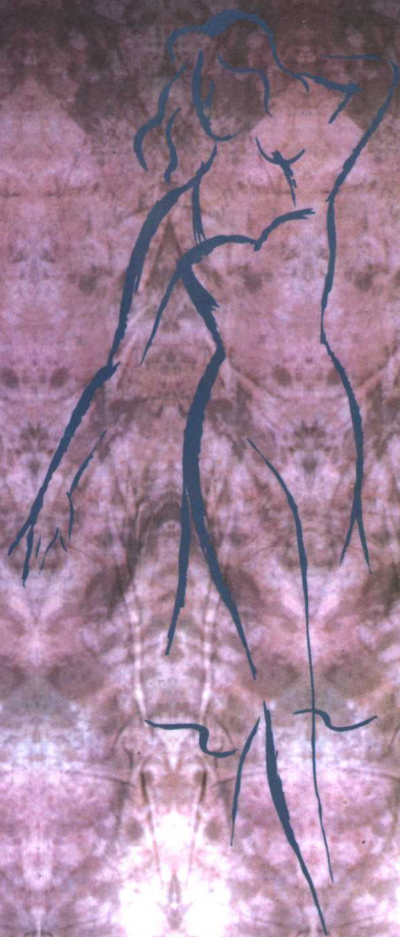


徐宏力 吕国琼 编著

模特表演教程



中国纺织出版社

模特表演教程

徐宏力 吕国琼 编著

中国纺织出版社

图书在版编目(CIP)数据

模特表演教程/徐宏力、吕国琼编著. —北京:中国纺织出版社,
1996. 5
ISBN 7-5064-1196-2/J · 0013

I. 模… II. ①徐… ②吕… III. 服装-模特儿-表演-教材 IV.
TS941.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(96)第 04234 号

责任编辑:包含芳

模特表演教程

徐宏力 吕国琼 编著

*

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

北京通县兔子店印刷厂印刷 各地新华书店经销

1996年6月第一版 1996年6月第一次印刷

开本:850×1168毫米 1/32 印张:9

字数:230千字 印数:1—5000

定价:16.00元

内 容 简 介

模特表演作为一种现代商业手段和文化活动已经日益为广大群众喜闻乐见。一些院校相继开办了模特专业,许多企业和文化团体也组织了专职和兼职的表演队,但由于训练模仿性较强,后劲不足,所以组织出版一本《模特表演教程》以满足模特培训及教学的需要。本书分18节,通过服装表演的发展向广大读者展示了模特表演的启蒙期、成熟期以及在当代装饰文化背景下模特表演的性质、内容、风格和模特的生理条件、文化修养、美容化妆、保养等,同时就模特的职能、公关活动、市场行为等进行了阐述。

本书既可作为培养职业模特的教材,也可供广大企、事业职员选修,以提高其自身的素质。

序

这本书为服装表演提供了比较完整的知识框架。动手之前曾思忖再三,研究应该以什么为基础,最后成书应该具有哪种基调,这是我们遇到的第一个,也是第一位重要的问题。是一名学生的行为提醒了我们,她学的是服装表演,在社会上已小有名气,平时训练时不愿意露出自己拿手的造型,怕别人学了去。表面看这只是一个德育问题,从深层次上研究也是一个学术题目,如果表演专业只是由几个造型和几种台步组成的就太单薄了,表演有规范,但更应该具有推陈出新的活力,后者根本无法模仿。这个学生怕人“偷艺”,就说明她自己的底气不足,不具备别人根本没法模仿到的职业“素养”。

怎样才能培育出有科学分析头脑和艺术创造本领的人才呢?我们以为教授技能性的操作方法是必要的,服装表演从基本特征上讲是“术科”,通过实践培养学生的能力无可非议,但是实践要有理论的指导,只有把握了实践的规律,才能利用规律进行智慧型的劳动,知道“怎么样”是目的,而知道“为什么”才是根本,这样他们才不仅了解“应该怎样”,还会思考“可能怎样”,判断“将会怎样”,具有由此及彼、联类而及的创造张力,要以理性认识为核心,以实践为主体,认识自觉了,实践就自由了。所以应把服装表演当做“学科”来对待,也就是说,要从一定意义上重视它的理论性,重视对规律的摸索与表达,这样培养出来的专业人员才有能力面对不断变化的时尚,成为宽厚型的人才,他们不怕模仿者成熟后的挑战,因为他们是创造者。本书从操作性与理论性的结合上作文章,根据

便在于此。

从整体上讲,中国的服装表演事业尚在草创阶段,作为独立的专业还不成熟,相关资料少,理论研究深度不够,所以本书的出版是试探性的,肯定有许多不当之处,请读者批评指正。

本书得到了许多朋友的帮助,邓跃青、孙峰为本书设计了插图,在此表示衷心的感谢。

编著者

1995年8月23日



作者简介

徐宏力，男，1953年出生，文学博士，青岛大学教授，曾经撰写出版过《美学与电子文化》、《模糊文艺学论要》等专著，曾主编过《泛美学丛书》，在《文艺研究》、《服装科技》等刊物上发表学术论文数十篇，有些被《新华文摘》等国内著名刊物转载。现从事美学及服装基础理论研究。

责任编辑：包含芳
插图设计：邓跃青
孙 峰

11/11/05



作者简介

吕国琼，女，1945年生，国家一级模特表演编导，中国国际广告公司艺术总监、东方霓裳艺术表演团团长兼艺术指导。13岁开始学习舞蹈专业，80年代初开始探索模特表演艺术，是中国在这个领域中的开拓者之一。她培养的许多模特在国内外大赛中获奖，被誉为中国“模特之母”。她独辟蹊径、致力追求东方特色的模特表演之路，形成了端庄、大方、含蓄、高雅的表演风格。她参加过许多大型晚会的服装表演编导工作，先后率团赴欧美及东南亚十多个国家演出，为把中国的模特表演艺术和服饰文化介绍给世界做出了贡献。

目 录

一、模特表演史略

- (一) 模特表演的启蒙时期..... (1)
- (二) 模特表演的成熟时期..... (2)
- (三) 模特表演的多元化时期..... (4)
- (四) 世界名模简介..... (5)

二、服装表演的性质..... (13)

- (一) 服装表演特征的成因 (13)
- (二) 服装表演是“亚艺术” (14)
- (三) 服装表演是体势语艺术 (16)
- (四) 服装表演是“软商品” (18)
- (五) 服装模特的工作内容 (19)
- (六) 模特的类型 (22)

三、服装表演中的性与美..... (28)

- (一) 性与美的联系 (28)
- (二) 性与美的区别 (30)
- (三) 女性模特的美 (32)
- (四) 男性模特的美 (34)
- (五) 女性模特与男性模特的相互影响 (35)

四、模特的条件..... (39)

- (一) 生理条件 (39)
- (二) 文化基础 (43)
- (三) 职业感觉 (45)
- (四) 人格素养 (46)
- (五) 经营意识 (47)

五、模特的保养	(49)
(一) 健康与美的关系	(49)
(二) 良好的生活习惯	(50)
(三) 营养与美容食品	(51)
(四) 体育运动	(54)
(五) 形体控制	(56)
(六) 面部保养	(57)
(七) 皮肤保养	(59)
(八) 头发保养	(65)
(九) 手的保养	(66)
(十) 脚的保养	(67)
(十一) 口腔保养	(67)
六、模特的教养	(69)
(一) 人格修养	(69)
(二) 舞蹈知识	(72)
(三) 音乐知识	(75)
(四) 美术知识	(78)
(五) 站立	(80)
(六) 行走	(84)
(七) 坐姿	(85)
七、模特的化妆	(87)
(一) 化妆的审美原则	(87)
(二) 面型与皮肤分析	(88)
(三) 化妆工具与化妆品	(90)
(四) 粉底与腮红	(92)
(五) 鼻子的画法	(93)
(六) 眉眼的画法	(94)
(七) 嘴的画法	(97)
(八) 面部矫形化妆	(99)

(九) 指甲的画法·····	(106)
(十) 体毛的处理·····	(107)
八、模特的发型 ·····	(109)
(一) 模特发型的一般规律·····	(109)
(二) 发型工具与用品·····	(112)
(三) 头发梳理·····	(115)
(四) 基本发型·····	(116)
(五) 发式变体·····	(121)
(六) 发饰物·····	(126)
九、模特的基本服装理论概念 ·····	(129)
(一) 服装美的本质·····	(129)
(二) 服装的人本性·····	(131)
(三) 服装的典型性·····	(133)
(四) “大服装”意识·····	(136)
(五) 着装五要素·····	(140)
(六) 流行意识·····	(141)
(七) 名牌意识·····	(143)
十、模特的服装艺术知识 ·····	(145)
(一) 服装主题·····	(145)
(二) 服装的形式美要素·····	(148)
(三) 服装的艺术结构原则·····	(158)
(四) 对表演服装的理解·····	(172)
十一、服装表演的条件 ·····	(174)
(一) 表演场地·····	(174)
(二) 舞台美术·····	(177)
(三) 音乐·····	(178)
(四) 灯光·····	(179)
十二、与服装表演相关的人员 ·····	(182)
(一) 服装设计师·····	(182)

(二) 编导.....	(184)
(三) 摄影师.....	(187)
(四) 其他工作人员.....	(190)
(五) 观众.....	(191)
十三、服装表演的过程	(194)
(一) 排练.....	(194)
(二) 图示.....	(194)
(三) 准备.....	(196)
(四) 表演.....	(200)
(五) 评论.....	(202)
十四、服装表演的基本要素	(204)
(一) 运动的美学意义.....	(204)
(二) 基本训练.....	(205)
(三) 基本台步.....	(207)
(四) 基本的转体方法.....	(211)
(五) 基本手型与手位.....	(214)
(六) 基本脚位.....	(220)
(七) 基本造型.....	(222)
(八) 表情.....	(229)
十五、服装表演的主要风格	(232)
(一) 都市风格.....	(232)
(二) 职业风格.....	(234)
(三) 田园风格.....	(235)
(四) 民俗风格.....	(236)
(五) 嬉皮风格.....	(237)
(六) 抽象风格.....	(239)
(七) 梦幻风格.....	(240)
(八) 古典风格.....	(241)
(九) 中国特色.....	(243)

十六、模特的公关活动	(246)
(一) 模特公关活动的意义	(246)
(二) 媒体的作用	(249)
(三) 语言修养	(251)
(四) 公关技能	(252)
十七、模特的市场行为	(256)
(一) 服装表演市场	(256)
(二) 模特表演代理	(257)
(三) 模特的“自我推销”	(259)
(四) 模特的收支	(260)
(五) 模特的经营活动	(261)
十八、模特职业的泛化	(265)
(一) 模特职业泛化的必然性	(265)
(二) 影视模特	(266)
(三) 印刷品模特	(268)
(四) 商业模特	(269)

一、模特表演史略

模特表演的发展,大致可以分为三个时期。

(一)模特表演的启蒙时期

在西方古代社会,展示服装立体效果的是一种被叫做“玩偶”(DOLL)的人体模型,1398年法国王后伊莎贝拉把一个穿着服装的玩偶送给了英国的爱娜王后。罗斯·贝尔坦(ROSE BERTIN)是法国16世纪的一位设计师,来自凡尔赛,她最先在商业性设计中使用了人造的人体模特,为了在欧洲广泛地宣传自己的作品,她也把服装和人造模特一起送给顾客。

用真人作模特起始于1840年,西装裁缝艾曼有一天心血来潮,找了一个俊秀的男青年穿着店里的服装在公园里作宣传,后背贴有一张印着店名的小海报。法语模特一词MANNEQUIN来源于MOENEKEN,意思是“矮男”。历史上第一位有记载的真人女时装模特叫玛丽·弗内·沃斯(MARIE VERNET WORTH),英国人,容貌漂亮,体型完美。她年轻时在一家服装店里当营业员,店主是19世纪中叶英国著名的服装设计师查尔斯·沃斯(CHARLES WORTH)。1845年的一天,在一位布匹商人的建议下,沃斯指挥玛丽披上店里的披肩,向顾客展示商品的审美效果,这是有史以来的第一次服装表演。玛丽后来嫁给了沃斯,从1852年开始,她就带领店中的女营业员有组织地表演丈夫的作品。1858年,沃斯的服装沙龙里出现了专职模特。

1914年,芝加哥举办了美国首次服装表演,这个城市是当时北美的服装工业中心,此次活动盛况空前,被称为“世界最大系列表演”,显示了新兴资本主义国家后来居上的实力。主办者雇佣了

100 名模特,向 5000 名观众展示了 250 套时装,服装数量不算多,但是模特的数量可够多的。这次服装表演被拍成电影,在全国各地上映,产生了广泛的社会影响。

20 世纪初期,时装模特并不是一份可以糊口的好职业,他们之中的大多数人不得不兼作售货员、礼仪人员或演员。女模特们也被认为是品行可疑的人,上流社会的女性努力保持与她们的距离,以示自己的冰清玉洁。

模特表演的启蒙时期长达 80 年左右,从 19 世纪 40 年代,到 20 世纪 20 年代,服装表演由一种偶然的推销行为发展为相对独立的职业,它有了程式化的服装展示方式,有了比较确定的社会需求,有了相对稳定的模特队伍,但是作为一种文化事业,它并没成熟。

(二)模特表演的成熟时期

促使模特职业有了文化品味,登上大雅之堂的人是 20 世纪二三十年代法国的著名设计师让·帕图(JEAN PATOU)。他雇佣了一些有教养、聪明、有魅力的女孩子在巴黎的服装沙龙里进行表演,被具有宫廷文化传统、以典雅为宗旨的法国社会所接受了。这有两种原因,一方面是在西班牙的服装文化伴随着国力衰落之后,巴黎就一直是西方服装艺术的中心;另一方面也是让·帕图的服装设计与表演构思忠实地体现着贵族情趣。不管这种以保守的方式得到的承认付出了多大的代价,商业气息浓重和俗文化特点鲜明的服装表演从此有了艺术身分,这就是了不起的成功。最具有划时代意义的事发生在 1926 年,让·帕图从美国带回了 6 个姑娘,让她们与法国的模特同台演出,这些北美女性没有家园意识和传统重负,不但天生丽质,而且动作自由奔放,大方洒脱,充满活力,代表着新时代都市青年文化的风格。这给比较保守的欧洲世界以不小的刺激,人们开始重新审视表演的价值,发现它们是时代审美潮流的晴雨表,影响远远超出了服装行业,这些模特也就成了后来

的职业典范。

模特的文化地位得到社会认可以后,她们也不再仅仅是服装设计工作室里的辅助人员,而有了自己的行业机构,世界上第一个专业模特代理公司是约翰·罗伯特·鲍尔斯(JOHN ROBERT POWERS)1928年在纽约建立的。他原来是一名演员,最初利用自己熟悉的关系,拉一些女演员,甚至女明星来捧场,她们的自然条件很好,影响很大。随着现代商业广告业的发展,模特这一行越来越热,并且开始充分专业化了。1938年,鲍尔斯属下的模特哈里·康诺弗(HARRY CONOVER)在百万富翁亨廷顿·哈特福德(HUNTINGTON HARTFORT)的支持下建立了自己的模特机构,并实行了担保人制度,给模特固定收入,演出酬金另算,使得这一职业更加稳定。

模特艺术地位确立以后,传播界看中了他们在社会上的影响,用模特作封面女郎有极好的视觉效果,这又给模特成名创造了众多的机会。埃德娜·伍尔曼·查斯(EDNA WOOLMAN CHASE)是巴黎《时尚》杂志的编辑,她第一个在印刷品中使用真人模特,时装摄影从此发展起来,这就增加了广告对模特的需求。

欧洲最初没有专业模特机构,无法提供训练有素的时装摄影模特,二战以后,大多数摄影师只是在街上临时找一些漂亮的女孩作摄影模特,这种随意性影响了形象质量,无法适应法国日新月异的时装变化。1957年,美国最著名的模特之一多里安·利(DOIAN LEIGH)在法国开设了第一家模特公司,以后欧洲各国也出现了许多这样的赢利企业。约翰·卡萨布兰卡斯(JOHN CASABLANCAS)在巴黎成立了埃尔泰(ELTE)公司,这是第一个跨国模特服务网络。

从20世纪20年代到60年代的40年中,服装表演以它的艺术影响为基础,形成了若大的文化企业,这时的服装模特以古典美为标准,塑造着一代又一代的形象模式,沙龙感觉极为鲜明,他们作为服装艺术家创造的诠释者,有强烈的贵族味道。

(三)模特表演的多元化时期

进入 20 世纪 70 年代以后,西方的嬉皮士风格作为社会逆流逐渐退出了舞台,但是它们对贵族传统的挑战姿态并没被彻底摧毁,艺术融入了一些丑的因素,促使人们开始欣赏各种各样的具有个性特点的形象,甚至不时地追求怪诞,1975 年,在威廉明娜(WILHELMINA)公司的推荐下,帕蒂·汉森(PATTI HANSEN)和肖恩·凯西(SHAUN CASEY)这两个脸上有雀斑的女人被选为《时尚》杂志的封面女郎,雀斑也成了美的标志。1977 年,纽约“大美人公司”的奠基人玛丽·达菲(MARY DUFFY)推出了身材比一般模特要高得多的高大模特。1981 年,格里尔(GRILL)创建了克里克(CLICK)模特公司,向公众介绍了有色人种和一些并不绝对美、甚至形象有些毛病,但却高度个性化的模特,丰富了时装表演和时装摄影的创作范围。洛朗·赫顿(LAUREN HUTTON)是 70 年代的名模,她眼神灵活,前牙有缝,在不完美中表现出独特的魅力,她一反传统的端庄表演方式,具有女权主义的挑战性。到了 80 年代,超过 40 岁的模特也出现在这个历来由青春与活力统治的领域,成熟美更注重品味。

到了 80 年代后期,日益增多的小时装店开始专门化,小店的增多从市场需求上反映了时装艺术多元化、平民化的趋势,而其专门性,反映了服装艺术质量的提高和服装文化深度的增加。这些小店也要宣传自己的企业形象,它们服务的独特性决定了对模特有独特的要求,例如专营中年女性服装的商店就不需要传统标准的模特,于是一些大的模特代理公司就把注册人员按年龄、身高和形象特点分成类,提供专项服务。

我国第一支服装模特表演队伍是 1981 年在上海成立的。1989 年,大学开始设置了兼修服装表演的专业。若是不从时间上而从逻辑上来看待历史分期,中国的服装表演依然处在不发达的第二阶段上。说它处于第二阶段,是因为从本质上讲,中国现代的服装表