

織「帶仔」技藝失傳三代

傳承人徐月清冀客家花帶產業化

在西貢土生土長的客家人徐月清（清姐）說自己很傻，可是事實上她一點也不傻。在1963年她考上了華南工學院建工系，即現在內地的高等學府華南理工大學，在那個年代，活於重男輕女的文化觀念下，一個客家女孩能有這樣的一個學業成就，是很了不起的，難怪清姐又說自己是幸運的人。這些年清姐致力研究客家文化，撰寫研究報告，對外推廣客家文化。那天遇見清姐，她頭戴客家涼帽，涼帽上有兩條紅色的帶仔垂下來格外吸睛，原來那就是客家花帶。可是，編織客家花帶的技藝卻面臨失傳，為了讓這技藝得以傳承，清姐不僅年到七十才學習編織，而且還舉辦不少講座，又開班授徒，教授年輕人編織花帶，無他，只求這彌足珍貴又極具本土特色的客家花帶能夠傳承下去。

文、攝：香港文匯報記者 朱慧恩

「這條是元朗楊家村的，這是沙田排頭村的，這條藍色是大埔未嫁阿姐（意指未結婚的女性）織的……」清姐把各式各樣的花帶一條條地鋪出來，一邊如數家珍地介紹各條花帶的來歷。說起客家花帶，可能香港人認知不多，然而，一條小小的花帶，是客家婦女在夜間點着油燈，用一雙因幹農活而長滿繭的巧手編織而成，是客家婦女精明能幹而刻苦耐勞的象徵。「當年阿嫂阿娘（意指已結婚女性）捱更抵夜編織花帶的情景還深深烙印在我的腦海中。小時候每當我睡覺後，阿嫂阿娘便點起一支火水燈，在極微弱的光線下織帶，遇上惡劣天氣，不能到田裡砍柴割草，便聚在祠堂，利用天井採光，坐在一起織帶。」清姐說。「如此珍貴的客家花帶卻面臨失傳，我真的很心痛！」

七十歲才學花帶

「我已不是年輕人了，七十歲人才學織花帶，不是開玩笑！」清姐說。她憶述，當時表姐蔡清妹希望自己親戚的女兒能學織花帶，但結果無人肯學，因為花帶沒有商業價值，即使學懂該手藝都「搵唔到食」，何況織花帶技藝是十分難學的。為了讓這滿載情感和淚水的花帶不致於失傳，即使已年到七十歲，亦義無反顧跟隨表姐學習織花帶。「一三五七九二四六八，一五九二四六八三七。」在訪問過程中，清姐向記者說了一連串的数字，原來清姐說的是編織花帶的口訣，清姐表示，織花帶時所唸的口訣其實是三組數字變來變去，規律可靠自己慢慢掌握，然而，清姐強調這組數字只適用於基本的圖案。因為編織花帶的過程中需要不斷計



客家花帶的其中一個是添丁之用，代表長輩向孩子送上祝福。

數，所以清姐指出若果本身學習理科、對數字敏感的人反而更容易掌握技巧。

客家花帶含意多

說了這麼久，究竟客家花帶有何用處呢？據清姐介紹，花帶的作用分為五種。「有丁帶（用作添丁場合），拉櫃帶（用作結婚場合），而涼帽帶、圍身帶及包頭仔帶則可作裝飾之用，為客家婦女的黑衣裳添上一分色彩。」清姐說。清姐憶述當年她與表姐各織一條花帶，為她表姐的弟弟的孫兒「點燈」，這就是自己家族的親人為孩子送上無限祝福。對於編織花帶的物料，原來不同的物料也可用作編織花帶，最原始的有麻和綿，亦會有從法國入口的真絲，普通車衣用的線也未嘗不可。



清姐涼帽上吊着兩條紅色客家花帶，格外引人注目。

在場所見，清姐展示予記者所看的花帶無論是圖案還是顏色均各不相同，原來客家花帶的顏色是極講究的。「西貢未嫁阿姐織的帶是綠色的，嫁了的阿嫂織的是紅色的；大埔未嫁阿姐織的是藍色的，而嫁了的阿嫂織的是紅色的。所以若果在山上碰見有客家女性的涼帽繫有藍色或綠色的花帶，則表示她們未嫁，可以唱山歌『撩佢』，若果見到的是紅色的花帶，則表示她已嫁人了，就別唱山歌啦。」清姐笑說。

除了講究顏色外，客家花帶上那各式各樣的圖案也夠令人陶醉一番。清姐指出，花帶上圖案十分生活化，以其中一款名為「攞子花」的圖案為例，所謂的「攞子花」，即夫妻二人，一人攞住一個小朋友，而該花紋一定要放在帶的中間，而花紋寄託了美好的願

望，如清姐所說，新娘結婚後翌年當年想生小孩，故稱之「攞子」。此外，還有「麻子花」，顧名思義，其圖案就如芝麻一般，而「麻子花」的含意正代表百子千孫或芝麻開花節節高。此外還有山水的圖案，象徵福如東海，壽比南山，贈予老人家便最合適不過了，而眾多圖案中又以山水圖案最考功夫。

技藝已失傳三代

對於客家婦女而言，花帶織得越漂亮，臉子越有光。可是，這珍貴的技藝，卻因種種原因已失傳三代，更面臨完全消失的危機。清姐指出數個失傳的原因，首先是因為花帶上的圖案是由每位客家女性用盡心血設計，但因無知識產權保障，所以通常媽媽只會教

自己的女兒或媳婦，不傳外人；其次當老人家去世後，花帶會成為其陪葬品，或者燒掉，所以只有極少數的花帶能得以流傳；而最重要的原因是在現今社會中客家花帶沒有商業價值，加上學習其編織技藝頗費心思，沒有人願意學。因此，清姐直言不管是不是客家人，只要有心想學習，她便願意教授。早前，她便由「文化葫蘆」舉辦的「港文化·港創意」活動中教授香港高等教育科學院的同學編織花帶，而同學亦在其啟發下糅合客家花帶的意念與時裝概念設計出特色的時裝，並向公眾展示。

即使青年人願意學，清姐覺得仍不夠，她盼望青年人學懂技藝後能把客家花帶產業化。「單是學編織已經夠辛苦，若果毫無經濟價值，又怎會有人像我這麼傻走去學呢？因此若能能將其商品化、產業化，例如把花帶變成紀念品，又或者把時裝與客家花帶的元素結合，變成一個本土品牌，設計一系列的產品，才能使更多人認識客家花帶。外國和內地遊客常常遺憾買不到具本土特色的旅遊紀念品，而客家花帶則正正是最具本土特色。」清姐說。的確，香港地中西文化共治一爐，文化多元，卻找不出一種能代表香港的手信，是多麼遺憾的事，既然現在客家花帶將失傳，何不把它變成一種商品，令本地市民、外地及內地遊客對其有更深的認識呢？「作為一名客家女性，我很慶幸能夠接受高等教育，我認為傳承客家花帶對我來說是一個責任，我希望盡一分力，把客家婦女的精神延續下去。」

台灣插畫家林俞瑾的童趣世界

人愈大，童真愈見少，彷彿今日的成熟埋沒了昔日的童心，你可曾記起自己會心微笑的那一次？在wtc more世貿中心的「emmaAparty·喚樂」主題展中，台灣插畫家林俞瑾（Emma）帶來她筆下極受歡迎的角色——「肉包」及「島灰」，並展出多幅趣致可愛作品，勾起每個人心中的小童趣。Emma的作品將展覽變身成藝術畫室，七彩繽紛的裝置瞬即吸引視線，大型的調色碟和畫具、一瀉如注的顏色油罐、隨意的彩色潑墨為整個裝飾注入濃濃的藝術色彩，展覽由即日起至5月7日，場內設其間限定店，獨家發售多款emmaAparty最新及限量精品。

取材自身邊人和事

展出中除Emma的多幅畫作原稿《失眠》、《折手指》、《日光浴》等，還特意為是次展覽創作並打造成大型立體裝置，以性格小畫家造型示人的「小畫家肉包」和「小畫家島灰」，她在展覽前親自為兩件裝置上色，並表示：「小畫家造型的設計是希望更多觀眾對繪畫產生興趣，大膽去做自己喜歡的事情。」

談起創作靈感，原來作品中的法國鬥牛犬、貓咪和兔子的原型都是自家養的心愛寵物，由他們作為「代言人」來展示心情，牠們擬人而豐富的表情則來源於Emma的自身體驗和對身邊人和事的觀察，多是來自生活中的小趣事，如果遇到難過的事則會以不同方式轉化呈現，「不想上班」、「兩小無猜」等系列均能讓人會心一笑，而當沒有靈感的時候，她也不會強迫自己創作，而是會

回看過往的作品激發靈感。

產品激發創作

「emmaAparty」中的emma是創作者林俞瑾，「A」代表animal，而「party」則是一場開心有趣的派對。品牌成立於2009年3月，也是她參加「Geisai Taiwan」展覽並獲得擔任評審的日本當代藝術大師奈良美智讚美的時期，概念即是由Emma自己創造出與動物的一場充滿趣味與幽默的繽紛派對，將生活中所發生的小趣事或感受以插畫的方式呈現，將自己與創作相結合而誕生的品牌。

「身邊有的插畫家選擇多與品牌合作，而我則想主力做自己的產品，起初多將圖案手繪在T恤上，先在西門紅樓附近的創意市集擺賣，後來產品愈做愈豐富也在台北開起了兩間店舖。」大量產品湧現的商業化方向，會影響創作本身嗎？Emma笑說，無論是經營店舖還是與團隊一起設計文創產品，都是激發她創作的方式，有合作夥伴一起奮鬥比較不容易在創作上偷懶。

「其實一開始我會覺得矛盾，也不想自己的作品太過商業化，後來我發現，商品也是讓更多人認識自己的作品的方式。」她說。

堅持創作最重要

Emma畢業於台灣景文科技大學視覺傳達系，畢業後卻並非立即踏入設計領域，但她因為喜歡畫畫，在上班時也不忘偷偷地畫畫，最後決心辭職做全職插畫



《失眠》



《折手指》



《日光浴》

家。她畫風獨特，閒時熱愛旅行，常細心觀察身邊的人和事，再以擬人手法透過筆下的角色呈現人們的各種狀態和小習慣。

她近年亦於各地舉辦授權展，當中包括2013年「Les Vegas國際圖像授權大展」及



Emma今次特別為商場展覽創作「小畫家肉包」和「小畫家島灰」。



Emma親自為立體裝置作品上色。

文：香港文匯報記者 張岳悅
圖片由主辦方提供