

乐活新主张



高琳

在互联网上,我最爱看明星孩子的故事了。原因很简单,明星本身的形象可能有工作室的包装,甚至刻意的伪装。但是他们的孩子,往往能折射出这个明星更本质的样子。最近伊能静的儿子恩利让很多人对伊能静“路转粉”。

伊能静成了“互联网妈妈”

大家谈起恩利,总是能想到他之前一些有争议的话题。比如他一个男生却经常和朋友分享化妆教程、穿搭技巧。再比如他多次在社交媒体上以“化妆妆、穿女装”的形象出现,之前在海边拍的一组女装照,更是引起了极大的争议。这种和传统社会认知不符的男性形象,让恩利屡次陷入争议之中。质疑的声音,不仅仅让他关闭了社交账

# 时代需要有松弛感的亲子关系

有一本书叫《园丁与木匠》,我觉得书名本身,就点破了亲子关系中松弛感的来源。

松弛感的亲子关系不是不干涉,而是把孩子当作一棵有自己生命力的树一样,适当修剪,引导他向阳而生。父母要做的就是:闭嘴,静待花开。

高跟鞋,但男生那样子是帅的,那怎么到了现在就变成不一样了?”后来,他还专门录了一期视频继续回答大家的问题,其中金句频出,圈粉无数。比如:“(和妈妈)吵架是健康的事情。吵完了还知道彼此爱着对方,这很重要。但记得吵完要说对不起。”聊到身上的负面评价,他看得很淡,觉得“我唯一最确信的是我自己版本的”。

这些表达,让大家突然意识到,22岁的恩利并不是一个因为家庭不幸而自暴自弃的怪咖,而是一个清醒的,知道自己在做什么的成年人。视频一出,网友纷纷表示,这是他们在娱乐圈见过的最清爽、最不油腻的男孩子。对恩利的好奇,瞬间又回馈到了

伊能静身上。

网友纷纷表示,伊能静太会教小孩了,应该给东亚父母专门开个育儿课。一时间,伊能静突然母凭子贵,成了“互联网妈妈”。

允许孩子做自己

我觉得,大家对伊能静的态度之所以有180度的转变,是因为不得不承认一件事:伊能静母子之间的关系,太令人羡慕了!

恩利这种有个性的孩子,一般家长肯定都会感到头疼。而恩利和伊能静天天暴露在聚光灯下,教育的压力肯定比一般人更大。那她是怎么做到,能让恩利成长得如此清爽,双方关系还那么融洽呢?如果用一句话来总结伊能静的育儿方法,那就是——她允许恩利做自己。

当然,伊能静也不是天然的完美妈妈,是儿子给了她做好妈妈的机会:比如在上学的时候,恩利特别想要一个智能手机。伊能静第一反应是:“要这个有什么用啊?我们上学的时候都没有。”而恩利的反应也很有意思,他没有哭闹,而是很认真地和伊能静讲道理:“我的未来你没有去过,你不要用你以前四十年的经验,来告诉我未来是什么样子。”

正是因为这件事,让伊能静在节目中说道:“我现在能做的就是和恩利穿上同一双鞋子,走他眼前的路,感受这双鞋子是松还是紧。我没有干涉的权利。”

这样的心态,也让这对母子之后的关系充满了松弛感。

在恩利因为穿女装事件引发争议后,他第一

时间联系了伊能静,问她:“我会不会影响到你的工作?要不要关掉社交平台,不再发布任何动态……”伊能静的回复是:“你不需要承担来自于父母职业带给你的任何东西。大不了我就不做这个行业了,没有什么比你更重要。”

“让孩子做自己”,如果单独拿出来,就像“让孩子自信”一样,是一句平庸的废话。

更重要的是,为什么大部分东亚父母,很难做到“让孩子做自己”?

父母不能给孩子自己没有的东西

我儿子Aiden今年夏天要回北京实习。还没回来,我妈就开始念叨:“这男孩子留那么长的头发,别人看了像什么样?等他回来马上剪了!”

我心想:我儿子都快20岁了,为啥还揪着他的头发长短不放?但其实,这就是很多中国父母最真实的反应。

别说男孩穿女装了,哪怕留长发或者是稍微穿点个性的衣服,都会激起父母的强烈反对。在很多中国父母眼里,比起孩子的想法,别人的眼光更重要。而这些年的教练工作更让我充分地意识到:父母之所以有这样的思维模式,是因为他们从没体会过,真正做自己是什么感受。更扎心的是,他们甚至连自己是谁都不知道。

在我们从小被教育的过程中,都被要求按照一个固定的公式去生活:好好读书,找个稳定的好工作、嫁个好老公。

不是说这一套公式不对,我们很多人也是这样过来的。但它也让很多人只会按照社会的期待去活,很难真正做一回自己。

就像我们在教练认证课上经常讲的:教练不能给客户自己没有的东西。同样的,未曾做过自己的父母,也很难让孩子真正做自己。当然必须承认,伊能静和我们普通人不一样。

她能让恩利做自己,肯定也来自于她的财富、家庭和明星身份带来的底气,无论恩利怎么样,她都有能力为他兜底。而作为普通人,尤其自己这一辈子都活得很紧绷的“70后”“80后”,很多时候也不是不想让孩子做自己,而是不敢。即便如此,为亲子关系增加点儿松弛感,还是有方法能做到的。

为亲子关系带来松弛感的方法

首先,可有可无的小事,少说,不说。

说实话,最开始对儿子留长发这件事,我也是有些不爽的,后来慢慢也看习惯了。但我能忍住不说是因为——我认为家长对孩子的说教,是有配额的。如果你事无巨细,每件事情都唠叨他,久而久之,无论大事、小事,他都听不进去了。

亲子关系,就像是孩子和父母之间一条隐形的链条。在一次又一次的唠叨中,链条会慢慢被磨薄、磨断……所以像头发长短这种鸡毛蒜皮的小事,我不说,我要把我有限的配额留在重要的大事上再说。

第二,在重要选择上,为孩子当一面镜子。

最容易在亲子关系中制造紧张感的,是孩子选择了一些在父母看来很“出格”的选项。

别说是恩利那种“出格”的造型了,哪怕是不去读热门专业、不去做所谓体面的工作,父母们都会如临大敌。做父母的,毕竟是被社会“毒打”过的,知道这些事情大概率没有孩子想象的那么简单。家长生怕孩子踩坑,一担心、一紧张,往往就控制不住,开始说教、唠叨。

那么该怎么办呢?去年夏天,我和儿子聊起大学毕业后做什么?他说考虑当一个时尚评论博主。作为家长听到这个,你脑子里第一反应是不是:“这哪儿能养活人啊?”况且我好歹也做了这么多年自媒体,知道这条路并没有他想象的那么简单。但我没有炸毛,而是说:“挺好啊!不过,你知道吗?自由职业比打工上班要更难,你很有勇气,选择了一条更难而不是更容易的一条路。如果你这是你想要的,没问题,妈妈支持你!”

孩子在真正踏入社会之前,对于社会的认知,多少是片面的。与其担心孩子,逼他去选择你认为正确的道路,不如像教练一样,去当一面镜子,如实地告诉孩子,他的选择可能带来的结果,再让他自己做出选择。只有这样,他才会学会为自己的选择负责。

第三,尽早让孩子接受社会的“毒打”。

当然了,很多时候,孩子会认为你说的那些都是你的偏见。他们也不一定会听。没关系,让他们尽早接受社会的“毒打”吧!

今年夏天,我儿子的实习项目就是和他爸爸在上海、北京各做一场青少年双语演讲夏令营。我跟他说:“你凭自己的本事赚钱,很好!但是,你用我的流量做广告,我要收你50%的平台费。”

他大为不解地问:“为什么?”我正好借此机会给他科普了知识付费的商业闭环是怎么实现的。当然,有句话是我嘴上没说,但在心里说的:“孩子啊,这个世界上没有什么是白来的,一切都得靠自己争取。”

有一本书叫《园丁与木匠》,我觉得书名本身,就点破了亲子关系中松弛感的来源。

有松弛感的亲子关系不是不干涉,而是把孩子当作一棵有自己生命力的树一样,适当修剪,引导他向阳而生。父母要做的就是:闭嘴,静待花开。

# 中药炮制背后的故事

——访北京同仁堂股份有限公司前处理分厂吕建媛、陈振会

黄海

“同仁堂”作为中医药行业的翘楚,355年传承下来的精华得到了无数消费者的认可。“炮制虽繁必不敢省人工,品味虽贵必不敢减物力”,简称“两个必不敢”,始见于《同仁堂药目叙》,是同仁堂人格守至今的古训,彰显的是一代代同仁堂人高度自律、精益求精的职业操守。

同仁堂数百年来一直有师带徒的传统,首届北京大工匠、非遗传承人“于葆燾”就曾向老药工刘荫霖学习中药炮制。近年来,同仁堂还启动首席技师工作室建设工作,充分发挥高技能人才在传承和创新技艺技能中的引领示范作用,传承文化、传承技艺、传承人品,为企业的可持续性发展提供人才保证。截至目前,同仁堂集团旗下的北京同仁堂股份有限公司(以下简称同仁堂股份)已经建立起涉及中药炮制、中药鉴别、传统制剂等不同领域的10个工作室。在每一期的师徒教学中,师傅们都制订详细的教学方案和阶段性目标,将丰富的工作经验和技艺传授给徒弟们。

2013年,同仁堂股份成立于葆燾中药炮制首席技师工作室,培养中药炮制人才。学习中药炮制,徒弟们第一年要学会辨认200种药材,辨别其产地、规格、等级,熟悉药性、药效,第二年要学习现场实践操作,第三年是实践操作+总结,“天天学、经常考”成为徒弟们的学习日常。

吕建媛、陈振会跟随于葆燾反复锤炼,如今已经成为同仁堂股份中药炮制领域的核心人物。于葆燾退休后,吕建媛接过师傅的接力棒,成为中药炮制技能大师工作室领办人,2021年成为首都劳动奖章获得者。陈振会成为北京市东城区非物质文化遗产同仁牛黄清心丸传统制作技艺传承人。

不负芳华 中药炮制领域绽放巾帼风采

吕建媛言谈举止中尽显温婉与谦逊,26年的工作经历让她对同仁堂产生了极为深厚的感情,同仁堂“同修仁德,济世养生”的初心使命更让她倍感自豪。谈起自己的工作感受,吕建媛首先表达的是对同仁堂股份的感恩之情,感谢公司为基层员工提供了发挥自身价值的舞台,自己唯有珍惜并加倍热爱工作才能更好地回报公司、回馈社会。

说起日常的工作,吕建媛感慨万千,称前处理工作不仅是脑力活儿,也是个体力活儿,每天面对待处理的中药材原料,要仔细辨别、



分类整理各种根茎、树皮、叶子、果实等,根据生产需要,再按计划逐一加工。原药日处理量通常都在上万公斤,需要付出大量的体力劳动投入到20多个工序、50多种加工方法当中。吕建媛特别强调的是,他们每一道工序都会严格把关,下工序要为上工序负责把关,若有一道工序没有衔接好就会影响后续所有环节。

吕建媛说,在选料方面,同仁堂遵循古训和清官制药标准,采用“采其地、用其时”和“上等、纯洁、地道”的药材,确保了选料、投料一流。就拿人参来讲,同仁堂要求人参在使用时必须去除芦头(人参在地面上残留根茎的凸起部分)是人参较为坚硬的部分)。而人参原料采购进厂时已经是干燥状态,握在手中质感较为坚硬,去除芦头需要人工,借助特定的工具,一个一个用力剔除。此番操作虽然增加了工作量和人工成本,也增加了原料成本,但同仁堂的“两个必不敢”在这里得到了充分地体现。

谈到传承,吕建媛认为企业发展主要靠人才,不仅需要管理者,还要有懂技术的专业

人才。355年来,同仁堂的技艺没有断档主要归功于师徒传承,以老带新是同仁堂发展过程中亘古不变的传承模式,师傅们从来都是知无不言,言无不尽。言谈间,吕建媛眼含热泪,她感慨的不仅是老师傅们对同仁堂的深厚感情,更是世世代代同仁堂技艺传承人对中医药事业的热爱和奉献。

退伍不褪色 平凡岗位谱新篇

同仁堂(股份)三级大工匠陈振会,身姿挺拔,身着一套藏蓝色工作服,虽有些褪色,但干净整洁。他手里拿着两张文稿,打开一看,竟然是笔者提前表达过想了解的一些问题,让人感受到了陈振会对自己的严格要求。

陈振会1996年底从部队退伍,他说看好同仁堂的老字号品牌,也受到企业文化的吸引,1997年被招聘分配到同仁堂前处理车间,从事中药炮制工作。他说自己不是学习中药专业的,但非常想在同仁堂这样的老字号企业作出贡献,既然有机会融入,就必须把握机



陈振会(中)带领徒弟挑拣药材。

求,容不得丝毫懈怠。另外,陈振会还提到黄连去毛的操作亦能体现同仁堂对炮制的高标准严要求。“毛”是指黄连的须根,同仁堂安宫牛黄丸中使用的黄连必须要“去毛”,因为原料药的干燥质地,操作人员必须把握适当的力度和角度,小心地削去这些须根,力度大了或者角度不对,会削到黄连的主体,造成浪费。力度小了,去毛就不成功。而去毛的炮制环节正是为了有效提高药材的纯度、增强疗效。

陈振会还自豪地表达了身为同仁堂人具备的诚信精神,称“两个必不敢”是同仁堂企业文化的精髓。作为北京市东城区非物质文化遗产项目“同仁牛黄清心丸传统制作技艺”代表性传承人,他始终秉承同仁堂古训,将其作为行为准则,不忘制药初心、牢记救人使命,20多年来时刻保持着对中医药事业的敬畏和热爱,砥砺前行。

传承中创新 老字号不断焕发新活力

近年来,同仁堂股份开展了多项工作积蓄企业发展内力,在药材质量品质管理上真抓实干,积极探索炮制过程对药效、安全性等的影响,科学解读、修订炮制标准;提升风险管理意识,针对伪劣品、非法使用生长期调节剂、安全性指标等进行药材标准修订;加强检测能力建设,成立耗材保供小组、加强供应商筛选强化检验过程管理,缩短药材检验周期;开展检验技能培训,合理调配检验资源,不断优化检验流程,为同仁堂药材品质管理保驾护航。

同仁堂坚守传承创新发展中医药的初心使命,勇于担当、积极作为,公司对人才的重视和培养让员工产生了强烈的企业归属感,激励员工更愿意在工作中主动承担责任。吕建媛和陈振会仅仅是他们众多一线员工中的代表,在中医药政策持续发展的今天,对品质要求不断提升的同仁堂正迈着高质量发展步伐,努力在治未病、重大疾病治疗和康复、传染病防治和卫生应急等工作中发挥更大作用。

吕建媛(左二)向徒弟传授中药材炮制知识。

广告