

中

国

纺

织

总

会

教

育

部

组

织

高

等

服

装

专

业

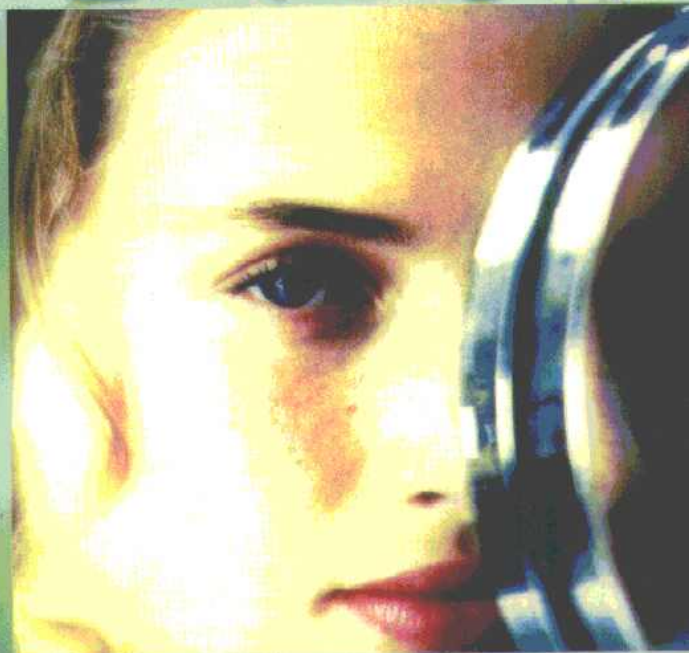
教

材

服装心理学

(第二版)

苗莉 王文革 / 编著



中国纺织出版社

1.12
(2)

TS941.12

M67(2)

787

(第二版)

高等服装专业教材

服装心理学

中国纺织总会教育部组织编写

● 苗莉 王文革 编著



中国纺织出版社

<http://www.c-textilep.com/>

E-mail: faxing@c-textilep.com



A0925378

本书系统地介绍了服装心理学领域的有关知识,包括服装心理学的学科性质,服装设计者的心理素质,服装消费者的心理需要、动机、个性、认知等特点,选拔服装设计者的心理测验方法等内容。

本书可作为高等院校服装专业或应用心理学专业的教材,可供广大服装设计者、服装生产厂商、服装营销者、服装消费者、心理学爱好者参考。

图书在版编目(CIP)数据

服装心理学/苗莉,王文革编著. —2版. —北京:中国纺织出版社,2000.6

高等服装专业教材

ISBN 7-5064-1687-5/TS·1345

I. 服… II. ①苗…②王… III. 服装-心理学-高等学校-教材 IV. TS941.12

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 14065 号

策划编辑:包含芳 责任编辑:王文仙 责任校对:郭妹兰
责任设计:胡雪萍 责任印制:刘 强

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街6号

邮政编码:100027 电话:010—64168226

http://www.c-textilep.com/

E-mail: faxing@ c-textilep. com

中国纺织出版社印刷厂印刷 各地新华书店经销

1997年11月第一版第一次印刷 2000年6月第二版第三次印刷

开本:787×1092 1/16 印张:14

字数:340千字 印数:7001—12000 定价:20.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

前言

第一版

服装是人们心理活动外观的载体之一,同人类文明的进程相伴,在每个历史时期,都反映着人们的需要、个性等心理特性。从现代社会生活看,每一国度、每一民族、每个人的服装也都以其变化多端、缤纷绚烂辉映着它的物质、文化、心理内涵。服装反映了广泛的包括人的心理在内的背景因素,服装是研究人类心理的途径和突破口,研究心理,不能不研究服装。

另一方面,研究服装,不能不研究心理。服装是人类生活的重要组成部分,如果视全球参与人数最多的产业之一——服装业为一个系统的话,大致可以把这个系统分为服装设计者、服装生产者、服装消费者三个组成部分。服装设计者应以服装消费者的心理需求、审美心理特色、服装行为的心理规律、服装生产厂家的生产能力等为工作出发点。服装生产厂家的生产、销售也要以市场为导向,以服装消费者的心理需要为出发点。服装消费者的服装审美心理、服装消费走向又受服装设计者、服装生产者的引导。服装设计者、生产者、消费者三者之间的互动关系能够协调进行的纽带就是了解彼此的心理特点及相应的行为方式。因此说组成服装产业系统的这三者之间的互动关系需要心理学。

同时,对这三者自身来讲,也都需要心理学。服装设计者需要了解自身的心理特点、开发自己的思维、掌握设计过程中所需要的心理学知识,这样才能使设计工作圆满完成。服装生产厂商要了解人们对服装面料与款式的心理感受等方面的知识,合理利用一些心理规律于服装生产和营销过程中。服装消费者作为服装行为的主体,要了解自身服装行为的规律,提高服装行为的自觉性。由于服装是人的心理表现,是人际心理交往的语言符号,通过服装了解他人的需要、动机、个性等心理特点,从而可提高人际交往的谐调性。所以研究服装,不能不研究心理学。

服装学与心理学的结合导致了服装心理学这一边缘学科的出现。本书即以服装设计心理与服装行为心理两大内容的研究为主线,论述服装心理学研究领域的一些课题。

第一章介绍服装心理学的研究对象、意义和研究方法,旨在明确服装心理学的学科性质。第二章介绍服装设计师必备的能力和相应的心理学知识,主要阐明注意力、感知力、想象力、潜能等这些一般能力在服装设计领域中的应用和发展。肤觉和创造力是很重要的两个方面,第三章

和第四章分别论述。第五章~第八章论述了服装行为的动机、表现、传播等问题,旨在通过对各方面的分析,阐明服装是在多重因素作用下,经人的认知加工而作出的综合价值的体现。人的需要是动机产生的直接动力,其中也包含很多潜意识的成分(见第五章)。服装是受社会心理制约,人的服装行为表现往往又受其所从属的社会因素影响(见第六章)。人生活 在社会中,都有其不同的个性和价值观,人的自我概念的建立、自我价值的定向,又会反作用于人的服装行为(见第七章)。每个个体在群体作用下发生了服装行为,而对于服装这种协调社会秩序的一种方式来说,必然在一定时间或空间上表现出一致性,即服装行为的传播,如果新颖时髦的服装唤起了人们的服装审美心理,并引起共鸣,那末经人们的认知加工,接受了这种服装样式或风格,就表现为流行(见第八章)。在第八章第四节,对这几章的内容加以综述,阐明服装是综合价值的体现这一主题。人的服装行为的发生、发展、表现都是在一定的时代精神作用下发生的,服装是时代精神的表现,又受时代精神的束缚。第九章介绍了心理测验对选拔服装专业学生的作用,介绍了创造思维、兴趣、态度、个性等方面的心理测验。这一章旨在为服装设计专业师生提供心理培养和训练的思路与方法。再者,相关人员通过这章的学习也可以了解心理测验应用的广泛性,进而举一反三、触类旁通,用以测量分析消费者的心理特点,如偏爱调查、态度调查、心理细分等。

综观全书,感到遗憾的是服装心理学的很多研究课题都停留在描述和解释阶段,很多服装心理学的内容还有待于深入挖掘。这本书既不是开始,也不是结尾,是服装心理学研究的连续体中的一章,其片面性、局限性是必然的。本书的很多内容是一家之言,诚望得到实践的检验和各位同仁的交流、切磋,同时为了体现服装心理学学科体系的完整性,也介绍了一些学说和学者的研究成果,以求共同丰富服装心理学的内容,提高服装心理的研究水平。欢迎广大读者坦诚地提出批评或建议。

苗莉 王文革

1996年12月

前言

第二版

在全国教育事业迅速发展的形势下,为了适应教育体制和教学改革的需要,中国纺织出版社组织有关专家对原中国纺织总会教育部组织编写的高等服装专业教材进行了修订。该套教材自 90 年代问世以来,受到了服装专业广大师生的好评,在广大社会读者中产生了深远的影响,对培养服装专业高等人才起到了积极的作用。但随着教育改革的逐步深入,服装工业新技术、新设备、新工艺、新材料的不断应用,各类新标准的实施,高等服装专业教材的内容已显得陈旧,亟须更新。为了满足教学的需要,我们组织专家对教材进行了修改补充,力争使教材的内容新、知识涵盖面宽,有利于学生专业能力的培养。

这套教材包括:《服装设计学》、《服装色彩学》、《服装材料学》、《服装工艺学》(结构设计分册)(成衣工艺分册)、《服饰图案设计》、《服装机械原理》、《服装生产管理与质量控制》、《服装市场营销学》、《服装心理学》、《服装英语》、《服装专业日语》等 12 本。希望本套教材修改后能受到广大读者的欢迎,教材中的不足之处恳请读者批评指正。

本书的第一版为教学参考书,在几年的使用过程中,深受师生们的喜爱。应诸多大专院校师生们的要求,根据几年的教学实践,我们对这本书的内容进行了部分修改,增加了一些插图,使其更具可视性。经过此次修订,把它划入高等服装专业教材。

编者

2000 年 2 月

绪 论



图 1-1 服装与生活

服装作为人类文明的标志和生活必需品,对大家来说是再熟悉不过了。但提到人为什么穿衣服和如何穿衣服,大多数人的回答可能是较肤浅和表面化的,至于设计和制作服装也是少数有专业技能的人力所能及的。服装本来是自主选择 and 支配的,这种选择和支配的整个过程,反映了人们的心理活动过程和心理特性,因此,深入了解人们的服装心理,有助于提高服装行为的自觉性和对服装设计制作的指导性。

第一节 服装心理学的研究对象和意义

一、服装心理学的研究对象

1. 服装心理学的界说 服装心理学是研究人类服装行为中心理的发生和发展规律的科学。其基本点是心理学,即用心理学的原理及心理的发生和发展规律来解释服装行为,研究方向指向服装行为研究,目标是揭示服装行为中心理的发生和发展规律。

2. 服装和服装行为 服装这一概念大体上可从两个层次来理解,即广义的层次和狭义的层次。从广义上来看,服装是指人为地加在皮肤之上的东西,其要点是注重人为性。也就是说服装是反映人的心理活动和心理现象的东西,带有极强的个人意志,包括我们平时所讲的衣服、

鞋、帽、腰带、袜子、围巾、领带、背包等,以及加在人身体之上的装饰品,如首饰、眼镜等,同时也包括体表的一些人为变化的东西,如发型、蓄须、化妆和文身等等。狭义的服装是指我们平时所接触到的衣服,包括上衣、下裤、裙子、马甲等。在本书中服装多指广义的服装,尤其是那些与反映人的心理活动和心理现象有关的内容。



图 1-2 服装的含义(一)

一块服装材料不能算服装,只有把这块服装材料按照人的心理需要加以处理之后,加到人的身上才能称其为服装。同样,一个人嘴角上长的一个小黑痣不能算服装,而当某个人为了追求某种心理感受,出于某种心理需要而加在嘴角上的假的小黑痣,才是服装的一部分。另外,像文身、美发这种使皮肤或皮肤附属物发生图案与外型变化的现象也属服装,但使皮肤或外表器官组织发生常规性变化则不叫服装,如整形手术后的形态、生理因素所导致的变化等。把耳朵打个孔本身不是服装,但戴上耳环则是服装。



图 1-3 服装的含义(二)

从上面的例子可以看出,服装还有一个系统性与整体性的问题,单一地把某个东西从服装系统中取出来则破坏了服装的系统性和整体性。如一个钮扣或耳环,孤立地看这些东西,它们只是可用于服装的一个构成部分或饰物而已,因为它们的状态还没有纳入服装系统中来。所以说材料不见得是服装的真正要素。

服装行为是服装心理的外化形式或表现形式,个体的服装行为是其当时的心理特征或心理状态的表现。而群体的服装行为则带有社会心理的属性,只有人的行为以服装为背景或手段才可能称其为服装行为。服装行为可以是人的内部心理过程,也可以是外部显现过程。如一个年轻人准备去公司面试,其服装行为的内部心理过程是在对服装的选择、评价及决定过程中进行的心理过程和相应的情感体验,而外部的服装行为则表现为努力与该公司的服装准则相一致,如西服革履或职业服装。服装行为除了穿着之外,也包括与服装有关的一系列心理参与的活动,如设计、制作、选择、服装评价、服装表演等。



图 1-4 行为反应

3. 服装心理学的范畴 揭示服装心理现象的发生发展规律的服装行为表现形式的多样性,决定了服装心理学研究范畴的广阔性与复杂性。从研究途径来划分,有服装行为的心理反应和一定心理状态下的服装行为表现。如穿一套黑礼服,前者研究服装行为的心理反应,其可能的结论是让别人认为这样比较庄重、有表现力、社会认同性好、心情平静等;而后者则认为,在外交礼仪上穿这种服装更能符合当时穿着者的心理状态。从研究的开放性上来划分,则有服装的技能、服装的认知、服装的动机、服装的情感表现、服装的认同、服装的爱好、服装的个性体现等服装心理活动过程和服装心理特征。还可依研究手段进行划分,如服装的感知、服装的学习、服装心理的结构等;从研究对象上划分,又依存于对象的年龄、职业、性别等特点,如不同年龄段的人的服装心理现象及心理活动规律(如自我认知、服装认同等)。另外,服装的心理卫生也是一个重

要领域。服装心理学的范畴受研究的出发点和方法的影响,而服装心理学范畴的拓展也会推动研究角度和方法的变革,从而适应发展的需要。

服装心理学是一门应用学科,在注重社会需求的同时,也注重基础的研究。如关于服装行为者的能力结构和影响因素的研究,其结果和目标要指向服装能力的培养和选拔上,任何研究得到科学结论必须转化为技术才是一个终结阶段。服装心理学尤其重视操作性与指导性内容的整合。

二、服装心理学的意义

1. 人文主义的现实反映 人文主义是人本主义与文化主义的简缩,“主义”这个词对我们来说是不陌生的,它是指一种指导人行为的思想,你吸收它并去做了,就会溶入这一潮流。人本主义反映到心理学中则出现了人本主义心理学,它是在本世纪中后期兴起的。人本主义心理学主张关心人的价值与尊严,反对一切压制和贬低人性的论调,讲求现实意义的人道。其研究范围包括人类心理的各个方面,把发展人自身的创造潜能、达到自我实现作为人的动机的基础和目标,力求使人的天性自然流露与发展。这就为服装的乐观表现提供了意识指导。文化主义可以说是与科学史同在的,强调人们研究领域的文化特征,带有时代性,重视文化的个性或差异性表现。现代的服装只有人本主义和文化主义的和谐,才是有生命力的服装。而在历史上此二者相背离的表现也很多,往往强调文化的因素而忽略人本的因素,如西方的铁制紧身胸衣、束缚人行动的硕大的裙撑,中国的三寸金莲、文化大革命中的军装服,与文化主义相适合,却背离了人本主义。而有些时代却是二者良好结合的体现,如希腊风格的服装、中国唐代的服装等。

人本主义无疑给服装心理学的产生和发展提供了可能,服装心理学此时的任务之一是指导和调剂人们的服装行为和精神生活,只有肯定的、积极向上的、丰富多彩的服装行为表现形式,服装心理学才会发挥它的作用。服装行为如果背离了人文主义则失去了服装的心理表现力,就会使服装这一人的外壳包装反映不了人的心理内容,人只是一个衣架而已。

2. 增强服装行为的自主性 通过服装心理学的学习,可以了解人们穿衣的心理动机,可以了解服装美的心理基础是什么,人如何才能通过服装使其更完美。这样就可以利用服装心理的一般规律,减少服装行为中的盲目性,就不会再有硕士毕业生穿短裤、拖鞋去局机关面试的事发生。

服装行为的自主性还表现为人们对于别人服装行为的理解,对服装的评价可以自主地寻找线索。如看一张女子的泳装照片,背景是闹市还是海滨,给人的心理感受是明显不同的。再如在服装表演中,如果模特了解是在为内行人进行表演,那么就要在服装内涵的表现上下功夫;如果是给厂家表演,则更要注重服装的制作和实用性的展示。

服装心理学也为设计或制作服装提供理论上的指导。在服装面料的选择上,要想增加目的性和实用性,也需心理学知识和手段。如设计或制作一件内衣,那么面料既要符合生理条件,也要符合相应的心理条件,即心理满意度。内衣以舒适感为主,只有便利、轻松、无负重感,才会少焦虑、不紧张,体会到真正的舒适。

服装心理学也为理解和评价服装行为提供一种科学的现实。如服装的流行现象,有了服装心理学的知识就可以自觉地分析流行的影响因素,进而掌握其发展进程,减少面对流行时的无力感,提高成就感。

3. 掌握服装对心理的调节作用 服装是人的心理外现,服装可以作为一种媒介,使个人获

得他想得到的、别人在别的情况下所不易表达出来的对他的评价,尤其是即时的正向的评价。因此服装可以用来调节人的心理状态,可以是自我调节,也可以调节他人的心理状态。如幼儿园的老师不适合穿白大褂,而适合穿活泼有趣的服装,这样才不至于影响小朋友的情绪,消除小朋友的紧张与厌恶心理。自我调节的作用更是人生活中重要的一个方面,如农村的学生刚入大学时有些不适应和自卑,大多数不是因为自己智力比别人差,而是物品比别人少,服装风格与别人不一样,整体形象与别人不一样,从而产生心理压力与不适应,别人的服装行为又不能一下子就学到,于是更自卑。这其实是由服装心理中的服装社会性决定的,随着时间的推移,就会自觉或不自觉地调整过来。平时我们常说的“穿出自信”、“穿出精神”就是这个道理,自己觉得自己美丽的人,才是乐观的正向自我评价的人,做其它事情的时候才能表现出同样的自信。再漂亮的人如果对自己的服装行为缺乏自信,那么再美的服装也像挂在衣架上一样,体现不出应有的美。对于不自信的人,可以利用服装来进行心理调整,是比其它方法更方便、有效、快捷的途径。

4. 理论意义 首先,服装心理学可以丰富和发展心理学本身。如对服装的社会标识的心理学探讨,会丰富社会心理学中的角色理论;再如服装专业能力结构的分析,可以丰富心理学研究中对专业能力划分的范围;同时对于服装专业能力的测验方法的探讨,也是对心理测量手段和内容的丰富和发展。从心理学的发展史来看,它现在正走出现代心理学阶段,进入后现代心理学,其特征是重视人的心理生活,重视心理学的应用性,使心理学在任何人看来都那么有价值和可爱,服装心理学无疑是率先迈出了可行的一步。第二,服装心理学可以为服装做理论指导。服装学本身有一定的技术色彩,要想深入发展,必须依赖于科学成果向技术转化这一主要环节。由于转化的终点指向人,就决定了在这个环节中要重视人的因素,即在转化的可能性和市场问题上,人的心理因素很重要,通过心理学来解决这个问题,无疑是必然的、简捷的、科学的途径。从人的心理出发的服装心理学,会对服装学的整体风格给予理论支持和可行的技术指导。第三,服装心理学对相关学科也有指导作用。衣着的得体性及对生理、心理的作用可以应用到人工智能和人机系统中去,西方称其为灵境技术(Virtual Reality)。主试者穿上带有发射和接收装置的衣服、头盔、鞋、手套,通过这些服装作用于人产生的生理、心理反应来实现灵境技术,使实验者真正达到身临其境的效果。根据服装材料对人体的心理作用,用适当的心理学实验技术可以了解人对面料的需要的最佳阈限,与生产消耗之间达到最佳的匹配程度。如生产人们喜欢的光滑柔软的贴身衣料,需要很高的织造技术和高级的原材料,会使生产成本很高,而人体对这种柔软面料的感受,在达到一定水平之后就觉察不出更大的差异,那么掌握好人体对这种粗糙与细腻的临界值,就可以降低生产成本,并使现实技术成为可能。

5. 对服装设计的指导与人员选拔的意义 服装心理学可以为服装设计提供理论依据。通过对服装设计者心理要素的研究来指导设计思维程序和模式,使无序的设计工作在有序的情况下进行,同时又保证设计工作的创造性不受破坏。

服装心理学的研究也可对服装工作者的选拔提供科学的依据。服装设计是一门需要多种能力的学科,如何对能力之间的匹配进行合理的构造,并以此为依据进行设计人员的选拔,以求最大限度地提高培养的成才率,是服装心理学所要研究的一个方面。

第二节 服装心理学的一般研究方法

一、观察法

观察法是指在自然状态下有目的、有计划地对反映服装心理的个人或团体服装行为进行观察、记录,从而发现服装心理现象的发生和发展的规律性。观察法是个古老的方法,一般分为自然观察法和控制观察法两种。自然观察法是在自然情境中对服装行为的直接观察、记录和分析。如对到景点游玩的人的服装行为的观察,就可以了解人们在游玩时对旅游服装的态度、选择、喜爱等。通过对高中生服装行为的观察也可以了解他们的自我观念。或通过观察同一人在不同环境下服装的改变来了解情境对服装行为的影响。控制观察法是指预先设置某种情境来对服装行为进行观察。如在商场的试衣间内对顾客的试衣和评定衣物的行为观察。观察法不单是指研究者对所研究对象的服装行为的观察,也包括人们有意识地自我观察或称内省,这也属于控制观察法。如一件服装穿在身上的生理、心理反应的自我描述。但有时这种自我观察会带有修饰性,并有信息遗失,所以在进行自我观察时要强调合作与真实表述。

观察要有目的性,并根据观察的目的确定自己的观察计划,要明确观察什么和怎样进行,精心安排、布置观察程序,对观察结果(数据、行为表现)要仔细记录。观察可以针对服装行为中的某段细节进行,也可以指向整个服装行为的全过程。

观察法的优点:①由于所要研究的对象是无法严格控制的服装行为,如大学新生入学报到时的服装行为,因此用此方法较现实;②观察是在被试者不知觉的情况下进行的,因而被观察的服装行为较自然、真实、完整;③观察法还可用于避免由于观察者的控制会违背社会道德和禁忌的服装行为的观察,如对文身者心理与行为的分析研究。

观察法的缺点:①在自然条件下,所欲观察的现象很难按同一要求重复或接连出现,所得到的材料较散乱,不易进行统计处理;②在自然条件下观察的服装行为或心理反应结果往往受环境等诸多因素的影响,归因较困难,有时会以偏盖全;③观察者在观察中较被动,有时不一定能观察到所需要的行为;④观察的结果容易受到观察者本人的兴趣、愿望、知识经验和观察技能的影响,多人之间的评价不统一,结论也就不一定统一。

观察法之所以被经常地使用,是因为可以通过观察者的主观努力做到扬长避短,使得到的结果有代表性和真实性。为此应用观察法时,必须明确观察的目的、目标和怎样记录反应,最好采取即时的信息记录方式,如录音、录像等。同时,在观察前对所观察的行为或心理反应与情境刺激间的关系要有合理的预测,并在观察中去修订和检验它们,以减少事后处理结果时的盲目性。

二、实验法

实验被公认为是最科学的方法,它是主试(研究者)根据研究任务的要求,主动地控制和改变一些条件,使被试(实验对象的主体)发生相应的服装行为,从而揭示服装行为和主体的心理反应规律以及影响因素。这种方法的主动性比观察法明显优越。在实验中所要改变的因素或条件称为自变量,是引起服装行为和心理反应的因素。而要得到的服装行为或心理反应称为因变量。需要加以控制保持不变或需要消除的因素称为无关变量或干扰变量。实验法就是控制或消

除无关变量而使自变量单一作用于被试,从而得到相应的因变量。因此实验方法得到的结果重复性和纯化性水平都较高。例如,“衣领大小对服装满意度的影响”的实验研究中,衣领大小是自变量,衣领的质地、颜色、形状、厚度等是需要控制的无关变量,需要消除的是不同上装的不同部位对人的感知觉的影响以及满意度的评价标准的差异等,被试者的满意度是因变量。通过这样的实验,就可以得到被试者对服装衣领的满意度,这一满意度才会真正来自于衣领大小的变化。企业新产品推出前适合用实验法来检测市场。

实验法分为实验室实验法和自然实验法两种。实验室实验法是在专门的实验室条件下,借助于一定的设备来进行研究的方法。它是用各种仪器严格控制外部条件和相应的心理反应,按照研究者事先定好的条件引起被试者的心理现象的发生,这样就可以有效地排除或控制无关的干扰变量。如“不同照度的色光对衣料色彩感知的影响”的实验研究,设备要求有色光源、光度计、暗室。前面两个设备控制自变量,后者则控制无关变量。在实验程序中加入几分钟的间隔性休息时间,以免产生颜色后效,这样就控制了被试者的心理反应中的干扰因素。衣料呈现窗口保持一定就可以控制色彩的面积效应。自然实验法是在日常生活条件下,研究者有意改变和创造某种条件,以引起被试的心理现象的出现。自然实验法在团体和社区的服装行为实验中应用较多。例如,研究“学生穿校服上学所引起的个人的服装行为变化和心理反应”,这个实验中主试只改变学生日常在校服装,并加以控制,其他方面像学生的日常学习条件等保持不变。这种方法兼有自然观察法的优点,又有实验法的优点,因此在服装心理研究中被普遍使用。自然实验法与控制下的观察法有相类似的地方,在自然实验法中被试得到主试的控制,而在控制下的观察法,不是控制被试,而是控制情境。另外,控制下的观察法,被试者始终不会意识到自己的被实验者身份,行为是自主发生的,而在自然实验中,被试者可以知道自己的被实验的身份并主动配合。

实验法成功要点在于实验的设计和变量的控制方法,在一个实验中两者互为补充,这种关系充分体现在实验程序的编排上。实验程序的设计要求在对象的选择上采用随机抽样和随机分组,保证所得到的结论具有普遍性。在实验组的设计上采用对照组与实验组相结合,以保证所得到的结论真正来自于自变量。如进行“中国人对中央电视台男新闻播音员的发型对播音效果影响”的实验研究,在被试的选择上,要在全国正常视力人群中进行随机取样,并且在年龄、职业、知识层次等方面符合我国的人口比例要求,实验组的人将看到同一播音员不同的发型,而对对照组的人只看到播音员单一不变的发型。这样,实验组与对照组的反应差异就是由播音员的发型造成的。

关于实验的设计与变量的控制法,有好多层次和种类,并且不同的实验方法还有相应的数据处理方法,读者可根据研究的需要参阅相关书籍。

三、问卷调查法

问卷调查法是根据被试对问卷所提问题的反应来收集材料的方法。问卷法又可分为开放式问卷法和封闭式问卷法两种。开放式问卷是指对被试的回答无太多限制,被试可以自由回答问卷中出现的题目。这种方法比较自然、灵活,可以反应出被试的能力、知识、倾向,但材料处理较难。例如题为“你认为不同层次的老年人应如何打扮”的问卷项目,就是开放式问卷。封闭式问卷是对被试的回答已经规定了范围,被试只能在给出的几种答案中加以选择。这种问卷方式容易使被试者受到暗示,如在对“服装适应性”问卷中有一题为“每当我穿上新服装出现在众人面前

时的感觉是:①有炫耀感、②较轻松、③和平常一样、④有些不自然、⑤手足无措”,对于第一项和第五项很少有人选,因为两极端及其负向的词语表达暗示着这种服装行为是服装不适应的表现。再者如果主试在编制问卷时不系统,或对问卷的结构框架认识不充分,会遗失某些信息,使获得的数据或结果的可靠性降低。封闭式问卷的结果整理工作比较容易,如:“十种名牌时装的排行榜”这样的问卷的数据处理,用普通的等级排列法就可以得到较准确的结论。问卷法要求被试者实事求是地、认真地、明确地回答问题。

四、作品完成法

作品完成法是通过让被试者完成服装作品来分析被试的服装心理特点和技能水平的方法。完成的作品可以是设计图、成衣制作、服装组配和服装穿着等。通过这种方法可以了解被试的服装技能、熟练程度、知识范围、心理意向、创作个性等。用这种方法来研究服装心理时,既要重视其作品质量,又要重视其完成作品过程及在过程中反映出的个性风格等。因为完成过程也是服装心理活动的过程,例如让被试者用彩笔画出自己认为满意的服装来,通过这个作品的完成过程的观察和分析,就可以了解这个被试者的组织构图能力、设计图的着重点、色彩的运用、对情境的理解、表达技能、审美倾向等。

通过不同年龄阶段被试者的穿着完成过程观察,可以了解服装穿着能力的发展过程及不同年龄阶段的特点。婴儿对服装无穿着能力,也就谈不上着装倾向。三岁左右幼儿可以自己穿衣服,但对衣服缺少选择和鉴别能力。再大一些时,对衣服的色彩、图案、式样有所要求,并与其他小朋友加以比较,这时服装的社会性得以萌芽,对于性别服装有一定的选择和理解能力。入学后,团体意识增强,并有能力自己选择自己所喜爱的服装,服装行为表现出与同学尽量穿着一致,并能根据场合变化自主地调节服装,如运动会、班会、郊游、联欢会等。中学时自我意识趋于成熟,追求个性化表现,追求成人感,对服装要求体现个性,要求美与实用的统一。这时由于青春期的到来,对于服装美更多地在意,同时对于服装的评价趋于成熟。在自己能自主选择范围内,喜爱穿名牌服装,不管真假。对学校统一的制服有厌恶感和抵触情绪,而愿意与自己所喜爱的各类偶像的服装取得一致。大学生阶段是寻求社会角色定位的过渡阶段,服装追求品味,不入俗流,美容和自主服饰加入,渐渐地学习以社会服装准则来约束自己,表现了大学生在服装行为中逐渐地由理想向现实的过渡。这个时期对社会流行服装知识的获得增强自觉性。工作以后的年轻人,对服装质地、做工特别在意,表现为对高档服装和名牌服装的追求,把服装作为自己获得社会认同和接受的媒体,力求表现自己的独立、地位、身份等。服装行为中的各种能力都渐渐成熟起来。

五、比较分析法

比较分析法是将不同时代、不同文化背景下的服装行为进行比较,以便发现服装行为的演化过程和相互差异的一种研究方法。比较分析法有两种类型,分别为动物“服装行为”与人的比较;人与人之间的比较。

人与动物的比较借鉴于动物习性学的研究方法,通过动物外表皮毛的差异和对其自制服饰来分析动物的服装行为。这种研究的出发点是达尔文的进化论,认为人的心理活动是由动物的低级心理进化和发展而来的。通过对动物“服装行为”的研究来推测人的服装心理和本能性质的服装行为,如把动物求偶期的毛皮色彩的变化和相应的动作与人的择偶期的服装行为相比拟;用动物的保护色特征来设计迷彩服或警示服。同时根据动物羽毛的造型和机体组织组配,还可

以给人的服装造型和制作提供启示,如“袋鼠服”、潜水服等。在进行动物“服装行为”与人的服装心理相比较时,要避免把动物人化和把人动物化这两个错误的倾向。

人与人之间进行的比较分析方法又称社会文化分析法和跨文化分析法,可分为不同时代的服装行为比较、不同地域的服装行为比较、不同文化背景的服装行为比较。其宗旨是探求不同的差异和演化进程的影响因素的比较研究,以明确服装的纵向和横向传播规律。其总的着眼点在于文化对服装行为的影响,也包括其他的影响因素如战争、气候、天灾等。在研究方法上又有纵向和横向之分,纵向多采用文献研究法和个体成长(发展)追踪法。文献研究法的材料来源于资料、文献所记载的文字、图像等;追踪法可以是对单个个体的追踪研究,一个人如从婴儿到老年这个过程中的不同服装行为的变化的追踪记载;也可以是对已有的一种文化背景下的发展比较,如本世纪初,美国经济飞速发展时期,服装行为的发展变化和现在我国经济飞速发展时期的服装行为变化的比较研究,从中揭示出文化中的经济因素和价值因素对人的服装行为的影响。横向的比较研究是在同一时期不同的国家、地域、文化之间的服装行为比较。如我国内陆不发达地区和沿海发达地区之间的文化差异较大,相应的服装行为相差也较明显,对其差异的研究可以用来指导两地流动人口的服装行为,以减少他们的心理冲突和不适应。

运用比较分析法进行研究时,当可比较的两者间差异较大时,对服装行为的揭示就比较容易和明显,同时对服装的发展可起到巨大的推动作用,对服装行为有巨大的指导意义。这种效果随文化或物种间差异的减少而趋于平缓,对全球的服装行为来讲,必然出现越来越统一的趋势。

服装心理学的研究方法还有一些辅助性的方法,或可称为工具性方法,如测验法,前提是必须有“心理测验”这种工具,较成熟的有人格测验、智力和能力测验、兴趣测验、情绪测验及一些性向测验等。

方法服从于目的,为要揭示某一服装现象的心理规律,方法是可以创造的。

服装设计师的能力结构与知识结构

第一节 概 述



图 2-1 能力

国内外成功的设计师表现出不同的特点,有的擅长创意,有的擅长工艺;在设计的过程中,有的辛勤地探索,一生都在苦苦追求,一步步地走向成功;有的却是大器晚成,创作的辉煌时期只有那么十几年,却达到了常人难以企及的高峰。而且在成名的设计师中,有很多人是半路出家的,以前所从事的专业甚至与服装相差甚远,如出身于建筑设计的服装设计师,但他们却往往很成功。在这种人与人的个别差异中,主要的就是能力上的差异。在从事别的专业的过程中获得的能力,对从事服装设计起到了一定的迁移作用。

能力是影响人走向成功的决定性因素。之所以从事设计工作的人不能都成为著名设计师,主要是因为其必需能力欠缺,或与设计有关的某方面能力比较强,但整体能力结构欠佳。服装设计作为一门较复杂的工作,对人的能力的要求是比较高的。那么什么样的人才适合搞设计?搞设计的人怎样才能有效地提高设计能力,以尽快地多出设计作品?这就取决于人的素质及提高能力的方法。

设计师有不同的层次,有的是大师,领导潮流,以时装为主;有的跟随潮流,以解释大师的作品并加以应用为主;有的是设计工作者,以模仿并适当改造一般设计师的作品为主。从现实来说,大部分高等院校的学生毕业后,从事的工作都是一般的设计人员的工作,只有少部分的人才能上升为设计师,目前我国还没有大设计师。因此本书的立足点是指中等层次的设计师以及为达到这一水平而就学的大学生。

一、能力的含义

能力是指与活动的要求相符合并影响活动效率的具体活动方式和个性心理特征的综合。服装设计能力就是在设计过程中主要影响作品产生的数量和质量的方式和个性心理特征的综合。设计能力的高低主要表现在掌握设计活动的快慢、难易和巩固程度的高低上。一名有设计能力的人,在学习过程中,就会表现出对与设计相关的知识掌握得快、容易,并且很稳定。而设计能力低的人,就很难达到这一水平。能力的高低还影响在运用能力的过程中的水平。很有知识的人,能力不一定能充分发挥出来,但能力强的人却能很充分地利用知识。

设计能力的高低影响设计作品产生的数量和质量,也是因为设计工作本身的特点、要求、能力的独特结合。设计是一项系统工作,是复杂且多面的。作为一名设计师,要有多方面的能力,注意力转换很灵活、感知力很敏锐、想象力很丰富、思维很灵活、形象记忆力很好等。这些方面的能力都很强并能协调的话,就可以在教育的前提下很快成才。如果某些方面的能力欠佳,但与其他方面能力的综合与协调却很好,就可以扬长避短,最终促成成功。

能力在英文中有两个表达的词汇:Ability 和 Capacity,表明了能力的两层含义。Ability 指人已经达到的能力水平,表明一个人现在能做什么;Capacity 指一种接受事物的可能性,即指个体现在虽然没有,但却可以通过某种途径发展起来的能力,即潜在能力。正因为有潜能的存在,才给教育提供了一定的信心和可能,即一个人是否具有设计方面的潜能,是表明一个人未来可能的发展水平。

二、能力与知识

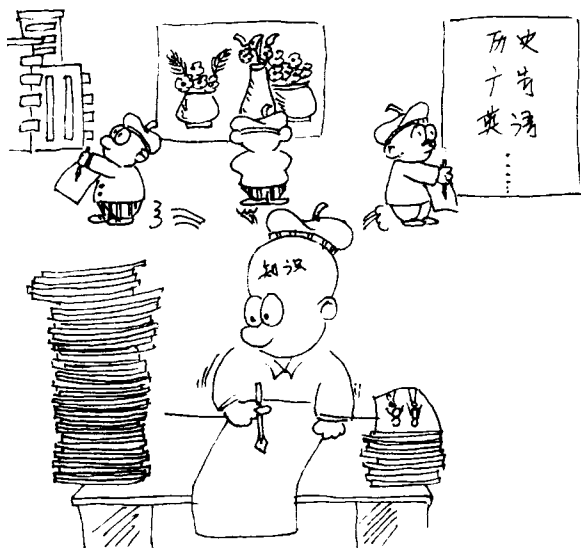


图 2-2 能力与知识