

兩岸小說語言比較

研究文學的人都知道研究文學語言是件吃力不討好的事——它不像「評論」可以有較大的自由發揮空間，而必須基於例句實證的「有一份證據說一份話」。比較兩岸小說語言是個學術難題，卻被王安憶給「攻」了下來。在《大陸台灣小說語言比較》一文中，她闡述了自己對兩岸小說語言不同之處的看法。

在王安憶看來，「大陸與台灣的小說語言最表面的區別是：大陸小說語言的口語化，這口語因帶有極強的地域特徵，因此也更加方言化與俗語化；台灣小說語言則是漢語技術化，即是語文化或書面化」，而兩岸小說語言背後深層的差別，則在於大陸小說語言「在以方言、俗語為語言手段的背後」，「強調的是語言的文化背景」；台灣小說的語言則「將漢語詞意的內容與形式引申、延用與擴張，使用的是漢語本身的內容」——也就是說，大陸小說語言重在以地域性的方言和俗語表現「文化」，台灣小說語言則是以語言本身的豐富性見長。

王安憶的這一發現看似有些「簡單化」卻頗具創見，接下來王安憶又指出兩岸小說語言另外一個顯著的不同，那就是「大陸作家的作品往往能越過語言直接展示畫面與人物的形象，而台灣作家的作品則是真正的語言創造意義上的小說……大陸的小說具有身臨其境的畫面感，而台灣的小說則具閱讀感」，什麼意思呢？王安憶如此解釋：「大陸的小說具有人物演出性質」，「只有人物在舞台上自行活動」；「台灣的小說則有明晰的敘事者身份」，「客觀地描寫人物事件」——這不禁讓人想起帕西·盧伯克（Percy Lubbock）在《小說技巧》中提出的小說寫作兩種基本技巧：戲劇法和敘述法，戲劇法是「展示故事」，而敘述法則是「講故事」。從王安憶對兩岸小說語言的歸納和對比中不難看出，大陸小說語言顯然更適用於表現戲劇法，而台灣小說語言則與敘述法較匹配。

任何概括都會以喪失（部分）豐富性為代價，王安憶的判斷也不例外。

過眼錄

劉俊

逢周二見報



「兇猛」口水雞

一盤油亮剔透的口水雞，絕對是沒胃口時的恩物。想當初，要多虧郭沫若老先生妙筆巧思，把一盤規規矩矩的樂山白斬雞，寫得「口水長流」。於是後人靈機一動，藉着紅紅火火的油辣子，發展出獨門創意「口水雞」。如今後人得此寶貝，不管在哪，都能吃得風起雲湧、大汗淋漓，終不負這盤中餛，口口風流。

作為川菜經典，口水雞不但是開店必備，就連一些東北菜、廣東菜館裏，偶爾都能去客串一下，享受被眾人驚奇試探的目光。英雄向來不問出處，只要烹飪技巧到位，吃得爽快，少有人再去追究，非要拉着某盤雞肉認祖歸宗。但說回來，無論什麼餐廳，大廚功夫高低，想做好口水雞，都得向四川人的「靈魂調料」拜拜山頭。也可以說，沒有那一勺勺的紅油，這盤菜就不入流，也是那一絲香進大腦最深處的辣味，讓所有神經立刻彈起，鼻腔、嘴巴、多巴胺擰成一股繩，快樂到起飛、渾然天成。

我對口水雞的愛，從軟嫩的雞肉就已經開始了，它們含蓄又體貼地釋放着油脂，在皮和肉之間畫出一道天際線。有時候你會想，哪怕不加任何調料，這種味道也必然是無力招架的。但紅油已經相伴在側，根本不能有一滴浪費。細密的香精油包裹着甜和鹹，就像一顆顆種子，在味蕾上開花，瘋狂生長。剛吃下去的那一瞬間最銷魂，整張嘴在第一時間就達到愉悅峰值，之後隨着咀嚼，香味兒分子一樣填充到每個角落，也滲透進雞肉的每條肌理中，加上大粒的芝麻，活潑的紅椒碎，當所有一切達到平衡，留給你的，就只有狂歡後的回味。可回味「害人」啊。總能在你無欲無求的時候蠢蠢欲動，不由分說撲上來，宛如洪水猛獸，最後不費一兵一卒，不但投降，還要跟你共舞。

食色判答

逢周二、三、四見報



最近，穿行在人來人往的廣州各大地鐵站，時常可以看到花樣百出的「個人燈箱廣告」——有的打出祝福語為閩慶慶生製造驚喜；有的貼出帥氣靚照，聲稱想「尋覓靈魂伴侶」；也有的列出求職需求，懇請「老闆們走過路過不要錯過」……

「不是鮮花蛋糕買不起，而是地鐵廣告更有性價比。」與動輒數十萬元的商業廣告費用相比，個人廣告無疑「物美價廉」得多，租用廣州地鐵站電子屏一周時間，只需數百元預算就可搞定。親民的價格、新穎的創意、便捷的流程，讓個人廣告業務一經推出便受到熱烈追捧。

暑假模式已經開啟，與熱浪同樣熾熱的，還有市民外遊的熱情和興致。上周五，銅鑼灣時代廣場人潮湧湧，有攤位現場派發印有「協助在外香港居民小組」的小塑膠包，吸引很多準備外遊和即將出發的市民，爭相排隊領取。

這個蘋果綠色的小塑膠包，同事兆昌也領到一個。回到公司後，他將小包裏的東西攤開在辦公桌上，只見內有入境事務處印發的兩份宣傳單張，包括印有外遊時二十四小時求助電話、介紹「安全出行領事保護話你

知」宣傳動畫的紙質單頁，另有一支圓珠筆、一個行李牌、一個環保袋，以及適合裝旅行證件的小塑膠包，均在醒目位置印有「(852) 1868」這個電話號碼，這是入境事務處協助在外香港居民二十四小時求助熱線。在紛繁複雜的大千世界，不穩定、不確定、難以預料的事情層出不窮，外遊安全，成為市民心心念念的重中之重。回想數年前，筆者家人曾參加旅行團前往一東南亞國家，抵達當地酒店的第一件事，就是全團旅客的身份證和旅行證件全部上交，眾目



告誡不守時者：你已偷佔了別人的時間！

漫條思理 鄭辛遙

逢周二、四見報

也談無人駕駛

最近，無人駕駛的「風」在內地颯得如火如荼。有個名叫「蘿蔔快跑」的自動駕駛平台在內地流量大增，不少打車人在街道上看到一輛宛若無人騎士的出租車，那便是百度推出的「蘿蔔快跑」了。這輛網約車並沒有坐在駕駛座上的司機，而是使用自動駕駛汽車技術，自動駕駛甚至實現完全無人駕駛運營。最近聲量最大的莫過於武漢。

對於「蘿蔔快跑」，武漢本地人形容是「若蘿蔔」，大抵是反應遲緩呆滯的意思。主要是由於無人駕駛汽車只會嚴格遵守道路交規規則，基本不會超車變道，車少時速度也嚴格控制在限速內，對趕時間的乘客，或許並不友好。可就是這「若蘿蔔」，孕育着網約車行業的未來。

無人駕駛的背後，仍然有無數安全員在保障着乘客的安全，每個安全員可以同步監視多輛無人駕駛的汽車，在緊急時候也可以遠程介入車輛的駕駛，不僅提升了網約車運營的效率，也有效降低了人力成本。

不少「腦洞大開」的年輕人，將畢業紀念、相親求婚等內容，以詼諧搞怪的形式展示出來，讓地鐵口的燈箱廣告，簡直成了「大型整活現場」。

這一「魔性畫風」讓習慣了在地鐵站看大品牌營銷的路人頗為疑惑，是什麼讓一向定位「高大上」的地鐵廣告，開始放下身段、接上地氣了？實際上，投資大、回收慢是地鐵運營的普遍特點，即便是在人流量密集的大城市，也很難達到盈虧平衡。廣州地鐵的客流強度在內地首屈一指，去年營業總收入更創下歷史新高，但也難逃「增收不增利」的窘況。再加上

睽睽之下，由領隊和酒店經理一人一鎖，將相關證件鎖進酒店大堂特製的大型保險櫃，以策安全。據常年帶團的領隊介紹，當地近年偷盜案件高發，遊客是主要目標，除個人財物易受損之外，因遺失證件而耽誤行程、未能依時返港的個案頻發，以致旅行社方面不得不嚴陣以待。

據統計，在二〇二三年，入境處「協助在外香港居民小組」共接獲三千零三十五宗求助個案，較二〇二二年的一千六百七十九宗，大幅上升八成。如去年巴以衝突爆發，入境處短

《Believe-通往你的橋-》

趣，但最終有點失望。

狩山陸是一位橋樑建築師，他對橋樑的沉迷程度，即使他的太太玲子亦不甚理解。狩山為帝和建設公司設計及監督興建的龍神大橋發生意外，橋身斷裂致工人傷亡。狩山知道事有蹊蹺，但公司的社長卻要求狩山承認設計不周及監工不力，狩山因此負上刑責而入獄。其後，狩山發現原來自己被騙，大橋斷裂暗藏重大陰謀，為此他決意逃獄，希望為自己及大橋翻案……

木村飾演的建築師並沒有什麼特

別形象及個性，全劇圍繞着狩山周邊的不同角色展開，包括他的辯護律師、公司社長、追緝他的刑警，以至監獄幫助他逃獄的警長。各角色都有本身的迷思及信念，為了東京的利益，幕後的政治家策劃陰謀，狩山無端成了代罪羔羊。

如此故事及情節，本來可以製作成奇峰突出、高潮迭起的戲劇，但《Believe》卻陰陽怪氣，尤其是狩山入獄和逃獄的經過，實在兒戲得令人難以置信。尾聲狩山終於被捕而在法庭申辯，但是法庭戲亦草草了事，

時間內接獲超過二十一名身在當地的港人查詢和求助。今年頭五個月，「協助在外香港居民小組」接獲一千三百八十二宗求助個案。如今年四月三日台灣花蓮發生強烈地震，入境處截至四日下午五時共接獲三十四名身在當地的港人求助。

據統計，在二〇二三年，入境處「協助在外香港居民小組」共接獲三千零三十五宗求助個案，較二〇二二年的一千六百七十九宗，大幅上升八成。如去年巴以衝突爆發，入境處短

感。

這種尊重個性、包容自由、鼓勵創新的蓬勃生機，無疑是一個城市的文明加分項。而地鐵燈箱上那些充滿生活溫度、引發情感共鳴的普通人故事，恰如一抹溫情浪漫的幸福底色，描繪出的正是這座城市最美好、最動人的模樣。

十八彎

關爾

逢周二見報



童眼觀世

梁戴

逢周二、四見報



沒有帶出應有的戲劇高潮。全劇的拍攝手法十分冷峻和沉靜，狩山一直堅持的信念（Believe）與其他角色沒有強烈對比。全劇最大的諷刺點，原來是日本經濟不景，社長為了維護企業利益而勉強要狩山搭上黑鍋，以免企業倒閉。

文藝中年

輕羽

逢周一、二、三見報



年輕人的婚育觀

樓來，仔細看看，兩人像兄弟多過父子。

大家說起現在年輕人較少早婚早育，許多更打算不婚不育。年輕人在乎傳宗接代，師傅們說年輕人在意自由、輕鬆、快活，婚姻家庭有很多責任要負，會累人煩人，不婚不育的觀念似已成潮流。

為我按摩的師傅也有一個兒子，正讀大專，對電子行業有興趣，明言不一定結婚，叫父母不要催。師傅說兒子以後不知會在哪一

個城市工作，何時可碰到一個合適對象，若一輩子不結婚，基本上是不會有後代了，他說：「兒子這一頭看不到什麼希望，孫子那一頭更是沒什麼指望，這不是兩頭空嗎？」我們勸他別太悲觀，事情或會有轉機。

紅塵記事

慕秋

逢周二見報



從時裝看胡歌魅力

一場在意大利米蘭舉行的時裝大秀，展出了明年春夏的男士服裝系列，無論在色彩或設計方面，都充分發揮了意大利品牌GA創意的時裝品味。

無論是在年輕人市場，抑或是經典的設計當中，GA除了有時裝，亦是美妝品的業界翹楚。今次的男裝2025春夏系列，可以看到在色調方面，啡色、灰色和藍色三類色彩，成為男士服飾在基本用色上的主調，再配合一些頗為特別的紫丁香色及開心果綠色等色調，營造出一種獨特的寧靜感覺。

紫藍色的外套，配同色長褲，內配襯衫，把套裝變得甚有動感；還有啡色上衣配白褲，紫色套裝內裏配一件白底圖案的上衣，都把服飾從沉實中帶出一股時尚氣息。同樣風格還有亮面套裝，配合斜肩袋子，一樣把時尚風味發揮得恰到好處；展示不同品味的則有格仔外套，配上深藍色長褲，內襯柔軟質料的恤衫，而一套深藍色的套裝，

最特別是衣袖有白色搭配；此外，具另類風格的是橫條上衣配帽子便裝。縱觀所展示的各種不同風味男士服裝，都充滿無限活力與時尚格調。

看到GA品牌的男裝，讓人想到一樣深藏魅力的內地男藝人胡歌。從《瑯琊榜》到《繁花》，從「小飛流」男孩的吳磊，到今天扮演俠士的吳磊，都可以看到成長中的吳磊，和更具帥氣的胡歌。不知從何時開始，胡歌作為GA的品牌大使，差不多每年都會前去米蘭捧這男裝大秀的場，從服裝以至太陽鏡，胡歌的魅力，不用說一句話，已可從他臉上的表現感受得到。出席今次時裝盛會，身穿波卡圓點絲絨套裝的胡歌，魅力依然，就像《繁花》中的寶總，吸引眾多觀眾。

衣尚蕙蕙

逢周二、四見報



漂遊記

杜若

逢周二見報

