

目录 CONTENT

► 青年评论

刘诗婷	从“最快女护士”事件看职场诉求尺度	/ 2
阙思萌	情绪价值 ——被看见的需要与被利用的欲望	/ 4
陈美余	来吧，热上一壶好酒	/ 6
武尘钰	你是谁：一场哲学启蒙的旅程	/ 8
唐梦婷	“丝瓜汤”救不了真虚火	/ 10
宋诗恩	始祖鸟的烟花，照见了谁的迷途	/ 12
张金朋	“双超”燃动绿茵场，烟火蕴蓄	/ 14
刘子昱	“精装”幻象下的真实危机	/ 18
伍熠熠	滚石上的舞蹈：论加缪与西西弗的荒谬自由	/ 19
周子悦	《罗小黑战记》：鹿野为何出圈？	/ 20

1. 从“最快女护士”事件看职场诉求尺度

刘诗婷

在 2025 年哈尔滨马拉松的赛道上，护士张水华以“国内女子组冠军”的身份跑出了专业运动员级别的成绩。在赛后的记者采访中，除了对自身取得的优异成绩表示欣喜、激动外，张水华还哭诉道自己作为护士工作十分忙碌，参加马拉松比赛请假不易、调休困难，在业余时间努力才有机会参赛，并向记者表达希望领导、同事可以多多支持自己的爱好。这条采访视频发布出来后，网上迅速掀起了一番激烈的讨论。有人同情张女士，觉得医护人员工作量确实太大，平常工作请假困难，少有自己追求兴趣爱好的时间；有人却指责张女士，认为这本来就是张女士职责范围内的事情，不能因为自己的爱好而破坏职场秩序。这场风波无关运动成绩的真伪，却直指职场中一个常被忽视的核心问题：员工该如何把握诉求表达的尺度，在个人追求与职业责任间找到平衡？

职场诉求本是正常现象，不可能每一位员工都对规章制度百分百满意，在合适的范围内提出自己相应的诉求是可以被尊重、理解、采纳的。不仅如此，人作为独立的个体，有些自己的兴趣爱好也无可厚非。张水华女士作为护士，在高强度的医护工作之余，能坚持马拉松训练并斩获冠军，这份自律与毅力值得肯定。医护行业常年面

临“三班倒”“连轴转”的工作压力，员工渴望通过调休保障个人生活与兴趣，本质上是对“工作与生活平衡”的合理追求，也是现代职场人对“人性化管理”的正常期待。从这个角度看，她敢于说出自己的需求，比那些因害怕“得罪领导”而压抑诉求的员工更具勇气。不论是在职场还是在日常生活中，有时候我们也急需这样勇敢的人，大大方方地表达出自己的诉求，为其他人争取合法的权益，让职场、社会的规章制度更加人性化。

但是，诉求并不是任我们随心所欲地表达自己的需要，而是必须建立在对职业身份的清醒认知之上。护士的核心职责是守护患者健康，调休作为职场资源，并非仅服务于个人兴趣，更需以不影响工作运转为前提。张水华在公共场合以“哭诉”的方式提出调休诉求，看似是情绪的自然流露，实则她忽略了两个关键的问题：一是场合的严肃性——马拉松冠军的身份自带公众关注度，她的诉求会被放大为“医护人员是否可因个人爱好占用工作资源”的讨论，进而引发公众对医护行业工作安排的误解；二是沟通的专业性——职场诉求的表达应遵循“私下沟通、理性协商”的原则，而非通过公共平台的情绪宣泄施压，这种方式既不符合职业人的沟通素养，也可能让

单位陷入“不支持员工发展就不人性化”的道德绑架困境。不论从哪一个问题来看，张水华女士面对镜头的“哭诉”都是不理智的，是无法有效解决问题的。

这场争议的背后，其实藏着职场中普遍存在的“诉求错位”问题：许多人混淆了“合理诉求”与“合适表达”的边界，将“个人需求”凌驾于“职业责任”之上。比如，有的员工为参加私人活动随意请假，无视工作任务的紧迫性；有的员工在团队会议上公开抱怨薪资待遇，却不愿提及自己未达标的工作业绩；还有的员工把“个人爱好”当作“特殊待遇”的理由，要求单位提供额外便利。这些行为看似是在争取个人权益，实则是对职场规则的漠视——职场的本质是“价值交换”，员工的诉求需与自身的职业贡献、单位的实际情况相匹配，脱离现实的诉求，再合理也难以被接受。这个事实虽然很残忍，却是我们在面对个人诉求与职场规则的平衡时不得不面对的首要问题。

那么，职场人该如何把握诉求表达的尺度以维持个人爱好与职场规则的平衡？首先，每一位职场人都必须明确“责任优先”的原则。人作为社会性的生物，不可以只考虑自身的利益，而是要以大局为重。在提出诉求前，先思考“我的需求是否会影响工作推进”“我是否已尽到职业本分”。就像张水华女士，若她能先确保日常护理工作无遗漏，再私下与领导沟通“如何在不影响排班的前提下调整休息时间”，而非在公共场合

哭诉，或许不仅能避免这次舆论风波，也可以争取到自己的权益；其次，我们要选择“理性沟通”的方式来进行交流，避免用情绪宣泄代替事实陈述，用“我希望”代替“你应该”，用“具体方案”代替“笼统要求”。与其说“领导要支持我跑马拉松”，不如说“我计划参加马拉松，已提前完成本周工作，能否申请调休一天，期间我会保持手机畅通，处理紧急事务”，这样温和的表达方式可以让诉求更好地被倾听到。在最后，要保持“弹性预期”的心态。职场诉求的满足往往受单位制度、工作安排、资源分配等多种因素影响，并非所有需求都能即时实现，学会“协商让步”，比“据理力争”更能实现长期的职场共赢。我们要学会去接受诉求不被满足的失落感，生活在社会中，相较于个人利益，我们应更加注重集体利益的实现，在某些时候学会“让步”。

有关张水华女士的言论而引起的争议终会被新一批时事热点盖过，但它给所有职场人敲响了警钟：职场不是个人意志的“试验场”，而是需要规则与分寸的“共同体”。合理的诉求是自我尊重的体现，合适的表达是职业素养的证明，只有将“个人追求”融入“职业责任”，在理性与共情中找到平衡，才能让职场诉求真正成为个人成长与单位发展的助推器，而非引发争议的导火索。毕竟，真正成熟的职场人，懂得在争取自身合法权益与承担自身合法责任之间，找到最恰当的尺度。

责编 王玉宝 江志强

2. 情绪价值

——被看见的需要与被利用的欲望

阙思萌

这几年，“情绪价值”成了热词：买咖啡要被温柔对待，点外卖期待留言关怀，谈合作强调“被尊重”，连社交与亲密关系也常以“能不能提供情绪价值”来衡量。它像空气般无处不在，却又难以度量。为什么当代人愈发追求情绪价值？它折射了怎样的社会变迁？我们应当如何在拥抱它的同时避免被其绑架？这些都值得辩证看待。

情绪价值的走红，是物质充裕后的需求升级。工业化与互联网让产品趋同、信息爆炸，价格与参数已不足以区分选择，情绪便成了“最后一公里”的筛选器：谁更懂我、谁更温柔、谁更可被信任，成为决定性的差异化优势。其次，社交媒体把“即时反馈—情绪回路”无限放大，点赞、弹幕、私信让人更频繁地体验被回应与被看见的快感；同时，流动社会与高压竞争让孤独和不确定成为常态，人们因而主动从消费、服务和关系中寻找心理抚慰与意义感。

从积极一面看，情绪价值提供了重要的社会能量。近年来心理健康问题逐渐受到关注，越来越多的年轻人愿意寻求心理咨询或线上倾诉平

台，本质上就是对情绪价值的需求和认可。在商业领域，一些品牌在营销中突出“陪伴感”“懂你”，通过情绪共鸣塑造消费者的忠诚度；在文化娱乐领域，综艺节目和短视频的流行也很大程度上依赖于“治愈系”“解压式”的情绪供给。在社会公益层面，志愿服务中那句“辛苦了”的关怀、那份彼此支持的微笑，往往比物质奖励更能激发参与热情。可以说，情绪价值正逐渐成为社会运行的一种隐性力量，影响着消费选择、人际交往乃至经济流动。

对个体而言，它能缓冲压力、提升幸福感与心理韧性，减少现代社会生活的冷硬；对人际关系，它促使我们练习倾听与共情，提高沟通质量，减少对抗与误解；在经济层面，情绪价值是品牌的长期资产，能转化为口碑与忠诚度；在公益行动与社会动员中，共情常常是从认知到行动的关键一跃，能激发更广泛的志愿参与与社会互助。

然而，将情绪价值视为“万灵药”也会带来风险。其一是情绪的过度货币化。当“被哄好”成为消费主逻辑，容易遮蔽产品与制度的硬性缺陷，“宠粉式”叙事取代实打实的品质与责任；

平台与商家利用算法放大各种情绪，以流量牟利，制造情绪极化和注意力绑架。其二是关系的单向衡量。把“能否提供情绪价值”当成唯一标准，会把复杂的相互承诺简化为“哄与被哄”的交易，削弱平等、边界与责任，催生“情绪勒索”“情绪PUA”等隐性伤害。其三是公共理性空间被挤压。情绪叙事若主导公共讨论，复杂议题就会被简化为立场对撞，被情绪浪潮淹没。

因此，我们需要重建与情绪价值的健康关系。个体层面，提升“情绪素养”与“情绪识读”能力：辨别真诚关怀与算法话术；学会设立边界，不把他人的否定等同于自我价值的崩塌，也不以“我需要情绪价值”为名向他人无限索取；在消费与社交上坚持把体验放在质量与责任之后。公共治理层面，把情绪视为需要被看见、被照料、被疏导的公共资源，让“被倾听”成为治理常态，防止情绪绑架理性讨论。

进一步看，情绪价值的追求还揭示了更深的社会结构变化：在快速变迁与高复杂度的时代，安全感、确定性与归属感比以往更稀缺。情绪价值之所以被频繁谈论，恰恰说明人们在寻找一种“可触达的温度”，以此修复制度与日常之间的裂缝。它不是软性装饰，而是现代社会运行的必要黏合剂；但它也不是免罪金牌，更不是替代标准。真正可持续的情绪价值，必须与真实、专业与责任并行，与规则、效率与公正共舞。

而我们最终要追求的，是一种成熟的社会心态：既不以情绪为靶，去松土一切规则；也不以规则为墙，挡住一切感受。让理性成为航向，让善意成为风帆；让情绪价值从被收割的筹码，变成被成就的能力。唯有如此，个人的幸福感、组织的信任度与社会的协作效率，才能在同一张坐标系里同向而行、相互增益。

责编 罗奕 苏嗣淼

3. 来吧，热上一壶好酒

陈美余

“不要算咧，你还要给我干二十年。不要怕，二十年快得很，弹指一挥间。”——在电视剧《武林外传》第一集，佟掌柜对欠下巨款，不得不在做工抵债的郭芙蓉如此说道。至此，发生在同福客栈的那些故事拉开了序幕。而戏外，《武林外传》播出至今也近20年，作为一部名副其实的老剧，它却在这几年频频登上热搜，关于《武林外传》的二创内容也在各短视频平台上备受欢迎，被无数人誉为“童年的白月光”。《武林外传》之所以能够成为热度横跨20年的现象级电视剧，我想这是因为《武林外传》里的江湖实在太包容、太温暖，而作为江湖载体的同福客栈，实在太像一个欢乐的家。

同福客栈是《武林外传》里所有故事发生的地点，佟湘玉是客栈掌柜，白展堂是跑堂小二，吕秀才是账房先生，郭芙蓉是扫洒杂役，李大嘴是个做饭厨子，莫小贝是个顽皮孩子，这样平凡的六个人组成的小小客栈怎么被称之为江湖？因为这里有江湖的人来人往和人声鼎沸，客栈里的人有自己的酸甜苦辣，客栈外的人带着故事和江湖的凛冽风霜住进客栈。不过，风霜吹进同福客栈之后，没有使客栈染上世俗现实的残酷与冰冷，反而是风霜变成了几片落在人们肩头的

小小雪花，掸一掸衣服就融化在同福客栈的温暖里，这就是《武林外传》的魅力——生活的碰撞带来的是无尽的欢乐，嬉笑怒骂之间迸发的情感在轻松愉快的氛围里经久留存，若干年后依然触动着人心最柔软之处。

“一旦喜欢上谁，就别无所求，只要每天能见到她就已经觉得庆幸了。”“那你这种心情能保持多久？”“一辈子很短，如白驹过隙，转瞬即逝，可这种心情很长，如高川大山，绵延不绝。”——吕秀才在客栈屋顶上对郭芙蓉倾吐恋慕之情时说出的这番话不但感动了小郭，也感动着屏幕外的观众。对秀才来说，“短”与“长”的对比中，生命才是是短的，喜欢一个人的心情却像高川大山，川流不息，屹立万年。这样堪称“荒谬”的对比实则体现出的是面对情感的迸发，那种毫不遮掩的主动——“我自愿让我的爱站在生命之上，万古长青”。这绝不是所谓恋爱脑的发言，而是对自我情感的接纳与拥抱。“嘴哥，我偷过东西，我觉得自己的东西不干净，你看那个月亮，它是最宝贵最干净的东西，现在，归你了，后会有期。”——女飞贼柳星雨喜欢抬头看月亮，那是她在黑夜中永不会离开的陪伴者，临别之际她将她的月亮送给了李大嘴，她看出了李大嘴鲁

直的外表下有一颗真诚细腻的心，感谢大嘴的照顾与维护，于是送出她最干净宝贵的月亮。这样的慷慨无关男女风月，只是两个人惺惺相惜的慰藉。“人活着就图个念想，没钱的时候希望有钱，生病的时候希望健康，孤独的时候希望幸福，人正是因为有了念想，才有了生活的勇气。”——白展堂安慰因恋人离开而感到绝望的吴京安时说，同福客栈的每一个人都有或遗憾或痛苦的经历，但人人都不曾放弃对生活的热爱，只要心怀念想，永远有实现梦想的勇气。白展堂教给吴京安的是要勇敢追求幸福，透过屏幕教给我们的是要永远有乐观的人生态度，要为自己寻找在人生低谷时向上攀爬的支撑点。

在小小的同福客栈，那些关于爱的勇气、人与人的心灵慰藉、生活的念想的故事太多太多。

“来吧，热上一壶好酒，说吧，这些年来的辛苦……笑一笑朋友，快乐会无数，喝完了这壶，让我们上路……”当《武林外传》的片头曲的旋律萦绕耳畔时，人们重温的是那虽逝去但永远追忆的童年时光，唤醒的是年少时被这部电视剧的温暖与欢笑所感动的鲜活记忆。因此，人们反复观看《武林外传》，试图延展过去的情感空间，同时与《武林外传》中展现的普通人所共有的烦恼忧愁、对美好生活的向往、对理解与支持的渴望形成强烈的共鸣。《武林外传》之所以经久不衰就在于它触碰到了人类基因中永不消逝、永不褪色的情感，那种如鲜花般馥郁香甜的情感。

我想，“来吧，热上一壶好酒……喝完了这壶，让我们上路……”将在未来不断被奏响，它带给人们的心灵震荡也将永不停歇。

责编 罗奕 苏嗣淼

4. 你是谁：一场哲学启蒙的旅程

武尘钰

“你是谁？”这个简单却深邃的问题，如同一把钥匙，为十四岁的苏菲打开了一个全新的世界。每当她试图回答这个问题，就会发现自己被引向更多的问题：“世界从何而来？”“生命的意义是什么？”……这些看似属于哲学家的专属问题，其实潜藏在每个人的内心深处，只是我们常为日常的琐事周旋，便在不知不觉间将它们悄然淡忘。

《苏菲的世界》以一封封神秘信件为引线，巧妙地编织了一个关于哲学与成长的精彩故事。少女苏菲在哲学家阿尔伯特的引导下，从古希腊时期的苏格拉底、柏拉图开始，一路穿越两千多年的哲学史，最终触及存在主义与现代哲学的范畴。从苏格拉底的“认识你自己”到萨特的“存在先于本质”，每个哲学命题都不再是教科书上的枯燥理论，而是苏菲理解自我与世界的核心线索。这种安排独具匠心，既复现了哲学思想的历史演进，又还原了一个普通人接触哲学时的认知发展过程。

从教育层面来看，这本书给我们带来深刻的启示。在当下的教育环境中，我们往往过分强调对实用技能的传授与掌握，却忽视了对独立思考能力的系统性培养。学生们习惯于接受标准答案，

却很少被鼓励提出真正有价值的问题。在这方面，《苏菲的世界》为我们上了一节生动而富有启发性的教育课：苏菲的哲学启蒙并非发生在教室里，而是在她的日常生活中。当她读到柏拉图的洞穴比喻时，她看到的不仅是两千年前的哲学理论，更是这一理论对当代社会的精准映照。试问，我们又何尝不是被困在信息的洞穴中，把社交媒体的碎片化认知当作世界的全部真相？书中这种将哲学思考融入生活体验的教育方式，打破了知识传授与生命感悟之间的壁垒，使思想不再是高高悬浮于半空的理论，而是内化于我们日常的觉察与反思。

在社会层面，这本书也具有重要的现实意义。如今，我们生活在一个被各种标签定义的世界里，习惯于用职业、收入、社会地位来回答“你是谁？”这个问题。然而，这些外在的定义真的能够代表一个人的本质吗？苏菲的探索历程告诉我们，认识自己需要超越这些表面的标签，回到对生命本源的思考。这种哲学思考不是象牙塔中的智力游戏，而是每个人都需要的生存智慧。当我们开始认真思考“你是谁？”这个问题时，我们就迈出了精神独立的第一步，开始真正地主宰自己的人生。

于我而言，《苏菲的世界》像是一把认识世界的独特钥匙，让我得以窥见哲学世界的天光。书中那些贯穿始终的追问，不仅是苏菲的困惑，更像一面镜子，照见我们对日常的麻木：我们总在晨光中匆匆赶路，却忘了抬头看看云朵的形状为何变化；我们常刷着短文看个热闹就划走，却忘了停下来琢磨作者想表达的深层观点，也鲜少把文字里的思考和自己的生活对照。可好奇心本是人类最珍贵的本能，真正的探索从来不是遥远的学术命题，而是对生活里每一个“习以为常”的认知的打破。我们不必成为哲学家，但不能停止思考：当看到季节更迭，不妨想一想生命循环的规律；当听到不同观点，试着跳出立场去理解背后的成因。也正是这份好奇，让我们在重复的

日子里找到新的期待，带着对世界的热忱不断向前，让每一步探索都成为照亮生活的星光。

“这世界就像魔术师从他的帽子里拉出的一只白兔。”我们在安逸中蜷缩太久，早已忘记抬头仰望星空，而哲学就像一股力量，推动我们沿着兔毛向上攀爬，试图看清这个世界的全貌。也许我们永远无法完全理解魔术的奥秘，但在这个过程中，我们看到了更广阔的风景，获得了更深刻的生命体验。每一次对自我的探索，每一次对世界的追问，都让我们在认识自己的道路上走得更远。这或许就是《苏菲的世界》留给读者最宝贵的礼物：它不仅教会我们如何思考，更提醒我们永远不要停止思考。

责编 罗奕 苏嗣淼

5. “丝瓜汤”救不了真虚火

唐梦婷

“喝碗丝瓜汤降降火”——这句看似家常的调侃，最近却像一阵穿堂风，刮过微博热搜、豆瓣小组、B站弹幕，甚至潜入课堂、宿舍与地铁车厢。它最初只是某位博主创作的短视频中的一句话：“别吵了，喝碗丝瓜汤降降火。”然而，一夜之间，它成了“赛博灭火器”：股票跌停，喝；CP塌房，喝；早八点名，喝；考研缩招，喝。丝瓜汤从厨房一隅被抬进公共话语的C位，担负起为全民情绪“退烧”的重任。面对这一奇观，我们不禁要问：一碗再普通不过的夏日清汤，为何能取代长篇大论，成为世代的“降火神器”？当“降火”从生理需求滑向情感刚需，它究竟在降谁的火、怎么降、降完之后又留下什么？本文试图以青年视角切入，剖析热梗背后的集体心理、平台算法与公共表达的转向，并指出：丝瓜汤的流行，表面是“去火”的戏谑，实质却是网络青年对“情绪过载”的一次低成本自救。然而，当所有尖锐议题都被“汤”轻轻带过，我们或许正在失去真正“去火”所需的结构性反思与公共辩论。

广东人爱凉茶，川渝人信金银花，传统社会里“上火”与“降火”本是一套嵌入地方知识的

身体叙事。可偏偏选中丝瓜汤——这道材料易得、口味寡淡、几乎零门槛的家常菜——显然不是因其药效出众，而是因为它“够钝”。凉茶太苦，黄连太猛，王老吉又自带商业广告味，唯有丝瓜汤，像一块软绵绵的海绵，能吸走情绪火星，却不反射任何刺眼光芒。换言之，它提供了“降火的去政治性”：不站位、不站队、不站人。过去，我们争论“对错”；如今，我们只想“降噪”。丝瓜汤的“钝感”，恰恰契合了后真相时代青年对“安全表达”的迫切需求——不冒犯、不翻车、不炸号。

不少人将丝瓜汤的走红归因于“青年创造力”，却忽略了平台算法那双看不见的手。微博140字限制、抖音15秒节奏、B站弹幕“一闪而过”，决定了“短、平、快”才是流量宠儿。长篇大论的反性别暴力科普，点赞寥寥；一句“喝碗丝瓜汤降降火”，却能收获十万转发。原因在于，平台奖励“情绪套利”——用最短符号撬动最大共鸣。丝瓜汤在此成为“最小阻力路径”：它不需要用户厘清事件来龙去脉，也不必承担“站队”风险，只需在情绪峰值刷一波“喝汤”，就能完成一次“我存在、我关心、我却不越界”

的公共亮相。于是，一场原本需要制度回应的“考研缩招”争议，最终被稀释成“考研人专属丝瓜汤”表情包；一次关乎职场权益的“996”讨论，也以“打工人的丝瓜汤”收官。平台用“梗”替换了“议题”，用“转发”替代了“辩论”，让青年在哈哈大笑中滑向下一条热搜，而社会矛盾仍停留在“上火”状态，并未真正“退热”。

鲁迅说，麻木的围观是“看热闹”。百年之后，我们不再沉默围观，却用“玩梗”实现“自我降格”式的犬儒退出。一句“喝碗丝瓜汤降降火”，看似自嘲，实则暗藏“我不配、我无力、我先行告退”的潜台词。青年通过把自身降级为“需要喝汤的小孩”，预先否定了自己参与公共决策的资格。这种“自我孩童化”与“政治冷感”互为因果：正因为预设了“说了也没用”，才用“汤”堵住自己嘴；而越是不说，结构性困境越牢不可破。更吊诡的是，当“喝汤”成为新的政治正确，任何坚持“不降温”的尖锐声音，反而会被同辈视为“破坏气氛”的异类——“都让你喝汤了，还吵什么？”由此，丝瓜汤从“情绪出口”异化为“情绪封口”，完成了对公共讨论的二次绞杀。

必须承认，丝瓜汤的流行，确实在心理层面提供了即时抚慰。对日均被 500 条推送轰炸的个

体而言，能用一个梗按下“暂停键”，已是奢侈。然而，如果“降火”只停留在语言游戏，真正的“火源”——就业挤压、居住焦虑、性别不平等、算法剥削——仍将周期性复燃，且一次比一次猛烈。青年需要的，不是一碗“赛博丝瓜汤”，而是一套“去火”的基础设施：更透明的高校扩招决策流程、可负担的校外租赁市场、真正纳入医保的心理咨询、允许试错的社会保障……只有当制度层面提供了“降火”通道，个体才不必在符号层面“自我灭火”。否则，我们终将陷入“越梗越焦”的悖论：越是热梗频出，越是证明现实“火大”。

“喝碗丝瓜汤降降火”的可爱，在于它用生活化的温柔，替我们抵挡了片刻灼烧；它的危险，也在于这份温柔太易让人沉溺，误以为“喝汤”就算参与，就算解决。青年文化不该只是“梗”的孵化器，更应是“问题”的提出者。丝瓜汤可以留在厨房，成为盛夏傍晚一道爽口小菜；公共议题必须回到广场，接受复杂、漫长、甚至争吵的民主审议。下一次，当热搜再起、情绪再燃，我们不妨少刷一句“喝汤”，多问一句“为什么”——唯有如此，那碗真正属于公共的“降火汤”，才有可能被端到所有人面前。

责编 罗奕 苏嗣淼

6. 始祖鸟的烟花，照见了谁的迷途

宋诗恩

近日，户外品牌始祖鸟与艺术家蔡国强合作在喜马拉雅山脉江孜热龙地区举办的《升龙》烟花艺术项目引发了社会的巨大反响。在本应收获品牌曝光与用户赞誉的时刻，却意外引爆了一场关于商业营销与社会责任的舆论争议。这场看似璀璨的盛宴，如同一个棱镜，折射出在消费主义和环保意识激烈碰撞的当下，企业所面临的深层困境与价值抉择。而10月15日通报的官方调查与追责，彻底撕开了企业以环保可降解材料为由做出伤害自然的遮羞布，迫使我们去思考：商业行为的社会责任边界何在？商业的短暂绚烂与生态的长期宁静，是否注定只是一场零和游戏？

始祖鸟的核心标签是专业、耐久、自然探索，其商业帝国建立在对专业性能、极限探索和山地精神的极致追求上。这使它的价值不仅仅在产品的质量设计上，更根植于一种精神文化的象征：对自然的敬畏、对荒野的挑战和对可持续发展的承诺。因此，它的目标人群是坚持“环保主义”、“绿色主义”和“无痕山林”的户外探索者与环境保护者。同时，其品牌核心与我国可持续发展战略相适应，获得了社会的大力支持。正因如此，始祖鸟的烟花秀才会引起如此大的争议。虽宣称

使用的是生物可降解材料，符合国际环保标准，但实际造成的结果却是：爆破影响草地面积30.06公顷；高山草甸被挖洞固定烟花，草毡层被破坏，需数十年至百年恢复；现场遗留紫铜碎片、电线、塑料垃圾，并未做到清理干净；强光和巨响对野生动物造成短时惊扰的长期影响需不断监测。这种明知喜马拉雅山脉生态环境极其脆弱，却仍将烟花秀地点选在此的行为，与其标榜的“敬畏自然”企业设定产生严重的割裂，大众最终不再相信其可降解材料的表面幌子，而是从更加全面、长远的角度评判它的行为。这种以“人类中心主义”的狂欢逻辑和以“破坏宁静”为代价的“绚烂”，恰恰站在了品牌核心价值“守护宁静”的对立面，打破了品牌与用户之间基于共同价值观的、脆弱而珍贵的信任契约，这让品牌拥护者产生一种深刻的疏离感与被背叛感。这种矛盾极大地动摇了品牌用户的信任，使得始祖鸟面临极大的品牌信任危机。

当然，商业行为与环境保护之间的矛盾并不是始祖鸟独自面对的，这是从工业革命开始就在不断动态演化发展的问题。商业行为本身追求着无限增长、利益最大化和资本不断扩张，本质上

是线性思维——“更多、更快、更大”；而环保的关键在于生态系统的平衡、承载力的有限性、物种间的可持续共存，本质上是循环思维——“适度、平衡、协调”。这种根本逻辑的冲突使二者不断拉扯，在此期间，类似于始祖鸟此次商业与环境危机的事例数不胜数。工业革命时期英国伦敦因过度燃烧煤炭造成“雾都劫难”，数十万人因空气污染而健康受损；瑙鲁大规模的开采磷酸盐矿，剥离了岛上80%的土地，导致国家留下满目苍夷、不适合居住的月球表面般的环境，成为“被毁掉的国度”；日本智索株式会社为降低生产成本，将含汞废水直接排入水俣湾，造成水产品富含大量毒素，大批居民中枢神经受损，水俣病成为日本四大公害病之一……这些事例残酷地表明，当商业活动失去了社会责任感的束缚，失去了有效监管和长远计划，就会演变到凌驾于环境之上，自然也就沦为了商业竞争的牺牲品。

始祖鸟烟花秀的激烈争议正是一次极好的机会，让社会各界重新审视商业行为与环保的关系，也给那些打着环保的幌子却“自我打脸”的企业敲响一记警钟。绿色环保主义正盛行，人们愈发重视人与自然和谐相处，营销的利益考量不应该触碰品牌核心社会责任的道德红线，任何与核心价值观背道而驰的行为，无异于是一场让企

业走向死亡的“慢性自杀”。可持续发展是唯一的出路：无论是国家层面的引导或严格立法，还是绿色科技的大力发展，又或是企业和消费者的意识觉醒，商业行为必须回归到尊重自然发展规律的道路。解决矛盾的成功案例不少：卢旺达——非洲的“绿色之心”，实施严格的“禁塑令”，每月开展全民社区清洁日，其首都基加利被誉为“非洲最干净的城市”；Patagonia提出“环保是唯一的股东”，大量使用再生材料，推出“Worn Wear”计划，建立了无与伦比的品牌忠诚度和信任度，使环保成为核心竞争力；Beyond Meat重塑食物系统，用植物蛋白模拟肉类的口感和风味，大幅减少土地使用、水资源消耗和温室气体排放，为环保主义者提供了更绿色的蛋白质选择……这才是企业同时保持利益与口碑的正解。

喜马拉雅山上的烟花固然绚烂，但转瞬即逝，留下的只有虚无与硝烟，以及风吹即散的热度，流量时代从不缺少热点。但自然的亘古宁静、生态系统的规律平衡和消费者的永久信任才是能够穿越商业周期、支撑一个品牌的永恒力量。对于始祖鸟和它的同行者而言，真正让品牌长久生存的解法，或许不在于炫目的、花里胡哨的宣传，而在于如何用更谦卑、更真诚的行动去守护它们所追求的——将宁静还给自然。

责编 熊若霖 苏嗣淼

7. “双超”燃动绿茵场，烟火蕴蓄热忱情

张金朋

在贵州榕江的石灰场球场，村民球员带着泥土气息全力奔跑，看台上侗族大歌与观众的加油声相互交织回荡；在江苏南京的体育场内，“比赛第一，友谊第十四”的口号令全场氛围升温，城市荣誉感在进球瞬间集中迸发。近半年间，“村超”与“苏超”仿若两股温暖浪潮，分别从不同地域兴起，却共同触达了人们内心深处对真诚与热爱的诉求。二者的走红并非偶然，而是深度植根于各自地域的现实需求，在适宜的时机下自然发展而成。

“村超”的诞生，藏着榕江对乡村振兴的渴望与乡土足球的传承。作为2020年才脱贫摘帽的县域，榕江曾多次尝试以民俗活动、特色农产品打开发展局面，却始终未能找到鲜明的标识。直到人们重拾当地延续80余年的足球传统——这里几乎每个村寨都有自发组建的球队，农闲时的空地、节日里的赛场，总能看到村民踢球的身影，赢一场比赛得一只老母鸡，都能成为全村欢庆的由头。2023年春节，几个村寨联合举办的足球赛意外引爆热度，随后升级为“村超”。如今的赛场，球员是卖鱼贩、种瓜农，裁判是中学教师，奖品是村民自产的香米、小香羊，每一处细

节都透着乡土的实在，比任何精心设计的赛事包装都更动人。

“苏超”的兴起，则源于江苏球迷对足球的执念与地域情感的寄托。江苏素有浓厚的足球氛围，可前几年职业球队解散后，无数球迷陷入了漫长的“观赛空窗期”——周末少了为球队呐喊的时刻，心里总觉得空落落的。于是，一场覆盖全省的业余足球赛事应运而生，南京、苏州、无锡等城市各自组队参赛。原本被调侃“散装”的江苏，竟因这一场场比赛凝聚起共识。有一回，南通队的球员是位普通体育老师，他进球后跪地哽咽的瞬间，看台上两万名观众自发鼓掌，那份对足球的赤诚，早已超越了输赢本身。而这背后是“苏超”对“情感代偿”需求的精准回应——当职业足球的“距离感”消失，业余赛事的“参与感”让球迷重新找到归属感，而地域认同也在每场比赛中悄然强化，这正是“苏超”能引发省内广泛共鸣的关键。

这两大赛事能引发全国关注，核心并非竞技水平有多高，而是它们卸下了赛事的“精英架子”，满是人间烟火气。这种烟火气不仅是场景的热闹，更是“体育+生活”的深度融合。“村超”将苗

族银饰制作、侗族大歌等非遗元素融入赛事，游客来此不仅能看球，还能跟着村民学做酸汤鱼、住进吊脚楼；榕江的杨梅汁、腊肉也借着“村超”的热度走向全国，去年一年吸引游客超 946 万人次，让村民的腰包实实在在鼓了起来。“苏超”同样注重与生活的联结，赛场外设置各地特产摊位，南京盐水鸭、苏州青团子成了球迷观赛时的伴手礼，京东推出的“猜胜负赢特产”活动，单天就带动农产品销量达到平日的三倍。这种“赛事服务生活”的定位，让业余足球脱离“单纯娱乐”的范畴，成为激活地域消费、拉近城市情感的纽带。

更珍贵的是，这两大赛事唤醒了更多人对足球的热爱。在榕江的小学里，57 个班级每班都组建了足球队，孩子们课间抱着足球奔跑的身影，成了校园里最鲜活的风景；江苏的青少年足球培训班，报名人数较去年增长三成，有个孩子说“想

成为‘苏超’球员那样的人”，眼里满是向往。原来足球从不是职业赛场的专属，村口的空地、城市的体育场，只要有热爱，就能撑起一片热闹的绿茵。

细想“村超”与“苏超”的魅力，或许正在于它们从未刻意追求“噱头”，只是将当地人的生活、情感与热爱，自然地呈现在绿茵场上。榕江的足球，连着田埂的烟火与乡村的希望；江苏的足球，系着城市的情怀与地域的认同。它们让我们看见，足球的意义从来不只是输赢，更是让人们因一份共同的热爱相聚，分享快乐、传递温暖。

日后再忆起这两大赛事，或许不会只记得进球的瞬间，而是会想起榕江看台上老人递出的那篮杨梅，想起江苏球迷赛后清理看台的身影——这些藏在绿茵场畔的细节，才是人间最鲜活的风景，也是足球最本真的模样。

责编 熊若霖 苏嗣淼

8. “精装”幻象下的真实危机

刘子昱

在社交媒体盛行的当下，日常生活与朋友圈间的显著反差屡遭质疑：后台一地鸡毛，前台完美人设，实则爱慕虚荣。在国庆长假期间，一位博主极限拍照6小时，预制7天朋友圈的内容，令不少网友大为震惊。朋友圈本是无数人展现自我的精神舞台，也是分享日常生活、引发共鸣的重要渠道。但在追求表层极限打卡、提前预制的一番操作下，人们容易被假象追赶，丧失了初心。“预制朋友圈”是社交媒体时代的一种自我表演策略，它满足了人们对“精致生活”的展示需求，却也加剧了社交内容的同质化，导致了真实情感的稀释。其本质是“精装生活”对“毛坯人生”的矫饰，值得我们警惕与反思。

去年国庆假期前夕，一位博主在社交平台发布挑战视频：用六小时拍完国庆七天要发的照片。换装、换景、换文案，高效“预制”出一条条看似自然、实则精心编排的朋友圈内容。视频获得数十万点赞，评论区一片惊叹：“一天拍完，剩下六天都不用化妆打扮了”，这一行为迅速引发模仿与讨论，一时间，“发预制朋友圈，享预制人生”成为流行语，社交平台掀起“预制”风潮。

“预制朋友圈”并非新鲜事物。早在多年前，

人们就会将旅游照片分批发送，或在特殊日子提前编辑文案。但当其变为“挑战”，并令许多人以极限打卡的方式完成，却是社交媒体时代的新现象。大批网友像工厂流水线一样进行快餐式操作，批量生产“生活瞬间”，追求数量与效率，在很短的时间内完成拍照配文全部制作过程。其中每一套服装、每一个场景、每一句文案都经过精心设计，最终呈现出“我生活得很好”的幻象。人们通过“预制”，将未来的生活提前模仿性地设置出来，人为制造出“我一直在精彩中”的感觉。正如某网友所言：“怀疑过什么，都没怀疑过朋友圈是预制的”。如果“预制”成为常态，社交媒体将不再用来真实呈现我们的生活状态，而是成为展示“理想自我”的舞台。

当朋友圈可以“预制”，生活还剩多少真实？首先，“预制朋友圈”加剧了社交媒体的内容同质化。相似的滤镜、相似的文案、相似的“打卡姿势”，让原本多元的生活被压缩成几种“可发”模板。人们在模仿中失去个性，在表演中远离真实。其次，它稀释了情感的即时性与真实性。朋友圈本应是“此刻我的心情”、“当下的风景”，而“预制”将其变为“我提前设计好的情绪”。

当朋友点赞、评论时，他们回应的并非真实的你，而是一个被精心包装的形象。更严重的是，这种行为可能引发“自我异化”。为了维持“精致人设”，人们不断生产内容，却忽视了真实生活的体验。正如某网友评论指出：“朋友圈可以预制，但人生无法虚拟”。当“演”成为习惯，我们可能连自己都忘了原本的模样。

同时，我们也应反思这一现象背后的深层原因。“预制朋友圈”背后实际是当代年轻人面对巨大社交压力，处于迷茫焦虑、找不到自己认知的体现，亦或是年轻人脱离自我真心，只是想取悦他人来证明自己的成功和优越感。在“出片为王”的时代，社交媒体成为衡量生活质量的隐形标尺。人们害怕“沉默”被视为“无趣”，担心“真实”暴露“平庸”。于是，用“预制”来规避风险，用“精装”来掩盖“毛坯”。换一种方式说就是迎合时代潮流，以流量作为评判人格的标准。此外，现代生活的快节奏也促使人们选择

快捷方式，与其花七天时间慢慢记录，不如用六小时“一网打尽”。在效率至上的逻辑下，体验被弱化，情感被取代，生活等同于无数可编辑的素材。

诚然，换个视角看，朋友圈里精心构筑的“精装”天地，并非完全是对现实的背离，其体现人们在一地鸡毛中筛选阳光，也承载着人们对另一种生活状态的憧憬，有着不可小觑的价值。但当我们把朋友圈当作一种表演，一种用来逃避自己的不堪的途径，甚至当作一种生活时，我们还是要警醒自己：不要用“精装”的假象来逃避“毛坯”的现实。

社交媒体的价值，不在于展示一个完美的“我”，而在于连接真实的“我们”。而真正能打动人心的，也从来不是滤镜下的精致，而是未经修饰的真诚。愿我们在“预制”的时代里仍追求生活的本真，依然保留一份对真实的敬畏，活在当下。

责编 罗奕 苏嗣淼

9. 滚石上的舞蹈：论加缪与西西弗的荒谬自由

伍熠熠

那块巨石终究会滚落。当西西弗看着它从山顶滑向原点，当汗水浸透的肌肉呐喊着徒劳，当众神确信惩罚已为极致——这一刻，加缪奉上了人类处境最深刻的隐喻：“应当想象西西弗是幸福的。”这并非慰藉，而是宣战；不是妥协，而是觉醒。在二十世纪的存在主义星空中，《西西弗神话》如同一颗冷静燃烧的恒星，它的光芒不提供温暖，只照亮真相。

荒谬，这个被加缪置于哲学核心的概念，既不是纯粹的理性困境，也不是单一的情感体验，它是“活着的激情”与“不可避免的死亡”之间的对峙，是“人对意义的呼唤”与“世界不合理的沉默”之间的割裂。当加缪说“荒谬产生于人类的呼唤与世界不合理的沉默之间的对立”，他揭示着一种关系——不是世界本身无意义，而是我们赋予意义的本能与世界拒绝被赋予意义之间的永恒张力。这种张力不是需要改善的顽疾，而是需要直面的事实。

于是乎，西西弗的形象得到了现代性转化的可能，他逐渐不再是古典悲剧中的受难者，而成为荒谬英雄的原型。加缪以惊人的洞察力重构了这个神话：重要的不是巨石能否被推上山顶，而

是西西弗在下山时的意识状态。“造成他的痛苦的清醒意识同时也造就了他的胜利。”而当西西弗清醒地认识到自己处境的无可奈何，却依然选择拥抱这块巨石时，这样的行为早已超越了惩罚本身——他使惩罚成为了反抗。

这种清醒中的坚持，正是加缪为现代人提供的“荒谬自由”。它不是传统意义上的物质自由或意志自由，而是在承认现实后的内在解放。如同推石上山的西西弗，我们每个人都在各自的局限中重复着看似毫无意义的生活轨迹：朝九晚五的工作，日复一日的家务，转瞬即逝的欢愉，无法逃避的衰老……而加缪的洞见在于：一旦我们彻底接受这种荒谬性，不再为这些活动寻求无谓的辩护，我们反而获得了自由——我们可以在累累滚石上舞蹈，在一败涂地中歌唱。

加缪在《西西弗神话》中区分了三种面对荒谬的态度：生理的自杀（逃避存在）、哲学的自杀（逃避理性）以及反抗。前两者分别以结束生命和信仰更迭来回避荒谬，唯有反抗才是真正的勇气。这种反抗不是宏大的革命叙事，而是唐璜式的数量伦理，是演员对多重存在的体验，是征服者对当下的执着。他们都在有限中创造无限，

在必然中寻找可能。

值得探讨的是，加缪的反抗伦理与萨特的激进自由形成了强烈对比。对萨特而言，人是“被判定为自由”的，这种自由几乎是无限制的；而对加缪，自由反而来自认识到什么是不可逾越的，西西弗无法改变巨石滚落的命运，却可以在下山途中欣赏风景。这种尊重，使加缪的存在主义带有一种均衡与节制，而不是激进与焦虑。

在现当代语境中，《西西弗神话》的启示愈发深刻。我们生活在一个物质过剩又意义匮乏的时代，各个社交媒体制造着虚假的意义景观，消费主义承诺着即刻的满足，各种意志形态给予了现成的答案。因此，加缪式的清醒变得尤为珍贵：拒绝一切廉价的慰藉，坚守在不确定中生活的勇气。正如西西弗不再幻想巨石终将停留在山顶，我们也需要放弃对终极解答的追寻，从问题本身

中寻找尊严，得到自洽。

然而，加缪的哲学是否过于美学化？将苦难转化为艺术姿态，是否淡化了实际意义上的真实痛苦？这种批评有其道理，但可能误解了加缪的意图。他并非提倡对现实不公的漠然接受，而是强调一种内在态度的革命——只有当我们不再将希望寄托于虚构的彼岸，才能真正投入对此世的改造。西西弗的幸福不是否认惩罚，而是在惩罚内部开辟出自由。

巨石会再次滚落，太阳会照常升起，而西西弗——还有我们——将继续推石上山。这不是绝望的图景，而是对生命最深沉的礼赞：在承认荒谬的前提下，我们反而找到了活下去的理由，甚至喜悦。

责编 王玉宝 江志强

10. 《罗小黑战记》：鹿野为何出圈？

周子悦

这个暑假，《罗小黑战记》上映后，鹿野成为整部动画最热的角色，吸引了无数观众。鹿野能火，最根本的原因是制作团队在塑造这个角色时花了大功夫，没把她做成那种“一眼看到头”的刻板形象，反而让她既有多个侧面，又藏着让人想深究的内在张力。

先看外在设定，鹿野是个身材纤细、总穿素雅衣服的妖灵会馆老执行者。别看她外表柔弱，实力却相当强悍——她是“战力天花板”无限的关门弟子，不仅能独当一面，还有厉害的“御金”能力，既能精准调出防御屏障，又能操控金属进行高强度的战斗，打起仗来又猛又飒。这种“看着软、实则强”的反差感，是她吸引人的第一点，也打破了大家对女性战斗角色的固有印象，不再是要么“肌肉发达”，要么“过分性感”。

而她更深层的魅力，藏在背后的故事和复杂的内心世界里。鹿野是战争里活下来的人，被人类师父无限养大，但她的亲人却因为人类而丧失，这份伤痛成了她心里抹不去的疤。可她没陷在悲伤或仇恨里，反而重新振作，成了维护人妖和平的顶尖执行者，这能看出她特别能扛事，也有清晰的成长轨迹。她性格冷静，不爱表露情绪，但

不是真的冷漠。跟罗小黑这些角色相处时，她会帮小黑说话，甚至敢在师父面前表达自己的想法，到最后也会跟亲近的人掏心窝子。这种“外冷内热”、感情不外露却很细腻的样子，让这个角色有了更多可解读的地方，也显得特别真实。

总的来说，制作团队从一开始就没把鹿野当成推动剧情、讨好市场的“工具人”或“标签化角色”，而是想把她塑造成一个完整的“人”。她不靠“可爱”“性感”“悲情”这些单一标签吸睛，而是凭着自己独立的做事逻辑和深刻的内心，成了故事里不可缺少的核心。正是因为尊重了角色的复杂性，才为她后来“出圈”打下了扎实的基础。

鹿野能走红，说到底是因为现在的观众，尤其是女性观众，审美意识觉醒了，也希望能在角色身上看到自己的影子。很多评论都说，鹿野的出现，给国产动画女性角色的塑造带来了“新想法”。她最核心的特点就是“不被贴标签”。之前很长一段时间里，动画里的女性角色常被简化成“有特定功能的符号”，但鹿野的塑造没有迎合这种扭曲的审美。她厉害又靠谱，同时也敏感温柔，既有能扛事的韧劲，也有该强硬时的狠劲。评论

里提到，观众看鹿野，更像是把她当成一个值得信赖、能理解的“朋友”，而不是只用来“看个新鲜”的审美对象。这种定位的转变特别关键，说明角色和观众之间，建立起了更平等、更深刻的感情连接。有个很直观的例子：鹿野的官方周边一出来，就因为她形象“正常”又有魅力，被粉丝一抢而空，这直接说明市场特别需要这种角色。

在剧情里，鹿野是推动故事往前走、打破僵局的人之一，不是谁的“附属品”。她有明确又坚定的个人原则和做事标准，有自己认定的“路”。这种强大的精神内核和能自己做主的行动力，让她的人格魅力超越了“性别”的限制。她从战争里的“绝望无助”，成长为后来的“强大战士”，完美展现了女性如何从“被动接受规则”，变成“自己掌控命运”。这条完整的成长线，让观众看到了一个鲜活、真实，在困境里不断变强的灵魂，自然能引发强烈的共鸣。

鹿野表达感情的方式也很特别，克制又细腻，这还为影片增添了独特的深度和东方美感。制作团队没把她的情绪直接“喊出来”，而是通过很多细节和“话里有话”的暗示，让观众去感受她的内心。比如把她住的房子和小黑练功的场景对比，留下一些“没明说”的空白。这种不把感情大肆外露的处理方式，反而更能勾起观众的好奇心和同理心——大家得通过她的眼神、细微的动作、简短的对话，一点点拼出她完整的情绪，这个过程本身就会让观众更认同这个角色。

另外，制作团队在宣传上的“谨慎”也值得一提。有消息说，官方曾在部分宣传物料里，特意调整鹿野的站位，甚至暂时把她的形象去掉，就是怕观众在剧情没揭晓前，误解她的立场。这能看出制作方特别在意保护角色的故事完整性和神秘感，宁愿少赚点短期的话题度，也要让观众有最好的观影体验。这种对内容本身的尊重，最后也换来了观众的尊重。

到了2025年，鹿野能成功“出圈”，不只是《罗小黑战记》这部作品的胜利，更说明国产动画的创作理念和观众的审美水平，一起变得成熟了。她证明了：一个不依附别人、不迎合畸形审美，有独立灵魂和完整人格的女性角色，一样能火，甚至能更受市场欢迎。鹿野的走红，也是对动画领域里长期存在的“女性角色工具化、标签化”现象的一次有力纠正。

她的成功，给整个行业提供了一个宝贵的范本：与其追着那些很快就过时的网络热点跑，不如回到创作的“初心”，用心打磨每个角色，让他们有值得被喜欢、被讨论的深度。因为热闹过后，真正能留在观众心里、变成长久文化影响力的，永远是那些能引发深刻共鸣的好故事、好角色。鹿野，就像她的名字一样，像一只安静却有力量的小鹿，悄悄走出了密林，走到了更多观众面前；而她身后留下的，是一条通往更高创作水平的清晰道路。

责编 王玉宝 江志强

▶ 青年评论

HNNU YOUTH MEDIA



本版责编：青年编辑部

版式设计：视觉艺术部

本期 1 版 总第 11 期

2025 年 10 月 25 日 星期六