



暑假期间,想要来一场“逆袭”?有人走进图书馆,有人走进健身房,有人却走进了医疗美容机构。近日有报道显示,部分美容机构以“学生折扣”为诱饵,大肆招揽未成年客户,还有机构声称可绕过家长监护实施手术,鼓吹“早做早变美”。

为什么年轻人会产生“想逆袭,先‘换头’”的认知?这其实是多重因素交织的结果。从个体心理看,青春期正是对自我形象最为敏感的阶段,容易产生“体像烦恼”。“体像”是指一个人对自己身体的主观认知,而“体像烦恼”就好比用放大镜去照小缺点,即便身体并无明显缺陷,却总盯着“瑕疵”不放。

青少年尚未形成稳定的审美观与价值认知,容易受到外界影响。打开手机,社交平台上那些经过高光滤镜、磨皮美颜处理后的“精致面容”,以及网红细数整容项目的“坦白局”,不断强化着“你不够美”的心理暗示。网络话术则进一步淡化整容可能带来的风险:

靠医美“逆袭”,是对人生的误读

【文/青年报·青春上海评论员 陈嘉音】

整容不叫整容,叫“do脸”,复杂且具有风险的医疗行为就这样被包装在潮流外衣之下。而一旦搜索过相关内容,算法机制便通过兴趣标签不断推送同类信息,加剧容貌焦虑,形成信息茧房。

从医学角度看,未成年人整容风险远超成人。中国医学科学院整形外科医院主任医师王永前表示,不建议未成年人做医美手术。他说:“18岁前,面部骨骼尚未定型,整形手术会干扰自然发育,造成永久性伤害;抗衰老类医美对年轻肌肤反而是破坏而非保养,可能加速皮肤老化。更重要的是,未成年人对手术风险的心理承受能力较弱,一旦效果不达预期,就容易造成严重心理创伤。”

令人忧心的是,有些家长不仅未加劝阻,反而成为整容的推手,认为出钱出力为孩子整容是“为之计深远”。家长的审美观影响着孩子以什么样的姿态和面貌走好人生之路。如若家长自身审美价值观狭隘,同样被容貌焦虑困扰,就很容易将这种焦虑传递给孩子。家长本该是孩子面对社会压力的缓冲器,却成了焦虑的催化者。

事实表明,许多频繁进行整容的年轻人,极易陷入一种“越整越焦虑”的恶性循环;他们对疗效的心理

预期日趋严苛,因细微落差而倍感不安。这种对所谓“完美”的过度追求,往往诱发盲从心理,导致个体审美同质化,丧失独一无二的特征。最终在镜子里看到一个陌生的自己时,他们才发现,这早已与变美的初衷背道而驰。

追求美本无错,但我们需要重新思考“什么是美”。我们应当倡导多元的审美观:美不应被狭隘地定义。它既可以表现为外在的年轻,也可以是内在的自信。同样,蓬勃的健康本身也是一种动人的美。人的容貌是天生的,但无论颜值高低,每一个人都可以拥有熠熠生辉的人格品质。在照镜子时,不妨想想自己为之自豪的地方在哪儿——当你学会欣赏自己,容貌上的某些不足,其实并不那么重要,自己也有底气喊出:“就算不美,那又怎样?”

每一个人都不是为他人的“赞美”而活着的。能定义一个人的永远是其内在的灵魂,而非外在的容貌。学校要传递健康审美观,家庭应给予孩子充分的自信 and 安全感,平台则需遏制过度宣传医美的算法推送,诱骗未成年人的无良医美机构则应当受到市场监管与惩处。多管齐下,方能帮助青少年摆脱容貌焦虑的桎梏,在成长道路上真正认可和接纳自我的独特价值。

敢于“整顿职场”的年轻人怎么怀念起“职场发小”了?

【文/青年报·青春上海评论员 唐骋华】

近期,“初代同事”“职场发小”成为职场话题中的流行语。无论是朋友圈里“翻到和初代同事的合照破防了”的感慨,还是社交平台上“寻找当年一起加班吃泡面的职场发小”的话题征集,都能引来许多年轻人分享与初入职场时结识的那批同事之间的温暖故事,引发广泛共鸣。

提起95后、00后,大众的第一印象往往是敢说敢做。他们敢于“整顿职场”,对不合理的加班、无效的团建说“不”;他们也乐于“职场断亲”,主动缩减非必要的职场社交,拉开与同事的距离。可同样是这个年轻群体,为何对“初代同事”“职场发小”怀有好感,甚至主动追忆、维系这份关系呢?

答案或许藏在这两个标签的独特属性里。所谓“职场发小”,多为年轻人刚踏入职场时认识的第一批

同事。彼时大家都是刚走出校园的“职场小白”,带着同样的青涩,揣测公司规则、职场生态。由于没有职位高低带来的层级压力,没有资源分配、晋升竞争引发的利益冲突,这种纯粹的平等状态,让彼此能卸下防备,坦诚交流、共同奋斗。大家可以一起为赶项目熬夜加班,分享应对客户的小技巧,在被领导批评后互相安慰、吐槽……这份情谊既有校园友谊般的纯粹性,又因同处职场而多了份共渡难关的意义,能帮助年轻人完成从学生到职场人的转变,因此显得弥足珍贵。

这也打破了外界对这届年轻人“冷漠”“社恐”的刻板印象。其实,年轻人并非不需要社交、不需要情感寄托,只是他们有着更高的要求。面对职场中的无效社交或带有强利益属性的人情往来,他们会选择

“职场断亲”以自我保护。“初代同事”“职场发小”则处在能让年轻人同频共振的同温层。他们是在最真诚的阶段遇到的同类,见证过彼此的青涩模样,达成无须多言的默契。这恰好满足了年轻人对高质量情感连接的需求,从而成为职场社交的例外。

当然,再珍贵的情谊也难抵时光与现实的打磨。人们常说“人生若只如初见”,其实就是因为人生不可能永远如初见,才令人感叹。“初代”总会被新同事替代,随着职业路径的分化,“发小”可能踏上不同岗位、进入不同行业,拥有不一样的职场节奏与生活圈子;甚至职场上的晋升竞争、生活里的观念差异,都可能让“友谊的小船”面临考验。

不过,这不影响我们的追忆与怀念。我们念兹在兹的,或许不是某个特定的人,而是初见时那份不添加杂质的真诚。尽管初见终会过去,但那段共同成长、彼此支撑的流年岁月,那种纯粹美好的友谊氛围,会留存心底,成为一份柔软的记忆,在日后的生活和工作中给予我们温暖向上的慰藉。

曾经那个给村里老人安排天安门合影的“豆腐女孩”,近日真的带着老人走出了大山。她用运营自媒体赚的钱,与老人一起到河南郑州旅游,相关视频一发布,就获得超800万点赞。在社交平台上,这位来自河南的乡村博主李福贵的粉丝数已经突破千万。众人惊讶的“福贵速度”背后,是一辆走走停停的小推车,一串记录农村实景的镜头。

肩负起养家的重任,李福贵卖货而不卖惨,质朴的笑容总是挂在脸上,助人的温情一直放在心里。卖货之余,她为村里的老人晒麦子、扫屋子,帮助他们给远方的孩子打电话,成了大家口中的“好闺女”。在李福贵的视频里,没有华丽的滤镜,没有刻意的煽情,她乐观向上的人生态度,把日子过得好一点的淳朴心愿,最能戳中观众的心。

让人动容的,不只是李福贵将“一手烂牌打成王炸”的神奇经历,还有卖货途中的乡间百态。在这些暖心互动中,有素不相识的老人请她吃饭,也有熟客为了

照耀别人的“豆腐女孩”,让古道热肠具象化了

【文/青年报·青春上海评论员 张逸麟】

“和她说说话”等候许久,真实的人生何需剧本,越是真诚越感人。李福贵说自己的梦想,是想成为一个照耀别人的人。而她的卖货旅途,同样被乡亲们照耀着。爱的双向奔赴,在这些镜头中完美地呈现。

当代年轻人,也许与散文诗篇渐行渐远,可李福贵的镜头,就是一篇篇真实向善的乡间散文。她拍下的田间陌头和盈盈笑脸,谱写着当今中国农村的真实景象。这里有淳朴善良,有古道热肠,更有人们改善生活的念想。或许这与人们梦想中的“田园牧歌”相去甚远,可阡陌间的烟火气和人情味,更能让人心生共鸣。一声声淳朴的乡音,让远离家乡的打工仔泛起乡愁。一分分自在亲近,让注重社交边界的城市青年

心向往之。

李福贵火了起来,有了自己的团队,但有些网友却担心,怕技术的升级添加了多余的滤镜,更怕流量的冲击洗去了原本的赤诚。互联网大潮下,涌现出一大批优质的“三农”领域自媒体创作者,却也充斥着为了人设而哗众取宠、为了带货而虚构苦难的剧本闹剧,这让大众更珍惜李福贵的质朴与真实。唯有真诚,才是叩动人心的力量。

天地有大美,而最美在人间。与其破解“福贵速度”的流量密码,不如读懂那声“打豆腐的来了”的真诚。期待更多“李福贵”打开中国农村的窗口,将人们“过好日子”的向往扎在乡间的泥土上。