

青年时评

近日，一名网红的探店视频意外带火广东顺德莫氏鸡煲。面对镜头，店老板露出几分坦诚与抗拒：“做给你吃可以，但你不要吹牛哦。回头你搞得再好，生意太忙，我做不了啊。”谁承想，这句大实话反而激起了年轻人的兴趣——“你越劝退，我越想去”。这家店被网友戏称为“全网最不想火的饭店”。

吃饭时间，对着美食视频“下饭”，早已成为当代人的日常。网红探店为我们打开了一扇窗口，让深藏街巷的特色美食被看见，让普通小店拥有出名的机会，也让地方文旅资源快速出圈。比如淄博烧烤，正

不打扰，是对“最不想火的饭店”的成全

【文/青年报·青春上海评论员 陈嘉音】

是短视频与网红探店让“小饼烤炉加蘸料”火遍全国，带动一座城市文旅破圈。

网红探店，本该是连接消费者、商家与城市烟火的良好纽带。网红获得素材与收益，商家收获客流与口碑，屏幕前的食客找到心仪的小店，算得上是“三赢”。甚至有所谓的“摄像机效应”——在镜头前，服务更优、菜品更精，商家主动让利、诚心推介，一派互利共赢的景象。

可如今，这份真实分享的初衷正在被异化。剧本摆拍、虚假好评、夸大宣传屡见不鲜。有人提前设计好剧本，把普通菜品硬吹成“天花板”，把平庸的小店包装成“网红神店”；有人以曝光抹黑相逼，要求免单与让利，用流量欺压小商户；更有甚者擅闯后厨、霸占餐位，把店铺当作免费流量秀场，全然无视经营秩序与商家、顾客的合法权益。许多网红只在乎流量涨不

涨，从不问小店接不接得住、老板扛不扛得住。

由此可见，莫老板为什么会“怕太红”？这不是矫情，而是无数小商户被流量裹挟的恐惧。面对镜头时的“劝退”，之所以打动千万人，正因为它没有表演、没有迎合，只有小商户固守本分、踏实做菜的本心。在套路泛滥的当下，这份不讨好、不炒作的真实，格外珍贵。

一店乍火，便引来无数网红直播镜头攀附。如何给这股强行探店风降温？这需要建立社会共识，也需要有效的社会治理——让流量有边界，让尊重成共识，让那些被发掘出价值的小店小摊不因过度炒作而陷入窘境。

“最不想火的饭店”种草全网的，不只是简单的一道鸡煲，更是不被流量异化的朴素心声。愿这份心声被真正听见，每一份用心做菜、本分经营的初心都被真诚对待，让餐饮的烟火气，回归味道本身。

Z世代怕接电话？别急着贴标签

【文/青年报·青春上海评论员 唐骋华】

手机震动，屏幕亮起。很多人的第一反应不是接听，而是先按静音，等铃声消失，在几秒钟的安静里缓一缓，再决定要不要回电——似乎正在成为Z世代的下意识动作。有些人甚至在社交平台上吐槽：“听到电话铃响就烦躁”“不想接电话”。有人甚至将之定义为“电话恐惧症”。

为什么接一通电话变得这么难？恐怕不能简单地认为年轻人变矫情了。这背后，其实存在着“旧工具”和“新习惯”不相匹配的问题。

电话是工业社会的产物，其目的是追求信息传递的最短路径，提高沟通效率。电话发明之初，能随时联系上对方意味着技术飞跃，对推动社会进步起到了巨大作用。但电话的侵入性特征也会给人带来心理负担。在职场语境中，电话铃声往往意味着任务布置、进度追问，接起电话等于进入“被考核”状态。这使得接电话令人感到倦怠乃至想逃避。

微信等即时通讯工具的出现改变了这种状况，因为它留出了一定的“社交缝隙”。屏幕的分隔让我们

与上位者、陌生人沟通不再局促；打字有一定的思维过程，让表达更准确、慎重，写错还能撤回；表情包能缓解气氛；消息可以延时回复，甚至已读不回……

当Z世代越是习惯这种可控、低压力的沟通方式，对打电话这种“上古”沟通方式也就越发难以适应。中国青年报社的调查显示，56.6%的受访者对来电“恐惧或迟疑”，且年龄越小这种现象越突出，00后比例最高，达61.6%。

但这不等于社交能力退化，而是数字原住民在新技术环境下形成的适应性策略。河海大学的何秋红、刘肖琦通过对25名18~35岁青年的访谈证实了这一点。受访者中，有人在外聚餐时突然接到招聘电话，觉得很难展现最佳状态，因而心生抵触；有职场人在家里接到工作来电，被迫将家庭角色切换为工作角色，陷入角色冲突与过载困境；还有人因工作需要留痕，明确拒绝电话沟通，只接受微信或电子邮件交流。

对此，何秋红副教授认为，只要个体在其他沟通方式中没有重大障碍，“不爱接电话”可以被理解为一

种自然的社交方式偏好。换句话说，年轻人不是不能打电话，而是有了更多选择，这并不是需要治疗的心理问题，不必太担忧。

当然，我们也不用否定电话的价值，更不要妖魔化电话。电话在通报紧急事务、讨论复杂问题、进行情感连接等事务中仍具有不可替代的价值。文字能传递信息，但声音能传递温度与速度。深夜跟远方的亲人报个平安，遇到急事立刻通知确认——某些瞬间的默契和效率，的确是打几行字、发几个表情包无法替代的。沟通工具的多样性不是问题，但不必用一种工具否定另一种工具。

从鸿雁传书到电话传音，再到图文并茂的即时通信工具，沟通方式的演变从来不是单向度的进步或者退化。年轻人“不想接电话”，是数字时代下社交节奏、个人选择的自然变迁。理解这种选择，尊重不同的沟通习惯，是理性的态度。同时，不用担心打电话会绝迹，正如今时今日，依然有人愿意用书信表达情意。每一种媒介都有它的时代背景和适用场景，合适就好。

精装人设，不如生活的粗糙感更动人

【文/青年报·青春上海评论员 张逸麟】

近来，“精装”朋友圈的“素材包”在二手平台上热卖。其中不仅有各类可供PS的背景图片，还有租赁豪车、拼团游艇、统一文案等为买家量身打造的所谓“富豪”或“成功人士”人设。电影《私人订制》中的场景，正以“批发”形式被复刻到社交媒体的照片中。

也许购买者只是图个乐子，但光影背后却暗藏陷阱。央视等媒体近日对“朋友圈富人设”灰色产业链进行了曝光。这类“素材包”中出售的图片大多盗用自他人，侵犯了原作者肖像权、著作权。更有甚者，利用包装的假人设实施诈骗等不法行为。

类似的套路并不新鲜，可还是有着不小的市场。购买者试图依靠速成的“精装人设”来改善其社交形象。在朋友圈“高大上”的幻象中，他们将豪车、游艇、高尔夫、米其林餐厅异化为成功的符号，将“财富展

示”等同于个人价值。

一旦陷入对“虚假人设”的着迷，久而久之便容易陷入心理学上的“认知失调”。明知一切都是虚幻，却不断说服自己“我就是这样的人”，或者“我离这样的生活很近”。在逃避现实、用滤镜修饰人生的心理麻醉下，渐渐迷失了努力的方向。

真正有亮点的生活，在于从日常中提炼精华，在平凡中捕捉“高光”。不妨看看最近在社交平台上出圈的人：从以“灶台文学”收获千万点赞的56岁阿姨祝薪雁，到那位背着小猫、在稻田间骑车飞驰的广西青年阿刁——他们的生活无须仰视，却直抵人心。打动人们的是那份不加修饰的真实，以及热爱生活的态度。网上有许多精修过的巴黎旅游组图，可又有哪一组图片比那个退休大爷镜头下的“素颜巴黎”

更火呢？

追求美好是天性。记录真实生活的朋友圈，固然需要适当点缀，可若充斥着“虚假人设”，反而沦为自欺欺人的剧场。近来在朋友圈兴起的ColorWalk（色彩漫步），拍出的照片远不及那些“素材包”精致，却记录着探索过程中的奇思与观察，以及人与城市深度对话时的温度与感知。这样记述日常心路的出片方式，往往更能收获点赞和共情。也只有真实的自我，才能吸引到真正同频的朋友。

于生活而言，“精装”的虚假，抵不过“毛坯”的真实。哪怕骗过了所有人，唯独骗不了那个在深夜放下手机、回归现实的自己。与其着迷于绚丽缥缈的完美“人设”，不如拥抱热气腾腾的真实生活，即便生活中不乏“粗糙感”，那也是鲜活的生命力所在。