

青年时评

曾几何时,街边的咖啡馆、文创店,甚至一家小书店,桌上常常摆着厚厚的留言簿,或者墙上贴满五颜六色的便签。有人写下旅行感悟,有人表达对某人的牵挂,也有人只是随手记录心情:“今天加班到十点,希望明天能早一点下班”“和好朋友在这里相聚,愿我们永远热闹”……你是否也曾拿起笔,留下一两句话?而这,就构成了日常生活里的“文学时刻”。

近日,一个这样的“文学时刻”火出了圈。作家刘震云在河南的郑州、洛阳等地便利店的黑板上写下“街上走着的每个人,大家都辛苦了”,平实的话语激起层层涟漪——外卖小哥接了句“刚跑完最后一单”,打工人愧疚地表示“妈妈的菜总过期,是我们回来晚了”,网约车司机深夜到来送祝福,刚毕业的大学生给自己打气……由普通人一笔一画勾勒的“便利店文学”,引起广泛共鸣,成为2026年开年的最热文体。

在便利店中,迎来文学的降临时刻

【文/青年报·青春上海评论员 唐骋华】

时下,人们动动手指就能在网上点赞、评论、发弹幕,“便利店文学”何以具有巨大魅力?有人说这源于各行各业的人需要在岁末年初自我问候、相互取暖。这是有道理的。而这份问候之所以能慰藉我们的心灵,甚至让原本陌生的人相互靠近取暖,就在于它并非封闭的所在。

无论便利店的黑板,抑或咖啡馆的留言簿,都把人与人连接了起来。你写下的文字,可能会被下一个路人看到;你抒发的情绪,或许让他人感同身受。这种在同一物理空间里产生的情感交汇,能聚集起鲜活的人气,让每一句留言都有了温度。比起隔着屏幕的线上交流,线下的文字碰撞看得见、摸得着,自带数字世界无法复刻的“活人感”。这正是“便利店文学”治愈力的源泉。

这也是文学的本真状态。文学从来不是作家的专属。文学是人学,源于人们心有所感,不吐不快。回溯过去,先民有感而发,《诗经》“昔我往矣,杨柳依依”的咏叹,《古诗十九首》“努力加餐饭”的关怀,以质朴纯粹的感情,触动千年后的我们。

今天同样如此。广州大学教授张河清一篇悼念故友的长文,以克制的白描回忆同窗点滴,引发千万人共鸣。70岁的玉珍奶奶,退休后记录岁月的沉淀和对生活的热爱,被读者追着催更。内蒙古农民王芳,八年来自学格律,用诗词书写田野芬芳,最终登上《中国诗词大会》的舞台。近年流行的“素人写作”,都是普通人用文字记录自身经历与感受,无关名利,只为表达。

或许我们每个人都需要这样的“文学时刻”。它可以是一次便利店里的驻足书写,可以是给远方故人的一段真挚表白,也可以是面对压力时对自己的勉励与宽慰。它让我们在奔忙中停下片刻,确认彼此的存在,然后带着被文字照亮的心情,继续前行。

“大家随手一写就是温暖,大家随手一写就是心声。”面对“便利店文学”热潮,刘震云感慨地说。是的,文学距离我们其实并不遥远。它在唐诗的万千气象里,在宋词的蜿蜒曲折间,在古往今来一切的文学经典中,也在寻常日子的涓滴细流中。只要我们写下来,就是文学降临时刻。

“哭哭马”爆火,是对生活的松绑

【文/青年报·青春上海评论员 陈宏】

前些天,浙江一家工厂的工人粗心,把马年公仔的笑脸不小心缝成了哭脸,意外成了年轻人追捧的“哭哭马”。随即,网友“倒逼”工厂,要求量产。厂家也迅速被激活,上演了一场“错版”变“爆款”的新年欢乐剧。“哭哭马”的内心独白大概是:好好好,就我一个哭,你们皆大欢喜是吧?

“哭哭马”的这场逆袭大戏,背后逻辑并不复杂:无非是年轻人拒绝千篇一律、渴望个性化,拒绝冷冰冰的精致,渴望真实情绪表达的态度,在这只公仔身上的投射。

工厂原本缝制的“笑笑马”公仔,是标准的节庆应景式玩偶,跟新年说吉祥话、讨个好口彩,本质上都是一样的。这种市场逻辑当然是对的。但就因为对得四平八稳,它才让你审美疲劳、过目即忘,内心难起任何

波澜。缝反了笑脸的“哭哭马”,就像一颗小石子掉在了大家按部就班的平静日子里,引发好奇是必然的。

闻讯而来的年轻人,迅速发现了它的各种妙用:让它做工位摆件,成为自己的“情绪搭子”;用它做表情包,赐名“周一马”“乙方马”“备考马”;将它打造成“道歉神器”,去哄刚跟自己闹别扭的对象……“哭哭马”在他们心中不是瑕疵款,而是带着人性温度的丑萌风。

养鱼的朋友都知道,买回来的新鱼苗进鱼缸之前,需要先“过水”,让它们适应新环境的温度。快节奏的现代生活就是这个大鱼缸,刚刚毕业踏上社会的年轻人,在社交中常常被迫扮演“情绪稳定的成年人”,根本没有太多缓冲和适应的时间与机会。“哭哭马”的丧萌脸,是再合适不过的“情绪嘴替”——替他

们释放被压抑的委屈、疲惫与焦虑。

此外,对工厂品控来说,“哭哭马”本质上就是缝错了的残次品,但年轻人赋予它们“因错得福”的浪漫叙事。在传统认知中,失误和损失画上了等号,但年轻人将它解读为“隐藏款”,在几只“笑笑马”之间安排一只“哭哭马”,让这些马年公仔一下子有了灵魂。商家也抓住这波真实反馈,迅速转产并坚持平价销售策略,用真诚举动回应年轻人的善意。同时,年轻人对不完美的接纳,也向思维定势发起了冲击:过程中的意外、瑕疵并非失败,反而可能是创新与独特性的来源。当大家陷入生活中不尽如人意的时刻时,不妨松松绑,给自己更多的容错空间,意外之喜也许就能迅速到来。

不完美但真实,这就是“哭哭马”受年轻人追捧的核心要义。当然,不少年轻人也明白,“哭哭马”成为隐藏款很有价值,并不代表“笑笑马”就没有价值,他们会买上一组有哭有笑的马偶,正是“认清现实仍热爱生活”的韧性体现。

毕竟,有笑有泪,才是真实生活。

“我们吃饭就坐在直播被怼脸拍的位置,真的欺人太甚!”这是今年年初上海一位消费者在餐馆点评上的留言,当时她无意中发现自己和朋友吃饭、聊天的过程,全都被直播并放在了网上。而且现场收音非常好,若聊天声稍大点,也会被“公之于众”。

餐饮实体店难做,直播正成为成本最低的引流方式,普通顾客的自然神态比演员更能营造真实感和烟火气。但这类不告知、不负责的直播,却在侵犯着顾客的合法权益。一个摄像头的背后,可能是无数双眼睛,你的“吃相”、你的谈话、你的隐私毫无保留地在网络世界曝光。

不能忽视其背后可能的隐患,有些不法分子通过对个人隐私的收集,利用面部识别、人肉搜索等手段为网络诈骗创造条件。更何况一旦“隔屏有眼”,消费者的信任感和安全感就将被消解。不愿意当“群演”的我们,难道下个馆子都要多留一个心眼?“安安静静吃碗面”就这么难吗?

事实上“被迫入镜”的情况远不止餐馆,美容店、游乐场,包括健身房、游泳池这些私密性较强的地方

拒当扰人直播“群演”,怎样才能走出维权困境?

【文/青年报·青春上海评论员 张逸麟】

都是“重灾区”。在一次网络投票中,有近90%的网友对“被直播”行为表示介意,大众苦之久矣。

法律层面早有明文规定,大众的意愿如此明晰,为何这种现象却屡禁不止?关键还是维权不易。发现难,摄像头藏得越来越隐蔽;取证难,许多直播并未留存证据;过程烦琐,面对无休止的争执与时间、精力成本,不少人气消了便“半路放弃”。一些商家正是看到了维权“软肋”,被发现了挪一下镜头,被投诉了关一下直播,玩起了游击战术。

因此,相关部门理应为民众维权提供支撑,畅通公众维权渠道,简化维权程序,降低维权成本。同时法规的制定和执行,要跟上时代的变化。例如陕西西安市监局已将“未告知直播”纳入违规整改,监督商家遵循提前告知、尊重意愿、技术保护的直播三原则。

也有专家呼吁建立“事前告知+事中监控+事后重罚”机制,细化赔偿标准。

作为不愿给流量当“群演”的消费者,可以理直气壮地向摄像头说“不”,反驳“公共场所直播并不侵犯隐私”的狡辩,不接受“又不是明星较什么劲”的PUA。用投诉、差评、曝光、法律维权的“武器”,守住自我权益底线,既是保护自己,也是在保护他人。

树立边界从不是一朝一夕的事。在人人都有麦克风的时代,经历了恶意中伤、肆意网暴的多轮重击,才让更多人意识到“网络并非法外之地”。而在人人都有摄像头的时代,也需要优化维权环境,提升维权意识,让“直播并非没有禁区”成为共识,让尊重他人意愿成为商业习惯和社会风尚,这样才能让我们可以安安静静地健个身、游个泳、吃碗面。