

首創「中法合作服裝設計」課程

周曉鳴以時裝表演展潮流變化

有人說，藝術是屬於個性化的小眾追求，設計則是面向市場的大眾消費品。如果「設計的對象」是市場，那「設計」又算不算「藝術」的延伸和普及呢？內地服裝設計及表演策劃教師、上海工程技術大學中法埃菲時裝設計師學院院長周曉鳴，成功創辦了中國首個「中法合作服裝設計」本科專業及「服裝表演策劃」專業王牌課程。她說，學院的目標就是要把「藝術」、「設計」、「市場」三者無縫結合。

文：黃芷淵

世紀八十年代，正值中國改革開放初有成效的黃金時期，人們物質生活開始自給自足。正在大學主修紡織的周曉鳴因興趣在校辦了一個服裝表演秀，校內轟動一時。周曉鳴笑稱：「喜歡漂亮衣服就是女孩子的天性。我們小時候物質匱乏，根本不知道什麼叫服裝設計。後來在大學的一次晚會上，我提議在校內搞一個服裝表演。當年這個概念是很前衛的，香港有過、巴黎有過，但上海沒有。我們去絲綢公司借服裝，為表演做策劃。」從那時開始，她就意識到，自己內心深處對服裝設計的渴望。

讓中西設計交融

大學畢業後留校工作，周曉鳴為學校建立了「服裝表演隊」，自學策劃做時裝表演。她用設計與靈魂對話，透過服裝洞悉世界時尚變化。母校成立十周年之際，周曉鳴又策劃了一場大型時裝校慶表演，引起業界關注。「日中文化社帶了三四十套和服跑來找我，說希望讓日本和服也走上大劇院舞台，讓我們做策劃。我當時對和服毫無認識，於是搜集了大量關於日本文化的資料，又試穿和服，感受日本人穿和服走步文化。」

以針線為依託延續夢想，再通過舞台將作品展示於觀眾眼前，這是時裝設計師的使命。周曉鳴憶述，那些年幾乎每年都要設計縫做一台時裝秀的服裝。再後來，因工作讓她有機會接觸更多不同國家的時裝設計，她發現，自己已離不開時裝設計行業。「雖然我不是學設計出身，但冥冥中一直與服裝「打交道」。我不敢說自己是改革開放後最先接觸海外時裝設

計表演文化的人，但肯定屬於最早那批先鋒者。」

工藝商業應兼容

設計師善於跳出條條框框做創作，他們既是規則的打破者，卻又總在市場需求和藝術理想間徘徊，探尋可以連結兩者的橋樑。周曉鳴形容，如何在工藝與商業間尋求平衡，是服裝教育一個永恒的課題。

「很多院校強調個性化設計，把時裝設計當成藝術品。設計固然需要藝術創新，但沒有市場元素的設計，是與社會脫節的。」周曉鳴強調，服裝最終要走向市場，要落地。「時裝表演和時裝設計不同，我是搞舞台表演入行，立足點就是要吸引眼球、天馬行空，實用時裝在舞台上是不出彩的。但服裝設計不同，設計要化為大眾接受的產品，所以藝術、技術、市場相結合非常重要。」在她眼裡，不講究工藝技術的衣服上不了品牌；沒有藝術元素的设计稱不上作品；不考慮市場需求的服裝走不到行業前端。如果時裝設計師失去了消費群體，設計就失去了原有意義。

曾有學生告訴我他痛苦，畢業後進了企業，幾乎所有作品都被「槍斃」，他不曉得為什麼。我告訴他，學校教你發揮創意，助你圓夢，但這個夢是你個人的。現在你成為一個時裝設計師，你的身份變了，你不僅僅要圓自己的夢，還要圓服務對象的夢。藝術家可以自我陶醉，但設計師必須面對市場。」是矛盾還是共融，取決於設計師如何轉化兼容。



周曉鳴用設計與靈魂對話，透過服裝洞悉世界時尚變化。

周曉鳴編著過不少時尚專業書籍。

民族的就是世界的

談吐間散發着古典大氣東方優雅韻味的周曉鳴，骨子裡刻畫的又是融合了西方前衛思想的藝術家特質。她教導學生用西方視角捕捉靈感，詮釋結合中國民族特色的時裝設計作品。「民族特色不是『拿來主義』，設計不是簡單的拼接組合。中國藝術文化博大精深，如何混搭中西方的美學法則，探尋東方深層次的底蘊，考驗着每一個現代時裝設計師。」

藝術是人類共通的語言。周曉鳴的學生曾以京劇臉譜與時尚服裝設計結合，又曾在作品中滲入崑曲元素，在國際時裝節上大受歡迎。她說，很多外國人有東方情意結，但他們對中國文化藝術的認識又流於表面形式。要讓中國服裝走向世界，這是一個漫長的過程。「中國文化有太多內涵精髓有待挖掘。東方元素未來在世界設計舞台上將佔有越來越重要的地位。」



學院法籍教授(右)在法國巴黎「中法文化年」都羅麗皇家公園現場做立體裁剪展示。



中國上海·新西蘭但尼丁姐妹友好城市項目，周曉鳴(左)指導學生設計作品。



學院2015屆學生李杰丞的設計作品。



學院2015屆學生施嘉輝的設計作品。

千里馬的伯樂

周曉鳴三十餘年從事時尚教育，創建了中法埃菲時裝設計師學院，以及上海工程技術大學服裝表演與策劃專業，曾出版時尚專業書籍十餘本，發表論文數篇，策劃指導千餘場大型時尚表演，包括設計類大賽等活動，指導學生在設計和模特領域獲獎無數。她領導的中法埃菲時裝設計師學院成立於2002年，是上海第一所獲得國家批准的中法合作時裝院校。辦學十餘年，學院始終奉行兩個金字塔教學模式：理論教學和實踐教學，以藝術技術市場相融合為教學理念，引進國際時裝技術和文化藝術，培養高端綜合時裝設計人才。經過多年發展，學院已成為時裝設計類院校的佼佼者，學生在國際比賽中屢獲佳績，深受國內外時裝界及教育界好評。

新生一輩，銳不可擋。未來的路要怎麼走？周曉鳴說，她將一如既往地協助學生圓設計師之夢，圓中國服裝之夢。千里馬易尋，伯樂難找。或許，周曉鳴就是這些「千里馬」的「伯樂」，她要繼續助年輕設計師一臂之力，讓中國服裝繼續在國際舞台上大放異彩！



周曉鳴(後)為「中法文化年」模特表演學生做妝髮。

畫中有畫 Mr. Likey 重塑經典卡通



《Asian American》將「牛奶妹」、「牛奶仔」與「阿森一族」結合。 張岳悅攝



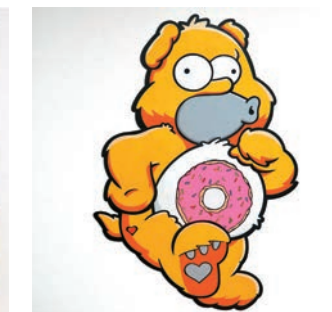
《Turtles》



《Homie goes to Disneyland》



《Peanuts Guy》



《Donut Bear Yellow》

分享快樂時光

Mr. Likey 現由即日起至5月26日於「海港城·美術館」舉辦名為「Not Now But Right Now!」的首個個人作品展，展出一系列糅合街頭藝術及強烈個人風格的畫作，既有早期對巴西式瓷磚畫的嘗試，又有近期對身份認同的探索。據他介紹，展覽名代表他現在想做的事，即《Asian American》、homie系列及瓷磚畫，即使觀眾不理解畫背後的意思，他也希望藉畫作的豐富色彩，以及熟悉的卡通人物，與眾分享快樂時光。

兩幅《Asian American》掛在顯眼位置，也是他的最愛，他將「牛奶妹」、「牛奶仔」與「阿森一族」結合，是他作為一名在美國生活的亞洲人的個人體驗的投射，「作

為小眾群體，應該如何找到自己生存的位置？」關於身份認同的問題，他還在持續地思考之中。

街頭藝術近年在國際舞台上備受關注，KAWS、Banksy等藝術家的作品常在全球牽起話題。而Mr. Likey在美國長大，自小深受日本漫畫及美國潮流文化影響，擅長把不同潮流符號加以創作成全新的藝術作品。他喜歡的藝術家有好多，Space Invader、Banksy、村上隆、Jeff Koons、Keith Haring、Andy Warhol……其作品《Homie goes to Disneyland》也正是受到Andy Warhol的啟發，將不同顏色的畫作拼在一起延續脈絡，而其中的角色形象則結合米奇老鼠和《阿森一族》中的Homer Simpsonsmic，「我畫的角色看起來像Micky Mouse，但實

際並不是，他也是第一次去Disneyland。」他說。

融入本地元素

Mr. Likey畢業於美國費城藝術大學(University of the Arts in Philadelphia)，作品曾榮獲「Golden Key Art Award」並且於紐約及香港參與過不同的聯展。早前他曾參與一場「香港印象」藝術玩具聯展，畫作靈感來自港式茶餐廳，將「牛奶仔」一轉成為禿頭「茶餐廳夥計」，再配以地道的綠地磚和菠蘿油，別有風味。他留意到香港的街頭藝術逐漸被更多人所接受，例如有店舖會請藝術家在鐵閘塗鴉，記錄店主的故事，以藝術聯繫社區。Mr. Likey的街頭藝術企劃自2017年8月



Mr. Likey於香港出生，美國長大，首次在香港開個展。 張岳悅攝

開始，以「I look happy but I am sad (我看似快樂但我很悲傷)」為題展開一連串的創作，表達都市人被迫「表裡不一」的心情。除畫作外，他亦與菲律賓潮流達人DJ Big Boy Cheng合作推出限量版服裝，及與紐約Bottle Neck Gallery合作在今年內推出Art Toy等。他稱，這種由平面到立體的跨界合作，吸收對方的經驗之餘，也會給自己帶來新的創作靈感，「立體化使整件事變得更加好玩。」

文：香港文匯報記者張岳悅