

環保飲管

跟小鍾吃飯，從他自備餐具說起，竟說到用鋼鐵飲管代替膠飲管的問題。

「你喜歡自備餐具，自備飲管不是挺好的嗎？」我指着他的私家刀叉說。

「自備餐具也是跟世界妥協的做法。我覺得公共餐具不衛生，但吃東西的地方又不用即棄餐具，那沒法子，只好自己帶了。我從來贊成用即棄，衛生考慮；你說不環保，可以開發環保材質，循環再用，這才是方向。一天到晚都在回收，回收了膠樽廢紙，卻循環不了，有什麼用？」他沒說飲管，卻繼續發表偉論，箇中也真有道理，如果成就了環保卻犧牲了衛生，是否得不償失？

「你說自備飲管嘛，我試過，大有問題，主要是衛生。飲管固然需要清洗，但其內壁是十分難洗的，我最初沒有為意，以為用水大力沖一沖就可以了；幾個星期後心血來潮買一把刷，一刷之下，嚇了一跳，內藏黑色的污垢！後來用刷，但那個刷也是很難清洗的，幾天就變黑了，要買另一把，為了養一支飲管不斷買新刷子，

這又很環保嗎？」

我不斷地點頭，他又繼續說：「後來我問過一些台灣朋友，他家裏開鐵工廠的，他說了一些平民很難想像的專業問題。首先，一般民衆無法判斷鋼鐵飲管所用的材質優劣，有些材質是工業用，可能不適合放進口中；另外，因為製作的關係，飲管的內壁是無法做拋光的，意思是內壁並不平滑，有肉眼看不見的溝痕，容易滋生細菌。他說到這裏，我就明白那天我在飲管刷出來的是什麼了。」

據我了解，台灣環保署已預告，明年七月一日起，食店不得提供堂食的膠飲管。香港一向在環保都走在前沿，不難想像會有跟風的一天。但小鍾卻意外地不擔心，他說：「如果沒有膠飲管，那就喝熱飲好了，熱飲才對身體好。況且，我用我自己的杯，如果要喝凍飲，直接用口喝就可以了。」

環保是某些人的事業，而衛生是很個人的堅持。當環保與衛生有衝突，我們每個人都有責任把自己照顧好。跟小鍾道別後，我走進百貨公司，選購適合自己的餐具。

風陵夜話

耶生
yeahstudio55555@gmail.com
逢周二、三、五、六見報

敬器誠

宋代文瑩的筆記《玉壺清話》卷第一載：

蘇易簡翰林，得到了一個敬器（不倒翁），於是就用水倒進出試着玩。一小太監來傳達命令，就悄悄地告訴了宋太宗。

第二天早上，太宗問蘇：你昨晚玩的東西，是不是不倒翁啊？蘇急忙拿出不倒翁，太宗也親自試驗了一下，只有水量在適當的時候，不倒翁才會立在那兒一動不動。宋太宗很感嘆：這真是聖人告誡我們的道理啊，千真萬確！

見此，蘇易簡立即拍馬屁：願陛下您治理國家也像執這樣的神器，行事有度，適中均衡。太宗笑笑，對蘇易簡說道：如果它肚子裏裝酒，敬器的品德，會不會因為酒而有沉湎之過啊？蘇易簡喜歡喝酒，常常喝過頭，太宗借此不倒翁來敲打敲打。蘇易簡聽到太宗這樣問，立即汗流浹背，慚愧得很。太宗心情大好，索性撰寫《敬器銘》及草書《誠酒詩》賜給他，這一下，蘇易簡真是賺大發了！

宋太宗也是飽讀聖賢書，他的一翻實驗就有了感嘆，因為，《荀子》裏

就記載了孔夫子見到不倒翁的感嘆。

有一天，孔子到魯桓公的太廟裏參觀考察，見到敬器，他不認識，於是問守廟人：這個是什麼器具呢？守廟人答：這是一個如座右銘一般的器物，傾斜易覆，且充滿道理。孔子於是讓隨行學生進行灌水試驗。試驗結束，孔子感嘆：唉，哪有倒滿了水而不翻倒的啊！

北朝時，西魏文帝也造了兩個敬器，將它們放在宮中的前殿，用它們來警示滿與盈。

宋太宗的高明之處還在於，他早就知道這個道理，恰好蘇易簡玩了這個不倒翁，於是藉機教育，現場教育，效果大好。那《敬器銘》和《誠酒詩》，表面上是寫給蘇易簡的，其實，宋太宗是想教育大宋王朝的全體幹部群衆：做官做人，都要掌握適度，不倒翁才永遠不會倒！

筆記新說

陸布衣
1164334351@qq.com
逢周二、四、六見報

只識鵝肝

鵝肝和蝸牛，大概就是多數人對法餐的第一印象了，其實在法國博大精深的飲食寶典中，美味的鵝肝並不是我們認爲的那般「土生土長」。這還要追溯到兩千多年前的古羅馬時期，是他們發現了鵝肝的美味，同無花果搭配進貢給凱撒大帝享用，之後才流傳到法國。一八七〇年一名斯特拉斯堡的廚師第一次嘗試西餐烹飪鵝肝，從此一炮走紅，直到現在很多人也認爲斯特拉斯堡的鵝肝，才能稱得上最好最正宗。

英雄不論出處，時至今日，吃法餐不吃鵝肝就像到中國不爬長城一樣，雖然俗套，卻總是顛撲不破。就連法國人自己，都會在節慶日和重要日子裏，吃吃鵝肝來增強儀式感。

不過要明確的是，當前的餐廳裏很多寫着「foie gras」的料理絕大多數都是鴨肝而非鵝肝，進一步說，只有寫明了「Foie Gras d'Oie」才是如假包換的鵝肝。這一方面源於兩者的造價差異，另外也是業內心照不宣的糊塗帳，很多時候食客並不知情，雲裏霧裏便下肚了。比較起來，鴨肝爲淡白色，入口味道重，能明顯嘗到一股鴨腥味；鵝肝則呈現淡淡的粉紅色，口感雖然也有稍許肥膩，卻平衡得恰到好處，入口即化。

新鮮的鵝肝既可作爲開胃小食，也能做成尊貴的主菜上桌。烹飪方法多爲香煎，但只是這一步，就大大考驗了廚師的功底和深度。鵝肝本身細軟、鮮嫩，要煎到恰到好處表面微焦，一刀切下去又格外順暢綿密，香脆中滲出一絲絲甘相最佳。爲了去油解膩，酸甜醬汁算是經典，要麼用紅酒、米酒醋調製，要麼採用新鮮水果，如橙子、杏、桃、蜂蜜柚子等搭配，恰到好處烘托出鵝肝的成色和口感。而吃鵝肝，最美妙的瞬間就是入口的時刻了，幼滑的質地輕撫舌尖，說這種感覺勝似親吻，都毫不誇張。

食色

判答
panda5171@163.com
逢周二、四、六見報

感人故事向爸爸致敬

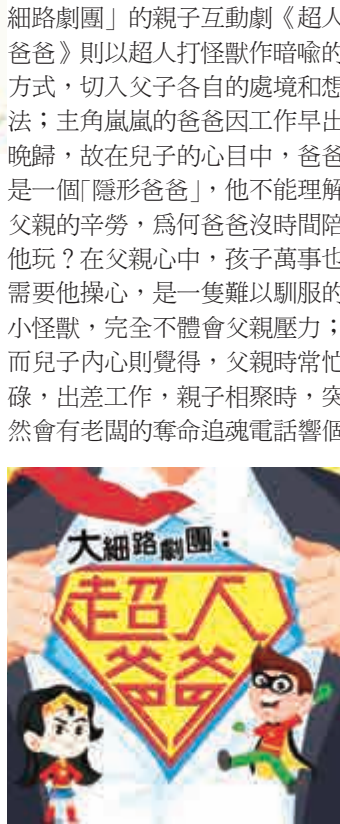
三好集

潘明珠
blog.sina.com.cn/u/3232962857
逢周二、四、六見報

每年迎接父親節時，我都喜歡和學生一起研讀有關父愛的兒童文學及戲劇作品。有一首童詩，把父親比喻爲太陽，帶給家人溫暖；也比喻爲銀行，供給孩子金錢。真的，父愛如山，爲孩子撐起一片晴空；父愛也無言，在他笑着給孩子溫飽或物質金錢的背後，誰知父親默默承受來自生活，來自工作多少的辛勞和壓力？

台灣作家黃春明的感人故事《兒子的大玩偶》，就是述說爲了一家溫飽，天天裝扮成廣告人，穿梭街頭去宣傳的一個父親，他受到路人的指指點點和奚落，但他兒子看見塗了花臉的父親，竟把他看作大玩偶；誰知這小丑爸爸背後有多少哀痛呢？

同樣描述辛勞的父親，「大



細路劇團」的親子互動劇《超人爸爸》則以超人打怪獸作暗喻的方式，切入父子各自的處境和想法；主角嵐嵐的爸爸因工作早出晚歸，故在兒子的心目中，爸爸是一個「隱形爸爸」，他不能理解父親的辛勞，爲何爸爸沒時間陪他玩？在父親心中，孩子萬事也需要他操心，是一隻難以馴服的小怪獸，完全不體會父親壓力；而兒子內心則覺得，父親時常忙碌，出差工作，親子相聚時，突然會有老闆的奪命追魂電話響個不停，好像是一個被老闆這怪獸追擊而陷入苦戰的超人爸爸呢。

《超人爸爸》以互動劇場形式，安排了不少環節，讓觀眾可走進場景，共同參與。例如一開始時說書人帶領觀眾協助超人打怪獸，很自然讓他們投入此劇的故事當中，並意會喻解。情節發展到後部，父子二人，八年以來第一次去旅行，有共聚時刻，觀眾和演員也一起移動，轉到旅行地沖繩的場景，見證父子二人如何從數天相處中互相了解、體諒。一些細節及自然生活化對白都反映父子二人之間的默契，令人動容。劇團的藝術總監林英傑說，相信觀眾從這個典型香港家庭故事中，可找到自己和家人的影子，感到共鳴。我想，這些故事中，親子及家人微妙的情感波瀾緊扣着讀者和觀者心弦，期望藉這些父親故事，大家可多體會爸爸的辛勞，向偉大的爸爸致敬！

林燕妮小姐不久前不幸離世，令一衆讀者不勝惋惜。我不認識林小姐，只是年輕時已經常看她的文章，加上她豐富多彩的新聞，更加令人留神。林小姐多才多藝，上世紀六十年代在名校加州大學柏克萊分校修讀遺傳學。可能和自己大學時修讀的科目有關，故此，感覺上她就好像大師姐一樣。回到香港後，曾經在當時新興的電視台工作，後來轉到廣告業，成績驕人，成爲盛世廣告公司的董事總經理。

一九七六年林小姐和港大鬼才黃霑先生創立了「黃與林廣告公司」。公司初期規模雖小，但是創意無限，未幾便接到英資怡和及太古公司的廣告生意，

燕子樓空

後來更成爲香港廣告界的翹楚。那年筆者剛剛小學畢業，還記得黃老霑作了首《問我》，立即風行香江。

「黃與林廣告公司」和酒亦甚有淵源，曾經爲怡和公司代理的軒尼詩（Hennessy）干邑創作無數廣告，後者更佔了「黃與林」生意額的四成。今天軒尼詩干邑無人不知，可能亦要拜林小姐所賜。

林燕妮曾經說過：「戀愛大過天！」她和霑叔的戀愛故事更是城中熟話，

玫瑰體

你可能不知道玫瑰體，但你一定見過，而且每天都見過。

社交媒體風行的時代，誰的微信、WhatsApp 裏若沒有十來個群，都不好意思跟人打招呼。親戚朋友有群，同學同鄉有群，公司有大群，部門有小群，某項工作有專門群，出差、培訓、聚會也要立刻三五成「群」，總之是「群」星璀璨、「群」芳爭艷。

群裏有人活躍，有人低調，並非同此涼熱。早晨一醒來，發現微信列表裏自上而下一連串紅色提示標，心情焦慮時，真感覺像一串鞭炮，要把人引爆。礙於情面，不回應又不合適。好在也不是沒辦法，終極拯救者就是emoji表情裏的玫瑰花。管他內容是什

麼，點上幾朵玫瑰花了事。有時一個微信群下來，幾乎沒有什麼用心的留言，都是成壘成畦的玫瑰花田，此文體遂被名曰「玫瑰體」。靠此苟活於各群的人自然就是「玫瑰黨」。當然，這類表情不僅限於玫瑰花，也包括笑臉、OK、鼓掌、豎大拇指等等。

有人不管有什麼自拍、「雞湯」還是做了某項工作，總喜歡噹哩咿啦發到十幾個群裏，如果底下沒有什麼文字點評，反而大家湊了九百九十九朵玫瑰，此時就萬不可被醉人的花香迷倒。這一朵朵玫瑰、笑臉，並不是等於是蓋上了一方「三希堂精鑒蠶」「古稀天子之寶」，來向這盛世美顏、完美畫質致敬，而其實是一個告誡信號，表明大家並不感興趣，該適可而止了。就像都忌諱齊王

納諫那樣，「私我也」，「畏我也」，「欲有求於我也」，不得不敷衍罷了。

微信帶來了便捷，但往日的文山會海，卻被微山信海取代，某種程度上將人壓得更辛苦，節奏更緊張，疲於應付、應酬。有些玫瑰黨甚至發玫瑰體已經成了條件反射，經常鬧笑話。有人爲緬懷不幸離世的朋友，發幾張昔日的合照，玫瑰黨照舊見廟就燒香，隨手一組玫瑰點了出去，彼此都異常尷尬。真是何苦呢？

瓜園

蓬山
gardenermarvin@gmail.com
逢周二、四、六見報



海鷗

紀錄片裏，每一個去餵海鷗的人，都有故事。有帶着八九十歲的雙親來圓看海鷗夢的農村婦女，有老伴離世後來投奔兒女的北京老太太，有摔傷腿正在休養的建築工人，有帶着孩子來的年輕父母，有相互作伴的空巢老人。他們來看海鷗，來餵海鷗，來送別海鷗。

其中有個湖北老太太，兒子在昆明，女兒在深圳。每年初冬，她會去女兒那裏住，過一段時間就來兒子這裏。等到冬天過去，她再返回湖北。老太太笑着說：「朋友都說我，三個地方跑下來，一年也到頭了。」

和她類似的餵鷗人，還有幾個。好幾個人都說，覺得海鷗特別親切，因爲自己也和海鷗似的，兩地遷徙，是爲越冬，是爲探親。而我，也成了遷徙的候鳥之一，每年在家鄉的時間，比海鷗們還短。

也算刻薄

們都很擔心他。」「長官」看了屬下一眼：「那倒不是勞累過度，酒喝多了，又吃了海鮮。」屬下接着說：「聽醫生講，海鮮不能多吃。」「長官」笑道：「我是寧波人，自小吃海鮮長大，如果連海鮮都要限制，那活着又有什麼意思呢！」屬下急忙說道：「不過海鮮蛋白含量高，常吃的人聰明。」「長官」眨了一下眼：「說來奇怪，吃了這麼多年海鮮，比起我這位不大吃海鮮的朋友可宰了許多，爲何？」屬下稍見尷尬，笑道「您的朋友哪有笨人呢。」

我大笑：「別胡說八道了，吃清淡、多運動、少操心，你的身體就會好起來。我來講個故事吧，打發這個無聊的雨天。明代嚴世蕃，擅玩心計擺弄別人。一日會客中，世

蕃忽伸腰放屁，客藉機諛媚問：「何處飄來異香？」世蕃說：「放屁何來香味？」客稱：「您老貴人貴體，放屁不臭。」世蕃佯作詫色，慨嘆：「非也，人言放屁不臭，病在臟腑，這般說來我是活不長久。」轉即，客又聳肩作狀，說：「此刻聞着，卻也有些臭味。」

故事講完，餘姚朋友大笑，「長官」皺眉，屬下怒視，我慚愧自己的刻薄，真不好！

醫趣錄

榮汝成
dr_rongrucheng@163.com
逢周五、六見報



不重複

畢加索的畫分一個個時期，因爲他不斷創新，不想長時間重複自己。金庸的小說也有這樣特點，每本有它特色，不重複。

這是十分難得的事。當一類作品十分成功，已獲得大眾欣賞，不去複製若干，「食住條水」，而是改弦易轍，另創不一定受歡迎的新路，其勇氣和自信都很難得。肯不斷創新的作家或藝術家，重視創作多於金錢。走已經成功的老路，駕輕就熟，比較容易。市場接受，印書相當於坐着印銀紙。另闢新路有兩大考慮：一、市場接受這改變嗎？二、自己有創新的能力嗎？

新的作品風格與舊的有極大的差異，喜歡舊的，要同樣喜歡新的，一點必然性都沒有。那就要有犧牲市場的心理準備，由暢銷變冷門不覺可惜。反而覺到重複是一種浪費，浪費了自己的時間、精力，浪費了製作的人力物力，因爲沒有新型生命誕生。

創新能力既靠天賦，又靠修養。一般人創作如雞生蛋，每顆蛋都差不多。放眼看大部分名家作品，風格強烈，一望便知是誰的作品。他們也有創新，可能一生只此一次，成功了就停在那裏。

不斷創新、不重複自己更別說模仿他人的藝術家，是不喜走回頭路，不愛錢前人足跡，勇於挑戰自己、披荆斬棘的勇士。要做到這一點，固然靠天賦的智慧，苦練得來的基本功，也是他創作的本錢。這樣的藝術家，我對他們有特大的敬意。

南牆集

阿濃
m.facebook.com/A.Nong.cps
逢周二、六見報



是多麼的可貴及真知灼見呢！拜讀了林小姐在「寂寂燕子樓」最後一篇文章《我又見到永恆》，心中不禁由衷敬佩林小姐的豁達及看透，生離死別又豈是凡夫俗子所能控制呢？「爲什麼總要將人的生死劃下界線？肉身消失沒關係，精神不滅才是永恆。」或許，我們要「思我、減我、常常」令到逝去的故人變成永恆吧！

酒看人生

羅富齊
rothschild388@gmail.com
逢周六、日見報

