

穿衣的「時地人」

月 松



常聽媒體朋友說，新聞報道有六要素：何人（Who）、何時（When）、

何地（Where）、何事（What）、為何（Why）、過程如何（How），簡稱「5W+1H」理論。其實這也適用於日常的穿衣守則，至少前三個W，時地人——根據不同的時空和對象選擇服飾。

三年前大學畢業，我到廣告公司工作，榮為設計師一枚。有一次因項目總監趕不及為甲方作簡報，我唯有先頂住檯一陣。無奈我一身鬆垮穿先着，套頭衛衣配束腳運動褲和球鞋，對方的話事人立馬戲謔說：果真是「藝術家」，都這麼隨性。簡報上聊了什麼我完全忘了，只記得當時這般揶揄。無論你是否願意承認，在大多數時間裏，我們都是以貌取人的動物。英國作家 Linda Grant 說過：「唯有嬰兒不在乎自己的模樣，只是因為還沒有人給他們一面鏡子。」

我並沒有因此刻意改頭換面，不過穿衣風格開始隨着生活閱歷而循序漸進地變化着，從稚氣未脫走向成熟利落，也慢慢明白注重穿衣與鑽研業務並不矛盾，形象管理也是一種職業化的表現。其實穿衣也是一件更加了解自己的事，它會告訴你身體的哪一部分需要什麼，從每天日常生活中做起，了解自己的體形，穿對的衣服，讓自己看起來更有型。

廣告設計雖屬創意行業，多數人是我行我素，但各行各業都免不了「社交」，在形形色色的「正式場合」與「專業人士」交流。正當衣櫥逐漸被休閒運動服填滿，應對這些需要儀式感的場合，一開始我是不得其法，弄巧反拙。為了駕馭正裝而臨時抱佛腳上網找穿搭攻略，就如隔靴搔癢，照搬那些「法則」，往往得不到理想的效果，彷彿這類衣服有着破不了的魔咒，一穿上被五花

楊瀾對採訪穿着有心得

資料圖片



大綁動彈不了，變成「衣服穿人」，失去自己的活力。

如何快速補充時尚知識，除了多接觸服裝，我還常看奧斯卡的服裝設計得獎或提名的電影，這比概念超前的時裝秀實用多了。此外，閱讀名人生活的書籍也算是個捷徑。在《世界很大，幸好有你》一書中，楊瀾總結採訪穿衣心得：純白色會顯得膚色黑，純黑色看上去沉悶，細條紋或碎格子的衣服，會在熒幕上顯得很「閃」。她還要考慮服裝的樣式、顏色、風格，與採訪環境、嘉賓身份、訪談內容的契合程度。像是採訪嚴肅的政要，就穿單色套裝；採訪靈動的藝術家，要混搭出美感。讓我最感慨的一個細節是，遇到出差剛到酒店就得迅速出門，沒時間熨衣服的情況，她把服裝掛在淋浴間內側，洗澡時借用蒸汽，易皺的面料恰當地舒展開來。她的「敬衣」，讓我領略到「敬業」。

高中時，我們班的語文成績一直稱霸全年級。至今我還記得當時的語文老師，穿着合身素雅的連衣裙，頭髮盤成髮髻，一根簪子貫穿而過，眼波流轉地吟誦詩詞，她簡直就是從唐詩宋詞裏款款走出的才女。因為她，我們更愛學語文。有時看一個人的穿着，能看出這個人是否尊重這份工作。一個人展現在外在的風格，多少都能推及這個人的內心，以一管而窺全豹，何嘗不可呢？



柏林有很多外國人，如果說柏林是個多元化的城市，聽起來可能感覺有些抽象。如果走進柏林市區裏的國際學校，這個概念便具體起來。

柏林有五個主要的國際學校，三個在郊區，分別是英國國際學校，美國肯尼迪國際學校和柏林國際學校；兩個在柏林最中心的米特區，大都會國際學校和大都市國際學校。在市區的這兩所學校名字意思相近不說，距離也只有不到一公里。

跟當地學校不同，國際學校大多使用的是起源於瑞士的IB證書（編者註：International Baccalaureate Diploma Program，國際預科證書課程），這個證書在全世界都是得以認可的。學習中也會有更多的關於音樂、體育和藝術方面的活動。

國際學校在柏林的高端人群和外來人群中

柏林的國際學校

余 逾

是極受歡迎的。收入充裕的當地人希望小孩接受更國際化的教育或者希望小孩以後出國留學，他們便會申請國際學校；夫妻雙方中有一個不是德國人，他們也會考慮給小孩一個文化更豐富的教育環境；外來人口中有經濟能力負擔國際學校學費的家庭也傾向於把小孩送到這裏，讓並不熟悉德語的小孩更容易適應新的環境。特別是一些駐德國的外交人員，他們的小孩也都在國際學校就讀。

所以國際學校的學生組成大概是這樣：接近百分之五十是父母雙方中至少有一方是德國人，另外百分之五十便是來自三十多個其他國家或地區的小孩。學校的官方語言是英語，在學校教學和小朋友互相交流也是英語為主。學生中百分之八十至九十都可以說流利的德語，對於不會德語的學生，學校也有專門的德語輔導課。

於是，柏林的國際學校一年比一年緊俏。由於申請得晚，我們家兩個小孩在經歷了一次面試和兩次考試後，總算在開學的前一天拿到

大都會國際學校的最後確認錄取。從他們上學的第一天起，便開始每天滔滔不絕地說他們新認識的朋友們：有來自我們中國的，也有和他們一樣以前在美國的，還有來自其他歐盟國家的，英國，法國，意大利，盧森堡，西班牙，最遠的還有來自澳洲和巴西的小朋友們。有時候我會聽到兒子或者女兒說起同一個小朋友，但是一會兒說她是德國人，一會兒說是美國人，一會兒又說是法國人，才知道有好些小孩家裏爸爸媽媽爺爺奶奶都是不同的國籍。

那天去女兒教室，看到門上貼了很多小幅的繪畫作品。仔細一看，每幅小圖上畫的都是國旗，然後國旗上寫着幾行小字：「我來自某某國家」，「我會說某種語言」，「我在這裏出生」，「我住在這裏」……最多的一幅上面畫了六面國旗，這個小孩會說五種語言！

我抬頭看到了教室的上空拉了兩條繩子，繩子上掛的都是小國旗，進門的牆上用各種語言寫着「歡迎」。我彷彿覺得自己不在德國，而是到了聯合國。

澳門風情畫

東 瑞



有些朋友一提到澳門，腦海中就很快地習慣性反應：都是賭場，哪有什麼好玩？對澳門的遊興馬上減弱，甚至消失殆盡。

這對澳門很不公。

其實，澳門不僅僅有賭場而已。

澳門的歷史悠久，整個歷史城區在二〇〇七年七月被聯合國列入世界文化遺產名錄。這其中包括了東望洋燈塔、盧家大屋、媽閣廟、聖奧斯定教堂、大三巴等等，雖然不少景觀受到附近超高建築物的視野性破壞，但保育上似乎比香港還好一些。澳門不少建築風格和樣式和馬六甲相仿，很多酒店還是多個世紀前遺留下來的，或者由一些老建築改裝而成，因此，要體會那種華洋參雜的風格，澳門不失為好去處。

喜歡澳門，除了上述這樣的文化氛圍外，還有一些僻靜的小巷，令人喜歡和懷念，它們和日本的一些小鎮、馬來西亞的檳城、馬六甲的街巷相似，乾淨、沒有人影，有時還設置着一些樹木和靠背長椅，供走路走得累的人休憩、歇腳看手機。過年前，我因為受邀做澳門李鵬義文學獎的評審之一，和老伴到澳門一趟，就感受到非常濃郁的年味。議事廳張燈結綵，金豬處處，馬路上行人腳步匆匆，一撥一撥的遊客，由旅行社三角旗幟的導遊帶領，穿街過巷，非常熱鬧，和寂靜的小巷形成鮮明的對照。

如果說，大街的繁鬧香港也有的話，那麼澳門歷史城區的不少石子路就是香港所缺的。走在這樣的石子路上，很自然地會有思古之幽情蔓生，覺得好像一腳踏在現代，一腳踏在舊歲月的路上，好想上面跳一曲踢踏舞，不需要特別舞台的音響，大皮鞋與石子路有節奏地摩擦，就會發出悅耳的聲音。澳門筆會的文友很有創意，配合頒獎禮，搞了一個別開生面的「文學散步」活動，做法是，由詩人寫一批有紀念意義的、包含歷史性景點的現代詩，然後參與的人一起散步，在有關的地方逐一朗誦。這是很新鮮的文學活動形式，在香港只有著名文學家小思老師和愛好者做過；澳門筆會編了一本文學散步的專刊，封面就是帶花紋的石子路。

我也喜歡澳門的靜和老舖子的老。這樣的舊日意境，恐怕只有在鯉魚門的老街和香港最早的荷李活道可以見到和重溫。忘不了有一年，我和印尼華文友住在皇都酒店，特地很早起身，目的就想走一走澳門的老街



▲▲澳門的大三巴、新馬路一帶是必遊之地 資料圖片

朋友問，老街有什麼好？我說，你要看看澳門現代和傳統並存的特色，這個漫步是必不可少體驗。這一天上午，我們整整走了一大圈，至少也有三四公里吧，所經之處，寂靜得有點駭然。陳舊的唐樓、商店、居家大部分還在沉睡中，大街和小巷不見人影，偶然見到賣早點的小小舖外擺幾張小枱，三五椅子，一二食客在喝粥、吃包子之類，很是悠閒的樣子。

稍後，我們回酒店的大堂坐了一會，到另一條寂靜的街走走，想看看那類買少見少的士多店。這類店，賣的是醬油、罐頭、香煙、糖果之類，香港早就很少見了，要看原大的「大模型」，可以到香港歷史博物館去看；但在澳門，我們走的這一條老街，幾乎全是那種至少半個世紀以上的老士多店，有時大半天不見半個人影，或者老半天小老闆坐定在高高的櫃檯後打瞌睡，一動不動的。走在這樣的街道，就像時光倒流，走回我們的童年一樣。二戰後的亞洲各國，尤其是東南亞幾個國家都一樣，蕭條貧困，我們的玩意就是彈玻璃珠子、彈弓打鳥、放風箏、旋轉小螺旋，吃的是水果糖、花生、珍寶珠棒子等等，哪一個同代朋友的童年不是這樣走過來呢？而供應這類零食的小舖就是這類士多店，如何會不感到親切？

到了一個著名大城市，對其地標的「報到」，無不趨之若鶩。到巴黎必要到艾菲爾鐵塔、遊塞納河，到倫敦必要看看白金漢宮、倫敦橋，到莫斯科要到紅場看聖瓦西里主教座堂，到北京必到天安門，到香港看尖沙咀鐘樓，到澳門呢，甯說，大三巴名氣比上幾個大建築不遑多讓，但大三巴的最大特色和最大的不同，也比誰都殘舊破爛，畢竟大

火焚燒過，剩下一堵殘牆。雖然來過很多次，我們依然要到這澳門的大地標報到。說來真有趣，我們這一對「大路盲」鬧了一次最大的笑話。話說我們所住的京都酒店，就在新馬路，拐一個彎就到了議事廳廣場。那天，我們就在酒店門口等的士，好快，就有輛的士停在酒店門口，從車廂內鑽出一位中年婦和一對十來歲的兒女。正覺得我們運氣大好、鑽進車廂的時候，老伴與司機說，要去大三巴。司機大笑道，諾！她們一家也是要去大三巴的！我就載她們在這裏停車。大三巴離這裏很近，走路就可以了，接着，司機指了一個方向。我們即刻從車廂退了出來。這樣的司機無法不點讚，如果他裝模作樣地繞圈圈狠狠敲我們一筆，我們也得乖乖任他宰。那樣誠實的司機，實在值得澳門人驕傲，這也是澳門人情的暖吧。

那天是周末，遊客特別多，我們走到議事廳，再問人，穿過洶湧如潮的人群，終於走到了大三巴，在那裏拍了「今天到此一遊」的雙人照。除非愛好攝影者，一般人都無法拍出理想的美照，我們需要其中一人站好位置，然後另一人替給我們拍照的遊客構好圖，拍出來的效果才不至於太離譜。

澳門的葡國餐是澳門朋友喜歡盡地主之誼的代表性菜餚，有一定特色，葡國咖喱雞、葡國牛肉，清蒸包菜等等，都很可口，不妨一試。

到澳門交通最不必擔心，大小酒店都有車在碼頭候客，載你到所訂酒店，想到氹仔新填海區的大酒店大賭場大商場如新濠天地、威尼斯人等，都可以用接駁的方式搭乘。

澳門的風情畫，正如小販轉動架上的明信片，不是一張，至少是十幾張吧！

明招山紀遊

李之柔



江南有座山，叫明招山；山下有條河，叫白溪；山上有座廟，叫明招寺。

這座寺院始建於東晉，是鎮南將軍阮孚舍宅所立，已經有將近一千七百年的歷史。據《晉書》記載，阮孚曾因將皇帝御賜的金貂換酒被彈劾，又因酷愛木屐為世稱道，源於此，後人還建了金貂亭、換酒亭、蠟屐亭……明招寺初名惠安寺，清乾隆親自賜書命名為「智覺寺」，人們沒有給皇帝面子，仍然習慣叫明招寺，我覺得這是對阮孚魏晉之風最好的紀念。

唐五代時期，「別具隻眼」的德謙禪師在明招寺「開山聚徒」，參禪禮佛，歷時四十年，一時海眾雲集，明招寺因之成為浙東地區有名的禪宗寺院，一直到明代，還有僧人專程去拜明招塔。《五燈會元》中記載了德謙禪師不少公案，記得有一則是，（某法師）問：「承師有言，我住明招頂，興傳古佛心。如何是明招頂？」（德謙禪師）師曰：「換卻眼。」（某法師）曰：「如何是古佛心？」（德謙禪師）師曰：「汝還氣急麼？」這等問答，是不是能開啓智慧，很令人回味。

到了南宋，東萊先生呂祖謙，仰慕前賢，更愛明招山水，竟然將祖墳遷至明招山，並與大儒朱熹、陳亮等在明招寺講學，明招講院成為當時影響全國的學府，影響頗遠。呂祖謙有《東萊集》行世，內收錄有《家範》六卷，《宋史》稱之為「居家之政，後世皆可法也。」其中的《官箴》現在還經常被引用。東萊先生詩文亦佳，比如「心平理自見，周道本如砥。」（《送丘宗卿博士出守嘉禾以視民如傷為韻》）、「萬頃煙波一葉舟，已將心事付瀛洲。」（《富陽舟中夜雨》）等，膾炙人口，流傳至今。

江南的春天，最是鳥語花香、詩情畫意，連綿起伏的群山、蜿蜒曲折

的河流、修竹掩映的書院、莊嚴古樸的廟宇……再加上悠久的歷史，一入明招山，令人恍如置身畫中。應明招寺住持悟凡法師所邀，今春我再次來到此小住，在法師的陪同下，我對明招山、明招寺的歷史有了進一步的了解。我對悟凡法師說：「歷代以明招為題的詩詞並不多，宋儒王柏曾寫過十首絕句《拜明招二先生墓》，是數量之最；明代陶安寫過四十二句的一首《送僧芳蘭谷住持明招寺》，應該是長度之最，不過最好的還要數呂祖謙的《明招雜詩》四首。」法師笑道：「李居士為什麼不寫一組詩呢？」有感法師所言，得詩十首以記此行。

其一 千山解線映紅花，此處心安恰似家。雨後有僧門外過，邀來小飲一甌茶。其二 山光拂柳醉難支，水線紅花太白詩。為是樽前風日好，金貂換酒也當時。其三 每自平時味不平，偶然回首野雲橫。迷途不識原來路，未了前生問此生。其四 月映清溪潤十方，梵音婉轉正清揚。傳燈不滅心燈照，履帶荷風玉露涼。其五 日日東升轉月沉，叢林無語一如禪。鐘撞擊鼓何須道，洗鉢烹茶佛養歡。其六 白溪一曲向誰家，池水清涼金粟沙。夕鳥林間啼不住，忽聞振鼓寂無譁。其七 葉落霜風一歲碑，明招頂上倚欄杆。住僧問客心寧否，昔日寺名稱惠安。其八 龍光復眼奇難尋，山外重山落照深。月映溪清溪映月，住無住處老禪心。其九 漫山春綠白雲深，日落紅輪瓦面金。萬頃煙波舟上客，忘言明理亦平心。其十 長老興傳古佛心，東萊家範獻官箴。謙謙君子皆同道，木屐聲聲古至今。



昨天是「3·15 國際消費者權益日」，我想，如果要談消費者維權的話題恐怕多半是會「剪不清理還亂」的，那麼，與其在此之後思考如何維權，倒不如在買之前來說說消費觀吧。

我相信，對大多數消費者而言「買買買」是可以帶來幸福感的，不論是衝動消費的一時快感，還是精打細算的勤儉持家，用金錢換取商品的交易無不是從物質還不是精神層面，都在我們如今的生活充實了不可或缺的角。但越是這樣，理性的消費觀就越顯得至關重要了。

要知道，除了每年在央視「3·15晚會」中出現的不良商家之外，生活中的良心商家們也擁有隱形的手去影響我們的消費行為。以至於幾乎每個消費者都會有那麼幾件「買了卻從沒用過」的東西；以至於消費者們看到「9.9」、

說說消費觀 何 婕

「19.8」、「99」的價格，只要心理上覺得不貴，就會趕緊買了；以至於面對購買起來「有壓力」的商品，還有「花呗、借唄」等消費貸可以供大家「提前消費」，彷彿買完生活能成為「我想要的樣子」。

到頭來，我們自以為省了很多錢，卻在用「一平米都買不起的房子」放着一大堆閒置的東西；很多東西都變成了「雞肋」，食之無味，棄之可惜；別說時間都去哪兒了，金錢更是不知道去哪兒了。還有不少背負着現金貸的年輕人，在一次次「拆了西牆補東牆」的透支消費中，漸漸離「想要的生活」越來越遠。

如果消費這件事的最終結果不是提高幸福感，而是無窮無盡的焦慮和周而復始的空虛，那麼這類消費，我想就該被視為一種讓消費者踩得心甘情願還渾然不知的「甜蜜陷阱」了。而我自己，也是在獨立生活多年之後，才悟出了消費的精髓應該是：簡。從簡的消費自然是時尚的，甚至某程度上可以被看作是向現實妥協，但它絕對是消費「止損」的一劑

良方。

生活中有不少消費是活生生創造出來的。比如「每個女孩都應該擁有一支XXX口紅」，但實際發現買回來根本不會用。找準自己真正想要什麼才更重要。如果我平常只用手机打打電話、上上微信，那麼我買一個能負擔得起的好了，跟風買貴價手機又是何必呢？如果流行的展覽是自己不喜歡看的，花錢買票只是為了在朋友圈裏晒「打卡」的話恐怕就有點「裝」的意味了吧。認清自己喜歡什麼，找到適合自己消費力的產品，是正確消費觀下該有的理性行為。

現在的我已經摸索出了自己的消費規律，明白了自己必須在想買的東西中作出取捨。消費觀的改變也給我的生活帶來了改變，有了積蓄才懂得如何更合理地做消費規劃。雖然還是會因生活而產生焦慮，但消費的心思不會在各個地方漂漂不定，也能體會一種簡單的快樂。

我們消費想要的最終結果應該是滿足感和幸福感，而這得從一個理性的消費觀開始。