

熱潮難持久 靚模要升格

包裝

文化

靚模

李若清

通識

頭條

通識

頭條

通識

頭條

通識

頭條

通識

頭條

通識

頭條

通識

頭條

通識

頭條

通識

頭條

通識

頭條

通識

頭條

通識

頭條

通識

頭條

通識

頭條

通識

頭條

通識

頭條

通識

頭條

通識

頭條

通識

頭條

通識

頭條

作家張愛玲名言「成名要趁早」，可借用來形容本港近期掀起的少女模特兒（靚模）熱潮。「靚模」的消息在暑假期間天天搶佔娛樂版及各大雜誌封面，走進書展、動漫電玩展等接踵而來的大小展覽及廣告，甚至轟動大學講座。對於十多廿歲的靚模袒胸露背，爭相以青春性感形象示人，不同的社會階層有不同的褒與貶、挺與反，但肯定的是她們已經走紅了。

轟動書展 寫真集熱賣

每年7月底舉行的香港書展今年剛好第20屆，吸引不少愛書人及追星族，人流再創新高，達93萬人次。今屆特別多靚模出寫真集、進駐書展，因而未開幕先哄動。有人認為靚模吸引了更多人到書展，打開了書展新局面。有人卻認為靚模以出書為名，賣肉為實，污染了書展。

大部分靚模十多歲便投身工作，以自身軀體為焦點、性感形象示人，今年書展以此為題的寫真集有十多本，當中不乏比堅尼造型、內衣及半裸照片。她們的寫真集賣個滿堂紅，帶挈相關參展商賺大錢，某三本寫真集更賣出超過26,000本。貿發局在會場的調查顯示，4%受訪者購買明星及「靚模」寫真集。

爭議不斷 被批壞風氣

雖然靚模寫真集在書展中大賣，卻惹來不少批評，爭議不斷：扭曲書展推廣閱讀風氣的原意，喧賓奪主；部分寫真集的形象過分性感，不應出現於「老少咸宜」的書展；靚模「粉絲」的追星行為，尖叫、打鑼打鼓「造勢」等滋擾其他在場人士。有中學生早前在社交網站Facebook發起「抗議書展垃圾化，請「靚模」們滾出書展」的活動。他們指靚模事件是一個引爆點，暴露書展營運管理不善，又認為靚模平時搔首弄姿，令人反感，擔心書展推廣閱讀的風氣大受影響。

隨着書展落幕，靚模挾着餘威進攻動漫節，其間更推出高度如真人、穿性感衣物的攬枕，吸引到年僅13歲初中男粉絲花超過500元購買。靚模更打破傳統，獲邀到香港科技大學出席講座，結果其表現被嘲無知、一問三不知，大出洋相。

靚模成風是可見的事實，更影響了不少有志加入娛樂圈的女孩。其實，靚模所揭示的正是社



►本港掀起「靚模」熱潮，十多廿歲的少女模特兒出寫真、出攬枕，風靡書展，走進大學，成為輿論焦點，同時亦備受爭議，被指賣弄性感，敗壞風氣。圖為6個靚模於動漫節宣傳印有其性感肖像的攬枕

書架

從裸模到靚模

今年10月初，一名年輕模特兒（下稱「靚模」）到香港科技大學出席講座，本是一次她向外表達心聲的良好時機，惜遇上「扮高深」的教授主持，提問了很多普通人不懂回答的問題，相信在座大學生亦不易回答。事後，傳媒對模特兒作出友善的抨擊。今天，香港人似對女性展示身體，仍是採取較保守的態度。吳昊的《都會雲裳——細說中國婦女服飾與身體革命（1911-1935）》（香港：三聯書店，2006年）（右圖），記載了90年前一次對人體美的爭論，有助刺激今天我們的思考，反思今天熱衷於展示身體的「靚模」問題。

1919年，轟動全國的裸體「模特兒風波」掀起，鬧足7年才平息。主角是新派國畫大師劉海粟，他在上海圖畫美術院任校長，開始採用人體模特兒寫生。在1919年的藝術展覽會上，有裸體畫陳列出來，令參觀者震驚，衛道者大興問罪之師，指斥劉海粟為「藝術叛徒」、「傷風敗俗之人」。在《時報》上更有文章，呼籲立即禁止這類「傷風敗俗」的展覽。

劉海粟致函教育總長指出，人體模特兒與黃色下流之風毫不相干，不可相提並論，引起了更多攻擊及辱罵。後來，他又在報章上發表對裸體美的見解：

曲線美表達出靈肉和諧；人體曲線表現出一種「不息之流動」與生命，能使人感受到心靈與肉體的諧和，是自然美與精神美之極致。

人體美象徵着人神貫通；希臘藝術家雕刻的神像，亦暴露人體的筋肉，表達人神貫通之意。

曲線美表達活潑的生命感；人體美表白出一種順從生命的法則，變化順暢，沒有絲毫不自然的地方。破除中國人惡視身體的觀念；中國人習慣以人體為不潔，往往遏止女性展示身體，視之為洪水猛獸。

劉海粟的觀點，值得我們反思今天社會大眾對「靚模」的態度。本書除了討論此議題外，亦分析了女性角色之演變，值得一讀。

香港通識教育會 李偉雄
henrilee@graduate.hku.hk

解構「迷文化」

周秀娜的纖體代言人廣告，由來已久。突然演變為「靚模」現象的核心人物，而以書展、動漫節前後之靚模寫真集、市場效應、攬枕商品、科大邀請出席講座，引爆了連場熱鬧。

靚模現象之連串討論，先有「專業」模特兒與靚模位置之爭。其實「專業模特兒」也沒有專業認證，界定方法莫衷一是，如身高、品味、專業工作的聯繫、受傳媒的追捧程度等，畢竟市場光譜寬廣，經此一役後，二者之界線模糊。黃毅力在「力筆從心」專欄，認為靚模現象興起之焦點在於經理人Roy之努力及創業決心，顛倒了市場上的產業軌跡。潘麗瓊在「幸福摩天輪」專欄，討論相關話題逾4篇之多。彭晴的專欄文章除肯定了市場商品的創意無限，又指斥學究一族的虛偽。科大邀請周秀娜被評為冠以學術包裝的「噱頭主義」。筆者認為當事人明知受到譏諷也欣然赴會，是勇氣可嘉的決定，反而從提問到報道，處處都是知識欺凌的表現。

追逐靚模是追星追偶像嗎？研究指這是「御宅男

」及「電車男」的生活呈現，在黑暗的角落恣意發洩個人的慾望。伊達網誌建議開設類似「偶像崇拜心理或現象」的通識課程。無論是肯定或否定，均在尋求個人身份的認同，也是外國文化研究中的「迷文化」Fan Culture現象。

《迷文化》一書（右圖）值得向讀者介紹：「迷」是媒介消費研究中，最廣受關注的研究客體。「所謂的「迷」fans，是指對特定演員、歌手、電影、電視節目、作家、球星、名人、品牌等極度喜愛、熟習及認同，並能從中衍生出自己的詮釋」。迷文化充滿矛盾，作者以不同文化理論，用來理解「迷」的概念。「迷文化」是支持文化產業的基礎，若缺少了，文化產業將因而沒落。「迷文化」可以豐富我們的生活，也是眾多相關產業的經濟來源。「迷文化」延伸出的「認同感經濟」，也是企業行銷的參考依據。

優質圖書館網絡主席 呂志剛
sidneylui@gmail.com

通識我見

糾正價值觀 家長有計

福建中學 中四 郭綺琦

大眼睛、長鬚髮、火辣身材，並帶點日本風味的青春形象，在「靚模」的演繹下，迅速受到少男力捧，少女跟風。我認為購買寫真集和學習其化妝技巧並不是社會最擔心的問題；最重要的是，青少年產生了不讀書也有好出路的錯覺。因此，家長應該好好引導自己的子女，正確認識這個問題。

無論男生或是女生，家長都不應該強硬地阻止子女追捧靚模。家長應耐心地與他們分析偶像的作用，例如一些實力派歌手及體壇巨星；並一起討論他們購買的靚模寫真集或出席的模迷活動是否值得，付出和回報是否成正比例。

另一方面，家長如發現女兒開始模仿靚模的衣着打扮，可先讓她們很有時尚觸覺，另一方面也要及時告訴她們一味地模仿會失去自我，對健康成長帶來不好的影響。要讓她們明白，內涵比外表更為重要，靚模雖然美麗動人，但放棄學習，必定會失去很多增值的機會。

年輕人只有好好讀書，才可找到更多更好的出路，靠身材、樣貌而得來的名譽和財富，是不會長久的。

推波助瀾 傳媒應自省

拔萃女書院 中六 龔啓宜

暑假的一天，一位朋友告訴我她看了一個不一樣的電視節目。節目主持人一手拿了數份充斥「靚模」新聞的娛樂報章，另一手拿着風月刊物，兩者比較，結果眾靚模的「健康性感」險勝色情圖像。

有人批評她們袒胸露背，她們自辯是展露活力；傳媒報道她們有的整容、有的吸煙、有的輟學……甚至有人疑似援交。我不知道這些報道是否屬實，但至少靚模二字給大眾的印象不大好。曾有靚模表示，只要市場有需求她便樂於供應，此話正間接認同了藝人袁彌明早前在《城市論壇》所謂的「靚模並沒有負上模特兒作為衣架的職責，反而是用自己的胴體作為商品」。

也許我沒有資格評定她們所做的事是否敗壞社會風氣，但我覺得她們的熱潮是由部分傳媒過分渲染和追捧所造成的。我希望傳媒應負起責任，為心智未成熟的少年着想，不要為催谷銷量而鼓吹靚模，「推銷」她們的「青春本錢」。這次靚模攻陷書展，再這樣下去，明年今日可能要滲透校園了。

