

楊國樞 張春興 主編

成功的穿著

莫 洛 原著 陳衛平 譯

陳衡平 譯

成功的穿著

桂冠圖書公司出版

桂冠管理叢書·經理人系列②

成功的穿著

原著 John T. Molloy

譯者 陳衛平

發行人 賴阿勝

出版者 桂冠圖書股份有限公司

局版臺業字第一一六六號

地址：臺北市新生南路三段96、4號

郵撥：一〇四五七九

電話：三四一六九四九、三九一一四〇七

行 桂冠圖書股份有限公司

刷 海王印刷廠有限公司

地址：臺北縣中和市民有街35號

電話：九五二二九一、九五二二九二

版 中華民國七十二年五月十日

再 版：中華民國七十五年六月二日

• 本書如有缺頁或破損請寄回更換。

• 本書已列入桂冠心理學叢書同時出版，請勿重複購買。

定價 新臺幣150元

桂冠心理學叢書序

作爲一門行爲科學，心理學雖然也可研究其他動物的行爲，但主要重點則在探討人在生活中的心理與活動。人類的生活牽涉廣闊，心理學乃不免觸及其他各科學術，而成爲一門百川交匯的融合之學。往上，心理學難免涉及人類學、社會學、政治學、法律學、哲學及文學；往下，心理學則必須借重數學、統計學、化學、物理學、生物學及生理學。至於心理學的應用，更是經緯萬端，無所不至，可說只要是直接與人有關的生活範疇，如教育、工商、軍事、司法及醫療等方面，都可以用到心理學的知識。

在世界各國中，心理學的發展或成長各有其不同的速度。有些國家（如美國、英國、西德、法國、日本、加拿大）的心理學相當發達，有些國家的心理學勉強存在，更有些國家則根本缺乏心理學。縱觀各國的情形，心理學術的發展有其一定的社會條件。首先我們發現，只有當一個國家經濟發展到相當程度以後，心理學術才會誕生與成長。在

貧苦落後的國家，國民衣食不週，住行困難，當然談不到學術的研究。處於經濟發展初期的國家，急於改善大眾的物質生活，在學術研究上只能著重工程科學、農業科學及醫學。唯有等到經濟高度發展以後，人民的衣食住行都已不成問題，才會轉而注意其他知識的追求與應用，以使生活品質的改善拓展到衣食住行以外的領域；同時，在此一階段中，爲了促成進一步的發展與成長，各方面都須儘量提高效率，而想達到這一目的，往往需要在人的因素上尋求改進。只有在這些條件之下，心理學才會受到重視，而得以成長與發達。

其次我們發現，一個國家的心理學是否發達，與這個國家對人的看法大有關係。大致而言，心理學似乎只有在一個「把人當人」的人本社會中，才能獲得均衡而充分的成長。一個以人爲本的社會，往往也會是一個開放的多元社會。在這樣的一個社會中，違背人本主義的極權壓制無法存在，個人的尊嚴與福祉受到高度的保障，人們乃能產生瞭解與改進自己的心理適應與行爲表現的需求。在這種情形下，以科學方法探究心理與行爲法則的心理學，自然會應運而興。

綜合以上兩項條件，我們可以說：只有在一個富裕的人本社會中，心理學才能獲得順利的發展。對於貧窮的國家而言，心理學只是一種沒有必要的「奢侈品」；對於極權

的國家而言，心理學則是一種會惹麻煩的「誘惑物」。只有在既不貧窮也不極權的國家，心理學才能成爲一種大有用處的「必需品」。從這個觀點來看，心理學可以視爲社會進步與發展程度的一種指標。在這個指標的一端是既富裕又開放的民主國家，另一端是既貧窮又極權的共產國家與法西斯國家。在前一類國家中，心理學成爲大學中最熱門的學科之一，也是社會上應用極廣的一門學問；在後一類國家中，心理學不是淪落到毫無所有，便是寄生在其他科系，聊備一格，無法在社會中發生實際的作用。

從這個觀點來看心理學在臺灣的發展與進步，便不難瞭解這是勢所必然。在日據時代，全臺灣只有一個心理學講座，而且是附設在臺大的哲學系。光復以後，臺大的心理學課程仍是在哲學系開設。到了民國卅八年，在蘇雍雨教授的努力下，心理學才獨立成系；從此即積極發展，先後增設了碩士班與博士班。此外，師範大學、政治大學、中原大學、輔仁大學等校，也陸續成立了心理學系。其他大專院校雖無心理系的設立，但卻大都開有心理學的課程，以供有關科系學生必修，或一般學生選修。

在研究方面，人才日益增加，而且都曾在國外或國內受過專精的訓練，能以適當的科學方法探討心理與行爲的問題。他們研究的範圍已由窄而濶，處理的課題已由淺而深，探討的策略也由鬆而嚴。回顧三十年來此間心理學的研究，以學習心理學、認知心理

學、發展心理學、人格心理學、社會心理學、臨床心理學及教育心理學等方面較有成績，其中有關下列課題的探討尤有建樹：(1)思維歷程與語文學習，(2)基本身心發展資料，(3)國人性格與個人現代性，(4)內外控制與歸因現象，(5)心理輔導方法驗證，(6)心理診斷與測量工具。三十多年來，臺灣的心理學者已經完成了大約八百篇學術性的論文，其中大部份發表在國內的心理學期刊，小部份發表在國外的心理學期刊，都為中國心理學的未來研究奠定了堅實的基礎。在實用方面，心理學知識與技術的應用已逐漸拓展。在教育方面，各級學校都在推行輔導工作，多已設立學生輔導單位，亟需心理輔導與心理測驗的人員與知能。在醫療方面，隨著社會福利的改進，心理疾病的醫療機構日益增加，對臨床心理學者的需要頗為迫切。在工商方面，人事心理學、消費心理學及廣告心理學的應用早已展開，心理學者在人事管理單位、市場調查單位及廣告公司工作者日多，此外，軍事心理學在軍事機構的應用，審判心理學在司法機構的應用，偵查心理學與犯罪心理學在警察機構的應用，也都已次第開始。

三十多年來，在研究與應用兩方面，臺灣的心理學之所以能獲得相當的發展，主要是因為我們的社會一直在不斷朝著富裕而人本的開放方向邁進。臺灣的這種發展模式，前途是未可限量的，相伴而來的心理學的發展也是可以預卜的。

心理學在臺灣發展至今，社會大眾對心理學知識的需求已大為增強，有更多的人希望從閱讀心理學的書籍中得到有關的知識。這些人可能是在大專學校中修習心理學科目的學生，可能是在公私機構中從事教育、訓練、管理、領導、輔導、醫療及研究工作的人員，也可能是在日常生活中想要增進對自己與人類的瞭解或改善人際關係的男男女女。由於個別需要的差異，不同角落的社會人士往往希望閱讀不同方面的心理學書籍。近年來，中文的心理學著作雖已日有增加，但所涉及的範圍卻仍嫌不足，難以充分滿足讀者的需要。我們研究與推廣心理學的人，平日接到社會人士來信或當面詢問某方面的心理學讀物，也常因尚無有關的中文書籍而難以作覆。

基於此一體認，近年來我們常有編輯一套心理學叢書的念頭，桂冠圖書公司知道了這個想法以後，便積極支持我們的計劃，最後乃決定長期編輯一系列的心理学書籍，並定名為「桂冠心理學叢書」。依照我們的構想，這套叢書將有以下幾項特點：

(1) 叢書所涉及的内容範圍儘量濶廣，從生理心理學到社會心理學，凡是討論內在心理歷程與外顯行為現象的優良著作，都在邏輯之列。

(2) 各書所採取的理論觀點儘量多元化，不管立論的觀點是行為、機體論、人本論、現象論、心理分析論、認知發展論或社會學習論，只要是屬於科學心理學的範疇

，都將兼容並蓄。

- (3) 各書所討論的內容，有偏重於理論者，有偏重於實用者，而以後者居多。
- (4) 各書的寫作性質不一，有屬於創作者，有屬於編輯者，也有屬於翻譯者。
- (5) 各書的難度與深度不同，有的可用作大專院校心理學科目的教科書，有的可用作有關事業人員的參考書，也有的可供一般社會大眾閱讀。

(6) 這套叢書的編輯是長期性的，將隨社會上的實際需要，繼續加入新的書籍。

身為這套叢書的編者，我們要感謝各書的著者；若非他們的貢獻與合作，叢書的成長定難如此快速，內容也必非如此充實。同時，我們也要感謝桂冠圖書公司執事諸君的支持與工作人員的辛勞。

楊國樞 張春興 謹識

中華民國六十九年八月於臺灣臺北

穿著與人生舞台——代序

黃光國 序于臺大心理學系
民國七十二年五月一日

在人類的各項行為中，穿著打扮的行為是學院派心理學家較為忽視的一環。然而，當我們檢視人類在日常生活中所表現的各種社會行為時，我們又不能不承認：衣着行為在個人生活中佔著極其重要的地位。在眾多社會心理學理論中，最能夠闡明衣着行為之重要性的理論，首推 Ervin Goffman 的戲劇論。Goffman 將人類的社會行為比擬為演戲，他認為：人們日常的社會行為可分為兩大類：「前臺行為」(front stage behavior) 是個人故意做給別人看的行為；「後臺行為」(back stage behavior) 則是個人不在乎他人觀感時，所表現出的「真誠行為」(authentic behavior)。大家都知道：當我們和親戚、家人、密友在一起的時候，由於這些人對我們都已經相當熟悉，我們也沒有什麼「做作」的必要，因此，我們能夠表現出比較真誠的「後臺行為」。可是，在現代社會中，我們卻不能祇和我們熟悉的人來往。每天，我們每個人都有許多機會，必須和許多「半生不熟」的人交往。對於這些人，我們雖然已經和他建立起某種聯繫，雙方也都預期：將來彼此還可能作進一步的交往，只是目前兩者之間的關係卻沒有親密到無話不談

的地步。和這些人往來時，我們爲了讓對方留下良好的印象，不得不刻意整飾我們的行爲表現，而做出種種的「前臺行爲」。在許多比較正式而嚴肅的人際關係中，我們都能看到這類「前臺行爲」，譬如在推銷員與其顧主之間、在初認識不久的朋友之間、在正式社交場合、在課堂之上，我們都會刻意地把自己最好的一面呈現他人面前。

Goffman 認爲：個人爲了要使對方對自己產生某種特殊的印象，通常會運用三種途徑，來達成這項目的。第一、佈置雙方交往的情境 (setting)，例如大公司把門面裝飾得冠冕堂皇；法院把法庭佈置得森嚴肅穆；醫院裏四處散播着淡淡的消毒藥水味；以及情侶在幽雅宜人的咖啡室中約會，均是此中之例。第二、修飾自己的儀容裝扮 (appearance)，塑造個人特殊的形象 (image)。其中最重要的行爲之一，便是本書所論敘的穿著行爲。第三、講究個人的行爲舉止以及言談風度 (manner)，使對方覺得自己「是什麼樣的人」。比方說，有些人在言談間會誇耀自己的財富；有些人盡力使自己看起來像個飽學之士；有些人則想盡辦法使自己顯得更溫文爾雅。

在中國社會中，刻意修飾個人的穿著、舉止，以及個人和他人交往的情境，以塑造個人的特殊「形象」，更是十分重要之事。在筆者最近完成的一篇理論性文章「人情與面子：中國人的權力遊戲」中，筆者指出：中國社會基本上是個講究「人情」與「關係」的「人治」社會，而不是講究「祇講原則，不論背景」、「法律之前，人人平等」、「不論身份、一視同仁」的「法治」

社會，所以很多人要想盡辦法利用各種「前臺行爲」，來塑造「形象」，讓別人認為自己關係好、背景硬、面子大，而「震懾」於自己的權力和氣勢。當然，在做這種「印象整飾」(impression management)的工夫時，講究自己的穿着打扮，確是不可忽視的一環。在一個「先敬羅衣後敬人」的社會裏，誰能不思考「佛要金裝，人要衣裝」的涵意？誰能不注意「三分人才，七分打扮」的道理？

從自我心理學(self psychology)的角度來看，個人的衣着是其自我概念(self concept)的延伸。個人的穿着打扮具有一定的象徵性意義(symbolic meaning)，能夠反映出他當時的自我概念。比方說，西裝筆挺、衣履光鮮的人，可能是想表現出自己權力地位；濃粧艷抹、穿着摩登的女仕，可能是想吸引別人的注意；身穿牛仔褲、運動衫的青年，可能是想表現自己的青春活力；至於穿着邋遢、不修邊幅的人，怕很難掩飾住，自己的失意。當然，個人的穿着是可能隨着情境而有所變化的，不過我們如果長期觀察一個人在不同情境中的穿着打扮，我們便不難知道：他的自我概念是如何？他最企盼扮演的角色是什麼？

由此觀之，這本「成功的穿着」不僅教人們如何在各種不同的「人生舞臺」上穿着打扮，我們也可以把它看做是一種現代的「相人術」哩！

目 錄

桂冠心理學叢書序

一

穿着與人生舞台——代序

七

緒 論

一

第一章 二十世紀男性服裝的研究

三

第二章 如何買到最佳的西裝

三五

第三章 如何加強襯衫的效果

五七

第四章 如何選擇代表身份的主要象徵

：領帶

七七

第五章 你的整體外觀 九

第六章 如何買到便宜貨 一五

第七章 如何利用服裝來推銷自己 一三

第八章 給少數者的勸告 一七

第九章 如何購買最出色的配飾 一七

第十章 運動服及正式服裝的穿著之道 一八

第十一章 吸引女性的穿著 二〇

第十二章 給律師們的建議 二五

第十三章 如何成功的佈置你的辦公室 二六

第十四章 對職業男士的特別忠告 二二

第十五章 如何利用服裝來提高法人

組織的形象

第十六章 求職面試的成功穿着

二六五

第十七章 穿着應與場合相稱

二七三

後記

二八三

緒論：人的穿著爲什麼失敗及應如何穿著

事實：大多數男人的穿著都很失敗，因爲他們或多或少犯了四個致命的錯誤：讓太太或女友、熟識的售貨員、設計師或「時裝顧問」，及他們的生活環境，左右自己的穿著。

有一個方法可避免這些錯誤，使你成爲成功的穿著者，那就是——透過「研究」，選擇你的穿著。我的研究在觀念、內容及結論上都是獨一無二的，它是十五年來對各行業中一萬五千名經理人員，及一般典型的大眾，研究他們潛意識的反應結果。

這項研究是根據兩位偉大的行爲學家——巴夫洛夫 (Pavlov) 及史基納 (Skinner) 等所建立的大前提爲基礎：我們受環境所支配，且我們的穿著也是環境的主要部分。我們的穿着對我們在職業上或社會上所遇見的人，具有顯著的衝擊，並大大的影響了他們對我們的態度。