



源於奧運

李漢源

驚濤駭浪的奧運會

掐指一算，還有43日，東京奧運就正式開幕，有些電視台已正在準備7月初到達東京拍攝及準備轉播工作，但因為大會到現時為止還未可以幫香港製作團隊辦理奧運工作證，因此香港電視製作團隊到今天都還未能確定哪一天可以踏上征途，前景可謂有點不明朗。

目前日本是禁止外國人進入的，所以參與奧運工作人員必須要有奧運工作證才可以入境；未有奧運工作證，連訂機票、酒店也不行。日前香港奧委會及體育記者協會舉辦奧運記者採訪指引簡介會，除了十多位文字記者於去年已經申請到採訪證外，其他採訪隊還在惶恐中，不知可否成行，那只好先研究有關採訪指引，做足準備功夫，希望這兩天能收到好消息。

採訪指引非常詳盡，說明了來自海外的所有記者、工作人員、運動員等均需要在自己地方出境前96小時內接受兩次新冠病毒檢測，入境日本時在機場再次接受檢測，以此強化口岸檢疫，而入境後的頭3天也每天都要接受檢測。受檢測人士中，運動員以及同行的教練員等原則上每天也需要接受檢測，而提供服務的酒店和工作人員，也需每天接受核酸檢測。雖然現時距離出發日期不足四個星期，但指引列明所有相關人員原則上需在出發前四星期提交「入境後14天活動計劃書」

給東京奧組委備案，而可活動範圍僅限比賽場館、訓練場、國際廣播中心、國際記者中心和住宿酒店，因為時間上的安排實在緊迫，相信大會計劃書的部分也要再作安排。

另外指引提到，原則上禁止運動員、記者及工作人員使用公共交通工具，避免與普通日本民眾接觸，如違反所提交的活動計劃書，運動員將被取消參賽資格，而記者則沒收工作證。在酒店範圍內，運動員也按照原則被安排單人房間居住，用餐也要在酒店、場館或大會所指定的地方，也規定了最多4人一枱，用餐時要用隔板隔開，如有購物的需要則委託工作人員代為購買。

這是目前的指引，大會稱還會在6月下旬再有最後一份更新的指示，需要遵守的規則可能更嚴苛，在這個疫情肆虐的環境之下，明白這些嚴格的指引都是為了好好防疫，但在一連串的掣肘下，各位傳媒行家還可以做到什麼呢？奧運開幕的日子愈逼近，各位有份參與的人士就愈來愈擔心，過往每一屆奧運，憑着經驗自然能比較順暢地處理，今次在世紀疫情之下，不停的變化真的令人無所適從，也沒有人知最後奧運的結果會如何。

雖然每一次奧運會的經歷也不一樣，這樣的世界性活動在製作上每一次都是一個大挑戰，但即使對製作奧運經驗豐富的人而言，相信這一次也是最驚濤駭浪的一次了。



方寸不亂

方芳

生育的欲望

內地為了應對人口老齡化，改善國家人口結構，推出「三孩政策」，鼓勵生育。調查之下，年輕人反應冷淡，意料之中。結婚生子，高昂成本，不是容易的事。連結婚都不想去，別說生孩子，還要三個咁多？

內地的情況跟香港不相伯仲，去年香港結婚登記數字，按年大跌36%，是17年來新低，香港的生育率，去年也打破了過去50年最低紀錄。

疫情稍緩，老朋友約飯局，8人其中5人全是不婚族，無牽無掛的，沒有另一半，也沒有下一代，疫情下，她們歡樂聚會停不了。這一代不婚已成風氣，新一代的不婚數字年年創新高。

上世紀五十年代物質水平不高，孩子天生天養，三孩家庭比比皆是；到七十年代，香港家計會的宣傳口號「一個媽，兩個炒，三個吃不消，四個斷擔挑！」是鼓勵節育；2000年，香港「風之後」李麗珊拍的廣告「養一個孩子需要400萬」，金句具有一定的震懾作用；今天，養一個孩子400萬遠遠不夠，單是教育經費就逾100萬了，當屬全球最貴。

身邊的一孩夫婦，為了給孩子最好的，幼稚園每月學費以萬計，其他補習班、興趣班，數得出幾多就有幾多，還有為孩子建立人際關係，聯誼活動馬不停蹄，一孩每月花費如流水。

另一對二孩夫婦，花費就謹慎得多，兩個孩子在國際學校的暑期班，一個月萬五元，其他補習班、興趣班則要精打細算。捱得過幼稚園，怎樣捱到小學呢？以今天的情況是，養孩子就不要想房子了，要房子就不要孩子。

年輕人低欲望的「躺平」風氣，風捲亞洲地區，年輕人努力與回報不成比例，無論打工仔多努力，儲不到首期買屋，不吃不喝21年，才能買到港樓，不解決房子問題，哪有能多生孩子？

國家若要鼓勵生育，真是需要花大氣力，對育孩夫婦在生活上優惠逐步配套，才能刺激生育的欲望。



七嘴八舌

小臻

管理好「追夢者的樂園」

日前有報道目前中國網絡經濟收益達9千多億元，旅遊業被稱為無煙工業，現在覺得互聯網應被稱為「夢想家工業」，創造不少以低成本的創業贏得豐厚利益奇跡，這是多少人的夢想（低成本不包括開拓科技技術的公司），這種新經濟就令不少傳統的實業家重新思考要跟時代步伐轉型，網絡經濟在中國市場是勢之所趨。「追夢者的樂園」的確很美好，正因如此，就更加要保護她健康發展。

近年來隨着互聯網產業的快速發展，內地直播帶貨出現後，產生主播、微博主表現好便有網友自發性「打賞」，同時「網絡打賞」日益成為網友支持偶像的一種表達方式。本來欣賞自發「打賞」沒有問題的，但一涉及了商業利益問題人為操縱就並不是一種簡單的交流互動。對香港人來講網絡直播「打賞」還不是太普遍，始終香港人太精明、太現實，不輕易隨便「打賞」人，網上購物近兩年才接受、習慣使用。然而在社交媒體年輕人群組內亦很快傳開的，正如內地流行一些追捧偶像的模式，例如花錢買廣告用來為偶像造勢方式，近日也在香港有人發起，模仿其做法。

這種方式與上世紀八九十年代捧偶像的方式很不同，以往是買唱片回家聽、買飛入戲院捧偶像場，很扎實的支持。那時唱片銷量是歌星紅與不紅的最佳證據。現在花金錢買廣告造人氣，買點擊率，都是幫偶像吸引贊助商溫快錢，變得很商業化。個人感覺失去一份出於真心欣賞的純真感情，製造假象不太好。

內地出現了利益驅動的網絡直播「打賞」是一種新型商業消費模式和消費文化。一些網絡運營商或開發商出於追求最大利益的考慮，不惜觸犯道德和法律底線。例如有的網

絡直播和平台通過一些虛假手段獲取打賞，找冒充粉絲、偽造主播人氣流量數據等；有的主播利用低俗內容、情感攻勢等不當方式誘導粉絲非理性打賞。這顯然有違公序良俗，挑戰人們的三觀容易助長不良之風。因此內地相關部門已經制定並實施了一系列整治舉措，管治網絡直播領域存在的亂象，對打賞必須實名制、未成年用戶不能「打賞」、單次「打賞」額度合理設置上限、直播賬號分類分級規範管理。互聯網不是法外之地，網絡直播不容胡作非為。

中國人很聰明，網絡直播平台、主播及其孵化機構等行業不希望政府出手嚴打就要自律。中國演出行業協會倡議不為未滿16周歲未成年人提供網絡直播服務，已有超50家網絡直播平台和MCN機構響應倡議。政府再鼓勵家庭、學校等加強青少年網絡素養教育，全社會共同努力才能令網絡娛樂及經濟產業健康發展。網絡管理制度必然要建立，否則對社會穩定造成的影響實難以控制，因網絡發展對人的思維發展導向已經是不以傳統思想意志為轉移的了，要預防出現不良影響，一定是跟隨其發展步伐找出對策，這些對策不是遏制其向前發展而是引導其健康發展。對虛擬貨幣、網絡直播帶貨已經是深入到經濟民生的問題了，出現亂象怎能放任之。

中國政府的政策許多時因時制宜，是很有效的管理方法，有商人會認為政策變得太快，不利公司部署計劃。事實上中國這樣一個發展中的大國，如果不能靈活運用，快速應變的手法處理問題，社會不會安定，很難有今日的成就。沒好的客觀環境你一樣沒法做生意。看看香港，有些幾十年前訂下的規則如今仍使用中，官僚的，不合時宜的也沒有任何改革，才引起那麼多社會矛盾。



翠袖乾坤

連盈慧

疫情下的愛情故事

以前常聽人說：「十年人事幾番新！」可是新冠肺炎盤桓了這幾百天，好幾個認識或間接認識的朋友，生活和環境無論自動和被動，也不期然或多或少有了改變；日前和旅英一個舊同學在WhatsApp 通訊後，順便問到近況，知道她和她的另一半分了手，便教人感到意外和難以想像。

聽她說來，「性格不合」當然是主因了，性格本來就不是任何熱戀中情侶在燭光晚餐中可以探測出來的婚姻密碼，只是我們的女主角說是不受不了「噪音」的干擾有點不可思議。

何來「噪音」？驚人的答案原來是指她另一半每天從早到晚練琴的聲音，十年八年前，這熟悉的聲音，不正是她曾經陶醉過而譽為「天籟之音」嗎？他每次出場演奏時，她不是都風雨不改訂票捧場，有時甚至還多購幾張票子送給親友，讚揚過「此曲只應天上有」嗎？

這美妙的聲音然後就促使她鍥而不捨以鐵粉身份，由熟悉男主角的朋友作媒，終於戀上她心目中的鋼琴王子；然後又在眾人祝賀聲中，雙雙閃電移民美國定居。

才不過3年光景，感情便有了變化，怎不出人意料？雖然她強調和他再見還是朋友，明白練琴是他不可捨割的生命，她只深怪自己神經衰弱，耳鼓容不下若干分貝聽到不斷重複的聲音；事後鄰居告訴她，往日她晨早吃過早餐上班之後，他便在家練琴，直至練到接近她下班回家前琴聲才停止，可見他對她如何體貼。

兩口子各自過着平靜生活，就是一向相安無事，但防疫期間，少出外那段日子，彼此安坐家中相對時間長了，才發現出了問題，連她自己說不出到底是環境還是性格改變了她對本來熟悉聲音的喜惡。

也許真的正如老俗語所說：「英雄慣見亦常人。」聲音物化了我們女主角心目中的英雄吧，也正如很多遠觀時迷人的事物，來到身邊便失去珍貴的感覺。



●同一聲音，不同環境聽來也有不同感覺。 作者供圖



百家廊

扶雲

插花之道的精髓是最難領悟的，插花所選用的瓶器要和所選用的花卉相得益彰，相互搭配，兩者達到完美的融合。只有這樣，才能將花藝的獨特之美展現得淋漓盡致。

花瓶材質最好選擇瓷器和銅器，忌諱選擇金器和銀器，因為瓷器和銅器更加樸素和清雅。選擇的花瓶，忌諱瓶上有環耳。擺放時，忌諱對對擺放，這就好像神廟的祭祀一樣，不能供兩尊不同的神。瓶器的開口要小，瓶底要厚，這樣才能放得安穩而不洩氣。

遠古沒有瓷瓶，都用銅瓶來插花。從唐代開始推崇用瓷器。花瓶形狀的選擇，宜細而瘦小，寧可選擇小一點兒、矮一點兒的，也不要高大的，不能太豐滿和強壯。花瓶的高度最好不要超過一尺，六七寸或四五寸的瓶器來插花是最好的。古銅壺、均州瓶，有極大高三二尺者，就要折大枝的梅花來插供了。各式各樣的古壺、膽瓶、尊、觚、一枝瓶等瓷器，都是書房中絕妙的陳設之品。其次，像小書草瓶、紙槴瓶、圓素瓶、鵝頸壁瓶，也可用來插花。《花經》是按照「九命」來評議花卉的等級高下，能入清供的花卉幾十種，用「九品九命」來為其編排等級次序。

一品九命：蘭、牡丹、梅、蠟梅、各色細葉菊、水仙、雲南山山茶、瑞香、菖蒲。二品九命：蕙蘭、薔薇、西府海棠、寶珠茉莉、黃白山茶、桂花、白菱花、含笑花、普通茶花。三品九命：芍藥、千葉桃、蓮、丁香、蜀葵、竹、玫瑰、紫薇、豆蔻。

在文人眼中，折花入室屬風雅非常之事。插花所用之花，雖非常廣泛，但用來插花時，就要像畫家的折枝畫一樣，必須要有高低俯仰之態，稀疏斜正不盡相同，各有各的姿態，才能夠將花的靈性完美地呈現出來。

折枝時，要在自己家的庭院或離家不遠的花圃。早上亮光初現時，花上還留着露水，要選擇只開了一半的花枝，折來插供，這樣

才能保留花的香氣和色澤。如果太陽出來了，再去折枝，太陽就會將花上的露水曬乾，就不能保證花的香氣和色澤，過一兩天之後花就會枯萎、凋落。

選擇花枝時，要麼選擇上部重疊繁蕪、下部細小瘦削者，要麼選取左高右低或左低右高者，要麼選取盤結互接、覆垂屈曲互倚者，要麼讓一條枝幹挺拔突出、使其上下都繁茂成簇，覆蓋着瓶口。惟有遵循花枝的俯仰高低、疏密斜正，方才能让花枝獨有的神情姿態凸顯出來，這樣才有天然的情趣。

插花時，最多選擇三種相同性情的花卉，要插得高低錯落、疏密有致，就好像畫中的場景一樣。擺放花瓶時，切忌成雙成對，在乎枝蔓長短錯落，情態意向出自天然，就好比蘇軾的文章，斷續的時候，隨性自然；又好像李白的詩，並不拘泥於工整對仗，但詩句卻渾然天成。

插花時，盡量做到花與瓶的相互搭配；折花之後，就需將花插於瓶中細細欣賞了。選擇大瓶插花時，不需過多的修剪，要保留花的原貌，展現隨性自然的情調；在選擇小瓶插花時，則應遵循簡單的原則，不適合太過複雜，盡量展現一兩枝花的獨特魅力。折得花枝，急須插入小口瓶中，緊緊塞之，勿洩其氣，則數日可玩。

插花，最好選擇當季花。春天以梅花、海棠為佳；夏天以牡丹、芍藥、石榴為佳；秋天以桂花、蓮花和菊花為佳；冬天以蠟梅為佳。選擇當季的花，能夠保留花的芬芳，清新自然，能增加賞花的趣味。如果沒有當季的鮮花，可用翠竹、柏枝來代替，切忌胡亂插花。

選擇插瓶花卉，就像結交朋友，一定要選花之高潔者。梅花以重葉、綠萼、玉蝶、百葉細梅為上品；海棠以西府紫緋為上品；牡丹以黃樓子、綠蝴蝶、西爪瓢、大紅、舞青貌為上品；芍藥以冠群芳、御衣黃、寶妝成為上品；石榴花以深紅重台為上品；蓮花以碧台、錦邊為上品；桂花以毯子、早黃為上

品；菊花以各種顏色的鶴翎菊、西施菊、剪絨菊為上品；蠟梅以磬口梅為上品。

品味插花之時，不適合焚香。花有自己本來的香味，是不需燃香來進行熏染的。但有人說，韓熙載曾講過，賞桂花時焚燒龍腦香，賞酸醜花時焚燒沉香，賞蘭花時焚燒四合香，賞含笑花時搭配麝香，其實這樣做——如同在竹筍中夾肉，是官衙內廷廚師侍奉人之舉，並非文人雅士的純本風格。

花草像人一樣，有自己的喜怒哀樂，有甦醒與沉睡、拂曉與暗夜之區別。花在拂曉時，應放置高大的堂度之中；花在暗夜時，則應深藏在深宅內室中。花在喜悅時，人可以與它一起歡呼雀躍；花在睡覺時，則要將窗簾帷幕放下；花在醒來時，則要為它梳洗打扮。這就是懂得花的性情，切合了它的實際。

插花種類不同，姿容情態各不相同。水仙花清高冷艷，就像織女在天那般高貴典雅；山茶花鮮艷美麗，像舞姬張淨瓊儀態萬方；瑞香芳香濃烈，如同潘炕的愛妾趙解愁善解人意；玫瑰旖旎多姿、明艷動人，如同司空圖的侍女驚鴻風韻嫵媚。這些插花被賦予清妙、潑辣、柔媚、纖巧不同的性格魅力。

真正愛花的人，是能享受賞花之事的，尤其能通過觀賞一枝兩枝的插花，徹底探索花之心靈的千變萬化。古時候，這些人每當遇到花朵含苞待放時，就會攜帶枕頭和被子，睡在花叢下守候，伺機折枝回家，然後再觀察花朵從初綻到盛開再到枯萎的全過程。有的人看花葉，就知道花的大小；有的人見到花根，就能曉得花顏色的不同，這才是真正的插花賞花之人。

插花賞花時品茶最風雅，清談次之，喝酒最差。寧可閉嘴坐在一邊，也莫要將花神惹怒，要與花心真誠相待。像芙蓉這樣的插花，需凝神閉目用心靈感悟，而不是阿諛奉承。正所謂：一本一枝之間，最好與大自然互通款曲；一花一蕊之前，最能顯出儒雅賞者的絕佳修養。



獨家風景

呂書練

尚存人性底線

一場突如其來的新冠疫情，把時尚界幾個重挫，不但向來設計師重頭戲的時裝騷被迫叫停或移師網上，也間接導致時裝專門店或關門大吉或規模縮小，然而，人們的時尚之心或之夢永不會減滅。

疫情中上映的《黑白魔后》正好滿足了人們的這種心理而大收旺場，據說投資方迪士尼因此決定開拍續集。

源自西方先進國家的時尚產業，尤其是時裝，在上世紀八十年代末發展見頂後橫行十多年，為開拓新的收入來源而走向全球化，各大時尚品牌也大力開拓亞洲市場，並以亞洲的收入——從二十多年前的日本到今日的中國內地，來補貼歐美市場的停滯乃至倒退業績。於是，巴黎、米蘭、紐約和倫敦仍然是無可取代的世界時尚之都，四大重鎮仍堅持舉辦每年兩度時裝周（尚有男裝或高訂時裝周），以保護這種體現其高貴文化和產業優勢的傳統。

但這個兼具誘惑力和勢利的華麗圈子，仍然是許多年輕人想躡身的地方，與此同時，這也是一個相當尊重權威的產業，大品牌的壟斷性優勢和大師們長期堅持和付出所建立起的信譽和地位，又豈是初入行的小子們所輕

易挑戰或擊敗的！

時裝電影也多以年輕人為主角，往往把老一輩的時裝人當作反派角色處理，這除了迎合年輕觀眾外，還因為這的確是一個殘忍卻有夢的行業，大師們也是從年輕時一步一步捱過來的，其間經歷過多少的淘汰，他們的成功非僥倖，想保住地位和品牌聲譽亦無可厚非。

但各時裝電影往往是從年輕人或傳媒人或挑戰者視角出發，名成利就的大師或高層自然被描寫成霸道專橫而高高在上的反角，還是靈感枯萎的腐朽之人或不擇手段的鼠雀之輩。

《黑白魔后》中的男爵夫人如是，《穿Prada的惡魔》中的時尚雜誌主編也如是，《霓裳風暴》中的眾潮人更是——這部上世紀九十年代中映的電影以巴黎時裝周為背景，對有份參與的各時尚人極盡揶揄之能事，盡顯虛偽的浮世眾生相。

比較起來，《黑白魔后》由於給女主角安排了一個不幸的身世，以及具戲劇衝突的情節，令這部電影在令人炫目的奇裝異服和時裝騷之外，還帶有一點勵志性，並守住了反叛狂野而不逾越法律和道德的底線，令女主角在復仇的亢奮中尚存一點人性。這或許是這部時裝電影的價值所在吧。



琴台客聚

伍宗泉

遠去的冬葉糉子

從去年到今年，新冠疫情像是鐵了心要和人類糾纏，忽遠忽近，忽輕忽重地戲弄着人類。隨着天氣逐漸地變熱，才輕鬆了沒有多久的廣東人又因為在短期內迅速增加的病例變得沉重起來，廣東各地都開始了全民核酸檢測和注射疫苗。

廣東人的「為食」在國人中首屈一指，即便當下滿街都是排隊測核酸和打疫苗的人龍，亦擋不住吃貨們的心：端午節近在眼前，隨便打了幾個電話給朋友，同是吃貨的朋友們，不是在路上買糉子，就是在家裏包糉子。在吃貨的眼裏，與病毒相比，吃才是頭等大事，在一年一度的端午吃應節的糉子才是頭等大事。

糉子也是本早愛吃的食物之一，小的時候曾有過餐餐把糉子當飯吃的時光，然而如今卻吃得極少，即便是到了端午節，偶爾遇上清淡的鹹水糉，亦只吃上幾口應節，平日裏，哪怕是許多吃貨都心儀的棗裹蒸糉、各種湖州糉都引不起本早多大的興趣。

糯米和其它餡料，以及不同的糉子葉都會影響糉子的口感。如今大家吃的糉子，大多是用菰葉、箬葉、華葉等葉子包的。曾被本早當飯吃過的糉子則不同。

那是在多年以前的粵北乳源山區，端午節對於山區的農民來說自是大節，家家戶戶都會提前包糉子。父親在當地工作，我在當地的村裏上小學，放了學，也會隨村裏的孩兒們一起去摘糉子葉。村裏的老師是吃百家飯長大的孤兒，大學畢業回村當了老師之後無家無室，還是吃百家飯，便帶我們去摘糉子葉。

村裏人包糉子不用竹葉，老師帶我們去摘的是長在田邊和山腳的冬葉（亦為柞葉），一種像芭蕉葉似的葉子，端午時節正值花季，像薑花一樣，一簇簇地從樹蕊裏長出來，有紫紅色的，有鮮黃色的，糉子還未吃上，只看花便先覺得賞心悅目起來。老師讀過《南方草木狀》，摘糉葉的時候也教學，搖頭晃腦地告訴一群連漢字還未識得幾個的學生：「冬葉，薑葉也，苞菴物，交廣皆用之，南方地熱，物易腐敗，惟冬葉藏之，乃可持久。」

冬葉摘回去，村民們用稻草灰泡好了糯米，便開始包糉子。那個年代的物質匱乏，極少有鹹蛋和鹹肉做餡，多是用純糯米包的鹹水糉，煮好以後的糉子是淺淺的棕黃色，帶了一點淡淡的薑味兒，再蘸上一點白砂糖，嚼起來發出沙沙的細響，那樣的美味，便是拿龍蝦來也不想換。山裏的村民淳樸，父親不會包糉子，幾乎每家都會給我家送上幾個，端午前後那些天，糉子就被我和父親當飯吃了。

離開乳源以後很久都沒再吃到過冬葉糉子。有一次回韶關，在街頭看見一個老太太賣鹹水糉，像是冬葉包的，買下打開，卻發現是芭蕉葉，味道差之千里。久而久之，冬葉糉子在記憶裏便淡了，像是做過的一場模糊的夢。後來讀清人屈大均的《廣東新語》，看到其中有「五月街頭賣冬葉，捲成片片似芭蕉」，才又重新想起了小時候的味道。

或許，真能再次吃上冬葉糉子，它也不再是我曾經吃過的味道，大抵會和其它的小時候吃過的食物一樣，早已成了一段遙遠的記憶，一種對從前的念想。