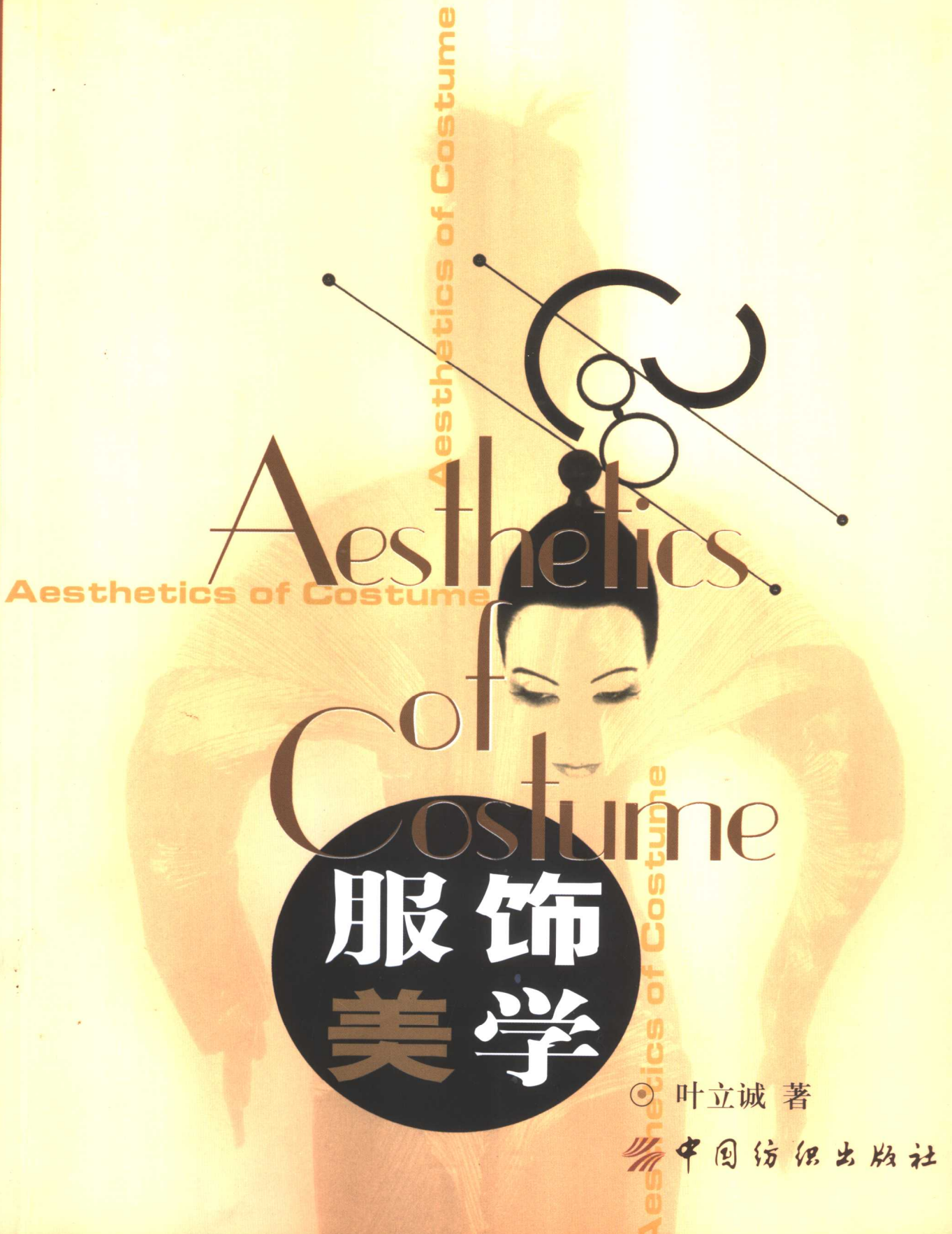




Aesthetics of Costume

Aesthetics
of
Costume

Aesthetics of Costume

服饰
美学

◎ 叶立诚 著

中国纺织出版社



服装体系

Aesthetics
of
Costume
服饰美学

叶立诚 著



中国纺织出版社

最早
人的

用
如何

指南
召流

讯息
“法在
。”

个方面
更应该
见自己
性，成

”。

图书在版编目(CIP)数据

服饰美学/叶立诚著. —北京:中国纺织出版社, 2001. 11
(服装体系)

ISBN 7-5064-2054-6/TS·1514

I. 服… II. 叶… III. 服饰美学 IV. TS941.11

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 039578 号

策划编辑:曲小月	特约编辑:冯晓玲	责任编辑:姜娜琳
责任校对:余静雯	责任设计:胡雪萍	责任印刷:刘 强

本书由台湾商鼎文化出版社授权出版

· 版权所有 · 翻印必究 ·

著作权合同登记号:图字:01-2001-1914 号

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

2001 年 11 月第一版第一次印刷

开本: 787 × 1092 1/16 印张: 22

字数: 272 千字 印数: 1—5000 定价: 38.00 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

出版者的话

每当我徜徉在繁华的商业街，面对一间间高贵典雅的时装店，手中翻动着一本本装帧精美的时装杂志，或坐在沙发上，看着电视上一个个创意新颖的服装广告，或是置身妖娆动人的时装表演现场，我心里总在琢磨，是什么力量使这么多有才学的高智商的人在市场经济的大潮中，心甘情愿、义无反顾地投入服装业这片神奇的大海？是丰厚的商业利润？是设计师美丽的桂冠？是创立名牌的诱惑？还是爱美之心人皆有之的印证？亦或是服饰文化在人们心底的深厚积淀？

不管怎么说，服装业的火爆是始料未及的。而且随着全球经济一体化的发展，各民族文化空前的碰撞交融，人们利用服装展示个性心理的强化，这种趋势只会有增无减。因此，我们一直有一个心愿，即利用我们熟悉服装图书出版业的优势，站在世界服装业的前沿，向国内广大读者陆续推荐一批世界精典服装图书，不论业内业外，只要你是喜欢服装的，你就会从中品味到许多既深奥又简单的道理。希望这套书能成为我们了却这一美好心愿的开端。

通过台湾专家于范先生的推荐，我们选择的这套图书的作者都是世界著名学者，他们从多年从事服装业的实践经验和深厚的理论基础出发，对业内外围绕服装的众多热点、焦点进行了前瞻性的深刻阐述；对人人都要涉及的穿衣法则进行了细致的讲解。讲理论时，列举了大量实例，生动活泼，深入浅出，不流于说教；介绍实际经验时，高雅清新，不落俗套。

这套图书已经成为世界多所知名大学服装专业必修课的经典教材。相信这套书能够为业内人士打开一扇了解世界服装业的窗口，知道同行在干什么，怎么干和为什么这么干；为广大消费者提供许多过去每天穿衣时想都没想过的，但对塑造自身形象至关重要的绝妙办法。希望“服装体系”这套书能帮助读者在充分解读服装的基础上，成就事业，丰富生活，美化自我。

中国纺织出版社

总编辑 郑 群

2001年9月16日

于 序

“江山代有才人出，各领风骚数百年”。古人十年寒窗、读书论著，穷其一生，期许能成一家之言，领导风雅数百年。古时交通不便，关山阻隔及缓慢的信息传递，是造成才人不易出头，而一旦出头即能历久不衰的主要原因之一。

今天，交通发达，信息网络广布，在没有时空障碍的环境里，我们看到了“江山代有产品出，各领风骚数季节”的流行性产品应运而生。

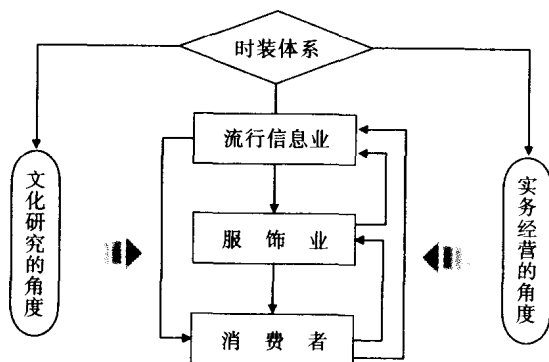
在衣食住行中，对时间最敏感，推陈出新率最高，最具世界共通性的，就是流行服装(又称时装，即随时变化的服装)了。事实上，时装是在20世纪后半期，才从欧美国家的大都市(纽约、巴黎、伦敦、罗马)开始，发展到国家，再从国家发展到国际，逐渐形成一种庞大的消费商业文化。这种文化对欧美国家的人民、工商社会、经济都产生了巨大的影响。因此，欧美国家许多知名大学、研究所都设置科系来研究时装的内容、沿革与发展，探讨时装的流行资讯、解读时装的流行、创造流行与经营流行。

笔者自1980年以来，在时装设计与管理的领域进行教学与顾问工作。依据多年经验，逐渐将流行信息、时装设计、生产销售和消费者文化这些不同领域的知识，架构成为一个“时装体系”。“时装体系”用天、地、人的观念区分成三个层次，最高层次是“流行信息业”，居中为供应服装产品的“服饰业”(包括纺织工业、制衣工业及服饰零售业)，以及社会大众所在的“消费者”层次。

“流行信息业”属传播业，将“服饰业”的生产利基(niche)与消费

者的需求当做内容，制造流行信息。流行信息具有西方现代神话的特性，一旦形成，随即就用各种方式传播给业者与消费社会。这种大众传播的流行神话以伪装或不伪装的方式，调节、玩弄着社会的价值和刺激消费者的印象。而“消费者”处在这种制造出来的(流行社会心理)情境中，则会产生自觉或非自觉的追求时装消费行为。“服饰业”的领导者，就在这个由“流行业”制造的推力和“消费者”所产生的拉力之间，按照自己的能力制造时装产品，甚至经营自己的“品牌”产品。

“时装体系”的三个层次互相依存、作用，对时装有兴趣的人士，无论自身定位在哪个层次，都不能忽略对另外层次的了解。为了区分资料的使用性质，笔者将“时装体系”的三个层次分成“实务经营”与“文化研究”两种资料类型。“实务经营”类资料介绍时装体系在社会中运作的方法；“文化研究”类资料则着重时装体系在社会中出现的原因。一个完整的“时装体系”架构如下图所示：



在“时装体系”的架构之下，笔者自1990年开始，与台湾商鼎文化出版社合作，精选世界知名学者的著作，编译了“服装体系”系列丛书。秉持知己知彼的精神，希望能够引导有志在服饰业一展才能的人士，藉由这套丛书得到对这种典型的西洋消费商业文化的完整了解。倘若“服装体系”系列丛书能够协助有才华的服饰业者更上一层楼，走上国际服装市场，或创造世界上大中华服饰的消费者文化，则不仅为笔者个人所乐见，亦为我中华服饰业之福。

愿“时装日有人才出，各领流行数十年”。

于范

2001.7 于木栅、台北

自序

这本《服饰美学》是我个人继《服饰行为导论》之后，所出版的第二本以服饰为主题的专著。当本书在初稿完成之际，就有朋友好奇地问我：“为何迟了近十年才决定出版这本著作，这期间是否曾停顿或放弃过对服饰课题的关切？”

其实，从十多年前开始，我积极地将学术理论观念导入至当时的服饰领域之后，对服饰理论的推动就不曾有过间断，甚至是一直怀着强烈的责任感，来面对服饰这项课题。也因此，除了个人努力不懈地进行服饰研究，以及在大学里未曾间断地带领学生进行服饰专题研究之外，还利用三年时间远赴英国研究所修业与从事研究的工作。这些种种，其目的也都希望能以更开扩、更多元、更深入、更专业的角度，来看待“服饰”这一个主题。

然而在这段时日，当我不断地看见市面坊间，充斥着一些由非专业人士，自诩为服饰专家，并以耸动的服饰之名，以似是而非的内容，来淆惑大众对服饰正确的认知之状，一种维护服饰学理尊严的使命感，激起了我不得不以果敢的态度，来为现存的歪理乱象，提出拨乱反正的念头。也因而促使我决定以谨慎的态度，将个人多年来所累积的对服饰研究的心得集结成册，予以出版。既期望从服饰教育者的角度，来建构一套正确的服饰理论基础，也为有心想了解服饰专业课题的修业者提供一个入门的方向。

经过思考之后，我决定选择“服饰美学”这一科目，来作为推动服饰

专业教育的开端。而我之所以选择“服饰美学”作为出发点,是基于以下三项主因:

其一是,多年来我一直在大学服装设计学系讲授“服饰美学”课程,在教学过程中,我发现许多人(甚至是老师),在面对这个课程时都会有所曲解,以为它只是一门以讲授“纯美学”或“纯艺术”为内容的科目,而忽略涉入“以服饰为主”的关注(大概是缺乏服饰专业的训练吧?),也因而造成一般人对“服饰美学”一知半解或不知所云的窘态。

其二是,坊间所出版的一些所谓的服饰类书籍,往往把“美学”与“美”混为一谈,更甚者,则把“美学”肤浅化,让大家产生“美学”只是教大家搭配服装、打扮美美的,仅止于此,而忽略(或是不知)“服饰美学”是门相当专业而具深度的学科。

其三是,由于“服饰美学”这门课程涉及多项服饰专业课题,因此若能对“服饰美学”此一课程有一个完整的概念,那势必将有助于我们清楚地掌握住服饰学理的基础与方向。

基于这几项论点,笔者认为实有必要由“服饰美学”此一科目来着手。当然,要把“服饰美学”当成一门严谨的学科来做有系统的介绍并不容易,其主要受限于以下三个问题:

其一是,关于美学研究其本身在先天上就有三点困扰:

(1)“美”这一概念背景复杂。无论是东方还是西方,“美”这一概念往往意指着许多种不同的东西,似乎凡是值得称赞的东西都可以称之为美的,包括形式上的、感受性的、行为性的、心灵性的各方面。在美被作为美学范畴之前,“美”这一概念总是和善的概念,甚至与真的概念互相交融。当美的概念被作为美学范畴而研究时,它主要被认为是关涉着外观性质。但另一方面,“美”的概念一旦引入到艺术研究中,混乱又重新出现,美似乎可以意味着更多的东西。“美”这一概念复杂的使用情况一直到今天仍然如此。很显然,“美”的概念缺乏一个清晰的专业性背景。

(2)“美”这一概念的外延存在着混乱情况。很多理论给予美一个十分广阔的范围,这个范围通常包括:艺术美、自然美、社会美,甚至有心灵美。美成了一个无所不包的概念,一个本体论式的概念。于是,为了

满足如此多样的事物的要求,“美”这一概念不断被抽象化,以至于和现实几乎脱离了联系而变得无法理解。而且更为关键的是,这些不同的事物之间很难有某种本质性的一致性,因此,矛盾的解释往往是难以避免的。

(3)关于美的研究缺乏一种严格的、科学性的证明方法和客观系统作为基础。这是一种根本性的缺陷。迄今为止,关于美的研究基本上只是发表意见而不是提出并证明某种命题。首先是因为美的研究往往受到经验内省法的局限,这使得关于美的研究成为一种主观经验的描述,于是便很难获得客观统一的观点和可靠的结论。其次,在美的研究中,使用实验方法似乎没有获得显著的结果。这种根本性的缺陷,使得许多现代的美学家认为“美”作为一个理论范畴是有缺陷的。

其二是,现今国内外尚无一本较完善的以“Aesthetics of costume”(服饰美学)为名的著作,若谈得上关联也只是零星数篇,或只是局限于某单方面的讨论。在这些零星的著作中,较具代表的,例如有 Paul Theobald, Chicago 于 1947 年所出版的 *Are Clothes Modes?*。可惜这本书在探讨服饰美时,仅限于体态美的论述而忽略了服装打扮的探讨。这种问题同样出现在 Robert Brain 于 1970 年所著的 *The Decorated Body* 中。而 Marilyn J Horn 于 1968 年所出版的 *The Second Skin*,虽然此书有一个章节是以“Aesthetic and Dress”为名,并针对服饰美学来进行探讨,不过其内容稍嫌不足。同样这个问题也出现在 Julian Robinson 于 1997 年所出版的 *The Quest of Human Beauty* (中译本以《美学地图》一名出版),虽然该书可算得上是图文并茂,不过其内容松散较无结构,也是一大败笔。

其三是,“服饰美学”所涉及的专业学科理论可以说是相当的广泛,如哲学、心理学、社会学、文化人类学、符号学等。所要探讨的时空范畴也横跨古今中外、东方西方,其层面又是相当繁复庞杂。而要将这些知识以有系统的方式完整地建构实非易事,尤其是许多关乎服饰美学的关键性问题与内容又尚未被发掘,此也更加深了这一课题系统建构的困难。

不过,尽管有上述三项问题的限制与困扰,笔者仍试图由过去教授

“服饰美学”课程的经验与多年的研究心得中,建构出一套具有系统性、专业性、学术性的“服饰美学”体系。在这套基础概念中,我是从学理的角度来架构“服装”、“人”与“美学”三者的关系的,并基于这种概念,分别从五个独立而互相关联的单元来加以论述。这五个单元依次为“美学基本理论”、“服饰审美的背景意涵”、“人体的形态美”、“服装设计美学”、“中国服饰美学体系”,其主要内容分别简述如下:

- “美学基本理论”。在这个单元内,主要是从哲学中形而上的观点来加以论述美的意涵、审美经验体系、美感经验体系,以及介绍中西美学的发展情形。藉此对“美学”提出一个基本的认知。
- “服饰审美的背景意涵”。在这个单元里,我是希望修正过去一般人在探讨美学时,仅局限于强调感性认知的局面,而导入“心理学”、“社会学”、“文化人类学”、“符号学”四个层面的探讨,以拓展对服饰审美背景意涵的领悟。换言之,就是藉由“人的行为”所表现在个体、社群、文化、符号的现象中,从而了解“人”与“服装”之间的关系,并由此体验出人与服饰的关联,以激发出对“美”的认知与价值有个更具深度性的了解。
- “人体的形态美”。若从“服饰美学”一词来看,我们可能会认为它只是探讨以“服装”为主题的美学课题,其实我们不能忽略针对与“人”互为关联的探讨,因为我们对服饰美的认知还是要由“人”来判定的;再者,服饰也是为了强化或凸显个人形体而出现一些款式或造型;更则,服饰也应该涵盖妆饰、发型,而这些都是以人的形体为主,而非以服装为主。故我们在探讨“服装美学”时决不能仅限于“服装”。我在本单元中,特别从人体“审美尺度”、“两性‘形态美’”、“西方‘形态美’的发展与意涵”、“中国古代‘形体美’的发展与意涵”以及“世界各民族特有的‘身体装饰’”等项目来加以介绍。
- “服装设计美学”。在这个单元中是将它分成四个主要项目来探讨:第一部分,我是把“服饰”当成一件“设计产品”来看待的,从“物性”的角度来介绍其审美原理的基础,这相当有别于前三个单元以“人”为中心的探讨。第二部分,是以艺术风格为切入点,试图探讨它与服饰审美

的关联,并进而了解服饰美学风格在“艺术风格”形式基础下的意义。第三部分,是希望藉由十五位国际知名的服装设计师,他们在创造出设计作品时,所表现的美学精神之所在。第四部分,是讨论影响服饰审美价值的因素,在文中我特别提出“思想价值因素”、“政治因素”、“社会因素”、“经济因素”、“文化因素”、“战争因素”与“科技因素”这七个重要影响因素,来说明影响服饰审美价值变迁的关键。

• “中国服饰美学体系”。在本书中除了介绍西方服饰美学之外,同时也重视对中国服饰美学的论述。故在本单元中,特别从内在的思想系统与外观的中国历代服饰美学现象两个部分来加以阐述。

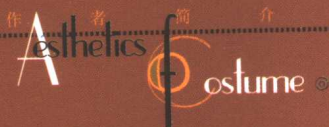
上述所提出的这五个篇章的内容,无一不是为了要建构出完整的服饰美学所进行的阐释。当然,本书在内容上也可能会因一己之见,而出现疏漏或不足之处,这些都还期盼对服饰学理有心的先进给予指教,以为服饰学理的建构共襄盛举,开创服饰研究的新机。

最后,藉此感谢本书在进行时,来自许多人士所给予的协助,计有于范老师与商鼎文化出版社王铭瑜经理对本书提供出版的机会,并纳入商鼎文化出版社“时装体系”系列之中;芙蓉坊杂志社提供精彩的图片;吴慧婷小姐与 Yu Ju 在文稿上的帮助。

葉立誠 谨序

一九九九年九月九日

叶立诚



学历

英国中央英格兰大学研究所艺术史及设计史硕士；专攻服装史与服装理论

主要经历

- 实践大学服装设计学系专任讲师
- 空中大学人文学系兼任讲师；
学科委员暨电视教学主讲
- 担任“技术及职业教育百科全书”服装类主编

主要著作

- The Evolution of Taiwanese Costume in the Twentieth Century, under the Influence of Western Dress
 - 西方女性性别角色变迁与服饰流行演变关系之探讨
 - 英国维多利亚时期女性束缚变革之探讨
 - 映像艺术
 - 服饰行为导论
 - 研究方法与伦文写作
 - 中西服装史
- 等30余篇学术论文与专著

主要讲授

服饰美学、服装史、服装学概论、设计概论、研究方法与伦文写作



专家推荐

《流行预测》这本书，深入浅出地描述出美国的服饰工业从业者预测流行的方式，与制造流行的过程。对绝大多数身处服饰产品链中，仅知生产制造环节的亚洲服饰制造业从业者而言，它提供给读者一观流行奥秘的机会，以及掌握流行先机的方法。

——于范

流行预测

原著: Rita Perna

译者: 李宏伟

简介

这本书在国外出版时，便引起了整个服装界的关注，书中从最早的阶段谈到目前的趋势，更瞥见未来方向，可引导读者进入这迷人的事业。本书重点内容：

- ◆披露流行的运作过程
- ◆帮助流行规划人员确定未来方向的复杂资讯系统
- ◆仔细衡量各个市场层次的角色，以及这些层次间的相互作用
- ◆协助学生及专业人员熟悉流行服饰事业的结构，并了解如何取得

相关资讯

- ◆透过实例深入解读及评估预示流行方向的各类新闻
- ◆将对流行的窥视转变为切实可行的实际作法

本书对有志从事流行事业的专业人员或学生而言，乃必备指南；对好奇于流行趋势的一般大众而言，则浅显易懂，是目前国内介绍流行预测方面的第一本书。

解读服装

原著: Alison Lurie

译者: 李长青



简介

“还未与你交谈之前，透过你的穿着，我已可以读出一些讯息，例如你的职业、出身、个性、品味，思想……而你，也用同样的方法在评断我。用一种更古老、更世界性的语言彼此沟通，那就是‘服装’。”

本书不是造型设计的泛谈，而是从社会、文化、政经等各个方面延伸剖析服装的本质。解读服装的能力不单属于服装设计者，更应该属于消费大众。大众对穿着具有敏锐的知觉与观察力，才能够表现自己的穿着个性，进而认识到流行的统一性和自己的穿着意义的差别性，成熟的消费者应在两者之间寻得平衡点，进而创造流行风尚。

本书被世界多所知名大学服装专业列为必读“经典教材”。



服装社会心理学

原著:苏珊·凯瑟

译者:李宏伟

本书分为上、下两册,内容为:

- 第一篇 象征性外观 第二篇 外观与自我
- 第三篇 外观沟通 第四篇 外观与文化
- 第五篇 文化的变迁与延续
- 第六篇 各种情境中的象征性外观:

不断凸显的领悟与无限扩展的可能性

◆作者将服装学的各种理论与实务研究,透过科学整合的方法,融汇人类学、文化研究、美学、心理学、经济学及社会学等诸多领域的观点,把服装和外观的研究,放在各种社会文化的复杂情境中加以全面透视,从而突显服装外观的本质、意义及对个人与群体文化的多元功能和影响。

◆针对服装与外观及多元文化发展之间的密切关系,作有系统的剖析,提供给服装专业及一般人士很多重要启示。

◆内容含“社会焦点”和大量图片,帮助读者了解服装学的理论与实际,读者阅读后,会觉得穿衣真是一门既有趣又实用的大学问!

专家推荐

女人很奇怪,普遍有两项事情永不满意,一是自己的外貌,一是自己的衣柜。女人的衣柜更是她一辈子最亲密的用具,但却是她最难驾驭的东西。

《衣柜工程》这本书是我看过相当实用的时尚书,作者提供有效、实际的建议,帮助女性们建立自信,不再有满柜的衣服却永远少一件之叹!

李艳

不论款式、线条的运用,至色彩对女人外在心理的影响, Elsa 都整理出一套适合现代女性参考的穿衣策略。

黄薇

衣柜工程

原著: Elsa Klensch, Beryl Meyer

译者: 潘静中、郑心莹

简介

Elsa Klensch 从杂志的时装主编,到 CNN 时尚节目主持人,是一位国际时装评论与时装编辑专家。

她以实际生活需求为主轴,用最通俗的社会规范为原则,为我们整理出一套穿衣的参考策略。希望能通过本书,使读者也成为业余的设计师,由认知自我、塑造自我而享受创造生活内涵的乐趣,展现出现代女性的魅力。

服饰美学

目 录

第一篇 美学基本理论	(1)
1 美学的意涵	(3)
1.1 “美学”一词的渊源	(3)
1.2 美学的定义	(4)
1.3 美学的研究对象	(4)
2 中西美学的起源与发展	(7)
2.1 西方美学的起源与发展	(7)
2.2 中国美学的起源与发展	(13)
3 美学中对“美”的论述	(19)
3.1 “美”的意涵	(19)
3.2 “美”与“丑”的意涵	(22)
3.3 “真”、“善”、“美”三者的关系	(27)
4 审美经验的体系	(29)
4.1 审美对象	(29)
4.2 审美观念	(29)
4.3 审美活动	(30)
4.4 审美意识	(31)
4.5 审美感觉	(32)
4.6 审美注意	(32)
4.7 审美知觉	(33)
4.8 审美态度	(34)

4.9	审美判断	(35)
4.10	审美标准	(35)
5	美感经验的体系	(37)
5.1	美感起源	(37)
5.2	美感经验	(38)
5.3	“美”与“崇高感”	(39)
5.4	“古典美”	(42)
5.5	“浪漫美”	(43)
5.6	“自然美”	(45)
5.7	“社会美”	(47)
5.8	“科技美”	(49)
5.9	“功能美”	(52)
5.10	“形式美”	(52)

第二篇 服饰审美的背景意涵(61)

1	从“心理学”的层面	(63)
1.1	服饰与“动机与需要”	(63)
1.2	服饰与“态度”	(75)
1.3	服饰与“自我概念”	(80)
1.4	服饰与“知觉”	(89)
1.5	服饰与“印象”	(94)
2	从“社会学”的层面	(103)
2.1	服装和“社会角色”	(103)
2.2	服装和“性别角色”	(111)
2.3	服饰与“禁奢令”	(114)
3	从“文化人类学”的层面	(117)