

# 青年时评

“爱你老己，明天见。”乍一看这句话，你可能觉得不知所云，然而这个“网络热梗”连日来席卷社交平台，并且涌现出大量“二创”内容：有人用它配文记录睡前的松弛时刻，有人制作“给老己的专属备忘录”，更有“给老己的道歉信”引发集体共鸣，登上热搜。如今，这句带着几分憨萌的表达，已然成为年轻人间心照不宣的暗语，串联起无数个自我关照的瞬间。

“老己，对不起，我总让你为了KPI熬到凌晨三点”“老己，对不起，我为了合群委屈了你的喜好”“老己，对不起，我从没像疼别人那样疼过你”……结合刷屏文案可知，“老己”即“自己”，“爱老己”就是常说的“爱自己”。这不是什么新鲜概念，从书本到自媒体，“爱自己”的心灵鸡汤早已屡见不鲜。可为什么一句“老话”，仅仅换了一身马甲，就能精准戳中年轻人的“心巴”，以至于引发了一场温情脉脉的集体自我告白呢？

## 一句“爱你老己”，为何戳中了年轻人的心？

【文/青年报·青春上海评论员 唐骋华】

将“爱自己”改装成“爱老己”，语言的谐趣让老生常谈的劝诫变得灵活生动。“老己”的叫法自带亲切感，将抽象、模糊的“自我”具象化为一位可以唠家常、说体己话的老友。它满足了年轻人在高速运转、人际交织的现代生活中，自我抚慰的需求。当压力袭来，他们不用孤独地硬扛，而是转向内心，拍拍“老己”的肩膀，说一句：“辛苦了，老伙计。”

这也折射出一种耐人寻味的文化心理：Z世代并非如一些刻板印象所描绘的那样动辄要“整顿”一切，以“不听劝”的姿态面对一切。他们排斥的，是“过来人”以居高临下的姿态进行“爹味输出”。而“爱老己”的流行，则是一种温和的自我教育。年轻人以调侃、自嘲的口吻把道理说给自己听，将“要好好爱自己”的训诫口吻转化为与“老己”的平等对话，没有压迫感，消解抵触情绪，自然更容易被自己接纳，也让自我关怀的理念真正走进心里。

我们不妨对“老己体”的流行怀有更多期待。事实上，当人在一定程度上超脱自我，站在更高维度审

视自己，便完成了自我的客体化认知，进而获得了反思能力。曾几何时，“爱自己”被异化为“买名牌包包”“高端度假”“攀比炫耀”等消费主义陷阱，而年轻人对“老己”的关爱更多投向对健康的关注和情绪的照拂，比如加班后给“老己”点一份热乎的夜宵，疲惫时给“老己”放半天假，接纳“老己”的不完美……凡此种种，带来的是更积极的抚慰。

进而言之，“老己体”或能帮助年轻人重建与内心及世界的连接。这令人想起东晋名士殷浩的那句“我与我周旋久，宁作我”。这句千年前的金句穿越时光，与今天的“爱老己”形成了奇妙共振——在经历了自我对话、自我周旋乃至自我博弈之后，最终达成了对“我之所以为我”的确认、接纳与持守。

因此，不要因为热梗来得快去得也快，就小觑其中蕴含的张力与可能抵达的境界。网络热梗千变万化，但年轻人不断建立内心世界、追求自我表达、探寻精神归属的内核不变。这是一代人对真实自我的珍视与坚守。

## 为朱元璋“换脸”，其实是想离历史真相更近些

【文/青年报·青春上海评论员 陈宏】

这几天，历史教材中明太祖朱元璋的画像已替换的信息，引起公众热议。历史人物朱元璋，终于告别了很多人记忆中那张有点丑陋又有点搞笑的“鞋拔子脸”。

严格意义上来说，这其实不是新闻，因为早在2019年的人教版普通高中教科书《中外历史纲要（上）》中，朱元璋就已经告别了“鞋拔子脸”。如今的官方教材中，朱元璋圆脸方额、神态威严，所使用的画像来源，是故宫馆藏“正形像”之一。教材有连贯性和严谨性，这个变动并非“勘误”，而是努力“接近历史真相”。

在中国历代人物中，朱元璋的画像无疑是最两极分化的。他的画像分两类，一类为天庭饱满，俊朗和

煦，如台北故宫博物院所藏明太祖全身坐像及晚年半身像等，均属此类，称为“正形像”；一类为下颌凸出，脸颊拉长，面颊布满黑痣，也就是很多人熟悉的“鞋拔子脸”，称为“异形像”。

围绕他的真实形象，史学界其实有过争论，因为两种相貌都有出处和源头。著名的“鞋拔子脸”，史学界有多种意见：一种是明朝自己异化，一说是朱元璋打下江山后，希望民间认为他“天生异象”，一说是明成祖朱棣为强化统治合法性，刻意渲染父亲“奇骨贯顶”的异相；另一种是后人出于某些目的，默认了这些“异形像”的传播，比如清朝是为了削弱民间对明朝的认同。

既然并非凭空杜撰，当下的新版历史教材为何又会

舍弃辨识度极高的“鞋拔子脸”形象呢？因为朱元璋的官方“正形像”，经各个维度的考证，更有历史可信用：多个官方画像，与明代画像体系特征一致，服饰冠冕严格遵循明初规制；从遗传学角度，朱元璋的儿子、明成祖朱棣等后人均为圆脸宽额，家族面部特征统一……

民间传说很有市场，但历史教材的严肃性，需要进行多维度考量，让历史人物回归本真。选用哪个版本的画像，本身没有对错，但在中国传统文化中，正史的作用是“以史为鉴”。使用“鞋拔子脸”画像，学生印象深刻，但可能注意力会聚焦在朱元璋的野史奇闻中；使用现在的画像，则更容易让学生聚焦于朱元璋这位帝王的制度革新与时代影响。

所有的历史探究工作，其实都是在多维度的考证中，努力接近真相。从这个角度来说，寻找真相的过程，以及在此过程中所秉持的求真精神，才是我们学习民族历史的核心要义。

夏日中山公园的草地上，到处都是躺着晒背的年轻人；开学季的高校校园里，学生集体练起了八段锦、五禽戏。刚刚过去的大雪节气，“别再靠奶茶和秋裤硬扛了”成为口头禅，越来越多的年轻人加入“冬藏”调养。一杯自调的养生茶、一次睡前泡脚、一个解压玩具，养生的元素无处不在，也难怪有人感叹，Z世代的养生血脉觉醒了。

最直观的体现就在养生消费上，有数据显示，2024年我国养生食品市场规模突破6000亿元，其中25到35岁的消费者贡献了近40%的销售额。而今年养生消费从“银发赛道”朝“青春主场”的转向趋势更明显，据统计有近6成Z世代每年花1000元~5000元在健康消费上。

当肩酸背痛、睡眠不稳、精力不济渐成常态，年轻群体开始通过养生来主动投资自身的健康。比起传统的健身、跑步等锻炼方式，Z世代养生没有“每天锻炼几小时”“跑多少公里”“消耗多少卡路里”这样的硬性指标，有了更多的松弛感。一些“佛系”“懒系”养生，比严格的自律多一份宽容，又比肆意的放纵多一份警醒。手机还是要刷，但累了要用护眼仪；奶茶还是要喝，但要去冰零

## Z世代养生，既要排毒也要“排雷”

【文/青年报·青春上海评论员 张逸麟】

糖。无处不在的养生意识，折射出年轻群体的健康观：既要能改善身体状态，又不必耗费过多心力。

由此，一种“新式养生”应运而生，跳出了传统养生的条条框框，通过主动选择打造个性化的日常实践，年轻人可以从传统文化中汲取养生之道，也会从流行文化中寻找健康灵感。尤其是在消费端，更愿意将情绪消费和健康消费结合在一起，加上分享、打卡等元素，营造新的生活常态。过去一年，小红书平台上的健康相关笔记同比增长超100%。

但我们也要看到，一场围绕年轻人“健康焦虑”的商业叙事已然兴起，养生保健品牌精准切中年轻群体“花小钱办大事”和“怎么开心怎么来”的心态，不断有新的养生产品、服务伴随着巨量营销扑面而来。其中不乏“大字吸睛，小字免责”之类的陷阱。

养生需要排毒，但消费需“排雷”。热衷于养生的同时，也应避免“健康可采购”的幻觉。

有医学专家提醒，年轻人在养生过程中需要保持理性和科学的态度。中医养生讲究因人而异、辨证论治，每个人的体质不同，适合的养生方法也不同。例如同样是祛湿，湿热体质的人适合清热利湿的方法，寒湿体质的人则需要温阳散寒。而市场上很多泡脚包都被标注有“祛湿驱寒”效用，拿来就用是否有效是值得探究的。因此年轻人在选择养生方式和产品时，可以先咨询专业医生的意见，结合自身的体质和状况再做方案，让养生兼备科学与享受。

愿意在养生上投入财力精力，是年轻人对自我负责的生活姿态，可如果将养生消费和健康直接画等号，显然是对养生的误读。养生毕竟不能期望一劳永逸、一蹴而就，需要耐心和理性并经历一个漫长的过程。跳出“花钱买健康”的“幻觉”，我们往往更能发现，养生的精髓往往就来自最朴素的生活常识：规律作息、均衡饮食、持续运动、情绪稳定。