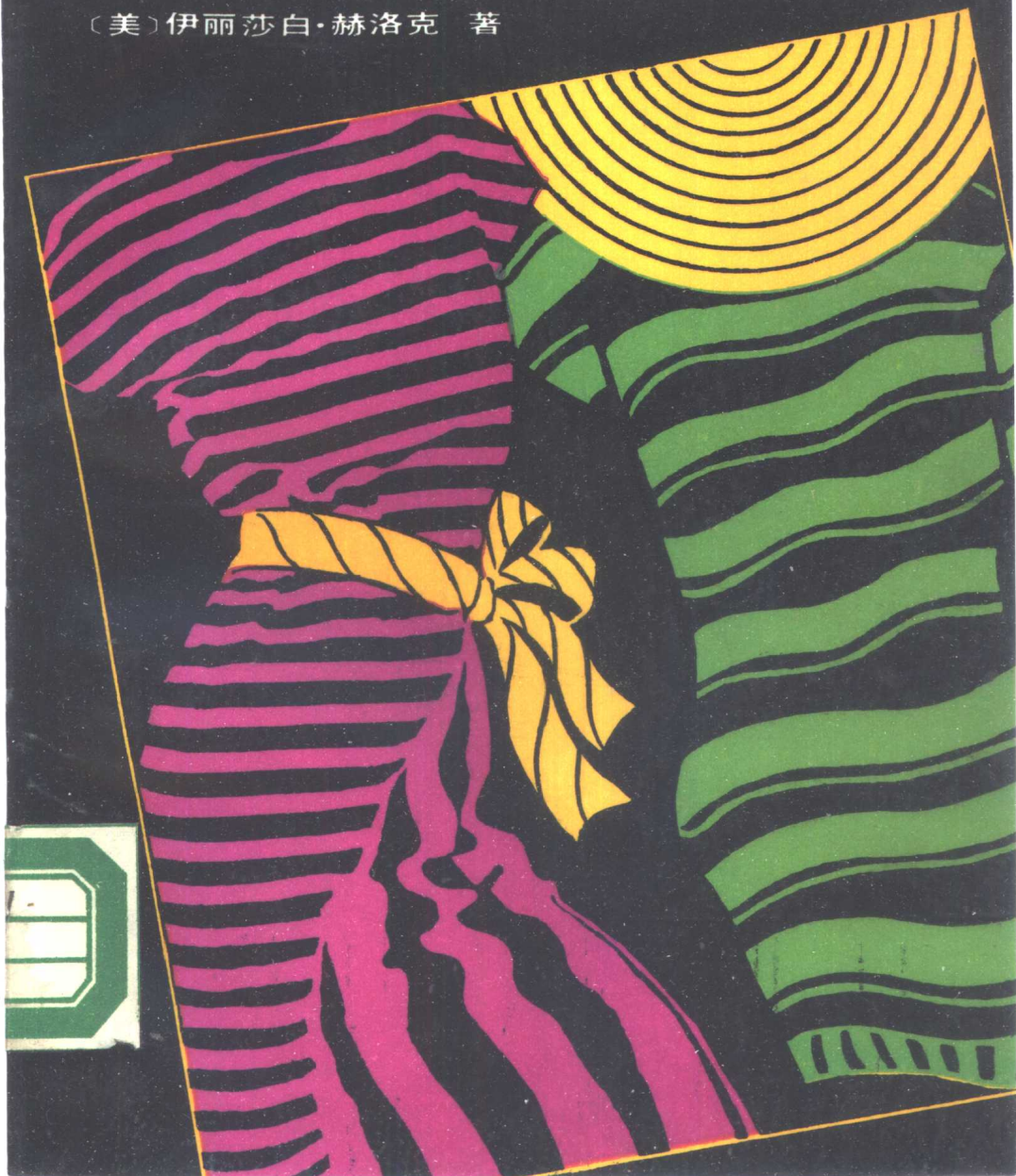


服饰心理学

——兼析赶时髦及其动机

(美)伊丽莎白·赫洛克 著



服饰心理学

——兼析赶时髦及其动机

〔美〕伊丽莎白·赫洛克 著
孔凡军 黄四清 王志明 译

中国人民大学出版社

The Psychology of Dress

Elizabeth B. Hurlock

Ayer Company

本书根据美国艾耶尔出版公司1984年版本翻译

服饰心理学

——兼析赶时髦及其动机

【美】伊丽莎白·赫洛克 著

孔凡军 黄四清 王志明 译

中国人民大学出版社出版发行

(北京西郊海淀路39号)

北京昌平华生印刷厂排版

丰华印刷厂印刷

新华书店经销

开本：850×1168毫米32开 印张：6.25

1990年2月第1版 1990年2月第1次印刷

字数：154 000 册数：1-5 000

ISBN 7-300-00782-1

1.52 定价：2.60元

前 言

赶时髦是一种惊人的社会力量，它是社会发展的一种潜在的推动力。因为它与一个国家的经济生活息息相关，并能广泛地、迅速地影响到每个人的个性特征，所以此书试图探究一下时髦最盛行的一个领域——人们的衣服和装饰中赶时髦的动力根源及特征。

时至今日，我们对服饰流行的本性以及由它引起的一系列问题的重要性方面还缺乏深入的研究和理解，人们的注意力往往集中于某些表面现象，而盲目地思慕那服饰式样简单而又朴素的时代。每代人都会造就出自己的道德家和改革家，而这些道德家和改革家一般又要从教士阶层或当代作家中吸收新成员，并且试图通过嘲笑、恫吓及用处以罚金和实际的惩罚法令的手段来改变现存的流行服饰。虽然男人们有时也应受责备，但一般地认为，妇女们应对所谓的走服饰时髦极端的蠢事和弊端负责。而现在又兴起了另一趋势：对走服饰时髦极端的罪过已移至一个第三阶层即所谓的获取“商业性利益”者，它包括设计师、制造商和流行服饰的推销商们。

赶时髦尽管不时受到道德限制和嘲笑，但它一直在依次支配着每代人并使它的推动力永存。这个事实给了我们这样一个启示：在赶时髦中必定包含着某种人类本性的持久癖好或特性，我们对这种癖好或特性不能仅仅作为一种愚蠢的行为而不予理睬。事实上，赶时髦对社会的影响决非一无是处，它悄悄地推动着社会的发展，只不过这种发展是从旧的风俗中逐渐演变而来，人们不易察觉而已；它能刺激人的勤奋和发明创造精神，并且有助于消除不同社会等级间的种种隔阂，缩小民族差异感，减少那种由于衣着服饰的不同而产生的民族优越感。

哲学家、经济学家、社会学家和心理学家有时试图透过表面现象去寻找人们赶时髦的动机，人们从赶时髦中到底得到了什么样的满足，以及为什么这种满足能够补偿他们在物质上和经济上的损失。虽然一些专家、学者已经对赶时髦作出了种种解释，但是，目前还没有一致性的意见。因此，我们将在本书中对已经提出的理论观点进行综合归纳，并根据现代心理学的理论予以阐述。

伊丽莎白·赫洛克

目 录

- 〔 1 〕 第 一 章 什么是赶时髦
- 〔 11 〕 第 二 章 衣着的起源
- 〔 24 〕 第 三 章 赶时髦的动机
- 〔 41 〕 第 四 章 服饰流行式样的兴与衰
- 〔 56 〕 第 五 章 服饰式样有时不变的原因
- 〔 73 〕 第 六 章 服饰式样有时迅速变化的原因
- 〔 90 〕 第 七 章 服饰式样的主宰者
- 〔 112 〕 第 八 章 服饰的广告宣传
- 〔 127 〕 第 九 章 服饰的性别差异
- 〔 142 〕 第 十 章 服饰的年龄差异
- 〔 162 〕 第 十 一 章 服饰改革的先驱
- 〔 181 〕 第 十 二 章 流行服饰是时代的缩影

第一章

什么是赶时髦

世上有一困扰的女神，
生来爱打扮、天性爱美。
季季消逝，季季回。
她的名字叫时髦，
多变是她的父亲。

——福尔特尔

赶 时髦之风古来有之，在有文字记载的历史以前，人们就知道用带色的泥巴来遮盖裸露的身子，后来服饰成为人类生活中最重要最使人感兴趣的问题之一。但是在历史上，赶时髦从来没有象今天这样强有力地支配着人们的生活，时髦也从来没有象今天这样变化多端，变幻莫测。时髦几乎无孔不入，以致我们可以说，没有时髦就没有世界。

在过去，时髦总是为富人阶级服务，穷人没有享受的权力。现在，她的足迹踏遍了每一个角落，从富豪到穷光蛋，从大都市的住户到偏远山区的村民，都与时髦结下了不解之缘。美国人大概是世界上时髦最狂热的崇拜者，为了满足赶时髦的欲望，每个人都沉溺在追求时髦的竞赛中，许多人不惜奢侈鲁莽之能事以胜过自己的对手和邻居。对一个家庭和个人来说，没有什么东西比衣服穿着上更舍得花钱了。

● 赶时髦的花费

赶时髦并非是不足挂齿的小事，这可以从每年用在服饰和化妆品的开支上看起来。据美国商业部报告，美国妇女每年花在购买成衣上的钱就有80亿美元，而更多的衣服是在家庭里制作的，购买衣料究竟要花多少钱这就无法统计了。还有近20亿美元花在梳妆品上，每年有6000万妇女和儿童要光顾室内有特殊装饰的店铺，以便把自己打扮得更漂亮。在1928年男人用在梳妆打扮上的钱有10亿多美元。

1923年，法国政府报告说，巴黎一年光涂面粉就消费了1000吨，平均每个妇女消费两磅，另外每年还消费1000吨香水。自从短发流行以来，美国妇女每年花去20亿美元用于梳妆打扮以满足她们的虚荣。

● 什么是时髦

人们会问，时髦为何物，竟会如此强有力地支配着一个国家和人民的生活？按照罗斯教授的观点，时髦是某一个人类群体中某种现象的周而复始的变化，尽管她具有实用性的一面，但并不取决于实用性。时髦具有有节奏的模仿和变革，有交替出现的一致性和可变性的特点，但是这些方面都不服从实用性的原理。一种流行服饰变化得越快，其中奢华的因素越多，实用性的因素越少。社会风俗只能在社会的环境中存在，时髦通常在社会群体内部模仿由一个人传给另一个人，这种模仿大多是盲目的和无创造性的。

今天，赶时髦几乎影响着生活的每一个方面，除了服饰上的时髦之外，还有建筑上的时髦，家具摆设的时髦，举止风度、生活方式的时髦，汽车的时髦，游戏比赛的时髦等等。由于时髦对社会生活的各个方面有着广泛的影响，所以在这本书中不可能面面俱到地加以论述，我们只着重分析时髦在人的衣着装饰中所起的作用。

● 赶时髦和社会进步

在每一个先进国家里，流行服饰的变化不同于其他方面的变化，尽管一种流行服饰很快被另一种流行服饰所代替，但这并不意味着社会的进步，在很多情况下则恰恰相反。一种新服饰的流行可能把我们推向前进，也可能把我们拉向倒退。这就象钟表里的摆机械地摆动一样，人们也跟随着时髦来回摆动。

在穿着打扮上，人们极易回到前一代人的流行服装的样式上。今天，不管是男人还是妇女，又把战前服装式样拣了起来，

而那种式样是人们曾经发誓要永远摒弃的。妇女们老是感到碍事的紧身胸衣、长裙子和精心制作的帽子，又慢慢地但却是确信无疑地回到了衣柜里。男人们声称要永远淘汰掉的正式夜礼服也安安稳稳地回来了。这种倒退在生活的其他方面是不可想象的。对一个文明国家来说，要倒退到公共马车时代，用木船作为交通工具，用手摇缝补来代替机器制造，把妇女限制在家务劳动上等等都是不可能的。

● 倒退的服装流行样式

服装流行样式并不总是进步的，每一代都有倒退的流行样式，尽管这种流行样式是勉强地、不情愿地被人们所接受，但最终还是流行起来，并享有推动社会进步的盛名。新的总是比旧的好，因为它能够改变环境，实际这并不是真实情况。目前，对回到旧的服饰样式上似乎有一种阻力，因为旧的服饰影响人的健美，但是这种阻力是不是持久的，不得而知，服饰上的变化是否能象现代化生活的其他方面一样，推动社会进步还是个未知数。

● 时髦的普遍性

那些爱挖苦人的人曾经否认时髦是女性和公子哥们的特有物，假如从人类整体看，这大概是事实。但是在一个时期内，时髦却是统治社会所有人的首屈一指的力量。不管是文明社会还是不文明社会，都要受它的规则支配。一般来说，在所谓的青春期，时髦最为敏感，最能感受到它的支配力量。现在的人们（包括男人和女人）都是时髦的牺牲品，但是由于人们对社会的生活习惯、行为举止已经习以为常，并没有认识到这个问题。当男人是社会的主宰者的时候，时髦就统治着男人，女人如果成为社会的主宰

者，它也会统治女人。现在在服饰领域，人类还没有到达他期待到达的解放阶段，而这种解放在生活的其他方面已经达到了。

● 时髦与社会

时髦只能在社会的环境里发育生长，社会群体越大，它的组织越先进，时髦扮演的角色越重要。反之在小的社会群体中，在人口很少变化的地方，时髦的作用相对较小。因为在那里，人们相互之间都很了解，赶时髦不会掩盖一个人的缺点或造成不同的等级。而在大的社会群体中，随着人口的不断流动，时髦扮演着重要角色，对社会发挥着重要影响。

在那些与世隔绝的贫穷地区，连交通和通信都成问题的地方，几乎谈不上什么赶时髦。而在那些社会组织达到高度发达水平，社会财富的分配出现较大差异，阶级分化和家庭地位已经确立的地方，时髦就占据着绝对的统治地位。因为那里有适于时髦生长的肥沃土壤，就好比民主制度一样，它之所以能在美国迅速扎根，就在于它能够满足存在于每个人身上的内在本能的愿望。但是，民主不可能在君主制的国家有生根开花的机会。

● 时髦对人的制裁

嘲笑和轻蔑是迫使人们赶时髦的一种制裁力量，唱反调者的反驳在时髦面前往往显得苍白无力，如果一种服饰式样已经在其他地区流行起来，而唱反调者拒绝接受的话，他只会伤害自己，决不会伤害时髦。社会具有一种巨大的压力逼迫人们去赶时髦，尽管这种时髦并没有什么积极意义，而且赶时髦者并非发自内心的赞同这种时髦。每个时代都有一些改革者试图改革流行的服饰，但大多数都遭到失败。

要想成功地同一种被社会大多数人接受的时髦相对抗，必须拥有权力和显赫的社会地位。在夏季威尔士亲王会戴着淡黄色的帽子而不是戴那种英国男子习惯戴的毡帽；他可能反对在夜里穿那种僵硬的衬衫；他也可能穿着普通衣服在正式的宴会上露面，这样做他没有丧失自己显赫地位的危险，也不会遭受令人难以忍受的非议，但是其他人却不能这样做，否则他将遭到全社会的讥笑。每个人都会为他而感到遗憾，决不会有一个效仿他。

● 乐于赶时髦的人

今天没有一种迫使我们接受某种服装样式的法律，没有一种时髦是靠强力施加在个人身上的，对一个人来说，选择哪一种服装样式是他的自由，历史上有过禁止低层阶级穿某种衣服的法律，但是没有一种要求他们必须接受某种颜色或式样衣服的法律。即便是有这样的法律，也只是为一小部分人制定的，这些法律一般来说涉及到宫廷大臣的衣着，他们的专制君主希望他宫院里的臣僚的穿着适合他的口味。但是除非作为整体的社会接受这种样式，一般形不成一种服装样式的流行。

尽管在历史上没有一种迫使人们接受一种时髦的法律，人们往往还是顺从地赶着时髦，而这种顺从与他们在思想上、行动上所显示出的独立性是很不协调的。人的这种行为很象儿童玩的一种叫“猜指头”的游戏，而历史也在不断地促使人们做赶时髦的游戏。

● 在时髦的王国里

服饰样式的流行范围是十分广泛的，而且服装的制作方法正在迅速改进。一种服饰要想流行起来，在价格上必须是在大多数

人购买能力所能达到的范围内。在手工制作衣服的时代，衣服的价格是非常昂贵的，因此，很少出现流行样式，但是衣服上的装饰品、头饰等那些服装的小配件倒很容易流行起来，它的变化比衣服式样的变化要快得多。

但是由于现代服装制作方法的改进，衣服变得越来越便宜，流行式样越来越多，品种越来越全，人们几乎躲避不了流行服装样式的影响。上个世纪开士米围巾流行期间，它的样式年复一年很少变化，就是因为它的价格格外昂贵，制作一条开士米围巾需要三个工人一年的时间。20年以前，毛皮大衣能够穿10年而样式不会有什么变化（即使现在有了仿毛制品，毛皮大衣仍然是十分昂贵的奢侈品），但现在至少两季变化一次样式，否则就要被淘汰。

用珠宝装饰的衣服产生以后，这些珠宝装饰品能够好几代不改变样式，但是目前由珠宝装饰的衣服也在经常发生变化，一个家庭也不再服饰方面的传家宝了。现在的机器和工业化学家的发明给我们的穿着带来了巨大变化，从贵重的珠宝饰物到最便宜的衣服都要受到时髦王国的支配。

● 一时的爱好

一时的爱好和时髦经常发生混淆，有时可以互相交换使用。然而，这两者之间有重要的区别，时髦比一时的爱好持续时间要长一些，影响的人数要多一些，给社会带来的变化要大一些，它在个人和社会群体中扮演着较为重要的角色。而一时的爱好通常持续很短时间，而且仅仅被社会上很小一部分人所接受。一时的爱好者总是在留心寻找新的、更满意的样式，而不是停留在一时的爱好上。

一般说来，一时的爱好总是在社会的闲散阶层出现，或者是

在那些他们的成功取决于他们的知名度的人中出现，不管一时的爱好是在新港产生，还是在里维埃拉（法国东南部和意大利西北部沿地中海的假日游憩胜地）或好莱坞出现，不管它的发起者是来自于美洲或欧洲那些最古老、孤傲的家庭，还是在屏幕和舞台上白手起家的男女演员，这些都是不重要的，他们的目的都是相同的，但要使它流行起来主要取决于倡导者的社会地位。

在一种服饰新样式通过报纸和杂志的宣传向全国公众告知以后，服装制作者马上用廉价的材料进行仿制，并成批地投放市场，这些便宜的仿制品很快被那些热衷于赶时髦的人抢购一空，这样一来，一时爱好的本意就被扭曲了，最先发起穿这种衣服的人也就显示不出他有什么特别之处了，所以他们放弃了这种爱好转而追求另一种爱好。一时的爱好被公众模仿和接受的速度越快，它的寿命就越短，变化也就越快。

● 博加德斯对爱好的研究

服装的流行样式主要是在衣着方面，而各种各样的“热”存在于社会生活的各个方面，除了服饰“热”之外，还有食物“热”、锻炼“热”、文学“热”、音乐“热”、艺术“热”、游戏“热”、体育“热”、旅游“热”、宗教“热”等等。假如我们停下来想一想在全国兴起的这些“热”，我们会感到惊讶和厌恶。1924年博加德斯教授列出了前10年中间美国出现的各种“热”，他的数字来自于对170个人的调查，这个170个人来自各行各业，以便尽可能有代表性，调查结果表明，当时主要有七种“热”，博加德斯教授把这些“热”加以分类，而服饰“热”名列榜首（见下页表）。

各种“热”的分类

爱好的事物	占百分比
妇女服饰·····	72.2%
男子服饰·····	10.8%
消遣和娱乐·····	5.7%
俚语·····	3.6%
汽车·····	3.1%
建筑·····	2.0%
教育和文化·····	1.7%

● 时髦和一时的爱好

在衣服穿着上，一时的爱好变成流行式样主要靠大量的追随者和模仿者，爱好一旦变成流行样式，就丧失了某些激进性质，对穿着者来说，把服装作为吸引人的手段就不那么行之有效了。当某种服装热出现的时候，衣服制造商很快意识到这种服饰流行的可能性，所以就把它作为流行样式的基础。流行样式制作出来之后，人们对它的兴趣和兴奋点就达到了高潮，因而这种新样式就进入了它的全盛时期。

艾琳·卡斯尔被认为是世界上打扮得最漂亮的妇女，她的短髻发成为美国许多年轻姑娘和妇女模仿的对象，理发师发现，如果使这种短髻发稍长一些，可能更宜使大多数妇女所接受，所以，一种新的发型就出世了。在很短的时间内，全国的妇女都卷起了她们的头发，就这样，一种新的发式就流行起来了。几年以前，威尔士亲王带着一块手帕在公开场合露面，那块手帕的四周都染上了很深的颜色，伦敦的男子服饰用品商看到这种爱好有可能变成流行式样，马上成批生产，结果，四周带颜色的手帕很快就代替了朴素的白色手帕。今天，人们对那种四周带颜色的手帕已经

习以为常了。在日常生活中人们已经接受了这种样式。到法国去的美国旅游者总是被法国渔民戴的贝雷帽所迷住，许多大学生带回这种羊毛制的小帽子，这种样式不久便被全国的青年一代所接受，巴黎的服装制造商又专门为赶时髦的妇女设计了一种贝雷帽，这种新帽子的问世在游憩胜地里维埃拉又掀起了一股赶时髦的狂潮，以致第二个度假季节到来时，许多妇女都戴上了贝雷帽，随之，全世界妇女都接受了这一样式。

有很多短时间出现的狂热现象，并不包含将来会成为一种流行式样的因素，除非进行大力宣传，否则这种狂热很快就会消失，到不了一年就会被人们所遗忘。

第二章

衣着的起源

因为居住在灼热的地区，
他们黑的象刺李，
他们的主要服装是穿过
鼻子的一个环，
红色的饰颜片贴在前额上。

——托马斯·胡德