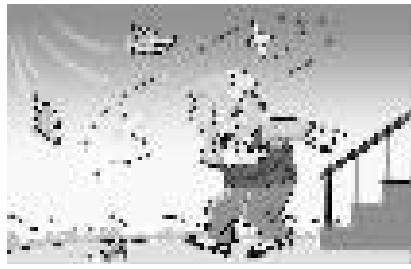


该拄拐时就要拄拐 听不清了要戴助听器

# 上了年纪,从容“服老”不丢人

因为“忌讳”拄拐,各种意外跌倒让老年人“很受伤”;明明听力下降得厉害,却不肯戴助听器。因为“不服老”,不少老年人对各种养老辅具特别排斥,不愿用、不肯用,不但影响了生活质量,有时还加速了肌体衰老。



有些老人“好面子”“不服老”不愿拄拐

## 现象1 “好面子”不想拄拐杖

重阳节前夕,北京市老龄办、市老龄协会专门主办了一场老年人“防跌倒”研讨会。在这场研讨会上,骨科专家王跃庆提出一个观点:老年人该“服老”时就“服老”,别逞强。

随着北京气温逐渐降低,人们穿的衣物越来越厚重,老年人又将进入跌倒的高风险期。据统计,跌倒已成为65岁以上老年人伤害死亡的首要原因,每年有数以万计的老年人因跌致残、因跌致死。实际上,老年人跌倒并不是一种单纯的意外,如果老年人能够主动拄上拐杖,跌倒的风险就能有效降低。但在现实生活中,老年人拄拐的少,不少人对拐杖还存在不小的偏见。

“拄拐的老人估计不会超过5%。”王跃庆说,不拄拐,很多时候不是因为老年人不需要,而是老年人“好面子”“不服老”,不愿拄拐。在小区里、大街上,步履蹒跚的老人并不少见,但拄拐的老人却没几个。且不说许多老人家里压根没有拐杖,有的即使子女给备了拐杖,老人也不用。

为什么会这样?王跃庆解释说,老人一瘸一拐地走路,大家会觉得没什么,会猜测老人有可能是崴脚了。可一旦拄上了拐杖,别人就会认为这个人“真是老了”。“我们的老年人总是把拐杖当成不健康的标志。”说到这里,王跃庆语气里透着无奈。

正因为如此,老年人对拐杖很“忌讳”,总觉得还年轻,甚至到了需要拄拐的时候,也强撑着不肯拄,导致跌倒的风险增高。作为从事骨科临床、科研、教学工作30余年的医务工作者,王跃庆认为,很多跌倒事件其实完全可以通过一根拐杖来避免。他介绍,拄拐可以增强老年人步态的稳定性,有利于关节、腰腿健康,增加肢体的协调性。“拄拐至少可以减轻老年人下肢30%的负荷,对于防跌倒至关重要。”

在研讨会的圆桌对话环节,专家们特地围绕老年人“不服老”的心态展开讨论。“我很赞赏这种积极的、乐观的人生态度。但老年人也要面对现实,根据自己的身体情况做决策。”王跃庆说,从医学健康角度来说,一个人从幼小到衰老

是一个自然过程,是不可抗拒的生物规律。

## 提醒 四种情况下要拄拐

那么,什么情况下可以考虑要拄拐了呢?王跃庆说,老年人跌倒骨折有骨质疏松、肌肉萎缩、协调性降低、心态抑郁四大主要因素。如果肌肉力量衰退、站立不稳、反应能力下降、身体协调性差,就要考虑使用拐杖了。其中,高龄独居老人尤其要注意。

“拐杖其实是幸福杖、长寿杖。”王跃庆说,拐杖可以降低跌倒的风险,帮助老人远离病痛,同时也能为家庭减少沉重的照护负担。在一些老龄化程度较高的发达国家,老人不但不排斥拄拐,甚至还把拐杖当成一种“时尚单品”。社会应该通过广泛宣传,帮助老年人转变观念,不要排斥使用拐杖。

## 现象2 “不示弱”拒戴助听器

老年人“不服老”,排斥的不仅是拐杖。有的老人觉得自己“没问题”,不肯用甚至耻于使用养老辅具,从而加重了身体的负担,影响生活质量。在这一点上,助听器也很典型。

汪女士这些年一直为父亲的听力问题发愁。老人听力不好,却固执地不肯戴助听器,甚至影响到了正常生活。汪女士多次想和父亲严肃地讨论这个问题,可老人总是回避。

“他从心理上接受不了,认为这是尊严问题。”汪女士说,父亲的听力问题从他60多岁那会儿就出现了。当时问题不是很严重,医生建议佩戴助听器,可父亲没同意。汪女士解释说,在父亲的观念里,戴了助听器就意味着“残疾”。而如果不戴的话,别人就看不出来。

如今,汪女士的父亲已经70多岁,一只耳朵几乎丧失听力,另外一只耳朵的听力也下降得厉害,严重影响了正常生活。汪女士说,父亲原先是一个特别开朗、特别能社交的人,跟谁都能聊得来。“现在,他只跟熟人聊天,去医院、银行时还非要拉上我妈,自己一个人不愿意去。”原来,因为听力问题,老人在人际交往中出现了沟通障碍,别人说什么,他经常听不清。这种因为听力带来的障碍,已经严重影响到了老人的自信。可即便如此,老人依然不想戴助听器。汪女士说,父亲不想“示弱”,不想让别人看到他“有问题”。这种“不服老”的心态,让人十分无奈。

记者了解到,相当一部分有听力问题的老人是被子女硬

逼着才配的助听器,自己主动去配助听器的老人比较少。即便配了助听器,能够遵守医嘱坚持佩戴的也是少数。

## 提醒 听力中度损伤就要配助听器

隆福医院耳鼻喉科医生、国家高级助听器验配师邓学倩表示,有的老人在听力出现问题后,觉得戴助听器“越晚越好”,能不戴就不戴,这其实是认知误区。当听力损伤在中度的时候,就应该把助听器配上,以保证最好的恢复效果。如果一直到听力损伤严重时才配助听器,虽然情况会有所改善,但可能已无法恢复到正常交流的水平。如果自己不好判断,最简单的办法就是相信医生。到医院由专业医生进行检查诊断后,如果确实需要佩戴助听器了,那就尽早配,方便日常交流,提高生活质量。

## 观点 “不服老”是自我认同需要

现在,“不服老”的老人似乎越来越常见。有的老人因为对自己的身体状况盲目自信,不遵医嘱,不按时吃药甚至停药,结果造成严重后果。

汪女士告诉记者,她的父亲就有一次因为腔隙脑梗进了医院。事后一打听,才知道老人已经偷偷停了一个月的降压降脂药。“他想想看自己能不能把血压血脂调下来。”

老人不愿意拄拐杖,不愿意戴助听器,甚至不愿意吃药,仅仅是“面子问题”吗?该怎么看待老人这种“不服老”的心理?国家二级心理咨询师、中国心理卫生协会会员史宇认为,这些行为和老人把头发染成黑色一样,不仅仅是向别人证明自己还行,也是一种自我

认同的需要。

史宇说,对于老人来说,拄拐杖、戴助听器并不是一件简单的事情。“老人可能会想,我的那些‘老伙计’会怎么看我?出门别人会怎么看我?我的子女会不会也觉得我老了?”所以,老人才会做出那些让人无法理解的举动。

## 建议 要发现老人的闪光点

在采访中,有些老人向记者表达了这样一种观点——最不服老的时候是在60多岁的“初老”状态,一些身体机能越来越不给力,但心理上不想承认。“不服老其实是人的本能,就和年轻人不服输是一样的道理。”史宇认为,这种心态其实是老人正常的内心需求,无所谓对或不对。但是,老人的这种心态不能被无视。

另外,史宇说,社会对于“老”的评价维度过于单一。“看到一个人拄拐就觉得他老了,这就好比看到一个人穿的衣服特别朴素,就觉得这个人过得不好一样。”史宇提出,社会应该用多个维度去看待“老”这件事。一个人有很多闪光点,可能在某些领域,上了年纪的人依然能熠熠发光,保持年轻的活力。不能因为拄了拐,戴了助听器,就认为这个人“老了”“不中用了”。

“就算是拄了拐杖,依然可以走T台秀,光彩动人。”史宇说,“我们要让老人有机会证明自己还没老。”来自社会的认同,可以让老人获得极大的满足感。引导社会观念理性、积极地看待老年人,同样是建设老年友好型社会的题中之义。史宇建议,社会要发现老人的更多闪光点,让老人害怕变老的焦虑在闪光点中稀释。

王琪鹏(摘自《北京晚报》)

10年谋划努力、8年科研攻关、5年设计建造……首艘国产大型邮轮“爱达·魔都”号近日正式交付。爱达邮轮有限公司宣布,2024年1月1日将从上海吴淞口国际邮轮港盛大启航。

“爱达·魔都”号总吨位为13.55万吨,总长323.6米,型宽37.2米,最大吃水8.55米,最大航速22.6节,拥有客房1215间,最多可容纳乘客5246人。

# 首艘国产大型邮轮交付

你离大邮轮只差一张船票



“爱达·魔都”号大型邮轮的零部件数量多达2500万件,相当于大飞机C919的5倍、复兴号高铁的13倍,是目前全球最复杂的单体机电产品,也是目前中国国产邮轮的巅峰之作。

在首艘国产大型邮轮上,整个邮轮的内装大体可以分成三大板块:公共区域、舱室、技术区域,全船内装工作总量相当于6个陆上五星级酒店。

居住舱室的舒适性直接影响邮轮的运营品质。首艘国产大型邮轮共有2826间舱室,分布在从A甲板到14甲板的每层甲板,跨15层甲板,57个甲板主竖区,区域面积约45000平方米。在服务设施方面,首艘国产大型邮轮设有大型演艺中心、大型餐厅、特色餐馆、各色酒吧、咖啡馆、艺术走廊、SPA、水上乐园等丰富多彩的休闲娱乐设施。此外,“爱达·魔都”号还有海上最大的免税店、开心麻花话剧、融合人工智能和STEAM课程的海上探索营,以及5G信号覆盖…… 佚名(资稿)

# “双11”透视:“多巴胺经济”爆发 国货崛起

今年“双11”背后有哪些零售密码?又反映出什么消费趋势?

## 商品赛道细分,“多巴胺经济”爆发

记者从电商平台了解到,今年“双11”,一个主要消费趋势是以电竞、骑行、滑雪、潮玩等为代表的“多巴胺经济”开始爆发,这也预示着更多新品牌涌现。“过去三年,我们帮助6000家品牌创牌成功,孵化了100条百亿品类新赛道。”有平台披露数据显示。

“今年越来越多的消费者,特别是年轻的消费者开始注重情绪价值的商品,为快乐买单,这是一个非常大的趋势。”海天集团品牌业务发展中心总裁奥文表示。

商务部研究院电子商务研究所副研究员洪勇认为,当前消费市场正在呈现细分化、个性化等特征,国家也在加大对中小微企业的支持力度,电商平台释放利好,营造多元繁荣的创业环境,将有利于助推新

一轮中小微商家创新创业潮。

## 男性消费力崛起,国货蝶变

除了赛道越来越细致,和往年相比,今年“双11”男性消费力崛起。近日,“男性消费力首次超过宠物狗”引发热议,这一情况在天猫、京东等大的电商平台上也得到体现。

“大量的人在买茅台、五粮液,成箱买。”海天集团超市业务发展中心总裁一漫接受采访时称。此外,数码产品销售在男性用户中也稳定发挥。京东“双11”开场10分钟,Apple、小米、华为、OPPO等众多大牌手机成交额同比增长100%,其中不少都是男性用户。

“另外,电竞相关、骑行相关和乐高,成为男性在平台消费的‘新三宝’。”奥文称,潮玩、手办等销售还在持续增长,包括男性护肤用品增长也很明显。

这个“双11”还是国货彻底崛起的一次检验,多个电商平台数据显示,一些国货品牌可

以和一些国际大牌“掰一掰手腕”,甚至在一些细分赛道上卖得更好。

京东数据显示,大量优质国货销售火爆,其中“90后”及“00后”成为国货消费的绝对主力。来自全国超2000个农特产产地及产业带的农特产好物,如宿迁霸王蟹、新疆阿克苏100%冰糖心苹果、锡林郭勒盟的羊肉被送往千家万户。长白山人参、亳州中药材、青海枸杞等产业带特色好物持续热销。值得注意的是,国货服装品牌迎来高光时刻。

在小红书平台,设计师家具品牌格度创始人柴晓东称,目前我们的成长和增速非常快,一方面因为小红书上设计师家具的笔记数量超过115万篇;另一方面是中国家具产业越来越强大的设计与制造能力,消费者越来越愿意为国产设计和品牌付费。

吴涛(摘自中国新闻网)

