

中央圣马丁艺术与设计学院院长 Jane Rapley 参与人们的理想生活方式

■ 面对面

关于圣马丁 欢迎擅思考质疑的学生

新京报:你觉得好的设计应该有哪些特质?

Jane Rapley:好的设计一定是让你感到非常惊讶和兴奋的,不一定是新的,但一定是新鲜的。从作品中,你能看到观点,看到表达的东西。好的作品可以是疯狂的、复杂的,选用了正确的材料、正确的颜色,能从作品当中传达出正确的信息。

新京报:中央圣马丁艺术学院被称作服装设计“圣地”,你们在选择学生时会有什么标准?

Jane Rapley:我们要求学生给学校上交好的作品集,学校希望通过这个作品集能够看到学生在申请的专业领域里有自己的想法、自己的构思,我们要看到他的潜力所在。具体的标准,比如时装设计和产品设计上,我们会要求学生有非常好的三维空间的感受能力及创意。还有一个广义的标准,就是学生自己对艺术的理解、感知和他的天性。我们更喜欢能对老师的教授提出质疑、有独立思考能力的学生。并不是每个学生从圣马丁毕业时就已经十分优秀,中间可能还需要几年的锻炼,但我们的首要任务就是看到他的潜力并尽力帮他挖掘出来。

中国设计和品牌 中式元素+西式简洁

新京报:你对在圣马丁就读的中国年轻设计师有什么印象?

Jane Rapley:圣马丁的中国学生数量一直在增加,主要的方向是平面设计、产品设计、时装。坦白讲,我对中国设计师并不了解。但是可以看到圣马丁的中国学生做事很认真,他们的技巧很好,我们能教给中国学生更多的是把他们变得更加自信,有勇于独立思考的能力。从圣马丁出来的华人学生,我印象比较深的是香港的刘玉莲,她擅长设计婚纱礼服;还有叶明子,她很敏锐,设计时髦而独特,现在已经是有一定影响力的设计师了。

新京报:近些年来,中国元素一直活跃在时尚设计中,你怎么看待中国元素?

Jane Rapley:中国传统元素非常漂亮,西方人大多也都能接受。设计师需要将这些本土化的东西转变成时髦的、现代的新鲜元素,简单地穿一件民族服装不是时尚,将民族的改造成时尚的是一件很具有挑战性的工作。但有一点需要注意,中国的装饰元素有时会表现得很繁琐,而西方人往往崇尚的是简洁和自然,中国传统元素+西方式的简洁表现手法,是西方人比较喜欢的表现方式。

新京报:中国市场是现在全球最火的市场,竞争最激烈,中国品牌怎样去适应这种全球化竞争?

Jane Rapley:品牌的竞争,最重要的一点就是认同性,这种认同性一开始来自于个人的设计。很多国际品牌开始都是个人设计,有热情、有创造性、有驱动力、有理念,然后开展了自己的企业,创建了自己的品牌,在品牌发展的过程中表达某种东西,社会的发展、风格等等。比如香奈儿整个的发展过程都涉及女性的发展历程。这些品牌有一种文化的认同性,在整个历史过程中得到了一种认同,然后在未来的日子里得到进一步的发展,所有的国际品牌都考虑到随着时间的发展消费者的需求是什么。文化认同的另一个方面是产品怎么跟全世界市场联系在一起。中国品牌必须要在全球文化认同中的某一方面进行同步的发展,中国品牌的产品需要能够吸引全球的消费者。消费者买品牌的产品,其实是在买这些品牌的概念,或者他们的一种风格。这种风格或概念也许跟我们实际生活并不是那么的相关,但是我们所希望和梦想的,我们都认为我们是属于那个世界的。如果产品太普遍,品牌就会失去价值,如果它太本土化,也很难向全世界推广。

新京报:而对于一个品牌来说,建立“认同性”却是很难的。

Jane Rapley:设计师是整个流程当中非常重要的一个部分,是核心。对于品牌来说,你可以通过两种方式给产品增加价值,一个是设计,另外一个提高质量,不能总是把价格往下降,否则利润会越来越低。在增加产品附加价值上,有天赋的设计师会起到非常重要的作用,他能够了解消费者的需求,设计师的创造性能够推动整个企业的发展。



Jane Rapley

著名时装设计教育家、时尚思想家,中央圣马丁艺术与设计学院院长。她毕业于英国皇家艺术学院,之后进入时装领域,成为设计师、产品总监以及管理顾问。同时,她投身设计教育事业长达36年,在此期间在多家艺术设计机构进行讲座,参与Texprint及英国时装理事会教育论坛,是多个国家团体的成员/管理员,并获得全国性学术委员会大奖、服装和纺织业主题协会学位,还曾获得英帝国勋章、皇家艺术学会会员、ACSD,于2010年获得了由伦敦艺术大学授予的学术领袖教授职位。



在从中国制造向中国设计转型的过程中,设计师起着最重要的作用。

近年来,一批国外著名时装设计院校“海归”的中国设计师以优秀的表现给中国设计注入了一剂强心针,中国服装院校的优秀人才也层出不穷。但Jane Rapley认为“还不够”,在中国可能会成为在未来20年对世界产生诸多文化影响和品牌价值输出的国家,设计师需要更多的创造性,能够更深入地开发这个市场。“时装设计师不能独立于其他的设计师,如果从理想上来讲时装设计师应该与其他的设计师整合起来,比如说设计师、技术人员、科学家,或者企业家等等进行更多的融合,这样设计师就能够开阔视野,能够更好的了解在其他领域的发展,也能够让他们更好的来理解人们对服装,或者对时尚有什么要求。

在她看来,无论是哪个国家,设计师都必须了解整个材料市场,了解人们的想法,而且要参与到人们对理想生活方式的需求中,才能设计出更好的作品。

本版采写/本报记者 巫倩姿
本版摄影/实习生 杨程晨