

新城镇家庭的田园想象

《舌尖》“跑题”待议,家常元素缺失不争

本报记者 赵松刚 周锦江

潍坊三中的女教师武坤生活在一个有着64口人的大家族中,每年春节后的初六,是家族规定的团聚日,不管远在天津还是厦门,都会不远千里赶到潍坊家族最大长辈的家中,拜年,拉家常,拍全家福。

大家族比小家族热闹,人气高,但是也更需要彼此尊重、宽容、诚实和互相帮助。武坤说,家族的长辈们定下家族的家风是“尊老爱幼、包容互助、诚信待人”。

64口大家族的“宽明而爱人”

大家族,对家风有着更深刻的理解。谈起对家风的理解,武坤想到父亲曾经说过的一句话,对待家族的亲人要“薄厚以容物,宽明而爱人”,“作为我们这样的大家族来讲,处理问题的时候,很需要多为别人想一下。”

武坤的奶奶一共有9个子女,2014年,这个家庭已经有64人。每年的正月初六,武坤的家族聚在一起,“奶奶不在以后,在家族里大姐和姑父的提议下,春节后初六团聚一次,只要能来的,不管多远一定要到的,这成了一个家族约定。”武坤说,最远的亲人在天津、厦门,都会赶回来团圆。

这一天成为维系武坤这个家族亲情最重要的一天,大家彼此碰面,聊天,拍全家福,当大家坐在一起的时候,才知道有这么多人是一件幸福的事,“现在的社会,很多人都很忙,每天都有忙不完的事情,一般节日也难以一起约定回家,也就只有春节,大家都有时间,才能都坐在一起,分享亲情。”武坤说,再忙也记得回家看看亲人。

因为家族成员众多,每年的聚会拍全家福,场面就会很“宏大”。武坤的家族在2011年的全家福中照片上,一大家子站成4排,老人抱着幼小的孩子坐在最前面,年轻的后辈站在中间和后排,“看到这样的一家人合影,总觉得要比别人幸福很多。”

武坤是一名教师,而武坤的母亲也是一名教师,回忆起儿时教育,“她对我的要求也比较严格,但是也是开明的家长。”武坤说,母亲会时常带着自己参加一些课外的活动,在关注着她学习的同时,也会有意识地对她的课外的一些成长进行引导。

“在家族的教育里,母亲常提到懂礼貌,注重礼仪,诚实待人,我也把这些话带给自己的孩子。”武坤说,虽然时代不同,但是有一些教育的理念,家族的传统

任志强:有钱才有乡愁

在不久前举行的第十四届亚布力中国企业家论坛上,不少大佬谈到了乡愁,任志强一句“有钱才有乡愁”更是让不少人心里一颤。

在城市中随便问人,十个有八个都稀罕绿色的菜园子、平整的绿地。也有很多城市中还抱有回乡养老的愿望。

人总是不容易满足的,在城市生活习惯的人,可能说,面朝大海,春暖花开就行。但仔细研究下来,也都会希望有片



1998年,武坤一家人:那一年,武坤的奶奶还健在。



2011年,武坤一家人:那一年,奶奶不在,我们依然相亲相爱。

却不会改变,“包容,越是大的家族,越知道这两个字的重要性。”

在武坤的印象中,她这一家虽大,但彼此极少发生一些大的矛盾,亲人之间因此疏远,从这些年拍过的全家福里,人在发生着变化,“有的家里添了孩子,有的家里娶了儿媳妇,有的家里迎来了新

女婿。”武坤说,这个庞大的家庭,发生了很多开心、伤心、幸福、悲伤的事情,孩子们长大了,长辈们头发白了。幸好,大家还有亲情。

“薄厚以容物,宽明而爱人”,一个大家庭的理念,维系着这个社会一个充满人情的小团体。

蔚蓝的海,海边最好有个躺椅,海风千万别太大,花不再多,精一点为好……这些需求便会一点点多了起来。

回乡,得有个学校吧,学校盖了;如果再盖一个医院,就再好也没有了。

如果说这样回老家,你看老百姓高兴不高兴。从农村进入城市已是非常艰难的路,既然是艰难到这种程度以后,进到城市的人就很难再回去,或者说不愿意再回去。就像发了财,然后儿子女儿都不愿意回去,

老婆也不愿意回去,那就断了,从此以后就断了。

不是他不想回去,需要有告老还乡的制度,可以买地,那么赚很多钱买一块地就回去了。幸运的人可以回去,可有很多人已经无法回去,没有了回去的能力,或者更准确的说没有了回去的财力。

所以乡愁就很难,任志强的话也有一定的道理。

取舍之间 矛盾毕现

《舌尖上的中国》“家常”一集中介绍了饺子、西瓜酱、姑妈的泡菜等等,这些都是现代人为了生活而打拼离家背井,让这些最普通的东西反而成了一种稀缺的东西。

新富阶层们也曾以围炉谈话的形式,一本正经的讨论过原乡。这种一亩地一头牛的田园想象好像距离我们越来越远。取舍之间,矛盾毕现。

“421家庭”,即一对独生子女结婚生子后,他们的家庭结构为4个父母长辈,1个小孩和他们2人。“421家庭”所代表的新家庭,跃然呈现出所谓现代化生活的全新局面。在可以预见的将来,中国四世同堂式的家庭“金字塔”迅速演变成“倒金字塔”的家庭结构,“421家庭”将成为中国社会新的家庭主流。伴随着“新家庭”的出现,整个中国传统家庭关系将被颠覆。

每个地方都有代表性的东西,与现在的地理标志产品高度一致。研读一下地理标志产品的定义,地理标志产品是指产自特定地域,所具有的质量、声誉或其他特性本质上取决于该产地的自然因素和人文因素,经审核批准以地理名称进行命名的产品。

自然因素和人文因素是主要因素。其中,自然因素是指原产地的气候、土壤、水质、天然物种等;人文因素是指原产地特有的文化内容赋予。

有专家说,自然、人文两者相辅相成,人文因素可以赋予产品更多内涵。而正是这种人文因素成为构成了现在这些生活在城市中的人对于田园生活的全部想象。



一张火车票拉近了游子与故乡的距离。