■責任編輯：張旭婕 2014年2月6日(星期四) 香港文匯報WEN WEI PO
傳真：2873 2453 電郵：feature@wenweipo.com本版逢周一至五刊出

翠袖乾坤

連盈慧

無頭東宮蟹美人

從來沒認真留意過余麗珍，最近才看到她的影片，總覺得在花旦群中來說，她有點另類，戲路總異於芳艷芬、鄧碧雲、白雪仙，也正因為另類，才有她個人的特色吧。

《無頭東宮》、《蟹美人》可說是她的代表作，看粵片歷史，知道有個時期，余麗珍之類影片，原來曾佔過很重要的娛樂市場，我們的電影皇帝銀壇校長吳楚帆擔心那一類神怪電影教壞年輕觀眾，才發起「伶星分家」，跟有志為電影負上教育責任的電影工作者，組織中聯電影公司，強調要拍好戲。說來「中聯出品，必屬好片」，才真的當之無愧，雖然中聯並無這樣誇過大口，可是在影迷心目中，《豪門夜宴》、《父與子》、《危樓春曉》、《父母心》……等等，中聯每一部製作都是以現實社會為題材的好電影，直到幾十年後還是贏盡口碑。

可是標籤《無頭東宮》、《蟹美人》為不良電影，話也說過了頭。當年婦孺觀眾為娛樂而娛樂，大都看過開心了事，小朋友也沒有得過壞影響，說實話，那類影片好人好報壞人沒好收場的公式，多少也帶有潛教育意義，只是吳校長過於重視世道人心，太敏感了。

從藝術和純娛樂角度看，現在重新評估，我們發覺「東宮」和「蟹」這類影片還無心插柳，給我們帶來意想不到的驚喜。

就是影片裡頭，不期然看到不少才子佳人古裝片中罕見「水髮」、「紮腳」之類的舞台功架，李少芸為他妻子余麗珍度身而編的劇本，無形中記錄的大鑼大鼓的舞台表演，今日看來就有珍貴的價值了。

查看上世紀五六十年代中電影廣告，標稱余麗珍為藝術旦后，大概也非過譽，至少同期花旦，就不常看到她在電影中表演的大量功架。至於唱功，老戲迷就欣賞她吐字清爽而帶有妹腔的韻致，「妹」不是阿拉儂的上海妹，是廣東中山粵劇名旦，藝名「上海妹」。

海闊天空

蘇狄嘉

印度洋上的珍珠

馬爾代夫之旅捨棄直航首都馬里，改選斯里蘭卡航空公司的航班，在可倫坡中轉，友儕們都好生驚奇。唉，還不是為了這個號稱「印度洋上的珍珠」！

遊伴安妮不輕易動身，她一出行，便要求旅遊效益，怎能滿足於單遊馬爾代夫三、四天，斯里蘭卡既是文化古都，又有航班相通馬里，只需購買香港往馬里一套機票，便可於回程時中轉加停可倫坡，當然是雙城遊的最佳選擇。

安妮說，南亞海嘯之前，大家對斯里蘭卡這個形狀類似水珠的島嶼，並不熟悉，但是如果提到「錫蘭紅茶」，就會既熟悉卻又陌生的「哦……」。在海運興盛的年代裡，這個位於印度洋與太平洋之間的島嶼，位居歐亞大陸海運的中樞，在終年季候風與洋流環繞的環境下，奠定了她在歐亞貿易中的重要地位。

面對國土寬廣又有悠久歷史文明的印度，印度洋上的斯里蘭卡就像個小媳婦，長期處在婆婆的籠罩下，有人淒美地形容，她是從印度佛陀臉頰滑落印度洋的一顆淚珠！金色的海灘、鬱鬱葱葱的低地、壯觀的高山景致、芬芳的植物、清新的奇花異草、奇異的野生動物、令人難忘的歷史古城、宗教遺跡……，這就是被譽為「印度洋上的珍珠」、「紅茶之國」的獅子王國——斯里蘭卡。

馬可波羅在遊記中，稱讚斯里蘭卡是他見過最美麗的島國——沒有哪個島國，可以同時擁有數萬平方公里的山地、熱帶雨林、和眾多美麗的海灘、千年前的古城神殿、近代的殖民城堡，以及獨特迷人的文化和異域風情。

琴台客聚

孫浩浩

馬年大事預測

馬年到來，各玄學家都例牌發表來年運程預測，我不是玄學家，也不懂術數，但我都想預測一下來年電視圈將會發生的大事，反正那些玄學家也不是個個都準、年年都準，我只憑直覺推算，錯了也不至於會被人拆招牌。

馬年電視圈大事預測：

1. 香港電視開台：香港電視經歷波折重重，有如過山車大起大跌，終於七月一日正式開台，市民普遍歡迎能有多個選擇。

2. 廣告倍增，無綫調整廣告收費：廣告商普遍滿意港視的節目質素，令廣告量倍增，並決定來年投放更多資金在電視廣告上，廣告收益並沒有被攤薄，反而令廣告市場做大個餅。

3. 流動電視接收器成淘寶熱賣：流動電視接收器在港數度賣斷市，先達炒價高於市價兩倍，成為淘寶熱賣商品，有不法商人炒賣劣質接收器，市民購買時應小心注意。

4. 順嫂看不明港視劇集：收視顯示港視節目廣受年輕一代觀眾歡迎，但較為年長的觀眾或一般師奶則大叫睇唔明，寧願繼續追看師奶劇。

5. 觀看流動電視釀成意外：青年過馬路時只顧低頭觀看手上的流動電視，造成多宗交通意外，有團體促請政府立法管制。

6. 港視節目屢遭投訴：流動電視的節目內容不受廣管局發出的《電視通用業務守則節目標準》規管，其節目內容及廣告尺度較為寬鬆，也因此多次遭到市民投訴，政府擬立例管制流動電視。

7. 無綫棄將吐氣揚眉：前無綫藝人跳槽港視之後得以上位，由原本二、三線，甚至只屬五、六線的藝人，得到發揮機會，周家怡、陸駿光、張松枝等先後有機會擔大旗，部分更成功晉升至一線，演技得到觀眾認同。

8. 港視、無綫藝員大執位：一線藝人紛紛離港到內地賺取「人仔」，電視圈缺乏一線小生花旦，造就二、三線藝員上位，同時無綫再次誠邀舊將「愛回家」，誠意不夠，就以高薪搭夠，而無綫二、三線藝員，眼見過檔港視的藝人機會大增，也紛紛在完約後跳槽，造成兩台藝人大執位。

9. 職業劇的比率大跌：過往電視台最喜歡開拍有關醫生、律師等職業包裝的電視劇，但隨着觀眾的要求提升，不論劇本或製作都處處要求逼真，奈何港劇無法好像美劇一樣，能有龐大資源聘請到醫生、律師來當編劇，於是電視台只有被迫放棄這類題材，觀眾無需再見到一班醫生、律師在醫院或法庭裡面談情說愛。

10. 亞視復拍劇集：面對流動電視的競爭，亞視早前已宣布將復拍劇集，但說好的四千萬投資卻未見蹤影。

以上純粹個人推測，沒有科學根據，亦沒有信譽保證。請記住，我只是個編劇，有甚麼不是老作的？不過風水佬呃你十年八年，而我，過多幾個月就會知道能批中多少項。

百家廊 朵拉

天公生日大過年

平時沒有夜生活的人，正月初八夜間十一點半，呼朋喚友，快點快點，時間過了就沒好看的了！一到凌晨十二點，響徹連天的鞭炮，還有燦爛多彩的煙花，馬上就要燃放起來了！

從檳城搭乘渡輪過北海，人在船上朝右邊眺望，著名的水上人家吸引着遊客的目光。房子就建在水上？是的，去過的人便曉得，站在房子的客廳，水波穿過木板地上的條縫在晃蕩，帶着鹹味的海風涼颯颯地從板縫中掠上來，不曾留宿，但是，想像睡覺時應該無需開冷氣。那個地方叫姓氏橋。每一條橋上住着不同姓氏的人家，其中以姓周橋最讓人所知。自從檳城和馬六甲以雙古城申遺成功後，今天的姓氏橋已成為檳城著名的旅遊景點之一。

當年中國人南來，抵達的口岸正是這兒，不知道是誰先把房子搭建起來，接踵而來的，一間連接一間，就連木橋也建起來。橋的兩旁是木結構的簡陋房子，有個遮風避雨的場地，南來移民開始為生活打拼，居住的大多是出賣體力的勞工階級。

當時的檳城父母頻頻交代孩子，沒事盡可能不要到那地方去，彷彿姓氏橋是什麼避之則吉的荒野之地一般叫人害怕畏懼。那一帶就幾條橋，兩邊的房子也不多間，住客共幾戶人家，哪一家是什麼人，彼此都很熟悉。外來者一亮相，當地人互相通風報訊，馬上知曉。木橋居民對陌生外人格外警惕，因為常有一些犯案者過來這裡的朋友家小住。這兒具有「門一打開，便可以下海」的地點優勢，對那些想離開小島一段短暫時間，讓歲月的流逝銷毀了記錄或記憶以後再回來的人很是方便。

之前對父母的限制，感覺老人家很怕事兼專制，對這地方益發好奇，後來認識一個在姓氏橋長大的朋友，聽他說了很多精彩得可以拍成電影的故事，才恍然大悟。

海邊來的陌生人，大部分是靠岸歇息或轉站添油的大船上的船員和水手，以來自台灣，日本，韓國為多，不少黑市交易就在橋上進行，有什麼不對的時候，要逃離也就一時三刻，一恍眼人就消失無蹤，追捕行動往往以失敗告終。

住在水邊的人，大多為職業漁夫。靠海吃飯看的是天公的臉色，晴朗好天，便是賺錢的工作日，哪一天老天心情不好，把雲給翻了又下起雨來，漁民只好坐在橋頭看天，聊天。天色不在自己手上，無從控制，唯一的方法，是向老天祈求，希望日日風調雨順。

福建和台灣講閩南話的朋友，來到檳城倍覺親切。有時在路上，聽到馬來人或印度人以閩南話與當地華人對話，亦無需驚異，檳城人早就習以為常。這裡的華人以福建人居多，只要懂閩南話，街頭巷尾鄉音處處，行走全島毫無隔閡。

福建人到了海外，對春節異常重視，比春節更大的，就是天公誕了。因此有「天公生日大過年」的說法。天公誕有很多禁忌：不可掃地、不可洗衣、不可說不好聽的話、女性的內衣褲尤其不可以掠曬在外、衣着從裡到外必需是全新沒有下過水的，女性遇到經期，不可以舉香拜天公，這些非遵守不可的傳統禁忌比大年初一的還要多。孩子們從小就知道，至高無上的天公不可褻瀆。

天公誕落在正月初九，由於滿心崇敬，自年初八午夜十二點就開始慶祝。先在家門口或院子中央擺上供桌，供桌分前後或上下兩張，前面的上桌以板凳墊高，又稱頂桌，繫上繡有吉祥圖案的紅色桌圍，兩旁繫上的甘蔗必需見到根莖且帶有綠色的葉子，中間擺上香爐和燭台。供奉天公的頂桌，供品以齋料為主，獻給天公部屬的供品放在下桌，一般是葷食。供品很有講究：頂桌的五果六齋十二菜碗（或二十四，三十六碗），即是五種水果，六種齋料，十二種盛在碗裡的菜；下桌的五牲為雞鴨魚蝦豬，誰家賺了大錢或是走了好運，往往以燒豬答謝天公的保佑。非有不可的供品還包括糖塔、紅龜粿、麵線、甜糯米等等。人們為了表示對天公的尊敬，所有的供品，都必需貼上紅紙或精緻的紅紙剪花。有一點特別要注意的是，這些準備功夫，經期女性絕對不可動手。

天公誕拜天公是福建人對天公的報恩行動。傳聞古代黃巢軍南侵，到了福建，因福建語言難懂，把「人」稱為「狼」（閩南話「人」的發音是「狼」）引起黃巢軍的誤會，殺「狼」殺到大年初九才搞清楚，當時躲在甘蔗園的生還者，每人取走一對甘蔗來拜天公，答謝天公的保庇。閩南話「甘蔗」的發音正是「感謝」。

又有一則傳說是古代有個姓孟的將軍，孟將軍有個本領，一到陌生地，只要喝了當地的水，馬上便通曉當地的語言。當他到閩南時，手下拿外省的水給他喝，結果他無法與閩南人溝通，誤以為閩南人非漢人，下令手下大開殺戒，枉死了無數的閩南人後，年初九那天，外省運來的水喝光了，孟將軍喝下閩南水，講起閩南話，才知道錯殺漢人。由於那天正好是年初九，閩南人將逃過大劫歸功於天公的保佑，就在初九凌晨拜天公謝恩。

檳城人耳熟能詳的傳聞則是，明朝某年春節，倭寇侵犯福建，鄉民連夜逃命，黑暗中慌亂間逃到偏僻的郊野，眼看倭寇就追上來，突然眼前出現一片甘蔗林，鄉民趕緊逃入林裡躲避。出來以後，正是年初九，從鬼門關走一趟回來的鄉民，認為是天公顯靈救命，在拜天公時，不忘甘蔗的救命之恩。

甘蔗因而成為天公誕不可或缺之物，後來商人趁機漲價，但感恩的閩南人照樣非拜不可。檳城的姓氏橋民，多為閩南人，供桌本來擺在自家門口，後來環境愈來愈好，供奉的祭品越來越多，經過洽商後，橋民把供桌擺到橋外的大街，所有的住戶都來參與，拜天公的儀式更加熱鬧隆重，除了祭拜，還有舞獅表演，燃放鞭炮和煙花，形成盛大的節日慶典，吸引了全世界各地的遊客旅人特地前來觀賞。

今天的姓氏橋，和當年已經不一樣。年輕一代皆受過良好教育，經濟能力提升後，購買陸地房子遷離水上，平常只有戀舊的老人家居住，卻在天公誕這一天，成為橋民住戶的團圓日。各國藝術家亦多次到此寫生繪畫，主辦藝術創作營，居民對藝術有了一定的認識，審美水平和衛生觀念亦逐步提高，出現許多民宿旅館。近年旅遊團成群結隊而來，尤其是初八的午夜，天公誕慶典已演變成檳城的旅遊資源。

閩南人的「天公生日大過年」，所以就成了一年唯一一次的夜生活。拜天公果然讓姓氏橋居民一年更比一年好，今年的鞭炮絕對要比去年響，璀璨的煙花燃放開來，也肯定比去年的更為絢麗斑斕。

■供奉天公的供品。網上圖片

七嘴八舌

小臻

媒體競爭停不了

馬年已到，新年頭，特別多玄學家預測運程講風水問題，儘管作為傳媒不應倡導迷信，但這些專欄還是有不少捧場客，正派玄學家通常不會亂講一通，他們信因果報應。讀者或許應該當運程風水作為「心理」治療。人是善忘的，大多數人年頭聽完，年中已經忘得一乾二淨了。當然有人很神心，樣樣跟足做。筆者是前者，今年聽到多位玄學家都預測文化藝術行業會好，作為傳媒都是文化界，是否好景真的要拭目以待。

曾聽過有人形容報紙媒體是夕陽工業，電子媒介發展如日中天，特別是網上平台快速傳遞各種訊息的。幾年前當電視台搞二十四小時新聞台，令大家如獲至寶，因為能讓各種新聞訊息、畫面第一時間送到觀眾眼中，這是對電台的一大衝擊，以前聽收音機半小時一節新聞報告，接收最新的訊息。有了二十四小時新聞台，電台的優勢漸消失。網上平台的誕生嚴重衝擊傳統的紙張媒體；網上大量免費資訊可享用。輕易睇到，找到，結果年輕一代不再買報紙。習慣享用免費東西，為免費報紙製造了生存契機，卻打擊了傳統報紙的銷量。傳統報紙要尋找生存空間就開拓網上即時新聞，與一些大型資訊網站競爭。近年競爭更轉向了「動新聞」，「動新聞」其實是迷你電視頻道，有聲、有畫、有報道員。但網上「動新聞」內容畫面質素、規模不能與電視台比，但是比即時新聞再跨前一步。所以目前的新聞記者許多時身兼數職的既採又影，反而少寫了。更衍生新聞寫手這個崗位。要搞「動新聞」需要投資不少，報老闆不想落後於人，跟勢而做，賺不賺錢容後再算。據知星島系亦將加入搞「動新聞」行列。除了已有的東系和壹系外，愈來愈多集團加入，甚熱鬧，遲些會否像免費報般掀起熱潮呢？靠廣告收入能否維生呢？還好這些集團都是幾個媒體組成，有協同效應。

「動新聞」的吸引力來自手機可以睇到，結果電視台亦不敢放鬆，TVB眼見之前的MyTV見成果，總經理鄭善強已經講今年全力拓展手機電視市場，但都不敢奢望靠廣告收入維持。月前公布推出全新流動裝置適用的GOTV，它是一個App，支援iOS及Android，現時可觀看共三百四十一套精選電視劇，每套劇集也會放於GOTV內約一年，未來三年，將有一千四百二十五套電視劇陸續上載，每月大約有一萬集電視劇（約一萬小時）可供欣賞。月費五十九港元，年費四百九十九港元，變相成為了一個收費電視頻道，在這個免費時代，一講收錢用家就「閃」，所以都不易做。那現在熱議的網絡電視發展又如何？香港電視的王先生正雄心萬丈，加入電視行業五十周年的蔡和平先生直指因手機電視觀眾不喜歡在網上看到廣告，廣告效力不好自然影響到落廣告意慾，自然影響到廣告收入，所以不看好網絡電視。在現實角度來看，香港的廣告是不夠分，養不起那麼多媒體，而廣告不夠就會令製作成本減少，最後導致節目不好看。內地劇市場大，自然製作費多，質量好，難怪吸引到愈來愈多港人愛睇內地製作的節目，真是風水輪流轉。

隨想國

興國

流行

有些東西，流行一時就消失了；有些東西，流行之後會持續多年；有些東西，流行過後會消失一陣子又再流行。

比如食物，曾經流行過的胡椒蝦，如今在食肆已難吃到；比如中國稱作枱球的桌球，因為出了個丁俊暉，便流行起來，而且持續流行着；比如西裝，有時會流行雙排扣，有時會流行單排扣，有時流行大翻邊，隨時會作改變。

我手上有一本「文匯新民聯合報業集團新聞信息中心」發布的《中國流行語——二〇〇七發布榜》，翻閱二〇〇六年時的流行語，有些已經褪色，有些還在新聞信息上佔着流行的位置，有些就已然消失。

比如「中國二〇〇六年度流通度最高的十大流行語」分別是：社會主義榮辱觀、社區衛生服務、創新型國家、德國世界盃、股指期貨、社保基金、融資融券、八榮八恥、《江澤民文選》、中非合作論壇。像德國世界盃，注定隨着結束而不再流行了。

比如「中國二〇〇六年度流行語中的十大人名」是：叢飛、郭德剛、安倍、齊達內（即港譯施丹）、黃健翔、潘基文、丁曉兵、易中天、哈尼亞、楊威。這些當時曾經名揚一時的人物，有的已然淡出，有的還在舞台，最特別的，是安倍在二〇一三年依然因為他的軍國主義式言論，成為信息常提及的人。想來二〇一四年安倍的壞名依舊大量出現在新聞之中。

有什麼東西能像牛仔褲那樣，流行幾十年依然不褪色？有什麼人物，能以好名聲年年在人們口中流行相傳的？

五味人生

陶琦

豆腐的魅力

不論南北各地，嗜食豆腐者都甚眾，烹調的方式也是百變多樣：釀豆腐、燉豆腐、涼拌豆腐、紅燒豆腐、麻婆豆腐、文思豆腐……豆腐就像一個百依百順的小姑娘，可依據不同的喜好任由打扮，成就一道道佳餚。

昔日在民間，做豆腐是與打鐵、撐船並列的「三苦」之一。業者必須半夜就起來磨漿點鹵，天方矇矇亮，一板一板的新鮮豆腐，還冒着熱氣就被運到了市場上。挎着菜籃子的老太太，或拿着一隻碗來的街坊，往小攤買兩塊豆腐，再拎一把小葱，就是咄嗟立辦的一道家常菜。拿回家只須往鍋裡下薄油，把豆腐的兩面煎黃，加入豆豉、蠔油略燜，講究的則添入冬菜或毛豆，臨起鍋前再灑上切碎的小葱，即可令人百食不厭。

不過，豆腐又屬於易做難精的菜，既可作為簡約一味，入柴門荊扉的餐桌，也可登風雅人物的廳堂，俱饌供客。要想把普普通通的豆腐，做到他人擊節稱賞的地步，是相當考人的，需要有驚人的創造力及獨到的靈感。由於豆腐是廉價食品，有着清貧廉正的意象，尤其受士大夫的青睞，以此標榜自己安貧樂道，砥礪名節，只吃得起豆腐。因此，經過無數文人苦心孤詣的研究，豆腐也被吃成了一種文化，各種關於豆腐的逸事，都與文人有關。如清人袁枚到揚州友人家裡作客，席間有一道豆腐，沒有一點滷汁及增味的輔料，就是兩面煎至焦黃，吃起來卻有蟹螯的鮮味。

袁枚是美食家，深知能把豆腐做到這個程度，絕不簡單，於是他第二天向另一個朋友查開說起此事。查開好面子，說我也能做。袁枚如約上門一嘗，不禁失笑，原來查開是用雞和鳥雀的胸脯肉取代豆腐，費資超過十倍，卻沒有意想中的效果。袁枚兼精烹飪，知道這是最不入門的做法，因為豆腐是借味菜，只有巧妙將它味改移到豆腐當中，渾樸自然，不露一點斧鑿痕跡，方能受人稱道。

清道光年間，梁章鉅任山東按察使，有一次在大明湖畔的薛荔館與同僚聚飲。歷城令侯燮堂為了在上官面前露一手，親自挽袖下廚，以娛嘉賓。菜至數味，每座前各上一小碟，內盛兩枚方塊，眾人一嘗，皆不知為何物，只覺鮮美不可言，遂稱讚不絕。侯燮堂最後得意地揭開了謎底：「此豆腐耳！」能把豆腐做得令遍嘗異味的一干大吏都吃不出來，卻又同聲讚美的程度，堪稱治庖妙手。

這些傳說中的豆腐妙品，我皆無緣得嘗，最喜歡的就是冬天吃火鍋時，往湯裡放幾塊豆腐，任其久煮。到最後，豆腐已被煮成了蜂窩狀，湯中的鮮味也被盡數吸附入內，蘸上用辣椒、醬油、大葱做成的味碟而食，就上一碗熱騰騰的白米飯，簡直是神仙的享受。這一刻，豆腐的誘人魅力，一點也不在美饌珍餚之下。