



香港藝術館總館長莫家詠：



碼上看訪問視頻

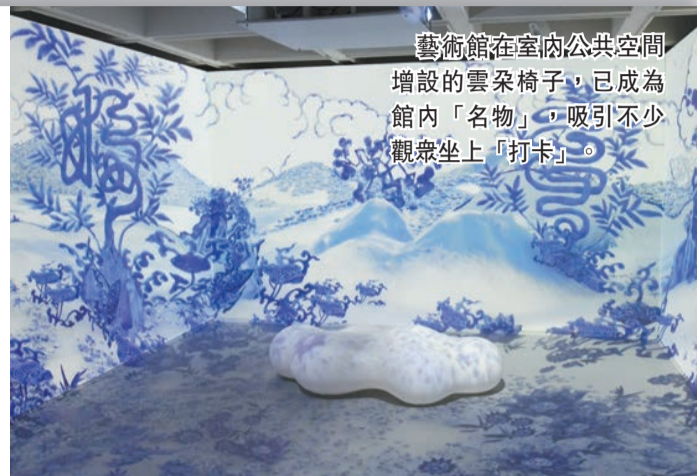
藝術連繫生活 生活發掘藝術



莫家詠館長表示，館方會用「年輕」的視角介紹傳統館藏，期望令香港藝術氛圍更濃厚。

成立於1962年的香港藝術館，是本地第一所公營美術館，於2019年經過4年的擴建和修繕工程後，以全新面貌重開，一躍成為年輕人的新「打卡」地，一改之前老氣橫秋的形象。香港藝術館總館長莫家詠在接受本報訪問時表示，希望用藝術連結生活的角度，推廣香港藝術館，讓更多市民及國內外觀眾認識這座足以反映香港藝術與文化的寶庫。

記者：Janice 攝影（部分圖片）：蔡啓文



藝術館在室內公共空間增設的雲朵椅子，已成為館內「名物」，吸引不少觀眾坐上「打卡」。



藝術館翻新前的建築外觀較平凡，翻新後（上圖）明顯現代型格得多。



莫家詠館長介紹，藝術館獲不少私人藏家捐贈藝術品，部分捐贈正於「嘉靖皇帝的虛擬世界」展出。



昔日藝術館室內展廳較為昏暗，藏品相對「老成」。

香港藝術館成立逾60載，常被外界批評建築過時、展覽陳舊。政府2015年耗資擴建藝術館，翻新後的波浪外牆及玻璃幕牆不但滲透時代感，觀眾並可在維港海景襯托下欣賞展品，比以往昏暗得讓人感到壓迫的展廳，平易近人得多，加上館內公共區域增設了雲朵狀椅子，令昔日嚴肅的藝術館，變成富藝術氣息的「打卡」地，革新了觀展體驗。藝術館2019年完成翻新，重開後卻遇上疫情，挑戰重重。香港藝術館總館長莫家詠笑對記者說，疫情恍如為藝術館帶來一份特別的「禮物」：「疫情下市民無法外遊，因此多了人重新發掘本地的文博設施，本館的參觀人群亦增加了不少年輕人。」莫館長留意到，有年輕朋友在社交媒體提到香港藝術館是香港的「驕傲」，擁有代表香港的基因，「未來繼續以年輕視點提供新的角度演繹傳統藏品及能夠反映香港的藝術品，讓香港觀眾更有歸屬感。」

香

莫家詠1996年入職香港藝術館，曾在外銷畫部、中國文物部等部門任職，2019年履任總館長一職。訪問中她一再強調「香港基因」，正是這種獨特基因，令館內展覽更「貼地」，她指這要歸功於策展團隊，「團隊由本地人組成，港人向來思維靈活，具國際視野，能用新角度演繹傳統文化及藝術，逐步將藝術曲高和寡的刻板印象，變得親民。」

策展貼地化

館內現正舉辦「嘉靖皇帝的虛擬世界」展覽，選

用了現時流行的「虛擬」作為主題。記者問嘉靖帝所在的明朝何來「虛擬」？莫館長解釋：「嘉靖帝偏愛青花瓷，並沉迷於修仙煉道、興修殿宇，儼然活在自己的『虛擬世界』。展覽旨在讓觀眾透過欣賞嘉靖瓷，感受皇帝的焦慮不安，了解他與現代人一樣，需要找尋精神寄託。嘉靖帝還是個「貓奴」，策展團因而用了小貓投影，引導觀眾參觀。」館方透過現代詞彙和「貼地」策展手法呈現歷史文物，讓觀眾從而聯想到生活，享受並沉浸於藝術之中。「藝術館應該面向普羅大眾，而不是局限於專家、藝術愛好者或藏家。不是每一位觀眾都對藝術、歷史有深入了解，所以這種『貼地』策展模式有助吸引市民入場。」

館藏國際化

三年疫情，不少展覽、活動被迫延期，甚或取消，香港藝術館仍然能在去年獲英國權威藝術月刊《The Art Newspaper》選為2021年度全球百大最受歡迎博物館之一。莫館長認為，除了創新的策展手法，與館藏的「香港基因」也有關係。「館內有四大館藏，包括中國書畫與文物等，藏品超過18800套，年代上溯新石器時代，下及當代，承載香港至世界的藝術文化遺產。」她續指，豐富館藏是藝術館的另一優勝之處，並且認為若要成為一間國際級藝術館，藏品也須達到國際級：「如館內的吳冠中藏品，其質和量均是世界其他博物館難以媲美。」

據了解，吳冠中與香港藝術館早在1995年結緣，這位二十世紀中國畫代表人物十分欣賞館方的策展手法，因而合辦過多次展覽，在他2010年臨終之前，乃提出捐贈作品予香港藝術館，可見對該館的重視。莫館長補充，畫家與藏家捐贈作品，大多出於對藝術館的信任及對香港的情感。「正是藏家和畫家的無私捐贈，為藝術館注入『香港基因』，使本館成為香港的驕傲。」

溝通網絡化

疫情令參觀藝術館的人增多，同時加快了館方對線上平台的發展。藝術館近年開設了社交平台帳號，與觀眾溝通，莫館長透露，館方不再以傳統填寫意見紙的形式搜集意見，而是留意觀眾在社交媒體留下的觀後感及評語，與觀眾互動，以有效方式汲取意見，從而完善展覽方向。館內新增的「打卡」位，讓館內人士可拍照上載至社交媒體，利用網絡吸引更多觀眾。藝術館3樓大堂現正舉辦藝術家許開嬌為回應「嘉靖皇帝的虛擬世界」而創作的「皇的派對」展覽，逾500件青花藝術品放置於長達14米的「餐桌」上，瓷器樣式計有口罩、生日蛋糕、智能電話、玩具熊等年輕人玩意，參觀者可坐下來，化身為這場「宴席」的賓客，並如網紅般拍照留念，同時思考及發掘生活中尋常物件的藝術意義。莫館長希望繼續以年輕的策展視角介紹傳統館藏，從而令香港的藝術氛圍更濃厚。



藝術館珍貴的吳冠中作品，無論質與量均在世上數一數二。圖為香港藝術館時任首席研究員（至樂樓吳冠中藏品）司徒元傑在2019年該館舉辦的「吳冠中誕辰一百周年展」上講解展品特色。（崔俊良攝）

藝術日常化 名畫商品化

藝術應當與生活息息相關，然而許多人在學生時期沒有獲得足夠的藝術教育，而對藝術缺乏興趣。香港藝術館因而設立多項教育活動和服務，培養年輕人的藝術修養與提升審美觀。莫館長表示，自己讀書時藝術課堂少，認識的藝術家大多是畢加索、莫內等西方大師，到大學才有較多機會接觸本地藝術知識。「藝術館與香港美術教育協會合作推行計劃，以館內藏品為基礎，為高小及初中學生構思及製作學習教材及活動，將香港藝術家創作背後的靈感來源、技法，根據藝術媒介做成教案，提升學生對本地藝術家的認識及興趣。」她提到，教程裏包含圖像、影片等共16套教材，介紹共16位藝術家，例如陶器藝術家李慧嫻、水墨藝術家朱興華等。讓她印象深刻的是曾經邀請朱興華到其中一間使用教材的女校，讓學生與藝術家見面，「當時有女學生提出想摸摸畫家的手，觀察畫家的手的特別之處，研究為什麼他能畫出這樣的作品。我相信，相比在展廳欣賞靜態畫作，面對面與藝術家互動接觸，能讓學生更銘記於心。日後當問到學生認識哪

些藝術家時，不僅能說出西方大師名字，還可以提及本地藝術家。」根據香港藝術館最近委託市場研究機構進行的訪問調查顯示，該館有近一半參觀者年齡介乎20至39歲，證明多了年輕人到訪，而且在各個年齡層的觀眾數量均有所上升，可見館方在教育界投放資源後，有了初步成效。莫家詠鼓勵市民利用藝術館學習，從藝術中得到能應用於生活的啟示，「藝術離我們不遠，都是源自日常生活。」

推文創產品與生活接軌

為進一步將藝術與生活接軌，藝術館近年經常跟不同品牌合作推出商品。「去年藝術館與本地電子配件品牌合作，將館藏畫作印在手機殼、電腦保護殼之上。館方選用描畫了維多利亞港的多幅畫作，其中一幅是19世紀的維港景致，展示了早期香港風貌，從另一角度欣賞香港，讓藝術走進生活。透過該品牌的網絡，藝術館可接觸更多市民，大眾藉聯乘產品也可欣賞到本館藏品。」莫家詠補充，將館藏融入商品上，會讓年輕人感覺藝術更「型格」，有助將藝術帶到大眾的生活之中。

熱門話題

促進中外文化交流

香港藝術館歷來曾與世界多間知名博物館合作辦展，如大英博物館、法國羅浮宮等。自擴建重開後，與世界各地文博單位的聯繫更見緊密，每年均有大型巡展落戶館內。莫館長介紹：「藝術館重開後曾與英國泰特現代藝術館、法國龐比度中心等合作辦展，現正舉辦「米羅的詩想日常」展覽，不但展出了西班牙現代藝術巨匠胡安·米羅的作品，館方並從中加入香港元素，邀請香港藝術家為展覽創作主題作品，讓展覽更具地方特色。」

除引入國際級展品，館方近年亦不斷將展品外借，甚至是「借出」整個展覽於其他國家展出。如2021年與英國牛津阿什莫林博物館合辦了吳冠中展覽，將館內珍藏的豐富吳冠中作品推廣至國際。「館方期望輸出策展專長，而不是讓外國人如在點心紙上挑選展品般借出某批館藏。期望通過展覽，令外國觀眾看到香港藝術館的定位，推廣香港以及中國文化。」莫館長說。

藝術館與商家合作推出文創產品，包括將吳冠中在2002年於維港寫生的作品《維港寫生》（左）印在手機殼上，令產品富有藝術感，並且與潮流接軌。



在香港故宮文化博物館落成之前，香港藝術館在2007年就曾與北京故宮合作，推出「故宮博物院藏晉唐宋元書畫展」，展品《清明上河圖卷》（圖為畫卷局部）更掀起參觀熱潮。



藝術館早於2006年曾與法國龐比度中心合辦「大師對象」展覽，展出畢加索《小丑》等珍貴畫作。



藝術館邀請香港藝術家陳麗同（圓圖）創作主題作品，回應「米羅的詩想日常」展覽，凸顯具本地元素的策展手法。（崔俊良攝）