

香港荷蘭日 展現多元橙色文化

踏入春夏，春意盎然。以風車、鬱金香聞名的「歐洲後花園」荷蘭，彷彿就是春天的理想國度，但對於香港人來說，另一半球的荷蘭似乎有點遙不可及。不過，身處香江的你在這個春天也有機會感受這股「荷蘭春風」！因為繼去年及前年的「香港荷蘭日」後，荷蘭駐港總領事館及香港亞洲藝術周再度在今年4月份聯合舉行「香港荷蘭日2017」（下稱荷蘭日），舉辦多個文化活動，涵蓋音樂、電影、藝術、美食、時裝、設計等，再次邀請市民趁着荷蘭國王日之際一起踏上探索荷蘭文化的橙色旅程。

文、攝：香港文匯報記者 陳添浚



荷蘭日集藝術與文化於一身，主色調當然是荷蘭的標記——橙色。



Adddy的時裝秀受波希最著名畫作《人間樂園》所啟發。



「荷蘭電影節」播放了《真愛的偽術》等五套片。



荷蘭駐港總領事官邱，搖身一變成爲「花生秀」。

日前，「香港荷蘭日2017」的主辦方於荷蘭駐港總領事官邸舉行發佈會，今屆荷蘭日匯合多元文化及思維，既延續前兩屆荷蘭日聚焦荷蘭歷史傳統、音樂藝術的文化活動，也引入一些與現代社會生活息息相關的講座。從荷蘭的經驗探討創新意念、社會及金融創業以至人口老化等城市專題，促進兩地在社會議題上的交流。

重量級時裝展開帷幕

在當晚的發佈會後，荷蘭日正式在荷蘭駐港總領事官邸以國際知名時裝設計師Adddy van den Krommenacker呈獻的時裝展揭開序幕。Adddy在時裝界享負盛名，以替荷蘭皇室成員設計禮服最爲人熟悉，並擅長將時裝結合荷蘭文化象徵的藝術歷史，配以精心設計的視覺與音響效果，讓優雅及內涵互相呼應。這次，荷蘭駐港總領事官邱化身爲他的2016/17秋冬時裝「Bosch by Adddy」的華麗舞台，在這場40分鐘的時裝秀裡，十位模特兒婀娜多姿，穿上Adddy的招牌設計，爲觀眾獻上一場視覺盛宴。

Adddy接受本報記者訪問時表示，這場時裝秀結合現代時尚設計與傳統藝術元素，因「Bosch」正是指耶羅尼米斯·波希(Hieronymus Bosch)這位15至16世紀早期荷蘭文藝復興時期傳奇畫家。「不久前的日

子是波希出生500周年紀念日，恰巧波希當年也是出生在我的故鄉，所以我想在我的設計中以波希的畫作爲靈感，向他致敬。」他又透露，對於波希最著名的畫作《人間樂園》(The Garden of Earthly Delights)特別感興趣，這幅可以開合的三聯畫，左邊描繪了伊甸園，中間描繪「人間樂園」，右邊則是地獄，讓他目不暇給。「這幅畫是畫天堂與地獄之間，以及生活在地球最後一天的狀態。一開始我是先被它啟發而設計了相關的頭巾。」值得一提的是，這幅以森林爲背景，白、藍與綠色爲主調的畫作，也被不少藝術家解讀爲描繪女性的誘惑，尤其其中31位女性被多位男性圍繞着，這些女性被視爲人類墮落的始作俑者，就如夏娃導致人類的墮落。因此，《人間樂園》的主題也與代表女性魅力的時裝不謀而合，Adddy爲此設計了三色系的「Bosch by Adddy」時裝，並將畫作中那些超現實的象徵符號作爲時裝的紋飾。「綠色系代表大自然的女性，白色系代表神秘的女性，而藍色系則是天堂的女性。」

文化藝術活動接踵而至

荷蘭一直是歐洲歷史上的藝術重鎮，維梅爾(Vermeyr)、林布蘭(Rembrandt)等都是家喻戶曉的名字，但兩人名氣都不比上荷蘭歷史上最優秀、也是最爲人熟知的畫家梵高(Van Gogh)。爲了向梵高致敬，荷蘭日於本月20日至30日舉辦「The Dutch Days 盛宴及梵高經典作品」，以梵高爲靈感創作晚餐、雞尾酒及現場音樂表演。同一時間，梵高博物館Relievo Collection亦以3D立體素描技術複製出高解像限量版梵高珍藏，其中三幅佳作更會在晚宴期間展示，讓賓客品嚐以藝術品爲題的菜式時，亦能欣賞梵高的經典作品，藉此重溫梵高一生，從不同感官感受藝術的樂趣。

此外，著名荷蘭大提琴家與鋼琴家組合La-



大提琴專家 Larissa Groeneveld與鋼琴家 Frank van de Laar。

rissa Groeneveld跟Frank van de Laar，亦於日前赴港演出，他們演奏了巴哈、貝多芬、馬爾蒂努及哲林斯基等人的經典樂章。

除了美術和音樂外，荷蘭電影業在國際同樣嶄露鋒芒，至今已三度獲得奧斯卡最佳外語片。今年荷蘭日，「荷蘭電影節」再次回歸，精心挑選五部不同類型的荷蘭電影，包括《真愛的偽術》(A Real Vermeer)、《一級戰犯賞金獵人》(Riphagen: The Untouchable)、《爹地要結婚，身家冇得分》(Family Weekend)、《女神的秘密》(The Fury)和《兩叔姪鬥地主》(A Noble Intention)，讓大眾在本月28至30日期間從荷蘭電影中了解當地文化。

另外，位於荷蘭的「背包與銀包博物館」，其館長Sigrid Ivo也在日前舉行講座，介紹該博物館的收藏。據知，這所博物館收藏了自中世紀至今的手袋、書包、銀包等，當中不少藏品是出自著名設計師之手，記載了荷蘭和歐洲社會的設計歷史及發展。

首度加入社會議題講座

有別於歷年荷蘭日側重於文化藝術方面的活動，今年荷蘭日也引入一系列以荷蘭創新爲題的講座。人口老化是全球議題，近日荷蘭將一系列舊建築物改造，成爲一個容納腦退化患者的長者社區，引起國際注意。而其中一個講座，正是探討在人口老化的議題上荷蘭值得香港借鏡的措施。另外，荷蘭是最早引入社會創業概念的國家，致力在金融貿易發展的同時促進環境保護、社會公益、社區建設等。荷蘭日亦邀得兩位專家講解相關方面的發展。

當然，不得不提定於每年4月27日的荷蘭國王日。在每年國王日，荷蘭全國上下均會穿上橙色衣服，代表以姓氏有橙色之意的皇室(House of Orange-Nassau)爲傲，隨處可見熱鬧派對。荷蘭駐港總領事官邱當天亦舉行大型慶祝活動，將荷蘭日一系列活動推向高峰。

學生辦「皇都慶典」展覽 盼大眾思考戲院去向

2017年3月9日，對關注北角皇都戲院命運的人來說，是值得欣喜的一天。因經過各方保育團體與古物諮詢委員會長期拉鋸下，這座設計獨特、集多功能於一身而極具歷史價值的戲院終由原本的三級歷史建築升格爲一級歷史建築，這陪伴香港市民近60載的戲院，其歷史價值也總算獲得認同。皇都戲院命運一波三折，除牽動着一群保育人士的心外，也引起一班中大文化管理碩士同學的關注。爲喚起市民對皇都戲院的關注，他們做了大量資料搜集、訪問及實地考察，合眾人之力把搜集得來的成果舉辦一個「皇都慶典」展覽，把昔日戲院的光輝歲月重現觀眾眼前。



何慶基指戲院背後有豐富的文化層次。

現爲中大文化管理碩士課程主任及是次「皇都慶典」展覽策展人的何慶基，向來關心皇都戲院的命運，在他看來，皇都有着豐富的文化內涵和無可取替的歷史價值。「在一次演講中，我偶然認識皇都戲院這座特別的建築物，從那時起我便對它產生了無限興趣。」雖然何慶基兒時是「九龍人」，鮮到香港島，因此較少機會到皇都戲院看戲，但他認爲香港的戲院文化基本上一致，如當時戲院的小食、一家人到戲院「霸位」的情形是一代人的回憶。「比起其他戲院，皇都有着更多與別不同的地方，例如其屋頂採用飛拱支架，是香港建築設計中極罕見的。而它本身亦是表演場地，以往曾有多套著名音樂劇在此上演。又例如皇都是著名已故歌星鄧麗君的首次演出場地，我也很喜歡她的歌。雖然皇都戲院只是一座建築物，但它卻可拉出不同的文化層次。」

全力尋找失落文化

在何慶基指導下，30多名同學踏上探索皇都戲院的歷史之旅。在當天展出中所見，其展覽主要分爲三部分，同學先由皇都的歷史談起，讓觀眾先了解皇都戲院究竟爲何物；然後再把皇都昔日的光輝歲月重現觀眾眼前。當年璇宮戲院風光一時，不少著名音樂劇及舞蹈表演亦曾在璇宮的舞台留下足跡，連著名女歌星費明儀亦曾在該處演出。此外，當然少不了展示當年曾在皇都上演的精彩電影，如成龍的《一個好人》、香港首部長篇卡通電影《老夫子》等。儘管這些電影與同學並非屬同一年代，但爲了完整呈現皇都的歷史，同學還是花了大量時間進行資料搜集，更令人喜出望外的是同學與保育團體合作，找來戲院的舊戲票，令整個展覽不單止是資料的呈現。而展覽最後一部分則是互動教育，讓觀眾探討皇都的命運。

皇都戲院被評爲一級歷史建築，固然值得高興，可是單單評完級事情便完了嗎？當然不是！此刻，皇都戲院還是命運堪虞的，何慶基認爲也是時候討論皇都接下去的去向。「保留歷史建築物不是純粹地把它『擺擺度』，而是要活化它，希望建築物能繼續保持生命力，保留其文化面貌。」他以由尖沙咀水警總部演變而成的1881商場爲例，認爲即使該建築物有了新的用途，但變成所謂的商場，完全不貼地，恍如空殼一樣。

文、攝：朱慧恩



三十多名同學合力舉辦「皇都慶典」展覽。

業界學界攜手合辦 招攬公關生力軍

香港文匯報訊 近年全球各地均有不少公關新聞掀起城中熱論，引起大眾對公關行業的關注，一直以來其實不少人對公關工作感興趣，但對行業的實際運作不甚了解，首屆「全港創意公關大賽2016-2017」因此而生。

籌委會由學界及專業人士組成，包括香港知專設計學院、香港專業教育學院、浸會大學、樹仁大學、城市大學及本地新晉公關公司MEMO Plus Production。創意公關大賽以「公關策劃」爲題，結合「創意」、「實戰」及着重「互動」元素的學界大賽，接受本地大專院校及高中生參加，結果吸引過百隊學生報名角逐競爭。參賽隊伍需爲代表企業撰寫專題故事，拍攝企業短片及設計一系列創意而有效的公關專案。決賽隊伍由百多隊中選出17支決賽隊角逐冠軍，經過多輪決鬥，終在日前進行決賽及頒獎禮。

籌委會成員MEMO Plus PR創辦人陳偉文先生認爲，全港創意公關大賽提供寶貴平台讓學生一手包辦策劃整個實案活動，累積難得的實戰經驗。獲得大專組金獎的組別「Basicity」分享參賽經驗時指出，他們曾於街頭宣傳時遭到驅趕，於是決定改變計劃，棄置大型物資，由成員各自背着代表品牌的背包作街頭宣傳，最終化險爲夷，令活動順利完成。

獲高中組金獎的隊伍「Collectpoint」，獲獎短片中以忙碌的上班族忽略對母親的關懷和愛爲故事題材，後來主角幡然醒悟，決定自製驚喜，帶母親到餐廳慶祝生日。成員上領獎時表示，因都市人生活忙碌，所以希望短片除了宣傳外，同時結合愛的元素，寄語大家勿因「忙」而「忘」了愛。



「全港創意公關大賽」爲公關界發掘生力軍。

東 西

一張報紙的全盛期

自從免費報紙和網報出現後，傳統的印刷媒體逐漸式微。惟獨英國最具影響力和最暢銷的《每日郵報》(Daily Mail)，卻依然盡領風騷，屹立不倒。一本剖析《每》前世今生的歷史書上月出版，報界認爲，此書極富啟發性，可供媒體參考。

《每日郵報》創辦於1896年，目前每日發行量爲150萬份，稍遜於《太陽報》(The Sun)。但《每》在星期天的銷量遠超過《太》，於是英人認爲，《每》是英國銷量最高的報紙。2011年《每》的網報是全球最大，目前僅落後於美國的《紐約時報》，排名第二。

《每》屬於知識廣泛的通俗小報，內容精簡，版面乾淨，圖片奪目，讀者對象以中產主婦爲主。她們關心物價指數、樓市走勢；又喜歡諸事八卦，娛樂新聞和社會名流醜聞，愈轟動愈詳細愈愛看。據說，英國首相文翠珊便是《每》的忠實讀者。

《每》走中間派路線，既不屬於嚴肅大報如《衛報》(The Guardian)，也不屬於黃色小報。這種兩方不討好的報紙，在面對電子媒體的巨浪衝擊下，理應最早遭到淹沒，但《每》處之泰然，迎刃而解。

新書《郵報的班底》(Mail Men)作者安迪遜(Adrian Addison)是資深傳媒人，他指出《每》能夠傲視全行，全「歸功」於那位像「瘋子」一樣的總編輯達克爾(Paul Dacre)，帶領着一群「有魔鬼般精力」的傳媒人，所創造的奇蹟。

達克爾統領《每》有25年了。每晚，當這位68歲「猛虎」踏進編輯部，氣氛立刻緊張起來。他向下屬咆哮怒罵，催促交稿，更改翌日版面。新書形容，他諸多挑剔，版面很難令他滿意，需更改多次才過關。他罵人的嘴臉，就像登上舞台演戲那樣誇張，提高聲浪，揮舞雙拳。

但沒有人敢膽駁他，因為老總的判斷猶如「把脈搏的醫師」，對英國讀者的「健康狀態」了如指掌。他心中有數，懂得迎合讀者要求，員工心服口服。

報界內當然也有人看不順眼達克爾。他年薪240萬英鎊；市郊購置面積達2萬英畝的別墅；午餐在編輯部進食，由管家用銀器餐具奉上……有離職的前《每》編輯形容達克爾獨裁，是行內最「乞人憎」的老總。

《每》在120年前的創辦口號：「這是一份爲忙碌



達克爾(圖)統領下的《每日郵報》奪得最佳年度報業獎。

人和貧窮人而辦的報紙。」它堅持文章簡潔和售價低廉，此宗旨一直維持不變。其間《每》爲了應付市場競爭，經過兩次改革，奠定報壇「大阿哥」地位。

首次改革是1971年英格利希(David English)任老總時，他將版面縮成小報式樣，將讀者對象定位爲中產女性——特別是「那些管治英國的男人背後的太太」。

第二次改革是1992年達克爾任老總。他將《每》的政治立場由原本的偏左，轉爲中間偏右，傾向於保守派。它支持保守黨的疑歐政策，在今次英國脫歐投票中，起了很大作用。

經過兩次改革，《每》均成功扭轉劣勢，奪取六次英國最佳年度報業獎。無論它的報風如何低層次，達克爾如何橫行霸道，它有150萬份銷量，足以令人無言反駁，惟有反思。