## 手信

笑語風雲

雲家洛

表姐從內地來香港自由行旅遊，帶來一大袋特產糖果餅乾做手信，她離開後，我們面面相覷。

表姐是西醫，很重視健康，按理不會買太差的品牌，食品全部包裝精美，都印有「質量安全」字樣，卻沒有給我們帶來任何信心。其中一包特濃椰子粉，成分中有乳化劑，令人聯想起去年台灣食品中的塑化劑風波，台灣也如此，內地會怎樣？無良商人始終佔少數，不能一竹竿打一船人。大家不想浪費，最後同意把食物分了。口中說不怕，但無日無之的食品安全問題，卻不免令人擔心。報章報道說，內地一個著名品牌的牛奶產品被驗出含致癌的黃曲霉毒素，國家質監總局在兩個月後才公布事件，幾天後又再表示事件已解決，無再發現產品中有毒素超標問題，而產品銷量也不受影響。民衆只能信賴質監當局的化驗結果，但食品製造業一再出現問題，市民知道的時候，原來已是相隔兩個月，事件快解決時才公開。企業毋須面對消費者的選擇壓力，會不會令企業不思進取，這是不是企業一再出事的原因？

中國的食品問題，令香港的奶粉售賣與轉運，興盛蓬勃；每逢過關，奶粉運輸的盛況，蔚爲奇觀。只希望，香港這些錢不賺也罷，日後各位同胞來香港，亦不需要爲親戚朋友搜括奶粉而煩惱。

## 女性化男人

南墻集

阿　濃

朋友推薦一齣長篇電視劇《家，N次方》，果然好看。戲中的角色個個性格鮮明，好人壞人同樣精采。戲中有一角色叫Spring，不是「春天」的意思而是「泉水」，大家叫他泉哥。泉哥是一本時尚雜誌的副主編，時裝設計師，追求時尚是他的人生理想。泉哥有一特點，便是從內到外徹底女性化。他的服裝、髮型、說話腔調、身體語言無一不女性化，還修了眉化了淡妝。

這樣的角色在港劇中大多以醜角出現，使人覺得肉麻甚至噁心。但在《家》劇中，他像一個樣子不錯的女人，做人極講原則，擇善固執，後來更見義勇爲，打抱不平，成爲可愛的角色。這說明中國內地的編劇和導演，比香港更開放包容，更能接納弱勢社群，這絕對是好事。香港藝人在表演時有人會故意穿上女式服裝，例如女裝高跟鞋、裙子，希望贏取台下的怪叫和記者鏡頭的聚焦，其實非驢非馬，完全不好看。泉哥的形象設計師，花了不少心血，才在特殊中保持一種可接受的美，高手也。

女性化男子，一般比較溫柔。好穿女裝的男子其實沒有妨礙了誰，《家，N次方》投了他們同情的一票。

## 幸運的烏龜

紐約抒懷

王　渝

我站在這家著名珍珠飾物店門口，不是來買首飾。雖然我確實喜歡珍珠，它們美的含蓄。但是對於美麗的事物，我滿足於欣賞，並不巴望擁有。擁有太麻煩。

我是讀了紐約時報的報道，特地來到這裡，觀賞店舖中的烏龜。靠近臨街玻璃窗的大水池中，畜養了大大小小三十來隻烏龜。吾道不孤，我的兩邊都站了人，一邊是三個青年正忙着爲烏龜拍照，另外一邊是一位媽媽帶了個四五歲的小男孩，兩個人指指點點地談論着。這家「大東山珠寶」店，主人呂明鑑在當今珍珠首飾行業做得風生水起，是爲其中翹楚。他成長於台灣外島澎湖，一家人胼手胝足從撿貝殼，尋珊瑚到採珍珠，而發家致富。他們從經驗中發現，有烏龜的地方往往都能找到珍珠。由此他們對烏龜心生感激，視爲恩物。從這可以看出他們家族心地的純樸溫厚。

呂明鑑特地在店舖中設置水池，蓄養烏龜，表示感恩的心意。原先只養了三四隻，現在已經增加到三十隻左右。烏龜是美國孩子很愛養的寵物，他們長大離家，父母不知如何處置，只好丟棄掉。這裡附近被丟棄的烏龜，呂先生看見了，便會撿了回來，放在水池中，讓被棄的可憐烏龜成了幸運烏龜。也可以說是，有的烏龜種了善因，因而有的烏龜得享善果。

## 歷史潮流

采蘋

舒　非

幾位朋友閒聊，說到內地年輕一代如何崇尚西方文化，冷落中國傳統。例子多不勝數，好比現在的年輕人，吃麥當勞肯德基，看荷里活電影，聽西方音樂，上網，用iPhone，開生日派對唱生日歌，喜歡聖誕節狂歡多於春節拜年，等等，我們這一代比起上一代，中國文化傳統已經少了一大截，往下一代，更加是等而下之。世界潮流如此，已經不可逆轉。其實香港早就是這樣了，內地是改革開放之後才如此的，逐步開放，也逐步西化，愈演愈烈。這是全球化的代價。世界的距離越來越小，文化的差異也越來越小。

有一次跟金耀基教授飲茶，他是近代歷史學家。記得他說，自從清末慈禧太后廢了科舉，之後國人開辦了學堂，從那時候起，中國就注定走上西化的道路了。我後來仔細琢磨，愈覺得很有道理，確實如此，這是一條單程路，走上這條路之後就不可能往後退了。

中國的傳統文化肯定受衝擊受排擠。比方說，廢除科舉之後我們已經不需要吟詩作對，有古典詩詞修養的人也就愈來愈少。中國古典文學裡面最輝煌燦爛的明珠，肯定不能發揚光大。再舉一例，好比書法，這也是國寶，但年輕一輩，怎麼可能重視呢？書法只能保存在少數愛好者身上了。

## 一碗米飯

生命特寫

葉特生

廣州一個小學生每天上學前從雪櫃捧出兩碗米飯，對着米飯說話，一碗說好話、另一碗痛罵。另外還有一碗，丟在雪櫃不理睬。一個月後，被讚美的米飯只有一點發黃，仍散發香氣，被罵的米飯變得又黑又臭，沒人理的米飯則明顯變黃，甚至會流出髒水。爲了驗證人的行爲舉止，是否能對事物產生巨大影響，這個四年級學生的「三碗米飯實驗」，發現對米飯的態度不同，結果也會不同。這個實驗在網上引起廣泛討論：米飯會聽懂人話嗎？好聽的話竟能對似乎無知無覺的食物產生如此巨大影響力嗎？

有個和尚亦曾經講過保存檸檬的方法：就是每天都讚美它，結果這個檸檬要比其他檸檬更不容易風乾。

若果證明屬實，整個人際關係將有驚天動地改變。這印證中國人爲何習慣講吉祥話，避諱不吉話。若食物都明白讚美的意義，人豈不更能潛移默化？詛咒言語豈不能殺人於無形？

與家人相處，通常較爲放任，稍不如意就罵出來。怪不得愈罵家人愛就愈少。從來沒有一些人際裂痕是靠罵能修復的，只會愈罵愈糟。既然如此，爲何不把讚美好話設爲人生首頁，從一起床，讚美陽光空氣，感謝家人預備的早餐。總之一切都是好的。我有位朋友的口頭語是：「幾好呀！」連遭逢車禍都照說：「幾好呀！」大家都笑他傻。如今想想：他一點不傻。我們不能離群獨處，也不能排斥別人，三碗米飯中有兩碗是發臭變壞的，這也解釋了日常人際中爲何總是關係破裂居多。要活得快樂，只有那獨特的一碗，擺久了，還能發出飯香。

## 過譽

傳媒按摩

黃子程

對於過譽的人、過譽的作品，我通常反感，會禁不住踢一踢，表示一下：請不要一窩蜂吧，拜託。生活中的朋友，我也常常情不自禁會贈上句並不恭維的說話，明知招來不滿，不過讀了幾十年的書，已將自己由反叛青年演成今日的反叛老年。當然，說了是對得起自己，但卻對不起老友，也對不起老婆，也許有一天，什麼也不說，佯作沒聽見就是。

近日身邊不少朋友不停傳來對《天與地》的美言，劇已播完，還在說一堆過分溢美的話，好像這是一部欣賞指數很高的劇集。然而若輕聲一問：有看過嗎？答曰：沒有，瀏覽過而已。據說，批評此劇不好的人，立被打入「師奶類」，師奶水平低，所以不懂欣賞。有人也算斗膽了，在專欄中批評《天與地》說編導敘事不無生硬拙劣（這與哥德派說：意識流、超越時空的象徵技巧敘事流暢高妙立成對比），又說時而眼高手低太chok（此字乃扮嘢之意吧？）不過，批評者心地善良地說：有heart。又說這是個起點，勸勉編導別停在起點。

有heart又如何？我寧願走在師奶群中看《我的如意狼君》算了，雖然「狼君」大結局看到人無名火起三千丈。不與師奶同類，就要如此「作狀」、如此扮「高明」，那我寧取師奶了。

## 再談禮儀之爭

東風西風

關　平

剛讀完崔維孝著的《明清之際西班牙方濟會在華傳教研究》，對明清之際中國天主教發生的「禮儀之爭」的歷史作了深入探討。「禮儀之爭」是明清時期來華天主教士之間的重要爭辯，關係到天主教屬下耶穌會、方濟會、道明會和奧斯定會之間對中國敬孔祭祖習俗是否接納，及源於葡萄牙和西班牙政府之間在遠東的貿易利益衝突和傳教權的劃分，最後因爲巴黎外方傳教會的加入，令矛盾變得白熱化，提升到羅馬教皇與清帝之間的衝突，清廷實行禁教。

「禮儀之爭」的起因，是因爲最早來華的耶穌會教士利瑪竇及其長上范禮安接納中國人的敬孔祭祖習俗，認爲並非偶像崇拜，容許教徒保留，是爲「利瑪竇法則」。到了十七世紀明末，西班牙的兩個托缽僧侶修會：方濟會和道明會通過菲律賓來華，在福建成功傳教，並着手收集「利瑪竇法則」的黑材料，由道明會的黎玉范和方濟會的利安當寫成報告，呈交羅馬教皇，正式開啓了「禮儀之爭」。有趣的是，他們兩人根本不懂中文，當然不明白敬孔祭祖的眞意。要到十七世紀中葉，巴黎外方傳教會的陸方濟得到教皇委派爲全權代表，來華迫令教士宣誓效忠，放棄「利瑪竇法則」，衝突公開，才惹起康熙的憤怒，決定禁教。是時西班牙方濟會在華傳教成功，開始改變策略，向「利瑪竇法則」靠攏了。

## 守住高貴

雅俗坊

姍　而

文藝復興運動摧垮了黑暗的中世紀文化，產生了璀璨的人文文藝。幾個世紀以來有過深刻影響和成就的資產階級文學、音樂、美術、舞蹈，在今天受到平民文化即流行文化的衝擊，呈現出不景氣。當代人不耐煩、也不會去欣賞古典交響樂和歌劇，喜歡的是搖滾樂的熱鬧和互動；舞姿粗獷或相對簡單的現代舞取代了夢行在雲端的芭蕾舞；現實主義技法的油畫曾因與攝影效果驚人的相仿大獲讚譽，但現代觀衆更喜愛色彩構圖都反傳統的現代畫的裝飾性；文學巨著被普遍認爲讀着沉悶，讀者更願去讀簡單易明的流行文學，滿足一時的閱讀快感……

曾代表人性高貴的古典文藝被更爲喧嘩開放、更爲世俗和接近大衆的現代藝術替代，失去了曾經的輝煌，生存日益尷尬。這變化令傳統文藝的繼承者和愛好者無可奈何，也叫人惋惜。但是，這些傳統文藝創造的高貴曾照亮了人類的心靈，是文明進程的標記，其高貴今人必須堅守。

開設傳統文藝課程是教育界的職責。不少國家則對這類文藝制定了扶持政策，出資贊助一些藝術團體如交響樂和芭蕾舞團，目的是守住藝術的高貴部分，對傳統文化表示尊重和膜拜。

大公網 takungpao.com

品味香港
了解祖國
洞觀世界

大公網
日均點擊率1000萬次以上，受衆遍及中國內地、港澳、台灣，
以及美國、加拿大、澳大利亞、韓國、日本等國家和地區。

歡迎瀏覽並惠賜廣告

大公網網址：www.takungpao.com
大公手機新聞：3g.takungpao.com

聯繫電話

香港：852-28310500
北京：10-68001032
上海：21-62789301
廣州：20-87362846
深圳：755-82077232
福州：591-7535147
杭州：571-87151207
南京：25-3243655
瀋陽：24-23128388
濟南：531-8589548
大連：411-2815063
吉林：431-8630954
哈爾濱：451-82328241
武漢：27-85761302
重慶：23-63628921
西安：29-87291924
成都：28-85557928
雲南：871-4199577、4179318
海南：898-66735188
澳門：853-66699931

大公網深圳電話：755-26648947，26407878轉191　電郵：tkpkcc@takungpao.com

大公網廣告價目

| 版位 | 規格 | 價格(元)(每月計) HK$(港幣) |
|---|---|---|
| 首頁通欄廣告 可擊點接連網址或 開啟廣告詳情內容 | 468x60pixels(15K) | $48,000 |
| 首頁面指定位商標旗幟廣告 可擊點接連網址 | 120x50pixels | $25,000 |
| 其他頁面通欄廣告 可擊點接連網址或 開啟廣告詳情內容 | 468x60pixels(15K) | $22,000 |
| 首頁頁內廣告 | 不固定 | $30,000 |
| 國際，國內，港聞，財經，娛樂欄目頁內廣告 | 不固定 | $25,000 |
| 其他欄目頁內廣告 | 不固定 | $15,000 |
| 其他網頁商標旗幟廣告 可擊點接連網址 | 120x50pixels | $15,000 |
| 豎形廣告可在各欄目首頁及內文頁的左右兩旁指定位置 | 60x120pixels | $15,000 |
| 彈出窗口(當進入網站主頁面時，同時彈出一個廣告視窗，裡面顯示廣告內容) | 不固定 | $50,000 |

廣告製作費用
A. 通欄廣告：HK$2500-3000元/幅
B. 旗幟廣告：HK$800元/幅
C. 豎形廣告：HK$1800元/幅

若同時徵訂《大公報》廣告，本網廣告價格大幅優惠。