

逾百作品聚首一堂 新藝潮為年輕藝術家拓展平台

作為全球第三大藝術市場，香港每年不乏大型藝博會舉行。不過，這些齊集世界頂級畫廊的博覽會門檻較高，年輕一輩要躋身其中，靠實力之餘也要看運氣。而即將在11月1至4日於中環PMQ舉行的第三屆新藝潮博覽會展出超過一百件作品，這也為年輕藝術家提供了一個平台，他們除了能在博覽會中展示自己的作品外，更能直接接觸收藏家。藝術家的道路從來不易走，對於年輕藝術家而言，有這樣的平台，讓自己的作品走進大眾視野，是十分重要的。

文、攝：香港文匯報記者 朱慧恩

今屆新藝潮約有100位藝術家參展，展覽分為三大系列，包括國際藝術家系列、多元系列及特別計劃系列。在日前的新聞發佈會中，記者遇到了兩位年輕藝術家 Monica Chan 及洪詩雅。她們均是全職藝術家，為着自己的理想努力打拚。而在今次博覽會中，兩人將分別帶來陶瓷作品和版畫作品與觀眾見面。

Monica：陶瓷質感變化多端

Monica 告訴記者，今次將帶來十多件陶瓷作品參展，喜歡與擅長陶瓷創作的她，自言想打破一般博物館及展覽的界限，讓觀眾與藝術品有更近距離的接觸。Monica 畢業於香港中文大學藝術系，當時主力繪畫創作，後來偶然接觸了雕塑課程後，便漸漸迷上了立體的雕塑及液態的東西。後來，她到了日本的滋賀縣當了三個月的駐留藝術家，專注陶瓷創作。回港後，任職室內設計師的她辭掉了工作，重拾昔日藝術夢，當起全職藝術家，以巧手製作出件又一件精緻的陶瓷作品。

Monica 表示，自己很着迷泥的質感，也很喜歡陶瓷創作過程中所帶來的不確定性。「一件陶瓷作品，是由一塊濕軟的泥，到燒完後變成一件硬淨的陶瓷，過程中有可控制的，也有不可控制的，我很喜歡當中的不確定性。」除了因不確定性能帶來驚喜外，Monica 亦認為陶瓷是大自然對自己的恩賜。「製作陶瓷所用的材料來自大自然，經過火燒後才成為一件藝術品，這不但是我的作品，也是大自然賦予我的禮物。」她說。

當天，Monica 帶來了其中一件名為《得



洪詩雅作品《吹雪的雪貂》。受訪者提供



馬來西亞藝術家 Cristjen Lai 擅長畫金魚。主辦方供图

到》的作品，這是一個小袋子狀的陶瓷作品，訪問時，她讓記者捧起來摸一摸，感受一下陶瓷的質感。在普遍的博物館或展覽場地，均禁止觀眾觸摸展品，不過，Monica 則決心帶領觀眾跨過這條看似不可逾越的鴻溝，希望讓普羅大眾明白藝術品並非必然高高在上。「我很歡迎觀眾與我的作品互動，觀眾可以親手觸摸作品，希望令大家明白藝術品並非遙不可及。」Monica 說。

洪詩雅：版畫探索心路歷程

同樣就讀中大藝術系的洪詩雅，她的數幅版畫將在由鍾大富策劃的《版畫為先》展覽中展出。洪詩雅表示，以往自己主要從事水彩畫創作，機緣巧合下跟隨了藝術家鍾大富學習版畫創作後，無意中發現了自己原來對線條如此着迷。「本來對版畫的興趣不大，但直上了鍾老師的課後，竟發現自己很沉

迷那些細緻的線條，那時才知道原來版畫可以令線條提升到更高的層次。」她又表示，自己已畫了多年的水彩畫，當時也遇到了創作的瓶頸位，找不到進步空間，因此決定變換創作媒介。洪詩雅表示，希望當別人看過她的版畫作品後，能明白和理解她對線條美的執着與追求。

當天，她帶來了兩幅版畫作品，分別名為《海坊主》及《吹笛的雪貂》，豐富的構圖



新藝潮的主辦者、評判及藝術家出席記者會。主辦方供图

配以細緻的線條，作品的靈感是源自日本神話傳說。「我相信萬物皆有靈，《海坊主》的靈感源自日本古老的神話傳說，講述以前日本有群居的大妖怪，見到漁船經過便會開漁船拿魚，如果對方不給，它便會把漁船摧毀。這源自以前日本人的幻想，認為海嘯是由這些大妖怪造成的。」神話裡的大妖怪給了洪詩雅靈感，而她也再在作品中加入了自己的寵物雪貂。「本系列的作品是連貫性的故事，我把自身的情感投射到我的寵物中，我以往認為表現自己內心感受是很矯情



洪詩雅作品《海坊主》。受訪者提供



Monica Chan 作品《得到》。



Monica Chan 自言很喜愛陶瓷的質感。

的事，但現在我也慢慢嘗試說出來。整個系列是透過很多不同神話、傳說，再添加自己的幻想及感受，透過版畫作品一併表現出來，我也藉着作品，探索自己走在藝術道路上的心路歷程。」

多元的藝術作品

今次參加新藝潮的過百位藝術家，帶來的參展作品亦十分多元化。來自法國的 Raphaelle de Broissia，喜愛使用日常材料，製作由繪畫、雕刻和紡織品設計結合而成的作品。像她在今次展覽所展出的作品，則用上乳膠、紙張、膠水及墨水製成的珊瑚狀絲帶為主要材料。而來自香港的攝影師 Kasper Forest，自2011年迷上非林攝影，他鏡頭下的對象，除了香港本土居民外，也



前港姐亞軍朱潔儀的作品。主辦方供图

有不少居住在這座城市的少數族群，他以攝影媒介反映他們生活上所面對的種種難題。在今次展覽中，他將帶來一批以香港 LGBT 群體為對象的攝影作品。此外，參展的還包括擅長油畫及版畫的藝術家廖井梅、專門以金魚入畫的馬來西亞藝術家 Cristjen Lai、前港姐亞軍朱潔儀等。

東邊西

余綺平

土耳其電視劇紅爆

土耳其電視劇香港人可能從未看過，甚至聽也沒聽過。別以為只有美國劇集《色慾都市》(Sex and the City) 受歡迎，事實上，過去十三年來土耳其製作的電視劇已經紅爆非英語世界，成為全球第二個最大電視劇出口國，僅次於美國。土耳其位置獨特，橫跨歐亞兩洲，其傳統價值觀與中東的阿拉伯國家、亞洲和拉丁美洲接近。而土耳其電視劇強調的現代精神污染，容易引起非英語國家共鳴。土劇現銷往一百五十六個國家，翻譯成多種語文，包括中文，全球觀眾人數逾五億。



《宏偉世紀》電視劇照。網上圖片

英國《衛報》以「土劇接管世界」為題分析現象。文章指出，二十一世紀的流行文化，不再由美國主導，而是被來自東方的多元文化所突破。事緣於二零零六年土耳其拍的《一千零一夜》(1001 Nights) 突然平地雷起，驚動世界，賣了給八十個國家，兩年後《不對等的愛情》(Silver) 席捲中東。到了二零一一年《宏偉世紀》(Magnificent Century) 面世，土劇掀起的狂潮更加一發不可收拾，連中國也買進版權在央視放映。

《宏》劇講述十六至十七世紀，土耳其的奧圖曼帝國勢力鼎盛，蘇萊曼一世統治治歐、亞、非部分地區，雄霸天下。土國信奉回教，蘇萊曼卻打破傳統，娶了一個信奉東正教的俄國妃子。於是後宮妃嬪爭寵無日無之，就像中國的電視劇《甄嬛傳》，劇中美女如雲；加上《宏》劇戰爭場面氣勢澎湃，連日本也忍不住，首次購入土劇。

《衛報》文章分析，土劇題材以歷史傳奇、家庭倫理、愛情和戰爭為主。除了中東阿拉伯國家外，近年也引起俄國、中國、韓國和拉丁美洲等地的觀眾注視。其次，土劇出口最多國家，近年增至智利、墨西哥和阿根廷。將來會發展西班牙和葡萄牙等歐洲市場。土耳其的電視廣告收費廉價，國家規定劇集每隔二十分鐘，須有七分鐘廣告，故每集長達兩小時。土劇製作認真，單是化妝組已有二十五人，拍攝場地盡量避免廠景，多採用外景。編劇手法層出不窮，一個《灰姑娘》的故事，每年可以拍出兩個版本——中年的灰姑娘是單身母親；年輕灰姑娘失業失戀。土劇情節有五項絕招，包括一，真正的英雄不會持槍；二，家庭倫理是故事重點；三，社會經濟引起衝突，例如農村人遷往城市；四，最令人心碎的爱情是悲劇收場；五，三角戀百看不厭。

文章訪問《宏》劇主角 Halit Ergenc，分析土劇與美國劇不同之處。他指出，美劇娛樂性高，但缺乏人類的七情六慾，難以觸動人心。以《色慾都市》為例，四個女人結伴追尋性樂和物質享受，可惜落得失敗和孤獨告終。Ergenc 認為，當今世界充滿幻想，觀眾愛將幻想寄託於《色》劇，但浪費了時間。信奉回教的土耳其，電視製作逐漸開放，同樣有西方的暴力、強姦和兇殺等劇情，婦女也不再用黑布蒙臉。但是，銀幕上不能出現接吻、反抗父親和離家出走鏡頭。土劇很難打進英美市場，文章歸咎於英語國家觀眾抗拒看字幕。但 Ergenc 指出，當年奧圖曼帝國就像今天的美國一樣強盛，可惜帝國滅亡。這段歷史教訓，美國人應該去看《宏》劇吸取教訓。

「意想四城裡外」展覽澳門站開幕

由香港設計總會舉辦的「創意策動2019」，現正舉辦「意想四城裡外」展覽，繼早前在香港完成首站活動後，現於澳門塔石廣場商業中心舉辦澳門站的展覽，展期由即日起至本月26日。「意想四城裡外」展覽的四個參展城市包括香港、珠海、深圳及澳門。四個城市組成「創意窗口」，被視為為大灣區南方港口進入整個大灣區的起點，幫助開拓新視野，進而推動大灣區創意文化產業的發展。是次四個城市的展覽將展示超過30個單位的不同作品及項目。



展覽展出三地設計作品。主辦方提供

在今次的澳門站展覽中，展出的焦點案例包括由多位澳門設計師組建、曾製作「澳門光影節2017」的澳門設計中心，於展覽期間製作迷你光雕展示，也有展示雲集中國各地建築精英、歷時五年建成的珠海文化旅遊項目香洲埠文化中心。此外，由香港和內地的設計師聯合創造的設計品牌「雙城品末」則展出香港設計師與深圳時裝品牌合作的聯乘女裝系列。至於獲選為「十大中國最美書店」之一的寬書店，則在展場內重現店內別具特色的「寬夢想樹」。

香港設計總會秘書長劉小康表示，希望能藉今次機會，加強各地市民、專才和企業的互相理解和合作，為大灣區的未來發展而盡力。他表示，一直以來，香港、澳門、深圳三地的合作都十分緊密，自粵港澳大灣區的相關政策推出後，為香港的設計師走到內地發展提供了很大的機遇，包括開拓市場及尋找生產資源。劉小康解釋道：「在市場方面，大灣

區有7,000萬人口，人口是香港的十倍，這已是一大優勢。其次是生產的資源，整個國家的網絡都可以透過大灣區理解、資助及參與得到。過去幾年，我們透過不同的項目，成功集合到香港及深圳的設計師和品牌形象。例如透過名為『雙城品末』的品牌，已經做了五百多個單品設計，並且生產及售賣。透過嘗試這些合作與生產，香港設計師可以了解到有效的合作方法及模式，及了解到市場需要。現時深圳的品牌亦了解到如何利用香港創意，與對方進行合作。與此同時，我們亦會介紹深圳的設計師予香港設計師認識，互相配對，現時他們有的仍在合作中。」

劉小康認為香港的設計師仍有很大的優勢，當中包括有較強的國際視野，以及所出產的產品亦有品質保證。他認為這些城市之間的合作，不僅僅是一個交流活動，亦能吸引外國品牌合作，以大灣區作窗口，把香港及內地的創意產業輸到外國。文：Vivian



劉小康談到大灣區的發展機遇。