

影视传播影响服饰流行的分析

作者：张丽

摘要：本文从生活中影视影响服饰流行的现象谈起，利用传播学理论对影视观众进行受众分析，论述了影视传播对影视观众的着装心理影响的过程，强调了影视推动服饰流行发展中大众传播的作用。

关键字：影视 影视文化 服饰 传播学 心理学

一、研究背景

在如今的中国，影视带动服饰发展的浪潮风起云涌。前几年，一部《花样年华》着实使旗袍这种传统服装火了起来。女主角张曼玉在片中从头到尾都着旗袍亮相。特别是导演王家卫惯用的背部慢动作镜头，更凸显其玲珑有致的身姿，展现出女性人体的美感。这部电影勾起不少女性对旗袍的兴趣，唤起她们内心对那种含蓄又性感的美的渴望，自然掀起一阵旗袍热。

近年来，韩国影视剧大受欢迎。喜欢韩剧的人，大多会被片中浪漫唯美的画面所吸引，除此还有剧中男女主角或活泼清新可爱或高贵温润典雅的服饰打扮，几乎每部片子都能带来一些服饰、首饰的潮流。人们不仅仅从影视剧中得到了满足，更从生活中接触到了“韩流”文化。《冬季恋歌》里裴永俊那温情的笑容就曾迷倒了不少人，人们开始穿上松软精致的韩式毛衣围上深情款款的韩式围巾。

影视剧的社会影响是深远的、多层次的、全方位的。它们不仅带动了一些后续现象，如演员服饰发型的流行、主题歌曲的传唱、相关商业产品的开发等，而且深深影响着现代人的生活理念和行为方式，尤其是对大众着装的影响。在此运用传播学理论针对影视传播带动服饰流行的现象对影视观众进行受众分析。

二、影视传播——影视文化的传播

在音乐、舞蹈、绘画、建筑等众多艺术门类中，电影和电视虽然是最年轻的现代艺术，但它们以得天独厚的现代科技优势以及综合性艺术的特长，拥有巨大的观众数量和具有强烈的艺术感染力，成为当今最有影响的艺术门类。^[1]

作为现代人类社会的大众文化，电影与电视具有广泛的群众性和巨大的影响力，遍及世界各个国家、地区和民族，遍及每个国家的城市与农村。影视对人们着装的影响是影视传播的普遍结果。无论是好莱坞电影还是国产影视剧都对人们服饰时尚的传播起到非常重要的作用。影视剧对大众着装包括观念等的影响力是征服性的，一直深刻地影响着人们的生活。

人们从喜欢到模仿影视剧里人物的着装，首先源于对影视艺术的欣赏。影视艺术兼具与听、时与空、动与静、表现与再现于一身，综合了戏剧、文学、绘画、雕塑、音乐、建筑、摄影、舞蹈等艺术中的多种元素，丰富和充实了自身的艺术表现力，使观众进入审美的愉悦状态中。^[2]而服饰是电影进行人物形象塑造的一个重要手段。它在影视画面不断运动变化中起着定位角色、多角度多侧面刻画人物的作用，同时丰富人们的情感世界圆了人们的时尚瑰梦。

三、对影视观众进行受众分析

作为大众传播媒介的一种，影视本身就是一种独特的文化艺术。由于具有雅俗共赏的大众性和视像传播的独特性，影视艺术拥有最广泛的受众群体。影视，这个新的“公众话语空间”，其传播对象是一个个无组织大群体。

群体是指具有某些共同社会心理特征的人的共同体。一个群体的成员通常是在一定的价值规范、目标引导下

相互作用、相互影响、协同活动的。而作为影视观众的群体是由于某种原因偶然聚集在一起的群体，即无组织大群体。同样状况的如体育场里的观众、露天舞台表演的围观者等。我们在这里所关注的传播的对象——正是无组织的大群体。

那么，作为大众传播的影视是怎么影响这个无组织的大群体里的一个个成员即传播受众的心理，从而表现为服饰行为的趋同性的呢？

从服装心理学角度看，影响服装行为的众多因素，服装行为表现一种综合价值。一个行为，首先取决于外在刺激（外因），即外部环境的各种因素，服装行为的外因是复杂多变的；外因对人的心理产生影响，个体以不同的心理状态或心理过程（也可称为内因）给外因以反应，对外界刺激给予不同模式和水平的加工并在行为中表现出来。^[3]

在影响服装行为的众多因素里，作为大众媒介的影视是一个非常重要的外因。早期的靶子论和魔弹论都过分夸大了大众媒体的影响力，事实上，在传播过程中，受众更象一个个进入自助餐厅的顾客有着自己的选择。在此运用传播学的理论，对影视观众进行受众分析。

1、需要的满足

看电影或电视已经成了人们在工作之余最主要的休闲活动与娱乐方式。影视艺术具有审美娱乐作用。人们通过艺术欣赏活动，审美需要得到满足，在获得精神享受和审美愉悦的同时身心受到真、善、美的熏陶和感染，得到愉快和休息。

现代心理学研究表明，影视艺术可以通过纯形式特征给予观众视觉、听觉的生理享受，给人以生理、心理的快感。现代心理学甚至以为，影视艺术有一种代偿与宣泄的作用，即观众在银幕或荧屏的作用下获得愿望的代偿性满足，同时使观众压抑的情感得到宣泄。比如自己心情不好，看到影视剧中人物的坎坷遭遇，心情会缓和一些。影视艺术兼具审美、教育、娱乐、认识作用，在当代社会人们的日常生活中扮演着越来越重要的角色。

2、选择性注意

大众信息在受众头脑中的加工过程，传播研究者称之为“黑匣子”，认为对“黑匣子”内容的了解，有利于更深刻地认识媒介传播活动的规律。影视媒体当然很关注影视观众的注意力了。心理学研究认为，注意是一种非常有限的心理资源，注意是有选择性的。这种选择性存在着一定的规律。刺激的物理特性、刺激物之间的意义联系、刺激物与个体的关系、个体的知识经验等，都能影响对信息的选择。^[4]

对影视观众而言，服饰艺术具有极大的感染力。影视剧中，服装设计师通过款式、色彩、面料等手段尽情展示影视服装的艺术表现力。影视观众在光与影的变换中跟随情节的发展，在美的艺术享受中同时被影视服饰的魅力所深深吸引。美国著名的影、视、歌三栖明星麦当娜在影片《阿根廷，别为我哭泣》中展示了85套戏服、39顶帽饰、56幅耳环、42种发型。^[5]面对这庞大的视觉盛宴，观众们简直眼花缭乱，不过他们还是会情有独衷于个别服饰，这和受众的性格、爱好、职业等种种特点分不开。值得提出的是影视观众往往对自己所崇拜的明星们的着装很关注。如上世纪80年代，美国男影星汤姆克鲁斯在《壮志凌云》一片中身着酷酷的短夹克饰演一位年轻有为的飞行员，这款服装很好的弥补了穿着者身材不够高大的缺陷，很快就成为了广大青年争相模仿的对象。

3、共鸣

影视为我们打开一个生动形象的透视中外文化的窗口。它可以再现历史，使观众能够直观地感受时代的变迁和社会的沧桑巨变，又能创造典型的人物和环境，提供最普遍和真切的生活体验。生活是影视创造的源泉与依据，影视又对生活进行提炼和加工呈现到观众面前。屏幕所映现的是日常现实生活本身抑或是对之的再造、表现、抽象或虚拟，影视已经成为生活本身。因此影视很容易贴近人们的心灵。

影视服饰也是现实的或近于生活的，能带给人们最直观的感受。影视角色演绎世间人生百态，影视观众浮想联翩，在细细品味中，共鸣油然而生。早先影后张曼玉在《阮玲玉》里就曾演绎过老上海的旗袍风尚。观众在感受一代影后阮玲玉的绰约风姿与坎坷人生的同时也对中国女性特有的旗袍情结产生了共鸣。人们在影视世界里寻觅情感的诉求，找到心灵的归属，影视服装、影视人物的生活方式等就这样潜移默化的影响着现实生活中的人们。

4、模仿

影视剧可以说是人们生活中的一面镜子，人们欣赏镜中人，进而对镜中人的造型从偏爱到模仿。影视剧中的时尚风会随时打动人们的心，剧中人物的服饰装扮、个性生活也都会成为人们追逐时尚的风向标。如20世纪20年代，在电影《第凡尼的早餐》中，著名影星奥黛丽·赫本身穿着出自夏奈儿之手的精致的“小黑衫”，其俏丽风姿令人倾倒，影片上映后欧洲街头到处可见穿着小黑衫的女子。又如我国港台文艺片《欢颜》、《燃烧吧，火鸟》上映后，很多女孩们都迷恋上了白色网球裙、套头蝙蝠衫。^[6]

对剧中人物服饰、发型的追随、模仿已经成了一种群众性的社会心理现象。人们往往透过模仿自己喜爱的明星的着装及行为的途径，来表现自己和明星之间的相连感，从而找寻到自我归属感。模仿于是蔚然成风。据说，

上个世纪20年代就有摩登的上海女郎带着裁缝走近电影院，仿照好莱坞最流行的样式装扮自己。人们常常不清楚自己适合的服装类型，而影视恰恰给人们提供了便捷而时尚的参考。于是人们去寻找和自己年龄和职业相类似的角色们的着装进行模仿。有的全盘接受，完全根据所喜欢的明星的服饰造型装扮自己，让人一眼就看到流行的味道；有的则根据自己的气质和个性，理智地仿效明星的造型风格，重新打造出一个与众不同的自己。

结束语

影视在行使其传播文化的作用的同时造就了服饰的流行，服饰的流行又将影视的内容镌刻在人们的记忆中。服饰加强了影视的艺术效果，影视推动了服饰的流行与发展。如果想使影视与服饰这样如影随形，相辅相成，就必须了解影视观众的心理态势，恰如其分地运用好手中大众媒介这个传播工具。

作者简介：张丽，天津工业大学艺术与服装学院服饰文化及服装品牌管理专业04级研究生。
导师：王璇。

参考文献：

- 1、2、岳淼，《影视传播概论与技巧》，厦门大学出版社，2001年12月
- 3、苗莉 王文革，《服装心理学》，中国纺织出版社，2000年6月
- 4、孙正洁，《大众传播影响人的认知与态度的心理过程或机制》出自《新闻传播学文集》，冶金工业出版社，2001年10月
- 5、6、程晓英，《时装与电影的互动和发展研究》，天津工业大学硕士毕业论文，2005年
- 7、陈旭光，《当代中国影视文化研究》，北京大学出版社，2004年10月
- 8戴元光《传媒、传播、传播学——新闻传播学的价值重构》，上海交通大学出版社，2005年4月

The Analysis of How Movie and Television Dissemination Influencing Clothing Fashion

Abstract: Firstly this paper mentions some phenomenon of movie and television dissemination influencing clothing fashion. Secondly it analyses these media's audience with the theory of Dissemination Study and discuss the process of movie and television dissemination affecting audience's clothing tendency. As the conclusion the paper emphasizes that movie and television play an important part in promoting the development of clothing fashion. Clothing

Keywords: Movie and Television Culture Clothing Dissemination Psychology

[回首页](#)

来源：传播学论坛编发
阅读：3371 次
日期：2006-05-18

[【 双击滚屏 】](#) [【 评论 】](#) [【 收藏 】](#) [【 打印 】](#) [【 关闭 】](#) [【 字体：大 中 小 】](#)

[上一篇：论电视专题片的创作特色——兼评2003年度中国广播电视新闻奖专题片获奖作品](#)

[下一篇：新闻娱乐化研究关注的三个焦点](#)

>> 相关文章

- [张艺谋电影作品中的构图艺术](#)
- [播音主持的语言表达技巧](#)
- [以专业化和市场化打造品牌节目——安徽人民广播电台品牌节目建设实践](#)
- [从“7·5”事件看电视媒体的危机传播](#)
- [童话的建构——《贫民窟的百万富翁》剧作分析](#)
- [广电总局加快移动多媒体产业发展 全力支持亚运](#)
- [剖析《新闻联播》“八股式”窠臼](#)
- [建设国际一流媒体 积极争取国际话语权](#)

发表评论



- 尊重网上道德，遵守中华人民共和国的各项有关法律法规
- 承担一切因您的行为而直接或间接导致的民事或刑事法律责任
- 本站管理人员有权保留或删除其管辖留言中的任意内容
- 本站有权在网站内转载或引用您的评论
- 参与本评论即表明您已经阅读并接受上述条款

点 评: 字数0

用户名: 密码:

备案号/经营许可证号: 蜀ICP备05000867号

设计开发: 阮思聪 QQ: 54746245 Powered by: 打瞌睡

Copyright (c) 2003-2013 传播学论坛: 阮志孝、阮思聪. All Rights Reserved .