“都挺好”底下藏着的“都不好”

电视剧《都挺好》令人联想到美国小说《纠正》，作者乔纳森·弗兰岑自己说“我写完每一章都大哭不已”，读者面对这样一部小说，也会有各自的反应。我的反应是，看着看着就会大惊失色。弗兰岑透彻地写出了原生家庭的每一种层面，点点滴滴：不和谐的夫妻、抑郁的母女、父子关系、彼此看不到的绝望，看似精神崩溃的大儿子、失业的小儿子、又美丽又有能力的女儿，却在现实生活上一塌糊涂……一艘华丽的家庭之船正在沉没。

这种家庭之船的沉没当然有一定，和《都挺好》剧中人物组成的结构相似：都是父母和三个子女组成的家庭。《纠正》这个故事一点也不励志，相反，简直是满满的负能量，且颠覆了人们普遍的常识的认知，比如“读了书的人就有幸福生活”，在小说里，伊妮德和艾尔弗雷德熬了一辈子，大儿子加里与妻子卡罗尔幸福生活了20年，却一直陷入对立冲突纠缠的局面。比如“学习好就有好前途”，二儿子奇普学业有成，事业也像蒸蒸日上，39岁时，却因在学校与女学生的丑闻失业，落得到去帮前雇主……为父母准备晚餐。甚至，说到“女人只要自强自立就有美好生活”，这一家里比较正常的人——能说会干的美女大厨丹妮丝也是在家庭生活里乱了阵脚，跟老板和老板妻子都有纠缠。

如同《纠正》一样，《都挺好》也颠覆了国产家庭剧的很多模式化的套路，正视了家庭中这些“都挺好”的一团和气底下，潜藏着的各种“都不好”。

苏家女人们冷漠刻薄，男人们自私油滑。苏父窝囊了一辈子，被强势老婆管制得死死的，甚至有一次为了到房校跨学校正当给老婆下跪。老婆去世以后，他彻底放飞了自我，在儿子面前各种作，贪吃零、要是非、有事要……没担当，用二儿子的话说“我爸就是不靠谱的代名词”。

大儿子明哲在美国失业了，家里全靠老婆一个人工作养活，可能下要放下名校毕业的身段去做蓝领工作。二儿子明成啃老，从小到大享受着母亲的溺爱，对妹妹明玉就加欺人，日常对明玉冷嘲热讽，导致小女儿长达十年与家庭断交。

是不是每个家庭都有这样的故事？是纠正是救？每个人心底是否都有着解不开的疙瘩？在《都挺好》里，苏母去世后苏父暴露出自私和虚荣，在小说《纠正》里，父亲患帕金森病和大脑退化，让母亲陷入永无休止的抱怨。或者说，才是生活的真相。只有揭开这些“都不好”的故事，才能让人直面人性的弱点和生活的多元。在叶小说五千零万化的现实画面，不至于被捆绑在下降，像故事里的主人公一样看下去，而那又落入现实的深渊。

那一家人需人浑浑的无奈是什么？那是他们生活全王至列的面子，露出的破败是其中的里子。剧中对家庭关系进行了催人深省的思考，对中国男性的性格缺陷进行了批判性注意。

苏父是个最让气的一杆况是大家长，里操儿女们如何有耐心地聊聊。哪一天，老头喝多了，开心到飞起，这样的老人来，生活里子就那么苦，一辈子就活在面子和亲戚地里，并没有更大的世界等着他们去了解、去证明，只要在那个小圈子里有面子，就成了“人上人”，吃多少苦也都是值当的。这种要面子的心理，在儿子们身上也表现得很大。明哲为了面子，打死也不愿跟国内的家人说自己失业的事，甚至在妹妹出去买单的时候，还在编故事——“暂时不能带着老婆来美国，是因为要工作……”直到当着妹妹的面抖落出子的窘困事实，看到儿媳妇的苛刻出面指出面子而出手的时候。保个孩子都能中看不中用的时候，让人觉得又笑又又悲凉。搞笑伤苏家父子，哪个不是撑出来的巨婴？用弹幕上观众的话说：“没一个省油的灯”。老头一出事就哭丧着去找儿子，老大死要面子却拿不到面子，老二成事不足败事有余，三人都说过同一句台词“明玉人不错”。面对问题却都显得软弱而缺乏行动力，一躲二推三抱怨。

面子这玩意儿，在过去的人情社会里是一项生存的筹码和杠杆，可以用来兑换其他利益，就好比你在乎人情，你活得有头有脸，别人才给你面子、给你开后门、行方便。从这个角度，不难理解苏家父母宁愿砸锅卖铁送大儿出国，帮助二儿结婚买房，却不给女儿一分一毫等得来的资料，这不仅仅是重男轻女那么简单的观念，深究的话，在父母的潜意识里，儿子出人头地会给家里长脸，而女儿的未来和整个家庭的“面子工程”关系不大。

现代社会里，作为杠杆的面子所能撬动的资源有限，面子变得不再那么重要。社会的高度制度化，使得办很多事已经不需要靠打人情牌，甚至不需要人，直接跟电脑程序交涉就好。尤其在金融与陌生人组成的现代社会中，抓住个人情面子更重要，价值的面子会贬值，带来的自负感有些愚蠢。

说到面子，在学家西蒙·波伏娃认为“女性就被生活在生活的屏障中”，因为比男人更谦虚、更真实。反观《都挺好》中的几位女性都很有话题，她们看重生活的里子甚于面子，大嫂在大哥失业的时候，能够直面现实，劝说大哥放下架子接受蓝领工作。二嫂支持二哥啃老多年后，不想再啃，提出要和二哥一起给父亲打工。明玉更不用说了，堪称当前热播的“三十而立女性”代言人，一路冲出原生家庭打压束缚，一路为苏家力挽狂澜，苏家的三个人都对于更慷慨的化身。难怪弹幕会调侃“大嫂二嫂明玉三个人过得了”。虽然该剧为迎合女性观众有点矫枉过正，将女性形象塑造得完美到让人有些刻意，但令人欣慰的是，一波又一波女性主义话题、传统原生家庭问题，终于影响到了国产剧——这部家庭剧带来的最终效果是摒弃了以往的婆媳争斗、婚姻出轨、嫁娶彩礼、正房打小三等话题，开始从文化和社会层面上，探讨在现代社会男性和女性在成长中不同步不对等的问题了。

摘自《都市快报》

意大利皮埃蒙特

中国安徽骆驼峰

征服世界的那条路 （网摘）

各国婚俗如何破旧立新

韩国

韩国传统的婚姻和中国一样，以儒教传统举行，需要父母包办，结婚礼俗的模式是既需要又繁琐的“六礼”。随着社会的发展，现代韩国青年大多放弃了包办婚姻的旧俗，男女自由恋爱，不少青年男女婚姻以个人意愿为准则，强调“只要我们幸福就可以”。

不过，由于根深蒂固的儒教传统的影响，重礼仪的韩国民族并没有在婚俗中完全放弃一些重要的传统礼节。例如，鸭子和鸡是韩式婚礼上重要的“客人”，因为它们都是终身配偶制的，寓意专一的心。新人互赠木制的鸭或鸭子也是立婚誓词的仪式之一。

德国

在上世纪60年代中以前，德国人基本遵循着男人外出工作养家糊口，妻子做主妇料理家务的家庭模式。结婚前，男子一般要向女方父母求亲，女方家长则会考虑男方的经济实力。按照当时传统，结婚前夫妻要为未来准备工作或置房，购置家具，并拿出一笔经费用于婚礼筹备。婚后，小两口过日子的经济来源则主要出自丈夫一方。

上世纪60年代后期，席卷西欧的大规模学生抗议运动席卷欧洲，彻底改变了人们的思想观念，受影响的当然也包括婚姻和家庭关系。年轻人在生活方式和价值观念上争取到了更多的自主选择权。随着思想的进步，拥有财富的多少不再是衡量有情人成为眷属的障碍，婚礼和嫁妆使年轻人摒弃了旧习而革新破解。

今天，德国社会每个家庭都有一套属于自己的个性化婚姻方案。有的年轻人平均分摊婚礼筹备和置新家所需的经费；有的由夫妻一方承担；还有的是让一方支付主要花销，如有个性化需求则由本人自行解囊购买。

印度

多年来，印度人普遍认为妻子在婆家的地位与女方家庭须为婚事的嫁妆紧密挂钩。由于受礼俗作祟，女方家庭准备的“嫁妆”便越来越多，婚礼规模也越来越大。据统计数据显示，在印度，女方嫁妆的价值平均占到了新婚夫妻婚前财产的68%，约是女方家庭6年收入的总和。

为了遏制不良风气、减轻女方家庭负担，印度在1961年颁布了《嫁妆禁止法》，并在1984年和1986年对该法律进行了两次修订。该法规定，凡是给予和索取嫁妆的行为皆属犯罪，当处6个月以上两年以下监禁。1986年修订的《刑法》规定，妇女在婚后7年内，因为嫁妆问题受到男方家庭及其亲属对其进行肉体虐待与精神折磨而致死亡的，行为人将被处以5年监禁并处以罚款。

摘自《东方女报》

意大利“新老人”充满活动

在今日意大利，人们往往把那些仍能管理生活和坚持部分工作的六七十岁的退休老人尊称为“新老人”。意大利“新老人”是继日本“新老人”之后在发达国家中出现的第二个充满活力和朝气的退休老年人群体，因而受到了包括联合国下属机构在内的众多国际组织的普遍关注。

意大利社会学家一项最新专题研究发现，这些出生于上个世纪40年代，总人数在意大利约达1000万（约占全国总人口的五分之一）的“七十多岁的年轻人”，不论从生理还是心理上讲都不应被称作“老年人”。几十年来，随着科学技术的日新月异和社会文明的飞速进步，他们的物质生活、精神生活和医疗条件都不断得到了有效的改善，健康状况变得越来越好，其人生观及生活方式也随之发生了深刻甚至是根本性的变化。

意大利“新老人”最显现的“亮点”是：基本上摒弃了老年人传统的无所事事、在家颐养天年的消极的生活方式，因而实际上与四五十岁、尚未退休的中年人相比并无多大区别。他们不满足于安度晚年，而是继续从事退休前的事业，或者有一些则干脆尝试某项以前从未涉足过的全新的事业。还有一些“新老人”虽然并不热衷于在某个工作单位就“余热”，但却全心全意地投身于各种公益活动、社区服务或慈善事业，从而在社会上又重新找到了自己的合理位置，扮演了更加适合自己的人生角色，并由此而继续体现自身价值。

这些“新老人”的心理年龄要比他们的生理年龄年轻得多。尽管就生理年龄而言他们确实已不再年轻，但无论从外表还是内心，都与“老行”毫不搭界。他们大多不服老，也讨厌别人称他们为老爷爷、老奶奶，甚至在公交车上还常常婉言谢绝年轻人的让座。不过值得一提的是，他们并不像以前的老年人那样，对外自己的年龄十分敏感乃至反感，需下暴躁别人问及自家的真实岁数——也许这又可以从另一个侧面反映出他们积极的心态和素质。

此外，能体现他们年轻心态的种种表现还包括：热衷于交朋结友（甚至特别喜与年轻人的“忘年交”）和集体活动，喜好爬山和体育活动，喜欢名牌时装，努力学习新的技艺、四处旅游、外语，等等。

意大利“新老人”的另一个特点是：注重享乐，追求时尚，喜欢高品质的现代化消费，由此也成了商家瞩目的一个新的消费群体。他们充分利用较高的退休金和较为丰厚的储蓄金，或尽心选购新潮商品，或努力营造自己的高尚爱好和情趣，使自己的晚年生活更为丰富多彩，同比年轻人更舍得花上大价钱到去万里之外的异国旅游观光。

也许以下统计数字还可以帮助我们更清楚地来认识这些“新老人”——他们中55%家庭月收入超过1700欧元，80%拥有自己的住房，79%身体健康，72%与朋友保持密切交往，47%每周都有丰富多彩的活动安排，83%喜欢购物。

近些年来，在意大利“新老人”的消费调查方面与中年人和青年人基本持平，而去到海外旅游的人次比中年人和青年人加在一起还多。此外在接受调查的“新老人”中，高达78%的自称“在保持年轻快乐生活的同时依然不忘设计未来”，高达79%的表示满意和高兴与看打算重新组织家庭，高达80%的人为自己对社会上的新事物“一清二楚”，高达65%的调查是希望在保持生活快乐的基础上同时寻求新的“转机”，高达53%的表示目前正“沉浸于一种‘新幸福’而‘难以自拔’”，更有高达98%的认为自己的人生并未步入了“晚年”，相反前面仍有很长很长的路要走……

有趣的是，在一个相当长的时期，社会学家曾经为对这个年龄群体的“确切称谓”而大伤脑筋，起先，有的称他们为“后成年人”，后称“新老人”，接着称“六七十岁新年轻人”，直至最后仿效日本人称“新老人”，才终于“尘埃落定”。

摘自《羊城晚报》