



青年“伪仪式感”的本质透视、

主要诱因及祛“伪”之策

□ 赵平 冯惠芳

摘要：仪式感是青年成长的心理需求，“伪仪式感”的获得过程与仪式感的生成过程相交织。“伪仪式感”由“伪仪式”与“伪感受”组成，产生于青年自我伪装与自我表演之上，是青年自我满足错位之下的不合理需要。消费主义对青年的消费行为进行了利益诱导，圈层文化制约了青年的符号消费，青年为弥补精神生活的匮乏通过“伪仪式感”的获得来进行自我麻痹。为了使青年获得更舒适的情感体验，祛除“伪仪式感”之“伪”，需要提升青年对“伪仪式感”的分辨能力，培养青年形成良性发展的消费欲望，推动青年在生活化场景中的拟仪式构建，促使青年形成积极健康的情感需要，提高青年对美好生活的感悟践行力。

关键词：“伪仪式感”；青年；仪式感；消费主义；圈层文化

DOI:10.19633/j.cnki.11-2579/d.2022.0149

礼物、蛋糕是青年过生日的仪式感，钻戒、婚礼是青年结婚时的仪式感，打卡、拍照是青年旅游时的仪式感。“生活需要仪式感”这句耳熟能详的口号，逐渐成为青年的生活依托，发生于青年的精致生活之中。近年来，仪式感作为网络流行语在日常生活逐渐流行，青年对仪式感的追求也越来越热烈。青年对仪式感的需要渗透于青年的各个领域，从人生的重要节点弥漫到生活的琐碎之中。青年内心对仪式感的追捧过程是青年渴望实现自我满足的情感依托过程。在生活仪式化的进程中，青年过多追求多元形态的“伪仪式”，注重其所带来的“伪参与感”与“伪获得感”，贪图一时享乐，通过仪式所获得的仪式感脱离物质基础或情感需要，造成仪式过后的精神迷惑

与情感痛苦，造成了“伪仪式感”。《被伪仪式感“榨干”的年轻人》^[1]、《别让“伪仪式感”瓦解你的生活质感》^[2]等文章的出现，反映了“伪仪式感”存在于青年的现实生活之中，引发了公众关于“伪仪式感”的相关探讨，如何祛“伪”也变成当代青年成长需要重视的问题之一。

一、青年“伪仪式感”的本质透视

符号互动理论认为，仪式具有社会化与凝聚整合功能。青年在人际交往关系中对自身发展进步的需要，促使其不断形成对生命体验的潜在要求。仪式作为增进青年之间交流情感的工具，有利于青年获得仪

式感与归属感，是人际交往过程中的一种重要媒介。青年关注在仪式之中的“自我”，注重仪式之外的他人评价。“随着现代社会对‘自我’以及相关概念的强调，仪式感更符合个人的主观情感需要”^[3]。真实情感的仪式感获得是青年健康成长的正常需求，虚假物化的“伪仪式感”获得阻碍了青年正常的情感满足，使得青年在成长的过程中丧失价值判断力。青年的自我伪装造就了“伪仪式”，青年的自我表演促成了“伪感受”。立足于青年内在的情感需要分析，“伪仪式”“伪感受”的产生与青年自我满足的错位密不可分。

1. 伪仪式：青年的自我伪装

“伪仪式”在各种商业营销中涌动，外表呈现着一定的迷惑性，本质与内容相割裂。“伪仪式”的存在大多受商业营销催生，是人为制造的、资本逻辑运行的产物，其存在缺乏合理性。虚假、无益处是“伪仪式”的两大特征。作为商家设立的消费圈套，“伪仪式”旨在增加青年的消费冲动，提升青年的消费欲望。青年作为“现实的人”的具体存在物，在社会交往需要的诉求驱使下会主动参与仪式以满足自己的合理需要。当经济实力无法支撑时，青年在虚荣心的驱使下，就容易选择不同程度的伪装，利用“伪仪式”来满足自身对美好人生的完美化塑造。青年喜欢在仪式中进行自我伪装，隐藏真实世界的自我，伪装跟风、伪装被爱、伪装拥有，似乎只要善于运用这些不切实际的人物设定，自己的内在欲望就能得到有效满足，在社会交往中树立良好的外在形象。在此背景下，青年喜欢通过一些“伪仪式”来进行自我情感与自我形象的伪装。

(1) 仪式被“物化”，变成青年进行自我情感伪装的工具。青年的情感交流往往通过亲情体悟、爱情品味、友情呵护这些渠道来分享，他们迫切希望获得他人的认可，在内卷化严重的社会中拥有展现和发展自我的一席之地。青年内在的情感抒发依托一定的载体，仪式本身的互动交流性质为彰显青年的内在情感世界提供了便利。“伪仪式”本身被工具化与物役化，缺乏工具理性，被当成社交需要的“物化”符号，忽视仪式本身所具有的感染与鼓舞价值。抖音作为青年分享生活的网络视频平台，相关热搜时常被“秋天的第一杯奶茶”“冬天里的十根烤肠”“男朋友送的草莓蛋糕”等“伪仪式感”话题占据，社交平台上的奶茶、烤肠、蛋糕，受资本营销催使，是青年进行自我伪装的商品。“‘秋天的第一杯奶茶’‘初雪的

第一顿火锅’只是‘仪式感消费’的一个缩影”^[4]。近些年，这些通过抖音、快手等视频平台不断流行的人造仪式，将示爱与仪式直接挂钩，萌生了“连杯奶茶都不给你买的人，肯定不爱你”“连十根烤肠都舍不得的人，肯定不爱你”“连草莓蛋糕都不给你买的人，肯定不爱你”等匪夷所思的爱情价值观。青年拥有奶茶、烤肠、蛋糕等特殊社交符号，似乎就能达成真实的情感寄托、情感表达与情感分享等愿景，伪装出自我的理想状态。还有如圣诞节的“苹果”礼物，与圣诞树、圣诞袜相关的周边。部分青年执着于获得他人相赠“苹果”的仪式感，认为这能给自己带来平安、好运，将自我的情感寄托在获得他人的礼物与祝福中。

(2) 仪式形式化严重，成为青年进行自我形象伪装的手段。自我形象能有效反映青年的内在规定性，展现青年的样貌、体态与气质。良好的形象塑造能为青年增添社交回报，让青年占据社交主动地位。“吃饭前必拍照”“旅游必网红景点”“发朋友圈必P图”，这是青年聚餐、旅游、社交时所追求的仪式感。适当的仪式追求有利于青年获得参与感与满足感，但是青年在网红景点、网红美食与网红审美的影响下，在摆拍、打卡、P图上所花的时间过多，容易产生不良情绪体验。这种行为无疑是犯了重形式轻内容的错误。“伪仪式”受到形式主义的驱使，否定了仪式的积极意义。如设立健身flag，斥巨资办健身卡，采购一身健身装备，结果是健身五分钟拍照两小时。青年将在健身房所拍的照片发布于各社交平台，营造出爱好运动、身体健康的社交形象，在形象欣赏中产生已经锻炼并获得健康的错觉。“比如朋友圈病态追求‘瘦身’、打卡‘漫画腰’、反手摸肚脐、锁骨放硬币等一系列挑战活动，引起不少人跟风模仿，这传递的是畸形审美下对身材管控的焦虑”^[5]。发朋友圈的目的不是为了彰显热爱生活的本质，展现青年自身的实际生活情况，而是期待微信朋友们点赞，做好自身的印象管理、形象推销。这一系列活动除了浪费青年的时间与精力，并没有其他益处。仪式活动的产生，其目的是让青年不断展现自我的良好感受与状态。但事实并非如此。青年出于社会比较的需要，自身遮蔽性的独特体现，使青年对缺乏意义的“伪仪式”不能分辨，随大流、从众、攀比的不良心态，让青年在对形形色色的仪式感追求中迷失了自我。同时，获得情感体验与自我形象塑造的仪式带有刻意的色彩，导致青年虽参与仪式之中却无法获得内心的富足。

2. 伪感受：青年的自我表演

“仪式是恰适的、精心设计的，也是自觉自愿的规范化行为表演，是以表层性、象征性展示以及流程化、庄重化姿态对严肃生活的参与及呼应”^[6]。“伪感受”的着重点在于青年的主观感受，主要表现为不持久、取悦他人与无显著意义。“伪感受”的产生主要有两个来源：一种是不适当的仪式所带来的不良感受；另一种则是在适当、有效的仪式中出于主体的“伪参与感”与“伪获得感”，导致主体产生虚假的感受。基于心理的群体性归属，青年渴望通过仪式的举行、展演来获得他人的认可与好评。为了获得更加极致的体验，青年自身的猎奇感总是希望自己在日常生活中能够处于一定的高地，在这种想法的影响下，青年自身的表演性可能会使得有意义的仪式产生背反性。

(1) 伪参与感：青年生活状态的自我表演。仪式感在某种意义上是对个人生存状态的展现，具有表演性的特点。美国传播学家戈夫曼认为，人际传播的实质是人们利用符号进行自我表演的过程。青年通过参与仪式获得参与其中的体验感、幸福感。参与感是仪式发挥作用的外在机理，意在阐明青年的生活状态。青年实际的生活状态被仪式化行为填充，仪式展现的并不是青年真正的生活状态，是带有极强目的性的理想性表演。“在社交媒体时代，‘打卡’通过一定的规范设置，强化了分享人或者观众对某一事物的认同感和归属感，加强了个体与个体之间、个体与社会组织之间的联系”^[7]。青年参与“学习类”“地点类”“签到类”等打卡仪式，受制于青年的虚演性，试图营造“假装自己参加了什么活动”的假象。利用财富堆积产生的某一特殊时刻的仪式感，使得青年产生错觉，认为个人处于物质生活十分富裕的阶段。青年获得的“伪感受”脱离了具体的物质生活阶段，是基于对现实生活状态的虚假反映。青年幸福生活的本质是奋斗，并不是在自我表演之中迷失本真。在过度作秀心理的驱使下，青年受到企图获得他人认可的表演性心理作祟，对仪式感的追求并非积极的过程，在对自我生活状态的自我表演中产生的“伪参与感”，看似满足实则空虚，看似充盈实则虚无。

(2) 伪获得感：青年精神状态的自我表演。青年在参与各种值得感恩、纪念的仪式时，身体在场所带来的情绪记忆极大地丰富了青年现存的精神状态。参与仪式之中的主观获得与主观感觉，在于仪式展演过

程中的所获与所得。仪式的实际“供给”与青年的精神“需求”之间具有偏差，仪式泛化导致青年无法正确评估仪式的获得感。参与仪式并不意味着获得，获得也不一定会产生获得感，有可能使青年存在“获得而无感”“获得而反感”的“伪获得感”状态。我国自古以来围绕生老病死、婚丧嫁娶开展了抓周礼、及冠礼等各种仪式。这些仪式的存在，代表着人们从一个特殊的人生阶段转向另一个人生阶段，明确其不同阶段的使命与责任，具有十分显著的育人与纪念意义。随着青年心态的不断转变，对于仪式的文化解读发生了异化，部分具有纪念生活意义的仪式发生了不可控性变化。彩礼是中国传统婚姻中的嫁娶习俗，受到不良倾向的驱使，逐渐演变为一场互相攀比的仪式。为了让别人觉得自己过得幸福，有的青年不顾自身的经济实力，选择高于自身消费能力的结婚仪式、购买钻戒、举办一场豪华婚礼。但实际上，青年结婚时风光无限，结婚后各种还债，是“伪获得感”的体现。这不过是青年内心的表演性作祟，试图通过表演来营造“人设”，达到欺骗别人的目的，进而满足自己的虚荣心。青年在仪式中的表演性，看似满足，却只是被套入商家营销概念的消费潜规则，是浪费钱财、身心俱疲的一个自我表演过程。

3. 伪仪式感：青年的自我满足

随着个人空间与公共空间的边界消弭，青年对自我满足的社会空间化转向更加明显，具有随着年龄的增长逐渐递增的特点。当低层次的生理需要得到满足时，会产生更高层次的心理要求，外出求学时希望自己顺利完成学业且获得证明自己学有所成的学位，外出务工时希望自己能够凭借自身的努力获得不一样的成就体验。对美好生活的向往与对仪式感的追求正是青年实现自我满足的重要手段。社会多元化发展背景下，青年具有较大的生存发展焦虑、婚姻焦虑与人际关系焦虑。为了烘托人生的精彩，青年不得不通过努力来实现自身的奋斗价值。然而，在社会资源有限的条件下，不同青年的生活质量不尽相同。当青年无法从现实生活的功名利禄中进行自我身份标榜，满足自己关于爱情和生活的需要时，在内在自尊心的驱使下，青年便开始了虚无缥缈的“伪仪式感”追求。“伪仪式感”是青年自我满足的爱而不得和虚构本我的感觉需要，希望在物质丰富的社会中能够拥有一定的财富与地位，在内心的情感空地能得到一定的精神慰藉。通过侧重仪式的形式转向，短暂获得在现实生

活中无法产生的满足感,贩卖“伪仪式感”成为青年获取快乐的单一享受方式。虚假的、无益处的、与现实经济状况相脱节的“伪仪式感”,对青年生活的情感宣泄与生活依赖提出了巨大的挑战。

当代青年对自身的发展具有较强的整体规划,青年自我的高要求受制于社会发展存在资源分配不均的现实,其自我满足并非总是朝着健康的方向发展。青年时而希望自己拥有令人羡慕的爱情,活在对自我生活的塑造中,并开始了对各种虚无仪式的追求;青年时而受圈层文化的制约,不满足固定阶层的制约,试图采购定制服装、特制盲盒、限量包包融进独特的IP圈;青年时而受网络流行心灵鸡汤的茶毒,一味跟风,总是带着虚演性去参加各类仪式,呈现一个“完美”的自我。仪式空间之上的“伪仪式感”,正是青年希望自我满足得以实现的异化表现。受到青年主体参与局限性的影响,青年难以通过自身的努力获得对全部生活的积极体验,只能通过营造人为仪式或者异化仪式来达到内心的丰富体验。因无法短期内实现成功、幸福的人生目标,青年内心对目标的迫切感、焦灼感使得他们不得不采取一些集中性行为改变主观感受。实现自我满足是青年“伪仪式感”萌生的起点,也是青年制造“伪仪式感”的最终落脚点。

以青年考研为例,“学习需要仪式感”成为当前青年仪式感呈现的一种状态,是仪式感渗透于学习领域的独特形态。在青年受众多的网络视频媒体B站上,有着众多考研打卡的视频博主,他们拥有大量的考研粉丝,号称考研需要仪式感,通过每日视频直播来展现自己的学习生活,以号召青年一起考研为主要看点。然而在考研国家线公布之后,大多视频直播博主纷纷宣布考研失败。这种现象不得不引起青年的反思。“有网友评论斥责这是‘表演学习’‘沉迷于虚假的勤奋’,在他们看来,包括拍摄、剪辑短视频在内的‘仪式感’消耗了大量的时间和精力”^[8]。有些视频博主在B站平台的直播学习行为,不过是为了“吸粉”“氪金”,是否真正认真学习无从得知。类似这样的“学习式伪仪式感”事件层出不穷。“无咖啡不学习”“无化妆不学习”“无氛围不学习”,为青年逃避学习提供借口与理由。此外,生活中的仪式感就是将出门游玩、深夜自拍、商场消费的照片发布于朋友圈;工作中的仪式感就是布置精美的工作桌,是朋友圈中虚设的工作达人而工作上却没有丝毫进展;备忘录上制定的新年任务清单、更改社交平台上的头像与

个性签名、网红风浓郁的照片、ins风的餐桌、时尚的衣着等,记录着青年日常饮食与精致生活,给予青年一种只要仪式到位自我满足也会实现的错觉。当仪式完毕之后,精致与优雅随之消失,青年内心的渴望与需要无法满足,留下的是更多的惆怅和彷徨。缺乏对人生真正意义诠释的“伪仪式感”,呈现出青年渴望自我满足的愿望却又难以找到合适的途径实现自我满足的现实。

二、青年“伪仪式感”的主要诱因

面对社会环境的复杂多变,青年在多元的社会生活中,存在普遍性的焦虑,时常陷入自我建构危机之中。分析青年“伪仪式感”的主要诱因,需要思考仪式所带来的消费符号化倾向,明辨与仪式挂钩的消费行为,了解青年关于自我存在与精神生活的内在困惑。

1. 消费主义的利益诱导

西方推崇的消费主义,以“拜金”和“拜物”为两大特征,将消费水平等同于幸福程度。“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]。仪式感的概念被消费主义“神圣化”,成为青年追名逐利的象征符号。受此观念诱导,青年“打肿脸充胖子”,缺乏对消费行为的自控力。为了鼓励消费,商家将仪式感与某一具体的商品挂钩,试图让青年相信“节日=消费=仪式感=爱情or美好的生活”的公式,为了内心的虚假需求进行仪式感消费。例如,拥有钻戒代表获得幸福,拥有鲜花代表获得浪漫,坚持学习打卡代表坚持努力学习,许多不构成绝对关联的诸多事物,在消费主义那里都变得有章可循。青年进行消费并非出于自身的物质需要,更多的是被商家的推广营销吸引:“精致的猪猪女孩必须拥有的一支口红”“拥有什么样的商品,你就会成为什么样的人”等类似的营销口号,迫使青年不断地进行购物,舍弃旧的东西,购买新的东西,不自觉地变成“隐形贫困人口”。购买之后又后悔冲动消费,将闲置物品挂在闲鱼App上半年无人问津。

当代青年出生于物质相对充足的年代,他们享受着比前人更好的物质资源,在对物的推崇中容易迷失自我,追求一种以自我享受为中心的“伪仪式感”。“伪仪式感”的推行以商品为载体,具有大量的消费

主义符号化倾向。网红小吃“燥啦啦”爆米花，打着独特的“爱她，就请她吃燥啦啦”的营销策略，将不值钱的爆米花卖出了天价。网红品牌通过具有仪式感的营销策略，让青年在喝某种品牌的咖啡、奶茶与甜品时，觉得仪式感满满，进而扩大其销售量。同时，借贷平台所提供的分期贷与信用卡，为青年超前消费提供了便利——“花今天的钱过明天的瘾”，降低了消费对青年的约束。

2. 圈层文化的内在制约

“人的本质不是单个人所固有的抽象物，在其现实性上，它是一切社会关系的总和”^[10]。作为现实的青年，由于自身的爱好、性格、职业等，生活在特定的文化圈之中，如“饭圈”“古风圈”“二次元圈”“电竞圈”等，受到各种人际关系、群体归属的影响与制约。圈层文化带来的“信息茧房”，制约了信息的传播，也影响了青年的行为选择。具体的圈层之中存在消费鄙视链，消费水平决定圈内地位。为了与圈层的群体进行联结，青年在圈层的集体行为中乐此不疲，似乎具有满足感，但这种无脑追逐融圈的行为实际上也会形成“伪仪式感”。

圈层文化有其独特的运行载体与实施内容，对其他非圈层的文化与个体具有很强的排斥性。一旦出现不符合在特定圈层的文化行为，青年便会“出圈”。“出圈”的不良后果会导致青年对身份的迷茫以及孤独。为了维护圈层身份，获得代表群体的符号，青年便会想办法通过购买大量具有象征符号的物品来标榜身份，满足社交的需要。如“饭圈”中的青年会购买偶像的专辑、偶像代言的商品；“古风圈”会购买各种古风服装、头饰；“二次元圈”会购买具有动漫形象的商业衍生品。这些受到裹挟的消费行为不过是青年对社交形象的塑造，其内在的精神世界并不会产生真正的满足感与身份感。“人无我有”与“人有我优”的攀比消费，带着某种关系强制，使青年为了维护与圈层之间的友好互动关系，不得已进行受圈层文化制约的“伪仪式感行为”。以《我潜伏上海“名媛”群做了半个月的名媛观察者》为代表的文章，揭露了假名媛的种种。假名媛希望通过拼团获得代表特定阶层的文化符号，假装获得与这一群体相同的特征和行为规范。她们试图通过“伪仪式感”树立自身的名媛身份，为自己在婚恋市场谋取一定的优势。

3. 青年自我存在的焦虑

社会的更新速度不断加快，社会内卷化的程度不

断提高，学习、求职、住房所带来的压力也不断提升。“佛系”的低欲望，“丧文化”的自我降格，人际交往过程中的困境与孤独，时常让青年感到无所适从，产生空虚、焦虑的异化现象。社会发展高要求下的青年能力与素质的不匹配现状，低层次的自我价值感，导致青年经常处于焦虑之中，表现为生存性焦虑和存在性焦虑。

生存性焦虑是青年对自我存在需要的一些物质条件的反馈。日益增长的房价、大城市的高生活成本、父母的期盼，导致青年对自身存在及未来发展陷入深深的焦虑之中。为了逃脱现实的制约，摆脱无法躺赢的现实，青年会选择刻意的仪式行为进行意义诠释，以此来缓解自身心理性社会匮乏。同时，对具有仪式感生活的过度追求，会让青年产生较多的自我生存的满足感，仿佛一切皆在青年的掌握之中。这种对仪式感的“伪”追求，已经丧失了仪式感本身的价值属性与符号表征。

存在性焦虑是青年从自我要求出发，对自己所提出的内在期盼不能满足的一种消极心理状态。“996”“007”“886”等以时间定义的工作模式，压缩了时空，控制了青年的个人生活节奏。为了改变自身的生活节奏，扩大生存空间，消除激烈的竞争所带来的内心压抑，降低理想与现实的差异，青年不得不伪饰自我，证明自己具有存在价值与人生意义。那些呈现在朋友圈中的“幸福”生活，朋友们的点赞与夸奖，会给青年带来爱、友情、归属感、被接受、名望和自我实现等需要，仿佛自己已经置身于一种美好的生活节奏之中。“伪仪式感”成了青年枯燥乏味生活中的一味“安慰剂”和谋求身份认同的工具。

4. 青年精神生活的匮乏

“青年精神生活是精神文化资源有效供给和个人的文化价值选择在互动中所形成的满足青年精神需要与意义追寻的活动体系”^[11]。青年的精神生活呈现着多重维度，既受制于社会的总体经济水平和青年个体的自身经济能力，也制约于青年内在的心理活动。改革开放以来，社会的物质财富逐渐增加。青年在物欲横流的世界中无法做到适当的取舍，更加迷惑于精神生活的无从安放。空虚、迷惘成为当前青年心态的不利因素，“空心病”“丧”“摆烂”成为青年突出的精神生活问题。“伪仪式感”总是吸引着那些精神生活相对匮乏的青年，让他们主动参与其中，试图营造出精神生活赶上甚至超越物质生活的假象。这种假象

是青年对自我价值的欺骗，也是对自我精神生活状态的刻意描写。“伪仪式感”的出现体现了青年对无意义方式的追求，展现了青年的精神生活缺乏意义。

当代青年更加关注线上的交往过程，活跃于丰富多样的网络平台之中。网络空间的虚拟化呈现方式，正是“伪仪式感”的生成场景之一。当代青年大多通过浏览朋友圈、QQ空间、微博、抖音等各类网络平台，了解他人的重要事件与重要他人。刻意的人设创立、氛围创造与情感表达，弥补了青年在精神领域的需要。发朋友圈不是为了分享喜悦，而是害怕被他人看穿自身的窘迫，不得已进行“伪晒”“伪精致”。如果没有刻意的呈现方式，作为“隐形贫困人口”的青年，无法通过其他方式获得精神上的满足。

三、青年“伪仪式感”的祛“伪”之策

仪式感作为一种心理机制，在主客体的互动结构中产生。“伪仪式感”的祛“伪”过程并非单向度的过程，而是青年处于主体地位与社会处于客体地位相互作用的过程。在此基础之上的祛“伪”，应更加注重青年的主体性作用发挥，构建以青年处于关键地位、多主体参与的积极治理过程。

1. 提升青年对“伪仪式感”的分辨力

“伪仪式感”被大众传媒所传播，本身具有较强的迷惑性与欺骗性。青年与亲人、朋友、同学、同事、陌生人的多重人际交往时间与空间中，充斥着大量的互动仪式，会产生诸多诞生仪式感的时刻，这一仪式感褒贬不一、鱼龙混杂。一方面，青年要从认知层面了解“伪仪式感”，厘清“伪仪式感”的本质与危害。青年的成长需要各种类型的仪式感，而非是渗透着资本逻辑的“伪仪式感”。青年只有明确自身定位，由内而外地了解“伪仪式感”的产生机理、生成路径，方能拥有积极健康的仪式感。另一方面，青年要重新考量自己对仪式感的追求。真正的仪式感遵从利己悦他的原则，遵从“现实的个人”的出发点，将个人的生活情趣立足于生活的现实环境之中，拒绝他人的利益裹挟与商品的物质诱惑，减少面子工程，提高对“伪仪式感”的防范能力。在追求仪式感的过程中，青年要正确分析各种生活仪式的本质属性，追求在仪式中的获得感，不被各种自媒体、大V所创设的心灵鸡汤和仪式感所蒙骗，不将朋友圈中虚伪的仪式感进行传播。

2. 培养青年形成良性发展的消费欲望

青年的消费欲望是生理性消费与表现性消费的统一，消费欲望影响青年的消费取向。培养青年形成良性发展的消费欲望，一方面要减少跟风式、攀比式消费，从悦纳自身出发进行消费活动。在互相攀比、竞争与模仿的消费行为中，外在物质化的一切商品终究是虚无化的表现，无法反映青年本身的实际状况。只有养成悦纳自身的消费行为，青年自身才能获得积极快乐的仪式感体验。另一方面要减少“挥霍性”“炫耀性”消费，养成健康可持续的消费观念。青年要克服消费主义带来的虚假消费与符号消费，看清商业营销所带来的“伪仪式”，进行合理有节的消费。青年要有自己的消费主张与生活态度，用社会主义核心价值观引领自身的消费行为，矫正通过网络借贷进行超前消费、过度消费的不良行为。

3. 推动青年生活化情境的拟仪式构建

“青年成长过程中需要一种秩序和规则来理解和规划日常生活，仪式感契合青年的现实生活需求，它能有效填补过度娱乐消费带来的精神空虚，对提升青年生存质量，提高对生命意义的认知都大有裨益”^[12]。一要生成适宜的拟仪式化场景。构建拟仪式生活化场景，是仪式、生活与仪式感的完美融合。青年在成长的不同环境与不同阶段，具有不同的礼仪式场景需求。学校与社会举办的拟仪式要契合青年成长的发展规律，以立德树人目标为导向，将世界观、人生观、价值观的培育有机融入其中。二要注重拟仪式化场景构建的导向。政府基于青年的未来发展需求进行有效引导，如通过制定相关政策推动青年关于仪式感的正确认知，教育青年不要盲目追求各类仪式，将仪式感与人生是否有意义直接等同。三要注重对生活化情境的拟仪式宣传。网络媒体要宣传积极的仪式体验，减少对主题不明朗、效果不明显的仪式场景传播。社会要形成正确的仪式感体验氛围，减少资本逻辑推动之下的“伪仪式”。政府要进行日常仪式的监管，加大宣传健康向上的仪式活动，减少缺乏合理性的仪式活动，促使青年在具体的仪式场景中生成多样的仪式感体验。

4. 促使青年形成积极健康的情感需要

习近平总书记指出：“在现实生活中，必要的人际交往是不可避免的，工作生活中都会发生大量人际交往，但交往要有原则、有界限、有规矩，低调为人、谨慎交友，自觉净化自己的社交圈、生活圈、朋

友圈”^[13]。情感是理解青年“伪仪式感”的一个重要视角。“伪仪式感”产生于青年个性化进程中的情感共同体构建与情感满足的需要。青年在仪式感获取过程的交往对象是与青年具有亲密关系的其他青年,满足结婚、约会、友谊等各类互动式需要。青年在对自我需求的不断满足过程中,迷失了对真正仪式感的需求方向。为此,形成积极健康的情感需要,进行有意义的追求,是青年对“伪仪式感”祛“伪”的关键所在。一要加强在现实世界与他人的情感交流,找到合理的情感宣泄途径。青年要学会摆脱原子化的个体所具有的约束,将内心的苦闷、迷惘、痛苦向他人倾诉,让不良的精神情感得到宣泄。二要改变自身的不良心态,重视自身对于积极健康情感需要的追求,敢于抵制不良的社会导向与不得已的跟风行动。三要改变自身关于理想与现实的不切实际的幻想,从具体的物质生活条件中去追求适合自身的仪式感。学校与社会要教育青年养成积极的社会心态,提升价值判断力,规范自身的行为实践。

5. 提高青年对美好生活的感悟践行动力

美好生活作为青年生活的未来发展方向,是青年一生孜孜不倦的追求。青年的“伪仪式感”获得,正是致力于追求美好生活,行动力低于欲望、控制力低于表现力的不良后果。提高青年对美好生活的感悟践行动力,一要科学把握美好生活的科学内涵。青年的美好生活是通过自身的行动不断提高舒适度的过程,体现在具有独特意义的生活、自我增值的工作、情投意合的感情。二要践行艰苦奋斗精神。要把艰苦奋斗作为青年人生的行动格言,敢于吃苦,勇于吃苦,日常的仪式感生活理应来源于艰苦奋斗的每一天,来源于

有理想、有规划的每一天。三要践行劳动创造人生的价值遵循。仪式感可以从传统世俗仪式、学校教育仪式、现代生活仪式中获得,这些仪式都离不开具体的劳动过程。参加劳动、乐于劳动是青年获得仪式感的必备技能,也是青年在仪式之中增添幸福感的逻辑起点。

四、结 语

追求有仪式感的生活逐渐成为青年生活中的普遍现象。生活中的仪式承载着思想政治教育功能,凝聚了青年的情感认知。“伪仪式感”的存在是一种虚无的消费方式,给青年带来情感叙事的心理抑郁与精神生活空缺。对“伪仪式感”的分析需要立足青年内在的情感需要,在各种互动交往仪式中祛“伪”。青年对仪式感的追求是青年进行身份构建与社交维系的精神体现,表达了青年对美好生活的期许。针对“伪仪式感”的存在,青年需要提高自身的审美情趣,增强明辨“伪仪式”的能力,遵循劳动创造美好生活的原则,追求富有生命意义的仪式感。■

[基金项目:本文系国家马克思主义理论研究和建设工程特别委托项目、国家社会科学基金重点项目“共建共治共享的社会治理制度研究”(项目编号:2020MYB047)的阶段性成果]

赵平:安徽师范大学马克思主义学院教授,博士生导师
冯惠芳:安徽师范大学马克思主义学院博士研究生
责任编辑/王珑玲

参考文献:

- [1] 秦桑. 被伪仪式感“榨干”的年轻人[J]. 读写月报, 2020(Z2): 58-59.
- [2] 梁爽. 别让“伪仪式感”瓦解你的生活质感[N]. 中国妇女报, 2022-02-28(8).
- [3] 林江, 李梦晗. “精致”人设的自我呈现: 青年超前消费问题探析[J]. 中国青年研究, 2021(3): 61-67+75.
- [4] 段铭旭. “仪式感消费”折射观念之变[N]. 经济日报, 2020-11-27(3).
- [5] 杨蓉. 无效健身、过度健身都是假健身[N]. 光明日报, 2021-08-08(6).
- [6] 敖成兵. “伪精致”青年的视觉包装、伪饰缘由及隐形焦虑[J]. 中国青年研究, 2020(6): 75-82.
- [7] 吴碧影. 年轻人为什么喜欢“打卡”[N]. 中国青年报, 2019-08-07(6).
- [8] 简工博. 直播考研复习, 7000人在线围观: 那些在B站直播学习的年轻人和围观者[EB/OL]. <https://www.shobserver.com/statics/res/html/web/newsDetail.html?id=408212&sid=67>, 2021-9-24.
- [9] 俞海山. 中国消费主义解析[J]. 社会, 2003(2): 25-27.
- [10] 马克思恩格斯选集: 第一卷[M]. 北京: 人民出版社, 2012: 139.
- [11] 解兆丹. 基于理性志趣的青年精神生活个性化[J]. 人民论坛·学术前沿, 2020(14): 116-119.
- [12] 马婷婷, 林美卿. 仪式感视域下青年文化自信的培育路径研究[J]. 思想政治教育研究, 2017(5): 97-101.
- [13] 习近平. 办公厅工作要做到“五个坚持”[J]. 秘书工作, 2014(6): 4-8.