

# “那咋了”“受着呗”…… 小学生爱玩梗，大人要如何应对？

文小叨是江西某地一所小学的语文教师。在接受记者采访时，这位老师回忆起之前课堂上的一幕情景满是无可奈何。

在某次课堂布置完作业后，一位学生脱口而出一句网络梗，以表达对作业太多的不满。

还有一次学校开运动会，孩子们连续几天没有作业，整天疯玩，于是她在课堂上布置了一些简单任务，问学生“能不能完成”，男同学们异口同声“包的包的”，她又追问能不能给参加比赛的运动员写个加油稿交到广播站，有几个孩子立刻就不高兴了，吊儿郎当地说，“做不了，做不了一点”。

这并非极端个案。记者调查发现，小学生“黑话”正在各地小学校园流行，而且不断“迭代升级”，呈现出一种明显的“病毒式传播”特点。

据央视

## “像病毒一样传播”

家长佯装抬手教训孩子，孩子立马大喊一声“新号别搞”；儿子捂着眼睛嚷嚷“我眼睛！我眼睛！”妈妈赶紧凑上去问“怎么了？我看看”，儿子张口就是一句不明意义的网络梗；有家长纳闷，最近儿子总对

着自己说“你好唐”，她还以为是夸自己“甜”，发到社交平台一问才知道，这里的“唐”暗指“唐氏综合征”，儿子其实是在说她“呆呆傻傻”。

这样的场景在一些有小学生的家庭中已经司空见惯。前段时间，一位亲子领域自媒体博主发了条短视频，盘点“小学生12句口头禅，你都听得懂吗？”评论区里超4万名网友留言，多数都是天南海北的家长，要么分享自家娃的“黑话”，要么求解孩子嘴里新词的意思，满屏都是家长们“听不懂”的困惑。

与家长相比，小学老师们感受更深刻。

山东的小学英语老师席梦琪对记者讲述了她不久前的经历。她把课堂上捣乱的学生叫到办公室，质问他为什么上课不听讲，学生反问她“那咋了？”她又问，“那你以后打算怎么办？”学生不假思索地说，“受着呗”。席梦琪有种“一拳打在棉花上”的无力感。

老师们都很疑惑，不理解这些梗为什么会让孩子中火起来。她问孩子们平时从哪儿学的网络梗，有的说从短视频里刷到的，有的说打网络游戏时学会的，还有的是从同学或者小区一起玩的小伙伴那里听来的，“这个跟病毒一样，是传染式的”。

但当她追问学生这些梗的确切含义时，他们往往只是“笑笑，不好意思说”，或坦言“根本不知道什么意思”，仅仅为了跟风、好玩。

在接受记者采访时，多位受访老师反馈，班里孩子早在一二年级

就开始说网络梗，这一状况通常会持续到初中，年龄最小的甚至幼儿园孩子也会随口说。学生之间流行的网络梗更迭速度极快，往往老师、家长还没弄明白上个梗的意思，孩子们早玩起下一个新梗了。

## 当“玩梗”成为无意识行为

起初，这类网络梗大多只出现在课间或是学生的私下交流里，但当“玩梗”逐渐变成无意识的习惯，它们便开始不受控制地溢出。

恬恬是河南某地的一名四年级小学生，当被问到和人交流时能不能坚持一整天不说网络梗，她想都没想就答道：“那不行，我必须得带几句”。

为什么孩子们热衷说网络梗？在接受记者采访时，中国青少年研究中心少年儿童研究所原所长孙宏艳表示，这和中小学生的社交需求、情绪宣泄需求以及认知发展阶段都有关系。

孙宏艳说，青少年阶段的孩子，核心社交需求已经从获得家长的关注，转向寻求同学、朋友等同龄人的群体认同感和归属感。网络梗成为一种“通行证”，能让使用者迅速识别并融入特定的社交圈层，当孩子说出一个梗能引来同学们会心的笑声，其实就是在确认自己“属于这个集体”。

此外，这一代孩子普遍面临更大的学业与人际压力，加上青少年阶段的思维本就偏向感性，而网络梗无论是搭配表情包，还是简化为短短几个字，都自带极强的情绪表

现力。

因此，直白有趣的网络梗，自然成了孩子们便捷又低成本的情绪出口，这些词汇能精准传递戏谑、质疑等感受，又比正式细腻的描述更“省力”，在一定程度上降低了孩子们准确表达复杂情绪的心理门槛。

文小叨对此深有同感。在她看来，“玩梗”本质上是大脑偷懒的表现，无需费力构建完整的表达逻辑，一个梗足以应付绝大多数交流场景；碰到值得夸赞的事，孩子们只说一句“666”便可搞定；遇到不想面对的批评指责，一句“那咋了”再配上一句“受着呗”，直接就能把对话拖进没有结果的死循环。

孙宏艳提到，网络梗在中小学生学习群体中泛滥，和各类互联网平台的推波助澜有密切关系。

恬恬说，班上同学说的新梗，哪怕她一开始不知道意思，也不用特意去网上搜，“等哪天（各类软件）就自动给我弄出来了”。当家长好奇地问，“我怎么刷不到时”，恬恬回答，“因为你们是大人的”。

## 如何应对泛滥的“烂梗”？

孙宏艳指出，如今科技越来越发达，人们的语言表达反而越来越贫瘠，这种情况在成年人当中也十分常见。之所以要格外关注未成年人“玩梗”的问题，是因为他们正处于语言习惯与思维能力养成的关键成长阶段。

作为一名语文老师，文小叨对此有最直观的感受，格外沉迷说网络梗的孩子，无论是日常交流还是写作

文，普遍语言表达能力较为匮乏。

语言是思维的外壳，具备塑造人的作用，如果孩子长期以“666”“绝绝子”来形容一切美好复杂的事物，长此以往，其细腻的感受力、精准的表达力和逻辑建构能力都会退化，最终就会陷入不少家长担心的“文化失语症”。

更值得警惕的是，现实中未成年人常挂在嘴边的一些网络梗，早已脱离普通网络流行词的范畴，带有人身攻击、语言伤害的性质，部分梗甚至暗藏低俗、恶意向导。

孙宏艳进一步指出，这类梗正潜移默化侵蚀着未成年人的社交观念与价值观，其负面影响不容小觑：孩子最开始可能只是觉得“好玩”跟风说，慢慢变得习以为常，最终内化为无意识的语言习惯与行为准则。

如何面对来势汹汹，且将长期存在的“梗文化”？孙宏艳认为，一味禁止或听之任之都不可取，家校都应秉持区分性质、划清边界、分类引导的原则。

文小叨给学生们定下了两条“死规矩”：第一，对于“良梗”和中性梗，要分场合使用，比如“包的包的”这类无伤大雅的梗，私下和同学、朋友相处可以说，但不能在课堂上使用；第二，凡是带有攻击、会伤害他人的“烂梗”，一概不许说。

孙宏艳呼吁，面向未成年人的内容推荐，互联网平台应当主动承担更多社会责任，多向青少年推送科普、历史、文化、体育等多元正向内容，帮助他们打破算法构筑的“信息茧房”，看到更广阔的世界。

# 低至19元，“次抛衣”成年轻人旅拍新宠

在年轻人的圈子里，一种名为“次抛衣”的现象流行起来。

“这次旅行一共7天，我准备了5件‘次抛衣’。”6月11日，刚结束高考的小羽告诉记者，为了旅途中拍出美照，她花不到两百元买了5套衣服，单套价格不到40元，穿完后她打算在二手平台转手卖掉。

小羽的经历并非个例——在电商平台上，数以百万计的廉价服饰被打上“拍照专用”“旅游出片神器”的标签，以一顿快餐的价格被售出。

这些价格低廉的衣服被称为“次抛衣”，穿完后可能被直接丢弃，或在二手平台转卖。不少网友表示，“次抛衣”虽便宜，但质量粗糙，还可能引发皮肤问题。带着诸多疑问，记者对话消费者及商家，一探究竟。

据封面新闻

## 消费者：

“次抛衣”多用于旅行拍照，大多在50元以下

所谓“次抛衣”，指的是那些价格便宜、只穿一两次就会被丢弃或者转卖的衣服，区别于传统的快时尚与租衣平台服装。

这类衣服通常款式时髦、颜色



网络截图

网络平台售卖的次抛衣

亮眼，很适合拍照或在特定场合穿。对年轻人来说，它们既能满足追逐潮流的心态，又不会带来太重的经济负担。

小羽向记者透露，自己是“次抛衣”爱好者。除了这次毕业旅行，她还在过生日以及周末外出游玩时，购买过“次抛衣”，每次用于拍照后便再也没穿过。在小羽看来，这些衣服的材质往往洗一次就起球变形，而干洗一次就要二十元。她坦言，大部分次抛衣服最终都进了垃圾桶，偶尔有几件拍照效果好的能在二手平台卖掉。

记者在社交平台搜索发现，“均

价30的旅行次抛衣链接合集”“19元就能拿下的1688度假出片长裙”“均价20泰兰德次抛衣服测评”等帖子屡见不鲜。一般而言，“次抛衣”最常见的使用场景就是旅游，不少人为了拍出好看的照片，会在电商平台、尾货清仓平台、评价线下店铺等渠道购买价格低廉的“次抛衣”，或者在闲鱼等平台低价收别人穿过的“次抛衣”。

比如去海边旅游时，高饱和度的沙滩裙和印花抹胸成为了热门选择；去民族风情浓郁的地区旅游时，民族风披肩和镂空罩衫则备受青睐；去迪士尼、环球影城等主题乐园

时，夸张的卡通T恤和亮片蓬蓬裙常常被拿来拍照；去城市网红打卡地时，泡泡袖连衣裙和复古波点衬衫也成了只穿一次的出片“神器”。

据电商平台的商品信息和网友分享显示，“次抛衣”面料主要是涤纶（学名聚酯纤维）、雪纺、牛仔、蕾丝等。价格低廉，大多在50元以下。此类衣物缝制工艺大多较为粗糙，容易存在不规整、易破损、洗涤后变形等问题，甚至有的打开包装后可能散发刺鼻的气味。

## 商家：

“次抛衣”销量高但退货率也不低

在电商平台经营“拍照连衣裙”类目多年的店主陈霖告诉记者，其店铺月销量稳定在1万件以上，热销款多在20至50元之间。“这种爆发式订单主要靠短视频和直播间引流，款式更新极快，很多顾客买完拍照后就不会再回来。”

陈霖坦言，店铺复购率不足10%，但每次上新依然能靠流量投放迅速起量。他表示，核心购买群体为18至30岁的年轻女性，既有来自三四线城市的学生党，也有一线城市的职场新人。

与高销量相伴的是不低的退货率。陈霖透露，行业普遍退货率在30%到50%之间，主要问题集中在尺码不准、实物色差大以及面料质感差。为控制成本，商家往往采取几种策略：一是以极低定价走量，即使退货率高仍有利润；二是在商品页标注“不支持7天无理由退货”或仅支持换货，减少售后纠纷。

## 专家：

建议抓翻新管卫生，杜绝以次抛属性规避质检

虽然“次抛衣”在年轻群体中流行，但也有网友表示，此类廉价服饰造成资源浪费，可能还有安全隐患。

对此，6月8日，四川大学文化产业研究中心主任、四川省省委省政府决策咨询委员会委员蔡尚伟说，次抛衣本质是服饰领域一次性消费品，和市面上各类一次性消费品底层逻辑相近，主打全新洁净，成本低廉，契合短时使用的消费需求。

为何会出现“次抛衣”？蔡尚伟表示，传统社会制衣工序繁杂，成衣成本偏高，衣物生产始终以结实耐穿为导向，一次性成衣难以形成规模化业态。现代产业链日趋完善，旅拍、聚会、社交打卡催生大量特色穿搭需求，“次抛衣”顺势发展。

此外，蔡尚伟认为，大众关心的各类负面隐患，大多属于纺织行业共性问题，不能片面归责次抛衣。同时，衣物流入二手市场后，不少个人卖家缺少规范消杀条件，潜藏卫生隐患。再加上产品用料偏薄、工艺简易，经过多次转手损耗持续加重，使用价值不断缩水，几经流转大多无法继续交易，自然退出市场，市场机制本身就能规避无节制浪费。

“监管无需全盘限制行业发展，聚焦突出乱象精准管控即可。”他建议，严查商家翻新残次服饰，以旧充新冒充新品，完善二手衣物消杀标注规范。杜绝商家借用次抛属性规避质检，所有在售服饰统一遵照国家纺织品安全标准。