

第九十四期《文訊》：紀念日

Issue No. 94 of *Word Power: Days to Remember*

請按此 今期《文訊》。網頁上備有《文訊》PDF版本，可供瀏覽。



公務員事務局法定語文事務部

文訊

WORD POWER

第九十四期 (二零二四年一月) : 紀念日
Issue No.94 (January 2024) : Days to Remember

OFFICIAL LANGUAGES DIVISION, CIVIL SERVICE BUREAU

最好的禮物

聖誕剛過，春節馬上又到了。逢年過節，少不免送禮。美國作家歐亨利(O. Henry)的經典之作《聖誕禮物》(The Gift of the Magi)敘述了這樣一個故事：聖誕臨近，一對貧窮的年輕夫婦為了送禮物給對方，一個剪掉秀髮，換成金錶鏈送予夫君；一個變賣家傳金錶，買下愛妻念念不忘的髮飾。陰差陽錯下，兩人得物無所用。雖然如此，歐亨利卻認為他們深諳送禮之道，智慧之高堪比東方三博士。

《聖誕禮物》寫於一九零五年，故事中那對小夫妻假若生活在百多年後的今天，即使智慧再高，買禮物的煩惱也只會增無減。今時今日，夫妻互送禮物的日子可不止於聖誕節。相識邂逅、表白定情、結婚周年……值得紀念的日子不勝枚舉。香港作家朱少璋冷眼旁觀，在〈發展感情這回事〉一文寫道：“有了這批‘紀念日’作座標，感情就好像有了定點的發展根據和方向。”紀念日愈來愈受重視，甚至成為考驗雙方關係的小測大考。有些戀情才剛萌芽，便因某一方忘記紀念日而大大扣分；有一些岌岌可危的愛情，卻憑紀念日的名貴禮物勉強過關。

紀念日無禮不歡的現象並非戀人所獨有。現今社會，凡有節慶，似乎總要吃喝玩樂、互送禮物，才稱得上盡興。情人節紀念的是誰？聖誕節又有何意義？這些都在瘋狂的促銷搶購與熱鬧的觥籌交錯間一一被人遺忘，紀念日彷彿就是為了購物、送禮、享樂而生。教宗方濟各多次抨擊聖誕節過度商業化，呼籲世人回歸簡樸生活，把省下來的錢用來幫助有需要的人。對消費至上的節日文化同樣深惡痛絕的，還有提倡設立母親節的安娜·查維斯(Anna Jarvis)。

查維斯經歷喪母之痛後，決定達成母親的遺願：指定一個日子來紀念天下的母親，表揚她們的無私奉獻。經她多方奔走，美國終於在一九一四年把每年五月第二個星期天(最接近查維斯母親忌日的星期天)定為母親節。

查維斯離鄉工作，母女長期分隔兩地，全賴一紙家書聊訴思念之情。她深明紙短情長的道理，鼓勵人們在母親節當天親筆寫信，讚頌親恩。然而，當時大眾慶祝母親節，與其他節日一樣，總離不開消費。與其花時間寫信，何不乾脆購買賀卡，在預印的詞句旁邊簽名了事？查維斯批評道：“致送預印的賀卡，只代表你對為自己付出最多的人，連寫點東西的心思都沒有。”象徵母親節的白康乃馨平日乏人問津，但一到母親節，價格便會飆升。當白康乃馨供不應求，花商便聲稱白康乃馨只適合紀念去世的母親，若母親健在，應贈以紅康乃馨。母親節日益商業化，查維斯不禁慨歎：“母親節像聖誕等節慶一樣，淪為禮物日，帶來沉重壓力，人人大灑金錢，造成諸多浪費，實非我們所樂見。”

到了二十一世紀，消費主義愈演愈烈。不少人以為在父親節、母親節當天與父母一起上館子，送上名貴禮物，便是孝順；在紀念日、節慶送禮給親友，便能維繫感情。事實上，父母也許更渴望子女陪伴左右；收禮者則為回禮費煞思量，最後人人家中都多了一些棄之可惜的無用之物。

難道表達心意一定得花錢嗎？翻譯家鄭振鐸種了兩株石榴樹，趁果實尚未熟透，用小刀刻上親友和鄰家孩子的名字。果子成熟後，他會找個星期天把孩子叫來，分發石榴；和他們一起玩遊戲、說故事。原本平平無奇的星期天，從此變成大家翹首以待的“石榴節”，永誌在這些孩子心中。

紀念日原是年曆上一個平常日子，因記掛惦念而變得意義非凡；禮物本是生活中一件尋常物事，因濃情厚意而變得彌足珍貴。對《聖誕禮物》中那兩口子來說，儘管錶鏈和髮飾失去了實際功用，卻給予他倆攜手面對困難的勇氣和希望。千里送鵝毛，禮輕情意重。只要贈物之人情真意切，哪怕微薄平凡如一顆石榴，已是最好的禮物。

《文訊》另載於公務員易學網的“部門資源區”。

Word Power is also available under “Departmental Resources” of the Cyber Learning Centre (CLC) Plus.