

文化企業 × 潮流文化

多一點創新 多一點凝聚力

原以為聽講座定必悶得發慌，灌了一罐咖啡才踏入講座場地，呆呆地看着花白的牆與前面六張椅子，等待講者入場。那個時刻，無人會料到一場熱烈的討論即將展開，講者你一言我一語、舉手搶答、激動跳起的畫面不時出現。能夠如此熱鬧，到底是甚麼講座呢？由香港兆基創意書院所舉辦，名為「文化企業 X 潮流文化」的講座，不過話題一直說不到企業，停留在教育，點出了香港創意產業欠缺凝聚力，也道破了香港教育的流弊——太多答案、太少創意，讓我們都再思考香港文化產業該何去何從？

■文：香港文匯報實習記者 余秋婷



■《打播台》導演及編劇鄭思傑

充滿創作人卻沒有創作群

不論是亞洲、印度、中國內地等都開始講究創意產業，有人認為現在投身創意產業是合天時地利人和，而近來眼見不少本地創作揚威海外，香港的創意文化好像開始抬頭，但這又是否事實的全部？講座請來四位文化人：嶺南大學文化研究系副教授許寶強博士、藝術家及資深廣告創作人黃炳培（又一山人）、《打播台》導演及編劇鄭思傑和設計師及時裝品牌Daydream Nation創辦人黃靖，一同了解和探討香港創意文化。黃靖說：「我覺得香港本身是很creative的地方，各個行業都有很多很出位的人才，卻未有一個景象，不是香港整體蓬勃地有創意。」不少的教育團體都培養着形形色色的學生投身創作行業，講者均認同香港有很多創作人才，但鄭思傑認為市場未必足以吸納所有人才。「不少人都有很多構思，也有很多人樂意投身此行業。但在投資、市場上又容納了多少創意呢？」香港的創意文化沒有創作群，因為創作人普遍各有各做，而且市場大眾未接納到太多全新的、有所突破的創作意念，所以創意文化獨立來看，有不少出色的創作人，而整體來看卻沒有一個景象。

創作不等於創新

黃炳培直指香港的創意文化非常不足。「整體上，我們沒有創新，有創作的力量、有工作崗位，但太少人創新。」許寶強表示香港潮流文化的創新能力很強，但創新是另一種文化。「潮流文化的『追新』是有特殊性，我們接收的『新』其實是一種慣性接收，大家要感到熟悉才會接受。以流行曲為例，每一首所謂新出品的流行曲都有很多舊元素，所以今日香港的潮流有八、九成都是舊的，大家也不太接受全新的東西，其實創意文化同大眾文化有密切關係。」創意文化要扎根成長，教育是重要的一環，香港的教育未能培養出有質素的消費者和觀眾，當市場未能接受創新，創作人的空間就

縮小，創作只可以在同一個框架下創造。許寶強又自創新詞「九搭埋八」，意思就是把原本不太相關的東西放在一起，如果社會的慣性太強，只有「九搭埋八」，不能接受「九搭埋八」，就沒有創新能力。

黃炳培認為創意文化要回到自己的根源，以中國設計師馬小姐為例，她未曾在巴黎有任何時裝展，就已經得到巴黎的邀請參與時裝周，轟動全世界，她的作品時尚帶有中國文化色彩。「『新』其實很抽象，但有兩個不可或缺的元素，就是時間和地域，地域就是對象。」不同地域、文化的人眼中的「新」也是不一樣，所以創作回到最根源就是社會、人文、文化，香港創意文化要有自己的獨特之處，而不應活在其他國家的創意產業的影子之中。

太多答案的城市

講者認同要做好香港的創意產業，需要一個好的教育作為基礎，但不幸地香港的教育更像一個產業。許寶強說：「做學校的往往產生不了創意，學校的制度、機制都定得很『死』，有公開考試等，其中的訓練是很正統，但真正的創意教育在甚麼時候發生，就是在放學之後。」他又指按非正式的統計、指引或者猜想，就是走課多的學生，他們的創意往往又多一點。

對於許寶強的看法，黃靖就說「很有回應」，又提出了「亂黨精神」。「香港人太乖了，學校的教育令學生變得乖。」黃靖回想自己在倫敦讀書，同學可說是胡作非為，他們就是把所有「亂來」的心思，投放在他們的課業之上，同學因為熱愛他們的工作，這一份無絕對的精神就令他們有很多創作空間。當黃靖說：「幾乎所有出來有成就的人都是『亂黨』來的。」黃炳培立即插嘴說：「其實都有例外。我一直都是乖學生來的。」黃靖又反駁：「我都是乖學生，守規矩、成績非常好、交齊功課……」其實所謂的「亂黨精神」是不斷發

問，以至不斷思考，啟發更多可能性。香港城市有太多標準答案，有答案，大家就不會提出問題，沒有問題又哪有思考空間呢？如果問一個學生：「你會扶老人家過馬路嗎？」這個學生會毫不猶豫地答：「會。」但學生又會不會思考背後的意義呢？再者，香港的考試制度下，學生總是要限時作答，沒有足夠時間深思，得出的就只有標準答案。許寶強說：「香港學生是沒有問題的學生，他們的問題就是不提出問題，不問為甚麼。」

香港需要創意凝聚力

創意是天馬行空，而執行則是腳踏實地。出身自廣告行業的黃炳培笑言自己可能是四位講者中最有紀律的一個，「不依常規思維是亂黨精神，但整件事應該是清晰的，了解市場需要甚麼、所宣傳的物品是甚麼，是很清楚的，這就是大膽假設，小心求證。」鄭思傑又認為創意是把所學到的重新洗牌，形成了新的組合。「我們不會發明新的東西，只會不斷發現新的東西。創意不複雜，當你讀得書多，看得多事物，經驗得多，視野廣闊了，你就會把你視為有趣的東西結合起來，有自己的新想法，這個就是創意。」而多讀書，多看事物，多經驗事物等全都需要很有紀律的練習為基礎。

觀眾提問當創意變得普及，競爭加大，是不是創作人希望見到的景象？四個講者也爭相搶答，惹來觀眾的連場笑聲。黃炳培語重心長地說：「行業的發展是整體的，如果將來沒有了設計行業、攝影行業，一個創作人再叻也沒有用。」黃靖重復了三次「不進則退」，激動得站起來說：「我覺得有這一個錯覺，怕別人比自己優勝，怕別人會搶生意，正正是香港更失敗的原因。」在創意行業中，每個人的定位是什麼、客路是甚麼都各有不同，如果大家把身邊的同行看為假想敵，大家都難以把創意行業做好。黃炳培批評香港人時講究競爭力，愛與其他入競爭，其實應該要「走在自己前面」，並且同心發展香港的創意產業。



■設計師及時裝品牌Daydream Nation創辦人黃靖



■藝術家及資深廣告創作人黃炳培



■嶺南大學文化研究系副教授許寶強博士

能屈能伸 香港人與橡膠圈

有人認為雞蛋仔是香港人的驕傲；有人認為天星碼頭是香港人的驕傲；有人認為發哥是香港人的驕傲；有人認為旅遊業是香港人的驕傲；有老人家深信自己的子孫在不久的將來會成為香港人的驕傲；有人認定自己的父母努力建設香港，一直以來都是香港人的驕傲……你心中的香港驕傲又是甚麼呢？

由香港電車有限公司及博納戶外廣告有限公司所舉辦的「2011年度香港電車廣告創作比賽」，以香港的驕傲為比賽主題。現時的香港正面對強勢的外來競爭，同時又有不少內在的社會問題，這個比賽正好提醒一眾港人，香港依然充滿無限可能，值得大家驕傲。得獎作品份份都充滿濃郁本地氣息，把不同的本地素材放入作品，帶出香港人不屈不撓、實幹進取的精神。

作品呈現本地情懷

「專業組」金獎作品得主車偉倫就認為香港人的驕傲就是能屈能伸的精神，自回歸祖國後，香港經歷了很多風風雨雨，如令全港幾乎陷入恐慌的沙士、引起很多社會爭議的雷曼事件等，相信大家依然記憶猶新，每一件大事都盛載了港人的集體回憶，所以車偉倫就用橡膠圈來製作六個詞語：九七、沙士、七一、雷曼、奧運、未來，製作時，也勾起了車偉倫不少個人回憶。

「沙士時，我是個學生，還未停學的時候，每一天都經過疫情嚴重的淘大花園。」他選用了橡膠圈作為材料，有別於一般的參與者，評審表示利用九宮格、紅白藍膠袋等作素材是意料之內，而車偉倫選用橡膠圈的確別出心裁，橡膠圈有兩重意思：首先橡皮圈代表香港人能屈能伸，其次完成這個作品需要大量的橡膠圈。「一條橡膠圈很易折斷，很多橡膠圈就斷不了」，寓意香港人同心合力就可以走過一個又一個難關。由「九七」為始，再選取四件香港發生的大事，以「未來」作結，期望港人一起同心走過，開展更美好的明天。

比賽的參加者除了要別具創意之外，少不了更有一份熱愛香港的情懷，用心去看事物，從而發現不一樣的香港情懷。「創意品牌組」金獎得主Raymond Tsang說：「選擇紅A品牌是由小到大的情意結，有60多年歷史的紅A牌，陪伴我們成長，創作期間發現，原來工作桌上也有一個小小的紅A垃圾桶，默默相伴多年。」而公開組得獎作品以水墨的形狀呈現不同的交通工具和道路，以表現香港是一個四通八達的城市，得獎者林兆榮表示設計源於生活。「自小就很喜愛交通工具，人們經常在車上睡覺、玩iPhone，時間就過去了，但反而少留意身邊的事物。」得獎者的作品由今日開始直至7月4日展示在不同的電車站。



■車偉倫的得獎作品《能屈也能伸 香港人精神》（作品將於中環恒生銀行總行對出電車站展出）



■林兆榮得獎作品《香港的驕傲——香港在流動》（作品將展出於北角地鐵站對出的電車站）



■Raymond Tsang得獎作品《紅A精神 香港驕傲》（作品將於灣仔修頓球場對出的電車站作展覽）



■文：香港文匯報實習記者 余秋婷