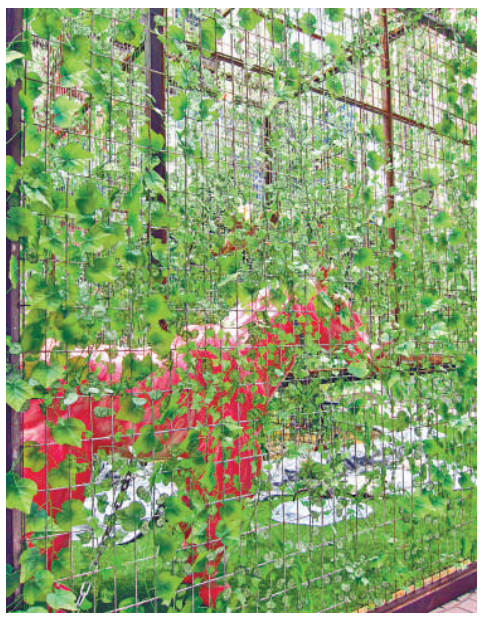
珠寶寓意慾望 財富視作負擔

方力鈞畫作刻畫人性



▶方力鈞專為這次展覽創作的裝置《動物園》，反思人類有意無意中把世界製造成動物園　本報攝

▲方力鈞油畫《2011-2012》中女郎的口水「流」露出人的慾望　本報攝

【本報訊】**記者洪捷報道：**他是方力鈞嗎？以光頭、潑皮、玩世爲風格，被評論爲藝術界的明星、偶像派的方力鈞？眼前這位被訪者，光頭的確是光頭，非常認眞、深思、平實，與坊間的描述，與其作品的形象，形成強烈的反差。方力鈞略鎖着眉說：「人的生命魅力是多面性的，調皮也是我想要的慾望，不同時間、不同條件之下，有強有弱。最重要是，藝術家有沒有花很多時間構想、眞心思考。」

細緻描寫具質感

方力鈞帶記者觀看他的新作《2011-2012》，問題又來了，這是方力鈞的畫嗎？沒有了光頭，沒有了雲、海、天地那廣漠的背景空間，代之而起，是鬈曲頭髮的女郎，滿幅的生輝珠寶有點像克林姆黃金時期的作品，看得人目眩神迷。

下午二時許，尚未午膳的方力鈞以略帶疲累的聲音介紹說：「這次的確花了很大精力作新的嘗試，探討生活中最大的、反覆琢磨的問題。珠寶這題材，讓人直觀這世界，人對珠寶直感的理解與想像。畫面看起來很愉悅，看的人自覺沒有那麼多財寶，可能會感到不好意思。整個中國很突出的現狀是，在改革開放後人的慾望之門打開了，沒人告訴大家這大門可大開多久才停止，珠寶只是一種形象，寓意人的慾望，總覺幸福來自財富，但得到財富時，幸福卻離去很遠。」

他謙虛謹愼地說：畫中極爲細節的描寫，有單純想炫耀技能，也想把一些生存狀態放進畫中。矛盾之處是既想展現物體具體的質感，符合人們的想像，又想展現畫家自己自由的天性。

儘管不說也未必察覺，方力鈞卻老實地告訴記者，另一幅《2011-2012》尚未完全完成。他是循序漸進地開始這種題材的創作，不自覺地由收集來的珠寶材料着手，要由起初的拘謹發展到自由純熟階段，他坦白交代：「現在還於中間階段，目前尚不可控，希望將來有更佳的表現。」

看眞點，畫中的女郎，像明星舒琪（他也說以舒琪的形象爲原形），捧着珠寶，流着口水，仍不失潑皮、玩世的嘲弄調子，只是手法有所不同而已。

「自上世紀八十年代末，九十年代初，我的創作主題已確定，就是人與生命的話題，討論人心想的是什麼？人與人之間的關係，慾望與能力之間的關係，各種生命之間的關係。有些藝術家畫狗、毛驢、雞，我也會畫狗、毛驢、雞，但所畫皆展現這些動物與人之間的關係。」

珠寶玉石作素材

收集珠寶玉石，作爲創作素材，能有這樣財力的畫家不算多。曾經歷過圓明園畫家村貧窮至極的方力鈞，又盡享作品拍賣成交價屢創新高的富貴，他不諱言很重視拍賣的成績。「人心慾望所起的作用，對生活有何影響？在拍賣場上，藝術家本人對市場無能爲力，但市場起伏與畫家本身生活卻有很大影響，這是一種不對等的關係，也是好事。認識這不對等的關係，不會因一時得失而特別亢奮或感到遭受打擊。」

不僅對市場起伏採理性態度，方力鈞對金錢的觀念，出奇地冷靜。「任何事情都有兩面。在生活艱難的時候，人們難以想像眞實情緒是多麼的樂觀。財富，以和平方法取得，越多越好，更多了，就如旅行，過程中太多黃金，變成太重，當你掉進漩渦沼澤，不抱着財寶，可能還可活下去，如依然抱持，那更多的財寶就會以更大的失去爲代價。」

財富成爲負累，除了由歷史上、常識上去判斷分析之外，原來還要多得「文革」帶給他自身的經驗。小時候，家庭受到迫害，也是源於曾擁有財富，在成長的過程中，深切領會到財富帶來的麻煩。記者打趣說想不到「文革」還有這種「好處」，方力鈞馬上笑曰：「那我寧願沒有這種『好處』了。」這不自覺的談笑，令方力鈞露出俏皮的一面。

生活細節找題材

近年方力鈞又從事開餐館、拍電影等業務，可以相信他並非一味對金錢趨之若鶩，而是喜歡在生活中尋找創作素材，「死人才不會做藝術，活人則需要靈感來支持。我特別注重生活細節，離開了啥也做不了。現今的生活那麼豐富，藝術家是多麼幸運。」

方力鈞今年起成爲聯合國和平發展基金會的「和平大使」，爲期兩年，他卻並不相信和平這回事。「狼抓兔子，除了自己吃，還負責養活一群小狼崽，兔子自己不願死之餘，窩裡還有一群小兔崽。因而我對和平是悲觀的，戰爭很難避免，在表象的和平之下，肯定有人心有不甘。但我願意押寶在和平之上，正是因爲達到和平很難很遠，仍有人爲和平事業努力投身，我要向他們表達敬意。」這次展出的畫作《和平夢想》，騎着和平鴿的光頭嬰孩，飛翔於漩渦般的灰藍雲彩上，透徹地表達了方力鈞殘酷卻眞實的想法。

訪問約一小時，方力鈞給記者的印象是，對現實、世事閱歷理解得通透明瞭，因而能保持着平常心，沒有浮躁，也不恐懼，腳踏實地去完成一項又一項工作。

很快下一位記者已到，啃着工作人員替他買的麵包的方力鈞，又得暫停下來，曾被描繪爲藝術界明星、偶像派的他，這時顯得亦如常人。

「有人喜歡我，有人不喜歡，評論肯定對我有影響，人努力工作也想得到肯定，不想被打擊謾罵，但有時對比不切實際的誇獎，面對少數的批評是很好的事，人應保持清晰，不應失去判斷。」

方力鈞「衆數的生命」藝術展，即日至七月二日在時代廣場舉行，查詢可電二一一八八九〇〇。

▲公關告訴記者，《2007.8.1》（局部）與另一幅作品《歡樂頌》價值九千萬元　本報攝

◀《和平夢想》表達方力鈞對和平的悲觀卻對努力追求和平者的敬意　本報攝

▶《2005.6.1》中的小光頭，是最天然的光頭　本報攝

亞洲十大最有價值品牌

東寫西讀

軒轅伯

本月剛剛公布了一年一度的「全球最有價值品牌」排行榜。不過，今年的首十名基本上沒有什麼變動：首三位仍然是三大科技龍頭企業：蘋果電腦第一、IBM第二、谷歌第三。三所企業的品牌據估算，各自都超過一千億美元——蘋果電腦的品牌更估值約一千八百三十億美元（即大概一萬四千二百億港元），相比去年其品牌價值上升兩成。

不過，品牌價值在過去一年內升幅最厲害的還是Facebook：相比去年上升了七成四，估值將近二千六百億港元。升幅同樣強勁，達百分之六十一增長的也有傳統名牌「愛瑪士」（Hermes）。另外，品牌價值升幅超過五成的有排在「升幅榜」第三及第四位的萬事達卡及Ralph Lauren；緊接着是兩個第五名：星巴克及化妝品牌Clinique，（Home Depot），品牌價值跟去年上升了三成多。

雖然升幅最多的是科技品牌，但是跌得最勁最厲害的亦是科技品牌：諾基亞及「黑莓」（Blackberry），今年已經跌出全球一百強。反而中國的品牌在一百大最值錢品牌排行榜中站得算穩：中移動排第十、工商銀行排十三、建行排二十四、百度排二十五、騰訊排三十七、農行排三十八。專家指出，因爲中國人口衆多，所以內地品牌都有一定知名度，故品牌價值自然相當高。不過，要進一步提升價值，內地品牌一定要推銷至國際層面，成爲連外國人也充分認知的商標。

上述六大中國品牌，依次序成爲今年全亞洲十大最有價值品牌的首七名（中間插入了第五位的日本豐田）。值得留意的還有兩個新進一百大的中國品牌，那就是第五十六位的「中石化」及第六十九位的「茅台」——要令西方人愛上茅台酒，也是一大考驗。

升幅爲百分之四十三。然後第七至第十大增值的品牌，分別是：勞力士、Visa、Hugo Boss及家得寶

醉峽灣

雙遊記

廖偉棠

「你年輕時，我愛你紅潮激盪……你老時，我愛你峽灣蒼茫。」我曾經這樣寫我最熱愛的爵士樂女伶Billie Holiday，我這樣寫的時候，是想起了我去過最幽清而艷麗的地方，挪威的峽灣地區，那裡的風景，就像我想像中年老的Billie Holiday一樣峻矍超然，尤其是她演唱那首《I'm A Fool To Want You》的時候。

我是在前一晚的勞動節爵士樂之夜宿醉未醒的情況下踏上從奧斯陸開往峽灣的火車的，高速火車穿過斯堪的納維亞的雪原，在半山坡上換乘一列窄軌的登山小火車，小火車又嗚嗚嗚地穿山越嶺，路過好幾個凝凍的瀑布之後，突然停在海拔頗高的一泫廣大清淨湖水前面，這清淨只有天山上天湖能比，但後者已經不再有那超凡之氣。

這裡就是著名的挪威峽灣，我們下車就船，船隻如做夢一樣靜靜滑入果凍一般的湖水之中，連浪花都不濺起。船若空遊無所依，只見峽灣兩岸青山展開，北歐的紅屋頂小木屋落落其間，而不見人煙。

我的醉意早就被冷冽的風吹醒，但深邃的湖水又給我換上了另一種醉意，那是讓人恨不得像鷗鷺一般投身進去的雲的倒影、流動的藍天。

恍惚間覺得世界末日卻也不外如此，村上春樹所謂冷酷仙境也不外如此，這時候倒不想聽Billie Holiday了，只想聽ECM的北歐爵士樂，讓寒意侵及五臟六腑，把它們凍成翡翠。

砵甸乍炮台

與你同遊

陳天權

魔鬼山上的一組軍事遺迹已被列爲二級歷史建築，但當局沒有跟進保育，連一個介紹牌也欠奉。到來行山或晨運的遊人，只看見山上的碉堡和炮台，卻不知道那裡曾經發生過的事件，亦不知道在將軍澳墳場路的下方還有另一座被雜草樹叢掩蔽的炮台，它已沉睡了大半個世紀，一直人迹罕至。

在魔鬼山較高位置的炮台名爲歌賦炮台，名字紀念參與第一次鴉片戰爭的英軍司令歌賦將軍；而較接近海面的炮台名爲砵甸乍炮台，紀念香港第一任總督砵甸乍。後者的規模較大，共有兩個可安裝九點二吋大炮的炮位，監視出入鯉魚門海峽的船隻。該兩個炮位之間建有地下彈藥庫和掩蔽體，附近還有機槍堡、探射燈台和營房，駐守的士兵較歌賦炮台爲多，是魔鬼山最重要的防衛設施。

經過長年累月的荒廢，通往砵甸乍炮台的路口已長滿高可及人的野草，而炮台連接海邊的石級亦被草木覆蓋。日軍侵港時，駐守魔鬼山的印度拉吉普特營士兵，曾取道該段石級撤離新界最後一個據點，冒險夤夜乘船返回港島，寫下了香港保衛戰中重要一頁。

最近有幾名義工自告奮勇，清理前往砵甸乍炮台小徑的雜草，又計劃豎立簡單標誌指示有興趣的市民前往探索，以認識過去一段作戰歷史。今炮位中央堆滿了泥土，對開是懸崖峭壁，到訪者宜結伴同行，且務必步步爲營，以策安全。

砵甸乍炮台的炮位對着鯉魚門的水道

鶴田刻印清雅古樸

閒性閒情

李英豪

清代初期（順治至康熙期間），有一位十分出色的篆刻家林鶴田，輒爲後世人忽略，主因乃其作品極少傳世。有豐富經驗與卓越識見的收藏家，也很難找到他刻的印章。

林鶴田原名林皋，鶴田是其別字；他另有別號「鶴癲」。若要習漢篆，可用其代表作品爲典範；因爲他所刻印文，全屬漢篆，並無鐘鼎籀文痕迹。況且，其刀法清脆利落，揮灑自如。像附圖《雲碧館》朱文印，典雅光潔，卻能精緻入微；不禁使我聯想到晚明名家汪關專攻漢印之作風，二人均甚得其眞。

最初欣賞林鶴田之篆刻，始於數十年前觀賞名畫家惲壽平、王翬、吳曆、高士奇、楊晉、馬元馭、徐乾學和王鴻緒等人畫作，發覺鈐印皆出自林鶴田之手；每一印布局疏密適當，簡繁互參，章法工整清雅，刀法遒勁古樸，卻不失秀逸茂美，風格別致，令人過目難忘，迄今仍印象彌深。

後來，獲睹其所刻《案有黃庭尊有酒》、《肝腸如雪意氣如雲》、《雲碧館》等印，更覺獨特。有幾方朱文印與白文印之印文甚多，但他能構思精巧嚴謹。如《堂名拱璧惟書是寶》一印，共二十五字，融會一方，秀雅得體。

深夜劇

人間百貨

吳　昊

日本電視劇，愈夜愈精彩。

早在三十年前日本的電視台已發展深夜節目，吸引夜歸一族收看。夜歸，一直是日本白領階級文化，以前日本打工仔都是男性，（因女人婚後不再做事），他們放工後爲公爲私總要找點應酬，以顯示其重要性。如果只顧提早返家，會被譏爲毫無作爲，沒有上進心，更違論在機構有升職機會了。所以日本男人沒可能在晚間黃金時段（晚上七時至十一時）看到電視，而電視台當然不想失去這批觀衆，便有深宵節目提供。初時都是些成人趣味的綜藝節目（製作成本甚低），讓夜歸人得以輕鬆一陣子，然後上床發個好夢。

不過，隨着時代變化，深夜不眠者竟愈來愈多，包括宅男剩女等一大族，夜深人靜倍感苦悶，只好伴着電視度過孤寂。所以電視台認爲此乃「另類黃金時段」，有必要花心思落本錢開拓，近幾年便興起所謂「深夜劇場」，在晚上十二時播映自製劇集，果然吸引大量「夜鬼」觀衆收看。深夜時分是夢與現實的交接和混淆，劇集可以風格多變，題材奇幻詭秘，故事無須太理性化，甚至注入色情暴力元素，例如《愛情大作戰》、《心魔大審判》、《欺詐遊戲》、《1303大廈》等，觀衆看得過癮，於是深宵煲劇成一時之風尚也。

就這樣，《深夜食堂》大熱登場，該劇是改編自安倍夜郎的同名漫畫，東京放送在二〇〇九年十月首播，每周五深夜十二時半播映一集，竟然大受歡迎，甚至連早睡的觀衆寧願破例捱夜也都要追看。

生命對煙草說「不」！

醫學與養生

思　健

五月三十一日爲「世界無煙日」，今年的主題是「煙草業干擾控煙」，口號是「生命與煙草的對抗」。

初看主題，似乎與煙害與健康的目標宣傳有偏題之虞。其實世界衛生組織最新主題正是一針見血地提出了控煙二十五載，所遇來自煙草業或明或暗的實質性干擾，及世人受干擾影響對煙害的誤解。

譬如有煙草業聲稱，他們銷售的某香煙品牌無香精添加，某品牌含焦油量最低及某品牌經過濾嘴降低尼古丁含量等。事實是一支煙在燃燒時可釋放出四千多種化學物質，除了主要焦油、尼古丁之外，還有煙鹼、一氧化碳、氰化物、芳香烴化學物質及多種劇烈致癌物。況且是否無添加或降害，消費者根本無從考查，在外國已被科研反覆證明此舉「無用」，證據充分。

再譬如《控煙框架公約》的實施準則規定，煙草製品的各個包裝，均應標有說明吸煙危害的健康警示，警示應該大而明確、清晰、醒目，宜佔主要可見區域的至少三成。但市面上的香煙包裝沒完全做到警示尺寸，更有煙草業用吉祥字眼或美麗風景替代爛肺損心等正規告誡圖示。

煙害同肺病、癌症和心腦血管疾病關聯密切。美國疾控中心的資料顯示，煙民因吸煙而平均少活十四歲；而我國每年因爲吸煙而提早死亡的人在一百八十萬以上！

生命對煙草說「不」！