



人生邊際處

童心

儀式問題

忽然收到邀請，某知名團體在山頂舉辦一個跑步活動，要我參加啟動儀式。我本能地想拒絕，倒不是對這個知名團體有意見，也不是對跑步本身不感興趣。恰恰相反，我很喜歡跑步，即便有的時候力氣不夠、跑不動，沿着舊山頂道一路「爬」到山頂，也是開心的。我只是不太理解：為什麼一定要有所謂的「儀式」？

我並不反對「儀式」。因為，這是擴大品牌影響力的好手段。重要嘉賓邀請來，攝像機架起來，參加的人聚集起來（姑且認為都是心甘情願參加的吧），該講的話講起來，然後傳媒廣泛傳播，各方面皆大歡喜。但，這個歡喜，究竟是形式上的，還是內心裏的？儀式，究竟有多少溫度？我們觀念中的儀式感，與我們要開展的活動，究竟有多少匹配度？

以我的個人經歷而言，大學、中學、小學的畢業禮，是儀式感和事情的本質之間最相得益彰的。儀式見證了學生們在成長中的大事、喜事，也讓他們在儀式感中更好地學習感恩。而諸如跑步這樣的事，所謂的儀式，還要動輒邀請大批量的嘉賓去阻塞山頂本不寬敞的交通，很難不讓市民訴病勞民傷財，特別是周末的清晨，也正是喜歡跑步的市民上山鍛煉的黃金時間。如果不搞儀式，而是通過活動的趣味性去吸引市民們跟着跑，然後讓攝像機專門捕捉這樣的場景、再二次傳播出來，我相信，品牌影響力一定有溫度得多。

當然，有一種觀點叫「我有錢，我任性」，出了錢的想怎麼搞，只要合法獲批，都沒有問題。但切莫忘記，這些錢，原本可以花在更有需要的地方。比如，拿這個錢，幫助行動不便的市民，到山頂透透氣、看看風景，以此來展現咱們這個城市的人文品質和情懷，不是更好嗎？



名人鄉情

（本欄目逢周一出版）



信而有征

劉征

今天去長泰廣場的超市，一眼就看到衣服專區。自從大學時代以來，我就再也沒有在超市裏買過衣服。剛開始是追趕時髦，什麼流行就買什麼。後來是追大牌，什麼貴買什麼。然後有一天，就開始喜歡上了一兩個品牌。並不會說這家店裏的每一件衣服我都要喜歡，只要走進去，就覺得這裏是我想要的。不是哪一件衣服，而是一種整體的感覺。然後，我就開始對它變得很忠誠。我想，這或許就是品牌想要達到的效果，用個性培養出一批像我這樣忠誠的用戶。然後就可以緩慢和固定地發展自己的風格。對於二者都是，衣服和個人，二者相互助長了對方的個性。

商場的服裝不對備這樣的個性標識，它們通常都是一些基本款。今天卻不一樣。這間超市裏放起了一首舒緩的、可以勾人回憶的音樂。我一下子就想起了父親送我去上大學的場景。他在學校對面的超市裏買過一條褲子，卡其布的、乳白色的休閒褲。然後，那兩天，他住在我們學校的招待所



心窗常開

潘金英

《貓貓的奇幻漂流》這精彩動畫片，摘取奧斯卡獎，它很奇幻特別，整個電影沒有任何對白，觀眾隨着片中重要角色包括勇敢黑貓、忠誠大狗、百厭狐猴、呆萌水豚，以及靈氣蛇驚在大海漂流，似闖入了無言國度。

看這動畫片，令我分外多聯想，觀看時似跟着黑貓去流浪及發現新奇事物般，落難山溪野嶺又凍又驚，人墮進奇幻情境去，雖然無言，動物各自發聲表述，原來表情足以溝通。

暫時做下啞巴，其實倒是好主意，人人閉嘴用下其他感官都不錯，不用局部麻木不仁。香港人嘴巴沒時停，講多錯多也太累啦，變做啞巴是好體驗。

我跟隨黑貓隨水漂流，黑貓勇字掛心頭，孤獨闖蕩江湖遇危機，險些喪命，幸因遇上巨無霸蛇驚救牠到破舟甲板上才活命哩。牠也賣命救其他落難的朋友，因破船上漂流遇上颶大風兼落暴雨，險境下，動物在破舟上慌失失，竟被浪頭沖上大樹枝桠，懸空而掛搖搖欲墜隨時跌落大海，船毀生靈亡。

眼見所有家當已被大水沖走全沒啦，未及反應，更大厄運是萬一那棵大危枯樹突然斷根怎辦？死硬！那隻爛船原先橫衝直撞地自由漂流，今遇上風雨竟然撞上棵老樹桠，破船就凌

奇幻樂章 無言國度

空地掛在枯枝上……船上動物隻隻身處險境，唯一只黑貓在船外急得似熱鍋上的螞蟥，電影配上緊張音樂，一步一秒一驚心。如果你是那隻黑貓，孤身一個眼見朋友們遇難，你在岸上心情如何？黑貓萬分擔心，牠怎樣化解這場危機？

看电影，像是經由別人腦海來想像，我從中跳進險境去，學習用新眼光看世界。避開喧嘩，穿越時空，投入一場冒險戰役，跳入影像的旋律，感受驚悚的快意，悟出不管生命出現什麼變幻，都得積極尋找出路，絕不可喪失勇氣和信心。黑貓啟示觀眾敢於走向未知，人身處奇異時空更易探索和發現，置之死地而後生，大無畏精神可抵抗蹇運，朋友應守望相助，風雨同舟，航向海浪更鍛煉出頑強鬥志。

電影予我深刻印象，啟悟我要愛生命、重友誼、惜分秒，生命脆弱，爭分奪秒才有望活命，拖延只會見閻王！



●動畫片中重要角色。 作者供图

陌生的祖屋 永慶展新顏

高寶齡 文化力量主席

喜茶、有很多紙膠帶的特色文具店、舊日的活版印刷、傳統手工技藝三雕一彩一繡展覽館等。再往前行，竟然有大發現：根據《恩寧路歷史文化街區保護規劃》資料，永慶一巷8號是著名花旦劉美卿舊居、永慶一巷10號是「四大小生」之一張活游舊居、永慶一巷13號是李小龍祖居，被列為傳統風貌建築線索。沒有想到，我的老家是與這麼多著名的文化人同住永慶一巷、同住永慶坊，可見永慶坊是一個甚有文化底蘊、文化價值的社區。陌生的、活化後的老家，令我們驚訝和讚嘆。

活化後的永慶坊，建為文創街道。匯集了年輕人喜愛的潮流商店，吸引了不少茶室、路邊攤檔餐廳的美食、書店進駐，文創打卡小店林立，令四合院搖身一變成為文青朝聖地。來到歲月郵局的遊人，時光恍如回到上世紀三十年代。這裏是永慶坊必到的景點之一，你可以在這邊看到充滿年代感的陳設和傢具，豎立在牆邊的舊式郵筒、撥式電話、絕版單車等等都是屬於上世紀的產物，天花上懸掛着滿滿的舊信件，令人有種時光倒流的感覺。放緩腳步漫遊，可以感受舊物向你緩緩訴說近百年的郵政發展，走到郵局出口附近，在永慶紙寫下對自己未來寄語的信件，蓋上永慶郵戳，親手投入信箱，讓郵局寄給未來的你。短短一條老街，交融着新舊兩代的潮流元素，讓年輕人體會最地道的老廣州生活，讓遊人感受到老廣州充滿活力的一面，難怪獲得「廣州最美老街」之名。

古老的永慶坊如何變成活力的永慶坊？2016年，廣州政府對永慶坊一期

工程提出「微改造」理念，不搞大拆大建，下「繡花功夫」對老舊建築進行修復活化。永慶坊一期於2016年完成，2018年底，永慶坊二期改造工程動工。經過一年多的升級改造，永慶坊二期逐步開放。永慶坊的「微改造」是要突出地方特色，注重人居環境改善，更多採用微改造這種「繡花」功夫，注重文明傳承、文化延續，讓城市留下記憶，讓人們記住鄉愁。永慶坊的「微改造」刪掉的是破敗和落後，留下的是記憶和鄉愁。騎樓修繕過程中，木框琉璃窗都盡量原汁原味保留，重新刷上油漆。牌樓上的雕花彩塑均為原來保留，「微改造」時重新上色。以永慶坊為代表的歷史文化街區，在廣州老城「微改造」的精雕細琢中，傳承文明、延續文化，煥發出新時代的青春活力。「微改造」的理念，我們深受啟發，值得香港學習。



▲高寶齡拍攝於永慶涌旁。下圖其老家已成為一間「甜品店」。 作者供圖

超市買衣服

然後，我忽然就想起了很多小時候在超市購買衣服的經歷。那記憶是十分單純快樂的，尤其是對比現在，每次父親從超市買回幾件衣服，詢問我是否好看的時候，我都不置可否地笑笑。或者，當他熱心地想要給我也買幾件的時候，我就忙不迭地拒絕，生怕他真的買了回來。我猜測，他的心情或許會像汪曾祺的散文《故鄉的野菜》，當你心滿意足地精心調理了一盤薺菜，端上桌以後，你以為大家會特別欣喜於又吃到小時候的口味，沒曾想，所有人都只用筷頭蘸一蘸，然後對你敷衍地笑笑。

其實，在那過去的時候，大家不是很開心嗎？一次純粹的購物的愉快，不摻雜任何的購物知識，僅僅就是出於需要，就來到什麼都有的超市。超市購衣，這甚至在當時是一種流行。那時候，父母的單位還會發一些商超購物券，額度幾千塊，需要到指定商場購物。然後我們就去買過年的衣服，充其量也就是比較一下款式、材質和顏色。

品牌概念在當時是沒有的，儘管商場裏的每個鋪子上都標了品牌，但是沒有任何一個有名氣，衣服實質上也沒有太大差異。繼續現在的樓盤，結構、地理位置都一樣，只是名字不一樣。不過這不是重點，重點是，隨着你的成長、你的消費習慣也跟着變化了，而這成了你與父母的第一個不同。你們似乎一下子就在類似於超市買衣服這種事情上有了分歧。但實際上，這種現象依然是次要的。它最令人感到悲傷的，是一切小時候做過的事，當中所夾雜着的快樂也因為你對於這件事的不認可消亡掉了。

一路從童年走來，其間發生了若干事情。在以後的經歷當中統統被新的東西所替代。包括那些經歷伴隨着的各式情感。那些充滿了快樂的童年，就好像從來都沒有發生過。然後，兩代人之間的裂縫到了現在就成了各說各話。無論何時何地，你與父母的意見均不相同，父母也無法理解你的選擇。直到有一天，譬如我今天來逛這個超市，聽到一段勾起回憶的音樂，你就想起了一切。



琴台客聚

潘國森

江蘇「蘇超」（江蘇省城市足球聯賽）持續升溫，對省內的體育運動、文化旅遊，以至群眾的鄉土情懷等等數之不盡的方方面面，都有良性的刺激作用。雖然開玩笑地出了「比賽第一、友誼第十四」的口號，可是不論球賽誰勝誰負，全省都是贏家。江蘇「十三太保」（全省十三個地級市的暱稱）的鄉誼與交流只會日益緊密，省內的旅遊都激活了。暫時「屢戰屢敗、屢敗屢戰」，忝居末席的「三零部隊」常州（零勝零和零分，還有零進球是「四零」）都是喜氣洋洋。一敗戲稱「吊州」、再敗是「巾州」、三敗是「棍州」、四敗是「零州」或只剩單名一個「州」字，常州人還真會自嘲。

原來有一回高鐵常州北站的霓虹燈招牌部分壞了，原本的「常」字脫落了筆畫，發亮的只剩「吊」。於是有了「白天是常州，晚上是吊州」的說法。車站趕緊維修，但是「吊州北站」的畫面，仍是深深地刻畫在鄉親的腦海中。

上回介紹了江蘇省的命名來自南京其中一個舊名江寧和蘇州的第一字。今回要向年輕讀者介紹江蘇於古代中國九州佔其二。香港年輕一代多「哈

九州江蘇佔其二

日族」，或許只知「日本鄉下」有個九州。「哈日族」的語源來自台灣省，據說台語（其實是閩南話的一支）的「哈」，有渴望之意；又謂滿語的「哈」，有拍馬屁之意。筆者初次聽到這個詞的第一印象，覺得哈字有「哈腰」的意味。香港有屁孩暱稱日本為鄉下，雖屬開玩笑，但未免有點數典忘祖，甚至認仇作父了。香港的電視台過度推介日本旅遊景點，亦屬吃裏扒外。

九州是中國上古的地理大分區，說法甚多，以《尚書·禹貢》所述較為流行，即所謂「禹貢九州」。江蘇「十三太保」有好幾個「州」。舊諺有云：「蘇常熟，天下足。」即指蘇州和常州一帶是中國糧倉，遇上這個地區豐收年，全國都不愁捱餓。

但是蘇常都不在禹貢九州之列，聰明的讀者當知只能是餘下的揚州和徐州了。「三國迷」當記得劉備一度佔有徐州，而孫策則平定揚州，作為日後孫吳的根據地，當時揚州的範圍包括整個江東地區，《龍文鞭影》有云：「策據江東。」劉備搶佔的徐州，比今天的徐州可大得多，此所以山東和安徽兩省有些老鄉「隔省」來擁戴「蘇超」徐州隊，實有很深的歷史淵源在呢！



翠袖乾坤

余似心

居住於亞熱帶地區的我，對於傳統地氈的印象，就是阿拉丁神燈的飛天神氈，聽來有點幼稚，誰知身邊幾位朋友也有同樣的想法，可見手織地氈對於香港人來說是何等陌生。最近在香港故宮文化博物館的展覽「天方奇氈——伊斯蘭與世界文明的交織」，展出了十多幅珍貴的地氈，令我大開眼界。

這是香港首個有關伊斯蘭藝術的展覽，重點介紹三大伊斯蘭王朝薩法維、莫臥兒和鄂圖曼王朝的工藝，也展示伊斯蘭與中國文化之間的深厚聯繫和影響。由香港故宮文化博物館與多哈伊斯蘭藝術博物館聯合主辦，共有90件珍貴文物，包括地氈、陶瓷、金屬器物、彩繪手稿及玉器等，展品主要來自多哈伊斯蘭藝術博物館。

該展覽深入介紹每個王朝的地氈和其他藝術品的設計和創作，皇家地氈和細結地氈的文化意義。我還是首次認識到經緯用絲線編織的地氈有着極高價值，還會加上包金屬的絲線來增強華麗感。

莫臥兒地氈甚具氣派，在品質、工藝、尺寸和成本都講求極致。原來莫臥兒最上等的絨氈會以絲線為經緯

線，用產自喜馬拉雅山的帕什米納羊毛製作絨頭，最珍貴的是羊頸下的毛，那部分是最柔軟的。在莫臥兒官方儀式上，地氈標誌着榮譽席位。

鄂圖曼地氈主要是由皇家製作，以禮拜氈的品質為最上乘。皇家地氈通常由絲線和羊毛線混合製成，採用不對稱的波斯結編織法，圖案類似陶瓷和彩繪手稿上的裝飾。

令我感興趣的是地氈上編織的幾何圖形和抽象的動物圖案，無論色彩和結構都呈現出不同年代伊斯蘭民族的審美特性。其中一幅地氈參考了中國圖騰龍的形象，但他們對中國龍的看法又與我們不一樣，很是有趣。這難得的展覽展期至今年10月初。



●有着中國龍的伊斯蘭地氈。 作者供圖



網人網事

狸美美

世界在矛盾中統一，在平衡中流動。比如社交媒體上，「種草」文化有多蓬勃，「避雷」帖就有多氾濫。避雷針鋒立如林，腳下突然皆是雷區。點了「不感興趣」也還會照推，畢竟它就是流量密碼。

避雷帖指的是發帖人動輒以「避雷XX」為題，單憑個人的主觀體驗，便否定某個店家、品牌、行業乃至某種生活方式，最極端的甚至會「掛人」——「提醒X月X日與看演唱會男友通電話的女生避雷，你男朋友當時是和另一個女孩去看的」。

重在強行輸出，並企圖用個人體驗最大程度地影響和控制別人，甚至希望掀起輿論公審、網絡升堂，是避雷帖與普通分享帖本質上的不同。看似善意提醒，實則洩私憤，既暴露了發帖人思維的幼稚與邏輯的缺失，更容易傷害無辜商家和個人。

首先，個體經驗實在是太局限了。每個人的口味、偏好、性格、情緒，甚至當天的身體狀況都會影響對人和事物的感知。心情低落、口腔潰瘍時去吃火鍋，大概率難以下嚥，事後上網一頓操作：「避雷某某火鍋店！」但這真的能說明那家火鍋店就該被所有人 and 摒棄嗎？顯然不是。生活的複雜遠超我們的主觀感受，將個體經驗輕易上升為普遍規律，是一種典型的以偏概全、以點帶面的認知謬誤。

其次，網絡平台的意見放大效應，使這種「避雷」文化極具殺傷力。在流量為王的社交環境下，極端的、情緒化的表達更容易獲得關注和轉發。「避雷」兩個字本身就帶有強烈的負

避雷帖

面暗示，吸引眼球的同时，也極易對被提及的商家或個人造成不公正的負面影響。很多時候，對方甚至沒有機會為自己辯解，便被「一票否決」。不僅損害了他人的合法權益，也扭曲了群眾的判斷標準，讓真正理性、客觀的聲音被淹沒在情緒的汪洋中。

更值得警惕的是，這種「避雷」思維在某種程度上助長了無責任感的網絡表達。許多人化身鍵盤俠時，都往往缺乏對自己言論後果的認識。他們認為，反正只是「分享個人感受」，不需要為自己的結論負責。殊不知，每一次隨意的「避雷」，其實都是在用自己的情緒左右他人的選擇、影響商家的生計、毀掉另一個人的生活。這種缺乏邏輯和理性的表達方式，既不利於社會公共理性的形成，也讓網絡空間變得充滿戾氣與偏見。

當然，分享個人體驗本無可厚非。互聯網的魅力就在於多元和開放，人人都可以發聲。但一種健康、成熟的表達方式應當是：在分享的過程中，明確指出「這只是我的主觀感受，未必適用於所有人」，並盡量提供具體、客觀的理由，而非簡單粗暴地「避雷」。多陳述事實，少煽動情緒，是一個成年人應該具備的網絡自覺。

最後，我們每個人都應當警惕陷入「以己度人」的思維陷阱。世界之大，眾口難調。你不喜歡的，也許正是別人的心頭好。與其坐井觀天、盲人摸象，用「避雷」給世界貼上標籤，不如多一份寬容和理性，讓不同的聲音共存，讓多元的體驗交相輝映。同時，也少一點「避雷」的武斷，多一點「嘗過方知」的探索勇氣。