



燈下集

人們都說，孩子是天生的藝術家。可是，一旦這句話裏的「人們」變成了「父母」，「孩子」便不再是「天生的藝術家」了。前不久，有一位七八歲的小女孩在一間畫室裏完成了她的一幅作品，大家都說好看，老師也說不錯。可是她卻是一邊哭一邊完成的，畫完了還在抹眼淚，因為她覺得自己畫得不好，父母是看不上的。

嚴格要求沒有錯，美術上的一些技法確實需要艱苦地磨練才能掌握，然而技法卻遠遠無法代表美術的全部。前一段時間，我參加了一個網課，有一堂是講素描人物課中男青年的畫法。老師的教學很特別，他要求學員先看着老師給的圖片，自己畫，畫完之後，老師再講，一邊講一邊點評學員的作品。其中有一位叫「胖汪」的同學畫的作業，老師說，他看了很久很久。學員基本都是繪畫領域中的「小白」，至多是業餘的美術愛好者，這位「胖汪」同學也和大家差不多，排線也沒有什麼章法，但是老師說，「你

畫畫的孩子，你別哭

徐海娜

看她畫的五官、三庭五眼、這種頭髮塑造，雖然沒有那麼熟練，沒有那麼華麗，也沒有什麼所謂技巧，但是你却找不出什麼特別明顯的問題。她的這種畫法令我想起一個人，就是天才畫家梵高。梵高就是那種沒有經過學院派訓練的畫家。」

老師說，「我們現在學技巧，就是要從不懂到懂，然後再把技巧忘記。」這種「忘記」是一種抽離，一種不再被繪畫的條條框框約束的自由狀態。先學習技巧，然後再超越和抽離出去，我想，這就是回歸繪畫的赤子之心的一個過程吧。在這個意義上，我們才能夠理解畢加索為何會說「我花了四年學會像拉斐爾那樣畫畫，但花了一生才學會像孩子一樣畫畫」。最終，我們也許都要學習像孩子一樣地畫畫。

技巧的背後是一種理性的思維，關乎人

們如何去觀察和再現。然而對於學習畫畫的孩子來說，早期的熱情和興趣是比技巧更為重要的事情。有一個繪本名叫《來畫畫吧！》是英國繪本作家奧伯羅佐的作品，開篇就說，「你是不是很喜欢畫畫，但總是擔心會畫錯呢？」我覺得這本書特別適合我開頭提到的那位小女孩和她父母閱讀。看到書裏說，「畫畫並不像你想像的那麼難，事實上，根本沒有畫錯這回事！」小女孩也許就不會再哭鼻子了。

作者講述了整個畫畫的過程，首先要想好畫什麼，「只要是你喜歡的，畫什麼都行，所有的想法都很棒！」這些想法可能很小，也可能非常完整和生動，有些想法要緊緊抓住，否則它們就會隨風飄散。有些想法，會悄悄入夢，有些想法需要溫柔照顧，慢慢培育長大。有了想法之後，該怎麼做呢？作

者並沒有直接教導孩子，而是展示了其他畫家的行為，「有些畫家從畫一大堆彎彎曲曲的線條開始，有些畫家的作品就是一大堆彎彎曲曲的線條。有些畫家喜歡到大自然中去，畫他們看到的風景……」繪畫的方式也不拘一格，有的很精細，有的可不是。繪本本身也很幽默，作者甚至畫了一幅用炮彈發射顏色到畫布的圖。

如果剛開始的時候，小朋友對自己的畫不滿意，覺得沒有那麼好，有的人不僅會哭鼻子，還會發脾氣，怎麼辦？作者說，「你不是唯一有這種感覺的人」。

對於初學者來說，畫不好是一件很正常的事，你毋須介意，因為「你畫了什麼並不重要，畫畫沒有正確和錯誤之分，重要的是have fun」——作者最後的舉重若輕，真的可以令人釋然，帶著這樣一種輕鬆的心情，



▲英國繪本作家奧伯羅佐的作品《來畫畫吧！》 資料圖片

再去學習繪畫中的觀察方法和表現技巧的時候，才會格外享受吧！

所以，畫畫的孩子，你別哭！父母也不要對孩子抱有任何不切實際的期望，孩子才能有真實的成長，由一塊璞玉開始慢慢顯露光澤。

法國人喝什麼水

小雪



花都書簡

朋友來巴黎拜訪，我們一起逛完百貨公司，走到負一樓的食品超市打算買點吃的和水。朋友站在那一個貨架面前停下來，這一整靠牆的貨架上，全是各種各樣的礦泉水。

朋友拿起上面最便宜也是最常見的一個法國品牌礦泉水，說：

「你記不記得有一年你回國，我們在進口超市裏看到這個礦泉水。我相當羨慕地說，這個水在這裏賣十多塊人民幣一瓶，在法國應該很便宜吧？」

「當然記得，我看到你拿起那瓶水我就想起當時那個畫面。看看這面牆，花樣還真是不少！」我隨手拿起另外一瓶包裝得跟香檳一樣的氣泡水說。

然而，這個琳琅滿目的礦泉水貨架在法國人的飲水習慣中並不具有代表性。因為在日常生活中，喝瓶裝水的法國人並不佔多數。原因有兩點，這是給我們上法語課的老太太告訴我的。

首先，整個法國的自來水都是達到飲用標準可以直接喝的。更重要的是，挑剔的當地人對巴黎飲用水的口感還是挺滿意的。所以，本着崇尚自然的原則，巴黎當地人的日常飲用水大部分都是自來水。當然了，喝自來水是一定要加冰的。

另外一個原因來自於法國人的環保意識。自從人們意識到塑膠對環境會造成極大的破壞，巴黎在幾年前便取消了超市的塑膠袋，或者對塑膠袋進行收費。超市裏的礦泉水包裝一部分採用了相對環保的塑膠，或者很多大瓶包裝，另一部分乾脆換成了玻璃瓶。

說到玻璃瓶裝的礦泉水，這便是法國人「講究」的時候了。

別看法國人平時都喝自來水，但真正到了高檔餐廳比如米芝蓮大廚的餐館裏，點餐的第一步便是點喝什麼水。先選擇普通礦泉水或者氣泡水，然後服務生會貼心地告訴你餐館裏有的礦泉水品牌，甚至會說出不同礦泉水不同的口感。

當服務生像斟酒一樣為你倒滿一杯礦泉水後，一邊喝著水，一邊看著來自某某著名設計師設計的水瓶包裝，你可能對這瓶礦泉水的價格也有一些「預期」了。如果一瓶礦泉水比一瓶橙汁還貴，請不要覺得意外，因為你付的錢裏還包括了這個玻璃水瓶的設計費。

礦泉水瓶不僅充滿了設計感，很多品牌還會推出一些限量版，每次發布都會讓收藏迷一擁而上銷售一空。所以，在法國人家裏一些相當別致的小花瓶很有可能就是礦泉水瓶。

法國人喝水，是一件可以簡單到自來水加冰的事情，也可以講究到超過品酒。前者是習慣，後者是文化，都是法國人生活態度的縮影。

走進奢華世代——「從亞述到亞歷山大」特展觀感

王加



藝加之言

每年因各種原因到港幾次，總想順便看個展，實地了解一下香港博物館或美術館的辦展思路和水準，但都未能如願。終於，上月初趕上了剛開幕不久的香港歷史博物館與倫敦大英博物館合辦的「奢華世代——從亞述到亞歷山大」特展，設身處地體驗了一把香港籌辦的國際大型藝術展。

本次展覽是大英博物館全新策劃完成，以香港為首站的中東及地中海地區歷史文物特展。展覽將展出的二百一十多套出自不同文明和時代，功能各異的精美文物劃分為「帝國與奢侈品」、「戰爭、戰利品及貢品」、「腓尼基人：奢侈品的生產與貿易」、「雄心壯志的精英」、「個人奢侈品」、「感官享受」和「征服與變化」共七個主題，以言簡意賅的解讀方式將公元前九〇〇至前三〇〇年亞述帝國、巴比倫王國和阿契美尼德王朝的輝煌歷史呈現在觀者面前。

展覽主標題名為「奢華世代」。顧名思義，本次特展最大的看點自然是一個當下在內地頗為敏感的詞彙：奢華。在現如今提倡勤儉節約，杜絕鋪張浪費的社會風氣下，主辦方如何對奢華這個概念通過展覽中的文物加以解讀並展開無疑是展覽的一大看點。展覽空間並不大，在有限的空間內用展牆隔斷對各個單元加以區分，緊湊內容，十分豐富。對於奢華的主題則聚焦公元前九〇〇至前三〇〇年這段歷史時期中，精英階層隨著亞述、巴比倫及阿契美尼德帝國的強盛而萌生。皇室貴族或富豪們需要與眾不同的生活用品來凸顯自己至高無上的社會地位，奢侈品的概念便由此應運而生。事實上，陳列在全球各大博物館中的價值連城的稀世珍寶，其絕大多數都是當時上層社會的奢侈品。隨着時間的沉澱，這些凝聚人類偉大創造力、想像力和工匠神於一身的手工藝品早已成為了歷史文明的見證。而對於「奢華世代」特展而言，所展出的由金銀、象牙、彩色寶石等珍貴原材料所打造的日常器皿和珠寶配飾；以及用於記錄當時戰爭勝利或生活狀態的石刻浮雕等由能工巧匠打造的奢侈品，充分證明在距今近三千年前的地中海和中東地區工藝的空前繁榮，以及奢侈品作為劃分社會等級時的物質衡量標準所起到的至關重要的作用。

儘管在留英學習的時光中避過多次大英博物館，對其館藏的地中海及中東文物仍舊有印象，但必須承認，此次香港歷史博物館中展出的文物仍令我大飽眼福。若非親眼所見，真的難以想像那個如七彩礦物質般亮麗的彩陶瓶竟然是當時盛放女性化妝品或精油的彩色玻璃香油瓶。刻有錯綜複雜的動物、人物及幾何圖案紋樣的青銅腰帶；雕有被植物和蓮花包圍的女性與騎士，用來盛放化妝品的巨型鱗陣碟殼；以及那些因獅子崇拜而創造出的帶有雄獅元素的香薰爐、黏土罐、桌椅腿、黃金配飾、劍柄圓頭以及容器的三腳支架等，所展出的歷史文物不僅將兩河流域地區對圖案紋樣天生的敏銳和審美偏執展現得淋漓盡致，更是足以印證當時的雕刻工藝、金屬冶煉技術和造型設計早已登峰造極。

與此同時，材質形態各異的酒杯、純金酒壺和銀質濾酒器的使用說明當時精英階層對酒文化已相當重視；而擊樂樂器、雙簧管吹奏石俑和刻有樂師演奏豎琴和管樂的浮雕則顯示出地中海及兩河流域人民對音樂的偏愛。這些幸存下來的巧奪天工的手工藝奢侈品，所展現出的不僅是當時上層社會極致考



▲彩色玻璃香油瓶 作者供圖

究的生活品質，更是古巴比倫和亞述等璀璨王朝的縮影。奢華於他們而言，在彰顯其身份與地位之餘，代表着一種精緻生活、享受生活的態度。

縱觀整個展覽，給我印象最深刻的是主辦方對此展覽的用心程度。從邁進展廳的那一刻起，每一個細緻入微的環節都值得回味。特展門票僅用十元港幣，低廉的票價凸顯了展覽的公益性，也鼓勵更多藝術愛好者能夠走進這個展覽感受璀璨的中東及地中海文明。為了讓觀眾有一種穿越中東歷史文明的代入感，展覽的入口直接做了一個簡約的古巴比倫城門，連地毯都用的是街道地磚的紋路。展牆主色調用中東特有的綠松石顏色和代表沙漠的棕黃色來呈現，輔以展櫃內襯托展品的「蒂芙尼藍」配色，這些結合了當地風土民情的審美搭配使得展覽從視覺上邊有一種「沙漠綠洲」的清爽感。而與之相對應的，展覽最後一個環節用深灰色牆面映襯玻璃展櫃所單獨陳列的亞歷山大帝銀幣則充滿了厚重深邃的現代感。

展櫃前延伸出的邊緣配有傳統展陳的圖文說明，對展品的材質、出處、功能及時代背景都加以詳盡的解釋。此外，多媒體的運用也是展覽的一大看點。展廳第一部分中心區域安置了巨大的環形投影幕，主辦方將石壁上的歷史事件及人物造型均用多媒體動畫的方式製作成立體影片，讓觀者能夠通過視頻直觀地感受距今近三千年前記錄在石刻浮雕上的真實故事。一個投射在地毯上的動態投影凸顯了展陳設計的細緻入微：兩個亞述和烏拉爾圖民族鍾愛的獅子造型分別向字幕的兩側移動，用於給觀眾指引觀看視頻最佳的位置。這個區域也因此坐滿了由家長陪同而來的各年齡段的孩子。對於參觀過不少歷史文物類特展的我而

言，香港歷史博物館與大英博物館聯合策劃的「奢華世代」特展所打造的整體觀展氛圍，充分反映出兩館在策展過程中對各年齡段受眾群體觀賞體驗的考量。

恰逢展覽開幕的第一個周末，雖因時間緊湊一開館便衝進來看展，仍頗為意外地發現很多家長帶著孩子前來觀看學習。或許是源於香港博物館和美術館場地資源的稀缺，讓主辦方考慮到每做一個國際特展都要惠及更多受眾群體，「奢華世代——從亞述到亞歷山大」特展極為注重展覽內容與孩子的互動。從展廳入口便開設教育角作為親子互動空間，並在牆上提供兒童了解的簡要歷史背景知識；大屏幕的多媒體影片讓孩子們一動不動地聚精會神觀看；另外還有一整面牆將文物中的彩色動物植物圖示紋路通過投影映射到黑色的牆面上，讓孩子們即可以在家長的陪同下辨識，亦可合影留念；為了讓孩子們對展品有着更深刻的印象，主辦方甚至還為孩子們規劃了一個「博物館尋寶之旅」，通過一張尋寶地圖找到所標註的十個重點展品，並完成填空題最終贏得挑戰。

孩子們在尋寶過程中的友情提示，如要輕聲細語、不能用閃光燈拍照、不能過分興奮並打擾旁人等也都寫在這張尋寶地圖上。一個看似不起眼的小遊戲，便以潛移默化的方式在引導着青少年如何以正確的言行舉止觀看展覽。很明顯，香港歷史博物館的「奢華世代——從亞述到亞歷山大」特展在策展伊始便將青少年與展品的互動及其觀展體驗作為展覽製作過程中的重要組成部分。對於全球博物館都在致力於推廣的青少年公共教育而言，本次展覽有着太多可供海內外展主辦方及策展團隊吸收並借鑒的經驗。



▲▼展覽雲集中東及地中海地區歷史文物 作者供圖



►展覽內容與孩子形成良好互動 作者供圖

通訊史電報功不可沒

過來人



香江憶記

說到電話，相信年長讀者對致電外國親友都有深刻體驗。在上世紀五六十年代，電話通訊並不流行，如果要在本港致電到外國或者內地，是一件非常麻煩的事，皆因那個年代不單香港電話不普及，全世界的電話都是奢侈品，所以要致電給個人必須左轉右駁方能成事，而且收費昂貴。為了避免這方面的麻煩，人們索性使用電報（Telegram）。

何謂電報？對九〇後出生的朋友而言肯定非常陌生，因為他們來到這個世界之後，電話已經走向普及，即使致電外國或內地也是一件輕而易舉的事。其實，電報在十九至二十世紀在全世界擔當着一個非常重要的信息傳遞角色，尤其是在第一次和第二次世界大戰中，軍事情報都倚賴電報去傳送，因此電報這種通訊方式在歷史上應記一功。在美國，薩繆爾·摩爾

斯在十九世紀發明了電報，並在一八三七年於美國取得專利。摩爾斯還發展出一套將字母及數字編碼以便拍發的方法，稱為摩斯電碼。在傳送文字時，電報局人員會將文字編成數字代碼（四個數字代表一個文字），然後透過電纜或衛星發到指定收件地電報局，再由職員分派到收件人手中，而收件人只需將數字代碼譯成文字即可知道電文意思。由於收費昂貴，所以一般電文都不會太長。

在未發明電報以前，長途通訊的主要方法包括有驛送、信鴿、信狗及烽煙等。驛送是由專門負責的人員，乘坐馬匹接力將書信送到目的地。建立一個可靠及快速的驛送系統需要十分高昂成本，首先要建立良好的道路網，然後配備合適的驛站設施。使用信鴿通訊可靠性甚低，而且受天氣、路徑所限。另一類的通訊方法是使用烽煙或擺臂式信號機（Semaphores）、燈號等肉眼可見的信號，以接力方法傳送。這種方法同樣是成本高昂，而且其緩慢的速度在今日難以忍受。



►電報局職員會將電報代碼譯成文字，方便收件人閱讀 作者供圖