

当代部分青年“伪精致”现象分析及引导策略

■ 祝大勇 刘培齐

(河北农业大学 马克思主义学院,河北 保定 071000;河北软件职业技术学院,河北 保定 071000)

【摘要】部分青年中存在的“伪精致”现象在本质上是他们对美好生活的错位反映,其主要表现为过度强调物欲满足、过度追求符号化意义和追求享乐主义感官满足等,其产生根源在于错误舆论误导引发的青年奋斗价值观缺失、强调奢侈欲望满足的消费主义思潮的影响和青年群体急切渴望社会关注和圈层融入的心理需求。引导当代青年去除“伪精致”现象,应当从认知层面给予他们更多理解和包容,与此同时,引导其从多重维度理解和把握“精致”内涵;从实践层面创设情境拓宽青年参与社会价值创造的路径,使其领悟奋斗是实现幸福的正确路径;从制度层面则需要不断完善有利于促进青年全面发展和进行理性消费的社会环境和经济环境。

【关键词】青年 伪精致 消费主义

DOI:10.16034/j.cnki.10-1318/c.2022.02.007

随着物质条件的改善,人们对精致生活的追求日趋热切。精致生活是一种高端、雅致、美好的生活,但并非是奢靡生活,虽然这种生活状态有时确实需要建立在一定的物质基础之上。现实生活中的一些先富阶层举手投足展示出的高级品牌、优质妆容以及顶配物品,勾勒着精致生活的场景画面,成为他们身份和地位的象征。然而,当代部分青年极力炫耀与展示的所谓“精致生活”,却是一种“伪精致”。青年“伪精致”现象是指经济收入相对薄弱的青年群体进行过度消费、面子消费,炫耀展示“精致生活”以获得暂时心理满足的现象,其中既有追求物质欲望满足的需求,又有渴望被关注、被认可和被尊重的精神需求。“伪精致”之“伪”,在于超越了自身消费能力的实际情况,在于误解了寻求被接纳认可的方式途径,相对于真正的精致生活,这是一种在物质和精神的需求满足上的双重错位——物质欲望过度超前而精神境界的提升相对滞后。青年群体对精致物质生活的追求和渴望有释放生活压力和缓解心理紧张的作用,但又在符号化消费体验和仪式化身份包装中制造出新的焦虑。“伪精致”现象集中暴露了部分青年在追求美好生活过程中目标方向、手段方法和呈现方式上的错位,如果不能及时正确地加以引导,任由其蔓延扩散,势必会影响青年的健康发展,也会影响整个社会的和谐与稳定。

收稿日期:2022-01-10

作者简介:祝大勇,河北农业大学马克思主义学院副院长,副教授,硕士生导师,法学博士,主要研究网络思想政治教育;

刘培齐,河北软件职业技术学院计算机应用工程系讲师,主要研究网络思想政治教育。

基金项目:本文系2020年度国家社会科学基金一般项目“海外对中国特色社会主义制度价值的误读及其应对机制研究”(课题编号:20BKS179)、河北省社会科学发展研究重点研究课题“全媒体时代高校思想政治教育创新发展研究”(课题编号:20200501001)的阶段性研究成果。

一、部分青年“伪精致”现象的主要表现

党的十九大报告指出:“中国特色社会主义进入新时代,我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。”^[1]追求精致生活反映了人民对美好生活积极追求的态度,“精致生活是相较于粗陋生活而言的,虽然精致生活并非特指奢靡生活,但精致生活的获取确然需要一定的物质基础和财富积累做前提”^[2]。随着社会经济的快速发展,“精致”成为了部分年轻人口中美好生活的代名词,但过多地注重和追求“精致”的外在物化生活,用物质装饰去蒙蔽现实生活的不堪,用视觉呈现获得自我心理满足,让他们不得不面对“‘面子’凌驾于‘票子’之上的尴尬现实:过度追逐所谓‘品质生活’,掏空身心”^[3],进而导致“精致穷”。不论是“精致穷”还是“伪精致”,同样反映的是部分青年对美好生活的向往和追求,尽管是一种错位的反映^[4]。

第一,过度强调物欲满足。当代青年成长于市场经济、信息技术高速发展的时代,有的受市场经济和商业传媒的负面影响,在物质追求方面出现过度化、泛化的取向,把获取财物作为生活的中心目标,通过获取财物来追求幸福、以拥有财物的数量和质量来衡量自己和他人的成功^[5]。部分青年将自我价值实现简单等同于物欲满足,对物质的追求胜于对精神的追求,消费多倾向于过度的物欲满足与物质载体的美化呈现,多注重于奢侈品消费,通过精心摆拍、修图再配上醒目的文案,将奢侈物品消费“晒”出来,通过炫耀来获取心理满足感,甚至在朋辈之间引发攀比心理,刺激更多物质消费,从而陷入恶性循环的“成瘾”式消费状态当中。有学者直言:物质化已然成为部分当代青年价值取向的症候之一,他们中存在的物质主义、消费主义的崇拜,是对个人奋斗、理想抱负的放弃^[6]。如果不对部分青年中存在的价值追求严重物质化的状况加以引导,任由其肆意膨胀,势必会出现物质欲望挤压精神世界的问题,引发精神世界的庸俗化和空虚化,最终导致人的主体性被逐渐侵蚀,缺失对生存意义的终极追问,忽视人的自由而全面的发展。

第二,过度追求符号化意义。真正的精致生活来自对待学习、工作、生活等方面积极健康的态度,是对生命意义的追求,是对平凡生活的尊重。不可否认,美好精致生活不可或缺一些庄重的、典雅的仪式,通过这些恰当的、规范的仪式环节能够强化对生活的严肃认知,增进人际间的情感交流,增加生活的厚重意义。然而,部分青年却错误地理解了“生活需要一种仪式感”的含义,过度追求物质消费的符号意义,将仪式简单等同于消费符号的叠加营造。法国哲学家让·波德里亚在《消费社会》中指出:“消费的逻辑被定义为符号操纵”^[7]。可以说,“伪精致”现象集中呈现出这种被过度的符号化操纵出来“仪式感”。这种“伪精致”生活所实现的仪式感是浮夸、张扬、炫耀式的,是为了获得超越现实的社会地位、社会意义和社会关系而刻意营造的“仪式感”,是为了满足将自己从群体中凸显出来的优越感和虚荣心,将生活场景进行视觉加工、选择剪裁、过度渲染、过度包装,以完成与自己的实际身份、地位并不符合的界定。比如购物需要包装,只有精美的礼盒才能满足自身的审美要求;饮食需要搭配,红酒牛排配烛台,各种韵调都不能缺少,等等。“伪精致”下的“仪式感”并非是对自我精神实现的彰显,也不是对传统礼俗仪式的传承,而是充斥着刻意的营造感,是对消费符号的过度追逐,是陷入了消费符号所编织的意义之“笼”。

第三,追求享乐主义感官满足。在追求美好生活的过程中,人人都渴望获得幸福感。幸福感的获得,一方面需要有奠定幸福的客观物质基础,另一方面又需要有对生活满意度的主观评价,它综合反映着个体自我成长、自我完善的过程。然而部分青年受到消费主义、享乐主义等

不良社会思潮和不良社会现象的影响,简单地将奢靡生活等同于幸福,将享乐主义物欲满足带来的快感等同于幸福感,开始动摇和放弃社会倡导的“勤俭节约、量入为出”的适度原则,鼓吹和实践“及时行乐、超前体验”的享乐主义,逐渐成为过度物欲与感官满足的奴隶。然而,在自身经济实力无法达到的情况下,部分青年要么通过非理性地过度透支消费来达成享乐主义的快感体验,要么通过场景摆设、虚化周遭、裁剪截图、滤镜渲染等方式实现精致晒图来获得虚妄的幸福感,在这种“幸福感”背后却是捉襟见肘、入不敷出、疲于还贷的不堪,是真实生活场景中的凌乱、邋遢、粗陋的一地鸡毛。当然,适当的物质欲望满足和快乐满足本无可厚非,令人忧虑的是一旦部分青年将追求享乐主义感官满足泛化并等同于精致生活的主观感受,盲目跟风追逐“活在当下、及时享乐”,拒斥理性、审慎和思辨,远离精神世界的庄重崇高,将稳稳的幸福感等同于即时快感的满足,长此以往,沉浸“伪精致”的青年在日常生活充满享乐主义的表层喧嚣中,容易忽略诚实劳动创造幸福生活的真谛,忽略内在价值的修炼和精神世界的成长,距离真正充实笃定的幸福感会越来越远。

二、部分青年“伪精致”现象的发生根源

2019年关于“伪精致”的两篇网文《“伪精致”,正在掏空中国年轻人》和《别让“伪精致”毁掉你的生活》引发了社会的广泛关注,“伪精致”一词逐渐流传开来。部分青年在大众媒体关于“身份与成就”的舆论裹挟中,在资本逻辑主导的商业推销不断推波助澜下,再加上借贷消费的出现提供了某种便利,为了维系“伪精致”生活往往进行超出实际经济条件的消费。

第一,网络新媒体的误导是“伪精致”现象发生的媒介诱因。基于移动互联网的新媒介迅猛发展使得某些不良社会思潮广泛传播,影响了部分青年理想信念、价值观念的塑造,其中最为典型的就物质化享乐主义对部分青年奋斗价值观的侵蚀。改革开放以来社会经济不断发展,人民的物质生活得到了极大改善,青年群体大部分生活条件相对富足优渥,从小就生活在舒适的温室里,缺乏足够的社会磨炼的机会,容易受媒体焦点事件中不良价值观的影响,出现“人凭物贵”“及时享乐”等错误思想,不愿意通过持续的艰苦的努力奋斗来实现和创造价值,习惯于从物质享受中获取快乐的年轻人,也再难从平凡的奋斗中体验到劳动创造所带来的幸福^[8]。特别是自媒体的表达狂欢迎来了网红时代,让青年人看到了网络媒介制造快速成名与一夜暴富,一部分青年梦想被“锦鲤”附身成为网红,没有耐心、没有心情沉淀下来去思考如何成为真正对社会有用的人。从某种意义上讲,不加分析鉴别地使用新媒体加速了部分青年理想信念的风化腐蚀,更激发了心中的空想与猎奇之心,拒斥远大崇高理想,投身于不切实际的幻想,更加注重物质的消遣和包装,他们习惯性地吧精拍精修的照片和文案分享到朋友圈或者微博空间,媒体好友在浏览时就会关注并解读和钦羡其晒照背后所包含的社会身份,从而仿效进行类似的消费,生产类似的社会身份,于是经由网络新媒体不断的“种草”和“安利”,跟风攀比消费由此不断循环发生。

由此可见,网络新媒体对单纯物质生活的“精致”进行过度渲染和传播,很容易使一些青年模糊努力前行的目标和弱化埋头奋斗的动力,其心理活动的自我劝说机制开始启动运作:与其长时间坚守追逐的厚重意义,不如满足物质快感来得直接;与其注重内在涵养的自律与激励,不如消费购买的身份与品味来得更加容易,这些心理暗示迅速在精神世界攻城掠地,进而丧失奋斗动力,高举享乐主义大旗而掩饰真实生活中的懒散懈怠,只知欣赏生活中的“甜”,忘却了生活中所应该有的“酸、苦、辣”。

第二,消费主义思潮影响是“伪精致”现象发生的思想根源。“消费主义是一种以追求和崇

尚过度的物质占有或消费作为美好生活和人生目的的价值观念,以及在这种价值观念支配下的行为实践”^[9]。消费主义思潮是西方资本主义社会意识形态的重要组成部分,以个人消费水平来衡量幸福程度和人生价值^[10],其宣扬为了消费而消费,通过消费炫耀其特殊身份、意义和地位。一方面,在消费主义思潮的影响下,消费主体价值取向受到了物质化的误导,消费主体的消费心理与价值观导向被引入享乐主义、拜金主义、利己主义、功利主义的消费追求中。受到享乐主义等错误思潮的影响,部分青年生活着眼于当下,把享乐看作一种目的从而进行肆无忌惮的消费,吃好、玩好、用好,一切以高消费活在当下。另一方面,在消费主义的逻辑中,消费不再是物的某种功能性获取,商品中隐含的是符号化、差异性的社会关系,引导人们通过消费获得身份和社会意义。波德里亚认为:“很少有物会在其没有反映其背景的情况下单独地被提供出来。消费者与物的关系因而出现了变化:他不会再从特别用途上去看这个物,而是从它的全部意义上去看全套的物。”^[11]这意味着,当我们拥有这个物的时候,就等于拥有了这个物品所代表的整体,拥有了物品背后的某种特殊的符号价值,比如社会地位、卓越品味等,消费的深层逻辑是符号和编码,其最终实现的是标识人们的社会差异。裹挟在消费主义大潮中的青年群体逐渐深谙此道——“物品的主要意义不在于它的使用功能,而在于它所代表的符码意义”^[12],由此错误地认为,消费而非生产才是实现价值和创造意义的推进路径,通过消费可以包装自己的身份,通过消费可以标识自己的品味,通过消费可以获得外界的尊重,并按照此逻辑,注重自我设计却仍在探索实现路径的部分青年就很容易跳进消费符号铺就的通道。

第三,急切渴望被社会关注和被圈层接纳是“伪精致”现象产生的心理根源。渴望精致生活包含了青年的多重心理诉求,既有对得到社会广泛关注的渴望,又有被圈层接纳与维系人际关系的需要。一方面,当代部分青年“伪精致”现象的产生来自于他们渴望被社会关注的强烈愿望。青年正处于向成年过渡的阶段,从社会角色上看,青年具有典型的边缘人身份特点,他们既不能分享成人的权利,又不能停留在青春期以前即儿童的不负责任状态;他们既不能受到成人的真正严肃的对待,又不为成人所忽视^[13]。身处“边缘”地位的部分青年强烈渴望实现从“边缘”向“中心”的发展,他们急切地渴望得到社会的广泛关注,对他人如何认识自己非常在意,期待获得更多的积极评价和良好印象,但在自身综合实力并未真正达到精致程度的境况下,就会更多地借助精修晒图来呈现所谓的“精致”生活,进行印象管理,以为社会能够按照自己所期待的方式对自身做出回应。另一方面,部分青年有意营造“伪精致”生活场景来源于他们渴望融入圈层和维系社交的强烈愿望。圈层原本是描述地理领域的专用名词,后来引申为人们基于同质趣缘黏合而成的一个个有层级的相互嵌套式的圈子。从社会融入角度来分析,当代青年群体在享受着现代化的成果的同时,也在承担社会现代化转型的成本,比如人际关系的疏离、圈层化的排斥和归属感的淡漠等,他们常感受到难以融入人群的孤独感、不被接纳的孤立感和茫然无措的不安全感。在这种情况下,他们急切地希望摆脱圈层排斥和人际孤立的困境,尽快融入特定圈层并实现人际互动,寻找到立足社会的心理依托和现实依靠。于是,部分青年要么为了避免来自圈层群体的压力,为建立人际关系而不断改变自己的行为方式,通过跟风效仿呈现与圈层人群类似的“精致”生活状态,认为这样可以帮助他们引起圈层关注、快速融入圈层、建立人脉联系;要么就是进入圈层后为了维系他们所期待的高品质社交,获得更多圈层人脉资源回报,投入更多的精力和耗费,通过持续装扮“精致”生活,确保与圈层中更有优势地位的群体进行高频互动,得到更多的情感满足、自我认可以及更加现实的资源、机会和平台,而这种回报一旦产生,就会给予其进行更多所谓“精致”生活呈现的心理动因。

三、引导青年追求美好生活的有效策略

当代部分青年“伪精致”现象是部分青年在追求美好生活中目标错位,在资本逻辑主导的消费主义鼓噪之下,在理论认知和身份认同方面出现了偏差,用修图晒图取代拼搏奋斗并作为实现精致生活的错误做法,最终实现的只会是虚幻的“伪精致”。引导青年追求真正美好而现实的精致生活,要从多方面因素中寻找策略、探索路径。

第一,在认知层面引导准确把握“精致生活”的丰富内涵。“精致”一词在《现代汉语词典》中的释义是“精巧细致”。“精致”一词从形容物品转向形容人的生活世界有着社会和文化的逻辑,精致生活是指美好的、让人向往的生活,这是每个人都拥有的权利,然而对精致生活的理解和追求,却常因受到错误舆论的影响,导致“伪精致”现象的出现。为此,应当引导当代青年从物质与精神、内在与外在、现在与未来多重维度理解和把握精致生活。

首先,引导青年从物质和精神两方面理解和把握精致生活的内涵。为了生活,首先就需要衣、食、住以及其他一些东西^[14],精致生活需要一定的物质条件作为基础,但精致生活却并不完全等同于物质生活,它还意味着人们精神层面的纯净透彻和高尚情操,具体而言包括独特的个人爱好、事业抱负、正确的情感观念以及体现精神追求的世界观、人生观、价值观等。从物质和精神双重维度看,“伪精致”青年偏重物质而忽视精神,由于经济收入单薄,对物质欲望的过度渴求与实际支付能力不足形成强烈的反差,受虚荣心驱动很容易透支消费,在视觉呈现上伪装“精致”。针对这种情况,一方面需要引导他们建立以适度为原则的消费观念,量入为出、合理消费,用正确的消费理念追求踏实安定的生活;另一方面需要启发青年从理论上认清价值取向物质化的危害,要通过坚持读书以求真、修身以行善,不断提升自我精神境界,侧重追求精神层面的精致。

其次,引导青年从内在和外在两个维度理解精致生活的内涵。物质和精神,对于个体而言构成了外在和内在两个维度,当精致生活过多地被媒体渲染为与物质性的、外在性的东西相关联时,恰恰说明其精神性和内在性内容的缺失^[15]。应当引导青年认识到物质欲望的满足本无可厚非,但是过度的物质欲望就会使人迷失感受真正美好生活的能力和本性;特别是应让年轻人认识到在物质欲望满足之外,一个人良好的生活习惯、行为操守、审美情趣等内化于主体自身,以稳定的方式呈现个人优雅得体的言谈举止,能够集中体现一个人的精神状态,这种由内及外的状态和形象,才是更加值得追求的真精致。

最后,引导青年用动态发展的眼光看待精致生活的内涵。精致生活是一种不断趋于完美的“在路上”的未完成状态,对精致的追求既是不断持续性创造的过程,也是包含特定阶段呈现的当下状态,具有现在和未来的双重维度。部分青年断裂现在和未来的辩证关系,急于获得优越性的现实评价,容易超越现阶段的经济实力去透支消费而陷入“伪精致”的陷阱,对此应引导青年从更长的时间跨度去理解、去奋斗追求精致,保持积极、平和、自由的心态,建立正确的消费观念,接受当下物质生活的不完美,从现实出发脚踏实地感受自身的点滴成长,在时光中沉淀,在岁月中积累,在拼搏中奋进。

第二,从实践体验层面拓宽青年劳动创造幸福生活的现实路径。习近平总书记指出:“劳动是财富的源泉,也是幸福的源泉。人世间的美好梦想,只有通过诚实劳动才能实现;发展中的各种难题,只有通过诚实劳动才能破解;生命里的一切辉煌,只有通过诚实劳动才能铸就。”^[16]引导部分青年走出“伪精致”,关键是要在理论和实践上让他们深刻地认识到:是劳动而不是消费创造着美好生活。马克思认为:“劳动首先是人和自然之间的过程,是人以自身的活动来引起、调

整和控制人和自然之间的物质变换的过程。”^[17]人们若想获得更好的物质生活资料,满足自身衣食住行方面的精致要求,就要通过掌握劳动技能,“引起、调整和控制”物质转换过程,如果不能充分掌握劳动技能,就无法创造丰富的物质生活资料,他们所期待的美好精致生活就无从谈起。要引导当代青年明白,消费品归根结底也是由劳动者在生产劳动过程中创造出来的,从而引导他们形成正确的消费观念,创设情境拓宽他们参与社会实践的路径,使他们真正认识到劳动是创造精致生活的正确路径。

实践出真知,劳动创造价值的观念也只有通过参与实践才能在内心扎根。引导部分青年走出“伪精致”现象误区,首先,有必要在学校阶段增加劳动实践教育的课程,创造更多参加劳动生产活动的机会,比如通过勤工助学、技能实践、社会调研、创新创业等校内外多种方式拓宽青年学生参加生产生活劳动实践的渠道,建立和完善参与劳动实践的长效机制,打破部分青年认为美好物质生活理所当然的思维定势,经受劳动的磨砺,享受劳动的贡献,珍惜劳动的成果,同时也能切实理解劳动创造收入的来之不易,量入而出,适度消费。其次,对于已离开校园的青年,社会各方需要继续创设渠道增加劳动实践的机会,培养多种技能,让他们有机会参与企业、社区的经营管理、志愿服务、公益活动等,走出虚拟社交的表层满足,在现实生活中用劳动创造价值,提升技能,用真实的能力和劳动创造把握精致生活。最后,在全社会范围内加强倡导和践行艰苦奋斗精神,重温历史,展望未来,在优秀传统文化与使命目标的影响下让当代青年理解精致生活与艰苦奋斗并不矛盾,今日之美好生活来自于昨日之艰苦奋斗,明日之精致生活来自于今日之艰苦奋斗,即便生活条件改善了,依然要重提艰苦奋斗精神。

第三,从制度层面持续营造健康清朗的社会环境和消费环境。一方面,完善促进社会公平和实现共同富裕的宏观制度环境。完善有效的宏观社会制度不仅能为刚刚走向社会的青年群体提供最基本的保障,而且能使青年群体对未来实现美好生活有稳定的心理预期。各级政府特别是负责青年工作的主管部门应以更加包容和理性的态度,关心和了解青年群体追求美好生活的合理诉求,通过强化顶层设计,推动涉及青年群体的社会保障、教育培训、就业发展、社会分配、医疗保健和社会参与等各项制度的创新与完善,用政策保障青年的生存发展,提高青年的就业能力和实际收入;用制度改善逐步减少社会资源分配不公的现象,优化社会阶层结构;用体制机制拓宽青年融入社会的渠道,保障其必要的话语表达权益,减少身份焦虑,增强归属感和安全感,从而在根本上保障每个青年都具有追逐实现真正精致生活梦想的条件、机会和空间。

另一方面,完善微观经济环境的具体政策法规,营造健康消费环境,特别是对于借贷消费产品,应当进行必要的规范和治理。适当的超前消费有利于社会经济发展和积累个人信用,但应有效防止诱导青年陷入过度透支的消费陷阱。为此,需要规范金融借贷平台的推广方式,特别要加强金融平台媒体信息的监管,通过政策法规,加强金融借贷产品宣传的内容风控审核,防止渲染诱导青年群体进行过度透支的非理性消费;加大对借贷消费产品的审查,严格执行申请消费贷款规范程序,加强消费信贷监管力度,对于违法机构、平台坚决取缔,建立和完善消费信贷平台产品的巡查和反馈制度,及时发现、处理不良事件,特别要严厉打击校园贷、裸贷等违法犯罪行为,彻底根除诱导超前消费的网络陷阱。

习近平总书记指出:“一代青年有一代青年的历史际遇”^[18]。中国特色社会主义进入新时代,综合国力不断提高,国家政治、经济、文化和社会生活的各项制度越来越完善,为青年追求和实现向往的美好生活提供了坚实的保障。但部分青年中的“伪精致”现象却是对美好生活的歪曲理解和扭曲实现,对此应当以正确的奋斗幸福观增强新时代青年追求美好生活的心理动力,消除妨碍追求真正充盈精致生活的现实屏障,引导青年把个人的理想追求融入党和国家事

业之中,通过创造社会价值实现自我价值,追求更有高度、更有境界、更有品味的人生,实现真正美好精致的幸福生活。

[参 考 文 献]

- [1] 习近平:《决胜全面建成小康社会 夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利——在中国共产党第十九次全国代表大会上的报告》,北京:人民出版社2017年版,第11页。
- [2] 敖成兵:《“伪精致”青年的视觉包装、伪饰缘由及隐形焦虑》,载《中国青年研究》,2020年第6期。
- [3] 王鑫蓉:《你被“精致”生活绑架了吗?》,载《智慧中国》,2019年第6期。
- [4] 邹振东:《“假精致”不是“心理病”是“社会病”》,载《人民论坛》,2019年第32期。
- [5] 李 静 郭永玉:《大学生物质主义与儒家传统价值观的冲突研究》,载《心理科学》,2012年第1期。
- [6] 彭红艳 万美容:《当代青年价值取向物质化现象的成因及效应》,载《中国青年研究》,2017年第4期。
- [7][11] 让·波德里亚:《消费社会》,刘成富 全志钢译,南京:南京大学出版社2000年版,第120、3-4页。
- [8] 徐晓宁 任 嵩:《习近平奋斗幸福观的科学内涵及其对大学生奋斗精神养成的启示》,载《思想理论教育导刊》,2020年第7期。
- [9] 俞海山:《中国消费主义解析》,载《社会》,2003年第2期。
- [10] 张梓琪 丁三青:《透视大学生“双十一剁手”现象:消费主义思潮的渗透和流行》,载《当代青年研究》,2019年第1期。
- [12] 张有奎:《资本逻辑与虚无主义》,北京:中国社会科学出版社2017年版,第161页。
- [13] 叶南客:《边际人——大过渡时代的转型人格》,上海:上海人民出版社1996年版,第6页。
- [14] 《马克思恩格斯选集》(第一卷),北京:人民出版社2012年版,第158页。
- [15] 刘 燕:《符号标签与竞争原则:青年追求精致生活的逻辑与特征》,载《中国青年研究》,2020年第12期。
- [16] 《习近平谈治国理政》,北京:外文出版社2014年版,第46页。
- [17] 《马克思恩格斯全集》(第二十三卷),北京:人民出版社1972年版,第201-202页。
- [18] 《习近平致全国青联十二届全委会和全国学联二十六大的贺信》,载《人民日报》,2015年7月25日。

(责任编辑:张 丹)