



THE ART OF
FASHION
MODELLING

袁杰英 编著

时装模特表演艺术

中国轻工业出版社

时装模特 表演艺术

袁杰英 编著

 中国轻工业出版社

内 容 简 介

本书站在较高视角点介绍与分析了国内、外模特业的现状与发展趋势；以崭新的观点阐明这项事业的社会价值；并以大量篇幅从技巧、风格等方面丰富和提高模特的专业知识及艺术修养。本书观点明确，内容充实，条理清晰，图文并茂。

本书可供大专院校、中等专业学校和专业公司、专业团体作为教材使用，对业余模特和模特爱好者也是一本良好的知识性读物。

图书在版编目 (CIP) 数据

时装模特表演艺术/袁杰英著. -北京：中国轻工业出版社，1997.5 (1999.4 重印)
ISBN 7-5019-1967-4

I. 时… II. 袁… III. 服装-模特-表演艺术 N.J812.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (97) 第 04495 号

责任编辑：王恒忠

*

出版发行：中国轻工业出版社（北京东长安街6号，邮编：100740）

印 刷：北京百花彩印有限公司

经 销：各地新华书店

版 次：1997年5月第1版 1999年4月第2次印刷

开 本：787×1092 1/16 印张：7.25

字 数：168千字

书 号：ISBN7-5019-1967-4/J·086 定价：32.00元

· 如发现图书残缺请直接与我社发行部联系调换 ·

□目录

一 时装模特业的起源与演进	3
1. 从“玩偶”到“模特”	3
2. 活动的人体展示	3
3. 模特表演形式的形成	4
4. 时装模特——设计师的助手	4
5. 模特队伍在前进	5
6. 模特表演的新纪元	5
二 现代国际时装表演业的发展趋势	7
1. 向多层次、多形式方向转化	7
2. 冲破国界,走向世界	8
3. 开辟新的领域	8
4. 更新“模特”概念	9
5. 国际模特队伍的延伸	9
三 国内模特表演业的兴起及发展	12
1. 兴起和成长	12
2. 国内时装表演队初具规模	19
3. 时装表演模特的社会地位和国际影响	20
四 国内外的名模	23
1. 辉煌出众的国际时装模特	23
2. 西方人眼中的模特现象	25
3. 中国的模特队伍人才济济	26
五 时装表演的组织结构	30
1. 时装表演的分类和活动形式	30
2. 时装表演的机构设置	32
3. 时装表演形式	35
六 时装模特具备的条件	36

□目录

1. 体态匀称,比例适中	36
2. 容颜端正,五官适度	37
3. 良好的乐感	37
4. 较高的艺术修养	37
5. 较好的文化素质	38
6. 具有不凡的气质风度	38
7. 较强的表达能力	38
8. 较强的适应能力	38
9. 较强的抑制能力	39
七 时装表演的基本技巧	42
1. “猫步”的训练	43
2. 腰功训练	43
3. 摆臀训练	52
4. 以手和臀传达情感	52
5. 舒展的面部表情	55
6. 动人的眼神	62
八 模特表演——设计风格的再创造	67
1. 了解设计师的创作风格	68
2. 掌握作品特点	68
3. 具有着装的整体配套知识	69
4. 熟悉时装品种和原料性能	71
九 时装模特的表演风格	72
1. 潇洒型	72
2. 青春型	73
3. 端庄型	73
4. 高雅型	74
5. 塑造型	74
后记	76

□写在前面

文化蕴含着丰富的内容,服饰文化包容着美学在其中。弘扬民族服饰文化,在于充分体现其存在的必然和价值。只有拓宽和展示,才能传递民族的智慧与文明。模特表演——一种“流动艺术”,通过它的行动语言,创造着社会物质财富与精神财富。

模特表演,在当今的中国,已被一些人接受,在某些大城市还有“职业热”的趋势。一次招考,竟达 2000 人报名。一场表演,居然有人守在大门旁求票,给模特写信、通电话的也比比皆是,虽然未形成“追模族”的形势,但在某些地方熟知和热望的程度,大有涨潮势头。

时装通过模特表演这种活生生的演艺方式,首创于西方。多年来,在欧美对于此种表演活动已经习以为常,无可非议。而当它开始出现在东方这片黄土地时,却掀起了阵阵波涛:非难、指责、讥讽……。显然这种观念上的差异相当巨大,着实使我领悟到,在当今世界高科技的进步推动着经济、文化、艺术发展的同时,我们若想与世界同步,是何等之难啊。但是依照社会的发展规律,不进则退。这就不但需要了解研究先进,更需要虚心学习先进。由此,才能逐步赶上先进。30 年代旧中国曾着力促销国货,抵制外来产品的倾销,在上海采用过模特表演形式,但是在半殖民地半封建的时代,人们仅将这种行动称为是无可奈何的求助形式,并未理解它的经济价值,观念革新和其艺术内涵。所以仅此一举,很快就夭折了。50 年后的今天,这种外来形式,由于改革大潮的推动,才又缓缓复苏。

在我国,时装模特表演形式和模特职业,直到 80 年代,才开始受到某种青睐(一些城市开始建队,一些院校开始办教育,一些中专办班或改成模特学校)。那么前景又会是怎样?人们又如何去看待这种职业?模特本身又以何种心态去创造艺术呢?面对现状,遥想未来,使我产生了动笔的念头。其目的是想将这个新兴的事业向现代科技文化推进一点;是想将人们的陈旧观念更新一点,是想通过追忆过去,展示现状,增强人们对其拓展的信心;也是想帮助从业者增长些专业知识,认识自身价值。

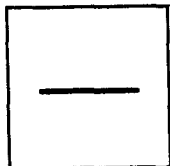
本书不能解决所有问题,尚有许多模特修养方面、技巧方面以及训练方面的问题有待研讨。况且限于篇幅,不深不透是难免的,因此,这本书只是起到抛砖引玉的作用,可以说题目已经点到,只待朋友们共同参予探讨。

作者



“服装”是世人皆知，人人通晓的名词。“服”是指穿，“装”是指衣。服装是指平面的无生命的衣服与有生命的立体的人形结合的产物。当今人们泛指的“服装表演”，就是着衣人体的活动。这种“活动”上升为“表演”，就意味着艺术加工，那么这种进行艺术加工的人体，必然有其特殊条件，所以就要选择一些标准型、典型化，比较完美的人体来塑造，因此，“模特”是最为理想的目标。

对服装设计的狭隘认识，只是构思和纸面表达过程，实际上也应包括工艺结构的处理和成形。广义的理解，设计还可以包括着装部分。成衣是为人体的包装，如无体积空间和流动的表现，则只算完成设计的一半。作为商品的服装，若想增加销售效益，必须利用一定有力的手段，争取促销的成果。经过多年实践证明，只有通过具有优美形体和着装个性展示的模特，才能传达设计师的创作意图；才能宣传名师、名牌产品；才能沟通设计与产、销、用之间的联系。



时装 模特业的 起源 与演进

1. 从“玩偶”到“模特”

“模特”(Model)一词最早起源于欧洲,起始的意思是模型、典型或模范的样式。它的雏型是 1391 年法国查理六世的皇后伊莎贝拉意想中的一种:摆出真人动作,套上宫殿服装的无生命玩偶,这种“时装玩偶”在法国从路易 14 至路易 16(1643 年~1792 年)世代相传,一直是宫廷之间馈赠的珍品。

当欧洲绘画艺术发展到以真人为写生对象时,为画家们描绘的肖像或人体都称“模特”,后来人们又将各式衣服套在木人、蜡人或有生命的人身上,以供购买的顾客挑选,从此“模特”一词,又被用作商品销售广告宣传的“时装模特”。“时装模特”的名称 1905 年形成。它留给人们的印象是,具有立体感的、完美的,而且是理想化的形象。因此,它在社会中占有相当的空间和地位。

时装模特的出现绝非偶然,它是生意场中的创造。当服装商人发现,画家面对美貌的女郎,描绘出非常生动富有个性的肖像或人体,而吸引众多观者时,毅然决然以活动的人体取代了无生命的模型。于是玩偶时代过去了,时装模特的诞生,象征着新时代的活力。

2. 活动的人体展示

19 世纪一位难得的创业者,英国人查尔斯·弗里德里克·沃思,他首先开设了销售长袍和披风的高档服装商店,生意不但兴隆而且长久。其主要原因:①由于得到了西班牙女王尤金尼亚·达·摩提鸠的扶持和瑞典人奥托·鲍伯格的资助,1853 年在巴黎开设了举世第一间女性服装店。②由于采用了以活动人体形式的广告宣传。一位漂亮迷人的玛丽·韦尔纳小姐,身

披沃思披肩，在店内不停地走动，妩媚的身影和潇洒的时装，吸引了众多顾客，于是取得了极好的推销效果。采用真人着装表演的试验成功，大大鼓舞了沃思，坚定了他继续开拓的信心。其后随着资助来源的不断增加，经营规模的不断扩大，世界各国蜂拥而至的贵族宾客源源不断，商店不得不招聘女青年，由玛丽小姐带动一批小姐共同表演来满足顾客的需要。这样小小时装表演队自然而然地形成了。沃思之后，许多店主相继模仿这种形式，久而久之，这种宣传形式被广大民众接受，高档严谨的服装表演，倍受上流贵族人士的青睐，并封表演者为“模特小姐”的称号，从此，抬高了这些时装模特的身价。

3. 模特表演形式的形成

1908年时装表演在欧洲已经具有一定影响，当时伦敦举行了一场表演，规模扩大了，突破了沃思商店的范围。这次表演是以推广“达夫·戈登”妇女商店的套装为目的。演出有乐队伴奏，模特按顺序——排列出场，显然较前正规多了。模特开始在大场面中亮相，特定场地进行表演的形式开始形成了。

随着商业竞争加剧，商品宣传的增加，必然促进模特表演业的发展，其明显表现在：演出的规模由小变大；由朴素平淡的商业性展示，逐渐增添奢华的色彩，日渐成为欣赏性的商业宣传活动。例如，1908年12月，英国伦敦查伊斯商店在沃纳马克埃及厅举办的大型时装表演；法国普瓦雷·帕坎等几家商店先后举办的大型豪华的时装表演，效果都是十分独特的。这些表演已经不仅仅是场面大，而是将表演从平地搬上大厅中的舞台上。在美国中西部，1910年也开始一些利用台面的小型演示。1914年8月，芝加哥服装业制造协会举行过大型表演，长长的丁字台面直伸向观众，模特缓步走向台端，观者与模特宛如促膝交谈，所见时装十分清晰，倍感亲切。1917年芝加哥湖滨大戏院的表演，创造性地表现了以电影屏幕为衬景的新形式。

二三十年代的服装表演，随着科学技术的进步、艺术思潮和审美观的革新，为更加充分地向消费者传递设计师作品的诱人魅力，对模特本身的体高提出了新的要求。而且1937年，一位美国的伊丽莎白·哈惠顿又大胆地提出男、女模特同台展演的倡议，这时男模刚刚出现，虽然他们仅仅以从属地位出没于舞台上，但是毕竟从此之后，模特表演业的行列中增加了男性的力量。可以说这是为表演业增辉的又一创举。

4. 时装模特——设计师的助手

沃思开创了欧洲服装设计师的天地，在他之后欧洲相继又出现了卡洛姐妹、波恩特、让娜·朗万、让娜·帕奎、玛丽·热尔贝、保罗·普瓦雷、沃思之子让·菲利浦·沃思等许多有作为的女装设计师，他们各自以与模特的合作，开辟着时装发展的新途径。

例如，让娜·朗万在巴黎有他经营的时装店（是现存唯一的一家古老的时装店），他从业的成功，就是由于小女儿为他做童装模特开始的，1890年又

用模特在他的店中展示过浪漫华贵的高档时装。

时装表演形式的发展,对服装设计起到了极大的推动作用,许多世界级的设计大师其成名之作,都是通过表演形式首次发布。比如,1919年第一次世界大战刚刚结束,在硝烟未尽的巴黎,简·帕特就振作精神,举办了一场震撼世界的大型时装作品发布;1947年克里斯蒂昂·迪奥尔又以发布形式,将出色的束腰长裙介绍给法国公众,连续又推出A型、Y型、H型、郁金香型及纺锤型等各种崭新又奇特的时装式样,一时热浪轰动欧美;1953年、1957年皮尔·卡丹、基·拉·罗修分别举办了个人作品发布;1961年安德莱·克莱姆又以“白色的幻想”为主题举办个人作品展示;1964年埃玛纽埃尔·卡昂举办了第一次高级成衣发布会;同年美国的玛丽·克万特为打破长裙的传统形式,一举推出新颖超短的女裙展示活动,轰动了世界各大洲;同年美国的阿戴尔·辛普逊在纽约万国博览会上举办个人的作品发布,取得了一鸣惊人的效果;1965年日本森英惠在纽约首演,之后每年在巴黎举办一次发布会;1971年之后,日本的三宅一生、山本耀司、山本宽斋等设计师都分别在纽约、日本、伦敦等地举办了发布活动等等。由此说明,自1912年以来,模特表演更加集中地为设计师的成名之作服务,而不仅停留在早年的那种单纯商业活动上。设计师的每一步成功,所设计的新作都是与模特、影星以及总统夫人的着装、展示分不开的。因此,时装模特已经成为设计大师的得力助手和合作伙伴,他们之间的关系,已经开辟了时装新风格的挑战局面,为时装业的进一步发展注入了活力。这时的模特表演对各国设计人才的发现和名牌效应,起到了不可估量的作用。模特队伍也因此得到了壮大,在欧、美、亚洲除国家级的模特以外,各地区和一些专业单位的模特组织数不胜数,有些国家还设立了模特中心,培训中心等机构,专门发现和培养表演人才。

5. 模特队伍在前进

由于科技进步,服装表演已经日渐成为集多种学科为一体的综合性艺术,时装模特也成为极有吸引力的热门职业,成为具有艺术才能的青年人的向往和追求。因此,一些条件具备的舞蹈、戏剧、音乐演员或者运动员,转业学做模特的为数不少。也出现表演模特向服装设计行列转向的趋势,这种交插从业是当今社会的一种新风尚。当然在过去的年代里也已有先例,如一位具有演戏天才,而且天生丽质的贝奴维艾维小姐,曾经做过设计师加布里埃尔·夏耐尔的服装秘书,由于文化素质和体形条件优越,就曾受雇于法国设计师杰克·法特门下作时装模特。在法特的自述中曾有这样的记载:法特说“每每把衣料披挂在贝奴维艾维的身上,我的设计灵感便油然而生。”可见模特的存在对设计师的创作出新有多么大的推动作用。曾为设计师巴伦夏加和基邦希做过模特的埃玛纽埃尔·卡昂,由于受到大师们的专业熏陶,对时装设计的兴趣不断增加,经过努力奋斗,后来也成为了一名设计师。

6. 模特表演的新纪元

60年代的表演,比较以往又有许多新的变化和革新,主要表现在下列三

个方面:

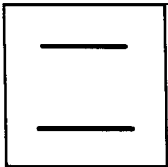
(1) 在音乐贯穿始终的表演过程中, 模特们突破了传统的行走表演格式, 而用各种舞姿和动作代替, 趣味性十足。有人说这是英国设计师玛丽·奎脱对服装表演业的一种革命。

(2) 60年代中期, 由于电影业的盛行, 极其重视舞台背景的设计, 并将舞台上的模特表演用摄影机记录下来, 以电影形式放映。

(3) 70年代, 安德尔·克雷杰对表演形式作了再一次的改革, 使得服装表演达到更加完善的发展时期。一改平淡、静穆的表演气氛, 强调了伴奏音乐的强烈节奏或优美旋律, 利用变幻莫测的灯光表现各种不同的意境和情调, 使得形、色、声、光浑然一体, 交织成为一个完整的立体画面。

思考题:

1. “模特”的名称何时开始?
2. 模特表演形式何人创始? 何时兴起?
3. 模特表演与时装大师创业的关系, 举例说明。



现代 国际时装 表演业 的发展趋势

1. 向多层次、多形式方向转化

衣、食、住、行,以“衣”为首,中国人特别强调生活中的着装。服装业的存在和与之相关的模特表演业是国家经济命脉中,不可缺少的组成部分。经济的繁荣和萧条时时地影响着它的兴衰。从 19 世纪开始向 20 世纪迈进,模特表演已经伴随商业竞争的加剧而跨出欧洲境界,遍布世界各国的舞台。为了适应世界经济大环境的多方位、多层次的产品经营,广告宣传中更加强调针对性和竞争因素,突出了信息传递和预测预报。服装表演也随之增加了许多新的形式。归纳起来可分为三大类:

第一类是面向上层社会、皇室贵族,展示高档入时时装。其对象是地位显赫、身份很高的富有者。这种类型的表演,要求场地布置豪华、舒适、安逸,观者在朦胧的烛光下入座,边饮边欣赏。台上台下那些显示富有的金碧辉煌可以交相媲美。对于台上模特的高雅端庄、步履轻盈、婀娜多姿,台下不时报以赞许的掌声。这一类型所展示的服装,以高档次、高规格的时装为主,限于服用范围,因此,具有一定的保守性。

第二类是随时装流行的周期变化,及时将更新的式样、花色,依季节每年在 1 月和 7 月两次做高级手工时装的发布会。这是流行导向性的表演活动。通过模特的展示和各种宣传手段,掀起世界时装新潮流。由于它具有超前性和引导消费的作用,充分反映现代纺织业的进展和穿着时尚,因此,具有较强的时代性。

第三类是“先锋派”的个性时装表演,这一类型的表演由于具有现代意识,风格上体现叛逆思潮,因此,极受青年人的推崇。从时装的薄、透、露和造

型的奇特、色彩的变幻莫测,强调干练、洒脱,表现人体变化等设计意识上,从舞台的强烈灯光,多变换的表演台面(如马鞍型、多边形),现代摇滚音乐的伴奏,以及模特采用的现代舞蹈式、杂技式或卡通式的表演技巧上,都突出和强化了现代人的青春活力。通过模特热烈奔放的自由式表演,明显地拉开了与第一、二两种类型的距离。因此,它是属于一种超越时空的,现代感极强的表演。

由此不难看出,时装表演这种演艺形式在一个多世纪历程中,由个人发展成小小表演队;从平地升至高台;从店堂到广场;从本土到巡回展演;从单一形式发展到多种类型,无不说明按照事物的发展规律,随着时代前进的步伐,时装表演也在不断创新,不断提高,不断演进和变化。

2. 冲破国界,走向世界

将时装表演推向世界的举动,要追溯到 1901 年。进入沃思商店的保尔·布瓦列特,这位巴黎高级时装店协会的创始人,1912 年以他的独创胆识和革新精神,勇敢地带领 9 名时装模特,到欧洲各国首都进行巡回演出,展示了一批摆脱传统约束,风格崭新的高级时装,开创了世界性的表演活动。1924 年法国著名高级设计师简·帕特,为了体现时装新作的独创神韵,将远在异国他乡的美国模特请到欧洲来。从此,又打开了国际性表演交流的方便之门。帕特的行动将表演走向世界又推进了一步。这种交流不但扩大了服装设计师的眼界,为创新作品广泛宣传,同时也促进了时装表演向更高层次迈进,也提高了模特职业的国际地位。

时装表演自 19 世纪 50 年代以后,逐渐走向世界性的更加专业化的道路。每年定期(2 月 3 月和 9 月)分别在欧洲、美洲和亚洲举办国际性的博览会(如慕尼黑国际时装博览会、米兰时装博览会、巴黎国际女装博览会、贝尔格莱德国际时装博览会等)、国际性时装竞赛,大型的全国性、区域性或者国家性的时装节活动。在这些活动中集中了少则一二十名,多则近百名的不同肤色、不同区域的表演佼佼者,他们以高超的技巧、出色的演艺才能,展示着具有鲜明风格特色的时装新作。传达最新流行信息,宣传新材料、新设计和新工艺,树立名师名作的新形象,对于推动时装业周期性的变化,起到了极好的传播作用。

近年来,由于世界性经济、文化交流的日趋频繁,模特表演的范围也在不断扩大,除了在一些博览会展露头角以外,作为和平使者,随贸易团体出访或应邀组团,穿梭于友好国家之间。通过展演,弘扬民族服饰文化,促进民间往来,从而大大加强和推动了国际文化,贸易的交流与合作。

3. 开辟新的领域

欧洲兴起的“选美”活动,对模特事业的发展,也有一定的促进作用。欧洲、亚洲的“选美”并非产生于现代。在古代的宫廷中就已存在,只是选择的方法不同,内容、条件有所区别罢了。现代的“选美”采用一个国家内部或国家之间,分层次等级一步一步选拔的方式,具有竞赛性质。参加选美比赛的女士要

按指定的项目参赛,如身着礼服、泳装等装束,一项一项进行评比,还要在风度、谈吐、知识方面亮相,最后评判出“佳丽小姐”封以桂冠,以示荣誉,树立美的模式。一年一度的选美比赛活动,评定的风格不停地变换,其盛况规模空前。因此,引起许多仰慕者、欣赏者、好奇心者的极大兴趣。“选美”与“时装模特”关系极为密切,由于“选美”条件要求比较高,只有着装偶像——模特比较具备这些条件。因此,在“选美”活动的参赛者中,往往大部分都是一些高水平的名模。“选美”活动的开展,可以说从一个侧面提高女性修养素质起到良好作用,也为培养高品位、全面发展的高水平模特打下基础,因此,“选美”开辟了表演业的新领域。

4. 更新“模特”概念

随着模特表演业的不断成熟,时装设计师对于模特的理解也拓宽了。一些大师除了与专职模特合作之外,还热衷在上流社会圈内物色良好的形象,以便将上乘的设计成品,在一定的生活环境中自然地展现,这是立杆见影的新尝试。早在1928年,法国设计师莱蒙·巴尔巴就曾经为“生活模特”影星波拉·耐葛里、玛莱奴·迪特里齐设计生活装和表演装,将展示的天地从大厅里的丁字台上引向大自然之中。另一位法国设计师简奴·朗邦选择了戏剧演员为对象。法国设计师阿里克斯·葛莱,为肯尼迪夫人、希腊公主设计礼服。法国设计师皮尔·巴尔曼为巴黎王妃、公主和其他上流社会夫人、小姐作着装设计,并获得“塑造高雅时髦夫人形象”的美称。1962年简·路易·谢莱尔的设计对象是伊朗、沙特阿拉伯的王妃,法国上层社会中的贵夫人和著名的电影明星,设计大师夏耐尔曾被邀请为美国好莱坞影星作着装设计。1990年意大利设计大师瓦伦蒂诺,为“世界杯”足球赛仪仗队中的模特队入场式设计立意新颖、气势磅礴、象征欧、亚、非各洲人民友谊合作的时装。1994年中国沈阳可利雅中外合资商场的一位男性经理,每天在繁华的街道上,身着女性时装为民展示,为商场营销的产品作活动广告……。以上种种事例说明,职业模特与非职业模特,其表演方式和环境虽然不同,宣传的内容却是一致的。因此,由于“模特”的内涵在起变化,模特的成分在扩大,展示方式机动灵活,使得人们对模特和表演的理解,也逐渐从狭隘趋向广义。

5. 国际模特队伍的延伸

从欧洲开始的模特表演事业,一个多世纪以来,已经形成一支不小的演艺队伍,发展十分迅速。各大洲都在不同程度地崛起。通过展示活动,开展对时装的宣传和推销,活跃了市场,大大促进了商品的流通,沟通了国际间的商贸往来,并带给人们美的享受。西方的商业竞争手段不同程度地影响着亚洲和非洲。亚洲的经济近年来日益上升,模特事业如雨后春笋般地发展起来。

(1) 亚洲表演业的绿洲——新加坡

新加坡是个美丽的花园式国家,经济发展已经达到一定高度,是亚洲四小龙之一。但是人们的装束并不奢华,十分端庄、文雅。注重实际,朴素无

0

华,保持了勤俭建国的美德。国家对于衣文化的发展十分重视,每年在3月份举办时装节。是规定下来的全国重大活动之一。节日期间邀请一些西方国家的设计师、时装商和模特前来参观,相互交流,切磋技艺,进行贸易洽谈。通过本国模特与国际模特的联手表演,不但升华了时装节的气氛,而且提高了推销传播的效果。

国家决定通过经常性的出访表演,与各国建立良好的友谊关系。前几年新加坡时装表演队曾对我国进行过有益的交流活动,受到我国观众的热烈欢迎。这支表演队至今保持着几种表演形式。例如:时装设计者的作品发表,学术性的欣赏交流,为贸易服务的商业性展示。这许多种表演类型,有的利用舞台进行,有的直接走到群众中以生活环境做大背景,十分灵活多样。新加坡政府重视时装业的发展,对模特表演业给与许多支持。对模特小姐既培养又注意宣传。定期举办“选美”活动,每年可达十几次,经过评比选出“新加坡小姐”、“环球小姐”、“世界小姐”、“华裔小姐”、“亚太小姐”、“最佳女模特”、“最佳男模特”、“最富有魅力的模特”等等。每次时装表演的同时,边介绍设计师的生涯、作品特点,也对某位模特小姐的表演风格及获奖状况作相应的说明,以提高名模的身价和地位。

(2) 面向国际化已成必然

近年来,由于时装界面临一个国际潮流化的趋势,东方人意愿中具有民族特色的服饰,已经无法满足现代人的着装要求。因此突破国界,甚至打破性别界限,乃是一种流行时尚。

日本设计师君岛一郎,曾在他的作品中进行一些有益的尝试,在一次发布会上,特别邀请了两位著名的歌星,他们是侨居异国他乡的中国人,有典型的东方人的体态,平日身穿十分女性化的衣着。但是表演当天,舞台上的他们,却头戴礼帽,身着男式西装。这是一次男女性别时装交插变化的尝试。在另一次发布会上,君岛一郎又约请了欧洲籍的模特,为他们穿上东方风格的时装,这又是一次东西方风格的交叉尝试。表面上看这样一些尝试似乎有点滑稽,实际上在其中是富有哲理的。君岛先生曾在巴黎生活了15年,长时间的专业创作,使他悟出了一个道理:只有东、西方文化的交流融合,才能更有利地促进世界时装的发展与提高。从生理、心理因素来看,东、西方人的体型、性格差距很大;从设计风格来看,东、西方人也是各具区域与民族特色。君岛提出这些鸿沟可以铲除、两类区别可以融合的方法:可以在一些国际场合,东方人着欧式服装(比如西装),而欧洲人在某些时候,也同样可以穿东方装。这样增加彼此之间的交流和了解,表面上的融合实际上是心理上的平衡与沟通。这种意想比较符合现今时装界国际化发展的趋势。目前正规的国际交往,都是采用国际化服装。

法国时装设计家皮尔·卡丹,80年代就将他的作品投入了中国市场。近年来,又对战后的越南发生兴趣,由于那里拥有低廉的劳动力和合理的价格,1993年4月在胡志明市建立了他的时装工厂,生产他的高档时装。同年11月又亲自挑选了20名越南姑娘,在河内举办了“卡丹时装展示”。并在

记者招待会上郑重宣布,将在越南创办一所服装模特学校,培训一批青年人新型的时装表演人才……。这又是东、西方服饰文化交融的一个例证,也代表了当今世界级设计家的创业观。从此可见,现代时装界和模特业,在其发展过程中,新观念伴随着新作品的涌现不断的反映出来。时装走向国际化是必然趋势。

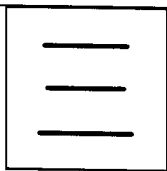
(3)不寻常的模特现象

时至 90 年代,由于世界人口年龄结构出现了变化,老年人将逐渐成为商品市场的占领者,一些具有敏感头脑和创新精神的设计师,将注意力向老年消费者转移。这在过去是不可能想象的,因为西方市场中不存在中、青年和老年服装的明显界限。现在居然有怀斯特伍德·米亚特莱设计师破例聘用 60 岁以上至 90 岁的老年人做模特,为他们创造了在时装舞台上或杂志上亮相的机会,因此,这在西方世界可算是一大奇观。

时装模特的出现代表了“美”的化身。但是任何人也想象不出,近年来巴黎的某些设计师居然在宠爱对象的选择上也出现了转移,现在将视线从“漂亮得令人窒息”的标准模特身上移向另外的目标,那就是一些鼻子大大的、头上光秃秃的,或者有醒目缺陷“丑得很”的模特倍加重视和欣赏。这种猎奇风气的盛行,一时影响了一些久负盛名的模特公司,迫于这种“流行趋势”的压力,也只好开始雇用一些面目有些“对不起观众”的模特。明显的实例是,5 年前,一位名叫伊娃的秃头女人是个无人过问的人,但是如今,她却忙得不可开交。这种现象在商品竞争社会并不奇怪,以出奇求怪,刺激生产开拓市场也是一种可利用的手段,对于这种表演业的最新动向,提示我们应该及时注意了解,全面进行分析。

思考题:

1. 目前时装表演有几种类型?
2. 怎样理解时装表演业冲破国界、走向世界?
3. 东、西方模特的条件有哪些相同?哪些不同?



国内 模特表演业 的兴起 及发展

1. 兴起和成长

我国有着悠久的历史，一部服饰史书，记载了几千年来中华民族衣文化的演变过程。从殷商至辛亥革命，祖祖辈辈创立了灿烂的艺术之花——瑰丽的服饰文化。西方的文明，模特艺术的发展，在 17 世纪 30 年代之后。我国历史书卷中也记载了许多事实，与其相似。东西方文化的渊源、存在和发展是有共同之处和必然的联系，只是由于思维观念、境域制度不同而有所区别罢了。

翻开我国历代服饰史，汉民族着裙的趣事，可与如今的时装表演相媲美。只是现代时装流行追新求变，是民众自下而上的一种自发意识和行动。而我国古代新装的更换，却是自上而下，先于宫廷尔后逐渐向民间流传，并按阶层制定用色用料的规范，形成一个严格的等级制度。我国古代妇女着裙始于周文王时期，一种画有野鸡图形的“翟衣”，即是宫女被指令试穿裙子的雏形；秦始皇元年，命令宫女服用五色花罗裙，在殿堂内走来走去；隋代将罗裙赏赐宫女和百官的妻、母，扩大了着裙的范围；唐代着裙成为固定服式。这种试穿裙衣可以说是我国“新装”表演形成的第一步。它的时间是在公元前 200 年前，比欧洲还要提早许多年代。

“选美”活动，在古老的中国，也是从皇宫内开始，那时的“选美”与现今相比在注重外貌、体形和年龄方面有相同之处，但在目的要求方面也有不同之处。

真正的采用模特进行时装表演，我国还是在 20 世纪三四十年代。当时由于西方文化对我国社会的冲击，摩登女子竞相模仿外来装束，崇尚美国好莱坞