

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。」黃靖重複了三次「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。

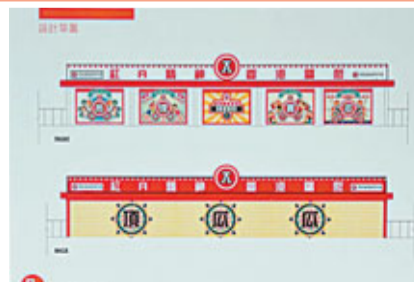
比賽的參加者除了要別具創意之外，少不了更有一份熱愛香港的情懷，用心去看事物，從而發現不一樣的香港情懷。「創意品牌組」金獎得主Raymond Tsang說：「選擇紅A品牌是由小到大的情意結，有60多年歷史的紅A牌，陪伴我們成長，創作期間發現，原來工作桌上也有一個小小的紅A垃圾桶，默默相伴多年。」而公開組得獎作品以水墨的形狀呈現不同的交通工具和道路，以表現香港是一個四通八達的城市，得獎者林兆榮表示設計源於生活。「自小就很喜愛交通工具，人們經常在車上睡覺、玩iPhone，時間就過去了，但反而少留意身邊的事物。」得獎者的作品由今日開始直至7月4日展示在不同的電車站。



■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