

文匯時評
中国新闻名专栏

“反向团圆”也是团圆

吴兴人

核心观点

“反向团圆”也是团圆。“反向团圆”既解了思念之苦，又回避了“春节运动会”，还减轻了春运的负担，不失为一种豁达与智慧的选择，值得大大提倡。可以预期的是，随着外来务工者生活的进一步改善，“反向团圆”将更多地成为传统探亲方式的补充。

王玢清苏轼吃饭，柔奴出来敬酒。苏轼问地：岭南生活过得可如意？柔奴答道：“此心安处，便是吾乡。”苏轼大受感动，作《定风波》词赞曰：“试问岭南应不好，却道，此心安处是吾乡。”白居易也写过类似意思的诗句：“无论海角与天涯，大抵心安即是家。”

故乡，不一定非要到过去那几间老屋、一弯溪水不可；换个地方，事业有成，心情舒畅，增加见识，也可以成为“吾乡”。现在的许多老上海人，他们的故乡并非浦东，大多数是来自宁波、绍兴、广东、苏北和山东。滑稽戏《七十二家房客》便是一个明证。如今的新上海人，同样是来自四面八方。过

“有钱无钱，回家过年”。这是中国人的团圆观念。团圆了才能过年，才算过年。因此，华夏大地上年度一年地上演着世界上最大规模的人口迁徙——春运。

不过，民俗不是一成不变的。

此心安处是吾乡

由于春运期间返乡客流量过于集中，乘客买票难、回家路不顺等，让“回不回”成为一道难解的选择题。人们换位思考一下，认识到，顺时针画一个圆，是一个圆；逆时针画一个圆，也是一个圆。因此，对一些外来务工者来说，过年返乡团聚不再像曾经的、唯一的选择。许多人接受了这样一种观念：“过年只要一家人在一起，在哪里都一样。”于是，他们反其道而行之，或早早订好了机票，带着父母

一起旅游，领略不同地方的节日气氛；或请父母来大城市里住上一段时间，一起观光、吃饭、游览，因为老年人启程和返程比较自由。

由中国旅行社协会等单位发布的报告称，2018年春节回家出游过年成为民众旅游消费的主流选择。北京、上海、广州、深圳以及南京、苏州、杭州等地都是旅游过年的热门城市。数据显示，过去两年，外省到北京过年的游客人数持续增长，去年达到149.8万人次，同比增长3.6%。“反向团圆”比例的增加，减轻了春运的压力。

其实，这种随遇而安的“反向团圆”，古已有之。苏轼的好友王玢因为受“乌台诗案”牵连，被贬到处处冷僻荒僻之地的宾州。王玢受贬时，其妾柔奴随行。1083年王玢北归，两人在黄州相见，

大群野骆驼频繁光顾敦煌西湖

属于国家一级保护动物，目前总数不到1000头极度濒危



大群野骆驼在荒漠中飞奔。

周春辉摄

■本报记者 赵征南
通讯员 孙志成

记者昨天从甘肃敦煌西湖国家级自然保护区获悉，保护区工作人员日前在疏勒河段例行巡查时，与一个31峰的大群野骆驼不期而遇。这是保护区建立以来，首次发现大群野骆驼在保护区北部的疏勒河古道地区活动。

疏勒河段生态环境明显好转

见到野骆驼时，工作人员十分欣喜，当即拍摄了珍贵的影像资料。从驼群中可分辨出有成年和未成年骆驼，是一个较为庞大的繁殖群，它们是到疏勒河道来饮水和觅食的。

疏勒河古道自清代中期以来长期处于干涸和沙化状态，以往河道个别区段只有少量渗出的盐碱水，游荡到此的野骆驼也仅有一两峰。此次这么多野骆驼在这一带出现，说明疏勒河古道尾间的生态环境发生了明显变化。

科研人员监测发现，保护区建立以来，随着严格的保护管理和区域资源环境的恢复，30峰以上的野骆驼大群频频出现，而且活动范围进一步扩大。据监测记录，2005年保护区管理局成立前，一次遇见的最大种群数量仅为13峰，而2009年8月19日和26日，两次遇见的种群数量分别达34峰和24峰，2016年6月22日遇见的种群数量达33峰。而自2012年2月以来应用红外线相机监测，大群野骆驼频繁光顾敦煌西湖，2016年底的短短一个多月时间，记录到的11至16峰的野骆驼群达3次之多。

对此，有关专家分析，野骆驼善长途跋涉，6600平方公里的保护区加上毗邻的分布区，总面积达9万平方公里；野骆驼生性胆小，遇有惊扰，就会退向沙漠腹地，保护区则严格管控生态入侵；野骆驼喜食骆驼刺、芦苇、柽柳、沙拐枣、梭梭、胡杨等植物，东阿尔金山的冰雪融水

下渗透过地下水潜流在低洼的敦煌西湖以泉眼的形式露头，再加上当地在整治水资源上的努力，使湿地面积不断增加，为野骆驼到此觅食、饮水和生息提供了基本条件。

与家骆驼并非同一物种

野骆驼又称双峰驼，是目前世界上仅存的野生骆驼，总数不到1000头，现在仅分布于我国新疆东南塔克拉玛干沙漠、青海西北部、甘肃西北部进入内蒙古戈壁荒漠，延伸至蒙古和中亚的狭长“孤岛”地区，属于极度濒危物种，是我国国家一级保护动物。其同族兄弟野单峰驼，早已在数百年前灭绝。

野骆驼的生存适应能力极强。科研人员发现，即便在恶劣的沙漠环境中，20多天不食不喝，野骆驼也能在沙漠中四处飞驰。此外，它们的惊人能力还包括：体温能在34℃至41℃之间自然调节；血糖浓度比其他反刍动物高2倍，却没有糖尿病的任何症状；盐的摄

入量是牛的8倍；能自我解毒；罕有心血管方面的疾病。

曾经有两种说法，一种认为野骆驼是家骆驼逃出野外“变野”的，另一种则认为家骆驼是由野骆驼经过长期驯化而成的。实际上，两种说法都是错的。

从生活习性上看，野骆驼与家骆驼的区别在于，野骆驼生性胆小，遇见人急速逃离；体型上，双峰较小，腿细长，全部为一色（即黄褐色）。而家骆驼遇见人是不怕的、不跑的；体型上，家骆驼双峰巨大，体态臃肿，毛色除了黄褐色外，还有深褐色、黄白色、杂色等。

从专业角度看，两者的基因差别才是国际上认定家骆驼和野骆驼的主要指标。科学研究表明，野骆驼和家骆驼并非同一物种，他们的遗传基因相差竟然高达2%至3%，比人和黑猩猩的基因差异还要高。专家推测，家骆驼的祖先可能只是现存野骆驼的近缘种。

京华 风景线

■本报驻京记者 江胜信

已届六旬的舍增泰该算得上是一位奇人——

年轻时开过火车，当过教官，尽管不是专业厨师，却被联合国粮农组织授予“世界十大名厨”之誉，而中国仅此一位；他既能颠勺挥铲，端出舌尖上的美味，也能口角生风、舞文弄墨，让你知道美食的渊源轶事及手工艺的流转传承，北京市东城区作协会员是他的另一重身份。

在餐饮界诸多非遗项目中，“厨子舍”虽然没有店面，却是北京城最后的厨行。舍增泰作为“厨子舍”传承人，竟能在厨行难有生存土壤的今天，顺利收徒，同时培育了一大批忠实“吃货”。

岁末年初的舍增泰很忙，除了给一大家子的团圆饭亮几道祖传手艺，还常现身崇文门外街道都市馨园社区的“厨子舍博物馆”，为前来参观的观众们讲解，又在石景山区图书馆推出非遗讲座，让读者边听边尝，走近“厨子舍”。

“清真菜大王”技传600年

大家可别把“厨行”和“厨师”相混淆。现在我们所说的“厨师”，是指餐馆或食堂的掌勺；而过去老北京的“厨行”，俗称“跑大帮的”。谁家要办红白喜事，得请厨子上门，在院内支大棚，砌火灶，一摆

厨子舍：北京城最后的厨行

就是数十桌、上百桌流水席。回民厨行的身手更是了得——回族宴席不上烟酒，客人从落座到起席，仅需25分钟，是所有民族里最快的流水席。

“厨子梁”“厨子冯”“厨子杨”“厨子王”……老北京的厨行鼎盛时有20多家。上个世纪50年代公私合营，很多厨子进了恢复大食堂、机关厂矿食堂。唯有舍增泰的父亲舍崇禄不忍“厨子舍”失传，口传心授，对舍增泰等兄弟四人的要求是“不必入行，但必须学会手艺”。

如今，“厨子舍”成了北京城最后的厨行，它也是有着600多年清晰传承脉络的“清真菜大王”。这得追溯到1404年创立的“厨子舍”。“厨子舍”是明代宫廷清真宴席的御用主厨。舍增泰的高祖父是“厨子舍”的学徒，1840年创立“厨子舍”，其烹饪技艺由“厨子舍”变成“厨子舍”。到舍增泰这一辈，“厨子舍”传了5代，加上仇家的16代，这门技艺共传21代。

如今，“厨子舍”有了第6代传人，即舍增泰的女儿舍鸥和侄儿舍闯。做菜肴从原料把关，如做牛羊肉菜，要先了解哪个部位适合做哪种菜。舍增泰跟着父亲学手艺，从厨工到砌灶用了10年，他现在同样严格地要求女儿和侄子，“每一个环节都不能省，只有这样，才能像我父亲

一样‘物各献一性，一碗各成一味’，也只有这样才能告慰我的父亲。”

不论多大席只砌一个灶

在1990年9月北京丰台清真寺的落成典礼上，“厨子舍”明亮亮灶完美炫技：500人的席，10桌一摆，每桌10人，20道菜，每半小时翻一次桌，共翻5次。这样的速度让所有的清真餐馆都打了退堂鼓，唯有请出“厨子舍”。

“厨子舍”为什么能做到？砌灶是关键。要想亲见“厨子舍”的灶，可来“厨子舍博物馆”。馆内陈列着一座颇具规模的七眼灶，左侧坐5层蒸屉，右侧置一柄炒勺，各个灶眼架着各式锅具。

舍增泰为观众担任义务解说：“接下来活儿，‘厨子舍’先要去踏勘场地，根据宴席规模，画好图纸，现场砌灶。砌灶只用砖块和泥巴，不靠别的什么东西支撑，砖与砖的角度很讲究，既符合力学原理，又兼顾‘温度、氧气、燃气’燃烧三要素。在灶眼上放100多斤重的锅和菜都没问题。”“厨子舍”的传人不仅是好厨师，还是好工匠。”

更绝的是，无论做多大的席面，“厨子舍”只砌一个灶，根据宾客人数，决定开多少灶眼。少则三五個，多则十几个。灶膛里燃的是煤和柴，所有灶眼都用这

同一个火源，眼眼相通，用泥巴控制火力强弱，蒸、煮、煨、煎、炸、炒、烩、扒、溜等烹饪技法，全能在一个灶上实现。一个砌得好的灶，加足燃料，能烧上两天。

让人惦记的“老味道”

“厨子舍”的菜没有菜谱，全靠口传心授。舍增泰从父亲那里继承了150多种传统清真菜，能烹制400余种，这些菜一律不以重油、重辣调味，讲究能吃出食材本身的香味，是一种吃了还能让人惦记的“老味道”。

“厨子舍”的菜分为压桌、扣菜、汤菜和炒菜四类，按顺序上桌。最先上的压桌，通常是糖卷果、肉卷果、艾窝窝、豌豆黄、驴打滚、山药卷、江米藕、果羹等面点和风味小吃；扣菜是用笼屉蒸出来的，连汤带菜上桌；最后上炒菜，3分钟就要出一道。一般的清真宴席有20道菜左右，包括6到10个压桌、4个扣菜、4个汤菜和4个炒菜。

日前，在石景山图书馆的非遗讲座上，舍增泰表示，他正考虑开一个店面，让“厨子舍”手艺传承下去，让清真菜食客们有机会再品老味道。

(本报北京2月27日专电)

首都博物馆揭幕“最高规格”西藏历史文化展

《步辇图》领衔讲述“天路文华”

■本报驻京记者 周涛

公元8世纪喀什米尔风格的释迦牟尼像、公元3世纪的“王侯”汉字织锦和金面纱……作为首都博物馆2018年重点打造的精品展览之一，“天路文华——西藏历史文化展”27日正式开幕，伴随着传统藏戏“扎西雪巴”吉祥喜庆的歌声和舞步，来自21家文物收藏单位的216件(组)文物揭开其神秘面纱。

“天路文华——西藏历史文化展”由北京市人民政府和西藏自治区人民政府共同在京主办。首都博物馆馆长韩志明介绍，本次展览的展品汇集北京、西藏、河北、重庆、青海五省市自治区珍藏。其中，西藏地区文博机构和寺庙提供文物180余件(组)，三级品以上国家珍贵文物占90.8%。

此次西藏参展文物中，大昭寺、扎什伦布寺、萨迦寺等13家寺庙提供的文物均为首次与公众见面。该展览策展人、首都博物馆副研究员张杰指出，展览规模、文物级别皆为西藏展览历史之最。

记者随张杰在首都博物馆的地下库房提前“探秘”了数件珍贵文物。

一件源于西藏阿里地区的金面纱颇为引人注目，其历史可追溯到3世纪。在被称为“世界屋脊的屋脊”的阿里高原上，曾存在一个强盛的象雄王国，文献记载，象雄王国王室安葬时会使用金银制作覆面，在这件金面纱上清晰可见羊、鸟、树等纹饰图案。据悉，神秘的象雄王国文物此前从未曾在内地举办的任何西藏展览中。

另一件3世纪的“王侯”汉字织锦，

以藏青和橙黄双色呈现图案，细看上面有成对出现的孔雀、鸟等动物，还可见“王侯”两个汉字。这件出土于阿里地区噶尔县故如甲木墓地的文物是西藏西部第一次发现的汉地丝织物。它进一步证实了，显然是中原生产后传入西藏的，说明3世纪时西藏和内地已存在文化交往和沟通。”张杰说。

观众也可在展览上一睹3世纪的茶叶“真容”，这也是目前中国考古发现最早出现于青藏高原的茶叶。据主持这次考古发掘工作的中国社会科学院考古研究所西藏工作队全涛研究员介绍，它们可能并不完全是用来泡茶饮用的，也有可能直接食用。

在展览现场，还可见被称为“中国十大传世名画”之一的《步辇图》。这件唐代阎立本绘制的著名历史画卷收藏于故宫博物院，直接反映禄东赞受松赞干布派遣，向唐太宗请求和亲史实。由于画作年代久远，为保护文物，该画卷仅展出两个月。此外，“明星文物”还包括历史上第一部官方修订的永乐版“甘珠尔”大藏经，瓶身上图像与著名的敦煌壁画中的反弹琵琶如出一辙的兽首胡人纹鎏金银瓶等。

“大家印象中的青藏高原虽是‘天路’，但实际上，西藏与内地的文明交往并没有被自然条件所阻隔。”张杰说，展览以文明溯源、高原天路、雪域佛韵、和同一家等四个方面为主题，呈现西藏历史文化，并以此作为线索选取了各个重要时间节点的代表文物，是一个不同于以往的西藏展。

(本报北京2月27日专电)



展览现场，传世名画《步辇图》吸引了众多观众的目光。(首都博物馆供图)

小心掉入智力狂欢背后的“直播黑洞”

(上接第一版)

游戏可以益智，但真正的知识不是信息的堆砌，而是通过思考、探索实践，长期累积而来的。落入直播答题“精力黑洞”的用户，开始被“撒币暴雨”吸引入局，可被一轮轮无效信息折腾下来，真正有机会分到手的，不过是几元钱的“毛毛雨”。与此前的知识付费产品相比，手法更为简单粗暴，离知识本身也更远。

病毒性传播背后的广告商套路

在短短一个月间，十几家平台先后加入直播答题领域，前期几乎以每天百万奖金的额度持续投入。细细盘点，这些产品面目相似，界面简单粗暴，主持人错误连篇，服务器动辄崩溃，都不具备持续发展的潜力。

那么平台方打的是什么算盘？真的如某位投资人所说的那样，只是“我撒币，我乐意”么？

撒币百万最终剑指高额广告费。原来，答题过程中，用户一旦没有在规定时间内给出答案或者答错，用户就会从这场“万元现金争夺战”中出局。

而唯一继续的方式是使用“复活卡”。而获得“复活卡”的唯一方式，便是依靠社交媒体邀请好友安装App。病毒性营销模式让直播答题平台的用户人数获得了几何倍数级增长，还催生贩卖“复活卡”的“灰色产业链”。

用户大批涌入，引得广告商趋之若鹜。某平台为外卖软件开出第一场直播答题广告专场，12道题有三分之一的题目是广告植入，涉及外卖软件的各种业务，数百万在线用户相当于看了一个三十多分钟的直播广告。相比热门网络综艺1.5元只能买几分钟，观众还可以快速广告，三十多分钟的一场直播答题，广告“金主”贯穿主持人口播和题目始终。更有甚者，直接把答案挂在广告主的软件平台，用户如果不下载软件，答题全靠猜。这笔买卖，对于平台与广告商，都是再划算不过。

营销至上、流量为王的商业逻辑之下，“知识”二字再一次成为实现某种商业目的和全民娱乐的工具。而在流量狂欢中，用户不自觉地被吸入了各种注意力“黑洞”，又一次陷入互联网“碎片化学习”与“知识变现”的陷阱。