



声音

求职陷阱有违市场秩序、社会公德,甚至触犯刑法,但铲除求职陷阱绝非一个部门的事,公安部门、市场监管部门和劳动仲裁部门等应强化协作,对违法行为及时处置,涉及犯罪的要及早侦破,防止更多求职者上当受骗。用工企业自身也要遵循经济规律,遵守法律法规,强化责任担当,共同打造真实可信、公平公正的就业环境。

——经济日报:《就业保护不能止于预警》

不少老一辈对年轻人“奶茶续命”之类的嗜好不能理解,看似是饮食习惯的差异,实际上是对茶文化传播的一些“误解”——都是茶饮,谁能断言,传统香茗的袅袅飘香就一定比奶茶的畅快淋漓更高级?中国茶在保留原有品位、调性的同时,向年轻人靠拢,不断赢得年轻消费群体的喜爱,不仅是市场的选择,也是文化的趋向——“融天地人于一体,倡天下茶人为一家”,茶文化的巨大包容性亦是茶产品的时代魅力所在。

——光明日报:《传统茶的“年轻态”何尝不是一种包容美》



微话题

## 【本期话题】

## 被罚的“最终解释权”

日前,河北秦皇岛一美容会所因在对经营项目进行说明时使用“最终解释权归××美容会所”的内容而被罚款5000元引发关注。记者梳理发现,因为规定经营者单方享有解释权或者最终解释权而被处罚的商家并不少。你怎么看?

## 【议论纷纷】

◎付彪 “最终解释权”违背公平交易原则,属于“不公平格式条款”内容。问题的关键,是消费者和商家的地位不对等、博弈力量不均衡,指望消费者单枪匹马挑战潜规则并不现实,关键还需构建全过程消费者权益保护体系,为消费者提供更给力的支持。

◎奎文 对于商家来说,“最终解释权”的霸王思维当休矣。与其在“最终解释权”的表述上大费周章,不如将更多的心思和精力,投入商品质量的提高与服务的提升上。否则,就有可能像上述新闻中的商家一样,搬起石头砸自己的脚。

本期话题下期继续

## 当好新时代的“大先生”

□政青

在南通大学举行建校111周年庆祝大会上,2022年度卓越贡献奖获奖教师代表为76名来自五湖四海的新教师代表送上入职礼物,以此激励他们牢记教师责任和担当,切实担负起教书育人人的神圣职责。

(5月29日本报2版)

习近平总书记指出,没有一流的教师,就培养不出一流的人才;没有高水平的教师队伍,就办不好人民满意的教育。回首往昔,南通自古就是崇文重教之地;审视今天,南通作为“教育之乡”的金字招牌熠熠生辉;展望未来,南通的教育任重道远。教师要崇德修身,潜心教书育人,成为新时代的“大先生”。

“大先生”要有“大格局”。教师需要有开阔的视野和高贵的灵魂,一名“大先生”更必须有强烈的家国情怀,能将自己所从事的教育职业升华为国家民族复兴的事业,并始终牢记自己的使命,兢兢业业、矢志不渝,不戚戚于贫贱、不汲汲于富贵,摒弃功利思想,一如既往在三尺讲台上书写自己的春秋岁月。

“大先生”要有“大学识”。教师不只是一个职业,还需要有过人的渊博的学识来支撑。我们生活在一个信息化的时代,知识更迭很快,一名“大先生”必须勇于突破“术业有专攻”和“闻道在先”的信条,注重跨学科素养的培养,这样才能在学识上得到学生的认同

和尊崇,给他们一把开启人生的钥匙。

“大先生”要有“大技艺”。随着教育改革深入推进,社会对教师已经产生了从量变到质变的期望。一名“大先生”,在做到有教无类,公平对待每个学生、呵护学生的尊严同时,还必须在自己的领域内培养自己的工匠精神。紧扣时代脉搏,在教育教学方式上摆脱传统束缚,在自己的学科领域精耕细作,在教学手段方法的选择上精雕细琢,坚持不懈、久久为功,真正成为工匠精神的践行者。



濠南夜话

## 不妨设个“老人理发专座”

□徐思齐

19日,南通开发区竹行街道龙田社区启动了“银丝有约”项目,为辖区低收入家庭、特殊家庭、70周岁以上孤寡老人提供免费理发服务。

(5月23日本报5版)

印象中,每次举办公益广场活动,只要设有义剪服务,都深受老年人欢迎。这也恰恰说明:有相当一部分老年群体理发不易,需要这样的“帮扶”。不禁想问,老人理发真的这么难,只能靠社会献爱心来纾解吗?

几十年前,无论是城市还是乡村,都有很多普普通通的理发店——一间简单的门面、一套简单的

设备、一组简单的程序。而随着经济的发展,人们越来越追求个性美,昔日的传统理发店很少见了,取而代之的是高档美发屋、造型连锁店。这些理发店往往走的是时髦、前卫路线,消费人群也主攻中青年。名目繁多的附加美发业务,年轻人看了都头晕眼花,更别说老年人。几十元、上百元的理发价格,也是大多数一辈子简朴节约了的老年人无法承受的。

我市一些社区展开了助老理发的常态化探索,比如提供场地每月固定几天有社区志愿者为老年居民义务理发、为行动不便的老人提供上门服务。

这样的努力应该被看到更应该被支持,但就长期来说,人口老龄化日益加剧的大环境下,要想构建老年友好型社会,就必须提高适老服务水平,其中也包括需要用心解决好老年人的理发难题。

老年人理发,在意的未必是免费,而是方便、适合。理发店需要生存,更新迭代、提档升级是大势所趋。但面对越来越庞大的“银发”需求,有长远眼光的商家应该将此视作商机,不要轻易抛弃老年消费群体,理直气壮地打出醒目的“敬老”标牌,开设“老人理发专座”,让老年人敢于走进来。能把老年人的需求放在心上,主动为他们提供价廉质优服务的理发店,相信也会走得更远。

## 关爱未成年人须从“心”抓起

□须平

从现在起到6月24日,我市将面向未成年人开展一系列内容鲜活、形式新颖、感染力强的心理健康宣传教育活动。

(5月25日本报2版)

笔者以为,关爱儿童青少年健康成长刻不容缓,必须从“心”抓起。

一要从普及着手,强化“全域化”宣传。心理健康科普宣传的重点无疑是儿童青少年,但不能局限于此,要有针对性地向家长深入延伸,一个也不能少;也不能局限于城市,要有意识地向乡村纵深延伸,特别要下沉到留

守儿童和特困家庭,将宣传教育与关爱帮扶有机结合。

二要从教育着眼,优化“全链条”服务。充分发挥学校心理健康教育主阵地作用,从塑造健康人格出发,将其纳入学校立德树人的系统工程全方位谋划、全过程落实;要有机融入教育教学活动,寓教于乐,相得益彰;还要抓住“入学季”“考试季”等重要节点,因势利导,做深做细班主任工作,让儿童青少年在润物无声中得到有效的心理调适。与此同时,要深入研究,积极探索“医校联姻”“家校共育”“校社协作”的心理健康教育服务的有效

路径和方法。

三要从长效着力,深化“防护墙”构筑。一方面,要从提升教师的专业素养和实践能力着手,配齐建强心理健康教育师资队伍;另一方面,要从完善多元化的社会支持联动体系着力,发展壮大社区关爱志愿服务队伍,健全儿童青少年心理健康测评,完善心理问题筛查、预警和干预工作机制。另外,还要使儿童青少年心理健康服务常态化,搭建心理健康数据信息共享平台,开设全天候的心理关爱热线等,确保援助服务及时高效。



观点1+1

## “解压神器”

随着生活节奏的加快,越来越多的人寻求多种方式缓解压力,各路商家也纷纷盯上解压这块蛋糕,各种“解压神器”层出不穷。“解压神器”真的能够解压吗?心理专家对此持何种看法?记者就此展开调查。

(5月28日本报4版)

## 解压不能靠“神器”

□宝哲

对于“解压视频”,我们理应有接纳新生事物的包容。但是,需要做到的是,监督好“解压视频”,不能让它的传播没有“一点压力”,甚至是用来坑蒙拐骗、哗众取宠。

说白了,“解压视频”涉及的问题是心理治疗的问题。那么,就应该让“解压视频”经过科学的检验,不妨让心理医生、心灵导师等对需要发布的“解压视频”给予把关,否则使用不当还可能增加心理负担,成为另一种“精神世界的压力”。

再一个方面,必须严厉打击借助“解压视频”推广三无“解压商品”“保健商品”的现象。如果“解压商品”本身存在问题,不仅不能治病救人,还会“毁人不倦”。

总之,如果压力较大对生活产生了严重影响和困扰,而自身又难以调整和排解时,最应该做的事情是求助心理医生,而不是依靠“解压神器”!

## 正确对待解压问题

□孙建国

不可否认,“解压神器”具有一定的转移注意力、缓解紧张焦虑的作用。但效果如何?需要理性看待。毕竟,“解压神器”再科技赋能也不可能包罗万象,减轻一切压力。记住,用玩具解压可以,但一定要适度。

同时,应该引导年轻人找到产生压力的根源。要想真正解压,必须对各种压力和紧张要有科学正确认知,勇敢面对,多学一些心理学常识和减压方式方法,因人制宜将高压进行分项化解,更有助于效率的提高和人生成长。另外,需要以“心”为核心目标,对不同的事儿采取不同的方法,不断提升自身的心理免疫力和心理韧性,学会自我减压、自我抗压并用正确的方式缓解不必要的情绪。打造出坚韧之心,就会强大心灵,啥都不是事儿。

须知,解压不能只靠“神器”,还需要科学解压的方法,更需要心医促进心理平衡,打造健康心态。