

〈好得意、好靚，然後呢？〉

【文：Ashley Man】



「設計平面：Unit Gallery X 明日設計事務所四周年海報展」

( 圖片來源：HK01 )

「設計平面：Unit Gallery X Tomorrow Design Office 四周年海報展」拋開固有框架，以 FM Screening ( Frequency Modulated，調頻網點 ) 印刷技術印刷出一張張郵票大小的海報。天花板垂直吊下一幅幅白色布條，每幅白布上均貼著一個白色相框，內裏放著迷你海報，觀眾得利用放大鏡才得以看清海報的每個細節。撇除展場作品固定在較高位置而令「哈比人」如筆者在欣賞時得賣力踮起腳尖維持平衡的小瑕疵外，嶄新的展示形式既讓觀眾與作品有機會親密接觸，得以細心欣賞海報的每個旮旯，也為觀賞過程增添樂趣。然而，也正因如此，卻引發筆者的憂慮：觀者是不是真的能感受策

展者的用意，而不只是只求「過癮」？

### 可能貪婪了些

何以說展覽方式是把雙刃劍？筆者理解，這一方面是受空間所限而衍生的方案，一方面是策展者希望藉此啟發觀者思考海報的定義與角色；從中也感受到策展者的心思與逛展的趣味。但是，在展場觀察人群來來往往一個下午後，卻產生了「好得意、好靚，然後呢」的疑惑：逛展的人逗留時間平均大約二十分鐘，多半瀏覽一遍作品便離去，留下的評價是正面的，主要圍繞海報的精美以及觀展方式的趣味性；也有來者（通常是設計或藝術業者及學生）詢問印刷相關事宜，進而了解展覽背後準備的過程及辛酸血汗。筆者自然不能以一天的觀察論斷整個展覽的情況以及其想法，只是肯定策展者想看到的是：觀者有一個難忘的體驗便足矣，還是更進一步，理解及反思何謂海報、海報是否要囿於傳統的尺寸限制云云，以及理解設計背後的意念？

如筆者逛畢，有些許消化不良之感：30張海報或許對忙碌而分秒受資訊轟炸的城市人有點過剩，腦袋塞滿了卻又說不出個究竟，花上好些時間才得以疏理頭緒，整理所想所得，以及細心欣賞買回來的設計特集；加上展品下並無簡介，對非專業人士而言，要欣賞比例、色彩和線條的運用確有難度。只怕走馬看花者眾，只為「打卡」，浪費了策展者的一番心思。



「設計平面：Unit Gallery X 明日設計事務所四周年海報展」設計特集，內裏包括展

出的所有海報，製作精美。

( 圖片來源：Tomorrow Design Office 明日設計事務所 Facebook )

### 要放大看的細節

從媒體宣傳反觀展覽的焦點，甚為分散：海報定義的反思、土地問題、嶄新體驗、印刷技術、策展者專訪……卻甚少著墨設計師及藝術家不計成本、品質至上的態度。在筆者看來，這份對品質的執著——展覽單張的用料、單張（明信片）上反光才顯露的格線、印刷物料的選擇、人手製作有血有肉的海報特集（利申：筆者買了一本回家）……處處蘊含的職人精神（註一），非常值得用放大鏡欣賞。

## 作為「素人」，我們可以做甚麼？

未知閱讀這篇文章的你，有著怎樣的背景？又怎樣看待視覺藝術？筆者是工商管理出身，對視覺藝術的認識僅止於中學時期的一星半點。但是，不論任何背景，都不會罷礙任何一顆真正喜愛藝術的心，更不會限制藝術的可能性；甚至正因為「素人」的身份，而擁有異於受過藝術訓練者的切入點，未嘗不是一件好事。

如何觀展沒有一個定案更沒有規則，背景的迥異自然造就角度的分別；然而，懷著怎樣的心態觀展，卻是我們的自主。

藝術有其時代性，往往與社會和時空緊密聯繫，化身現實的投影；主觀較強的，也常賦予個體感受和思考的空間，觀照和反思自身的處境和存在。若然我們並不只是追求拍攝的效果和社交媒體上的曝光和認同，也是給予自己更多可能性、更多「然後」的機會（寫作時值微波展，感受更深）。

### 註釋

註一：職人（しょくにん）接近中文裏的工匠，意指以自己熟練的技術以及雙手製作或打造產品或作品的職業，當中常包含讚美之意。「職人精神」，或「職人氣質」，包含對自我技術的高度要求和深度探尋，進而衍生對個人作品的強烈自信，以及不受制於金錢與時間而全力以赴、完成工作的態度。

## 參考資料

Allen Wong ( 2017 年 9 月 4 日 ) 。將藝術二次創作的「藝術」——《設計平面：

unit-gallery-x-明日設計事務所-四周年海報展》張煒詩、劉建熙。藝頻。取自

<http://www.arts-news.net/artnews/article/將藝術二次創作的「藝術」——《設>

計平面：unit-gallery-x-明日設計事務所-四周年海報展》張煒詩、劉建熙

Daniel Chang ( 2017 年 1 月 28 日 ) 。職人氣質 vs. 中國的工匠精神。取自

<https://www.thenewslens.com/article/57876>

丘瑞欣 ( 2017 年 9 月 22 日 ) 。【創意人物】明日設計事務所創辦人 Ray Lau 明知

不可為而為之的設計。明周。取自 <http://bkb.mpweekly.com/設計生活/海報設計-明日設計事務所-劉建熙>

謝欣慧 ( 2017 年 9 月 6 日 ) 。【你睇我唔到】土地問題觸發創新展覽形式 用放大鏡

先睇到的海報。香港 01 。取自 <https://www.hk01.com/藝文創意/117113/-你睇>

我唔到-土地問題觸發創新展覽形式-用放大鏡先睇到的海報