

校對與「剿匪」

校對是文字工作必不可少的工序。傳統的政府公文、報紙、圖書出版等專業工作，甚至設立專門的校對崗位進行把關。互聯網新媒體大行其道之後，不少行業門檻被踩平，人人都擁有了發布文字的平台。而速食化閱讀時代，更增加了忙中出錯的幾率。

某社交平台採訪「爆紅」藝人，本是好意，結果由於使用拼音輸入法，誤為同音字「暴薨」，瞬間將藝人寫死了，引來一眾粉絲的圍攻。故宮博物院前些年給警方送錦旗，「捍祖國強盛」誤為「撼」，語意截然相反。至於近期新冠肺炎疫情某些地方將遼寧「鮫魚圈」誤為「魷魚圈」，則是字形相近的原因。結果都鬧出了不小的笑話。

高超的校對工作，不僅需要心思細密，需要語言文字功底，更需扎實廣博的知識儲備。洪邁、趙翼、錢大昕等學者的著述裏，相當一部分是在校對過程中考訂史實、闡發新知的。如不少史書將關羽的封爵漢壽亭侯簡化做「壽亭侯」，錯認為「漢」是漢

代的意思。其實「漢壽」是湖南一個地名，因此「漢」字不可省略。洪邁、趙翼糾正了不少類似詛誤。

北宋學者宋綬形容「校書如掃塵」，十分形象。民國名記者張慧劍某次鑒於報紙錯字太多，登啟事向讀者致歉，並表示「要添一位剿匪司令」。所謂「剿匪司令」，乃戲稱校對員也。錯別字充斥版面，影響文字整潔，確如土匪流竄，坑害良民。

校對不能放任流匪，更忌誤殺良善。最近，內地某學者（自稱第一位中央美院書法方向博士後），縱論顏真卿行書《祭姪文稿》中有錯字流傳了一千多年，「刺史」應為「刺史」，作為自己的驚世發現，炒作得沸沸揚揚。實際上，「刺」與「刺」乃通行的異體字。這種校對，強不知以為知，難脫嘩眾取寵之嫌。



瓜園 蓬山

gardenemarvin@gmail.com
逢周三、四、五見報

笑看爛片

各個社交媒體平台上，都有不少自媒體賬號專門用時長三到五分鐘的短片，講述電影情節梗概，粉絲頗多。他們分享的大多是各國佳片，不少都選自「IMBD TOP250」、「豆瓣TOP250」之類的片單。作為一個電影愛好者，我非常不喜歡這樣的形式。那些傳世經典，用如此這般的形式來看，是淺嘗輒止的囫圇吞棗，也是急功近利的暴殄天物，就如形形色色的世界名著簡讀本，除了能讓膚淺者茶餘飯後有些吹噓的資本之外，又怎能反映出原著本身的魅力？

不過最近，我倒是發現了一些很有意思的自媒體賬號，他們「另闢蹊徑」，專找各大榜單某個類型評分最後一百名的電影來看，然後用爆笑的風格來分享和解說。這些電影實在太爛，爛到看一眼海報，就能感覺到一股濃濃的粗製濫造的氣息撲面而來。對於這樣的電影，我實在想不出有什麼人會真金白銀買票、再花時間去戲院觀影，更不用說絕大多數這樣的爛片，根本沒有在戲院上映的機會。所以，我倒是覺得以這樣的形式，

「領略」一下這些爛片爛到什麼程度，既省去了觀看全片的精神折磨，又很有娛樂性。

這些爛片中，被觀眾嘲笑最厲害的地方，往往是情節上最不合理，電影製作最兒戲的地方。如果在戲院中，我看到這些橋段一定會「如坐針氈、如芒在背、如鯁在喉」，而在社交媒體上，有無數網友與我一同嘲笑，用評論、用彈幕等網絡特有的方式，吐槽那些令人哭笑不得的一幕幕，感覺很是歡樂。從另一個角度來看，若是沒有這些自媒體賬號，將這些塵封的爛片翻出來「公開處刑」，那些不負責任的電影製作者還會有僥倖心理，以為敷衍了事拍出的爛片沒人能看到。如今有了「網上恥辱柱」，也是對電影製作人的鞭策與警醒吧。



大川集 利貞

逢周一、三、四、五見報

真鯛常勝

食物的發展史可以看作一部有趣的進化論，除了食材本身的味道、產量，也摻雜了當時當地文化宗教、權力財富等一系列偶然因素，能在一夜之間身價暴漲，就能瞬間跌落神壇無人問津，這來來回回也像極了人的命運。拿日料中的魚舉例，江戶時代排在前三位的是鯛、鰻魚和鰹，如今高級的代言金槍魚，彼時「跳樓甩賣」都沒人要。這麼多年過去，魚的地位一波三折浮浮沉沉，唯有鯛魚神奇地永佔C位，從不擔心過氣。

鯛魚類別很廣，名字更是多到讓人頭痛，加吉魚、紅立都是真鯛，還有用季節劃分，春天撈上來的叫櫻鯛，魚如其名顏色嬌艷，一身的少女氣質，吃起來也格外鮮美；到了秋天同樣應時應景，喚作紅葉鯛；而夏天因為魚已經產過卵，體型偏瘦，得名麥稈鯛。總的來說春秋兩季是鯛魚的盛宴，肥美豐腴，以日本南部產量最多。大廚們一早就奔去集市選定撈上來的天然鯛，而非人工養殖，前者尾和腹鰭大多完整，人工養殖的魚群則因為活動空間有限，常有攻擊受傷的情況。

時令的鯛魚味美，卻在眾多魚類裏仍算瘦小型，通常連一公斤都不足。好在頭小身大，雖然體重輕，吃下去可都是足斤足兩的肉。帶到後廚，既可以做成魚生、壽司，也可以變個花樣端出鯛魚飯、烏冬麵甚至味噌湯。但若說到最銷魂的吃法，從古至今始終都是鹽燒。帶着皮的鯛魚經過烤製，能最大程度激發出皮下脂肪的鮮甜，背部肌肉發達緊實，就算多吃幾口也不會「英雄氣短」。更講究的是，好吃還不是全部，作為最能扛大旗的御節食材，鯛魚在過年過節被迷戀的程度，跟我們的餃子有得一拚，一條完整的燒鯛魚端上來，從頭到尾，就寓意這一年的圓滿了。



食色 判答

逢周二、三、四見報

反對聲浪

東京奧運開幕典禮預定於今年七月二十三日登場，雖然目前主辦國、國際奧委會仍然口硬，聲稱沒有停辦的計劃，但日本國內反對舉辦的聲浪已日益高漲。

對於保守的日本人來說，奧運會這種可以為國家帶來榮耀的國際性賽事，如非萬不得已，沒有人想站出來反對。但現時全球疫情反撲，不要說印度，連新加坡、台灣等疫情相對平靜的地區，近日也突然湧現大量本土個案，即使日本國內，每日都有數千宗確診，根本未受到控制。

日前，日本律師聯合會前會長宇都宮健兒在聯署網站Change.org發起「停辦東京奧運」聯署，短短數日已得到四五十萬人響應，他已向東京都政府等提出停辦

請願書。日本商界領袖、樂天集團社長三木谷浩史日前接受美國CNN電視台採訪時，也直言不諱指出：舉辦將是「自殺行為」。他解釋，「舉辦來自全世界的人們聚集的國際性活動很危險，風險太大」，目前叫停是可以的。

雖然今次奧運會的現場觀眾有限制，但來自全球各地的運動員、傳媒、工作人員仍然會聚集在一起，即使做足所有防疫措施，也存在互相感染的機會。來自各地的無徵狀患者，說不定會交叉感染，製造出新變種。值得一提的是，現時只有約百分之一日本國民打了疫苗，一旦有新變種，後果真的不堪設想。

那為什麼日本政府及國際奧委會還不

鬆口呢？說穿了是經濟考慮，據BBC報道，日本在東京奧運會的花費已高達一百多億美元；國際奧組會的收入將近四分之一來自轉播權利金和廣告費用。一旦停辦，所有開支等於白費，預期收入也會泡湯。另外，對於全世界運動員來說，取消意味著要等多四年，對運動員是一種煎熬，四年後可能已過了黃金時期，甚至連入場券也拿不到了。

對於海外觀眾來說，大家都希望在延期一年後，這個體壇盛事終於可以順利開幕，欣賞到世界頂級賽事。沒有人有萬全之策，人命關天，是否應該三思呢？



童眼觀世 梁戴

逢周二、四見報

無法外遊的日子

香港與新加坡的「旅遊氣泡」一波三折，原訂五月重啟的計劃因新加坡疫情反彈再度延後，對從事旅遊航空業及一直冀盼藉這個氣泡於旅行路上再出發的市民而言，無疑是一大打擊。不知是否真的「不怕生壞命，最怕改壞名」，「氣泡」(Bubble)這東西，顧名思義一戳就破，輕飄飄的，很不實在。若非名稱來自西方，為表尊重因此直譯，按中國人重意頭的習慣，將這計劃命名為「旅遊鋼索」、「外訪鐵環」或「出埠金剛圈」，早日成事的機會可能更大。

新加坡與台灣近日染疫人數急增，東京奧運也不知能否順利舉行，擔憂之餘，也影響了港人下半年可離港短線外遊的信

心。對於過去半年一大遊，每季一小遊，連星期五晚出發的三日兩夜快閃行也不放過的香港市民而言，現在的假期生活真的轉變很大。然而，現實是現實，無奈也要接受。筆者認為若非公務或探親，離港外遊這回事就暫且隨緣，免得希望越大失望越大，令原用以減壓的假期變成心理負擔，反影響身體健康。

不能外遊的假期可以做什麼？只要身體健康，就不愁沒事可做。習慣旅行的就參加本地遊，喜歡消費的就光顧商場小店，愛環球美食的就嘗遍各區餐廳；不去機場去球場，不乘飛機坐渡輪。現在的時勢，見步步行步，要能屈能伸。何況香港已有多天零本地確診紀錄，疫苗供應也充

足，市民外出無疑可暫時放下心頭大石，何不好好面對留港放假的日子？將用來外遊的金錢變本地消費，錢花在香港，促進經濟，利人終也利己；假期再多的不妨加入義工團隊，全家一起清潔香港，不但有意義，也肯定用盡年假也捨不完郊野公園與泳灘的垃圾；喜歡享受酒店住宿的，每個周末嘗試本地各級酒店的服務，再將評價上載網絡與同好者分享，可能甚至會成為香港酒店達人。放假可做的事情很多，只要不在病榻上就行。



竹門日語 簡嘉明

逢周一、四見報

港青公務員

近兩年，港青在大灣區內地城市發展，並創業成功的故事時常見諸報端。就業的道路千萬條，去年底，深圳定向招錄五名港澳籍公務員的消息攪動一池春水，吸引四百四十六名港澳籍人士報名，離香港較近的福田區福保街道辦的一崗位吸引了二百四十四人報考，成為熱門崗位。

在人們熱切期待並充滿好奇的目光中，近期深圳招錄港澳公務員的選拔有了結果，經過筆試、資格初審、面試、體能測評、資格覆審和考察等階段的過五關斬六將，四名港青脫穎而出，被正式錄用。這次深圳定向港澳招錄放出的五個工作崗位，涉及行政、金融、城市規劃、涉外人員管理、醫療監管等方面，具有相當的專

業技術技能性，契合粵港澳大灣區的發展規劃和深港合作的方向，唯有城市規劃職務因沒有合適的人選而遺憾空缺。

筆試第一的黃科毅幸運獲得競爭最激烈的福保街道辦事處一級科員一職，未來他將在那裏從事行政事務、人事黨務、紀檢監察、綜合調研等工作。走馬上任前，他說：「激動又期待，感覺未來充滿了未知的挑戰。」這位對未來有着清晰規劃的香港青年在入職前，準備到街道辦轄區河套深港科技合作區先行調研。他看好粵港澳大灣區和深圳先行示範區的未來前景，計劃長期在深圳發展。

四名擬錄用香港公務員有一個共同點，均有內地求學經歷。他們現在的普通

話都說得非常棒，經過幾年內地高校學習，對祖國文化也更加了解，希望能更快融入大灣區。

報考內地公務員產生了羊群效應。筆者一位香港朋友的孩子在大學讀四年級，從未到過內地，在周邊朋友的影響下，近日勇敢地跨過深圳河，自己過上了隔離的日子，他的目標是在深圳先找一個地方實習，如果有考公務員機會將全力以赴。考取公務員被看作是社會精英千萬馬擠獨木橋，他願意成為其中一員。



灣區聽雨 黎園

逢周四見報

好節目

偶然看無綫音樂真人騷《聲夢傳奇》，覺得是一個好節目，至少比什麼小姐選舉有意思多了。

好處之一是一個年輕人節目，如今無綫節目照顧中年婦女口味多，這是烹飪節目氾濫的一個原因。而《聲夢傳奇》參加的、收看的都以年輕人為主。

好處之二是勵志，每個參加的學員都是新人，有一定才能，但技巧稚嫩，經驗欠缺，信心不足，在攝錄過程中，有導師指導，領導人鼓勵，經驗一直積累，可以看到他們在各方面的進步。不論他們將來是否從事音樂事業，這些學習所得都有裨益。

好處之三是觀眾也有學習機會，除學員、主持外還有陣容鼎盛的專家評判團，專業的歌唱導師，向學員提出指導意見，不但

學員迅速得益，有興趣學習唱歌的觀眾也上了有用的課。

好處之四是示範了一個公平競賽的模式，一切都在公眾監察下，無可能有內定、買票、黑箱作業。更沒有大財團或有力人士的操縱。

好處之五是提供了有才能年輕人上進之路。

好處之六是觀眾聽了好聽的歌，分享了競賽的緊張、懸疑，獲得一次好看娛樂節目的享受。



南牆集 阿濃

m.facebook.com/A.Nong.cps

逢周四見報



傾聽也是一種愛

漫條思理 鄭辛遙

逢周二、四見報

代言商品的吸引力

最近的本地時尚娛樂節目，最吸引眾人焦點的，一定是關於十二人組合樂隊MIRROR的動向，這支以年輕小伙子為骨幹組成的鏡子樂隊，可能會成功把樂迷由近年注意力集中在韓星，轉回重投本地偶像的懷抱。

究竟真的否具有如此魅力？看來言之尚早，但姜濤受樂迷歡迎，的確是近年比較少見的追星行動。不是樂壇不濟，而是實際欠缺一些能有代表性的新人出現，姜濤成為本地紅得最快的偶像，

MIRROR也成為一隊人氣組合，自然希望為本地樂壇注入更多新動力。

除了一些交通工具的廣告，也見姜濤有不少廣告代言，包括與兩位隊友合作的麥當勞，也有美妝品和衣飾等，以新人來說，有此成績已相當難得，因為在廣告商眼中，代言人是需要有人氣支持。而其在演唱會的造型，全隊衣飾也是經專人設計，當中有姜濤穿名牌Alexander McQueen的二一年春夏系列西裝，把大男孩的形象

變得帥氣起來。

姜濤的穿搭還沒有定型，從平日的衣着到宣傳造型，都十分低調，喜歡一些深沉色調的服飾。其實姜濤本身仍是一個年輕人，衣着可循多方面嘗試不同效果，也可因應不同場合多作各種服飾搭配，找出最適合自己風格的服裝。如在新曲MV中，分別穿EMPORIO ARMANI的全身黑色和白色的西裝，就有兩種完全不同的氣質出來，白色明朗，黑色英氣，與平日作鄰家男孩打扮的姜濤，就有明顯分別。

最近見日本藝能界男星山下智久，擔任意大利品牌的珠寶及腕錶

代言大使，希望推廣旗下不同年齡和性別的產品，山下智久出道於一九九〇年代中期，相信在這方面有更強的吸引力。若論穿衣服的風範，看到胡歌替GIORGIO ARMANI代言的服飾，深色外套配黑白條紋西褲，穿出一種特有氣派。



衣尚 蕙蕙

逢周二、四見報