

2025 届高考作文写作素材积累：周时文素材（2024.12.01——2024.12.07）

关键词：十大流行语

01. 水灵灵的流行语照见火辣辣的中国

来源：苏州新闻网 张文婷

“数智化” 引领创新浪潮，“智能向善” 彰显科技温度，“City 不 City” 呈现现代中国，“小孩哥/小孩姐” 展露青春锋芒……12月2日，“2024年十大流行语” 水灵灵地出炉了。

语言是文化的载体，流行语是时代的一面镜子。每到12月评选并发布“十大流行语”，已成为《咬文嚼字》编辑部的惯例。仔细研究今年的十大流行语，我们发现既有数智化、智能向善、未来产业这类体现发展前沿的词语，也有班味、银发力量、小孩哥/小孩姐这类代表不同人群的词语，还有 city 不 city、硬控、水灵灵地 XXX、松弛感这类热梗。十大流行语的评选，不只是看到2024年流行什么，也让我们读到大众态度，摸到时代脉络。

流行语是历史的锚点，回看2024年，十大流行语加深了我们对“往昔岁月”的印记。“City 不 City” 把我们定位到一位外国博主的魔性短视频，中国72/144小时过境免签政策让更多外国博主来到中国，China Travel 的吸引力持续放大，每一个“City 不 City” 的提问，都回答了一个更加开放、现代的中国。“松弛感” 带我们回到巴黎奥运会，中国队“00后” 小将们不仅取得了令人瞩目的好成绩，他们身上的松弛感也让人印象深刻，向世界展现出中国新世代的自信与从容。一声“小孩哥/小孩姐” 是对了不起的“10后” 的肯定，“小孩” 是年纪，“哥、姐” 是能力，放个暑假出战巴黎奥运，放下书包能上摊位颠勺，放下内耗能和不良商贩据理力争……能力与精神状态都领先的小孩哥/小孩姐也激励了成年人，生动展现了这个时代的“英雄出少年”。

流行语是时代图景里的地标，字里行间穿插着社会万象和时代变迁。最前沿的也是最醒目的。从“数字化”迈向“数智化”，一字之差却有天壤之别。“数智化”不是简单的数字技术叠加，而是通过人工智能、大数据、物联网等技术的深度融合，实现智能化、精准化和创新化。智能也要向善，各行各业乘“数”而上，向“智”发展，“善”定义了智能的品格。不久前落幕的世界互联网大会乌镇峰会以“拥抱以人为本、智能向善的数字未来——携手构建网络空间命运共同体”为主题，也点出了技术发展应以人为本，“数字未来”应是“智能向善”的未来。“未来产业”描绘出未来的图景，元宇宙、人形机器人、低空经济等未来产业在中国大地拔节生长，成为迈向现代化、形成新质生产力的重要支撑。“银发力量”的背后是幸福晚年，无论是银发网红发挥余热，还是银发经济大有可为，“夕阳红”映照出别样的时代光彩。

言为心声，语为世情。流行语里也体现着生活态度，不管是被什么硬控，还是要去去班味，或者调侃自己水灵灵地生活，在传播中也传递着不同的态度。这些流行语在分享、传播、讨论中碰撞，诠释着充满创新活力与人文温度的中国，水灵灵地出炉的十大流行语，让我们感受到火辣辣的中国。

02. 【city 不 city】“中国旅行”爆火，是我国国际传播成效的体现

来源：光明日报

最近，“Chinatravel”（中国旅行）一词异常火爆，在某海外社交媒体上“#Chinatravel”词条的观看量高达7亿。点开这些短视频，可以看到外国游客行走中国各地，观看量、评论量、点赞量都非常可观。追随视频中的“Chinatravel”攻略，更多外国人涌入中国。国家移民管理局统计数据显示，2024年一季度外籍人员出入境人次高达1307.4万，同比上升305.2%。免签入境外国人198.8万人次、同比上升266.1%。

线下热门景点“长”满外国人，线上短视频中赞誉之词铺满屏幕。不少网友纷纷表示，这一轮入境游作为借力“外嘴”的国际传播，可谓“性价比极高”。

入境游无疑是国际传播的形式之一。我国的壮美山川、醉人民俗、悠久历史、文物瑰宝、摩登建筑、精美服饰、美味饮食，甚至社会安全度、交通便捷度、民众热心度等，都是讲好中国故事的精彩素材，在外国游客“朋友圈”中也一直有口皆碑。这

固然是做好国际传播的前提和基础，而若要更进一步，还需在渠道、语言、叙事等方面尽力尊重并满足游客需求。

中国免签“朋友圈”不断扩容，进一步畅通了入境游作为国际传播的渠道，极大满足了外国游客便利触达中国

的愿望。自2023年12月1日起，中国对德国、法国、意大利、荷兰、西班牙和马来西亚等6国公民正式实行免签政策，效果快速显现。根据某在线票务服务公司数据，2024年一季度，上述6国入境中国游客总计同比增长约6倍；分别于2024年2月、3月与中国相互免签的新加坡、泰国，今年一季度入境游客分别同比增长超10倍、超4倍。我国不断升级扩容的免签政策，大大畅通了国际传播“带宽”，促成短视频形式的中国故事在社交媒体上呈指数级增长。

对入境游各种“关卡”的精准“解锁”，让外国游客得以畅通无阻打卡各个景点。一段时间以来，移动支付是外国游客入境游的一个小困扰。如今，优化后的微信、支付宝和“ShanghaiPass”（新版上海都市旅游卡）让移动支付变得无比“丝滑”。景点预约等服务也更加友好，比如成都大熊猫繁育研究基地增开护照线上购票通道，上海博物馆开设境外游客英文预约通道。在住宿方面，众多旅馆升级登记系统，更新英文地图、中英文双语标识、西式早餐等服务内容，以更好满足外国游客的多种需求。种种贴心服务打通了层层“关卡”，让外国游客的中国游体验更流畅。

各种特色旅游路线的推出，是对入境外国游客的“精准叙事”。中国如诗如画的名山胜川浩如繁星，古色古香的文化古迹数不胜数，美轮美奂的现代地标比比皆是。不同国家、不同区域、不同群体的旅客需求迥异，有人喜欢走马观花式的观光，有人偏爱沉浸体验式的深游，都不难在这里找到自己心仪的选项。支持根据游客需求和喜好定制出游路线和计划，正是贴近不同群体受众的精准传播方式。

盈千累万的故事素材，叠加渠道、语言、叙事上的贴近性，让入境游成为我国国际传播的成功典范。一个个短视频展现出可信可爱可敬的中国形象，外国游客成为我国对外传播的“最强代言”，而“Chinatravel”也反过来成为他们的流量密码。

“Chinatravel”爆红，是我国国际传播成效的体现。世界第二大经济体的重要地位，中国脱贫攻坚的巨大成就，共建“一带一路”的显著成果，高铁、航天、卫星、桥梁等众多闪闪发光的中国名片……可以说，中国故事的素材库中不乏宝藏。如何摆脱“说了传不开”“传开叫不响”的窘境？我们有必要透“Chinatravel”爆红，从国际传播角度汲取灵感、总结经验，在增强贴近性、提高亲和力、强化叙事性等方面下功夫，以获得更强的传播力和影响力。

03. “小孩哥” “小孩姐” 出圈，是在寻找精神自治

来源：正观评论员 韩静

近段时间，不少10后“小孩哥”“小孩姐”出圈了。前几天，浙江广播电视集团民生休闲频道《1818黄金眼》记者到杭州西湖边采访，提问一名小女孩能不能背出西湖的诗句，小女孩说：“那是出来上课吗？”随后，她礼貌地答出了诗句。

年龄不大，本事不小。特别是对于人情难题和精神内耗，成年人可能半辈子都解不开，10后们却能游刃有余，用最萌的声音说最狠的话。

当被同学嫌弃衣服难看时，“小孩哥”说：“再买件同款天天穿，让他看习惯”；当朋友不喜欢自己的发卡时，“小孩姐”说：“我的东西，为什么要你喜欢？”主打一个“我本位”思维。

实际上，这些最狠的话，恰恰是成年人想说却说不出口的话。一方面，小孩子言语中的逻辑直接简单，蕴含着朴素且通透的道理；另一方面，他们的精神境界超前，随性洒脱做自己，不玻璃心、不迎合别人。这种自信乐观的姿态，不仅展现了新一代少年儿童的独特风采，也让无数成年人看到了曾经的自己，抑或是期望的自己。并从更高层面上，反映出社会价值观的开放与包容。

就像哲学家周国平所说：“在我心目中，孩子都是哲学家，而在事实上，我从孩子嘴里听到的含有哲理的精彩的话，也的确比从大人口里听到的多得多。”一些孩子，确实教会了成人很多。

诚然，小孩子之所以能语出惊人，更多是未被世俗束缚、未受规训的纯真表达；同时，每个人对于成熟与成长的理解也不尽相同，但无论如何，称呼带来的讨论与反思，有助于人们寻找精神自洽，寻求最真实的自己。

“小孩哥”“小孩姐”这种称呼，本质上是年轻人排解情绪并自嘲的一种方式，不必过多解读。相比之下，更应看到背后的问题。就像西湖“小孩姐”对于背诗要求，能发出“灵魂拷问”。而反观大部分成年人，为何第一反应都是想诗句、回答提问？为何在许多事情上，人们总是习惯于迎合他人的期望和要求？甚至，往往忽视内心感受，给自己增加压力？

或许，摆脱“道德负担”有时候真不能那么“听话”；或许，精神困境之下的成年人，需要更好的环境和机会。“小孩哥”“小孩姐”出圈，反映了新一代年轻人的成长状态和心理需求。这一点更加现实，也更值得重视。

在网络世界中，轻松一笑、欢乐一刻，固然能够缓解情绪和压力，更难能可贵的是，我们可以获得什么——敢想敢做的勇气，精神自洽的能力。唯有内心强大，年轻人才能真正成长为社会的中坚力量，为社会的进步和发展做出更大的贡献。

古有唐人喟叹“常自愧不如孩孺”，今有10后“小孩哥”“小孩姐”整顿人情世故，那么今后呢？对于更多人，仍需正视自己的负面情绪，大胆尝试并做好一切击溃它的准备，探寻通往个性解放、精神自洽之路。

04 年轻人需要怎样的“松弛感”？

来源：青年报 陈嘉音

蔡健雅有一首歌叫做《别找我麻烦》，描述了一个人“乌云罩顶”的倒霉一天：绕路绕到飞机场、咖啡倒在白衬衫、下了大雨没带伞……光看歌词全程血压升高，但歌手用清新灵动的嗓音随性一唱，又让人觉得有种洒脱的律动。用现在的网络热词来说，就是“松弛感”。

“松弛感”为何会在网上走红？起因是一位博主的一则观察：一家人出门旅游，当行李因疏漏被退回，其他家庭成员只带着身份证踏上旅程。但意外的是，当事人没有一个陷入暴怒，没有人生气、指责，甚至还能轻松讨论落地后该买点儿啥，全程气氛都非常松弛。

“原来世界上真有这么松弛的家庭关系”的感慨，引发了很多网友对原生家庭的吐槽：大多数人的家庭没有所谓松弛感，在家只要犯错，后果基本是一顿暴风骤雨的训斥，或者被引经据典地教育不停，甚至隔几天还会再翻一次旧账。

在疫情反复不定、日常杂事匆忙的当下，我们在焦虑中辛苦生活。“松弛感”的表达切中了当下人们的生活情绪：如果用尽全力也无力掌控，索性就放手而行。在家庭关系、恋爱关系中，“松弛感”则体现为面对突发状况时的包容和理解，营造出舒适的双边关系。对个人来说，“松弛感”也是一种生活节奏和状态的松弛。不拧巴，不争执，不咄咄逼人，慢慢成长，不让繁杂琐事消耗自己。

足够的“松弛感”需要足够的资源支撑。当你有选择，有余地时，才会有“松弛”的空间，正如有头脑、有眼界的人，才不会在面对问题的时候一惊一乍乱了手脚，自

然拿得起放得下。有人说，“松弛感”的出现也表明年轻一代有了更多选择和放慢脚步的资本。

但在不少讨论中，经常有人把“松弛感”当成是“躺平”的象征，这种理解也很正常。确实存在积极的“松弛感”和消极的“松弛感”。对于忙忙碌碌的年轻人而言，需要的是遇事不慌的松弛感、劳有所获的松弛感、平衡好工作和生活的松弛感，而不是一味躺平的松弛感、无所事事的松弛感、颓丧惫懒的松弛感。

年轻人需要积极的“松弛感”，正如毕淑敏在《像烟灰一样松散》中写道：要像烟灰一样松散。只有放松，全部潜在的能量才会释放出来，协同你达到完美。

“烟灰，尤其是那些优质香烟燃烧后的烟灰，非常松散，几乎没有重量和形状，真一个大象无形。它们懒洋洋地趴在那里，好像在冬眠。其实，在烟灰的内部，栖息着高度警觉和机敏的鸟群，任何一阵微风掠过，哪怕只是极轻微的叹息，它们都会不失时机地腾空而起驭风而行。”

烟灰在放松中，积蓄着飘扬的能量。如同年轻人处在拼事业的最好年华，奋斗终究是青春的主基调，在积极的“松弛感”中调整好自己的状态和节奏，才能更好地上路。

里约奥运会女子100米仰泳半决赛后，傅园慧的一句“我已经用了洪荒之力了”走红网络；在东京奥运会赛场上，21岁的杨倩为国家夺得首金，向镜头微笑比心；决赛即将开场，谷爱凌还会在社交媒体跟粉丝们分享自己的心情……我们记得奥运健儿的拼搏瞬间，同样也记得傅园慧的幽默真实、杨倩的松弛内敛、谷爱凌的勇敢自信。

一张一弛，文武之道也。于个体而言，奋斗后的松弛，和松弛后的奋斗，人生体验因此丰富而生动。于家国而言，伟大复兴的使命更加需要年轻人星夜兼程，只争朝夕。所以，奋斗和松弛，并不是相生相克的关系，恰恰这两者相辅相成，才能带来美好的人生。

05. 驱散“班味”，还生活一点鲜味儿

来源：青年报 唐骋华

最近，“班味”这个词火了。它是指职场人的日常状态：素面朝天、双眼无神，讲话要么有气无力、要么充斥套路，浑身上下的疲惫感怎么都遮不住。有网友甚至调侃：只要上过一天班，沾染的“班味”这辈子都洗不掉了。

这当然是一种群体性自嘲，而自嘲的实质，是人们对现实状况做出的反应。毋庸讳言，近些年的职场环境不够友好，这突出表现在愈演愈烈的“内卷文化”上。今天的职场人不仅要卷学历、卷考勤、卷业绩，还要卷加班、卷妆容、卷人际关系。职场人的青春就在这无尽的内卷中消耗殆尽，人也身心俱疲。在这种情况下，吐槽“班味”成了一部分职场人纾解压力、放松神经的方式。它也因此引起广泛共鸣，频频登上社交平台的热搜榜。

但是，这种群体性自嘲传递的只是负能量吗？并非如此。

这种自嘲并不是消极的自我否定。相反，职场人能够自嘲，说明他们还没有放弃对自我价值的思考和追求；敢于自嘲，更说明他们有对不合理现象说“不”的勇气。仔细观察，加入此次吐槽热潮的，以应届毕业生和刚工作几年的职场新人为主。他们不像世故利己的“职场老油条”。从他们身上，我们感受到了蓬勃的朝气。这股朝气，既是驱散“班味”的能量，也是一个社会良性生长的内驱力。

事实上，这一届年轻人不止于口头吐槽，而是以实际行动抗拒着形形色色的“班味”。在职场上，不少年轻人不接受领导画大饼，拒绝“表演式加班”，排斥带有强迫和歧视意味的敬酒、敬烟文化，在工作压力下寻找成长的价值、工作的意义。在职场之外，他们果断切换模式，不断丰富生活的宽度和深度，参加读书会、观影会、咖啡节，组织 City Walk、深度游，不让自己被超负荷工作绑架，享受免于被异化的自由。

对大多数人而言，上班是人生必要的组成部分，长时间浸泡在职场生活里，疲惫和倦怠在所难免。年轻人自嘲的“班味”儿，也是对众多职场人的一种无形的唤醒。人们从中受到启发的是：千万不要将生活的多姿多彩，萎缩成上班那点事。当“班味”淡去，人生才有滋味。

06. 像叶嘉莹先生那样，把自己“活成一首诗”

来源：人民日报评论 2024年12月03日

叶嘉莹先生走了。前几日的追思会上，有朋友说，叶先生在这个初冬走了，很多诗友都觉得很突然，无法接受。是啊，叶先生为中华文化的弘扬传播做了那么多事情，我们仿佛觉得，她会永远在身边，因为她已经活成了一首诗。而诗，是“人心不死”的力量。

叶先生，是一位诗人。

一个多月前，欧阳江河老师在南开大学的讲座上提到：“有的人，在作诗的那一刻，是个诗人；有的人，在读诗的那个瞬间，是个诗人；而叶嘉莹先生，她时时刻刻都是诗人，她已经在生活中活成了一首诗。”叶先生自己也曾多次强调，凡是一流的诗人，都不是用文字写诗，而是用自己的生命去创作、用自己的生活去践行的。

叶先生是沉浸在诗词中的，日常情境往往会令她将烂熟于心的佳句名篇脱口而出。比如，看到道路两侧的花树怒放、花伞如盖，她会吟诵“绣幄鸳鸯柱。红情密，腻云低护秦树”；在回家的路上看到紫玉兰树开始飘零，她又会想起“木末芙蓉花，山中发红萼。涧户寂无人，纷纷开且落”；看到园丁在院子里种瓜，她脱口而出“瘦地翻宜粟，阳坡可种瓜”和“幸结白花了，宁辞青蔓除”，还不乏点评：前者是杜甫的生活实践，后者是诗人的生命感悟。一个人一生中尽了自己的心力，做出了事情，应该无憾。

叶先生，是一位老师。

叶嘉莹先生最为看重的，反而是教师这个身份。她曾谦逊地说：“在创作的道路上，我没有能够成为一个很好的诗人，在研究的道路上，我也没能成为一个很好的学者……但是在教学的道路上，虽然我未必是一个很好的教师，但我却确实为教学工作投入了我大部分的生命。”叶嘉莹先生讲诗词，真正做到了有教无类。她曾说：“我亲身体会到了古典诗歌里边的美好、高洁的世界，而现在的年轻人，他们进不去，找不到一扇门。我希望能把这一扇门打开，让大家能走进去，把不懂诗的人接引到里面来。这就是我一辈子不辞劳苦所要做的事情。”

“师弟因缘逾骨肉，书生志意托讴吟。”这是南开大学迦陵学舍的讲堂上悬挂着的一副联语。在叶先生看来，世界上人与人之间的关系，有些是后天无法改变的，比如血缘关系；但也有些是后天选择的，比如师生之间，往往因为有着共同的理想和追

寻才会走到一起。前者与生俱来，不取决于个人的意志、思维的选择。而后者则是理想和志意的一种传承，更为可贵。

斯人虽逝，但叶先生的精神，仍在感动、影响着世人。

最近，很多人为了纪念叶先生，打开了文学纪录电影《掬水月在手》。不知大家有没有注意到，这部影片的英文标题，采用了莎士比亚十四行诗里的一句“Like the Dyer's Hand”，意为“染匠之手”。真是一个极妙的比喻！诗词之于叶先生，就好比染料之于染匠，浸润已久，留下洗不去的色彩。叶先生一生与古典诗词相伴，自己也带有了诗词的光彩。

那我们呢？我们希望自己带上什么样的色彩？又期待自己成就怎样的染匠呢？

在叶先生遗体告别仪式上，排队等候区的屏幕上，除了照片，还有两句醒目的诗：“天池定有人相待，何惧扶摇九万风”。这出自叶先生“连日愁烦，以诗自解”时写下的一首绝句。叶先生的一生，历经许多苦难不幸，却一直保持乐观的心态、达观的态度，与她热爱古典诗词有很大关系。

正如叶先生所说，中国古典诗词的内在精神和兴发感动的生命不会中断，而中华文化的长流也一定能够绵延不绝，沾泽未来的世世代代。让我们也能像她一样，在诗词中看到光明、遇见美好，把自己“活成一首诗”。

链接阅读：

12月4日，我国申报的“春节——中国人庆祝传统新年的社会实践”通过评审，列入联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表作名录。

据不完全统计，全球约五分之一的人口以不同形式庆祝农历新年，春节民俗活动已走进近200个国家和地区。春节所蕴含的和平、和睦、和谐的文化精神，对全世界的影响越来越大，中国的灯笼、窗花、福字、特色美食也悄然走向世界，从不同侧面展示着中国节日的魅力。“一个时代有一个时代的文化，文化会随着时代的变迁而不断地调整自己的形式，并增加新的内容，以解决新时代面临的新问题。”在社会形态和生产力都产生新变化的当下，诞生自农耕社会的春节能传承至今，也正是因为一代代中国人基于不变的情怀，在传承的同时，不断为其注入新的内涵。

适用话题：文化自信与精神归属；传承与创新；文化软实力

07. 网红打卡的风，还是吹到了联合国？

来源：人民日报评论 2024年12月04日

“今天是去联合国开会的一天”自信开篇，几张在大会议室的精致摆拍进入主题，对着话筒用英文演讲几秒作为高光片段，最后吐槽下联合国餐食不合口味草草收场……近段时间，一些人“扎堆”去联合国“表演”开会、演讲、领奖，炮制雷同文案视频、营造精英人设。一顿操作引发网友感叹：“这是在开什么国际玩笑？”今天，我们就来聊聊这件事。

充斥在网络上的一些所谓高大上的“开会”，其实只是联合国总部提供的一种公开参观服务。任何游客都可以在联合国官网预约参观，成人价格为26美元，现场还提供多国语言的导游服务。同样的，煞有介事的用餐、会议、领奖受勋等活动，也都可以通过付费购买相应的“服务”。一旦褪去干练西装、精致妆容，过滤对青少年成长和气候变化等重大议题的“话术”，看似“成功人士”的行头下，不过是场炮制流量红利的作秀。

批发式的“精英炮制”闹剧，怎么就演在了联合国？从受众角度看，这与联合国的大众印象不无关系。顾名思义，频繁出现在公众视野里的联合国，似乎总与国际大事、公共议题乃至人类福祉息息相关。特别是，不少诸如“模拟联合国”等活动的推广，让许多人增添了一层滤镜和无限遐想。循此思路，能“受邀”步入联合国总部、在会场中“发声”的年轻人，想必一定有过人之处。一些网红和MCN机构恰恰是抓住了受众的这种心理，借着信息差打造“精英人设”，快速吸粉、引流，用带货等形式趁机变现。

一场虚假的流量之风，吹来似曾相识的气息。早年间“谢邀，人在美国，刚下飞机”的经典话术，引发对在网络世界编故事的揶揄。近些年，以大凉山等为“取景地”，拼凑家庭变故、生活贫困、无奈辍学等关键词卖惨博同情的摆拍套路，挑战公众爱心和社会信任的底线。更遑论，名媛培训班、名媛拼单下午茶等现象，激起人们对网红产业链的思考。不难发现，贯穿这些人物和事件当中的，不乏一个“虚”字：虚构的身份、虚假的经历、虚伪的包装，最终又都指向对名和利的畸形渴求。由此而言，26美元或许造不出一个可以随意出入联合国的“精英”，却足以挑拨不少人躁动不安的心。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/308110046054007007>