

坐得“冷板凳” 守住真学问

□ 郝凯

8月6日,美林学者培育工程推进会暨纪念季美林先生诞辰115周年学术座谈会在聊城举行。季美林先生的孙女季清在致辞中回忆,小时候最熟悉的,是爷爷伏在案头写东西的背影。窗外四季更替,窗前的人始终伏案工作;查典故、引古文时,他便从玻璃书柜里抽出线装书,有时还让孙女帮忙加标点、抄写。多年以后再回望这些细节,季清才懂得,那些看似寻常的点句读、抄古文,其实是爷爷把一生的坚持、耐心和学问悄悄传给她的方式。

一个人能够几十年如一日地坐在书桌前,看似寻常,实则最难。当下,信息更新越来越快,人工智能越来越便捷,人们习惯了即时反馈,也越来越习惯用“多久见效”衡量一件事情的价值。读书要立刻有用,学习要尽快出成绩,科研要尽早见成果,甚至连兴趣爱好也常常被追问“能不能变现”。在这样的节奏里,愿意把时间交给一本书、一个问题、一门学问,耐得住寂寞、经得起重复,反而成了一种稀缺的能力。

季美林留给后人的,恰恰是一种“不急”的功夫。他曾把王国维所说的治学三境界概括为立志、奋斗、坚韧。立志是

方向,奋斗是过程,坚韧则意味着在听不到掌声,甚至看不到结果的时候,仍然愿意继续向前。真正的学问,从来不是靠一时兴起做成的,更不是靠几次“爆发”换来的。它需要一个人坐得住冷板凳,在别人看不见的地方反复求证,在漫长岁月里一点点积累。

季清记忆中的爷爷,并不是一个高高在上的“大师”。她说,他“一辈子,就是个教师”,更像“一盏放在书桌角落的灯”,亮得不刺眼,却默默陪伴着求学、求知的人。这样的形象恰恰提醒我们,真正值得传承的做学问的精神,并不在那些响亮的名号里,而在一个人是否愿意认真读

一本书、做一件事,把冷板凳坐成一条路,把无人喝彩的坚持变成真正的积累。

今天,我们纪念季美林,不只是回望一位学者走过的道路,更是为了重新认识“做学问”这三个字的分量。一个浮躁的时代,更需要沉下来的人;一个追求速成的社会,更需要守住长期主义的人。无论求学、科研,还是从事任何一项需要积累的事业,都不妨少一些急于求成,多一些静水深流。坐得住冷板凳,未必意味着走得慢,恰恰可能意味着走得更远;守得住真学问,最终守住的,也不仅是知识,更是一个人对世界时的耐心、诚实与定力。

画里画外



不胜其烦

徐民 作

□ 李丽

近日,“发现好多大学生不懂邮件礼仪”的话题登上热搜,引发广泛讨论。不少网友呼吁“将邮件礼仪纳入大学必修课”,也有人坦言,“从小到大都用QQ、微信沟通,正式的电子邮件礼仪,真的没人教过。”在即时通信如此便捷的时代,电子邮件这种看似“老派”的沟通方式,反倒成了不少年轻人步入职场后的第一道“隐形门槛”。

从校园步入职场,电子邮件是很多场合必不可少的沟通工具。比如实习求职、工作对接、学术交流、商务合作等场景,很多材料都需要通过电子邮箱发送。然而,部分初入职场的毕业生对邮件的使用却非常生疏——沿袭社交软件的交流习惯,标题缺失、称呼省略、落款全无,语言口语化、逻辑松散,甚至出现标点误用、字词差错或附件遗漏等情况。面对这样一封“随性”的邮件,HR或客户的“第一印象”难免会大打折扣。

讲究邮件礼仪,并非刻板守旧,更非人情世故的繁文缛节。一封条理清晰、措辞得当的邮件,无须过多解释,便能体现发信者的严谨、认真与尊重。有HR直言,一份用语得体、格式规范的邮件,能让求职者在未见面前就给对方留下“靠谱”的印象;也有高校教师感慨,用邮箱收作业时,不少学生只发一个附件,正文连基本问候都没有,让人看后哭笑不得。

“礼多人不怪”,在社会交往中,细节往往决定他人对我们的感知。无论是线上沟通,还是线下相处,讲究礼貌与分寸,懂得换位思考,都是成熟的表现。邮件格式尚可学习,但若连基本的礼仪意识都丢失,便是在信息时代失却了文明的根基。

邮件礼仪的缺失,表面看是年轻人使用频率低、经验不足;深层次看,则是在碎片化表达长期影响下,书面语言与正式沟通能力的弱化。据媒体报道,目前多所高校已开设相关课程或讲座,教授学生如何规范撰写邮件。这不仅是训练行文格式,更是在培养他们的社交能力与沟通素养。

邮件礼仪,实则是一面镜子,映照出一个人的职业素养与处世态度。补上这一课,不仅是为了掌握一项职场技能,更是为了养成规范表达、严谨做事、敬畏职业的良好习惯,能让人终身受用。

邮件无小事 细节见素养

别让弹窗广告“煞风景”

□ 吕晓磊

近日,安徽黄山一位老人的美好瞬间被弹窗广告无情搅扰。老人拿出手机,想要记录景区美景,却遭遇连环弹窗广告围堵,半分钟内恶意跳转十几次。关闭按钮藏匿隐蔽、虚假按键诱导点击、广告层层叠加弹窗,几番操作无果后,老人无奈放弃拍摄。这一幕被镜头记录后引发全网共鸣,也再次将手机弹窗广告乱象推至舆论风口。无处不在的弹窗广告,早已沦为手机屏幕上久治不愈的“电子牛皮癣”,不仅扰乱大众生活,更时刻侵蚀着用户的合法权益。

手机弹窗广告紧盯用户尤其是老年群体的操作弱点和经验盲区。不少

App弹窗刻意缩小关闭标识、设置延迟关闭机制,甚至以虚假关闭按钮诱导跳转下载。年轻人尚且防不胜防,视力下降、网络经验不足、不熟悉智能设备的老年人,更是广告陷阱的主要受害者。

弹窗广告屡禁不止,根源在于流量至上的畸形商业逻辑。对各大平台与广告商而言,弹窗曝光意味着流量,而流量可直接转化为收益。部分平台漠视用户权益,刻意钻监管漏洞、打规则擦边球,将用户体验和社会责任让位于商业利益,存在“整治时收敛、过后又反弹”的应付心态,导致弹窗乱象反复滋生、难以根除。

治理弹窗广告乱象,不能仅靠用户自己甄别、被动避让,而应构建多方共治的长效机制。平台作为第一责任

主体,必须坚守经营底线,摒弃过度逐利的念头,简化关闭流程、取消恶意诱导弹窗,把操作选择权真正交还用户,守住商业经营的边界与底线。

监管部门须持续发力、从严施策,摒弃一阵风式整治。要细化弹窗广告监管标准,依托技术手段强化常态化巡查监测,对违规平台从严处罚,提高违法违规成本。同时畅通投诉举报渠道,对群众反映的问题及时核查处置,让隐形弹窗、恶意跳转等乱象无处遁形。

手机方寸屏幕,承载着数字时代的民生温度。让智能手机回归便民本质,让每一位用户都能安心、舒心享受数字生活——这不仅是对消费者的基本尊重,更是衡量社会文明成色的一把尺子。