妆。

3. 服饰形象——体型美的标准、体型保持与内衣选择、服装美学(色彩、款式、面料)、着装的 TPO 原则、不同体型的着装、不同肤色的着装、不同职业的着装、不同年龄层的着装、不同性别的着装。

个人形象是一个综合的全面素质,是一个外表与内在结合的、动态的概念。

四、个人形象的社会属性

虽然人们很难改变自己的身高或相貌,但是很多时候人们能够有意无意地改变自己的声调、说话方式、衣着、行走和坐立姿势等,这就是人们在社会生活中不知不觉的形象改变。没有人是生活在真空里的,我们都成长在特定的社会环境里,为群体所包围,显示不同的社会身份。每个人都有着自己的形象期望,这种期望更多的表现出社会性特点,即人的社会形象。

(一) 个人形象的社会角色分析

我们在日常生活中与他人的相互作用大部分都涉及到社会角色及行为准则。在某些特定的场合中都相应地产生个人的某种形象(表 1-1)。从步入儿童时代起,我们就开始学会在特定场合做出正确的行为。在现代生活中,我们所处的各种社会场合

对“合适”的形象都有一套特定的期望,如果我们想要被别人接受、受周围人的喜爱,那么我们的行为就必须符合这些期望。但这并不意味着去学习一套规则或是做个包装而已。其实在我们的日常交际中,这种形象期望在不同社会群体之间存在着很大的差异。从一个社会领域内的形象特点换到另外一个社会群体可能会显得很奇怪,甚至让人反感。社会角色是很难以一个确切的数字表示出来的,正因为现实社会中存在不同的社会场合,因而就会产生比它多上几倍的社会角色存在,如社会地位群体包括上司、下属,军界、政界、学界、农牧业、工业或商界等等。这就使他或她在充当不同角色时会有相对应的需求和标准。当我们仔细审视人们在社会中所扮演的角色时,形象期望就会变得非常清晰明了。一系列社会准则为人们所扮演的特定的社会角色设置了可接受的形象表现方式。

(二) 社会角色与个人形象设计

人们在不断地变换社会角色时,其中很多角色都有着一定的共同点。例如,企业的高级主管,仅就这一社会角色来讲,它对外要代表本企业的实力形象,对内要保持决策层与管理层的尊严,这都使得他在形成自己社会角色前必须完成具有针对性的个人形象设计,这是其形成自己角色形象定位所必需的。无论是服务行业,还是娱乐行业,大都需要体现这种特色,这也是社会共性的集中表现。一般来讲,不同的社会阶层,对形象定位与时尚风格有着不同的需求,但同一社会角色,对待形象的塑

表 1-1 社会角色类别

社会角色类别	
年龄及性别群体	例如: 孩子, 老人, 男孩, 女人
家庭群体	例如: 爸爸, 阿姨, 奶奶
社会地位群体	例如: 主席, 经理, 领班, 工人代表
职业群体	例如: 教师, 律师, 机械师, 秘书
共同爱好群体	例如: 运动员俱乐部成员, 电子游戏爱好者

造会有相似之处。

个人所处的社会环境与自我形象相辅相成,形象设计过程中不能忽略社会角色。如果仅从人物个体表面形象作为设计的出发点,即使设计对象与设计师双方都满意,但当其进入自己的社会角色时,就不一定能够获得良好的社会效应。形象设计中理解设计对象的生活背景与社交环境是作为展开设计的重要基础。

个人形象设计是要在个人条件基础上定位一个

被自己以及公众接受的期望形象,设计对象以这个期望形象为目标,调整自己的心态和行为,使之达到设计的目的。它是一种实用性设计,是一种再创造的过程。

对于现代社会而言,个人形象设计也被赋予更多人性化的特点,在满足个人需求的同时给予正确的引导,在自己固有的模式上加以拓展和延伸的设计过程,寻求合理形象定位,并且在与之对接中,强化个体的角色意识,从而使内外达到和谐一致。

第二节 服饰——表达个人形象的外在符号

马克思说：“人们为了能够‘创造历史’必须能够生活。但是为了生活，首先就需要衣、食、住以及其他东西。因此第一个历史活动就是生产满足这些需要的资料，即生产物质生活本身。”（《马克思恩格斯选集》第一卷第32页，人民出版社，1972年版。）由此可见，服饰存在的根本原因，是出于人类生活的实际需要，即服饰的实用性。

服饰从形态上可分为佩戴、挂饰以及装饰等形式，以改变身体某些部位的自然状态，达到装饰目的。装饰是与审美意识相联系的，亦出现在保护身体的生存需要之后。演化到现代服饰便成为个人形象塑造的主题内容之一，是完善整体或个人良好形象的主要因素。

一、服饰的基本概念

服饰，既是人类文明的标志，又是人类生活的要素。它除了满足人们物质生活需要外，还代表着一定时期的社会文化背景。服饰作为我们日常生活必不可少的一部分，随着经济的发展、多元文化的融合，服装不仅是人类文明与进步的象征，同时也是一个国家、民族文化艺术的组成部分，是随着社会文化的延续而不断发展的。它不仅具体地反映了人们的

生活方式和生活水平，而且形象地体现了人们思想意识和审美观念的变化。

服饰这一专业术语有着独特的界定和表述，概念上有广义与狭义之分。

（一）广义上的服饰概念

是指衣服及其装饰，它包括衣服和服饰配件两个部分：

其一，衣服。这是人们所穿着的服装类型的总称，其构成的三个基本元素包括面料、款式及色彩。是运用形式美法则和技法将款式造型，色彩搭配，面料选型等要素进行设计，使之形成类型各异、相对具体的服装单品、单件套的成品。例如：风衣、茄克、外

套、裤子、裙子等。由于经济的发展和人们生活水平的提高，服装款式也越来越丰富，根据不同用途，可分为：用于正式社交场合的礼服（图1-7）；用于日常生活的生活装（图1-8）；用于各种职业劳动的职业装（图1-9）；用于进行体育活动的运动装；用于各种演艺活动的演出服；还有用于家庭内穿着的休闲装等等（图1-10）。

其二，服饰配件。主要包括附着于人身上的饰品，还包含身体以外与服装有关的物品。包括帽子、鞋、围巾、领带、胸针、眼镜、手表、手链等物品。因而，服饰具有较广泛的概念，是人类的穿戴、装扮自己的行为及其着装状态。



图1-7 晚礼服



图1-8 生活装



图1-9 职业装



图1-10 运动休闲

(二) 狭义的服饰概念

是指服装的佩饰或装饰。具有两种含义:一是服饰配件,其范围不仅包括附着于人身上的饰品,还包括身体以外与服装有关的物品。比如帽子、鞋、围巾、领带、胸针、眼镜、手表、手链等,其发展既有其独立性,又有对服装的依附性;二是指服装的装饰用品或衣服上的图案、色彩等。

二、服装的起源及穿着的基本意义

人类社会发展的早期,着装行为就已出现,距今已有数千年的历史了。衣服成为人们在自然中保护身体,维持生存的一种不可缺少的手段。服饰经历了“草、叶裙围”、“兽皮披”、“早期织物装”,到“布帛衣裳”,以至于现代科技产品服装时代。

(一) 对身体的保护

在服装的种种起源动机中,有“身体保护说”和“保护器官说”。

1. 身体保护说

《释名·释衣服》称:“衣,依也,人所以避寒暑也。”美国服装史论专家玛里琳·霍恩也认为:“最早的衣服也许是从抵御严寒的需要中发展而来的。”这种推想是合乎逻辑的。因为,原始居民面临着生

产力低下、生存环境恶劣等一系列情况,在战胜自然的能力相对较弱的情况下,本能的适应自然的能力就显得尤为突出,原始人开始用兽皮、树叶、羽毛、草片等包裹身体取暖。并且,为了适应各种环境,气候,狩猎和劳作的需要,遮体的兽皮出现了各种造型,遮体的方式也变得多种多样(图1-11)。

2. 保护器官说

另一种关于服装起源的保护说认为,当人类从四足行走进化为两足直立行走时,因为在狩猎等剧烈活动中某些器官容易受伤,且极为不便,因而需要将某些部位包裹起来,进而产生出了腰绳或腰布这种人体包装物品。这种行为中逐渐发展到把其他身体部分包裹起来,逐渐扩展至全身形成人类最初的服装。人类的祖先为了在狩猎和劳作时,使赤裸的手腕和脚腕免遭荆棘的刺伤和野兽侵害,用木头、兽皮做成护腕的手镯、脚镯,并且日益精巧、灵便,人类的服饰就逐渐形成了。

(二) 装饰与自我表现

1. 吸引异性说

人体装饰学说认为,人类用衣物装饰自己是为了取悦他人。众所周知,熟悉的事物不会引起好奇,隐藏的东西反而容易激发人们的好奇心。比如,稍稍披上一点遮盖的东西,但还隐约可见体形,就比全裸更诱人。人类之所以要用衣服装饰自己,是因为



图1-11 部落时期原始人类的服饰

男女两性为相互吸引对方,在性器官部位装饰服饰是为了突出性特征,引起对方注意和好感。

2. 炫耀的标志

有的人认为服装起源的动机是用以“炫耀”为标识。早期形式的衣服是用来博得人们的称赞和尊敬的。在原始社会后期,可能有人由于勇敢的品质和强悍的体魄而在部落的围猎活动中做出了突出的贡献,于是假想在享用完野兽的美味后,可能将兽骨、兽齿做成项链,又可能将兽皮充当衣物授予此人,作为对他的表彰。例如,印第安人把鹰的羽毛作为勇敢的象征(图 1-12)。佩带野兽的牙齿、骨骼、刺彩纹和刀痕,向人们显示他在狩猎中的业绩,装饰的目的是为了表现穿着者的力量、勇气和技术。

3. 护符装饰说

护符装饰说认为服装的起源是对自然和图腾的信仰,将赋有寓意的饰物装饰人体,这种穿戴行为逐渐演变发展为人类着装模式。原始居民为了保护善的灵魂并使恶的灵魂不能近身,就把认为可以避邪和祈福的诸如贝壳、石头、羽毛、兽齿、叶子、果实等装饰在身上(图 1-13)。他们认为衣饰穿戴在身上有一种驱邪的作用,衣饰的功能是用来保护他们,抵御可能伤害人类的妖魔。这种简陋的身体装饰物逐渐演变发展为人类最早的服饰。

4. 爱美欲的表现

有些服饰专家在对服饰的探讨中认为,服饰的基本意义不仅是起到保护作用,同时也是人们本能爱美欲的表现。服装的起源来自人类喜欢使自己富有魅力,以表现自己强烈的心理活动。从原始状态的披挂、缠裹、简单缝制,到现代服饰的工业化生产和高科技制作手段;从大都市的顺应潮流的时髦打扮,到偏远地区少数民族的服饰装缀,无不彰显人们对美的追求。

三、现代服饰穿着行为动机

服饰是人类的第二层皮肤,它像一面镜子一样,折射物质生产与物质生活的发展状况。随着经济的发展,现代社会服装的穿着要满足人类的生理和精



图1-12 印第安人的服饰是其炫耀的标志



图1-13 原始人的饰物是其护身符