

誰需要藝術評論？藝術寫作、藝術發展與藝術世界

遊藝說論

蓬勃發展的藝術世界……

藝術為香港帶來甚麼？西九文化區燃起了社會大眾對此的無限想像。就政府政策而言，「藝術」是促進經濟發展的新概念，突顯香港國際都會的地位。藝術確實富有經濟效益。國際商業畫廊如白立方和貝浩登來港進駐，為藝術市場帶來全球視野。巴塞爾藝術展則聲稱創造了匯聚頂尖藝術家與收藏家的交流平台，推展藝術的經濟利潤和「文化」價值。時至今日「將藝術融入生活」已不再是一句口號，而是一幅引人遐想的景象：藝術品堂堂皇皇的安放在菜市場、公園、商場……即使乘坐交通工具，你也可能發現自己正坐在一件藝術品的旁邊。

藝術的蓬勃發展帶動了不同類型的藝術寫作——藝術活動的新聞報導、雜誌專題、展覽圖錄、互聯網的評述等。藝術寫作（廣義的所謂「藝術評論」）包羅形形色色的文章，從個人心得、商業畫廊的資料冊、藝術市場分析以至創作理論評述等。不少藝術寫作以模糊又抽離的闡述作品，卻甚少嘗試擴展評論的思路，又或引發更多針對藝術發展的討論。奇怪的是，隨著藝術寫作的文章越來越多，卻無法帶動更多讀者參與對藝術創作的智性討論。早前，香港大小地標均成為大批紙熊貓的展示場所，傳媒訪問參展藝術家、主辦單位、名人、動物保育人士及普羅大眾對這件「藝術品」的想法，可是卻沒有邀請任何一位藝評人（姚2014；《東Touch》2014；《太陽報》2014）。究竟藝評人的角色是甚麼？香港的藝評狀況如何？藝評能為本地藝術發展做些甚麼嗎？

這篇文章旨在從香港藝術生態的角度，探討藝評發展的狀況及藝評人面對的困境。根據社會學家豪沃·貝克（Howard Becker）的定義，「藝術界」可以視為一社會經濟網絡，旨在釐定、商討和應用關於藝術的論述（discourses of art）。藝評可視為藝術家與觀眾的中間人，透過書寫引發更多人有所共鳴，從而參與了意義生產的過程。本文無意申述藝評有何重要，反而，有意借此探討本地藝術書寫的不景氣與近年藝術生態的關連。論者或會認為貝克的理論只提及以職場社會學的概念討論藝術品，而鮮有留意藝術品本身或當代美學的內在邏輯（貝克2008：xi）。可是，貝克的社會學理論擴闊了研究藝術的視野，使研究者的目光不僅僅聚焦在某一藝術活動或一件藝術品，而是將藝術界視為一運作體系，審視專業領域內，不同角色如何互相合作，並且產生意義。社會學理論將藝術視為一意義生產的過程，是以有助於考量本地藝術狀況，即藝術品如何與其他藝術工作者互動，並面向社會討論藝術的意義。

本文認為目前香港的藝術生態並不完整，以致大眾對藝術的想像多流於片面，若非追隨潮流品味至上，就是從個人觀感出發，帶著為賦新詞強說愁的意味。如此文化環境致令藝評不受重視甚而近乎絕跡於藝術界。

藝術世界的生產機制

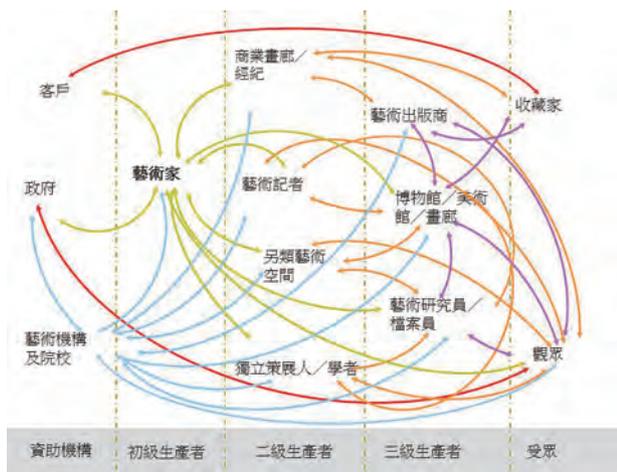
在其經典研究《藝術界》(Art Worlds)，豪沃·貝克採用社會學的角度審視藝術的生產和消費，將其運作視為一套業界共同協作的方式及人人所遵從的專業守則，旨在闡明藝術何為的體制。貝克從喬治·迪基(George Dickie)的藝術體制論得到啟發，強調業界協作與共同守則以釐定藝術的意義，而非單單著眼於成品，即藝術品本身。有別於迪基，貝克無意爬梳藝術體制的語境，從而歸納藝術門類的哲學論述。他的研究集中於審視藝術界內部的架構和層級，討論藝術如何出現。他指出：

藝術界往往跟其他界別有著千絲萬縷的親密關係，卻又試圖自外於這些界別。業界人士與其他專業共享資源，甚至從中招聘人才、吸納新想法，又同時跟這些界別競爭，以取得更多觀眾及財政支持。(2008: 36)

藝術界內，個人(如藝術家、策展人、記者和收藏家)及團體(包括另類藝術空間、博物館、藝術市場、學院和撥款機構等)彼此協力以生產出形形色色的藝術。他們共同組成一運作體制，包攬藝術創作、展覽及相關活動、研究和文獻紀錄、出版、收藏、教育、撥款和獎助金。這些活動有助釐清、討論以至發掘有關藝術的論述，而藝術展現不僅俾使業界再次確認相關的論述，也藉此向廣大群眾宣揚業界的理念，甚至在某程度上，左右觀眾對藝術的理解與接收。貝克認為藝術品只能存在於特定的運作機制，而業界的藝術論述又會將相關的理念轉化成專業規章，調校不同組織的互動，訂定參與者的權利和義務(2008: 29-30)。

據貝克的「藝術界」理論，筆者按照香港的藝術生態勾勒出業界的參與者而繪製成繪圖一。佔據著藝術界的中心是藝術家，或稱為初級生產者。他們將難以名狀的創作衝動轉化為藝術——這或許是一項表演、一組混合媒介裝置，或者是一項社群藝術活動(貝克 2008: 25)。一般人或認為創作乃是無中生有的。其實，藝術家將藝術概念轉化成作品，其創作過程必然帶動一連串思考——追隨、發展又或挑戰既定的創作框架。初級生產者的創作不但展示其才華與潛質，更重要的是，他們亦因而投入業界內部的交流，促使業界再次思考其對當代藝術的論述。藝術作品可被視為客觀化的意識，結合前人对藝術的論述，以及當下持續修正有關論述的期望，並藉以聯繫未來的論述。宏觀而言，藝術品是業界集體所共享的，其意義在於延伸彼此對藝術的追求。

為了促進業界的交流，藝術家會透過展覽、策展項目、教育工作坊和公開講座等方式與二級生產者合作。二級生產者包括另類藝術空間、獨立策展人、小型或中型藝術團體、大學等。他們大多有志於拓



繪圖一：香港藝術界圖表(按豪沃·貝克之說稍作改動)

展藝術的討論空間，投入新想法、新論述甚或新方案的實驗，使之發展成為日後的專業範式。其工作重點在新嘗試，並藉由流播以至確認有關論述，使得藝術品得以被更多觀眾所看見。藝術品本來的論述亦因應不同的展示與討論而增添另一層意義，使之更形豐富。此外，商業畫廊、商業買手或經紀，以及專門與年青藝術家合作的藝術顧問也屬於第二級生產者。一如非牟利的二級生產者，這些牟利的二級生產者買入藝術品、轉售給收藏家和機構，同樣有助於藝術品的流通以及有關論述的評價，並且將藝術品的文化價值轉化為金錢利益。

從藝術發展的角度看來，藝術創作本是針對某一論述而生的內部網絡，聯繫著過去、現在與未來的業界討論。縱觀古今，藝術品以其所誘發的視覺印象，及延伸活動所要求的觀眾參與，積極介入人類文明。藝術與觀眾的感官互動並非一刻半晌的經驗，而是經年累月的交流，使得有關論述累積成某種文化範式。三級生產者的工作就在於整理藝術論述的發展脈絡，以及將有關的討論轉化成業內的典範。博物館、藝術出版社、檔案員及研究機構等可被視為權威，專責研究當代藝術的變與不變、確立何謂「好」、「壞」的藝術準則，並且思考藝術如何為時代發言。他們以更寬廣的歷史脈絡理解藝術，從而發掘不同藝術論述與當代的關係，並與觀眾分享相關的研究成果。他們的研究確立藝術界的新範式，推動業界不斷創新，又促使業內人士反思其美學及智性考量，維持專業自覺。換言之，三級生產者可被視作「意念發動機」鼓勵更多人討論、重新確認，甚至挑戰有關藝術的論述。在商業界別而言，拍賣行和國際畫廊都屬於三級生產者，推廣不同年代、文化背景所產生的藝術論述。他們往往將某些藝術品評為「經典」、「大師傑作」，將作品的文化價值轉變為更龐大的金錢利益。

藝術評論的角色

假若將藝術界看作是生產與消費互動的過程，藝術評論就是生產者與消費者之間的仲介 (Schreyach 2008 : 17)。作為專業觀眾，藝評人仔細琢磨某一作品、一項創作實踐又或一場展覽，再就其所處的特定文化語境品評其優劣，並發表於公開平台。藝評文章是藝評人與藝術生產者之間的智性交流，從歷史、藝術或個人等不同視野融會成富有意義的論述 (貝克 2008 : 163)。對於有意認識藝術界的觀眾來說，藝評文章提供了多元資訊，讓人發掘如何與藝術互動，即使這些作品看來怪異又毫不吸引，甚至晦澀難懂。藝評寫作旨在申明藝術論述的要旨及其如何回應時代。這類文章邀請藝術愛好者思考有關的論述跟自己的文化經歷有何關連，從而引發藝術與個人的共鳴 (Carroll 2009 : 45)。

撰寫評論文章時，藝評人經常考慮如何縮窄藝術生產者和消費者的鴻溝，反思作品在業界以至公眾的迴響。理想而言，藝評的視野必須既廣且博——以開放的態度接受新思維，以專業又敏銳的觸覺審視不同的創作形式，並且以堅定的立場否定自己的主觀判斷、甚至抗拒成為「藝術代言人」的權威聲音。藝評人不屬於任何一類生產者。他們的寫作每每涉及作品、創作實驗、藝術博覽會又或博物館展覽等，藉此與不同層級的生產者互動交流，從而以批判的角度審察不同的藝術論述。遊走於藝術界的不同層級，藝評人的位置尤富動彈性，亦使之得以與其他專業界別多接觸。然而，其動彈性也易於令人看不清藝評人的角色，以至其在藝術生態的定位。事實上，藝評人從來不是品味的仲裁，也並非藝術知識的權威。藝評人應該自視為公共知識分子，致力推動不同觀眾對藝術的理解。換言之，藝評的意義在於建立一個讓公眾共享的討論空間，以推動創意、批判思維及藝術成就為宗旨，力求反思藝術的意義，及藝術如何回應當代社會的議題。

本地評論家及其據點

有鑒於香港藝術評論的困境，上文從藝術界的理論綜論藝評人的角色倒似言不及義。面對藝評發表空間日益狹窄，藝評人不禁問：「為何寫作？文章又為何而寫？」

欠缺出版平台令藝評人被邊緣化，某程度而言，這也窒礙了其與公眾交流有關藝術的種種論述。

報章專欄、雜誌的藝術文化專欄和專門的藝術期刊等傳媒向來是藝評人與觀眾交流的平台。翻閱本地報紙，有關藝術展覽或活動的文章看來像公關宣傳稿，並且將藝術包裝成時尚的休閒活動或奇觀，以吸引公眾的目光。報紙的文化藝術版倒似消失了，餘下的版面欄目側重的是生活的「藝術」，包括時裝潮流、飲食、家居裝潢或旅遊。現時藝評人鮮有機會擁有自己的專欄。欠缺出版平台令藝評人被邊緣化，某程度而言，這也窒礙了其與公眾交流有關藝術的種種論述。即使藝評人有幸發表想法，文章也僅限於500至1,500字 (何1998)。文章精短確實可以針對某一特定論點或議題加以發揮，但短文

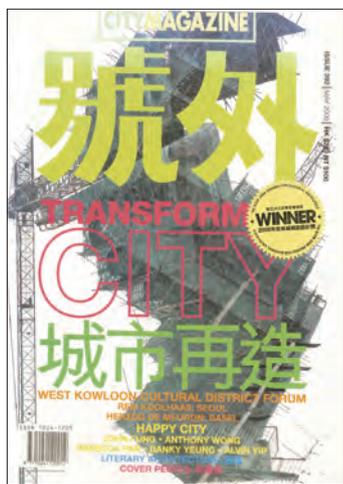
往往無法開展批判思維的深度和廣度，令智性討論淪為寥寥幾句的聲明或個人意見。

面對傳媒及出版業競爭越演越烈，文化雜誌如《Artplus》和《號外》(圖一)等大多將文化議題與活色生香的潮流品味混為一談。編輯寧願採取流水帳似的方式報導藝術節目，多於刊登藝術文化的評論文章(陳2014)。本地藝評的黃金時期早已遠去。專業的藝術刊物如《越界》、《E+E》(圖二)和《文化現場》(圖三)等，以廣邀年輕作者合作、又樂於刊載篇幅較長的評論分析而見稱。但這類刊物缺乏財政資助，經營艱苦卻終不免曇花一現(陳2013；梁2007；杜2007)。為了發展其專業，本地藝評人轉而將文章投稿至海外藝術期刊。對於不同文化語境的讀者而言，他們當然樂於讀到世界各地的藝術討論。可是，藝評人難免質疑海外讀者群如何影響其寫作的視野，而這樣的評論又何以促進本地社群思考相關的藝術論述。

闡明藝術對話

諷刺的是，香港現正是全球第三大藝術市場，致力成為亞洲創意樞紐。藝評似乎與本地藝術發展無關輕重。不過，貝克的觀點卻指出藝術生產並不只是為了製作最終成品，而是一次意義生產的過程，容讓藝術界與不同觀眾共同探討相關的論述。是以藝評的缺席使得藝術論述難以廣為社會大眾所接受，藝術界亦因而陷於邊緣化的危機(Becker 2008：164)。有見及此，以不再以貝克的論點置於本地藝術發展的脈絡，探討藝術論述如何在本地展開。

政府一直將創意工業視為對未來發展的推動力，務求令香港成為國際藝術文化都會。為了發展香港的創意潛能，政府推行「西九文化區」項目，以240億興建十七個藝術文化場地¹。而廢置的歷史建築，如中央警署及前荷李活道已婚警察宿舍等，也轉型為藝術休閒設施，並且被標舉為引人注目的地標。



圖一(左)
《號外》，第392期，
2009年5月

圖二(右)
《E+E》，第一期，2001
年秋/冬

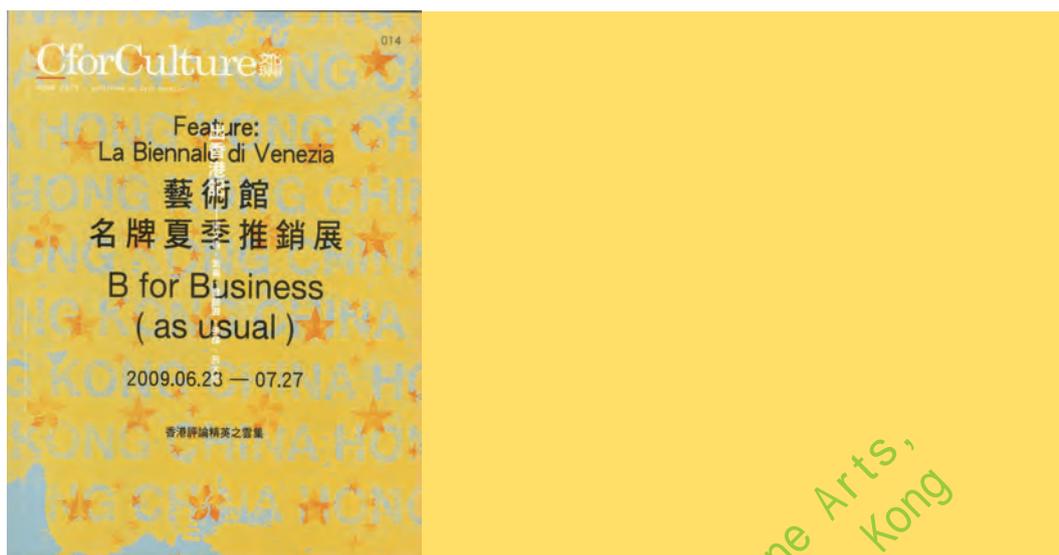
(投資推廣署：2014) 作為政策制定及撥款機構，政府看來不甚關注藝術對觀眾潛移默化的影響，只著眼於藝術能為香港帶來多少金錢利益。求新求變、引動創意誠為美事，因為這都轉化成資金，促進經濟增長。這些藝術發展的長遠計劃或許為藝術家帶來新機會，造就了他們確立事業的目標。²然而，在這藝術的「黃金時代」，藝術家的聲音如何被社會聽見？「伙炭工作室開放日」（下稱伙炭）正是一饒有意思的例子，藉以討論藝術家如何與公眾互動。

傳媒所描繪的藝術是一疑幻疑真的假象。這假象聲稱上佳的藝術品等同於好品味，並且誘發將獨特的物事據為已有的慾望。

伙炭已有超過十年歷史，開放工作室由最初參與的十八位藝術家，拓展至現今超過250位專業人士、共八十間工作室（林2007；伙炭2015）。伙炭旨在將藝術作品置於其「原生地」——藝術家工作室，也就是作品構思和製作的地方，促進藝術家和觀眾真切又深入的交流。開放工作室讓觀眾可從藝術家的角度檢視藝術創作及其過程的種種轉化。對於有志認識本地藝術的觀眾而言，伙炭安排講座、研討會、教育工作坊和導賞團，致令有關藝術的論述得以流播、討論以及再三思考。是項年度活動的急促增長正是本地藝壇蓬勃發展的指標。就訪客人數和傳媒報導的篇章數目而言，這活動相當成功。不過，當傳媒再詮釋伙炭開放日的理念，又或者更確切的說，藝術家的形象時，藝術浪漫又時尚的形象又再次被確認。如今年開放日的傳媒宣

傳，其焦點即在於伙炭促使訪客面對面與藝術家互動，揭開創作的奧秘（鄭2015）。傳媒把玩著對藝術的幻想，每每將「藝術家」與「有品味」、「非一般生活態度」或「追尋夢想」等相提並論（郭201；梁2014a；梁2014b；卡夫卡2011）。當記者採訪藝術家時，大多挑選精巧美觀，內容又易於明白的藝術品，暗示「人人也可以投入藝術」（《新假期周刊》2014；胡2013）。傳媒報導或許令更多人認識本地藝術家，但這無助於大眾理解藝術家本身是怎樣的人，更遑論他們如何在其專業領域工作，作品又如何訴說社會的集體經驗。傳媒所描繪的藝術是一疑幻疑真的假象。這假象聲稱上佳的藝術品等同於好品味，並且誘發將獨特的物事據為已有的慾望。在這樣的「藝術想像」驅使下，記者細心提醒讀者帶備充足現金去伙炭，購買紀念品或自己喜歡的美酒佳餚，也就不足為奇了（《太陽報》2013；《Umagazine》2011）。由此看來，傳媒再次印證了政府對藝術的想像——創意工業可以推動經濟，藝術終歸是功利主義的。儘管藝術家嘗試提出異議，但「藝術魅力無限」的幻象委實鋪天蓋地。

每年伙炭吸引逾萬名觀眾。他們對藝術的興趣及認識不一，參與的活動也不盡相同。傳媒宣傳的方式也往往主導了藝術與觀眾的對話。事實上，參與藝術活動的觀眾對有關論述的反思大抵只限於小圈子的交流，而鮮及於公共平台。某程度而言，淺俗的藝術報導似乎已取代了藝術評論。前者將藝術活動的相關資料羅織成有噱頭的故事，而後者則針對某一藝術論述，發揮智性的討論。藝術報導無意處理任何智性的藝術討論。它們旨在提供一種「趣味盎然」的方式接近藝術，將藝術簡化成時尚的玩意——易於明白、討人歡心、又價碼相宜，尤其是那些特地設計的限量版產品，好讓觀眾將「藝術」帶



圖三
《文化現場》，014期，
2009年6月

回家。藝術引人入勝，並不在於其智性議題的啟發，也不在於情感的觸動。藝術是一空洞的符號，容讓不同觀眾投射各自的故事，投入偽審美的過程，卻又自我感覺良好。而傳媒的藝術報導則為讀者服務，搜羅豐富的資訊，引領他們尋找有趣新奇的藝術經驗，聲稱這令人生活更美好。

當藝術作品於不同的展覽語境展示，其論述也隨之而轉變。藝術展覽可被視為二級或三級生產者所建立的公開平台，不同藝術作品並置，使得相關的論述因策展理念及不同藝術家的思考而更形豐富多元。例如藝術家梁美萍的「香港製造」是一系列描繪本地的旅遊景點的油畫作品，如迪士尼樂園、寶蓮禪寺大佛、金馬桶³、金紫荊廣場的雕塑等。「行貨畫」由深圳大芬村所生產的，追本溯源卻原來是來自從前香港的外銷畫。為求深入了解深圳大芬村的行貨畫的生產模式，梁美萍扮作業餘畫師在其中的紀念品作坊習畫。梁氏在工作坊習畫本已干擾原來的運作模式，她更委托作坊繪製自己在香港所拍攝的遊客照片。這些照片揭示了非一般的遊客體驗，例如在旺角購物、參加六四晚會、在幼稚園門前排隊拿入學申請表格等。當藝術家在大芬村畫畫時，她正是以展演的方式模仿生產場地的運作，把玩原創者、再現及擁有權等概念。這系列畫作演化成為梁美萍的個人展覽：「珠江三角系列I：香港製造」。展覽在奧沙畫廊展出，而畫廊正是藝術買賣的場所。同一圖像卻繪製成一批批尺吋不一的複製品，其擺放方式就似由作坊直接送往紀念品店，準備迎接顧客。展覽將這系列繪畫視為一組藏品，從遊客的視點再現香港，以呈現不同人的慾望，而畫廊的空間又進一步強調買賣的慾望。作為二級生產者，策展人闡明藝術品所引發的論述，反詰何謂原作、何謂複製品、誰抄襲了誰等問題，以回應中、港經濟往來所延展的文化議題。

有別於其他展覽的寂寂無聞，梁美萍的個展得到好幾篇文章注意，檢視作品作為紀念品、仿製品抑或

藝術品的多重身份(曾2014；胡2014；卡夫卡2014)。這些文章多直述藝術家的創作理念、作品的內容，以及論者對作品的個人體會。這類書寫相當主觀，既沒有探討梁氏作品的多元意義，亦沒有從當代藝術的語境剖析作品(如探究某一藝術形式的新近發展，又或就作品內容考察社會議題)。舉例來說，卡夫卡的文章描述香港外銷畫簡史，介紹梁美萍在大芬村的創作，藉以強調大芬村已成為外銷畫與複製畫貿易的中心。文章繼而談及藝術家選取的香港地標，透過形形色色的圖像講述遊客如何塑造香港日常生活。整篇文章總結藝術家做了甚麼，觀眾如何看這些作品，卻沒有試圖就當代藝術或本地文化語境審視作品的意義。它甚至把這系列作品視為以繪畫拉近與觀眾距離的嘗試，而忽略了藝術家以繪畫干預外銷畫的生產機制的意圖。事實上，梁美萍所把玩的是作品本身既是商品、紀念品以至複製品的多重敘事觀點，與當代繪畫形式的反思毫不相干。這例子反映了香港的藝術書寫多為作者對藝術品的個人感想，甚少從當代藝術文化的語境檢視作品的多元角度。這類書寫方式隱含大眾主義的傾向，認為人人也能讀懂藝術，人人也有各自的方式詮釋藝術。然而，大眾主義無視藝術工作者的專業訓練，也逃避了藝評人有其責任就某一藝術論述展開智性的討論。不少所謂藝術書寫往往錯漏百出，文章若能正確的介紹藝術家的資料及其創作概念已屬萬幸。假若文章幾經思慮，指出作品所引發的新思考，讀者就得拍手稱慶。

以下再以一篇有關梁美萍作品的評論文章為例，進一步說明本地藝術書寫的缺失。該篇文章刊於專業藝術期刊《典藏·國際版》，讀者多為國際藝術愛好者。寫於2008年，該文章先檢視「香港製造」系列較早期的版本，並將作品置於全球複製畫市場的語境，繼而將此作與克里斯坦·揚可夫斯基(Christian Jankowski)的畫家系列、邁克·沃夫(Michael Wolf)的《Real Fake Art》等概念藝術作品相比較(黃2008)。文章聚焦於當代藝術家與大芬村外銷畫生產商的合作，把梁美萍的畫作視為精緻與通俗文化的互動、複製與挪用的對照，繼而質疑何謂原創作品，思考何以藝術品反倒轉化為可複製、卻又身份不明的商品(黃2008：38)。這篇文章深入閱讀作品，揭示當代文化的狀況。這顯示出藝術品與藝評人的互動必須從梳理文化語境及其脈絡、審視作品含意等方面入手，其互動方能發揮比作品本身更豐富的論述，使有關的論述得以流傳，甚至為他人所再詮釋。這正是香港所缺乏的：有關藝術的論述難以持續。展覽一旦結束，作品不再展出，論述便不再在廣大公眾之間流播、討論及再三詮釋。即使展覽尚未結束，相關論述也屢屢淪為單向陳述，把藝術當作毋須深究的娛樂廣加宣傳。在本地藝術界，二級生產者試圖闡明藝術品所體現的論述，但評論文章無法再進一步將這些論述加以發揚。藝術的論述既未能於業界流轉，更談不上走上公眾平台，這就使得評論漸次為藝術報導所淹沒。

貝克指出藝評的缺席將令相關論述未能得到公眾認可，藝術界亦因而被排擠於社會邊緣。尤有甚者，藝術界無法就作品所衍生的論述而有所積累、商討以至再詮釋，藝術創作將變得了無意義，而論述更易被轉化為消費者而設的娛樂體驗。香港有關本地藝術家的文獻資料相當零碎，而本地藝術史的研究亦頗粗疏，大多集中於某些課題而無法勾勒出藝術發展的完整面貌，更未能記錄香港不同的藝術視

角。現時只有一部較為「完整」的香港藝術史論著，即由朱琦所編寫的《香港美術史》。朱氏為內地學者，其研究欠缺第一手資料及對業界的親身觀察，著作遺漏了一些舉足輕重的藝術團體及其活動，以及各團體如何藉著回應文化藝術傳統，發展出獨特的藝術理念(黎2006)。就三級生產者的工作而言，本地藝術史的研究一直付諸闕如，未能補足不同藝術論述的思考，亦無助於確認創新想法或挑戰既定成規。本來藝術研究、出版和展覽有助藝術界建立其生產意義的機制。但本地業界似乎正患於文化機構的去中心化，使得有關藝術的討論大有小圈子自說自話的意味，難以整理不同議題的多元思考，又無法從微觀角度爬梳本地藝術發展。

面對業界意義建構的危機，藝術市場似乎積極地為香港定義何謂「好藝術」。香港「白立方」總監格雷厄姆·斯蒂爾(Graham Steele)曾說：

「白立方」之所以享負盛名，在於它向觀眾展示最貼近時代的國際當代藝術，而香港暫時尚未有任何博物館可以做到這樣的展覽……不過，我們立足香港，意在投入社區。我們積極策劃讓人耳目一新的展覽，以求改變香港人看待當代藝術的方式(轉引自投資推廣署：2014)

斯蒂爾將白立方與博物館相提並論，充滿自信的認為畫廊正將國際當代藝術引入香港，這是博物館所未能做到的。他甚至認為畫廊有能力闡明藝術論述，扭轉香港人對藝術的態度。不約而同，不少商業機構都利用「藝術」作為豐富社群生活、增添悠閒享受的手段。例如「太古地產」在旗下物業舉行「大象雕塑巡遊展」⁴，以及「K11購物藝術館」策劃「Encounters 11」推廣年青藝術家的作品。當然不得不提大名鼎鼎的「巴塞爾藝術展」，以為藝術家、畫廊、收藏家及觀眾建設一智性互動的平台，行其博覽會的國際買賣。為了維繫觀眾對其節目及活動的興趣，商界一直與不同機構和社群合作，提供各適其式的藝術體驗。商業機構所舉辦的「藝術」活動總令人聯想到成千上萬的觀眾、引起潮流話題的作品以及消費娛樂。這些藝術項目並沒有拓展大眾對藝術文化的討論。反之，藝術成了絕佳的市場宣傳策略，將日常生活美學化，也將藝術與消費娛樂拉上關係。藝術可以讓人看到不同的東西。但在香港，藝術變得相當淺白，每每與趣味、奇觀或獨一無二劃上等號。要是藝術不再是思想文化的挑釁者，誰又會嘗試探索創意的新思維？誰又會再三思考當下文化的景況？對於本地藝術界以至更廣泛的社群而言，藝術又將變成甚麼呢？

網上平台：藝評新據點？

在這藝術的黃金年代，藝術作品的優劣大抵與觀眾人數、傳媒報導的篇幅數目及作品能否引發奇觀掛勾。然而，藝術議題在業界或公眾層面依然難以開展。大眾對藝術的想象多依從政府政策、商業機構及藝術市場的論調。藝術論述如何得以廣為流傳？近年來，《藝托邦》、《像素麵包》和《主場新聞》網

站的藝術版等已成為在藝術家、研究員和藝術愛好者社群推動藝評寫作的交流平台。在今天的互聯網時代，網站、社交媒體和留言版都構成公眾參與的言論空間，鼓勵讀者交流、論辯，以抵消傳媒和出版業討論空間日益收窄的現象。顯然，網絡平台展示了一種高成本效益的運作模式，隨用家搜集自己所需要的資訊，鼓勵不同社群互相對話。按《藝托邦》的數據，編輯小組每週平均收到五篇藝評，越來越多讀者轉為作者，分享自己對藝術文化的想法（楊2012）。令人鼓舞的是，網絡平台一直支持藝術寫作。可是，網絡文章沒有稿酬，不少藝評人寧願投稿到紙本媒體，而不在網上發表文章。

網絡平台的運作概念在於邀請藝術愛好者發表自己對藝術展覽和活動的體驗和感想。這類平台有意無意鼓吹每個人都可以成為藝評人，而藝評就是個人對藝術的體驗。這種平易近人的想法使得藝評不再局限於行家觀點或學者研究，提倡以不同方式觀看藝術。藝術是連結世界的橋樑，使得觀者從其藝術經驗理解自己、理解世界。欣賞藝術品在乎創造自己的體驗，藝術家的創作理念反為其次（Ching

藝術因而變成溝通媒介，而非多重意義的論述。

2013）。換言之，透過自身與藝術作品的對話，觀者大可將藝術品視為個人生活體驗的延伸。理想而言，以觀者為本位的藝術經驗促使人抱著鑽研一切的精神，發掘藝術品延伸的廣闊天地（楊2012）。

網絡平台的出現見證了藝術界權威的瓦解。其運作提倡人人都能書寫藝術或有推廣藝術之效，但亦不無缺失。對於何謂藝術，網絡平台採納相當寬鬆的定義，強調足以引發情感和智性迴響，即為藝術。其鼓吹的藝術書寫方式不在乎如何思考藝術作品本身，又或藝術作品所體現的論述，而在於觀者對世界的體驗和反思。藝術因而變成溝通媒介，而非多重意義的論述。主觀感受掩蓋了智性思考，藝術體驗往往被簡化為個人對外界的直接反應。這使得觀者易於脫離藝術本身的語境而談藝術，則有關論述及創作理念將因此而被消解。不少網絡藝評大多為作者對藝術品的隨意註解，但忽略藝術發展的脈絡，其內容多為作品主題的聯想，甚或與藝術不盡相干。問題是：將個人體驗凌駕於本身對藝術形式及內容的理解，又如何提倡多重角度詮釋藝術？作者似有自說自話之嫌，又何以與網絡社群有所交流？

估量網絡平台對本地藝評的發展，目前言之尚早。值得注意的是，網絡資訊交流必須掌握時間。網絡技術使得資訊交流即時、具彈性又具透明度，但這也促使用者迷失於資訊汪洋中而無所適從。為了連接外界，用者寧願閱讀某活動的即時更新、追縱突發新聞，而非仔細咀嚼一篇已過期的展覽回顧。作者也必須快速回應外界，即時寫成文章，以吸引網絡群體的注視。作者根本沒有時間檢視自己的想法，而文章又已在轉瞬間因訊息交流的繁密而遭吞沒。這形成惡性循環，迫使作者想盡辦法提高文章的點擊率。與一篇三千多字分析充氣雕塑的民粹美學相較，黃色橡皮鴨的照片集自然更能招徠讀者。為求促成網絡社群的互動，作者的寫作方式易為用者瀏覽網站的習慣所影響。然而，網絡文章的數量是否等同於建構藝術論述的質量？文章的點擊率又是否意味著更多觀眾因此而認識以至欣賞藝術？

總結

藝術界是一複雜的運作系統，包羅藝術創作、策展、研究、出版、教育及收藏等，以祈在公眾、文化團體和體制之間產生有意義的論述。就每一層級的藝術生產而言，藝術評論提供了對有關論述的智性探討，促使業界堅持專業精神，推動創新意念。

在香港，藝評人一直奮力掙扎，以求在主流媒體發表自己的想法。可是，深入討論藝術的長篇並不為報紙及其想象的讀者群所採納。藝評人亦不易與網絡平台合作。原因在於稿酬欠奉，而且文章往往被淹沒於資訊汪洋。莫名其妙的是，藝術的迅速發展正需要文字紀錄、研究出版等，令更多觀眾看到藝術及其相關論述。是以，藝術報導成為主流，綜合藝術展覽和活動的資料，並將藝術包裝成引人注目的消費娛樂。觀賞藝術演變為時尚的興趣，邀請觀者把個人體驗帶入藝術。藝術可以是饒有趣味的、發人深省的，甚至顛覆慣常秩序的。藝術報導卻將有關的論述簡化成日常審美的單調敘述，與生活品味和潮流時尚息息相關。然而，這種簡單敘述並不有利於觀眾參與有關藝術文化的智性討論，反而引起更多誤解。這也突顯本地藝術基建失衡，藝術所闡發的議題及論述往往為政府政策、商業機構及藝術市場所左右。

藝術的蓬勃發展似乎在本地藝術界帶來連串挑戰。商業利益掛帥、日常生活美學化、文化機構的權威消解等，正不斷改變藝術創作的本質以及藝術討論的開展。人人都注視著香港藝術發展，但藝術卻逐漸消失於眼前。也許我們需要重新考量藝術的意義，請問自己為何參與藝術活動，以及如何從藝術所引發的討論有所得著。

遊藝說論

「遊藝說論」由郭瑛倡議組成，目的為鼓勵批判性思考及具有效益的討論。成員包括陳世樂、梁展峰、梁寶山、丁穎茵及楊陽。

¹ 編輯按：西九文化區的藝術設施數目有待文化區管理局正式公布。

² 饒有意思的是，伙炭成員的故事從來就跟政府塑造的浪漫形象迥然有異。根據梁寶山所作的田野考察，伙炭成員大多是大學畢業生或研究生，每月入息平均是港幣一萬五千元（2010a）。該文章仔細分析西九文化區的發展如何引發社會對藝術家浮淺的想象。

³ 「黃金坐廁」由香港恒豐金業科技有限公司主席林世榮以黃金及鑽石打造。

⁴ 〈太古地產今年夏天將舉行香港首個「大象巡遊」〉，太古地產新聞稿，2014年4月3日。http://www.swireproperties.com/tc/media-resources/press-releases/2014/elephant_parade.aspx

參考資料

豪沃·貝克著：《Art Worlds》（增訂版）（加州：University of California Press，2008）。

Noel Carroll著：《On Criticism (Thinking in Action)》（紐約：Routledge，2009）。

陳世樂：〈香港視覺藝術評論的前世今生〉，載《藝術新聞》（中文版），2014年6月，頁18。

陳智德：〈十年生滅：香港的文藝刊物〉，載《地文誌：追憶香港地方與文學》，（台北：聯經出版事業股份有限公司，2013），頁267至277。

鄭天儀：〈又到伙炭開放日捐露捐鱗探藝術家〉，載《蘋果日報》，即時新聞，2015年2月23日。

程沛：〈我們會不會是好心做壞事了？〉，載《藝托邦》2013年1月12日。檢索日期：2015年2月25日。2015.http://artalk.hk/2013/01/12/%e7%b7%a8%e8%80%85%e8%a9%b1%ef%bc%9a%e6%88%91%e5%80%91%e6%9c%83%e4%b8%8d%e6%9c%83%e6%98%af%e5%a5%bd%e5%bf%83%e5%81%9a%e5%a3%9e%e4%ba%8b%e4%ba%86%ef%bc%9f/

東Touch：〈熱爆全港 1600熊貓完全快閃追縱攻略〉，載《東Touch》第994期（2014），頁A26至31。

伙炭：〈關於伙炭〉。檢索日期：2015年2月25日。http://www.fotanian.org/about/

何慶基：〈沒有空間——談藝評的窘境〉，載《信報》「文化」，1998年1月7日，頁32。

投資推廣署：〈Creative Industries: Art〉。檢索日期：2015年2月25日。http://www.investhk.gov.hk/zh-hk/files/2014/04/2014.04-art-en.pdf

卡夫卡：〈參觀伙炭藝術工作室藝術家私生活揭秘〉，載《信報》，2011年1月8日，頁31。

卡夫卡：〈不同地區同風景城市漸趨單一化〉，載《信報》，2014年3月14日，頁C01。

郭鐙琳：〈藝術村開放「伙」熱推介〉，載《東方日報》2015年1月11日，頁E5。

黎健強：〈簡評《香港美術史》〉，載《香港獨立媒體》，2006年1月10日。檢索日期：2015年2月25日。

<http://www.inmediahk.net/node/91226>

林東鵬：〈從火炭到「伙炭」〉，載《二十一世紀》第101期（2007年6月），頁92至94。

梁展鋒：〈香港視藝刊物難存〉，載《文匯報》A24，2007年1月6日。

梁智儀：〈危機中的清泉 伙炭藝術工作室開放計劃2014〉，載《經濟日報》C11，2014年1月8日。

梁嘉麗：〈I Love Culture 新文青時代〉，載《U Magazine》426號（2014b），頁18至14。

梁寶山：〈香港藝術有幾個十年〉，載《信報》P42，2010年6月7日。

梁寶山：〈誤讀文化工業—從西九到工廈〉，載許寶強編：《重寫我城的歷史故事》（香港：牛津大學出版社，2010b），頁153至169。

Michael Schreyach著：〈The Recovery of Criticism〉，載Michael Newman及James Elkins編：《The State of Art Criticism》（紐約：Routledge，2008），頁3至25。

〈王天仁帶路伙炭精華遊〉，《太陽報》E4至5，2013年1月6日。

〈900隻紙熊貓快閃「佔鐘」〉，《太陽報》A10，2014年6月15日。

曾家輝：〈梁美萍的甚麼製造香港製造甚麼〉，載《Pixelbread》，2014年3月14日。檢索日期：2015年2月25日。<http://www.pixelbread.hk/review/14-03-13-16224>

杜之外：〈視藝刊物求生術〉，載《文匯報》C01，2007年1月20日。

〈逛買食伙炭藝遊路線〉，《U Magazine》L27-35，2011年1月7日。

〈伙炭開放日第11年 走訪100個藝術私竇〉，《新假期》G024，2014年1月6日。

黃韻然：〈Framed Authors: Photography and Conceptual Art from Dafen Village〉，載《典藏（國際版）》（7:4，2008年7月），頁32至43。

胡麗珊：〈帶孩子逛藝術村新體驗〉，載《晴報》39，2013年1月17日。

胡敏儀：〈梁美萍的多重分身術〉，載《三角誌》第36期（2014年4月），頁60至61。

楊天帥：〈關於藝托邦的學術架構核心〉，載《藝托邦》，2012年11月30日。檢索日期：2015年2月25日。 <http://artalk.hk/2012/11/30/%e9%97%9c%e6%96%bc%e8%97%9d%e6%89%98%e9%82%a6%e7%9a%84%e5%ad%b8%e8%a1%93%e6%9e%b6%e6%a7%8b%e6%a0%b8%e5%bf%83/>

姚沛鏞：〈紙熊貓落戶元創方愛的抱抱 設「特快進場證」指定時間參觀〉，載《香港經濟日報》A40，2014年6月25日。

Copyright © Department of Fine Arts,
The Chinese University of Hong Kong
香港中文大學藝術系 版權所有