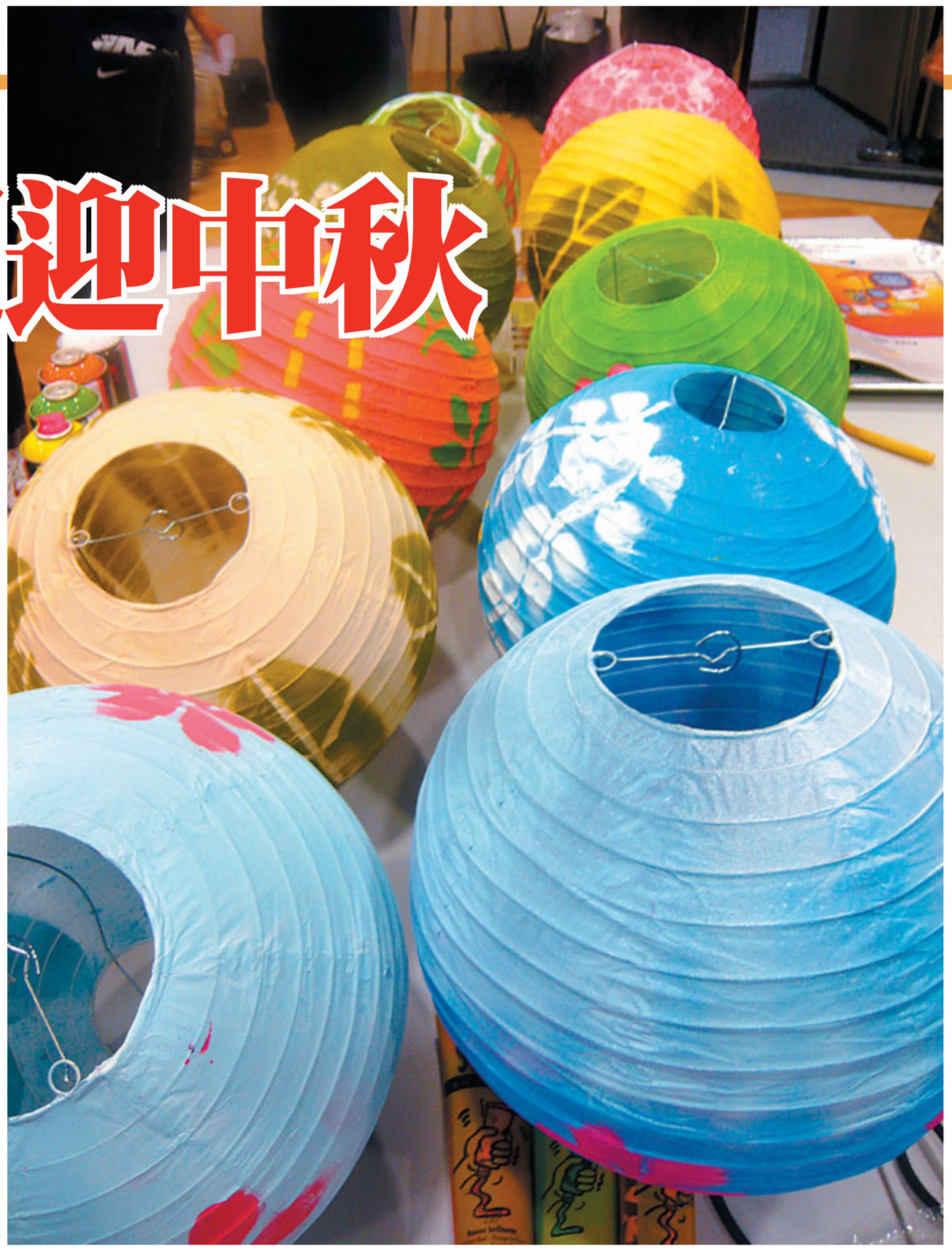
創意塗鴉 環保燈籠迎中秋



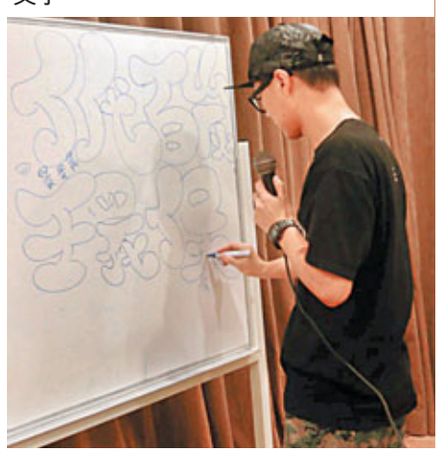
中秋將至，不少人開始準備賀禮，大大小小的中秋活動亦如火如荼進行中。根據綠色力量的調查發現，去年中秋節全港家庭丟棄多達100萬個月餅罐、271萬個膠燈籠，數字實在驚人。有沒有想過摒棄膠燈籠，親自製作一個環保燈籠應應節？有沒有想過用Graffiti的手法創作燈籠，潮玩中秋？其實，要過一個綠色中秋並非是一件遙不可及的事，只要我們懂得利用身邊的資源，發揮創意便可做到。著名塗鴉藝術家PANTONE與Towngas合作，帶領多位義工製作環保Graffiti綵燈，以行動證明藝術無邊界，創意背後亦可環保，並與我們分享如何將Graffiti融入傳統物件中，扭轉一般人對Graffiti的誤解。

文：伍麗微 圖：主辦機構提供

提起Graffiti（塗鴉），不少人認為這是一種很新潮的玩意，不外乎用噴漆周圍噴，亂畫一通。在香港，塗鴉並非一種主流藝術，經常被認為是偏激的行為或是反叛的象徵，下意識地認為它對環境造成破壞，鮮少人理解塗鴉的內涵。然而塗鴉在歐美國家卻是一種藝術，一種不需要去藝術館都可接觸的藝術，有學校專門推廣這種創作。不可否認，塗鴉者最初或許會存有偏激的思想，想透過塗鴉去抒發心底的不滿，然而當真正理解、投入這種藝術的時候，心態會慢慢改變。PANTONE指出：「塗鴉可以很正面，只在於你用甚麼心態去看待它。」

■PANTONE即席示範如何製作燈籠。

■PANTONE教大家如何設計燈籠上的文字。



Graffiti也可環保

很多人對Graffiti的印象始終停留在街頭創作上，而且噴漆的氣味很刺鼻，所以連帶地對這種即興創作也沒有好感。「人們對Graffiti有很多誤解，我們使用100%無鉛的噴漆，符合歐盟的標準。在香港，一提到噴漆人們只會想起收數佬上門收數，在牆上噴上大字。歐美國家人們在美術店可以買到噴漆，但香港通常要去五金舖才買到，而五金舖的噴漆往往釋放很多有害物質，我們一般不會用這種噴漆。」PANTONE說。塗鴉雖是一種很隨意的藝術，但塗鴉者卻不隨意，他們基於安全考量，在工作或創作時皆會戴上口罩、手套，做足安全措施。而且他們甚少在室內工作，一般在戶外環境創作，因此氣味很快便消失。藝術家對作品有要求，容不下作品裡一點點的瑕疵，不滿意便重新來過。「Graffiti在這方面很好，畫錯了可以直接噴上另一層色，而且顏色揮發得很快，不會影響作品的質素，所以不會有浪費的問題。」PANTONE說。而且用完的噴罐可以拿去回收，並非如人們所言造成環境污染。

傳統與藝術的結合

年輕人喜歡新鮮、潮流的玩意，而Graffiti與燈籠是一種很好的配搭，在傳統中加上一點新穎的元素，既突顯了節日的色彩，又不失新鮮感。雖然近年來燈籠的款式愈出愈多，但不論是簡單的紙燈籠或是華麗的膠燈籠，不是外形過分單調便是造型太過誇張，不受年輕人青睞，而Graffiti綵燈反而可以吸引大眾的目光。「因為色彩鮮明，顏料快乾，對欠缺耐性的年輕人而言，是新的嘗試。」PANTONE笑言。人們有一種錯覺，以為大的物件才適合塗鴉，像燈籠這種體積較小的東西很難進行塗鴉創作，但PANTONE告訴我們Graffiti結合燈籠能產生出乎意料之外的效果。製作環保燈籠不外乎用最傳統的方式，用竹或鐵線加上環保紙撐起整個燈籠，然後在紙上畫些圖案。但在紙上畫畫並不簡單，用水彩很容易因為太濕而弄破燈籠，用筆亦要小心控制力度，否則只會事倍功半。但Graffiti是用噴漆直接將顏色噴在燈籠上，顏色很快乾，只要控制得宜，要大量製作並非難事。PANTONE指出：「用中文字可以帶出傳統的色彩，再加上預先製作一些版模，如葉、鳥、月亮等，文字配上這些圖案，加上明亮的色彩，整個燈籠已變得不一樣。我也是第一次作這種嘗試，以前幾乎只在平面上創作，但燈籠是一個立體，設計起來有一定的難度，我只好將它當成四個平面來設計，很不可思議。」

■小朋友亦樂在其中。

■製作燈籠的道具：環保紙和鐵線。

■塗鴉所需的噴漆。

心態最重要

PANTONE認為無論是推廣Graffiti還是認識這種藝術，最重要的不外乎心態。「香港的Graffiti創作者不多，大概只有十多個，很多人玩了幾年便放棄，但人數不是問題，重要的是大家持相同的信念，便是努力推廣藝術。很多人說香港是文化沙漠，這是一種很負面的態度，這裡其實有很多東西可以創作，亦可透過不同的渠道推廣藝術。人數少的話自己做多一點去彌補不足，不要事事都依賴政府，有心做的話即使少人也可做得好。只要抱持正面、肯定的態度，將之當成文化來看待的話，這種藝術的發展空間其實很大。」PANTONE一直朝這個方向前進。另一方面，PANTONE也指出在推廣的同時不要過度宣揚，始終這是非主流藝術，很多人不明白亦不認同，如果走上門「hard sell」必定惹人反感，反而受人邀請參與活動、策劃的話則代表Graffiti得到他們的認同，透過這種形式推廣的話人們會更容易接受。義工亦在活動後表示：「Graffiti是90後的新興文化，從沒想過這種藝術老少咸宜，以前以為它是邊緣青年的活動，現在透過活動才有機會認識這種藝術。」

PANTONE從事十多年教學工作，努力將Graffiti帶入校園中，不但讓年輕人認識這種藝術，更透過教學讓學生重新找到人生的方向。學生一開始也是抱着玩樂的心態來到學校，以為塗鴉便是亂塗亂畫，但學完之後，他們發現當中有理論、有層次，心態亦開始改變了，開始認真去看待一件事。「要認識Graffiti並不困難，只要在網絡上輸入關鍵字便可找到大量資料，但很多人連『Graffiti』這個字亦串錯了，只是紙上談兵，從不主動參與，你沒有試過去做、去臨摹又怎會知道這種藝術的趣味在哪裡。」PANTONE道出塗鴉被人誤解的關鍵之處。很多學生學完之後未必會再留在這個圈子中，有的會去搞藝術、搞design、跳舞，PANTONE不介意他們只作短暫停留，因為至少他幫助他們鞏固了藝術的根基，他們懂得怎樣去欣賞藝術，找到了自己的方向。

創意背後的社會關懷

麻繩製成的時鐘、甜品造型的肥皂海棉、時事筆記簿、「正能量」文件夾，這些看似簡單的設計，原來內含玄機，除了突顯年輕人無限創意的一面之外，更隱含了他們對社會民生的關注。

由香港小童群益會主辦的「青少年創意產品創業競賽2011」已完滿結束，今年有八隊隊伍進入決賽競逐「金」、「銀」、「銅」獎。以上提及的創意產品皆來自這些參賽學生，雖然產品的賣點各有不同，但卻不約而同地將時事議題及環保訊息融入設計中，反映年輕人不忘社會、勇於表達的一面。

創意作品 各有千秋

「雙面國王」、「骷髏人」及「木乃伊」文件夾看似普通，與市面上常見的文件夾沒有太大分別，然設計者卻說：「我們賣的是意念。」「雙面國王」文件夾以撲克牌的King為圖案，上下兩個國王手上分別拿着金錢和滴血的寶劍，象徵賭博可能帶來嚴重的傷害。「骷髏人」文件夾是一個骷髏人坐在垃圾堆上，帶出人類破壞環境終會自食惡果。「木乃伊」文件夾則是女孩手上捧着一個心，四周被白布條包圍，象徵社會對人的偏見。同學坦言：「我們希望人們正視這些問題，多關心社會。」

小小的肥皂，外表是可口的甜點造型，讓人不禁想拿起來放入口中細細品嚐。與「正能量」文件夾不同，同學身體力行，親自挑選材料製作環保肥皂，以行動來證明環保生活的可行性。甜品肥皂海棉是用柑油及植物油製作而成，比起市面上的肥皂油更環保，因為它們能夠被海水分解。同學更在肥皂底下加上一塊海棉，洗澡的時候可以一邊塗上皂液一邊用海棉分解出更多泡沫，既能突出創意，又方便使用。

另一隊「Critic」設計的時事筆記簿亦相當有意思。六款筆記本，封面時事議題包括港女十式、嘥模風波、直升機父母、最低工資、財爺派錢、高官僭建風波，皆是當前熱門的議題，其心思可見一斑。

低成本高回報

或許以上的設計並非很專業，或許你在市面上也找到相似的產品，然而計劃的目的並非只追求創意，參加隊伍的概念、市場推廣及營銷策略亦不容忽視。這個計劃是希望培育青少年的創意思維及提供創業體驗的機會，創作背後更重要是其可行性。一件產品雖別具匠心但不能立足於市場的話亦算不上是成功的設計。各隊除了展示無限創意外，亦運用不同的創意營銷手法推銷產品，提升顧客的購物動機，其中一隊更錄得單日銷售額超過千元的佳績。參賽者Iris有感而發：「在現實營商環境裡，有意創業的人往往花費巨額成本才換來這種經驗，但我們參加今次比賽，只花了數百元至數千元便可實踐及體驗寶貴的創業機會。」評審之一、香港小童群益會助理總幹事梁永宜先生讚賞各隊伍的表現，指他們除了表現創意外，還能夠將時事議題和環保訊息融入到產品設計內，既有意念、創意和可行性，亦能夠在市場銷售。

年輕人或許不擅於或不習慣表達對時事、社會議題的看法，但不代表他們沒有意見，他們的想法往往見於其創作中。一個文件夾、一本筆記簿、一個小小的肥皂，這些都是最平常的物件，也最容易被忽略，然而他們棄用高成本的產品，選用成本較低而年輕人較感興趣的物件實踐其創業計劃，表達其對社會的看法，亦盼望透過創作令更多人反思如今的社會形態。一件產品，隱含着一份創意、一點巧思及一顆關注社會民生的心。 文：伍麗微

■榮獲「金獎」、「銀獎」及「銅獎」的自創產品：「正能量」文件夾、時事記事簿及「白飯魚」白布鞋。

■甜品肥皂海棉。