

# 莫讓面子成重負

雲 德

面子是華人社會典型的公眾心理和社交資源，林語堂認為是個無法翻譯、也無法定義的東方概念。概指個體或團隊在他人眼中的聲望、體面、尊嚴、社會風評和被尊重感，既包含外在形象、地位排場，也包含內在自尊、人情認可，是一種情境化的社會聲譽資本。在傳統的鄉土中國，面子近乎一種以互尊為前提的社會契約，既是人情的具象化，也是維繫人情世故和禮尚往來的信用紐帶。

公平地說，在中國漫長的世俗社會進程中，面子對於族群的品行塑造和行為規範、對於人際關係的維繫與社會和諧的維護等方面，都發揮過無可替代的重要作用。比如說人願面子，就會主動約束自己的言行，守規矩、講禮儀、不做丟人現面的事情，這利於個人的修身立德；有自尊的面子，能避免過度卑微討好，可增強自信與社交底氣；在家族、職場和鄉土圈層，敬老尊賢、顧及集體臉面，有助於社群結構和層級禮儀的穩固；渴望掙面子、揚名聲、積累口碑資本，會倒逼個人努力奮鬥，成為提升自我的正向動力；族群間相互給面子、留台階，能有效緩解潛在的尷尬與衝突，促進人際協作與社會運行，所有這些，無不表明面子所具有的生存根基和行為魅力。

然而，現實生活中，面子這一承載着國人禮義廉恥文化基因的精神

體面，正在滋生一種爭相攀比的虛榮病灶，演化為人無法承受的生活重負。從婚喪嫁娶的大操大辦，到相親、生子、升學、招工、祝壽等名目繁多的宴請，從重在情誼的「微薄」禮到不斷攀升的巨額禮金，從家長的「雞娃」競賽到年輕人瘋狂的時尚追逐，從居家奢華生活的盲目跟風到各地屢見不鮮的形象工程，甚至發展到社交媒體的朋友圈點讚、排場化直播和網紅打卡點等等，都讓面子從人情的潤滑劑異化為社會的腐蝕劑，蛻變成一把懸在世人頭頂的利劍。一些農村地區和中小城市，婚喪嫁娶的份子錢年年上漲，遠超收入承受力，原本溫情的友誼表達變為冰冷的數字競賽，成了個人和家庭經濟難以承受之重；禮金額度蛻變成衡量關係親疏的標尺，人情往來成了赤裸裸的利益交換；過度攀比不僅加劇了年輕人對金錢的迷戀，而且在掏空錢包的同時還造成嚴重的心理危機；隨着排場的日益講究，宴席規格不斷上漲，無謂的浪費越來越嚴重，誰也不甘心在面子上輸給他人，攀比成了一條沒有終點的跑道，不僅嚴重扭曲了人們的價值觀，也帶來了普遍的社會焦慮。

豈不知，面子一旦脫離了人情功能的本質，情感表達變成攀比競賽，適度的尊嚴也就墮落為世俗的虛榮，結果人成了面子的奴隸，而面子反過來異化為人的精神枷鎖，誤事毀

人的事情必然也就隨之而來。當年朱元璋登基，兩個少時乞討時的夥伴，一個因直言童叟事，令皇帝顏面掃地，招來殺身之禍；另一個竟以「當年微臣跟隨您策馬青牛山，攻破罐州城，趕跑了湯元帥，活捉了豆將軍」的巧言令色，將放牛煮豆的窘迫美化成金戈鐵馬的征戰，保全了皇帝的面子，換來了榮華富貴，也給歷史留下了笑柄。如今，某些人的競相爭彩鬥富、恣意揮霍，小到個人打腫臉充胖子的盲目攀比，大到部門好大喜功的形象工程，結果不是身心疲憊、勞而無功，就是債台高築、兩手空空，嚴重的更是資不抵債、傾家蕩產，得到的無非就是死要面子活受罪的慘痛教訓。

真正的面子，說到底，不在於別墅的高度、酒席的檔次和禮金的數額，也不在於地位的顯赫、排場的恢弘和眼前的熱鬧與喧囂，而在於你為人的品性、勞作的實績和身後的口碑；真正的體面，從來不是別人眼裏的光鮮，而是內心的踏實和生活的自在。顏回「一簞食一瓢飲」而不改其樂，陶淵明「不為五斗米折腰」，文天祥「留取丹心照汗青」，這些千古傳頌的美譽，不是他們的排場與闊綽，而是面對威逼利誘時那份「要臉」的骨氣。其面子，是精神的豐盈而非物質的堆砌，是內在的光華而非外在的粉飾。

所以，我們有必要重新檢視面

子的雙重屬性，在充分肯定面子在國人社會生活中具有特殊價值的同時，也必須十分清醒地看到，面子說到底是一種人格的修養和內在的尊嚴，是人際間的相互尊重，而非單向的炫耀。所謂「人活一張臉，樹活一張皮」的說法，通常只是他者眼中的幻象，而生命中真正的臉面，還是做人的修為，是內心高尚人格的堅守，是他人對你心服口服的誠真尊敬。

世人只有走出面子的「囚徒困境」，回歸面子的本真，才能從世俗虛榮的泥潭中脫身，重拾那份溫暖而不沉重的人情味。要轉變觀念、移風易俗，推動由人情社會向公民社會的文明轉化，這不僅需要個體心智的成熟，也是社會文明進階的必然。要大力倡導「裏子」重於「面子」的價

值觀，徹底剝離過度看重面子所蘊含的人身依附的封建毒素，回歸體面應有的本真，包括對他人的尊重、對自我的珍視、對資源的珍惜。要努力在社會現代化進程中，完成交往禮儀的浴火重生，既要發揮面子作為社會潤滑劑的積極作用，又不能以後現代的冷漠割裂人間溫情；既要建立族群團結友善的良好關係，又不能拿面子作為綁架他人的工具；既維護必要的體面與尊嚴，又不能沉溺於盲目的虛榮攀比。每人給他人留足面子，就是一個其樂融融的世界；每人不再執念於面子的虛榮，所有社會成員必然都能過得體面且從容。唯有如此，面子，才會真正成為人情社會的一抹暖色，而不是壓垮生活的最後一根稻草。



六月五日，一隻白鷺在重慶大足龍水湖心小島的樹叢間銜枝築巢。

## 七日談

(北京篇)

## 雜誌書的突圍



黛西札記 李夢

如今實體圖書市場遇冷，大眾碎片化閱讀成為常態，暢銷書匆匆上架又下架。最近逛書店時，發現雜誌書(MOOK)和口袋書一樣，又悄悄「生長」起來。MOOK由英文Magazine(雜誌)與Book(圖書)拼接而成，最早興起於海外，上世紀中後期逐步成熟。它打破雜誌時效性短、深度不足，以及傳統圖書更新慢、閱讀門檻高的局限，定期輯刊，做深度專題內容。從早期偏重文藝內容，到如今細分人文、生活、美學、城市等諸多領域，雜誌書在紙本出版整體承壓的環境下，開闢了獨特的發展生態。

不同於傳統雜誌的資訊累積，以及圖書的長篇體系敘事，雜誌書的最大特色在於「小眾」，不求大求全，而是深耕某一題材，在快節奏時代，精準契合部分受眾「慢閱讀」的習慣。例如深耕多年的《讀庫》自二〇〇六年創刊以來，一直避免流量噱頭與低俗獵奇，聚焦非虛構人文內容。每一期精選數篇佳作，從社會觀察、人文紀實到生活隨筆，深刻且質樸。裝幀極簡、小巧、便攜，適合通勤、休憩等閱讀場景。又如新銳雜誌書《四開》，主打「一書一主題」季刊模式，年輕人組成的編輯團隊，視角緊貼Z世代困境與嚮往。「工作與生活平衡」「寵物友善」「反消費主義」「離鄉與返

鄉」等戰中年輕一代的主題，既鉤沉歷史趣事，亦關心當下日常，文風鬆弛鮮活，設計不乏海報、插頁甚至「書中書」等巧思，深受新世代讀者關注。

時尚生活品牌的宣傳，也找到了雜誌書這一載體。不少時尚品牌定期出版雜誌書，與藝術文化界名人對話，記錄其城市與鄉間行走的故事，或深入旅行熱門及小眾景點，以人文視角解讀在地風物人情種種。另有生活美學類刊物，聚焦日常煙火與文藝詩意；城市文化讀本，記錄地域風貌與時代變遷。它們遠稱不上大眾，卻在垂類市場深耕，別具一格。

雜誌書的出現和發展，契合一部分讀者的需求：厭倦了網絡碎片信息的浮躁空洞，卻也難有時間和精力讀完厚專專著，雜誌書平衡了效率與深度。專題內容精巧、活潑，隨時可讀、隨時可停；細心打磨的設計版式，又帶來電子閱讀無法替代的沉浸式體驗。雜誌書的突圍也告訴我們一個道理：好的內容從不會過時，永遠有讀者守候。



▲市民在上海市虹口區和平書院看書。



英倫漫話 江恆

英國新版紙幣將更換圖案，擬以野生動物取代邱吉爾、珍奧斯汀等歷史人物。英格蘭銀行日前公布了十八種動物的候選名單，包括狐狸、刺蝟、海狸等英國當地物種。根據近年「英國國民最喜愛動物」評選，狐狸和刺蝟都榜上有名。

狐狸受到喜愛的一個原因，便是牠在英國十分常見，不論郊區還是城市都有其身影，就連倫敦市中心的唐寧街十號首相官邸，也偶爾會闖進狐狸。二〇二二年，有一隻野生狐狸溜進官邸，被號稱英國內閣辦公室「首席捕鼠大臣」的寵物貓賴瑞(Larry)趕走，由於賴瑞的體型只有狐狸一半大，牠的「英勇事跡」登上了熱門新聞。此外，也由於狐狸與人類的互動日益頻繁，幾乎成了人們生活的一部分。比如布里斯托科學家研究發現，狐狸一生只有一個伴侶，牠們時常會從人類那裏為幼崽偷玩具，像圍圍手套、網球和狗咬膠等等。另據蘇格蘭國家博物館研究人員發現，在館內收藏的大約一千多個狐狸頭骨中，城市與鄉村的狐狸有顯著差異，前者鼻子更短、更強壯，更適合打開包裝和咬碎人類吃剩的骨頭，這種變化反映了牠們為適應在城市環境中覓食而進化，就像達爾文描述的「馴養綜合症」那樣。

至於刺蝟，也是英國常見的野生動物，有關牠的歷史也更為悠久。作家凱倫·瓊斯在《野獸英國》一書中提到，刺蝟已存在了一千五百萬年，見證了猛犸象的滅絕，也目睹了人類來到英倫諸島，其在英國各地的稱謂也不相同。比如在格羅斯特郡，牠們被稱為「furze-man-pigs」；在薩默塞特郡，被稱為「pochins」；在康沃爾郡，被稱為「zarts」；在蘇塞克斯郡，則被稱為「prickle」。正是在這段時

## 角落生物

期，牠們開始背負起邪惡的名聲，人們認為刺蝟像強盜一樣，會在夜間潛入人類居住地偷雞蛋，還會偷吸熟睡母牛的奶汁，以及能吃的有毒的蟾蜍而不生病，甚至樂於馱著失去掃帚的女巫等等。這些民間流傳的離奇說法，把刺蝟打入了黑暗面，也導致殺死牠們成為一項公共服務，據柴郡一個村莊的記錄顯示，在十七世紀末的三十五年間，有近萬隻刺蝟被消滅。

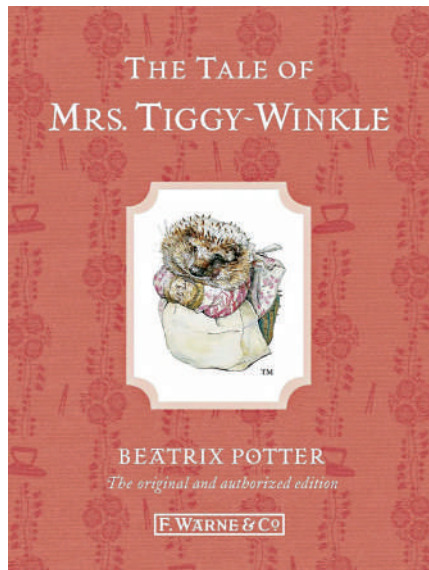
如今刺蝟的待遇有了截然不同的變化，牠們從原本被視為「田野小害蟲」或「神秘夜行生物」，轉而在「最受國民歡迎的動物」評選中屢屢名列前茅。人們會在花園裏為刺蝟搭建庇護所，也會擔心牠們過馬路時的安全。而這種觀念的根本轉變，多少要歸功於一本風靡全球的童書繪本——比阿特麗克斯·波特的《蒂吉溫克爾太太的故事》，書中蒂吉溫克爾太太就是一隻刺蝟，也是一位勤奮的洗衣婦，她把包括穿著標誌性藍色外套的彼得兔等鄰居們的衣物，都打理得一塵不染。這些溫馨、擬人化且富有個性的角色，不僅打動

了無數兒童的心，也悄然重塑了公眾對野生動物的情感和態度。波特這部經典之作影響深遠，以至於一九八三年英國成立一個專門救助受傷刺蝟的慈善機構，並特意取名為「蒂吉溫克爾之家」，如今已成為世界上最大的野生動物醫院之一。

不過，刺蝟也面臨著新的危機——全英的野生刺蝟數量正面臨急劇下降，從上世紀五十年代曾高達三千萬隻，跌到現今已不足一百萬隻。據英國生態學家兼「刺蝟專家」休·沃里克表示，與之前遭到人為捕殺不同，造成刺蝟數量下降的因素有很多，其中頭號因素是因城市擴張導致野外棲息地減少，刺蝟更頻繁地到人類活動區域覓食，很容易在路上被汽車輾死。此外，殺蟲劑、作為食物來源的昆蟲數量減少等因素也威脅刺蝟生存。

另外，在最受英國國民歡迎的動物名單上，還包括了蠟螈、鼯鼠等其他小動物，牠們同樣通過各種兒童繪本和影視作品被人們熟識。例如上世紀七十年代的經典電視劇《河岸故事》，劇中就描繪了蠟螈等小動物用英國西南部特有的方言說話。作家肯尼斯·格雷厄姆在《柳林風聲》中創造了鼯鼠、河鼠、獾和蛤蟆先生等角色，牠們以紳士般的優雅與友誼譜寫了田園生活的理想圖景。書中鼯鼠本來常被農民視為破壞田地的害獸，但格雷厄姆筆下的「溫柔內向的鼯鼠」，使其成為純真與探索精神的象徵。蛤蟆先生雖驕傲魯莽，卻極富魅力，甚至促使人們重新審視普通青蛙與蟾蜍的生態價值。這本書極大地提升了公眾對英國野生動物的親近感，被譽為「英國鄉村意識的文學基石」，激發了多項保育運動，並促成河岸生態保護理念的普及。

正如瓊斯在《野獸英國》結語中所說，魅力非凡、令人驚嘆的生物並非只存在於遙遠的地方，實際上牠們就在我們身邊，就在日常生活中不被留意的角落。



▲比阿特麗克斯·波特著《蒂吉溫克爾太太的故事》。

## 姑婆的情書



人與事 劉妍

這幾天，香港的姑婆「扭計」（粵語，鬧脾氣），嚷嚷着讓大表哥帶她回潮州看電影《給阿嬤的情書》。大表哥婉拒，有假期一定回，到時還能帶回當季的南薑烏梅。為了安撫姑婆，孝順的大表哥主動收集各種有關電影的路演、票房、訪談、直播等資訊，不間斷地發給她，還以她最愛的南薑烏梅作為擋箭牌，實施精準地慰藉。

姑婆是太姑婆收養的女兒。太姑婆與太姑婆公相識相愛是在上世紀初。村裏一次遊神活動上，倆人看對了眼。婚後，太姑婆公去了泰國。臨行前，太姑婆親手做了南薑烏梅，用容器塞得嚴嚴實實，遞給愛人，雲淡風輕地說：「每一粒烏梅都是我想念你的心。」受過私塾教育的太姑婆說着那個時代普通人說不出口的情話。字裏行間的情真意切，在今天看來，一點也不過時。

起初十餘年，倆人兩個月一回通信，比日出月落還要準時。太姑婆收養了姑婆後，寄了一張全家福給太姑婆公。奇怪的是，太姑婆隨後的數十年間，再也沒收到對方的來信。直到上世紀八十年代，太姑婆公病危時，託人回鄉打聽情況，才曉得中斷通信的原因竟是場大誤會。太姑婆公誤以為姑婆是太姑婆再婚後，與其他男子所生的孩子。當太姑婆公得知真相時，感嘆造物弄人，歲月蹉跎，帶着一生的遺憾，不捨地走了。太姑婆從親戚口中得知太姑婆公一生未再娶，臨終前仍有個未了心願，想要再吃一口太姑婆親手醃製的南薑烏梅時，竟當場哭暈，臥床長達三個月。

南薑烏梅的製作全程純手工，工藝繁瑣。主要流程包括，但不限於選材、清洗、切口、發酵、成熟、晾乾等。在潮汕地區，

雅姿娘（潮汕話，對心靈手巧女性的稱呼）們都有獨門秘方。手藝代代口耳相傳，家家戶戶的出品迥異，如因鹹甜、色澤、風味、口感、糖醋鹽配等不同，均有差異。

擦乾眼淚後，太姑婆變了個人似的，常自己動手做南薑烏梅，還手把手地教姑婆。年輕時的姑婆不明緣由，每每因漏掉的步驟，而挨母親打罵時，自覺委屈，忍不住傷心落淚。太姑婆走了，姑婆從親戚那裏聽聞太姑婆與太姑婆公的愛情故事後，常獨自發呆，足足有一周不出門。此後，姑婆隔三差五地醃製南薑烏梅，免費送給左鄰右舍。甚至幾條街外的熟人，都能收到玻璃罐裝的南薑烏梅。二十年前，姑婆到了香港定居。寸土寸金的港居生活，姑婆早年練就一身醃製小菜的本領，或因難有發揮的空間，或因常常缺少南薑、烏梅等原材料，而被迫放棄。

每次有親戚回潮探親，姑婆總是再三叮囑，要帶南薑烏梅回來。久而久之，南薑烏梅成了一张討姑婆歡喜的王牌，也是大小表哥、表嫂、大姨媽、舅公等返港行李箱中的必備手信。而家鄉人也深諳姑婆的喜好，二十多年不曾間斷地，大包小包地，搬運潮汕雜鹹到港。酸菜、豆瓣醬、蘿蔔乾、橄欖菜、菜脯……在港生活的姑婆，物質條件相對豐富，仍惦記着潮汕雜鹹，尤其是心心念念的南薑烏梅。如果說，南薑烏梅是太姑婆與太姑婆公那一代專屬的愛情信物。那麼，姑婆、表哥對一口南薑烏梅的牽掛，早已超越愛情與物質，默然地成為同飲一江水，同源、同宗、同族的精神審美，表白同步的共同情書。