

中国纺织大学出版社

FASHION

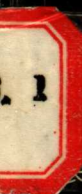
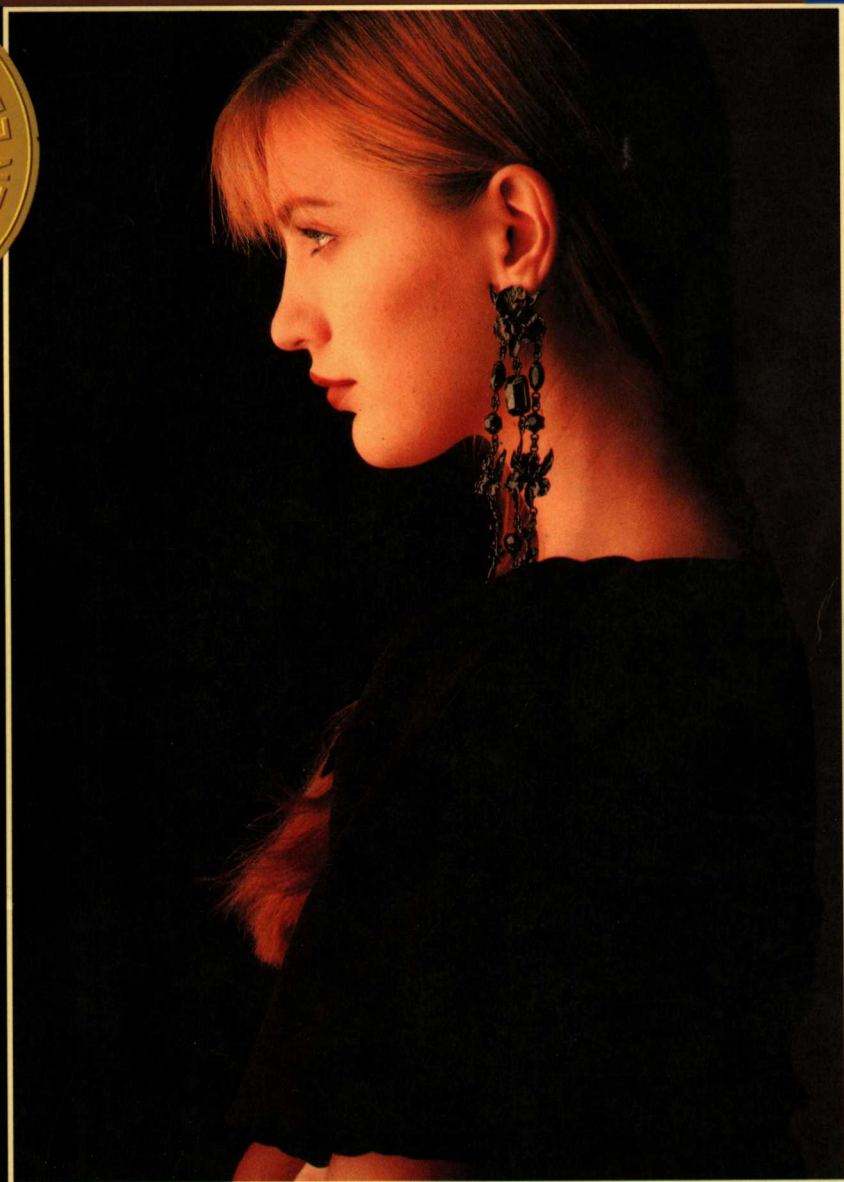
时装鉴赏艺术

APPRECIATION

包铭新
• 编著 •



- 服饰是无声的语言
- Fashion & Individuality
- 名牌——一个今天的童话
- Dress & Life Style
- 时装的复古与怀旧



ese Fashion Model

衣裙的女子

包铭新 编著

TS 944
B285



时装鉴赏艺术

FASHION APPRECIATION ARTISTRY

中国纺织大学出版社

总策划 陈旭炜
策 划 吴川灵 徐安妮
责任编辑 徐建红
封面设计 彭 波
版面设计 丁文青 陆志雁

时装鉴赏艺术

包铭新 编著

中国纺织大学出版社出版

(上海市延安西路 1882 号 邮政编码 200051)

新华书店上海发行所发行 上海中华印刷厂印刷

开本: 787×1092 1/16 印张: 8 字数: 179 千字

1997 年 8 月第 1 版 1997 年 8 月第 1 次印刷

印数: 00 001-12 000

ISBN 7-81038-144-X/J·09

定价: 38.00 元









目 录

1 时装赏析与服饰美学	1	20 色彩偏爱与个性	42
2 并非独立的服饰之美	3	21 两个问题—关于心灵美和气质 ...	44
3 服饰美感的产生	6	22 时装的新奇感	46
4 寻找差别	8	23 服饰情结	49
5 服饰是无声的语言	10	24 人格面具和自画像	51
6 衣着与理想形象	12	25 是商品, 还是文化?	53
7 女性心目中的男服美	14	26 名牌	
8 男人与美丽无缘?	16	——一个今天的童话	55
9 绅士与牛仔	18	27 穿着与生活方式	59
10 投向女性服饰的男性目光	20	28 时装的复古与怀旧	62
11 阳刚与阴柔	22	29 后现代主义与当代时装	63
12 性感的时装与时装的性感	26	30 超短裙	
13 矫饰与天然	28	——从前卫到经典	65
14 服饰的夸张	30	31 穿长裙的女子	68
15 畏惧与自信	32	32 不齐的裙摆	71
16 镜中自我与镜中时装	34	33 女性穿裤装	73
17 趋奉时尚的多维心理	36	34 点子纹与条格纹	75
18 时尚与个性	38	35 时装设计中的古典主义	
19 服饰与个性	40	与浪漫主义	77

36	时装的雕塑风与建筑风	81
37	肩部造型与女性角色	85
38	超大风貌与男服女穿	87
39	晚礼服与婚礼服	91
40	设计眼之一	95
41	设计眼之二	99

42	设计眼之三	103
43	设计眼之四	105
44	服饰诸相	107
45	中国的时装模特儿	109
46	消费者看流行色	114
47	消费者看服饰组合	116

1 时装赏析与服饰美学

时 装赏析即时装审美。尽管我们在此只是通俗地、随感式地谈谈有关时装赏析的诸多方面,我们采取的是一种线性的形式,希望产生流水般讲述的效果,而并非建立严密系统的立体结构,我们仍不妨先来了解一下服饰美学的内容和性质。

服饰美学是现代美学的一个分支。关于美学,我们可以采用这样的定义:“美学就是以审美经验为中心,研究美和艺术的学科。”美学一般可以分成基础美学(可细分为哲学美学、心理学美学和社会学美学)、实用美学和历史美学(其中包括美学史、审美意识史、艺术风格史和艺术史哲学)。服饰美学属于实用美学。实用美学又包括装饰美学、技术美学和社会美学等分支,服饰美学与这些分支都有关系。套用以上关于美的定义,我们可以说,“服饰美学是以审美经验为中心,研究服饰及其设计的学科。”

作为一门学科,服饰美学本身又可以从如下几个角度来研究。首先,可以从心理学或审美心理的角度来分析服饰的魅力。即为什么不同色彩造型、风格和具有不同文化内涵的服饰能对人们产生不同的印象,使人们获得不同的审美体验。其次,从社会学的角度来分析服饰美感产生的社会因素,分析服饰与人们的生活方式和消费习惯的关系。最后,可从艺术角度来研究服饰本身的相对性质,服饰流派与各种艺术流派之间的关系,特别是服饰流派与诸如后现代主义等现代艺术之间的关系。

由于服饰美学是一门实用美学,所以我们不想也无力纠缠于一些美学基本概念和命题的争论(那是基础美学的任务)。只是直接引用我们认为有用的结论。例如,自从1797年F.施莱格尔赋予丑以及一系列与古典美学范畴相对立的辛辣、粗鲁等范畴以美的含义,近代美学已经把丑作为一种审美价值,所以我们也把现代时装中怪诞夸张丑陋的作品作为审美对象加以评析。另外,如立普斯(T. Lipps)的移情说、鲁道夫·阿恩海姆(Rodolf Arnheim)的格式塔、琼恩(C. G. Jung)的人格面具、康德(I. Kant)无利害关系说等,我们也不加说明地运用。

目前,服饰美学还是一门很不成熟的学科。不少著作

仅仅是用传统哲学思辩的方法,对服饰史或历史服饰进行一些粗疏的分析,如日本的板仓寿郎的《服饰美学》。有的著作已经尝试着用审美心理学的成果对服饰进行视觉分析,如美国明尼苏达大学的玛丽莲·德郎教授(Marilyn De-long)的《我们的观察方法——服饰视觉分析》。虽然不少学者和研究人员曾经或正在努力试图使服饰美学变得更加科学和精确,尽管人们已经使用仪器来评价服装面料的风格手感,测量观察者对不同色彩形状的反应,但费希纳(G. T. Fechner)提出的美学应该以观察为基础的理论看上去仍然是一个合理的出发点。有人就以尽可能客观和严格的现象学观察为基础,加以逻辑学中那一套归纳和演绎的形式方法,对服饰美学中某一方面的问题进行较为深入的细致的考察研究,例如安娜·荷兰特(Anne Hollander)的《服装与人体》。荷兰特在书中分析了在雕塑、油画和摄影等视觉艺术以及电影和戏剧等表演艺术中的服饰与人体的关系。

服饰审美活动异于其他艺术的审美活动的一个重要方面是审美主体与审美对象常常合二为一。服饰本身常常不能单独地被当作审美对象,服饰常常是与人体有机地结合在一起而被人审视和欣赏。服饰的穿着者既与服饰一起组成审美对象,同时往往又成为第一个和最重要的审美主体。为了更清楚更完善地进行这种独特的审美活动,穿着者几乎总要借助镜子(或如镜的水面等)。这时,严格地说,审美对象已经不是真实的穿着者及其服饰,而是其镜中的映象。虽然,人们都相信镜映与实体几乎完全一样,但事实上并非如此。即使撇开不谈由于镜面的性质和反射所造成的差异,我们也不能忽视镜中呈现的是经过不同程度理想化的自我。这种审美对象与审美主体的兼任,映象与实体的替换,使得很多服饰美学命题增加了复杂性和难度。

服饰艺术是一门实用艺术。服饰艺术包含了设计艺术和穿着艺术两个主要方面。这两个方面,特别是后者,与千百万凡夫俗子芸芸众生密切联系,与他们家居、宴游、工作、运动等一切活动密切联系。所以说,服饰艺术是一

门极其通俗的艺术,与之相关的服饰美学也应该是一门通俗美学。



○服饰审美活动中,审美主体与审美对象合二为一。

2 并非独立的服饰之美

关心服饰美的人越来越多了。不但时装设计师及服装厂商关心它,而且服装零售商及广大消费者也关心它。我们惊喜地看到,一些知识渊博但自己不修边幅的学者也加入了这个行列。自信的专家们试图用形式法则来解释,一群来自南方的女性作家用轻灵的文字来表述,我不清楚他们是否注意到,服饰之美的最基本的特点,是它的非独立性,或者说依赖性。

你拿一件衣服来问我美不美,我会说那要看谁穿。同一件衣服,由不同的人穿,效果可以是完全不同的。衣服只有穿在人身上,才获得了生命。衣服不像画那样是挂在墙上让人欣赏的,不像雕塑那样是立在门前让人瞻仰的,也不像紫砂壶那样供人把玩。衣服从一开始就与人联系在一起——它甚至在诞生之前就与人联系在一起。设计师在构思时就想象有某一个人在穿他的设计,一个男人或女人,一个初长成的少女或成熟的妇人,一个丰腴或纤弱的,一个黧黑或白暂的,总之他需要一个想象的模特儿供他创意供他酝酿与他的构思一起变成现实。时装效果图上画的是被穿的衣服,立体裁剪需要胸架——人的替代,不少设计师和厂商在有条件的时候,就使用试衣模特儿。光考虑面料的肌理色彩和图案是不够的,设计师一定要预见到人体的起伏如何使面料由平面变成曲面,直线变成曲线,连续平滑的线变成断开折叠的线,图案被扭曲,色彩出现明暗。而服装的款式、尺寸、结构无一不与人体相关。

对服饰美学的研究者来说,放在包装袋里橱窗里柜台里抽屉里壁橱里的衣服不那么重要。服饰与人加在一起形成一个新的生命,1+1不等于2。服饰与人会互相作用。夜礼服可以扮出一个贵妇人,而牛仔装可以造就一个西部硬汉。深深的V字领可以产生“延颈”之美,两条纤长有力的腿使一块不足50厘米的布变成了超短裙,扔在沙滩上的三块小布片,穿在健美的身躯上才称为比基尼。

你穿了一件衣服来问我美不美,我说那要看你心里怎么想。服饰之美依赖于穿着者的内心期望与穿着效果的相符程度。审美是主观的,服饰审美更是如此。甲认为娴淑是一种美,乙认为死气沉沉;乙认为冶艳具有动心慑魄

之功,甲却认为丑恶。这里不可能有什么绝对的和客观的标准。你如果碰巧有三个哥哥,你是家中的宠儿,你又长得漂亮,从小受尽别人的赞美,像你这样的女孩子习惯于别人的注意,也需要和喜欢别人的注意,注意和赏识会像阳光一样使你感到幸福,使你出落得更加美丽。所以你就会选择对比的色彩组合,新颖奇特的款式,会穿开衩的长裙,会喜欢低低的领线,这一切都与你相配。如果穿上灰色调的典雅着装而被别人忽略,你感到不快,你心情沮丧,你愤愤不平,你看上去也不会美丽,不管那灰色的淑女装是多么比例协调裁剪得体。这样反过来假设有一个“养在深闺人未识”的羞涩女孩,也一定能证明我的论点。

即使暂时不考虑人的因素,单独地来分析服饰在美感产生时所起的作用,我们也更重视服饰的组合方式而不是服饰本身。所以,当你拿一件衬衫来问我好看不好看,我会问那要看你如何搭配,你想拿来配一条裙子还是裤子,是喇叭裙还是A字裙还是一步裙,如此等等。花衬衫可以配茄克衫配牛仔背心配休闲裤,但配格子西服再戴一条花领带效果如何?

我们常常说简单的款式不会绝对难看。这是简单的款式很容易成为服饰组合中的一个元素,而元素总是能起作用,总是能产生美,以这种方式或那种方式。太复杂的款式常常使聪明的消费者望而却步,原因之一是它常常本身自成系统,较难与其他服饰再进行成功的组合。

我们说消费者自己是半个设计师。因为他或她常常不是成套地买回所有的服饰,然后按照设计师或厂商的指示进行组合。他们买回的大多是一件件本不相干的上衣下裙,然后就要靠自己来搭配。而搭配就是设计。比较聪明的消费者比较早地开始他们的组合设计,他们在购买每一件服饰品时都问自己:“我将如何使用它?它将与我的衣橱中已有的服饰如何进行搭配?”太忙或太懒的消费者只能买成套的服饰,不少特意提供从帽到衣到鞋的全套服务的专卖店就是为他们开的。

你拿一件衣服来问我美不美,我会说那要看这种款式现在是否流行。流行的惯性力量太大,不是任何人可以忽



○不同时代的女性理想形象及服饰风貌

视的。用绝对化的规则或法则来判断服饰美丑是困难的。喇叭裤曾是美的，是因为它裤脚管大；萝卜裤也曾经一度受宠，是因为它裤脚管小；直统裤也是美的，而它的裤腿不大不小。流行主要是非

理性的。各种形式在流行的怪圈中都有风行一时的机会。还是夏奈儿说得好，设计师并不需要不断地创新，他（她）只需要在“合适的时候拿出合适的款式”，这里“合适的时候”就是指流行的时候，而“合适的款式”几乎是现成的。

绝大多数人是承认流行的力量的，但是他们当中的很大一部分忽视了人的流行。不断地有人问我今年的流行色、流行面料和流行款式是什么，几乎没人会想到问我，“今年流行怎样的人？”或者“那种模样的人今年才算美丽？”

这样的问题听上去有点荒谬，但仔细想想却是不无道理的。在远古时代，在原始社会或古代漫长的生产力极其低下的时期，母性美就是女性美。因为人类要延续，女性的繁殖能力是第一重要的。盆骨宽大、乳房发达的壮硕女性是美的，这从许多早期雕塑和绘画作品中可以得到证实。在中国，唐代流行那种慵倦肥硕雍容浓艳的女性美，清代流行那种病态的弱不经风的美，我们看看张萱的《倦绣图》，以及费晓楼改七岁的仕女图，就会明了。20世纪以来，西方社会在本世纪初曾流行一种像男孩子般的女性美，胸部平坦腹部平坦有如未充分发育的女孩，20年代流行的女性形象保持前10年的基调，只不过更花俏更轻浮一点；30年代女性优雅顾长苗条而富于曲线；40年代~50年代欧美传统的成熟女性形象重新流行；60年代的著名时装模特儿崔姬（Twiggy）以她那瘦瘦的长手长脚的模样（Skinny and leggy）为流行至今的减肥运动吹响了前奏。当代中国也经历了相似的变化。在笔者尚年轻的五六十年代，160厘米是女孩子相当标准的身高，端正的五官唇红齿白

是第一重要的，乌黑的头发被认为是美的，骨肉匀称的丰满美。回忆一下当时的电影明星白杨、王丹凤和秦怡，就知道当时人们心目中的理想女性的形象。可是现在女孩子希望长到170厘米乃至更高，已经骨瘦如柴还是每顿只吃一小口饭，把头发染黄（连足球场上厮杀的国脚也染黄了头发！），把眼圈涂黑（50年代的人会认为这是病态），把嘴唇染蓝染紫染成熟褐。

先有人的流行才有服饰的流行。平坦的腹部被认为是美时，就会有低腰线或露腹式；长长的腿被仰慕时，就出现了超短裙；强调传统女性的形体曲线时，高腰线就重新流行；女强人形象吃香之时，肩垫就变得又宽又厚棱角分明；身高的重要性与日俱增，高跟鞋的花样就层出不穷。服饰帮助人去追求理想形象，或帮助人做一个美丽的梦。

自然是裸体的，社会人是着衣的。现代人主要是社会人。衣着对现代人来说太重要。但是，衣毕竟是附属的，在生活中，人之美比衣之美更重要。你精心着装打扮，最终目的不是让人欣赏你的衣着，而是衣着之下的你。如果你的朋友见到你，极口称赞你的上衣你的裙子你的袜子



○不同时代女性的理想形象及服饰风貌

你的鞋,就是不提一下你怎样,你的欣喜会慢慢变成失望。所以,太复杂太炫目的衣裳,常常会使人只注意衣而忽视了人的存在,这就叫人不胜衣,这不是我们期望的美。

当然,也有衣美比人美更重要时候。比如在商业性时装表演之时,时装模特儿是美丽的,但厂商或设计师希望通过她们的美丽来展示时装的魅力。太美丽太炫目太容光焕发太表现自我的时装模特儿会使人忘记了衣的存在,使观众不再关心衣裙的长短腰身的肥瘦,这显然违反表演的初衷,这样的时装模特儿不是一流的模特儿。

生活无处不在,而时装表演只是商业促销所精心营造的一瞬。但现代商业太强大,它使人产生幻觉,使人忘记

表演的根本目的。

只重衣衫不重人自古以来就是愚蠢的。当然,现代的社会人,现代人的形象是着衣人的形象,衣与人不可分。

服饰美学就是一部关于衣与人的哲学。衣是帆,人是风。从事服装设计的学生要花很大精力去学人体素描,服装专业人员要懂一点人体工学。广大服饰消费者也要了解自己,自己的体态容貌,自己的内心期望。他们会在新闻媒介和铺天盖地的广告和促销宣传的引导下产生关于人体美的理想。

知己知彼,知人知衣。



3 服饰美感的产生

美感或审美经验,是指人们欣赏着美的事物所产生的一种愉悦的心理体验。这种愉悦是人所独有的,它是如此强有力,可以使你忘却忧虑,感到陶醉,并永不满足。美感的产生,则要涉及感知、想象、情感和理解诸多心理因素。

美感产生于事物的美与人的心理活动之间的交流。世界上的美有着不同的种类和层次,而服饰美基本上是一种应用的美和感性的美。人们想依靠服饰之美来装点自己的青春和生命,但并不想把青春和生命全都耗费在穿着打扮上。不过,服饰美也能升华,甚至可以达到“其乐无穷”的境地。洁白婚礼服对之于幸福的新娘;故国衣冠对之于遭受亡国之恨的人民……这样的例子不胜枚举。

服饰美的感知包括简单的感觉和较复杂的知觉。感觉中以视觉最为重要。“衣裙窈窕、佩玉叮咚”之类的听觉效果所起的作用极其有限。服饰的线条、体积、色彩、图案和质感,都要首先施之于视觉。由于服饰美离不开穿着,所以也有赖于穿着者的机体觉(也被简称为触觉),包括衣料的手感和服装的舒适感。舒适感属于生理快感,可视为服饰美感的一种初级形式,或者看作是有助于产生服饰美感的重要因素。服饰的形式美和舒适感是紧密相关的两个概念。虽然前者求诸美术设计,后者得之于科技设计,但在现代服饰设计中,这两者的差距并不如有些人想象的那么大,而且必须相互配合,不能截然分开。

感觉是对服饰个别特征的反映,知觉却是对服饰整体的把握。知觉是在感觉的基础上形成的。没有对某件服装款式、色彩和质地等属性的感觉,就不能形成对整体服装的知觉。但知觉判断并不等于审美知觉。九龙十二章冕服曾经具有的威严或狰狞之感,一件轻薄连衫裙带来的清新飘逸,与色彩鲜艳的海滩服一起跳跃扭动的青春躯体所透露的旺盛生命力,这些才是审美的知觉。乍看之下,审美知觉完成于弹指之间,但是,正如电子计算机能在一瞬中动用它的全部信息储存,这里也已牵涉到观察者的全部生活经验和主观意向,包括他的价值观、好恶、美好或痛苦的回忆,从而不可避免地有着想象、情感 and 理解的参与。

一件从北美原始民族服饰中汲取灵感的时装可以使你联想起远古的图腾崇拜;一件绣花肚兜使你爱子幼时的天真形象重现脑海——这就是审美中的知觉想象。

服饰本身本不具备什么情感,但是观察者或穿着者根据自己的经验而产生的联想却可以赋予服饰以种种不同性质的“情感”,西方美学家鲍桑葵和桑塔耶那称之为事物的第三性质(大小厚薄等客观性质为第一性质,红绿冷暖等感知性质为第二性质)。逢年过节的新衣服所表现的欢乐喜庆,披麻戴孝或黑色丧服所流露的悲痛哀悼都属于这类知觉情感,要是与其他审美经验的要素(感知、想象、理解)按一定比例配合达到一种自由和谐的状态,即能产生美感或审美情感。

审美过程中的理解因素可分为几个不同方面。就服饰审美而言,主要是指对服饰的设计技巧、程式、造型规



○服饰美感的产生源于人对服饰的感知。这组从非洲原始民族汲取灵感的服装使人联想起远古的图腾崇拜。

律、流派风格和象征意义的理解。理解的另一方面是指区分虚实,即把真实生活与艺术虚构加以区分。这在服饰审美活动中很容易被忽视。人们总是倾向于把所见的美丽服饰与自我形象相结合。在观看时装表演时,人们常常忘却,表演的时装是设计师用以夸张地表现他们对流行趋势的理解和把握其设计意向的。

当一门艺术可以满足实际需要的时候,它就有了伦理道德方面的职能。服饰艺术既然是一门实用艺术,服饰美感的产生就离不开价值观的左右。持孔孟之道的人和清教徒,都无从欣赏现代女性时装之美,一件比基尼可以使他们暴跳如雷,那泳衣的色彩、图案或质料对他们形同虚设,他们见到的只有伤风败俗。崇尚节俭的人首先考虑服饰的价格;讲实际的人往往高度重视服装的功能性和舒适性;重社会价值的人力求把自己穿着打扮成“好公民”,希望自己的服装能得到上司或邻人的赞许——对于这些人

来说,纯粹形式的服饰美是次要的。

服饰美的被感知,还要依赖于人们对服饰的审美态度,即对服饰兴趣的大小,对服饰美的注意程度以及对服饰行为所抱有的审美期望。各种不同的价值观,对服饰审美态度的影响最大。兴趣的大小,依人们对此花费的时间、精力和金钱而定。不同年龄和性格的人,其对服饰注意和感知的方式也不一样。例如儿童往往把一件服装分成许多局部来感知,而成人的整体感较强。局部分开被感知与整体被感知不一样。服装设计师常对某一细节进行刻划或强调(如领式、袖式、腰带、缝线和钮扣),让这一细节首先吸引你的注意,然后逐步转移,这样就可使你按设计师的意图去感知其作品的美。

对服饰美感产生过程的了解和认识,将有助于对服饰审美趣味和能力的提高。

4 寻找差别

设计师往往自诩为美的创造者。但美的创造源于美的发现。我们的创造依赖于我们之所见。谁都无法凭空创造。于是我们观察,我们寻找。

有人问我,怎么样的学生能学好服装设计? 尽管设计院校的入学考试科目中有色彩、素描、图案等美术课,或物理、数学、语文等文化课,我却认为最重要的条件非常简单,就是懂得分辨好看难看。

不少女性并没有受过任何美术训练,却能在一大堆衣物中一下子挑出那件最漂亮的,在一长排面料中选出那匹最富特色的。她们进了使人眼花缭乱的商场,很快能发现哪些柜台前摆的是最新的款式。在众多看上去雷同的衬衫中,能发现哪种领子尖一点或是哪款克夫宽一些。

发现美的实质在于寻找差别。美术训练的基点也是眼睛的训练。素描长期作业是典型的例子。多少小时的漫长过程,其持续和完成的关键在于用眼捕捉光线在石膏像白色表面上造成的明暗变化。

发现自然界的美可归纳为寻找阴晴雨雪晨昏昼夜春夏秋冬在山川万物造成的差异。发现艺术的美也可归之于探索造型色彩肌理线条笔墨构图的差异。但是,长于此却短于彼的现象总是存在。画家常常会对时髦女性的服饰差异视而不见。寻找差异,特别是细微的差异,有赖于对事物的熟悉。

在欧美人眼中,中国人长得都差不多,黑头发黄皮肤;反之我们看金发碧眼的他们也彼此相似。在中国待了较

长时间的外国人会发现黄种人有肤如凝脂近于白种人的,也有黧黑如非洲人者。我的学生中有刚从沂蒙山区来的,那里的妇女朴素厚实,乍见到上海满街浓妆艳抹的女性,以为个个是天女下凡西施再生。一年半载后他才能辨别大眼睛和涂黑的眼圈,才能发现描画的柳叶眉,以及能装上拆下的如窗帘般浓密的人造眼睫毛。对于在山区看惯布褂子的他,要分辨真丝与尼龙,羊绒与腈纶,山羊皮与人造革,狐裘貂裘与人造毛是困难的。

即使自小生活在大都市中,也有人视豪华如粪土,熟视无睹,不辨妍媸。人只注意与自己有关的事物。注意源于兴趣。时尚是生活的组成部分,服饰是人生的表象。热爱生活,注重服饰,就能提高服饰审美能力。早期环境和早年经历对人的鉴赏趣味的影响虽大,后期的努力仍能起至关重要的作用。

寻找差别的一个具体方法是比较。经常用比较的眼光去观察事物。在比较胸围和腰围的时候,我们看到了“落差(drop)”。在比较1997年春夏和1998年春夏流行色提案的时候,我们发现了向柔和色调回归的趋势。我们比较廓形比较摆线比较领形比较门襟,观察其实是在比较中完成的。无心浏览固然也能发现美,刻意比较则能发现细微的不同,使我们变得敏锐变得细腻。那样,我们不但能被大红大绿惊世骇俗的作品震撼,而且也能感受另外一些作品微妙含蓄深藏不露的美。