

「網紅」局長

隨着旅遊業復甦，各地的文旅局長們，成為了最忙碌的群體之一。為了爭搶客源，局長們紛紛「花式出圈」。着漢服、唐裝、大花襖，扮俠客、才子、大將軍，走民間風、田園風，騎馬、射箭、跳舞、划船，古城、鬧市、草原、鄉村……可謂無所不用其極，令人眼花繚亂。

追溯這一現象的源頭，是一位女文旅局副局長策馬奔騰，颯爽英姿，成為「網紅」。隨後，引來了一波模仿潮。推廣旅遊，是文旅局長的本職所在。如果能與自身的優勢強項結合起來進行發揮，未嘗不是好事。但不少人卻是為了可以製造「網紅」而趕鴨子上架。有的大腹便便、油膩十足卻硬要扮白衣飄飄；有的顯然不諳網絡，生硬表演而強行尬聊。

正所謂，第一個把美女比作鮮花的是天才，第二個重複這個比喻的是庸才，第三個便是蠢材了。互聯網流行的新鮮感是很短暫的。第一波紅利者，借助好感濾鏡博得流量青睞。後來者則令大眾陷入審美（甚至是審醜）疲勞。一陣喧囂過後，真正能變現的卻極少，卻耗費了大量的拍攝、推廣、宣傳經費。

其實，局長作為肩負主要責任的領導，就好像是一部大戲的導演、一支球隊的教練，重在整體的策劃調度、統籌指揮，把握節奏，編排陣型，未必是適合上場的演員、球員。沒有足夠的個人魅力賦能，卻硬要親自披掛上陣，就淪為低質的「作秀」與「自嗨」。

說到底，遊客是「用腳投票」的。服務、品質才是長期主義的王道。靠炒作「網紅」來收穫眼球、收割流量，是短視行為。即便偶有成效，也是一陣隨風飄盪的浮沙。看看最近火爆的山東淄博，並沒有刻意炒作，而是扎實做好服務，贏得了好口碑。反過來，宣傳片拍得再「妖冶」，而一次宰客、一次羞辱就可能勸退大多數人。



鄉音無改

賀知章的名句「鄉音無改鬢毛衰」，此處說「鄉音」的究竟是誰，向有爭論，有說乃作者自述心聲，有說乃相見不相識的「兒童」。

照前說，作者離鄉多年鄉音依舊，實屬難得。我離鄉二十載，好幾年前與老鄉作鄉談時已被批評「不正宗」。鄉音與普通話之間的換乘是文字。方言固有「文讀」之法，但南方話有些音不知該對應什麼字而無法轉化，普通話的一些內容「鄉讀」出來後，又怎麼聽怎麼怪，好比穿着不合腳的鞋趕路，也能邁開腿，每走一步都覺得彆扭。依後說，

家鄉的年輕一代自然能鄉音，但語言是活在變化中的，方言也是，代際之間的差別雖不如異鄉那麼大，恐也不會「未改」吧。

發這一通感慨，是因為我發現自己在外日久，口音不但沒消失，還似乎比以前更重了。我說的「以前」是剛到北京的時候。有一陣子，當我介紹自己是浙江人時，對方常會說「看着不像」，不像的原因，大概有二，其一，長得粗心大意，與細膩秀氣的浙江人人設大相徑庭；其二，浙江口音不重。想起來，那時我確實刻意區分平舌音與翹舌音、

前鼻音與後鼻音，力圖掩蓋口音中關於南方的蛛絲馬跡，倒不是對地域有什麼看法，只是一個抱了入鄉隨俗念頭的年輕人在努力融入新的環境。

後來，可能因為適應或自以為適應了環境，對口音不那麼注意了，舌頭便如放鬆了的彈簧，逐漸往回收，或許有一天它終要回到沒被改變的樣子。當然，一根長時間拉伸的彈簧，即便兩頭拉力消失，也無法回復原樣，只好不鬆不緊、尷尬地耷拉在那裏，一如我啥也不是的口音。

如果非要再找個客觀原因掩蓋我舌

頭的怠懶，我以為是網絡社交減少了當面說話，有些本該舌頭出力的話變成了對話框裏的文字，另一些本是連續性的對話成了一段一段的語音，書面或半書面的「交談」無需字正腔圓，自然也就可以放飛舌頭了。



《踏實感的練習》

有一天，《踏實感的練習》(The Practice of Groundedness)的作者布萊德·史托伯格(Brad Stulberg)正在開一趟長途車。跟平常一樣，他一邊開車，一邊想着自己要處理的各種事項。突然，一個毫無預兆的念頭從天而降，像石子擊中頭殼一樣震撼了他。

「你應該駕離道路，現在就結束一切。」念頭說，「你的家人沒有你，也會好好的。」史托伯格沒有真的相信這個念頭，同時，他也揮之不去這個念頭。

聽到這樣的情況，我們可能會以為

史托伯格大概在經歷相當不如意的人生，但相反，以世俗的眼光看來，三十多歲的他卻是一帆風順。他是著名的人才培訓專家、暢銷書作者，每天指導着精英運動員、企業家和高階主管的生活與事業，卻突然指導不了自己的思緒，更想放棄一切。為什麼呢？

在風光背後的陰影之中，史托伯格也有他的困難、不安、恐懼，正如我和你一般人一樣。在沒有多少先兆之下，史托伯格被診斷患上了嚴重的強迫症。在與強迫症糾纏的第一年，史托伯格的心理與生活大受影響，他不斷被無

中生有的絕望、焦慮、自我傷害的感覺襲擊。這些感覺像外星人襲地球一樣，不知從哪裏而來，卻總是侵入到脆弱的內核。

但，史托伯格始終是一名有覺悟的反思者。這些經驗撼動了他，卻沒有完全擊倒他，反而讓他有了重新思考生活方式的機會。他將反思寫成《踏實感的練習》一書，而其中一個重要訊息是：不要崇拜「英雄式個人主義」。

顧名思義，「英雄式個人主義」就是英雄主義與個人主義的結合。在這咒語下，人們會將周遭的任務、工作、人

情都跟自己連結起來，並負上了事情成敗的責任。從此，人們被逼以過於快節奏和過大壓力去處理過多的任務。

我們畢竟不是動漫裏的超級英雄，當責任太多而能力有限，「英雄式個人主義」所導致的結果只有疲憊和失望。前者擊敗身體，後者摧毀心理。這是第一個提醒。待續。



毛毯翻起千重浪

空中服務人員不友善對待說普通話的乘客，事件連日來不斷發酵，有人被辭退、有人要道歉、有人要解釋、有人為此憤憤不平、有人揚言要杯葛事件中的航空公司……即使該公司負責人表示事情告一段落，但那張毛毯翻起的千重浪，比粵語經典流行金曲《上海灘》「浪奔／浪流／萬里滔滔江水永不休」的形勢更洶湧，維多利亞港上的這趟波瀾，恐怕還要翻騰好一陣子。

冰封三尺，非一日之寒，凡事都有

前因後果導火線，那條毛毯明顯只是一個矛盾的觸發點。這道溝通的裂縫，急需修補，不可輕看，也不應視為個別事件，因為那是一道足以影響整體樓宇結構的破損。

香港是一個中文和英文皆為法定語言的城市，為什麼在航班上用中文提出要求會遭輕視、空服員為什麼對說普通話的乘客不友善、本地航空公司在空服人員培訓上出現了什麼問題、現在的處罰方法是否恰當等，我認為都有深入探

討的必要，「斬腳趾避沙蟲」的解僱只等如由一間航空公司的高層人士抱薪救火，沒法切實解決問題。

疫後復甦旅遊業重要、香港的形象重要，全國人民的團結更重要。這次事件不單純是語言問題。世界任何地方都不應出現歧視，何況是同胞？社會各界真的要想法子，了解民間歧視的實際情況，不單要在學校加強品德教育，也急需增加兩地同胞交流認識的機會，因為這不只是經濟問題，而是社會文化的

問題。至於語文方面，政府理應起帶頭作用，提倡在政府機關、法庭、國際交流會議上使用中文和普通話，不要再讓市民產生英語才是國際語言和不懂英文就低人一等的錯覺。



《只此青綠》

內地古典舞演員孟慶陽日前在《人民日報》撰文談《只此青綠》，這部舞蹈詩劇自二〇二一年八月首演以來，至今演出二百七十餘場。孟慶陽表示，幕起幕落，總有新收穫。不少年輕觀眾因為《只此青綠》認識了她，而她因為「青綠」重新認識了自己，「這幅『山水畫』，讀它千遍也不厭倦。」

《只此青綠》以收藏於故宮博物院的北宋青綠山水代表畫作《千里江山圖》卷(附圖,局部)為背景創作，這也是畫家王希孟傳世唯一作品，他是中國繪畫史上僅有的以一幅畫而名垂千古的天才少年。

《只此青綠》以時間為主軸，以「青綠」為視覺主色調，站在歷史時空的視角，以舞蹈的表現形式，繪製一幅精妙的《千里江山圖》，讓這幅千古名畫重回大眾視野。

從題跋上看，《千里江山圖》是王希孟在十八歲時就完成的作品。時隔千年，這幅近十二米的長卷中，青綠山水



依然明艷奪目，好似一幅宋朝版「航拍中國」的畫卷。這裏面不僅有畫師的心意，還有寶石的璀璨——在古代，畫家從

自然界的礦物甚至寶石中提取顏料。王希孟主要用石青、石綠兩種礦物質顏料，以細膩的工筆勾勒出煙波浩渺的江河、層巒起伏的群山、點綴其間的村舍、江中獨釣的漁翁。歷經五遍上色，



美國《獨立宣言》宣稱：生命、自由和追求幸福是天賦人權。但和人生其他成功不同，努力和堅持未必能帶來幸福。

伯克利加州大學心理學教授Iris Mauss說，人們通常誇大幸福的重要性，卻誤解幸福的定義和獲得幸福的方法。我們常夢想取得重大成就後欣喜若狂。其實，失敗了固然沮喪，達成目標後也會覺得索然無味。而且期望越高，失望越大。追求完美者更容易感到失望、發生抑鬱。另外，老反省自己是否幸福會帶來不快樂，或許自然而然才是最幸福的狀態。自我感知度過高，用力過猛，可能會因為自我中心而帶來孤獨感，錯過幸福的一大來源：人與人之間的親密聯繫。

還有，趨利避害是人之常情，但逃避負面情感不利於獲得健康與幸福。實驗證明，夫妻發生矛盾時，隱而不發比有話直說更有害。Mauss說，比起一時的「短痛」(pain)，壓抑、矯飾情感帶來的「長痛」(suffering)更有害個人健康、人際關係和幸福。更有效的做法是面對挫折時放棄掌控欲，認識到自己無法改變現實，但轉換視角、改變個人態度。

如，Mauss的第一個孩子是「夜哭郎」，她多方求索也無法解決問題，搞得心力交瘁。後來意識到哭鬧是孩子表達信任、親密，發洩不適的方法，她的心理壓力就降低了。這不是讓人無視社會不公，對外界壓迫逆來順受，而是主張接受個人的負面情感，從挫折中發現閃光點，獲得勇氣和希望。

Mauss認為不輕言臧否的「接受」心態有利於促進長期心理健康。只是不知這個建議在社會矛盾尖銳、對抗情緒激烈的當今美國會有多少市場。



文創飛入百姓家

記得去年，筆者初遊香港故宮文化博物館時，就在想何時才能如故宮博物院一般，香港故宮文化博物館也能有自己的文創商店？日前，香港故宮文化博物館禮品店「ART EXPRESS by商務印書館」開幕試業，以時尚簡約的店面設計和超過二千種豐富多元的圖書及文創選品，帶領參觀者穿過歲月的長廊，感受歷史之魅力一面。

至此，遊人在香港故宮文化博物館逛展的同時，也能去選購文創產品了。

「ART EXPRESS by商務印書館」外是維港風景，內裏陳設充滿中國傳統文化氛圍，以「皇帝的多寶格」為設計理念，店內共設六大分區，以「宮廷日常」為題引，分別命名為「儲秀Highlights」、「拾趣Gems」、「漱芳Gallery」、「博觀Books」、「裋賞Lane」及「未央Garden」，涵蓋衣、食、住、行、讀書、學習和娛樂的方方面面。

可以說，近年有關故宮主題文創產品的流行，可反映年輕人對於歷史

之關注和熱愛。想來，那些陳列在展廳櫥窗中的美妙文物，作為歷史的一個證明時，只不過就是一件件濃縮古人智慧的展品，但當它們的樣子，出現在文創產品之上，變成了一個個有實用功能的筆記本、髮釵、鏡子、口紅、手機殼、鼠標墊等日常用品時，有助於歷史知識在年輕人群當中普及。

一個月前，香港舉行香港國際授權展及亞洲授權業會議，故宮博物院於展廳現場，展出了「海錯圖系列」、「千里江山系列」等，文創產品不僅充滿當代構思設計，還令一幅幅價值連城的古畫，成為了今人生活的裝點。

如何守護及傳承祖國優秀的傳統文化？從近年文創產品的流行趨勢來看，主要還是尋覓到傳統文化與當代生活之間的契合點。



「你是我的眼」

「你是我的眼，帶我領略四季的變換；你是我的眼，帶我穿越擁擠的人潮。」每次聽到台灣歌手蕭煌奇唱的這首《你是我的眼》，心中總有一股莫名的感動。

自從「五一」假期，位於甘肅敦煌鳴沙山景區的「駱駝紅綠燈」出圈之後，不少網友開始為何種動物能看懂紅綠燈而各抒己見，在公認有可能看懂紅綠燈的動物排行榜中，排在第一位的是導盲犬，對此，似乎沒有人有異議。

人們常說，狗狗是色盲，牠們所看見的世界只有黑白灰。科學研究卻證明，狗狗能看見彩色，但無法像人類一樣看到全彩色光譜，看的顏色沒有人類多，也不及人類豐富。狗的視網膜上共有兩種視錐細胞，只能感受到藍光和紅黃光。這樣說來，狗狗是一個紅綠色盲。

既然狗狗是紅綠色盲，視力有所不足，對紅綠燈的顏色並不能辨別。那麼訓練有素的導盲犬，又是如何為視障人士帶路，成為他的「眼」，帶他穿越擁擠人潮？

有專家解釋說，導盲犬分辨紅綠燈並非通過辨別紅綠光的方式，而是依靠兩燈的光亮度來作出區分，人類可以通過光亮度的變化來訓練合格的導盲犬。也有專家稱，導盲犬會通過觀察周圍其他行人的動作來判斷是否可以通行。若果沒有行人，導盲犬還會通過車流情況來作出判斷。看來，為了紅綠燈，導盲犬已是盡力了。

二〇一九年上映的港產片《小Q》，講述導盲犬小Q與視障廚師之間發生的故事，令人感動。導盲犬要求心態平和，不會吠叫和攻擊別人，所以導盲犬的選拔尤重犬種，以性格較穩定、易控制的拉布拉多犬為主，原因之一是短毛，視障人士易打理。而黃金獵犬、德國牧羊犬、金毛尋回犬等中型犬，經過培訓，也有成為合格導盲犬的潛力。

