

青年时评



2024年3月,正在德国留学的崔馨月回国休息,忽然收到一位保安大叔的委托,请她为自己不幸去世的儿子写份悼词。由于得到过保安大叔的帮助,出于感念之情,崔馨月完成了嘱托。事后,她在社交媒体上记录了此事,没想到越来越多的陌生人找来,想请她为逝去的亲人写悼词。一年多来,崔馨月已经写下47份悼词,慰藉了众多人的心灵。

要知道市面上代写悼词的机构不少,可为什么看起来“非专业”的崔馨月会得到那么多逝者家属的信赖呢?关键在于她的用心和真诚。

不同于一般的应用文,悼词不是冷冰冰的。它在总结逝者一生的同时,需要承载生者对逝者的追念,既让逝者安息,也让生者的情感有个出口,情绪得以安顿。这不是按照套路写就能达成的。可以看到,崔

用“一颗心的温度”,守护生命的叙事

【文/青年报·青春上海特约评论员 唐骋华】

馨月会耐心地倾听家属讲述,条件允许还会当面交流,随后在理解逝者和共情生者的基础上写出悼词。而整个过程,其实是对逝者的告慰,并对家属构成了一种疗愈。

此情此景让人联想起意大利电影《寂静人生》。影片主人公约翰是一名社会工作者,职责是为孤独死去的逝者寻找亲人,然后安排葬礼。为此,约翰费尽心思“摇人”,哪怕只找到一位亲人,也能让逝者走得不那么凄凉。此举的意义已然超越葬礼本身——重要的不是葬礼是否隆重,而是在寻找亲人的过程中逝者的生平得到揭示,原本被遮蔽的人生被照亮、被看见、被叙述,从而获得一个有尊严、有温度的终局。

崔馨月的作为与之异曲同工。她呈现了逝者虽然平凡却独属于自己的人生轨迹,并为之画上圆满的句点,同时也是给家属一个交代,留下一份纪念。

这也在另一个层面给予我们启示。在人工智能发展日新月异的下,“AI取代人类”已成为全社会的普

遍焦虑,崔馨月的经历却提醒我们:人类可没那么容易被AI“平替”掉。接受媒体采访时崔馨月如此描述自己和逝者家属沟通时的感受:“作为真人的安慰,笨拙一点或者没那么面面俱到都不要紧,意义就在于那是来自另一颗心的温度。”而这恰恰是AI所不具备的。

时至今日,即便是“具身智能”,也只是对人类身体组织的模仿,而无法在生物学意义上和人类同日而语。这决定了AI不可能拥有“一颗心的温度”。你大可让AI写一份面面俱到乃至声情并茂的悼词,但它不会和你产生人与人之间的那种连接,更不会走心,以达到安抚心灵、安顿精神家园的效果。

AI再进步,也无法消解人类对情感共振的渴求;算法再精妙,也替代不了生命与生命之间那份带着体温的温柔注视。在这被数据洪流裹挟的时代,崔馨月这样的年轻人却以最原始的方式——倾听、共情、书写——点亮情感的微光,守护生命叙事的温度,实在是值得欣慰的事情。

“脱下长衫”的大学生,改变职业刻板印象

【文/青年报记者 丁文佳】

近几年,大学生就业话题总是绕不开一个高频词汇:脱下长衫。这在一定程度上反映了高学历青年就业心态的转变,他们放开手脚,甘于在不起眼的行业闯一闯,尤其是那些与“读书人”形象相去甚远的岗位,如较多脏活、累活的劳动密集型行业。比如说起家政,仿佛就是保洁和保姆的代名词,但如今在很多大学生眼里却不见得。

在广东广州一所211大学的春季招聘会上,一个家政公司设置了只面向应届大学生的家务助理岗位,要求住客户家里,月休四天,根据晋升机制的月薪区间是八千元至三万元不等。100个名额短时间内被迅速招满。这一反差感极强的现象,与2024年11月国家发展改革委等多部门联合印发的《关于深化家政服务业产教融合的意见》(以下简称意见)相契合。《意见》中就提出“积极吸纳高校毕业生进入家政行业”。国家发展改革委数据显示,初步估算家政用工缺口超过2000万。由此可见,家政行业是尚未填满的就业蓄水池。

一般人不理解,为什么号召大学生进入这个原本多见于中老年群体的行业?一位从事家政行业的年轻人说,年轻家政工和保洁阿姨的最大区别是学习能力和沟通能力。比如随着智能家电的普及,客户家里的电器,阿姨可能学很久也未必记得住。自2003年吉林农业大学开设我国首个家政学本科专业以来,家政行业一直在职业年轻化和科学化的进程中。2025年2月,教育部更将家政学列为鼓励增设的“民生紧缺领域急需专业”。随着消费需求转型,家政行业划分出了高低端不同需求的市场。相较于以往只集中于保洁功能的粗放式家政概念,母婴照护、儿童教育、老人护理、专业烹饪、整理收纳、高级管家等越来越多的家政细分岗位不断涌现,由于其对专业性要求更高,存在人才短缺局面,大学生需要填补的正是这一高端市场。

而就此将从事家政的大学生笼统理解为“高级保姆”显然也是不合理的,特别是对“科班出身”的群体

而言。家政学属社会学分类,所学专业知识还能从事家政经理人、社区服务站站长、家政讲师等管理类岗位,进一步开辟家政岗位的“蓝海”。三百六十行,行行出状元。老话不假,但似乎又进了一步,光家政一行,就能出不少种类的状况。

无论是打算发展至管理层,还是自立门户创业,抑或是坚定在一线服务客户,大学生似乎都选择了同样的起点。他们通过培训和下户锻炼,用实践检验着自己的决定,也用经验增长着才干。而这一点,不仅出现在家政行业,譬如眼下一些选择在火锅店端盘子的大学生,为的是有朝一日开出自己的店铺;又如骑着电瓶车穿梭在大街小巷送外卖的大学生,也在积累着物流管理、市场需求等方面的经验……

职业本无贵贱,但依世俗之见,一些岗位在社交和婚恋市场中确实处于弱势地位,也很难符合“寒窗苦读”的心理预期和长期规划。让人欣慰的是,越来越多的大学生拆解社会就业分工之间的矛盾,摒弃陈旧观念,着眼民生需求,在平凡岗位上锻造自我价值,也为行业赋予新时代的意义。毕竟,呼吁为外卖骑手缴纳五险一金、给保洁人员配置休息室的,也往往是这样一群年轻人。

年轻人的消费习惯总结起来很简单,就是一句话:骑共享单车去酒吧,该省省,该花花。

近日,“年轻人开始自带了”被热议。什么是“自带”呢?简而言之,就是去咖啡店奶茶店自己带杯子,去餐馆拎着保温壶装酒水饮料。这其实对父母一辈来说是不稀奇的,老上海人有“零拷”的习惯,顾客可以拿着自带的容器,想要多少就买多少。柴米油盐酱醋茶,万物皆可“拷”。但是主角成了00后就很有意思了,有人说这是一次血脉觉醒。

这是“消费降级”吗?从最直观的结果来看,“自带”确实是省了一笔钱。但这种节省的本质已发生根本性转变:父母辈的“省”缘于物质匮乏,年轻人的“省”则更多是主动选择。这种消费模式与其说是降级,不如说是消费主义的祛魅——将省下的物质成本转化为自我投资与精神滋养。

而且这样的“人间清醒”不在少数,小红书“自带主义”有9万+条笔记。在评论区,不少年轻人分享自己把“省”下的钱,用于“刚需”,比如,投入知识、技能学

习;游学旅行、开阔视野;增加教育、养老等长远投资,或者是集中于演唱会、比赛等“高情绪价值消费”上。

今年政府工作报告明确提出,健全绿色消费激励机制,推动形成绿色低碳的生产方式和生活方式。在此背景下,“自带”是年轻一代对可持续生活理念的主动践行,值得社会予以积极肯定。

年轻人喜欢自嘲“一代人有一代人的破烂”。奶茶店随手给的饮品袋,被打工人开发成“万能生存装备”;装饭盒时能保温,用脏了直接丢弃也不心疼;出差旅行时变成泡脚神器;更绝的是,拍照时它能化身反光板——撕开内层铝箔纸就能给面部补光;下班时往袋里塞点杂物,大摇大摆拎着出门,同事还以为是要扔垃圾了,结果竟是一去不复返。这些被戏称为“当代破烂”的包装袋,在实用主义与幽默精神的加持

下,是当下青年对自我、对生活的认真对待。

对于商家而言,如何适应这一趋势,成为需要思考的问题。在基础设施上,门店可以增设可拆卸式自助清洗台,让自带容器用户享受“无缝衔接”的清洁体验;在服务上,可以为“自带派”累计环保积分,同时设计可折叠硅胶杯套、限量款保温收纳袋等周边产品,将环保理念转化为可触可感的品牌记忆点,让绿色环保深入人心。

我们也要看到,在经济状况不确定的前提下,面对一系列“种草清单”,年轻人确实也存在不敢花、不愿花的客观事实。因此,社会发展应尽可能为年轻人的成长创造机遇,在就业、住房等方面提供保障和托举,让年轻人在“敢花”与“能存”之间找到可持续的平衡支点。