

对服装设计教育的思考

陈 宏

江汉大学设计学院 湖南常德 050011

摘 要: 我国服装设计高等教育从上世纪80年代初发展至今已经走过了40多年的艰难历程,随着服装行业的不断发展壮大、互联网时代与“地球村”的背景,促使服装设计教育面临着新一轮的挑战,来自设计人才思维结构模式重新建构的市场需求,要求服装设计教育必须适应资源共享大众化的开放式教学体系的形成;以及量身定制趋势下小众化个性化人才培养模式的建构。

关键词: 资源共享; 大众化; 开放式; 小众化; 量身定制

Thoughts on Fashion Design Education

Hong Chen

School of Design, Jiangnan University, Hunan Changde050011

Abstract: China's higher education of fashion design has gone through a difficult process of more than 40 years since its development in the early 1980s. With the continuous development of the clothing industry and the background of the Internet era and the “global village”, clothing design education is facing a new round of challenges. It is required that the education of fashion design must adapt to the formation of the open teaching system of resource sharing and popularization; As well as the construction of the individualized talent training model under the trend of customization.

Keywords: Resource sharing; Popularization; Open type; The minority; Tailored

服装设计教育在方法、内容及模式上经历了早期的借鉴、拿来和贫乏的经验传授发展历程后,在现代主义和后现代主义同时进站的当下,站在一个面对泛文化传播的互联网时代,不由自主地重新反省过去的教学模式和本质,服装设计教育是否可以适应新的条件下对大众化和小众化需求,已经成为一个服装设计教育者自觉的思考。

一、资源共享时代下大众化的开放式教学

在上世纪90年代初期,大学生百分比寥寥可数,有服装设计专业教学的高等院校也为数不多,教材、教师、教室、实验室奇缺;服装市场经济的发展模式尚未明确、产业链也不够完整、生产能力和规模低下;与今天“地球村”的现实相比较真可谓鸟枪换炮、不可同日而语。大学多了、学历层次多了、市场成熟了、有兴趣主动学习的人也多了,面对大众化群体的学习需要;面对在校、社会生源的学习需要,在校生学分制的推广、教学资源平台的建构已经时不我待地油然而生,开放式教学体系必须形成,方能适应这个时代人才培养的务实必然,高校你准备好了吗?市场发展的速度和进程是不

会因你的“没准备好”而停滞不前的。

1. “慕课”、“微课”、“中国公开课”等网络教学资源的频繁出现,迅速传播的速度之快是始料未及的,这直接反映出当下人们的心态使然,个性化学习时代依托于互联网平台终于有了一个栖身之处。优质教学资源共享的渠道悄然形成,线上教学的教学参考与线下教学的相辅相成,为学习者提供了前所未有的视觉判断和有趣味的选择。而且不受时间和空间的约束制约,让学习者真正成为现代社会的“快学”、“乐学”、“巧学”的学习主体。

2. “高校联盟”的团队教育的协作、“校企合作”的优势资源互补、“项目科研”的产学研成果转化、“博览会”、“时装周”以及国内外各种赛事的广泛举办等形式和举措,都孵化出了一批又一批的行业优秀成果和拔尖人才。

3. “美术馆”、“博物馆”、“文化馆”、“文化创意园区”等社会化教育基地的相继登场,给服装设计教育开辟了广泛的视觉空间和设计师惬意的生存环境,他们一次又一次地奔跑于城市之间、城乡之间、服装城与批发

市场之间；将个性化的感悟与市场需求相结合，为创作积淀了厚重的文化底蕴和视觉联想，服装设计师成为新时期颇受人们欢迎的职业首选，倍受世人尊重和羡慕。

以上几点透射出线上教育、公共艺术平台展示活动与院校教学内容互补性的空前发展，服装设计教育内容好似信息爆炸般地有了长足的供给和呈现，给求学者提供了广泛的选择和补充。开放式教育不受时空限制、不择对象年龄的诸多优势，将新时期教学形式、教学方法、教学内容、教学评价提高到了一个前所未有的新高度，过去教学模式的单一性被现代科技条件下展开的新形式冲击而重新定位完善。那些一度被学院教学形式下封闭的教学内容各自呈现在众多的求学者眼前时，院校的围墙被肢解了，再不是只有在校生才可以拥有的学习资源被公开了，求学者求学的途径更多了，设计文化的传播仿佛开闸放流，浩浩荡荡气势如虹。

作为教育者面对如此的泛文化时代又该如何应对？是依然如故地手持教鞭临壁挥笔传教于一室之内，还是点击鼠标编辑课件放眼于千里之外？都不可避免地促使知识结构重新架构、教学方法重新操练、教学内容再度更新、教学评价重新认定。资源共享的大众化教学时代已经登上讲台，全球化的竞争已经开启，服装设计教育已经被席卷。

二、量身定制趋势下小众化的个性化培养

在我国经济建设和文化建设不断繁荣的当下，一方面越来越多的求学者呈现出不同方向需求的学习愿望，他们受到品位不一、性格迥异、审美取向流变性极强等修养要素差异的影响，多数办学机构来不及将服装设计教学差别化的策略应用到这部分群体中去，而这种个性化人才培养的需求却日益增长，仅仅是目前学分制模式的实施还远远不够。另一方面服装品牌化转型的市场又对原创性自主品牌设计师的素质的培养提出独特性的要求，小众化市场的细分有利于这些品牌的生存和繁衍，品质端庄的不同层次市场结构需要这些设计人才的创造性贡献。作为服装设计教育机构又当作何思考与应对？

量身定制来源于服装个性化单个设计制作的一个概念，用在服装设计教育领域可谓“移植”；现在服装设计领域里分工是越来越细致了，诸如服装陈列、服装营销、服装买手、服装设计总监、服装品牌企划、服装杂志媒体、时装插画、服装生产与管理、服装工艺技术等方面的人才缺口都需要服装设计教育的渗透浇灌，基础培训以后的方向选择需要有配套教学内容和计划落实；院校和办学机构在这个领域里的开发和研究值得深究，尤其是在大学具有几年的理论培养后的巩固学习，在以

上若干课程的传授中，更需要加强社会与市场的实践锤炼和集训，在以下几个方面更要注重个性化修养的积淀。

1. 注重传统文化的挖掘继承和创新

中国传统文化历史源远流长，为服装设计提供了取之不尽的创作源泉，对于新时代的设计师而言重要的是挖掘传统文化中与时代审美角度和生活态度有联系和有共情的要素，融合设计在当代服装品牌文化的洪流中，一直是众多业内外有识之士所共同期待的愿望。将传统服饰中的色彩、制式、平面装饰性以及浓缩在图案里的民族文化特征，采用传统工艺或新工艺赋予新的形式和内涵，使之成为人们日常生活中不可或缺的一部分，是这个时代的呼唤和民族文化自信的必需。越是民族才是世界的这句话是深刻而普世的价值观，服装面料作为时代精神的载体，不可替代地承载着服装设计进步和个性化风格形成的重任，重复验证着卡尔·拉格菲尔德曾经强调的那句：“我们时装业的进步，无不受到新的纺织面料的更新而带来新的变化”。

2. 注重姊妹艺术发展创新成果经验的借鉴

艺术设计本身需要服装设计师的知识结构具备广阔的视野、素质秉性需要具有约取的水平能力，这些应知和应会的才能有一部分需要来自于姊妹艺术的创新成果所提供的经验借鉴，而善于借鉴的设计师会在中外古今诸如传统和当代艺术、涂鸦、音乐、戏剧、舞蹈、文学、诗歌、以及众多的民间传统手工艺的技艺和工艺过程当中获得启发，应用于服装设计的理念、风格、形式等外化符号的形成和建构中，我们经常可见的材料重塑、刺绣、印染、洗水等后处理手法的交替塑造，将服装材料的肌理语言制作得丰富饱满，极具文化内涵和时代气息的风貌让其它艺术风格移植到服装设计中的融合越来越多元，越来越有时代特征和独特品位。我们必须接受“现代和后现代同时进站”时代特征，在设计当中不可回避地呈现出交叉、重置、边缘和传统意义是的突围现象，进入我们的视野和生活常态中来。

3. 注重个人艺术修养与品牌风格的铸造

服装文化积淀与艺术创作思维方式在服装设计领域中是非常核心的内容，一名服装设计师同时也应该是一名小艺术家，具备不一般的品位与审美修养，在创作的作品或是流行于市场的服装商品价格的附加值里，必须要有其个人对历史文化、当代艺术走向的判断和领悟后的再创造，其服装商品中流露出的格调意味是其区别于其他服装商品的重要特征，这需要设计师的悟性和智慧，将精神性的美感移植到服装材料的形制里面，需要的是超乎寻常的意识和创新能力的表达，才能够无中生

有地铸造一个新的作品诞生,因而设计师的艺术修养是首要的。

4. 注重个性趣味与时代风格的融合

个性趣味形成时代风格需要相当一段时间的市场接纳和认可,设计师对事物新鲜感的捕捉与敏感度的培养,更多的是依赖于修为的自觉意识,多元文化的融合与渗透更多的是阅历的增扩与滤镜般的沉淀。服装设计师在市场作用下理所当然地附和从众这个时代,谁的品牌故事讲得生动感人,谁的品牌在市场中的形象就立得高、走得远;日本文化式服装学院院长小池千枝在其文化式服装讲座里开篇即强调:“作为服装设计师应该保持良好的新鲜感和美觉的能力”,说明个人趣味结合时代审美融合品牌的重要意义。

5. 注重跨界的互动及圈子的惯性

一个在娱乐界或者在其他领域获得成功的人士,其正面的影响力自然会极大地帮助到她在时尚界获得更大的成功;诸如主持人、形象代言人、演员的写书、写字就“点石成金”、艺术价值不菲、市场热卖;跨界的成功还有部分成因是有赖于互联网时代带来的网络资源共享而链接到利润丰厚,“它山之石”对“玉”的转换也是建构在圈子的形成与惯性层面上的嫁接成功。这种惯性既是传统也是当代,在现代主义与后现代主义同时进场的业内,不同层面圈子的形成也一定程度上满足了消费者与市场的需求,个性化的互溶成为时代显著特征。

6. 注重创意文化的市场认可

服装设计是最具创意文化特征的行业之一,其创意产品的独特与抄袭带来的流动更容易被人误解,有人说误解误读也是促使流行的主要手段之一,将错就错的实用主义是品位贫瘠的表征。当一个人一件服装的精神层面被强行扭曲的社会是谈不上尊严和自尊的,因而服装创意作品的价值评估与价值保障体系,也就更加突出地摆在众人面前,创意文化的缔造者们应该有足够的社会认同和价值认可,这个行业的从业者才能够在享受尊荣的同时更加自信,其艺术设计的前瞻性也因此会更快地推动和提升生活的质量。

7. 注重周期与规律的共性特征及其预测研究

在商品市场规律的制约下,面对日益突出的市场竞争,没有谁可以静待花开,等着天上掉馅饼,更多需要未雨绸缪,基于过去的历程规律对未来早作预判和预测,

并制订预案某前景。服装设计在一定程度上能够反应出人们对生活的心理需求和内在反应,也是人们个性及审美修养与个性的品位外化,所以作为品牌定位更应该捕捉人们的心理动态,在流行趋势的预测和市场应对当中有的放矢、不失时机地引导和引领消费,成为设计师联合心理学家将品牌战略画实写牢的不二选择。这点也暗合着一位院士提出“在科学研究领域里的成果,不无例外地会归结到心理学的范畴当中”说法例证。

这些方面的加强不仅是针对个性化需求的市场群体,它也是促进设计师个性化风格的形成的重要条件,这也是服装设计教育目的对教学者与时俱进的时代要求。

三、结语

综上所述,在当下浮躁虚华和片面追求就业率的外表下,服装设计教育体系应该回归审美本质和行业需求,充分理解康德指出——“时尚从本质上来看就是变化无常的生活方式”,随着物质基础不断丰富和精神追求不断提升的时代发展和社会进步,应对资源共享时代里大众化秩序井然、量身订制趋势下小众化趣味的群体特征,结合办学机构自身培养目标和教学条件,对标这个时代对服装设计人才敞开大门、严进严出的业态特征,将时尚类型的放射层、延伸层、扩展层、核心层对号入座、门当户对地加以整合,以期实现其作为服装设计师素质和生活品位的提升,满足传统与当代的转化、文化与消费的融合、人才与市场的对接、社会与经济可持续发展的教育储备,为服装设计领域及行业培育造就更多优秀的知名设计师,改善生活品质,为转型社会和民族复兴贡献出更多的智慧和碰撞出更多的灵感。

参考文献:

- [1]杨建滨著.谁操纵艺术[M].湖北美术出版社,2002年2月第一版.
- [2]戴晓霞,莫家豪,谢安邦主编.高等教育市场化[M].北京大学出版社,2004年8月第一版.
- [3](美)彼得·特里福纳斯,埃菲·巴洛梅洛思著.品位[M].中信出版社,2005年9月第一版.
- [4](美)艾米·韦布著.戴佳,高万锐译.预见-未来是设计出来的[M].江苏凤凰文艺出版社,2017年9月第一版.
- [5]刘晓刚,顾雯著.海派时尚流行趋势研究[M].东华大学出版社,2018年11月第一版.