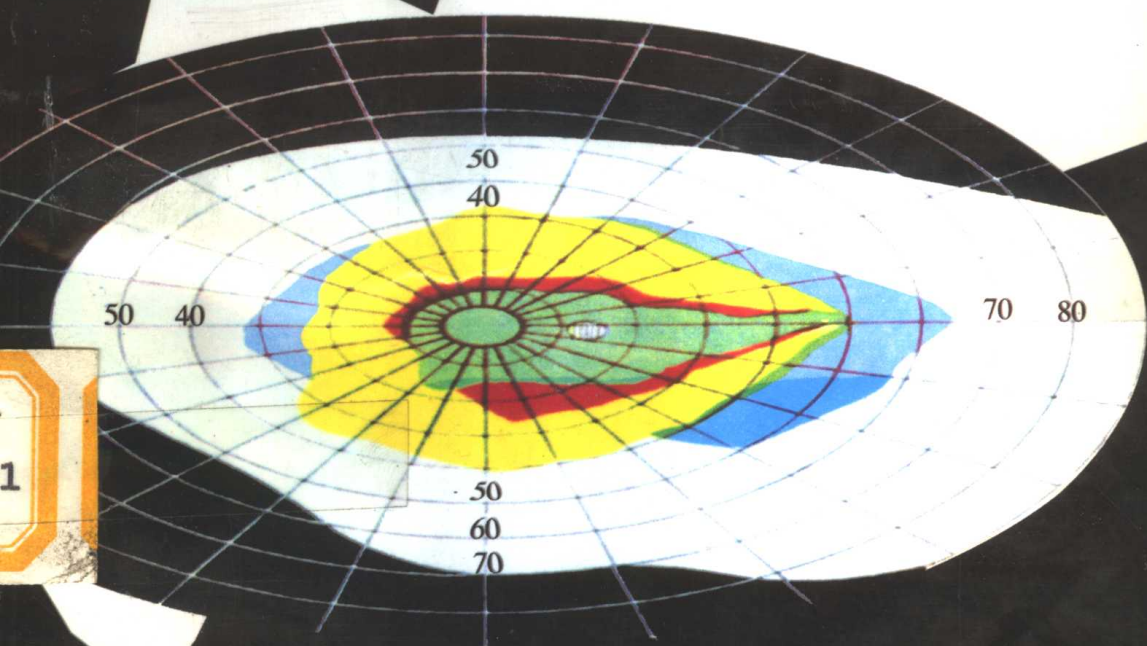


FU ZHUANG XIN LI XUE

服装心理学

苗莉 编著
王文革



中国纺织出版社

FUZHUANG XIN LI XUE

服装心理学

主编 王 强
副主编 王 强



中国纺织出版社

991554

服装心理学

苗 莉 王文革 编著

中国纺织出版社

图书在版编目(CIP)数据

服装心理学/苗莉,王文革编著. —北京:中国纺织出版社,
1997

ISBN 7-5064-1344-2/TS·1150(课)

I. 服… II. ①苗… ②王… III. 服装工业-应用心理学 IV.
TS941.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(97)第 16909 号

中国纺织出版社出版发行

北京东直门南大街 4 号

邮政编码:100027 电话:010—64168226

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 1997 年 11 月第一次印刷

开本:850×1168 1/32 印张:11.75

字数:308 千字 印数:1—3000

定价:23.00 元

前 言

服装是人们心理活动外现的载体之一,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。服装设计者的工作出发点是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。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,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,是人际心理交往的无声语言符号,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份(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,那未经人们的认知加工,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,很多服装心理学的研究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

内 容 提 要

本书系统地介绍了服装心理研究领域的一些课题,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、心理学爱好者等参考。

目 录

第一章 绪论	(1)
第一节 服装心理学的研究对象和意义.....	(1)
第二节 服装心理学的研究方法.....	(8)
第二章 服装设计师的能力结构与知识结构	(18)
第一节 概述	(18)
第二节 注意力	(27)
第三节 视觉感知与平面图形结构能力	(38)
第四节 想象能力与空间造型能力	(73)
第五节 色彩的理解和运用能力	(81)
第六节 设计师的潜能	(94)
第三章 肤觉与服装	(102)
第一节 皮肤的生理结构.....	(103)
第二节 触觉.....	(106)
第三节 温度觉.....	(113)
第四章 服装设计师的创造力、创造思维及其技法	(121)
第一节 创造力概述.....	(121)
第二节 创造思维及其技法.....	(124)
第三节 发散思维及其技法.....	(128)
第四节 侧向思维及其技法.....	(134)
第五节 辐合思维及其技法.....	(140)
第六节 逆向思维及其技法.....	(142)
第七节 潜意识与灵感.....	(145)
第五章 需要与穿着动机	(154)
第一节 需要、诱因、动机和本能概述.....	(154)

第二节	需要的种类和学说·····	(161)
第三节	本能与穿着动机·····	(170)
第四节	两个精神分析学说·····	(176)
第六章	服装行为与社会心理·····	(187)
第一节	群体心理与服装行为·····	(187)
第二节	服装行为与人际心理关系·····	(200)
第三节	社会角色与服装行为·····	(214)
第七章	自我意识·····	(227)
第一节	自我意识概述·····	(228)
第二节	自我概念、自我图式、自我评价与自我控制·····	(238)
第三节	归因·····	(251)
第八章	服装的接受与传播·····	(262)
第一节	审美心理的唤起·····	(262)
第二节	认知加工的过程·····	(270)
第三节	流行的发生与表现·····	(276)
第四节	衣是综合价值的体现·····	(287)
第九章	选拔服装设计专业学生的心理测验法及培养	
方案设计·····	(299)	
第一节	心理测验对服装设计的价值·····	(301)
第二节	创造思维潜能测验·····	(306)
第三节	服装设计能力倾向测验·····	(320)
第四节	兴趣、态度测验·····	(334)
第五节	个性测验·····	(344)
第六节	培养方案的设计·····	(363)
参考文献·····	(369)	

第一章 绪 论

服装作为人类文明进步的标志和生活的必需品,对于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只是少数有专业技能的人力所能及的。服装本来是自主选择和支配的,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,把服装和心理学结合起来,是解决这些不足的科学途径,于是服装心理学的产生也就是必然的了。尤其是到本世纪中叶,人们对心理现象的研究已日臻完美,为服装与心理现象的结合提供了可能。在本章中我们可以了解到服装心理学的一些相关的知识,如为什么要学习服装心理学,服装心理学的研究范围,如何从事服装心理学的研究等。

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 每一门科学都有其特有的研究对象,作为心理学的一个应用分支——服装心理学,也有其特有的研究对象。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的规律来解释服装行为,研究指向于服装行为,目标是揭示服装行为中心理的发生和发展的规律,可见服装心理学是以心理学为中心和科学依据的学科。

2. 服装和服装行为 服装这一概念大体上可以从两个层次来

理解,即广义的层次和狭义的层次。从广义的层次上来看,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的色彩,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。

一块服装材料不能算真正的服装,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,这才是服装的一部分。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,但穿上耳环则是服装。

从上面的例子可以看到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的要素。

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。服装行为可以是服装行为主体的内部操作过程,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,如西服革履或是职业服装。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。

行为一词在心理学上是个大概念,指人们对内、外刺激所作出的内隐或外显的反应过程,而不单单指我们平时所说的外显的行为表现。通过研究行为与刺激间的联结关系可以得到人的心理表现的规律,有时心理学为了研究方便,把人的内部认知过程从行为中划分出来,这与行为的内涵没有冲突,只是研究的角度不同而已,服装心理学的研究也如此。

3. 服装心理学的研究范畴 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的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主体的心理状态。从研究的开放性上来划分,则有服装技能、服装的认知、服装动机、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的领域。服装心理学的研究范畴受研究的出发点和方法的影响,其研究范畴的拓展也会推动研究者对研究角度和研究方法的变革,以适应新的研究的需要。

由于服装心理学是一门应用学科,这就要求服装心理学的研究要以应用为目的,在注重社会需求的同时,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,社会需求和科技的不断发展要求我们服装心理学的研究范畴既要深广,以不变应万变,又要易于操作,相容性好,灵活多样。

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”这个词对于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、束缚人的行动的硕大的裙撑,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。

人本主义无异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丰富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人称其为人。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。如同样去舞厅跳舞,为了引人注目,女子可能以艳丽的服装出现,男子可能以淡雅的外套加上雪白的衬衫。前者知道这样的服装在明光下更有表现力;后者知道在舞厅的紫光下,白色的服装更加明亮,更有表现力,更符合男子庄重的要求。

服装行为的自主性还表现为人们对于别人的服装行为的理解,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,如果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,那么面料要求符合生理条件,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,如果便利、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本身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. 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,可以是自我影响,也可以是他人影响。如幼儿园的老师不适合穿白大褂,而适合穿活泼有意趣的服装,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,

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”也是这个道理,自己觉得自己是美丽的人,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的一样,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 服装心理学一是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。从心理学本身的发展史来看,心理学现在正走出现代心理学阶段,进入到后现代心理学,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 and 可爱,服装心理学无疑是率先迈出了可行的一步。

服装心理学二是可以为服装做理论指导,服装学本身表现出一定的技术色彩,要想深入发展,必须依赖于科学成果向技术的转化这一主要环节。由于转化的终点指向于人,这决定了在这个环节中要重视人的因素,即转化的可能性和市场问题,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。

服装心理学三是对相关学科的指导,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于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的衣料,需要很高的织造技术和高级的原材料,会使生产成本很高,而人体对于这种柔软的面料的感受,在达到一定水平之后就觉察不出更大的差异,那么掌握好人体对于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的选拔 服装心理学可以为服装设计提供理论依据。如服装心理学中关于服装宽容度的研究能为设计者提供宽容度的模糊数学模型与相应的数据,在保持服装穿着者感觉不变的情况下,进行式样的变化,为服装的丰富多彩和市场开发提供理论指导,既经济又省时。再者可以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成才率,是服装心理学所要研究的一个方面。

三、服装心理学的性质

1. 服装心理学的科学性 服装心理学是研究人的服装行为的心理发生发展规律性的学科,其科学性是建立在心理学及其相关学科的科学性基础之上的,具有较强的人文性和复杂性。从实证主义的角度来看是有些“软”的,但科学史上已经明确证明判断一个学科的科学性的标准并非实证性一条。笔者认为科学的学科的标志除客观性、规律性、系统性、可重复性、可预测性之外,还应包括实用性。实用性的基础是可推广性,其依据归根结底还是可重复性。预测性从属于规律性。实用性还包括实效性的特点,如弗洛伊德的精神分析理论,除系统性外谈不上其他科学特征,但较实用,