



老饕,贪吃之人。老饕谈吃,其实就是吃货谈吃。但在北方人的语境里,“吃货”实在算不上好词儿——坊间若有人被耻笑为“吃货”,那便离“酒囊饭袋”不远了。

但我认为,对“吃货”不能一概而论,特别是生活条件改善以后,吃,早已不是单纯为了果腹。那些所谓的“吃货”早已旧貌换了新颜,他们懂吃会吃,研究吃,饭桌上的四凉八热也被他们注入了新的文化内涵。晒起自家拿手菜时,个个红光满面,口若悬河。虽不能比肩美食家,却都把各自的餐桌侍弄得异彩纷呈、活色生香。

说起来我顶多算是半个这样的“吃货”,这不是自谦,实在是下厨掌勺的机会寥寥。不过这并不影响我理论先行,动嘴大于动手的好处是厨艺虽不断萎缩,但头脑却日渐发达,总结起

### ●网络新词语

## 雪地游牧人

刘玉杰

“雪地游牧人”是近期流行的一个趣味梗,主要用于形容那些痴迷于滑雪或赏雪的户外爱好者。由于他们对雪怀有深厚情感,往往会像传统游牧民族跟随水草迁徙那样,依据季节变化主动“逐雪而行”。正如草原上的牧民在夏、冬牧场之间转换,这些“追雪人”也会在不同时期奔赴国内外各类雪域胜地,因此被网友们形象地调侃为“雪地游牧人”。

冬季是他们释放热情、追寻自由的黄金时段。一旦从社交平台刷到某个滑雪场或心仪景区开始积雪的消息,他们便迅速进入“备战状态”:通常会在周五提前请假,巧妙地“上四休三”,为自己规划一场尽兴的玩雪之旅。这一现象不仅捕捉到现代年轻人协调工作与休闲的独特方式,也形象地反映出人们对自然冰雪的向往。

谁也没有想到,那只一向独来独往的狐狸,竟然对结交朋友产生了浓厚的兴趣。

狐狸穿行于高耸的葡萄树荫下,瞥见猴子正悠然自得地享用枝头上的葡萄。狐狸对那一串串诱人的果实早已垂涎三尺,眼珠一转,便笑着开口道:“机智过人的猴子,能否有幸与你结为朋友?”

“在家靠父母,出门靠朋友。当然可以!”猴子虽对狐狸的多疑心存芥蒂,但见其主动示好,便欣然应允,还摘下数串饱满甘甜的葡萄赠予狐狸。

又见老牛俯身耕作,狐狸心头一动,想到了自家那片荒芜之地,随即热情地迈向田埂,与老牛攀谈:“勤勉仁慈的牛伯伯,不知能否有幸与您成为朋友?”

“朋友多了路好走,冤家多了路难行。没问题!”老牛虽对狐狸的惰性颇有微词,但得知其有意种植蔬菜,便爽快答应,当即扛起犁耙,随狐狸而去。寒冬将至,狐狸欲将家迁至山脚

# 老饕谈吃

付振强

烹饪理论来,那也是“碟上擦碗”——一套一套的。家人烦我总在身边指手画脚,但也不能不承认,同样的一道菜,经我一番“指点”,化腐朽为神奇的有,点石成金的例子也不少。

先不说馒头如何蒸才能绵软暄腾有面香,也不讲米饭怎么上锅才能油润有光泽,就说这桌布风格是不是就该素洁雅致? 颜色绝不能花哨闹腾,不然就会夺了菜品的光芒;还有这餐盘的使用也有说道,讲究什么菜入什么盘。菜的摆放也要讲美感,不能横七竖八左右支棱,这种“破相”菜品最倒人胃口。其实只需在装盘前稍稍把菜归拢成形,尤其是最后一勺绝不能随意往盘中一扒拉了事,一定要均匀铺撒在菜的表面,最后再用餐纸拭净盘子四围,这样的菜端上来怎能不“唇红齿白”,甭吃,看着就来食欲。

但光说不练是假把式,就拿我的拿手菜红烧带鱼举例吧。红烧带鱼大家都喜欢,却不是所有人都掌握了正确的烹饪方法。有人说不就是“一煎二炖三咕嘟”吗? 这有何难? 但这样做出的带鱼不仅腥,吃起来还缺滋少味。做带鱼其实是有些窍门要遵循的,首先采买这一关就非常重要。有人买带鱼不问产地品种,以为是带鱼就可以拿来红烧入味,这显然就输在起跑线上了。我买带鱼只选国产的,且厚度在半公分左右。那种长着大骨节的带鱼我坚决不要,因为这种带鱼的肉质密实难以入味,红烧只会徒劳无功。

带鱼买回来后,务必要刮掉它身上的“白鳞”。有人说那是鱼身上的油脂,富含不饱和脂肪酸,刮掉了可惜。这其实是认知上的偏差,带鱼出水即死,经过长途跋涉运到内地市场,那点营养早就随风飘走了。况且带鱼表面的油脂腥味浓烈,若处理不当,那股腥

气会让人难以下咽。

还有人习惯在煎炸带鱼时裹上蛋液或面糊,以为这样烹制出来的带鱼才正宗,这其实又是认知上出了偏差。裹面糊是那个缺吃少穿的年代的做法,因为那时家庭人口多,带鱼裹上面糊炸出来“出数儿”。现在生活富裕了,再给带鱼裹面糊就显得多余了,而且裹上面糊后汤色会浑浊不清,烧出来的带鱼也会失去本来风味。

我通常的做法是把洗净沥干后的带鱼均匀切成寸许块,依次送入油锅煎炸,带鱼煎至两面金黄后入盘待命。保留底油,把葱姜蒜和八角若干放入锅中煸炒爆香,然后将酱油、醋、白糖、料酒倒入空碗,搅拌到酸甜适口后再入锅与葱姜蒜一起调制。直到汤汁“突突”地冒出一个个气泡儿,就可以把带鱼倒入锅中一起烹制了。

这才是红烧带鱼的正确打开方式,也是最容易被人忽略的烹饪窍门。许多人在煎完鱼后并不起锅,而习惯把葱姜蒜直接铺撒在鱼的表面,他们不清楚作料提前调制好的重要性,而是抓起酱油瓶“咚咚咚”一通倒,又抄起醋瓶“嘟嘟嘟”地来一下子,然后盖上锅盖一闷了事。粗放式的烹制,忽视了汤汁在烹饪中的地位,导致的结果就是带鱼那独有的香味很难被释放出来。

当汤汁不断冒出气泡,鱼块也在气泡的作用下不安分地掀动身子的时候,鱼香已经不甘示弱地跑出来开始占领房间了。再看盘中,抢先吸足了汤汁的葱姜蒜绵软而不失形,盘底油汁清亮,汤色正好,色泽红润的带鱼当仁不让地成了主角。当你埋头大快朵颐到一半,汤汁的魅力开始慢慢显现,你断不能忽视它的存在,赶紧将一碗热气腾腾的白米饭拌入其中,米饭瞬间被汤色浸染,迫不及待地吃上一口,一种唇齿留香的感觉迅速在口中蔓延开来。

这一段柴门小院的美食经,是一首由柴米油盐弹奏出的锅碗瓢盆交响曲,表面看是吃货“穷事儿太多”,其实背后是百姓对美好生活的向往。灶台上的烟火气越是兴旺,越说明我们的日子活色生香,滋味绵长。

枉费心机!

“你也配!”狐狸抄起棍棒,环顾四周,确认再无旁人,便毫不留情地将兔子逐出门外,恶狠狠地说,“做你的白日梦去吧!”

一日,狐狸不慎落入猎人的陷阱。“狐狸,坚持住,我来了!”绝望之际,那只曾被它冷酷拒绝的兔子,毫不犹豫地找来藤条,小心翼翼地将其拉出陷阱。

“朋友,我……我之前那般待你,你为何还要救我?”重获自由的狐狸,语气中满是感激与愧疚。兔子淡然一笑:“山林动物本是一家,理应互帮互助……”听了兔子的话,狐狸羞得无地自容。

自此,狐狸摒弃了唯利是图的交友想法,学会了以诚待人,用心感受每一份友谊的温馨。它终于找到了真正属于自己的朋友圈,它们或许并不完美,但在彼此需要之时,总能毫不犹豫地伸出援手。



开一面

你注意过吗?一首歌有多长时间?

流行歌曲的时长一般在3分钟至5分钟,这是由早期唱片单面所能容纳和播放音乐的时长所决定的,并作为传统延续下来。

互联网短视频崛起后,作为视频配乐的歌曲往往只有1分钟以内的展示时间,甚至可能被压缩至10秒乃至更短。用户习惯快速消费内容,音乐家们也能够通过大数据获知哪首歌、哪个小节更受听众欢迎。进而,许多流行歌曲的时长降至两分钟以内。音乐家们主动适配短视频平台的需求,在节奏性、剪辑便利度等方面进行了强化,以求能够获得更多的网络关注。

这似乎是理所当然的。过去,唱片是音乐的载体,决定了流行歌曲的通用时长;现在,网络平台是新的载体,带来了流行歌曲时长的压缩。人类主动适应时代发展,积极站上新的赛道。

新赛道有数据作为发令枪,似乎连标准都变得更加公允和明确了。不过,新赛道上也出现了新的竞争者——AI创作。最近一段时间,喜欢听歌的网友很容易就能在各大网络音乐平台听到一些“有点熟悉”“说不清哪里不对”的歌曲,而其“歌手”页面要么空无他物,要么就罗列了连篇累牍、数量惊人的“新歌新作”。这些歌曲是否由AI生成呢? 在没有明确标注的情况下,大多数人并不能依靠耳朵做出判断。但根据已公布的信息,今年颇有一些通过AI工具生成的歌曲在音乐平台获得好评,甚至跻身排行榜高位。这些AI作词作曲的歌曲,不仅有着“规模化生产”的数量优势,还有着对推送机制、对榜单算法、对流量分配的精密分析和精准把控。从这一刻起,习惯“人工”作业的音乐家们不得不直视身边的对手是成千上万驾驶着数据分析战车的机器人的客观事实。

或许,从人类选择“流量”作为判断音乐价值的标准时,“下一个爆款”就注定是AI的囊中之物。当然,音乐家可以借助AI提高创作效率,分析作品的流行性和传播性,不过当AI拥有对作品的最终评判权和决策权时,究竟是人在为AI工作,还是AI在为人类服务呢? 当AI创作的文艺作品能够准确把握大多数受众喜好时,人类究竟是得到了AI的认可,还是被AI彻底征服?

这样的赛道不只在流行音乐领域,在网剧等许多领域也在进一步铺开。我们有可能最先在流行音乐的发展中得到答案。毕竟,歌曲的版权及收益问题已经成为音乐界激烈讨论的焦点。随着老牌音乐公司和AI音乐公司达成合作,依赖版权的音乐平台和以AI音乐为主打的新平台实现同步衔接,新赛道上的新赢家已经越跑越轻快了。

新赛道上的对决

任人