



吴谢宇曾表示，“自己的母亲，在生活中缺少爱情、亲情与友情，尤其是其父病故之后对生活没有任何追求，母亲的生活已经没有意义”。这是典型的压抑性家庭环境。如果我们多观察孩子就会发现，大多数孩子都会对父母的情绪极度敏感和脆弱。他们总能够通过家长的言语、微表情猜测出父母传递的信号，并将这种情绪传导到自己身上。

——人民网评：《吴谢宇弑母案告诉我们为什么要家庭普法》

如今，对不少城市中老年女性而言，物质或许丰盈，精神和情感却常常感到空虚，心里都有一个或深或浅的“空洞”。这时候有一个外表光鲜、能说会道的主播叫她们“姐姐”，叫她们“干妈”，长时间陪她们聊天，和她们说贴心话，这种话术就像线下的保健品骗局一样，利用的是老年人情感空虚诈骗牟利。不要嘲笑受骗的毛阿婆们太傻，人们往往看见的是受骗，看不见的是孤独。

——潮新闻：《上海阿婆为主播掏空70万！老年人的情感困境需要被看见》



【本期话题】

利用微信“隐性加班”

在今年的北京高院工作报告中，提到一起利用微信等社交软件工作牵出的“隐性加班”案件。记者获悉，该案系全国首例在裁判文书中明确——下班后利用微信付出实质性劳动，依法认定为加班。你怎么看？

【议论纷纷】

①江德斌 法院判决顺应了数字时代劳动形态的变化趋势，也通过厘清“隐性加班”的界限，给了劳动者维权的底气。

②周菊 在法律的“撑腰”下，劳动者可以理直气壮，依法伸张权利，拒绝用人单位的不合理加班要求，抵制无偿“隐性加班”；用人单位也应清醒认识到，强制员工“隐性加班”不可取，不宜倡导和比拼精神空耗、“内卷”行为。提高八小时内的工作效率，遵循“非必要不加班”原则，让员工享受休息权益，更有助于凝聚人心、增强向心力。

本期话题下期继续



擦亮“到南通过大年”文旅金字招牌

□知新

昨天，狼山景区布置一新，喜迎龙年新春佳节，景区佛光大道架起红红火火的灯笼长廊。

(1月31日本报5版)

南通步步有美景、处处好风光，龙年春节即将到来，各景区使出妙招硬招引客流，只要坚持产品为王、创新为要、服务为重，就能走出一条旅游业稳健持续发展的“长红”之路。

全域旅游的大背景下，游客的需求更为多元化和个性化，不断加大优质旅游产品供给力度，才能提升文旅消费市场能级。狼山国家森林公园、南通森林野生动物园、如皋水绘园等景区名扬四方，在不断守正创新、推陈出新的同时，要继续统筹全市域旅游资源，围绕红色游、

乡村游、文博游等，进一步完善旅游线路开发、旅游产品设计，培育一批高能级特色景区，打造一批高品位休闲街区，建设一批高水准美丽乡村。同时要聚焦消费新需求，充分利用AI、VR等先进信息技术，用各种新玩法、新体验点燃游客的兴趣，切实增强旅游项目的参与性和娱乐性，让景区景点“叫好更叫座”。

擦亮“到南通过大年”文旅金字招牌，一方面要融入新元素，坚持传承文化与全民同乐相结合，通过非遗展示、民俗展演、民间艺术节目表演等，营造喜庆热闹的节日氛围，让游客感受地域文化独特魅力、传统习俗的张力；另一方面要创设新场景，露营、自驾、康养度假、运动休闲等“+旅游”项目在南通风生水起，要积极策应亲

子游、Z时代自由行等流行趋势，打造“跟着赛事去旅行”“寻味美食去旅行”等一批品牌项目，推出更多符合游客口味的优质产品和服务。

南通旅游既要靠“颜值”聚人气，更应用“气质”留人心。春节前后游客激增，对景区承载能力、服务管理水准都是一次大考。打造令人向往的“诗和远方”，要紧紧围绕游客乘兴而来、尽兴而归，紧盯“吃、住、行、游、购、娱”的各个环节，既要提升景区景点的通达性和便捷性，也要完善公共停车、厕所、餐饮等配套功能，还要健全智慧旅游服务体系，让游客被抑制的消费需求更快地释放出来。



别让年味只剩下怀念

□杜学峰

媒体调查80、90年轻一代对中国年的感情，调查结果显示年味随着自身年龄增长热度退减，昔日那个欢天喜地的中国年，反而成了一种耐人寻味的怀旧。过年的这几天，我想很多人，除了自己切身体会外，也总能听到亲朋好友的这种感叹与怀旧。

过年原本是最为快乐和幸福的时刻，却引发很多年轻人集体吐槽，年轻人集体怀旧小时候的过年情节，与现实中的过年情节相比起来，反差极大。甚至，还有那么一小部分年轻人，因为没有勇气面对过年回家的种种责难与拷问，成为“恐归族”。

现在的年轻人打不起过年的精神，对过年没有了那种热烈的情趣与兴致，吃吃喝喝、打扑克、推推麻将，除了盯着手机抢红包外，还能调动起过年的氛围，我们的中国年还有多少文化内涵与底蕴让我们回味？我们对传统节日丢失了一种兴致勃勃的情怀。耐人寻味之中，既有现代元素冲撞传统文化造成的文化遗失；也有生活压力与日俱增带来的“亚历山大”。

对于年味为啥淡了，也许理智与成熟会回答，那是因为我们长大了。是啊！我们肩头多了更多的责任与使命，更添了烦恼与忧愁，儿时过年那种无忧无虑的天伦之乐，也就随着年龄的增长，慢慢消逝在成长之路上。小时候，过年吃顿饺子，有新衣服穿，男孩放鞭炮，女孩头上插朵花，这些今天看来似乎平凡不过、老土的过年方式，就足以让过来人大发怀旧之情。

过年很累，压力很重，这是一种亚健康心态。究其原因，是社会压力繁重和生活节奏过快，人与人之间的攀比更助长了一种失落感形成。社会发展了，时代进步了，随之而来的压力也就会提升，生活节奏自然而然就提速。很多年轻人为了赢在未来，以自己的生活成本，甚至是生命成本作为资本，就业、买房、婚嫁、生子，这都是现实压力。

传统节日中民俗文化逐步遗失，是年味越来越淡的另一个主要原因。过年赶大集变成了逛超市，过年燃放鞭炮如今成了一个纠结的话题，庙会文化已经很难吸引年轻人的眼球。微信发一个红包成了最受欢迎的拜年方式，给长辈磕头这样传统正式的拜年方式，正在被电子文化所冲淡。

时代不一样了，年也确实变了。但是，祖祖辈辈传承下来的年味不能只剩下怀念。正如那句俗语“有钱没钱都要回家过年”，无论时代怎么发展，我们对家的眷恋、对年味的追寻，应该是所有中国人不变的情怀。

“家庭大扫除”未必都要请人干

□徐剑锋

收纳整理、衣物洗涤、玻璃清洁……春节临近，家政服务业进入一年中的旺季。市家庭服务业协会负责人介绍，春节期间家政服务订单量较平时比上涨50%，一工难求。

(2月1日本报2版)

家政工“吃香”，蕴含着深奥的“民生经济学”。只要供求双方信息对称、服务对等，我们对此不必大惊小怪。不过，作为一种高度市场化的自由职业，家政服务要体现“劳有所值”，还得靠政府“有形之手”有效加以管控。一方面要规范用工

市场，切实抓好家庭服务业国家标准和行业标准的落实，大力推行服务承诺、服务公约、服务规范，严厉打击鱼龙混杂、市场失范等现象，不能因为需求井喷而“一锤子买卖”“捞一家是一家”，让临时私招滥雇甚至“拉郎配”占据市场；另一方面要强化市场监管，增派力量进行巡查，通过提前打“招呼”、暗访、受理举报等途径，从严规范节日价格秩序，有效打掉“逢节必涨”的“霸气”。

当然，能够请到家政工固然好，但如果请不到，又何尝不能自己动手，享受一下做家务的辛苦和快乐

呢？其实，现今大多数家庭也就是100多平方米的房子，“家庭大扫除”的任务亦非十分繁重。一则，家庭成员分工协作，你擦窗、我掸尘、他拖地，利用双休日完全可以“搞定”；二者，即使工作再忙，根据家务活的工作量，也可以分散进行打扫。而且，家庭成员齐上阵，男女老幼都动手，在相互协作、交流中，既锻炼了身心，也融洽了感情，岂不是一种难能可贵的家庭乐趣？

艰苦朴素、自力更生是中华民族的传统美德，对“家庭大扫除”而言，也应理性消费，未必都要请家政工。

“遛娃舱”体现运力与服务“双高”

□戴先任

1月29日下午，在厦门开往上海的G1654次高铁列车上，一群小旅客在乘务员的带领下玩着趣味小游戏，整节车厢都沉浸在孩子们的欢声笑语中。原来，这趟列车的餐车部分区域被临时改造成了“遛娃舱”。

(2月1日《新华每日电讯》)

厦门部分始发列车春运增设“遛娃舱”，为带孩子的家长提供免费的“增值服务”，是在营造舒适的儿童友好乘车环境，也能减少儿童旅客因为吵闹给其他旅客带

来的不必要的干扰，防范由此引发冲突、纠纷。“遛娃舱”一举多得，值得点赞。

近年来，高铁、飞机等公共场所内发生了多起因孩童吵闹而引发乘客与家长冲突的事件。“遛娃舱”是为儿童乘客及其家长提供的一种差异化服务，就像此前有高铁推出“静音车厢”，还有越来越多城市地铁推出“同车不同温”的模式一样。

当然，让儿童旅客与其他普通旅客分开的“遛娃舱”也不是解决儿童出行问题的“万能神药”。对于顽皮、好动的孩子，公众也要多一些

包容，不能一概将他们贴上“熊孩子”的标签，当然，家长也要管好自己的孩子，孩子如果打扰到了别人，家长要给予必要的教育。

高铁增设“遛娃舱”体现运力与服务“双高”。铁路是具有公益性的服务行业，部分始发列车春运增设“遛娃舱”，不仅是在解决乘客群体差异化需求的问题，防范不同乘客群体之间的矛盾与冲突，更是在提供公益性服务。增设“遛娃舱”，是在增设儿童友好空间，是铁路公益性服务做加法，值得其他公共部门借鉴与推广。