

第二種
智慧的爱,喜歡激勵孩子
愚蠢的爱,總愛指責孩子

挑剔的父母總是在否定孩子,愛用孩子的短處與別人家孩子的長處比較,“你瞧人家”是他們的口頭禪。結果呢?在否定中長大的孩子,極易對別人充滿敵意,自暴自棄。

寬容的父母總是在肯定孩子,他們容易發現孩子點點滴滴的進步。“很好,孩子,你比昨天又進步了!”“不要緊,成功躲在失敗的後面!”孩子看到自己的進步會信心十足,在寬容中長大的孩子,將會極富耐心。

苛刻的父母容不得孩子犯錯誤,面對犯錯的孩子非打即罵。這是在逼着孩子說謊話,由此孩子學會了逃避,學會了推卸責任。在指責中長大的孩子,將來容易怨天尤人。

智慧的父母明白,任何一個孩子的成长歷程,都是一個犯錯——知錯——認錯——改錯的過程。不允許孩子犯錯,是對孩子的傷害。於是,他們會耐心地幫助孩子認識錯誤,讓他去感受自己行為帶來的後果,讓孩子學會對自己的行為負責。

孩子上幼兒園了,“媽媽,得了一個小

盧勤:智慧的父母都在做這6件事(中)

紅花”,媽媽要問,“別人得幾個啊”,“有得兩三個的”,“你怎么沒有得三個?”孩子上小學了,“媽媽,我考了98分”,媽媽要問,“有得100的嗎”,“有啊”,“你怎么沒有得100啊?”孩子好不容易考了100分,“媽,我今天得100分了”,媽媽冷靜地說,這次考試題目一定很容易。

不要認為,我們的孩子永遠不如別人的孩子。在欣賞中長大的孩子愛人愛己,在指責中長大的孩子勾心斗角。

第三種
智慧的爱,注意讓孩子分享
愚蠢的爱,只顧讓孩子獨享

糊涂的父母,把物質看得比精神重要,好吃的、好喝的、好用的,先給孩子。看孩



子“獨享”,自己很享受,生怕孩子吃了虧。獨享就像一個惡魔,讓孩子變得貪心。在獨享中長大的孩子,自私冷漠,眼中沒有別人,心中沒有父母,身邊也沒有朋友。孩子長大成人後,父母不會感受到一點來自孩子的幸福。

智慧的父母,從小讓孩子分享中長大。分享,是快樂的源泉。當一個人在分享中感到快樂,他內心的世界就會變得很大,他會把別人的心裝進自己的心,遇事為別人着想,考慮

別人的感受。於是,他學會了關心,學會了愛,在社會上擁有更好的人際關係。小時候,在分享中,他奉獻了自己的力量,從而產生了成就感和價值感;長大後,會成爲一個有益於人民的人。他懂得,不是因爲擁有了才付出,而是因爲付出了才擁有。

我很感謝我的母親,是她教會我們分享,她教會我們分享的第一句話是“給媽媽咬一口”。我媽有6個孩子,買6根冰棍,沒有給自己買,我媽要求所有的孩子給她咬一口,我哥哥姐姐很主動,我排行老五,每次都躲在後面,我想我媽最好咬小一口,最好一口都不要咬。但我媽每次都狠心地咬一大口。慢慢地習慣了,好像不給我媽咬一口就不好吃一樣。母親過世後沒有留下任何物質的財富,可她擁有了所有孩子對她的愛,於是分享成了我家的家規。

兒子上幼兒園的時候,老師發了孩子每人兩個巧克力。當表演完節目,兒子站起來跑到後面給了我一塊,說:“媽媽,分你一塊”。“謝謝!”我張開嘴巴就吃掉了。旁邊的媽媽羨慕說:“瞧你多幸福,我兒子兩塊都吃了,一眼都沒有看我。”我說,這可不是一日之功。(未完待續)

從前的老北京,是個養窮人的地方(上)

作爲一國之都,北京推出的各種政策和態度往往是受社會關注的,一定程度上得令大眾信服,這不僅是對社會負責,還是對過去那個有人情味兒的老北京的一種傳承。在過去,北京還是個相對容易謀生的,養窮人的地方。

由於環境和人口因素,北京給許多人提供了多種就業的可能性。無論剛剛畢業的年輕大學生,還是背井離鄉在外漂泊奮鬥十多年的中年人,北京的服務體系就這樣被日常的各類普通人支撐起來了。

即使是基礎設施不那么發達的過去,在老北京賣黃土、賣小吃、賣藝唱戲的人比比皆是,這都是能供窮人吃飯的營生。窮人的生活雖然艱辛,但不至於絕望。

老北京里南來北往討生活的人,不論貧富與階級,都生活在衚衕里,不論有錢沒錢,都講禮義廉恥,都一樣喝豆汁兒。或者就大家都不寬裕,也願意互相拉一把,過着簡單飽暖的日子。

倘若這里都容不下窮人了,那么其他地方呢?中國走過彎路,人人都窮過,做人不能忘本,不能沒有體恤,更不能張嘴“何不食肉糜”,尤其是讀書人。

陶淵明說“先師有遺訓,憂道不憂貧”。他還說“不戚戚於貧賤,不汲汲於富貴。”可當不義之舉,貧窮之苦出現于號稱王道樂土、首善之區的老北京時,只怕我們每個人要既憂道,又憂貧。

任何城市都有自己的貧民窟,若非要將貧民窟比喻爲城市的癌症毒瘤的話,那這個毒瘤千萬不要動刀割掉。割掉會癌細胞擴散,城市的問題會更大。因爲在這個過程中,人不能失去道義。

“憂貧”並非憶苦思甜,而是尊重歷史。因爲在過去,北京還是個相對容易謀生的,養窮人的地方。窮人生活在溫飽邊緣,但不至於絕望。北京過去有許多奇葩的職業,如賣黃土的、賣燈籠的、倒賣果子皮、二貨茶的。賣黃土的人是找個板兒車,到城牆根兒去“上班”——找城牆上沒磚的地方,拉一車黃土賣到煤廠里,搖煤球或做蜂窩煤。說不好聽了是破壞公物。但一天拉兩車黃土,起碼能有飯吃。

賣燈籠的,是馬路邊上一大鍋,里麵筋頭、腸、連骨頭帶肉什麼都有,論塊賣不能挑,先吃後數籤子結賬。買的人都把眼睛瞪得溜圓,好挑一塊肉多的。換洋取燈兒(火柴)的多是婦女,你給她破爛,她給你取燈兒,等於是變相地收破爛。這樣她能稍微多賺一點。

再有是賣果子皮的、賣二貨茶的。有的人家吃蘋果的皮可以攪多了賣給這類小販,小販用糖浸了當零食賣。或有的人家茶葉只泡一貨,曬干了接着賣。最底層的小販們就用這各種零散的小玩意兒,三倒騰兩倒騰,拼着縫賺出那點嚼谷,實在可憐。但小玩意沒成本,起碼能賺個瓜仁兩棗



的。還有那些賣干劈柴的、賣布頭兒的、賣梳頭油的、賣草簾子帶狗窩的、賣估衣的……都是能供窮人吃飯的營生。舊京有白麵房子、有最下等的土窯唱曲,街邊也有坑矇拐騙,也有擺着桌子寫着“吃饅當兵”的國民黨徵兵處。當了兵就給兩塊錢,不少一無所有的人以“當兵”爲生,入了伍找機會就逃,換個地方繼續當。

民國時候,各地若有災荒,人會出來逃荒,河北一帶多會逃到北京的郊區縣城伺機而動,若能混則到北京試試運氣,不行則退守鄉里。一些人進了永定門,有的人家在大路旁打個簡易的棚子,擺個小酒攤兒,賣上幾種自製的豆腐絲拌蘿蔔皮,就能把小攤位支起來謀生了。

剛開始連葷菜都賣不起(沒錢進貨),後來會把小酒攤兒做大酒缸二葷鋪,以賣給南來北往趕路的、趕大車的。這樣的攤位沒什麼攤位費可交。哪怕是小孩兒,也可以挎個籃子去賣半空兒(花生米),賣臭豆腐、打粥。而他們平常也吃不飽飯,只能夏天在土堆上拾西瓜皮啃,或者偷別人家院子里的棗兒,連雪花酪都沒吃過。

侯寶林、關學曾等老輩兒的曲藝人,小時候都過着幾近要飯的生活。但他們學了曲藝,在天橋等地擲地演出。演得稍微好些,能進雜耍園子,再到進劇場,還能成名成角兒。另有京西的煤礦,大約普通礦工日工資五毛,學徒工四毛,若沒有休息日的話,一個月也能掙十幾塊大洋。好的跑堂的干上二十年,回鄉下也能買房子置地。(未完待續) 侯磊

行爲不知不覺被設計

有調查表明,現代人平均每隔4分鐘就要看一次手機,每天平均看150次。有1/3的人聲稱,他們寧肯沒有私生活,也不能沒有手機。

我們對手機的上癮或強迫症,其實就是一種習慣。我們迫不及待地看微信、刷朋友圈,原本只打算看幾分鐘,一個小時後卻發現自己的手指還在手機屏幕上滑動。

根據認知心理學家的界定,所謂習慣,就是一種“在情境暗示下產生的無意識行爲”,是我們幾乎不假思索就做出的舉動。如今,我們習以爲常的那些產品和服務正在改變我們的一舉一動。而這,正是產品設計者的初衷。也就是說,我們的行爲已經在不知不覺中被設計了。

僅憑電子屏上區區幾個字符就能影響用戶的習慣,控制用戶的思維,這些公司是如何做到的?是什麼因素讓人們對這些產品欲罷不能?

《上癮:讓用戶養成使用習慣的四大產品邏輯》一書中給出了一個各大公司開發習慣養成類產品的“絕密神器”——上癮模型。概括起來,要讓用戶形成習慣,下意識地就想使用你的產品,有四大關鍵步驟:

觸發——行動——多變的酬賞——投入。

第一步就是吸引用戶去使用你的產品,這叫作“觸發”。觸發之後,第二步就是行動。行動要兼具動機和能力,有了動機,還需要用戶的能力足夠完成行爲。

行動之後,要給用戶酬賞,而且酬賞要有不可預期性,即多變的酬賞。

最後,讓用戶在產品上進行越來越多的“投入”。用戶與產品越親密接觸,就越會離不開它。通過用戶的“投入”,就可能產生下一次“觸發”,從而開始一個正向循環。

於是,你就上癮了。

在現實生活中,吸引你上癮的“鈎鈎”無處不在,它們隱匿在各種App、電影、遊戲,甚至我們的工作中。設計者深諳用戶在情感層面的軟肋或困擾(情緒,尤其是負面情緒),從最基本的人性需求和渴望切入(渴望獲得社會認同,渴望緩解壓力,等等),找準切入點,然後打造出產品特色。

正如Twitter創始人伊萬·威廉姆斯所說:“我們通常會以爲互聯網的優勢在於花樣翻新,但其實人們只想在網絡上繼續做自己熟悉的事情。”



聖誕節說聖誕精神

按照基督教教義,世人都犯了罪,虧缺了上帝的榮耀。爲了拯救世人,上帝派他的兒子耶穌基督降世爲人,最後爲世人的罪被釘死在十字架上,上帝的大愛就在此顯明瞭。這才是聖誕節的真正意義。耶穌基督一生傳揚的是寬恕、和平、博愛和無私奉獻,而這些正是人們理想中的美好品質。

聖經中說,“施比受更爲有福”。受此啓發,1843年,英國著名批判現實主義作家狄更斯創作了一部廣受歡迎的小說《聖誕頌歌》,詮釋了聖誕精神,就是愛和分享。狄更斯認爲,基督的教導簡單而豐富,基督的榜樣聖潔無瑕,聖誕精神值得發揚光大。後來,故事中的一些情節成了聖誕節的約定風俗,比如家庭團聚、互換禮物、聖誕大餐等,甚至“聖誕快樂”(“Merry Christmas”)這句問候語也是在這部小說出版之後得以流行的。

《聖誕頌歌》的主人公斯克魯奇是一位冷漠無情、極端自私的生意人。他生命中所追求的只有金錢。他對待自己的員工非常苛刻,甚至覺得聖誕節給他們放一天有薪假期也不公平,等於搶奪他的錢財。聖誕節前夕,慈善機構義工請求他爲飢寒交迫、無家可歸的窮人捐些錢,他一毛不拔,反倒說,“世界上的人太多了,所以如果有些人死了的話這倒是件好事。這些都與我無關!”他的理由是,“我自己聖誕節都不快樂,所以我也會不花錢去讓其他人快樂。”

由於他極端的冷漠和自私,他成了一個孤家寡人。在他的一生中,乞丐沒有向他討過錢,孩子們沒有向他問過時間,也沒有人向他問過路,甚至連狗見到他來了都要藏起來。

斯克魯奇從前有一位合夥人馬利,也是一個吝嗇鬼,七年前在聖誕節去世了。聖誕節的前夜,斯克魯奇下班回到家中,馬利的鬼魂來訪問他,並警告他,“那些在世時不幫助他人的人,其靈魂死後,都在這個世界上永無休止地遊蕩。”鬼魂告訴他,他還有機會拯救自己,有三個幽靈將帶他看一些場景,提示他將如何做。



“過去之靈”讓他看到在自己孤單寂寞的童年生活中,他的姐姐是如何關心愛護他的;在他當學徒期間,寬厚仁慈的老闆菲茨威格在聖誕之夜和大家一起開心慶祝。這些場景觸動了他的心,他開始後悔自己對待雇員的冷酷態度。

“現在之靈”帶他到他的前一個雇員家里的聖誕晚會上。雖然這個小職員薪水微薄,買不起聖誕禮物,也買不起火雞,可是卻活得清貧而滿足,家中每個人臉上都洋溢着幸福的微笑。“未來之靈”讓他看到他衰老之後病臥在床,連聖誕節也沒有親人朋友來看望的淒涼孤苦

景象。

於是,他開始重新思考生活的意義,認識到了“施比受更爲有福”的真諦,人生觀發生了重大轉折,變得富有同情心、樂善好施,也活得快樂了。

《聖誕頌歌》小說中所倡導的聖誕精神對西方社會產生了深遠影響。在美國、加拿大等以基督教立國的國家,聖誕節前夕,許多慈善機構都會向社會募捐,去幫助需要救助的人們。教會的孩子們會呼籲會友奉獻“愛心盒”,把愛心禮物裝入鞋盒中,寄給遠方貧苦的孩子們,也把上帝的愛帶給他們。

狄更斯說過,“我一直認爲聖誕節是美好的時光,祥和,寬容,慈善,愉悅。據我所知,它是漫長的一年當中,所有人,無論男女,唯一能自由敞開心扉的時刻”。聖誕節的真正意義是上帝的兒子爲了救贖世人脫離罪惡和死亡而降世爲人。神學家帕克(J.I.Packer)曾批評道:“我們滔滔不絕地談論聖誕精神,其實我們所談的只是聖誕節所帶給我們的歡樂……,聖誕節應該意味著上帝的人格特徵在人類當中再生,因爲上帝爲了我們不斷付出;聖誕節也應意味着燃燒自己來照耀別人的精神。他們就像他們的救主一樣,一生堅持這樣的原則,在任何有需要的時候,給予他人時間,爲他人考慮,關心和照顧他人。”奉獻、犧牲、燃燒自己,照亮別人,這才是真正的聖誕精神。