



東西文化交 流的商機

泰戈爾畫廊登陸香港

文：洪蓉

西九龍文化區山雨欲來之際，Art Fair在港盛大展出，香港投資推廣署首次引入國際級畫廊的Sundaram Tagore Gallery，在港開設美國以外第一間分號，促成此事的投資推廣署，從2000年7月成立至今，目睹文化藝術類的外商來港，無論數量及類別都有明顯增加的趨勢，計有拍賣行、藝術家、藝術學校等，也抓緊要領，看中Tagore的名氣，希望藉之向同行起示範作用，明顯地，又是西九效應。

Tagore，正是首位亞洲人獲得諾貝爾文學獎的印度詩哲泰戈爾（Rabindranath Tagore, 1861 - 1941）所屬的文化世家。在Sundaram（見圖）以前，這家族就憑著豐富的文化資本，成為闊綽的贊助人，賣掉祖傳物業去辦大學和資助藝術創作，然而到了Sundaram，必需另闢門徑完成祖先以東西文化交流為主軸的藝術使命。作為泰戈爾後人，Sundaram的藝廊，形象上一起步就自然比同行高一等，加上在威尼斯古根漢等歐美名博物館累積了豐富經驗，要開發香港這個具潛質的藝術市場似乎不是難事。

「從現代化開始，藝術開始成為商業，也就是加入marketing的元素。創作者的身份與性格，開始與作品連繫起來。事實上，在作品上簽名的做法，與藝術家提升至名流地位，也是這段時期開始的事。」Sundaram說。藝術品由創作到受眾的過程變得複雜起來，中間多了很多參與者，包括藝廊、經紀、媒體等。大量資訊在流通，藝廊的角色之一，就是將之「選擇性地組合起來」（selectively put together），帶動討論。

在消費以外，藝術也是生活中的探索過程，詮釋的行動。藝廊自許能夠充當推廣藝術、推動文化交流的角色，如正洽談將8至12位香港藝術家介紹到美國去，並成立慈善基金會，進行藝術教育，而其出版部為藝術家留下紀錄。「以我的藝廊的聲譽和聯繫，會引起人們留意香港藝術家的新意念，達至對話的效果。」

要捕捉香港離散的生活觸覺

「紐約是第一座國際大都會。我在那裡接觸到的人可能來自30個國家，都是丟下過去的紛亂來到開展新生活。」Sundaram選擇來港，正是看到在國際城市中以diaspora為主題的藝廊，大有發揮空間，尤其在此商業深深介入藝術的時代。「藝術必需有社會意識（social consciousness）。」而社會意識，必需扎根於當地，香港文化中離散的生活觸覺，構成可觀的潛在買家群，已變成不可忽視的商業潮流。

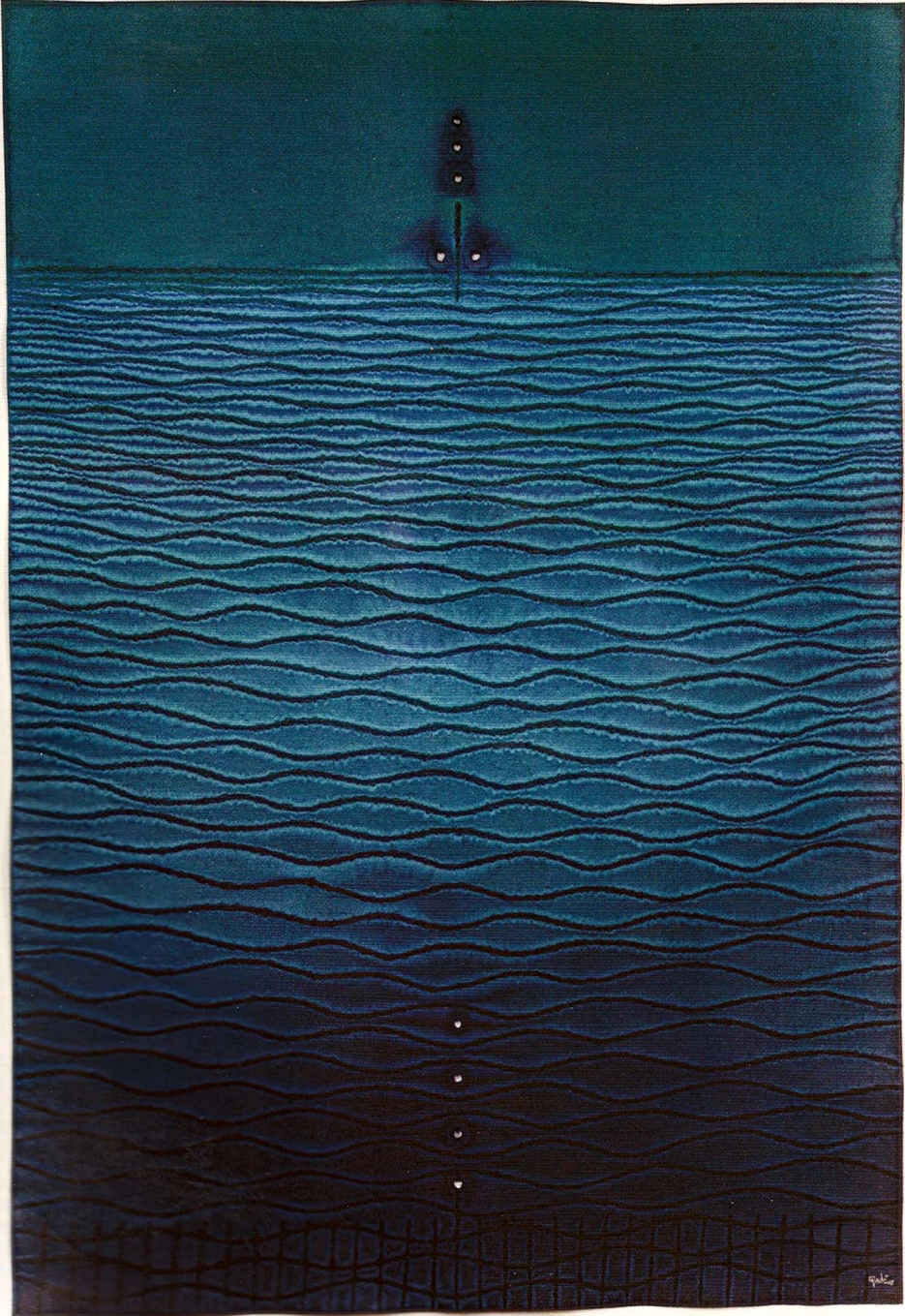
「金錢是藝術市場的燃料，畢竟所有的運作都需要錢。當然市場上的投機主義會影響創作。我則集中在培育新藝術家，發掘primary market，盡量避開拍賣會，而且注重照顧藝術家的創作生命，寧願以較低價錢將他們的作品賣給美術館而非個人收藏家。」Sundaram說。「藝術品是商品，但那是『知性商品』。如果一個人購買藝術品的目的是浪漫享受，那是可以的。但如果純粹為了轉手牟利，那便不同了。」

從藝術中來，往商業中去，可望香港的藝術市場前景光明。且看商業帶動的交流對香港的文化會有何影響。



Sundaram Tagore Gallery: 中環荷李活道57-59號





Sohan Qadri : Ambar ,2007
Ink & dye on paper (55" x 39")