

### 白頭教堂

陳天權

#### 與你同遊

拜火教是世界上最古老的宗教之一，約公元前六世紀由瑣羅亞斯德在波斯創立，正式名稱為瑣羅亞斯德教。香港過去有人稱之為「白頭教」，因為祭司穿上白衣，頭戴白帽，進行儀式時還以白巾遮擋面部，避免污染聖火。

銅鑼灣禮頓道會有一座白頭教堂，今已重建為高層大廈，其中有五層留給拜火教使用，五樓是新禱殿，外牆懸掛了拜火教的標誌。殿內光潔明潔，窗前一塊巨大的磨沙玻璃，刻有瑣羅亞斯德的肖像，牆上亦掛有他的畫像，但沒有任何形象顯示神靈「阿胡拉·馬茲達」，只見桌上放置一個火盆，上面燃點檀香木，煙火終日不斷，以示神的常在。

拜火教重視光明，教徒每日面向火光祈禱。如無光源，則朝向南方，因為教徒相信南方是阿胡拉·馬茲達居住之處。拜火教的經典為《阿維斯陀》，最初口語相傳，後由教徒寫下。經文記載了先知瑣羅亞斯德的說話，講述善與惡的鬥爭，教徒要在善與惡之間作出選擇。經文還提及天使、魔鬼及末日審判，與猶太教的經典內容相似。

拜火教徒每天由日出開始分五個時段祈禱，直至午夜。另外，每年七月中至八月中會有一個月禁食期，只吃簡單食物，不可吃四腳動物的肉食，以反省自己思想，禁食期過後便是新一年的開始。公元七世紀出現的伊斯蘭教，也有每天五次祈禱和一年一次禁食的習俗。



拜火教的祭司在祈禱殿燃點火盆

### 微言博語

拿到書隨便一揭，「〇，湯總是比茶涼得快。」便無法移開視線。一煲湯是煎熬，是兩性的生活史。葉輝引了唐與玲的《你把什麼變成湯》，女人把寂寞，把意外，把遺忘，把繁華，把生命，都燻成了湯，「幸好你沒有發現，那個喝湯的人，在另一扇窗戶內流汗。」

於是葉輝說，不在身旁，那種禁不住的思念，才是心裡最炙熱又最蒼涼的煎熬。這是關於痴男怨女的寫照。葉輝的新書名為《食物與愛情的詠嘆調》，寫的便是食物與愛情的點滴。湯總是比茶涼得快，那是一種心理。可是同一句句子第一次，第三次出現，在略嫌造作的語句後，痴男怨女的糾纏，卻令這句話愈發的真實起來。

### 葉輝對〇說

洪嘉

這是一首詠嘆調，於是我們一再咀嚼「湯總是比茶涼得快」的副題，感受著那種蒼涼。一煲煎熬的湯，可以是牛肉湯，也可以是羊肉湯，是將牛骨先烤至金黃，烤得透了，才能熬出一煲好湯。人生的料理平淡亦可能神奇，一煲湯告訴我們的是其中一個奇妙的事。弄個荷包鱈，葉輝細細地描述著，如何把鱈洗淨，用鹹菜葉包一片火腿，排入燉盅內，佐以肉排、薑片等材料，慢火燉上兩小時，便是酥軟的荷包鱈。他細細描述著這個過程，鱈肉嫩滑，肉排的精華，火腿的香醇，薑片的正氣，在入口的一剎達致高潮，那入口即溶而甘香不散的荷包鱈，任何一個不會下廚不願下廚，甚至在美食前總能保持得住的男人，恐怕都要拜倒在荷包鱈的爐前。這是食物與愛情的詠嘆調，這也是兩性的生活史，細細的描述，或許勾起了不少男人的口舌之慾。

### 電腦病毒之神藏在哪片雲？

軒轅伯

### 東寫西讀

蘋果電腦的喬布斯宣布推出一雲端儲存資料「服務剛好」一個月了，市場反應不一，但討論激烈。「Cloud」是一種以中央方式，為客戶儲起大量資料的服務，讓用戶不再受個人電腦的磁碟容量限制。暫時蘋果電腦的計劃是與各大唱片公司合作，令用戶可在任何時候都可以把整個音樂圖書館內的歌曲，透過無線網絡送到手提電腦。

有分析員指出，喬布斯這次加強音樂分享功能，其醉翁之意不在「歌」而在「電影」；若他能利用「雲端系統」為消費者提供大量電影的話，蘋果電腦將來可以繼影響國際流行音樂業的發展之後，進一步操控全球電影業。當然，也有另一些分析員不看好 iCloud，因為日本接連有遊戲用戶網絡被駭客入侵，較早前就連美國某些高官的 Gmail 戶口亦被人「駭入」，用家究竟對 iCloud 的保安程度有多大信心，是其成敗之關鍵。

### 虛實對比的提梁壺

李英豪



最使人觀賞後印象深刻的，是萬曆年間製壺名家時大彬燒造的提梁壺（刻印《天香閣》），藏於南京博物院。壺體素面無紋，但泥質勻淨光潤，造型穩重渾樸，手法簡練精巧。好幾位紫砂壺專家（如顧景舟、張守智和徐梁榮等）皆認為此壺造型、線條、火候、技藝與質感皆屬上乘，能夠藉壺肩上架起的提梁增加壺體上部空間，彼此形成虛實對比，弧形構圖富美感，不失整體和諧，變得高雅而有氣勢，嚴謹卻剛健，線條明快剛健兼備，可說是紫砂提梁壺之極品。此外，「煮白石、笠綠雲」的嘉慶陳曼生銘提梁壺和清代范石梁手製的梅樵形提梁壺，均令人難忘。

### 問性問情

宋代文豪蘇東坡謂「松風竹爐，提壺相呼」。明代正德、萬曆以後，興起使用江蘇宜興紫砂壺泡茶。蘇東坡所提的壺，乃盛水置於竹爐上，用以煮茶的水壺，當然不同於明、清及近代的紫砂提梁壺。紫砂提梁壺變化多，造型各盡其妙。像附圖「東坡式」刻銘提梁壺，製於一九二四年，手捏燒製者為滄生，刻銘者為企陶。那時盛行樹枝式提梁壺。筆者所藏裴石民所製的一把，亦屬此類，但風格迥異。

### 「世界人口日」意義重大

思健

每年的七月十一日被定為「世界人口日」。宣傳世界人口日不僅僅是要人們注重和關心全球人口急速膨脹的問題，它的意義也是多方面的，其中最核心的問題是要喚起人類對生命質量的關注。話說二十四年前的七月十一日，出生在當時的南斯拉夫。當然這統計排序不像海洋公園或迪士尼樂園賣出了多少門票可精確地確認，只是根據世界上多項人口統計推斷出來的，僅具象徵性。然而，這一象徵性意義非同小可，從此以後，地球上的人可以自豪地宣稱，人類的數目已經突破了五十億大關！

### 人間百貨

為了刺殺殘暴的藩主，十二亡命武士（加一深山野人）力敵二百多名衛士，把他們困在小鎮一條街道，殺個人仰馬翻，日月無光，同歸於盡。日本影壇怪傑三池崇史的新作《十三刺客》

### 醫學叢生

既使男女老少都囊括在人口問題中，故近年的主題成為「每個人都很重要」，「每個人都很有貢獻」，今年主題雖在討論中，但似乎又轉向青年人的提議居多。

### 大殺陣

吳昊

上世紀整個六十年代，日本古裝武俠片在香港大行其道，武士山忍忍者大鬥法，尤其一門刀法，風吹草動，山雨欲來，氣氛肅殺，一刀劈出，血如噴泉，帶給人極大的感官刺激。其時港產武俠片仍停留在舞台表演式打鬥，龍虎武師一出场，翻幾個跟斗，搖頭擺腦，兒戲得令人失笑。其時名家如黑澤明、稻垣浩、三隅研次等，都把打鬥場面拍得很出色，他們深信「劍道就是人道」的哲學，所以鄭重其事，聘請劍道大師出任「殺陣師」（劍術指導）或動作顧問。最精彩的當然是「大殺陣」場面，多人集體打鬥，刀來劍往，不可拍得人頭湧湧，亂七八糟，而要劍走龍蛇，斬殺得層次分明，看得觀眾眉飛色舞，亦使香港影人為之汗流，急起直追，此乃後話也。

# 品味香港 了解祖國 洞觀世界

takungpao.com

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

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 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。