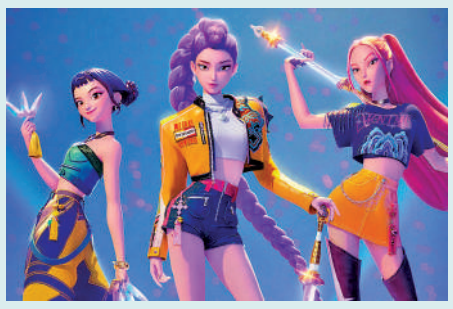
大公報
2025年9月9日 星期二

歌舞熱潮下的奇幻狂想



▶片中熱歌引網友翻唱。

韓國在KPOP文化輸出上的企圖心早已眾所皆知，這次的《Kpop獵魔女團》再一次證明了他們將流行元素與視覺娛樂包裝輸出的能力。這部Netflix奇幻動畫電影自上線以來，短短十周內就累積兩億三千六百萬觀看次數，打破平台紀錄，成為Netflix史上觀看次數最多的原創動畫電影。這樣的數字或許並非來自劇情本身，而是來自背後龐大的文化行銷力量。

說實話，《Kpop獵魔女團》的劇情很簡單。故事圍繞着一支以KPOP偶像為原型的少女團體，她們一邊在舞台上發光發熱，一邊暗中化身獵魔人，守護世界不受邪惡力量侵襲。這樣的設定充滿二次元風格，結合了偶像養成與奇幻冒險兩種公式化的元素。

真正的亮點，無疑在於影片中的音樂與表演。電影中的原創歌曲《Golden》一經推出，立刻攻佔Spotify等全球音樂平台排行榜，甚至成為社交媒體翻唱與舞蹈挑戰的熱門素材。這種「電影+音樂+網絡二次傳播」的策略，讓作品的影響力遠遠超越單純的觀影體驗，反而更接近一場大型的全球性行銷活動。

在視覺表現上，《Kpop獵魔女團》展現了韓國動畫產業的新水準。流暢的舞蹈動作捕捉、閃亮的舞台效果與華麗的戰鬥場景，幾乎是對偶像演唱會與少年漫畫戰鬥場面的雙重致敬。儘管角色設定略顯單薄，但鮮明的造型與高能量的表演足以支撐娛樂效果。這種「爽感優先」的取向，使得電影雖然缺乏深度，卻能吸引觀眾不斷重刷。

對批評者而言，它或許只是「華而不實」；但對觀眾而言，它提供了足夠的娛樂感與話題性。當播放量與音樂榜單一次次被刷新時，這部作品的成功已經不需劇情深度來證明了。

逢周一、二見報

爽口竹昇麵

要說廣東人多愛竹昇麵，大概就像川渝人離不開辣椒，北方人摯愛酸菜一樣，屬於骨子裏的親近。不信就去廣州老城區，隨便一家麵店，只要老闆敢掛出「竹昇麵」仨字，基本就是在拍胸脯跟你保證——我這店，手藝祖傳，絕不會差。

竹昇麵，名字聽着頗有江湖氣，誕生也全靠真功夫，從配方到製作工序，都堪稱獨一無二。秘訣之一，上等麵粉加鴨蛋，不添一滴水。怎麼做？就要說到第二步，也是最有視覺衝擊力的「竹昇」了。製麵師傅騎在大竹竿的一端，以身體重量反覆彈跳，用固定節律一起一伏，另一端按壓在麵團上，麵團受力均勻密度變大，口感才能無比彈牙。一聽便知，這可不是輕鬆的事兒，力道輕了，麵質鬆散無筋骨；力道重了，則易壓死麵筋，缺失活性。所以不僅駕馭竹竿需要純熟技巧，就連師傅的體重也有要求。千錘百煉之下，麵團中的筋絡被馴服、延展，化作綿密的網絡，才算大功告成。

這樣做出的麵團，柔軟緊實，麵條自然也出落得與眾不同。耐煮不爛，撈起來還能「根根分明」，就像剛打完髮膜又吹順的頭髮，滑得發光。再配上用豬骨、魚和雞骨熬出的高湯，一口下去，鮮得眉毛都要離家出走。人人都知竹昇麵爽口彈韌、蛋香濃郁，但我始終覺得，還有些特質，是這些形容詞遠不能比擬的。它們拼湊成了風土人情，也讓我心頭的眷戀，在離開了很久之後依舊鮮活，栩栩如生。仔細回憶，我對它的情愫，也跟很多人一樣，是被「香港文化」帶飛的。它走出故土，飄到維多利亞港上，飄到TVB的橋段裏，「一碗雲吞竹昇麵，一杯凍檸茶」就是無數個日日夜夜的回響。哪怕你閱「麵」無數，但唯有它的「彈」，多年以後，仍在撩撥心弦。

逢周二、三、四見報

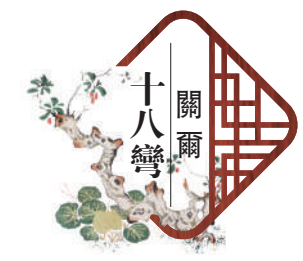
魯迅牆畫之爭

日前，紹興魯迅紀念館外一幅魯迅夾煙的牆畫引發討論。有觀眾投訴稱這可能對青少年產生不良引導，建議館方做出修改；而更多人則主張尊重歷史與藝術的原貌。這場爭議引發了如何看待歷史呈現、藝術表達與社會責任的公共討論。

縱觀魯迅的一生，有幾樣嗜好始終伴隨其左右，吸煙、飲酒、喝茶、吃糖皆在其中，而吸煙的癮頭尤為濃烈。因此，不少畫家在刻畫魯迅形象時，總會特意將「夾煙」這一標誌性動作融入作品，塑造出帶有生活溫度的、立體豐滿的「先生」模樣。如果無視藝術的象徵性與多義性，將牆畫的展示與現實中的行為倡導直接畫等號，無異於用實用主義的標尺消解藝術的審美價值與思想深度。正如我們不會將李白「會須一飲三百杯」的詩句解讀為鼓勵酗酒，也不會將梵高筆下的星空視為對「熬夜」的推崇，對待魯迅夾煙的藝術形象，同樣需要給予藝術創作應有的尊重與解讀空間。若以當代健康觀念為由，強行抹去這一細節，本質上是對歷史真實的「選擇性裁剪」，消解了歷史人物的豐富性。

讓青少年遠離煙草危害，關鍵在於家庭、學校和社會的綜合引導，而非對歷史藝術形象的簡單修改。況且，真正的教育不在於隱藏世界的複雜性，而在於培養青少年理解和應對這種複雜性的能力。我們可以通過講解和引導，幫助年輕人理解歷史背景與當代標準的差異，培養他們的批判性思維和獨立思考能力。相比修改圖像，這種教育方式更能幫助他們在面對紛繁信息時做出明智選擇。

魯迅曾在《拿來主義》中寫道：「我們要運用腦髓，放出眼光，自己來拿！」今天的我們同樣需要以理性與智慧來看待這幅夾煙的魯迅牆畫。尊重歷史不等於全盤接受過去的一切，關注現實也不意味着要以當下標準來苛求歷史。在歷史真實與當代關懷之間，我們需要的不是非此即彼的選擇，而是在多元價值中尋求平衡的能力，這本身就是一個成熟社會應有的文化品格。



逢周二見報

有條件還是無條件

愛德華・貝爾在他的《天皇裕仁傳》中，對日本天皇裕仁在戰後是否應作為戰犯受到審判有着非常明確的傾向性：裕仁對日本發動侵略戰爭具有不可推卸的責任，他理應作為戰犯受到審判。

在一般人的印象中，天皇似乎是個受人擺布的傀儡，作者卻通過大量史料，證明了他其實是一個真正握有實權的日本（當然也包括日軍）最高統治者。裕仁在日軍發動「九一八事變」、「盧溝橋事變」、「淞滬之戰」、「南京大屠殺」、「偷襲珍珠港」、成立「731部隊」等各項軍事行動中，都是知情者、允許者甚至是推動者。作為日軍效忠的唯一對象，只有他才能一言九鼎讓日軍這部瘋狂的戰爭機器瞬間停轉——對此麥克阿瑟曾向他提出「為什麼像他這樣一個強大到足以終止戰爭的君主卻未能防止戰爭呢？」裕仁的回答是：「當時我甚至沒想到過反對我的謀臣。再說，即使反對了也無濟於事，他們會把我關進瘋人院，甚至可能殺死我。」當麥克阿瑟表示「一個君主應該有足夠的勇氣冒此危險」時，裕仁的回答居然是「當時我並未明確感到我們的政策是不正確的。就是今天，我也不太清楚歷史家們究竟將把戰爭的責任歸咎於何人」。

愛德華・貝爾由此認為裕仁是個「出色的牌手」，很善於把自己塑造成一個被動的弱者，可是從他的「終戰詔書」中無一「投降」字樣，卻又可以發現他其實是個「固執的人物」。名義上日本是「無條件投降」了，可事實上《波茨坦公告》並「沒有把廢除天皇制包括在內，並只要求日軍無條件投降，而不是日本無條件投降」，而日本在回覆盟國準備接受《波茨坦公告》的電文中，也明確要求「如果該聲明不包括任何有損於天皇陛下作為日本最高統治者的特權的要求」——雖然盟國對此的「澄清」是要求天皇及其權力「將置於盟軍最高司令官權力之下」，但日本的「國體」（天皇制）事實上是保留了下來。

逢周二見報

第一次外出用膳

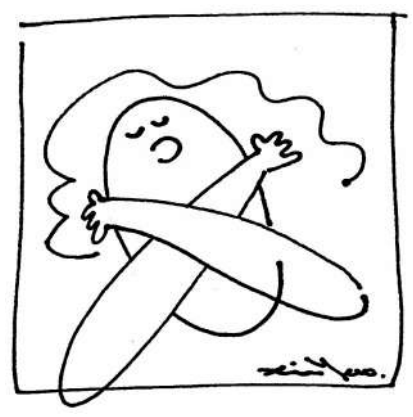
漫長人生，每事都有第一次。有些雞毛蒜皮之事，但可能烙印在心，成為難忘而寶貴的經驗。人生就是由各種大大小小的經驗累積而成。

兒子在本學年升讀高中四，雖說仍然是中學時期，但就像是踏進人生另一階段，好些事情與初中時不盡相同。就像香港大部分中學生般，兒子就讀全日制學校，從早上至下午都在學校度過。其學校的體制是中一至中三學生，必須留校午膳。學校設有用餐區及小賣部，另外有合約供應商提供不同款式的飯盒，學生只須在月前填表及付款訂購，不論天晴天雨，每日都可以在學校好好享用午餐。當然有小部分家長擔心飯盒的質素，因而會送遞自製的午餐到學校給予學生。我兒並不挑食，故此以往三年我們都為兒子訂餐，省卻麻煩。

「你想我們繼續為你訂餐，抑或你自行外出用膳？」學校制度是高中生可以自行外出吃午餐，故此開學前我們便問兒子的意願。一如所料，他不願再留校吃飯盒，希望每天都出外吃午餐，看來是因為他覺得自己「長大了」。這也是我和太太的意料之內。每個孩子都要成長的，作為家長不能也不應抗拒。接下來卻不是很簡單。以往我們每月都有給兒子零用錢，現在我們要求他先計算每月出外吃午餐的費用，好好做一個「財政預算」。每餐要吃什麼？快餐店抑或餐廳？餐費怎樣才是合適？太便宜或太貴如何判斷？我們不希望兒子吃得太差，但也不能毫無節制。這是一個籌劃和自理的經歷。

「你問問同學會否一起吃午餐啦……」兒子性格內向，對外人不擅辭令，初中時期在學校並沒有要好朋友。我不想他每天獨自外出用膳，故此鼓勵他約其他同學一起外出。「首先要一起商量吃什麼；到達快餐店時分工合作佔座及排隊；在餐廳用餐則要拆賬付款……」我教導兒子出外用膳就是一個學習過程。

逢周一、二、三見報



修「口」——修身的重要一課。

漫條思理 鄭辛遙

逢周二、四見報

接機大堂

香港機場闊大，徜徉各層大堂很是舒適。常往機場接接送送，知道那裏是有好東西看的，比如滾動廣告中的俊男美女，意想不到的展覽等。要說最好看，一般是在接機大堂：漂亮的應節裝潢，讓人駐足欣賞；大型雕塑，不知是怎樣搬進來的；超大屏幕，租用需多少花費呢……

去年十至十一月，接機大堂有一個《九龍城寨之圍城》電影展，展覽按實景比例，搭建了雙層建築，重現上世紀八十年代九龍城寨情景。建築立體多面，有理髮店、冰室、士多、後巷等。舊時香港人的生活習俗趣致好看，引人駐足，紛紛坐在建築前擺甫士留影。

接機大堂近期的展覽主題是《字在》，講生活中的書法，展示自上世紀三十至九十年代，書法以各種形式滲透香港日常生活，包括招牌、電影海報、廣告、名片等，與《九龍城寨之圍城》的電影展有相似之處。

《字在》通過展板、屏幕，大量展現書法文字藝術，銀行、商會、酒樓、米廠、藥行、餅店、印書館等廣告和招牌上的文字，或端莊典雅，或龍飛鳳舞，讓人們重拾記憶，回味五光十色的舊香港。

逢周二見報

連廊廣告

港鐵香港站與中環站，或許是香港最有「班味」的區域之一了，從香港站通往中環站的連廊，更是擠滿了打工人，每天早上八點到九點，無數穿着襯衫西裝，腳蹬皮鞋高跟鞋的白領，踏着急速的步伐，前往不同的寫字樓辦公。

香港站與中環站之間的兩條行人通道，長度約莫有數百米，有步道，也有便於通行的自動軌道，作為換乘通道，最吸引每日於此經過人們眼球的，或許就是那極具環繞感的廣告。

香港的廣告文化與內地差異頗大，從廣告用詞到張貼方式都有所不同，當內地的廣告通過手機軟件開屏界面以及自媒體席捲而來的時候，香港的廣告有時還沿用着傳統的平面模式，從巴士站到路邊圍欄，都張貼着各式各樣的平面廣告。連廊中的廣告，就屬於這平面廣告中最有衝擊力的其中一種。

它的衝擊力，來自於超強覆蓋，圓弧形的百米通道除了地下的瓷磚，大半都被同一個廣告佔領，即便是在自動軌道上行走，也需要數十秒才能通過，這數十秒，經過這裏的行人注意力幾乎都會被廣告所吸引，再加上廣告商也會以各種形式吸引人們的注意力，例如最近的廣告在海報旁設置了屏幕，同步播放的就是行人通道中人們行走的場景，也增強了人們對於廣告的沉浸感與代入感，讓人產生好奇。與常見的在地鐵隧道裏設置的海報版相比，這種超大海報不僅沉浸感更強，給人的觀感似乎也更好。

如同這廣告連廊一樣，在點滴之處發揮創意與想像，正是港人所擅長的。

逢周二見報

搭配穿出層次感

簡約時裝流行，一般服飾設計都傾向比較明朗的線條，色彩的運用也多採取一些流行的色調搭配。不過，衣飾營造出層次感的模式，仍然是對整體服裝搭配起了重要的作用。不同季度的服裝穿搭，塑造層次感的美態，特別顯現在秋冬的衣飾上，簡單一件樽領毛衣，往往也可以營造出搭配效果，與外套的融合，不論是款式還是色調，雖然是簡單搭配，都是重要的因素。

如何搭配才會有層次感，但又不感覺凌亂？就以穿搭模式來看，多層次穿搭不光是把衣服加起來、多件衣服組合，就可營造出美感；其實，單獨一種色調，如果配合適當，或利用一些配件，也可營造出多層次的穿搭風格。同一種色調營造出層次感的穿衣法，是以深淺為基本色澤，淺色內衣配深色外衣，顯現層次感，再配同色系單品，例如帽子或手袋，就可營造出自然又隨意的風格。

富層次感的服裝搭配，能夠讓整體造型更美觀和自然。在穿搭上，不同形式的衣服、色調和飾物等可以互相組合，像一套銀色晚裝，圓領上衣連長褲造型，外穿一件同色長身外套，再搭配亮眼的銀色腰帶，就可營造出層次分明的美感。

黑色衣物是營造飾物亮點的極佳衣服，珠寶品牌都喜愛用項鏈、戒指等珠寶系列襯托黑色衣物，散發閃耀的層次感。同樣，也有以黑色展現層次感搭配的時裝，黑色高領上衣配黑色外套，淺灰半截裙，裙上綴以黑色圖案，整套衣飾就以黑灰兩色，營造出簡單的層次感和魅力。

逢周二、四見報