

創作的昨天 今天 明天

與藝術家對談

「總結三十年又何必如此大陣仗，要總結自己獨個兒總結就可以了吧！」What's Next 30×30 創意展的策展人又一山人(Stanley)開宗明義表明，是假借回顧三十年之名而辦展覽。踏入展覽廳，首先看到的是一塊以中國國旗紅黃兩色組成的長地毯，寫上一句一句中英對照的字句，按次序是「欢迎光临中国」、「我們站在那里」、「我們為什麼站在那里」、「我們想去那里」、「怎樣去到那里」、「然後有沒有到達那里」，這個作品確有點題之效，正正就是Stanley奉回顧之名，想讓大眾思考的問題，藝術與創作的昨天、今天和明天，今天是一個中途站，也是另一個起點。 香港文匯報實習記者 余秋婷

十年一變

現在五十有一的Stanley在廣告、創作行業打滾三十個年頭，Stanley自言：「每十年也有一個轉變。」當Stanley三十歲時，在廣告行業已經工作了十年，由寂寂無名至一夜成名；當他四十歲時，開始製作個人習作，說是習作，因為Stanley覺得自己的作品不到Art Work，高攀不來，而且人們對Art Work有很多爭議，Stanley只想創作，不想爭議，他還說：「我嚴重聲明我不是做Art Work。」開始了十年習作經驗，他藉藉此與華人、中國人、香港人一同總結當下的創意生態。「我之所以以此為題，當然是因為我眼所見有大部分人所走的路與主流有所不同，想藉此與大眾分享、討論。」

何為創作？

Stanley把創作分成四大類，第一類是商業經濟，「我不反對，這是現實，我都是在做商業創作。」與商業經濟同步的創作同樣可以有內涵、深度，Stanley很喜歡自己創作以劉翔為主角的Nike廣告，其中的口號就是「走在自己前面」，是商業，但也激勵人心。第二種就是文化、歷史，把時代特色放入作品中，Stanley又把抒發情感的創作歸入此類，Stanley不活躍於此類創作，他笑言這種作品是「打開日記給別人看」，當然他又補充從事這類創作的藝術家，很多都是相當感性的，當中不乏他很欣賞的藝術家。「再數下去，則愈來愈少人，尤其是華人、香港人，就是社會性的創作，我特別說說視覺創作，我是做視覺創作，藉作品來與人溝通的。」這類就是以社會議題作內容，與人對話，讓大家反思。而最後一類就是生活價值、生活哲學，以至宗教哲學，「我們的人性扭曲得很嚴重，孔子、莊子的學說，我們一千多年來，好像已經忘記得一乾二淨。」Stanley認為創作也可以在這個方面發展。

為何創作？

四種創作沒有高低之分，Stanley說：「大家都有不同的選擇，見仁見智，各自的取態，可能到最後你會告訴我：『Stanley，我還是想做王晶。』沒有問題的，不是人人都要做王家衛，只要是由自己選擇，了解過不同的創作可能性就可以了。」不過Stanley認為大家對於創作的可能性太窄，想得不多，因此請來30位創作人，與他們一同對話，想想創作往後可以怎樣走。問及如何選擇這30位創作人？Stanley想大家多了解以社會、生活哲學為題材的作品，所以他不是要找最出色的30位創作人，而是與他一樣不走主流風格的三十位創作人。小記在展覽廳走了一圈，心中有點觸動，「人味」很重，所謂的「人味」就是每個作品離不開人，其中最深刻的是馬可的作品「吾土吾民」。這個作品是一系列的衣物，馬可去了四川、甘肅等貧窮地方，拜訪農民，帶了一些新衣物與當地人交換，交換得來的衣服全都千瘡百孔，每一個破洞都真實地記錄着他們的生活，每件衣物也有它的故事，有一件彩色毛褲是來自四川省的一位五歲小朋友，他的名字是莫吉爾立，這件彩色毛褲自小就穿，小時候是長褲，現在長高了變成短褲。而Stanley的回應就是「你應愛」，不是李英愛，而是「你應愛」，提醒我們關心農民的生活。另外，生活哲學味重的作品就有歐陽應齋——「為食」。愛食的歐陽應齋寫了一系列的大字，全都離不開中式烹飪手勢技法：燜、煎、炊、炒、煨、焗、瀾……是名詞、動詞，又是副詞，是中國烹調之累積，也可視之為人生的概括和總結。而Stanley就在九方格上拔牙籤，一個有意識又沒有意識，重複又重複，沒完沒了的所為來回應歐陽應齋。

第五十九件 也是第六十件

30個不同創作人的作品，加上Stanley的回應，30加30，理應是60件作品，但其實場內就只有59件，因為第59件作品是Stanley與日本藝術家珠寶的共同



■又一山人的作品「這裡／那裡」



■又一山人作品「你應愛」



■馬可作品——「吾土吾民」



■歐陽應齋作品「為食」



■又一山人作品「不知從何說起的故事」



■又一山人與珠寶作品「再生·花」

作品。珠寶是Stanley最後一位邀請的創作人，早前二人在偶然在活動中相遇，得到朋友介紹而認識，彼此期望有合作機會，於是就有共同創作的想法。「我就說不如我們從枯枝凋謝的花開始，因為我做創作也有拾垃圾的習慣，我曾經有個習作「捨下捨下」，發表了1年多，我覺得一件垃圾在街上，在我們面前存在，我們都應該尊重，我的觀點就是這樣，不能視而不見。於是我們就由枯枝開始，其實她也有這個生死平等的觀念，只是我想放大這件事，我就把名字改成「再生·花道」，後來寶珠改名為「再生·花」。」原本Stanley相約好3月19日到京都，製作兩天，誰知3月21日就是日本天災，理論上就不應再前往，原打算就此作罷，相信參觀者都會明白理解。「我又把機票再延至29日，但不要忘记展覽在4月6日開始，後來因為輻射事件，事態更嚴重，覺得不能繼續下去，但在新聞中，我見到日本人很堅強、沉着、冷靜，我覺得很感動，我就發了電郵給珠寶，決定要往日本，現在已不再是創作的問題，而是我覺得有義務要完成這個作品，因為這個作品的名字就是『Reborn』。這個作品就由此而生，七個不同的花道作品，第一個作品大部分是枯枝，只有一朵小花，每個作品都是一個漸變，最後的作品就全部是新鮮的花朵，代表生命再生。」

小結

城市走得太快，我們都沒有選擇，被迫趕上，忙著忙著，一天過去了，一個月過去了，一年過去了……忙著忙著，我們的視線有離開過工作的案頭嗎？忙著忙著，我們還記得自己是個活生生的人嗎？忙著忙著，我們看得見身旁的親人、朋友嗎？我們看得見香港社會嗎？我們看得見祖國發展嗎？忙著忙著，也許是時候停下來。再多的物質生活也不能帶來生命的滿足，讓創作、藝術淨化心靈，給我們再思生命的昨天、今天、明天。

What's next 30×30 創意展

日期：即日起至8月9日
上午11:00至下午9:00
地點：港島東太古坊康和大廈一樓ArtisTree
查詢電話：2234 6424
免費入場

商業藝術 搞作一團！ 創作人與品牌合作之路

近年貓蹤處處，不論商場、食店、大街、地下鐵等都見貓影，同時貓癩數目持續急增，愛貓之人不分年齡、性別……香港會不會被貓味入侵，變成貓城呢？所說的貓並非等閒之輩，而是生於主人小克筆下，個性傻裡傻氣的「響貓」，興趣就是與品牌大玩crossover，曉得分身之術，其靈魂無處不在，見於大街小巷。為甚麼響貓如此深得大眾與品牌喜愛？小克以豬扒飯為喻，魚腸蒸飯可能很美味，但不是人人愛，但豬扒飯就老少咸宜。

藝術商業平衡點

魚腸蒸飯和豬扒飯各有市場，就像不同的插畫師一樣，不過有一點是無可否定的，就是插畫師與品牌合作越來越受歡迎，隨口也可以說出一堆，為人熟識的有Chocolate Rain、b wing、Stella So、Peter Ng、馬仔……小克表示創作人與品牌合作早在十年前已經開始流行，再早一點的時候，品牌也會與創作人合作，不過當時普羅大眾不會關心誰是創作人，只有行內人知道，近年開始，創作人漸漸得到重視。「我覺得是一個大進步。」而且，小克認為客戶接受插畫的程度也不斷提升。小克如何開始與品牌合作？「因為我讀平面設計出身的，當年我是96年畢業，我身邊的同學都在廣告公司工作，當他們要找人設計，想起我，所以就開始了與品牌合作。」初時，小克與品牌合作也有過很多憂慮。「廣告公司為一個單位，客戶為一個單位，我（創作人）是個單位，這三個單位要合作得好是有困難

的。」就客戶角度來看，他們往往要求品牌標誌大一點，期望達到宣傳之效，但就創作人的角度，把太多元素放入設計中，會太花巧，有損美感，所以作為中介人的廣告公司需要協調，從中取得平衡，創作人一般不會直接與客戶聯絡。雖說要找平衡點，不過問及小克最終會採納誰的意向，小克就笑說：「普遍都是廣告公司（客戶一方）嘛！」他又補充：「我覺得這是一個你情我願的商業交易，他們出錢給我畫插圖，當然要滿足他們。」能夠令設計有美感，同時把客戶的訊息表達出來就是插畫師的責任。有人認為商業與藝術之間有很大距離，但小克就不認同，他認為創作插圖和賺錢是平衡的，兩方面都會帶來滿足感。「你賺到錢固然是好的，同時幫到客戶都是開心的。所以心態上是要平衡，不過你不可能把它看成自己的創作，不會是自己一百個百分比的創作，要懂得把自己和客戶的東西分開……我自己的漫畫沒有人可以干預。」

不一樣品牌 不一樣風格

「第一次合作……我懷疑是2001年與維記合作。」與品牌合作無數的小克都忘記了他的第一次，不過與維記合作是他最深刻和愉快的一次，由於



■小克以太空響貓作為商場佈置的主題，雖是商業創作，不過依然很有「小克味」。

幾款飯碗，這個品牌過往找廣告公司設計的插圖中，他覺得客戶本身都很願意冒險、創新，所以合作過程都很開心。雖說在商言商，但小克都會選擇品牌，也曾經拒絕少數客戶，早前有財務公司想找小克以響貓作插畫。「如果我畫響貓出來，問人借錢，我覺得不是太好，有時候也要顧及角色本身的形象。」小克的漫畫有強烈的本地色彩，他認為並非不能把自己的創作意念放入品牌，而是方式不同，他曾經與阿華田合作，其背景的組合櫃、街市等場景就是很有他本身的創作風格，「藝術與商業不是對立，兩者一定是可以共存的，一直以來就是找方法令它們共存或者取得比較好的平衡點」。

■文：香港文匯報實習記者 余秋婷