



SPECIAL | 特辑

大时代 小世界

中国 90 后青年生活形态报告

城市
画报
CITY ZINE



青年志
China youthology

联合策划_城市画报 + 青年志

专题撰文_青年志 专题摄影_高山刚(除署名外)

专题编辑_王晶晶 专题设计_刘欣婷

图片编辑_江演媚 题图摄影_古天长

致 不确定年代中的 个体崛起

我们是青年志，一群由 70 末、80 后和 90 后组成的研究团队。你所读到的这份报告，是我们基于 2013 年两个月深入六个城市的田野工作，结合过去五年专注于年轻人研究几百个商业和非商业项目的积累，又花了两个多月时间撰写出来的。

也许作为个体，你会反感报告中即将大量出现的“90 后”这个词。但从研究角度看，在同一社会宏观环境下长大的人群，必然具有些共同特点。请不要纠结，因为这份报告关注的核心问题，是面对中国社会个体化进程中的挑战，当下的年轻人有怎样的理解和实践。它的目标是梳理现状，提出问题，促进个体的反思和行动。

换句话说，不管是 80 还是 90 后，我们正

在分
享同样的历史使命——
去探索在快速变迁的中国，一个
现代个体有哪些可能性？而这种可能
性又将如何改变我们所处的社会？我们
希望能相互启发，分享和鼓舞。
是以为序。



本页图片提供_ 陈珂文 杨晓芬
古天长 林子蓝 高山刚



"个体的崛起" 90后

快乐

▲ 经验传承的断层

▲ 互联网

▲ 消费主义

▲ 全球化

▲ 科技改变的风险感知

▲ 底层制度欠缺

▲ 风险社会的来临

挑战1
安全感的获得

品质生活

向往：生活的宽度；生活的长度；生活的精细度
焦虑：青春早逝；逆袭无望；丧失其他可能；消费不起
实践：走出课堂自我武装；依托关系获得机会；好的生活不太贵；打造个人空间；理财；消费荷尔蒙

消费

挑战2
自主决策的实践

▲ 教育的失败

▲ 独生子女困境

▲ 文化和信仰的缺失

▲ 社会结构中的代际冲突

▲ 市民社会的孱弱

挑战3
个体与社会的链接

▲ 城市化进程中的原子化

▲ 社交技巧缺乏

深度自我

向往：围绕兴趣建设生活；做与兴趣匹配的工作；独立思考亲身体验
焦虑：有限的探索期；无法深入的消费式探索；害怕挫折与缺乏自主管理能力
实践：围绕兴趣创造产出；学习自我管理；记录个人历史；打开眼界去体验；寻找新认知系统

体验

独而不孤

向往：有存在感；志同道合者的陪伴和鼓励；真诚轻松的人际关系
焦虑：太费时无动力；太多评价有压力；太多利益无信任
实践：藏匿二次元；刷存在感；拓展线下社交；24小时的陪伴；亲密感消费

理性

善良微光

向往：善意而美好；理性而专业；自由而公平
焦虑：质疑影响力；缺乏信任；本性丢失
实践：帮助和关爱朋友；谨慎思考再发声；感同身受再行动；推动社会创新

90后青年： 大时代里的小世界

1 序言：个体的崛起

2 研究对象与方法

3 宏观图景：个体化进程中的三大命题与中国情境

安全感的获得：底层制度欠缺，风险社会的来临，科技改变的风险感知

自主决策的实践：教育的失败，独生子女困境，经验传承的断层，文化和信仰的缺失

个体与社会的链接：城市化进程中的原子化，社会结构中的代际冲突，市民社会的孱弱，社交技巧缺乏

4 个体化进程中的90后：大时代里的小世界

个体小世界的核心：当下与未来的转换

个体小世界的构建：快乐，理性，体验与消费

5 品质生活：轻型梦想，消减风险

向往：生活的宽度；生活的长度；生活的精细度

焦虑：青春早逝；逆袭无望；丧失其他可能；消费不起

实践：走出课堂自我武装；依托关系获得机会；好的生活不太贵；打造个人空间；理财；消费荷尔蒙

6 深度自我：自我发现，使命达成

向往：围绕兴趣建设生活；做与兴趣匹配的工作；独立思考亲身体验

焦虑：有限的探索期；无法深入的消费式探索；害怕挫折与缺乏自主管理能力

实践：围绕兴趣创造产出；学习自我管理；记录个人历史；打开眼界去体验；寻找新认知系统

7 独而不孤：孤独个体，重建联系

向往：有存在感；志同道合者的陪伴和鼓励；真诚轻松的人际关系

焦虑：太费时无动力；太多评价有压力；太多利益无信任

实践：藏匿二次元；刷存在感；拓展线下社交；24小时的陪伴；亲密感消费；和父母在一起

8 善良微光：世界残酷，维系善良

向往：善意而美好；理性而专业；自由而公平

焦虑：质疑影响力；缺乏信任；本性丢失

实践：帮助和关爱朋友；谨慎思考再发声；感同身受再行动；推动社会创新

9 品牌启示：从鼓动到感动的同理心

生活创新者

兴趣养成者

关系粘合者

社会改变者

10 结语：信，望，爱

1 序 个体的崛起

“我只有23岁，我不是70、80、90后，我就是‘我’。”——华晨宇 2013年快乐男声冠军

迄今为止，所有关于90后的讨论，都毫无例外的聚焦在一个词——“自我”。这是中国历史上自我意识和感知最为强烈的一群年轻人。只有这群人，才会全面拒绝各种集体标签和比较，干净地用一句“我就是我”来开启和结束对话。

而外界关于90后这样全新自我的看法，也判若云泥。脑残，不靠谱，自私，拜金，实用主义，享乐主义，性开放。或是多元，行动力强，善良，有创造力，理性。其实，这仍然像极了当年外界对80后的评价。当年的80后“小皇帝”，对于主流社会，也是极为“自我”的另外一种人。

关于年轻人的讨论，往往始于成人社会的不安。不同于成长于集体主义意识形态的50、60和70后，改革开放之后出生的80后和90后，都是逐步脱离了集体意识形态，而以自我以轴心，成长于消费主义和互联网的新一代个体。

在过去五年的研究中，青年志团队组成以及研究对象，也随着时间自然过渡到80后和90后的混合。我们始终认为，不管80还是90，都处于同样的历史进程中——中国社会个体的崛起。尽管因经济，社会和文化的不同而有所不同，但学术界所称的“个体化(individualization)”，也就是个体的崛起，是所有现代社会共享的重要特征，也是共享的历史进程。

个体化，是指个人从传统集体式的社会关系和结构中脱离，实现个体自治，成为拥有完整个人权利，并自主决策自我负责的个体。80

后和90后，都是中国史无前例的个体崛起浪潮中的冲浪者。我们分享同样的历史使命，去探索在快速变迁的中国社会里，一个现代个体有哪些可能性？而这种可能性又将如何改变我们所处的社会？

青年志一直关注，不同年轻群体对个体化进程的不同理解和实践。尤其在08年之后，中国进入“风险社会”，环境、经济和政治等问题频现，未来愈发不可预期。在不确定的年代里，90后年轻人如何推动自己的个体塑造？他们的向往和焦虑是什么？正在如何行动？这些回答又对80后有怎样的启发？

现有的研究，普遍以实用主义，享乐主义，感性主义，行动主义为主要切入点，概括了90后的自我。这些结论有可取之处，但相对碎片化，缺乏系统的阐释。当青年志开启本次研究时，我们试图呈现一个相对完整的，关于90后自我和个体世界如何建构的故事。我们期待，这个研究能让我们自己和更多年轻人，理解个体化进程中的苦痛，欢乐与希望，并推动一些反思。

本次研究告诉我们，在同样的年龄阶段，90后拥有比80后更为强烈的自我意识，以及自我实现的使命感。他们如此深刻地感知了风险，以至于在没有进入社会之前，就已经全面转向以当下而不是未来为基础，围绕日常生活构建和守护个体小世界。他们向往，能够以品质生活定义安全感，以兴趣界定自我的深度，以独而不孤界定个体归属，以善良微光影响社会。这种来自90后年轻个体对自我日常生活世界建立和守护的全面诉求，标志着中国社会的个体化进程到了新的阶段。

最大的争论，是如何看待这一转向。有年轻人说，转向当下的选择，与其说是对自我价值的认可和坚持，还不如说是因为自我面对未来的选择无力，一种不对抗不远航的退守。

这是坦诚的反思。90后个体世界真正的焦虑，正是来自当下和未来之间的挣扎和彷徨。这种向内的个体，想要维护个体的利益，但容易以理性计算抑制青春冲动和荷尔蒙直觉，精巧妥协，脆弱而敏感，患上初老病。这种向内

的个体，想要保持个体的独立，但还难以一个人独自面对世界，自主承担思考和行动，建立价值观和行为清晰的个体疆界，反而加重了对家庭和同伴的依赖。这种向内的个体，想要雕塑个体的独特，但容易沉溺于消费主义，陷入缺乏建设的自我消解，难以专注和实施创造。

我们能明白这一路上的怕。中国社会的宏观情境，并没有给予个体化进程中必要的底层制度保障，代际经验传承，教育孵化和信仰支持。风险社会中，个体高涨的自我意识，碰上了坚硬无比的现实。

但我们更相信90后对个体自由之爱。正因为更早专注在个体小世界，更早行动和实践，我们见到了越来越多90后，不仅有享用当下的淡定，探索自我的志趣，还有筹划未来的勇气和理性。每代人有每一代人的探索和成长。这必定是一个过程。我们相信如同80后历经纠结，在步入三十前后又重新开启自我探索之旅的故事，再过几年，步入社会拥有更多实践经验和反思的90后，还会再出发，重新设定和拓展个体小世界的疆界，重新建立当下通往未来的道路。

对关注90后的品牌来说，青年志相信，当下个体化进程中，家庭、社会和教育系统支持的不足，使得品牌有机会超越消费主义，以更正面的影响力，去推动青年文化成长。未来具有年轻人文化领导力的品牌，会是正在崛起的个体社会里，具有同理心的品牌，是那些能够掌握生活创新者，兴趣养成者，关系粘合者和社会改变者的四种能力，与年轻人互惠互利重建关系的品牌。

接下的长文中，我们首先介绍本次研究的对象与方法，接着深入阐释个体化进程的三大命题与中国社会情境，理解90后在个体化进程中的主要挑战。接着，我们讲述在这样的挑战下，90后个体构建的关键性转变以及重要特点。之后，我们会引入和分析90后个体构建的四个主要向往，相关焦虑和实践，以及对品牌和营销的启示。最后结尾，我们做一些反思和展望。

2 研究对象和方法

谁是我们讲述的年轻人

本次研究，我们关注的是，正在一二线城市学习和工作的90后。他们中的大部分人目前是大学生，还有一小部分，是刚开始工作的年轻人。文中涉及到的90后与80后的比较描述，也是基于大学和刚工作的同样年龄阶段的比较。

这些90后，他们来自一到四线城市的中产家庭和工薪家庭。中产家庭的父母，多在政府企事业单位，民营和外资企业等担任管理职务等，收入相对富足，消费力较强，生活体验丰富。工薪家庭的父母，通常不担任管理职务，家庭收入稳定，生活小康。

同时，这些90后，不仅包括普通年轻人，也包括在工作和生活方面有更为大胆行动的前沿年轻人。这些前沿年轻人，经常得到普通年轻人的认可和羡慕。

本次研究，我们没有涉足初中和高中阶段的90后群体，以及来自相对贫困和富裕上层家庭的90后。

注：依据城市经济发展整体状况和人均收入，城市可以划分为不同等级。通常来说，一线城市包括北京、广州、上海和深圳。二线城市是相对发达的省会城市，以及非省会城市中经济发展水平与之相当的城市。三线城市包括欠发达的省会城市以及相对较发达的非省会城市。四线城市包括其他所有地级市。

我们的研究方法

本次研究是定性研究，而非以量化数据为基础的定量研究。青年志所进行的定性研究，扎根于社会学和人类学，强调以社会变迁与文化建构的视野，展开研究的课题。具体的研究方法上，我们综合性地使用了案头研究，人类学田野，网络空间人类学，深度访问等手段。

在实地调查之前，我们进行了案头研究。我们阅读了大部分来自媒体，学界，以及其他

市场营销和广告公司关于90后的研究成果，包括书和杂志。我们也回顾了过去五年时间，青年志在数百个商业研究项目中，对80后和90后群体的研究积累。

在实地调查之前，我们还在网络空间进行了前期的人类学研究。我们观察和分析了90后在网络上的社交，娱乐，信息获取等方面的热点内容和相关行为，包括流行文化和亚文化的不同内容。我们也通过网络，随机选取了一些90后，通过他们的微博等社交媒体账号上产生的公开内容，对所呈现的个人日常生活，做了持续性的观察。

在近两个月的实地调查中，我们去到六个代表性的一二线城市。它们包括一线城市北京，广州和上海，以及二线城市无锡，武汉和重庆，访问了二十五位年轻人。在计划之外，我们还去天津访问了一位年轻人。

进入到田野调查，我们主要采用人类学的方法——回到我们访问的年轻人所熟悉的日常生活的最真实情境，和他们聊天，吃饭，玩儿，以同理心进行观察，交流和理解，收集一手的故事。

我们也访问了一些90后观察者，包括家长，大学老师，电影导演等青年文化创造者，年轻人媒体从业者，年轻人品牌营销人员等。

向往，焦虑与实践

本文的叙事，会围绕个体化进程中的三个命题，展开描述90后在个体化建构中的向往，焦虑与实践。向往，是指90后内心渴望，羡慕和认同的个体状态，但对很多人来说并不是在现在的实际生活已经实现的状态。焦虑，是指90后感受到的向往与现实之间的冲突和不安。实践，是指90后为解决向往与焦虑所采取的行动和方法。

3 宏观图景

个体化进程中的三大命题与中国情境

我们从个体化的理论视角，去理解90后的向往，焦虑和实践。个体化进程中，现代社会的个体都要回答三大命题：1)如何界定和保障个体权利，以获得基本的安全感；2)如何自主决策和自我负责，以处理和掌控复杂多变的日常生活；3)如何建立个人和社会的联系，以拓展个体的社会属性，获得归属感。

不同宏观因素组成的社会情境，会影响人们对这三大命题的回答。90后所面临的社会情境，既包括很多一直未能改变的宏观因素，也包括一些新的宏观因素。

接下来，我们先具体描述90后所面临的这些宏观因素，理解形成他们的向往，焦虑和实践的社会情境；之后我们再深入描述他们的向往，焦虑和实践。

1. 安全感的获得：自由与风险

在欧美现代社会的历史上，个体化进程的启动，首先伴随着对个体权利的界定和保障，给予人们实现自我价值的安全感。这个过程，需要依据人们在不同社会时期的不同要求，建立和不断完善民主政治，市场经济，社会保障等现代社会制度。

90后所面对的局面是，一方面，90后对个体价值观有了更深入的认可和实践，渴望个体的自由，但另一方面，对个体权利的保障并没有得到显著增加，而风险社会加重了个体生存的挑战。科技也使得他们更认识了风险和收益。这改变了他们对当下社会基本安全感的定义。

底层制度的欠缺

中国的个体化跟西方相比，是一个逆反过程。首先是经济上的改革开放带来了个体选择和发展的空间，催生了个体化过程。但整个过程中，相关体制性保障是欠缺和滞后的。个体权利不是先设条件，年轻人向往的价值观不是天赋和被有效保障的，反而是个体化过程的目标，要等个人后天努力获得较高经济和社会地位后才能实现。面对无制度保障的个体化，个体权利的保障和价值的实现，无可避免地依附于阶层、性别、家庭、教育背景等外部条件。

风险社会的来临

2008年之后，就业竞争压力加大，生活成本上升，环境污染加剧，养老压力陡增，贫

富差距拉大，社会上空间减小，社会福利不健全等，不同领域的问题相继恶化。对于个体来说，依靠自我的社会上空间缩小，个人对外部条件的依赖加大。所谓拼爹时代到来。

科技改变的风险感知

科技尤其是社会化媒体的繁荣，在同样的年龄阶段，极大提高了90后年轻个体对周遭世界和自我关系的认知和想象能力，进而改变了年轻人对于风险的感知，对收益的预期。

对风险感知和收益预期的改变，也导致了青春被重新定义。因为在个体成长过程中，个体接触社会，逐步寻找和确认自我的过程——所谓社会化，不再是一个有序的根据年龄阶段逐一展开，按部就班的过程。整个社会直接糅杂在一起，充分拉平展示在90后面前。这导致两个结果：提前的成人期和延后的青春期。提前的成人期，意味着更早地去学习和适应成年社会的行为方式和价值观，更多地看到了各种社会化的限制性条件。延后的青春期，也意味着本应该结束探索稳定下来的年龄，很多人选择了延续个体探索期长度，寻找新的可能性。

2) 自主决策的实践：自知与探索

个体化社会，也意味着每个人需要对自己的生活自主决策和自我负责。个人有使命去自我发现，并探索和决定自己的人生意义。这要求个体不断的自我学习和反思，不断的做出自主决定，由此应对快速社会变化带来的不确定性。特别是职业，社会阶层，亲密关系等传统上的自我建构的参照体系，正在逐步丧失参照作用，提出了对个体自主能力的更高要求。

90后所面临的局面是，一方面，拥有更为强烈的自我发现的使命和愿望。但相比之下，他们所面临的问题，却没有发生太大的改善。学校和家庭教育，仍然无法培养自主的能力；父辈也缺乏经验传承以应对变化的社会；同时用来支持日常决策，包括信仰在内的第三方知识系统，还在初步发展的阶段。

教育的失败

通常个体自主的能力，需要通过教育系统来完成。现在，互联网也提供了个体随时了解外部世界，进而学习和反思的机制。而显而易见的是，中国以应试为核心的教育系统，并

没有真正意义上交给学生自我认知和探索的能力，自我学习和自主的能力，也不鼓励承担挫折和失败的价值观念。同时，也没有提供足够空间和机会，给个体去实践和探索。

独生子女的困境

在家庭教育层面，父母也是塑造孩子自主性的重要影响因素。虽然今天90后的父母，很大程度上用相对松散的方式养育子女，但作为独生子女，仍然很少承担真正意义上自我决定。包括上学，专业选择，就业选择甚至婚姻等很多重要决定仍然主要由父母做出。因为父母的强大，反倒给了孩子更少的承担挫折的机会。缺乏自主决策的机会和实践，极大地影响了年轻人自主的能力。

经验传承的断层

面对极速城市化提出的生活管理挑战，经济发展提出的职业选择挑战，自我发现提出的生活工作选择挑战，父辈并没有可以参考的经验。

文化和信仰的缺失

任何面对日常生活的自主决策，都需要自我认知和判断的支持系统，来提供原则上的参考。通常这来自宗教，文化习俗，或者星象学，心理学等第三方知识系统。90后和其他代际一样，面临中国社会信仰缺失和文化遗产断裂的窘境。

3. 个体与社会的链接：私化与隔绝

个体社会也意味着必然的孤独。如何重建个体与社会的关系，获得归属感，成为重要的命题。通常来说，这一过程，首先是个人与家庭，朋友等亲密关系的建立和维持。其次，个人在学校和职场等组织获得归属。再次，个人参与到居住社区，民间社群，兴趣组织，行业组织等市民社会。最后，个人行使公民权力，参与社会公共事务，承担责任和义务，对社会产生影响。

90后所面临的局面是，一方面拥有更为强烈的自我，人群愈发多元，愈发难以相互认同，也就意味着更为强烈的孤独感；另一方面90后普遍经历了快速城市化进程中，个体原子化与人际关系冷漠；社会权力结构下的代际冲突；仍然欠缺发展的容纳个体的社会组织和机

制；以及没有显著提高的社交能力。

城市化进程中的原子化

90后成长于中国快速的城市化进程。城市化进程中人们的迁徙与流动，伴随着传统社会关系纽带的丧失，个人私生活优先这一原则逐渐普遍化，人们之间关系冷漠，造就了越来越多的原子化个体。这是愈发呈现“私性化”特质的社会。很多90后在成长过程中，经历了频繁迁徙，以及家庭关系的损坏，很早就感知人际关系冷暖。

社会结构中的代际冲突

中国的主流社会权力结构中的掌权人群，仍然是以50，60和70人群为主。这往往带来直接的价值观和行为方式的冲突。50，60和70人群普遍是在极不稳定的经济与政治环境，以及高压的集体意识形态下长大，有极为强烈的不安全感。为了强化自我存在感，往往对个体缺乏尊重，沟通方式粗暴。在代际所代表的不对等的权力结构冲突中，仍然缺乏能够包容个体的空间，对等的沟通方法和行为方式。如今这一冲突，已经集中表现在职场。

市民社会的孱弱

与此同时，因为政治管制原因，各种社会组织，兴趣组织，社区组织等，仍多停留在线上，缺少线下空间，线下亲密关系的加强，以及社会空间的开拓。

社交技巧的缺乏

中国的教育系统，以及独生子女的家庭环境，使得个体在缺乏社交氛围的环境中成长。这些个体一方面自我评价甚高，一方面缺乏和社会交往的技巧。

4 个体化进程中的90后

大时代里的小世界

我们了解了个体化进程的三大命题和中国情境。相比80后，90后的回答开始呈现关键的转变：他们普遍选择，不是以对未来的想象，而是以自己当下所拥有的为基础，来建构自我，希望能够“活在当下，不惧未来”，既要今天，更要明天。

这不是80后所习惯的，热血沸腾朝向未来的许诺和埋头苦干的奋斗。既然转向关注当下，也就要求对自我和日常生活，有深入理解和丰富实践。90后向往，在每一天，自己都能去探索，发现和践行自己认定的生活意义，享受日常生活；并以每一天实在的体验，认知和理性判断为基础，去规划并实践未来的可能性，而不用恐惧和担心。

对90后来说，真正纠结的是，过好今天不惧明天，并不容易做到。现有的道路是狭窄的，竞争激励的。很多90后的困境是，无法专注在当下，按照自我的认知享用生活，发展自己。虽然心里记挂着未来的可能，又只看到现有的主流路径，无法有足够的信心赢得竞争，或者开拓自己的路径。这种在当下和未来之间的挣扎和彷徨，是很多90后的核心焦虑。有年轻人说，“真青年是不会慌的”，而“青春应该浪费在美好的事物上”。

1) 个体小世界的核心：当下与未来的转换

我们可以从两个动漫作品入手，进一步理解80后和90后，在建构自我路径上的差异。

1. 80后的隐喻：海贼王与远方的宝藏

路飞：“总有一天我会找到不输给这些人的伙伴，并找到世界第一的大财宝，我要成为海贼王！！！”索隆：“我要成为世界第一的剑客！让我的名字响彻天堂！让在那里的古伊娜也能听到！！！”海贼王的剧情总是能让人热血沸腾，每次看到路飞和他的伙伴在为理想为友谊而拼搏时我的心里就有莫名的激动，看着他们打败一个个强敌，你就会幻想着有一天路飞成为海贼王时那是一种怎样的画面啊！——《海贼王》网友评论

80后的个体成长过程中，个人所拥有的，无论是家庭物质条件，城市生活水准，还是兴趣爱好培养等，都是相对有限的。而与此同时，

中国的经济和社会发展乐观，个体的梦想，寄托于国家发展的光明未来。未来，代表着确定的前景，尤其是有车有房的中产阶级生活方式的实现。当下和未来之间，存在个人奋斗即可达到的清晰道路。朝向未来的情绪是充满希望的、期待未知的。

因此80后的个体成长，是以未来为目标构建自我，形成当下的选择。与未来相比，当下的角色是工具性的，当下本身不是目的，而是为了未来的准备。回顾80后的故事，很大程度上表现为向外的争取，发现可能性，争取社会空间和资源，梦想自己能够过上更富足更有品质的生活，受到尊重和认可。背井离乡，离开父母，在职业的路途上一路奋斗，是常见的故事。

换句话说，80后的个体成长故事，更类似他们喜欢的动漫海贼王的故事。海贼王，是这个人最关键的隐喻。海贼王，意味着相信远方和宝藏，这是集体认可的同一个梦想。由此，航行可以不知道天气，不知道航路，只有一股勇气和信念，只有相信未来和彼岸，不断地奋斗和争取。当下对他们来说，更多意味着对未来的准备，无论是自我的经验，还是朋友伙伴。

2. 90后的隐喻：银魂与当下的快乐

一个强的可怕的男人。却没有与之相称的野心。于是，当洞爷湖用诱惑的语气问他：“想要更强大吗？想要更强大吗！”时，我们只听到银的嘟囔：“啊。不用了。”，我们只看到他翻身睡起了回笼觉……因为，他觉得足够了。他的现在，要保护的东西安好。于是他觉得足够了。这就足够了。但就是这样“毫无上进心”的银，我们才爱啊。——《银魂》网友评论

“天空？国家？给你也无所谓。我光要保护眼前的东西已经够忙的了，而且还保护不了。”他还记得当年的目标与理想，记得往昔的热烈誓言，只是已经长大，渐渐懂得不能单靠“否定”与“拒绝”去改变自己之外的整个世界，更学会了珍视眼前的、身边的那份吵吵闹闹的祥和安宁。——《银魂》网友评论

90后不同，他们面对更大的风险，同时也更明确地了解风险。他们进入大学和就业时，中国的经济和社会已经进入了新阶段，面临无法

预期的变化。未来极为不确定，也没有办法依靠过往的常识来判定。而90后的成长中，他们享用了更好的家庭物质条件，新鲜多样的都市化生活方式，更为宽松和平等的家庭关系等。对他们来说，很多人已经拥有过舒适的家园。

因此，对于90后来说，整个世界就是一个宽阔的海洋，神奇的彼岸大陆和远方宝藏若隐若现，航路风险重重，四处都是风暴。每个人都飘在海上，而现在所处的家园，所拥有的当下，变得极为重要。

因此，90后的个体建构不是远航不是离开，而是守护和建设家园。这意味着回到当下，认真规划和实践，去充分寻找，开拓，丰富和放大当下的可能性由此拥有美好的未来。对90后来说，未来就在当下自己的家园而不是在无法确定的，模糊的远方和未来。守护和建设家园，意味着在充满风险的大社会中，好好经营、牢牢守住属于自己的小世界，有效的拓展生活的疆界和日常生活的意义，尝试成为不确定年代里不普通的普通人，享用当下每一天的快乐。

与海贼王相对应的，90后个体成长的隐喻，是他们最喜欢的动漫《银魂》。银魂最打动90后的是“守护”。主人公银时作为一名武士，生活在武士地位底下，名分被剥夺的乱世，但是他并没有拯救世界，打败谁，变得更强大等宏伟的抱负，而满足于日常的生活，认真地守护自己想要守护的人和事。和银时一样，那些遥远而宏大属于未来的理想不再是90后的梦想，他们更注重眼前真实的生活，更注重活在此时此刻，他们的梦想是守护和经营好自己的小世界。

2) 个体小世界的构建：快乐，理性，体验与消费

除了转向当下这一路径差异，90后在建构个体小世界，实践自己的向往过程中，形成了快乐，理性，体验和消费四个关键性的行动原则。而在这同样的四个原则之下，我们能见到对个体小世界来说，截然不同的影响。

1. 注重过程快乐

快乐是第一的。这是活在当下的重要原则。即使是自我选择和认定的，实践的过程也要快乐，尽量轻松有趣，积极正面，不要悲情苦楚。注重快乐，能更好地享用生活，有乐观的生活

态度，但也可能导致避重就轻，无法承担挫折，不能坚持，过早放弃。

2. 理性计算风险收益

消费主义与市场经济，教会了90后成本和收益的理性计算能力。专注在当下，建设和维护个体小世界，也就需要对风险进行把控，划清楚行动边界。在个体现有的经验和视野里，过多理性计算成本和收益，可能让90后丧失想象力。但理性计算也教给不少90后把控风险，规划行动，以可持续的商业逻辑去创造个人和社会价值的本领。

3. 强调自身感知和体验

因为快速变化宏观环境下的经验失效和信任缺失，90后在很多的选择和决定中，都强调通过自身的体验，形成自己的思考和决定。这让90后有强烈的质疑精神。体验也意味着情绪的充分感知，表达和释放，舒缓理性思考和判断的压力。但这也可能导致情绪化，以个体单一体验取代系统建设性思考，缺乏开放性。

4. 以消费满足需求

个体的向往和需求，尽可能通过消费来满足。这容易导致以消费取代思考和自我行动，无法深入其中。但另一方面，更为广泛的物质和精神消费，也推动了个体开拓视野，展开后续创造的可能。

以上四个原则，更完整地体现在90后个体小世界的四个具体向往之中：1) 品质生活代表的安全感；2) 兴趣为核心的深度自我；3) 独而不孤的社会关系；4) 善良微光的社会参与。

这四个向往，是90后对三大个体化命题的回答。接下来，我们分四个章节，深入探讨，90后个体小世界的四个向往，焦虑和实践。

5 品质生活

轻型梦想，消减风险

“我的梦想就是好的生活。我想并不是物

质，我只是希望让自己的生活能好一点，再好一点。”——艺昕，天津师范大学的大三学生

因为转向了当下，守护家园而非远航，对90后来说，过好当下的生活，就是最大的梦想，才能带来这个时代需要的个体安全感。

这样的梦想，不是大而空的，也不在远方。相比于需要远航，面向未来承担风险的梦想，品质生活是清晰具体的，在日常生活即可实现，要求当下快乐的轻型梦想。90后在描述他们的梦想生活时，多会提到比如可以睡到自然醒，开个小店，能去远方旅行，和男朋友早点结婚等。这样的品质生活，也就是90后用以抵御风险，守护和建设的家园。

对90后来说，品质生活不等于房和车，但是同样需要以物质为基础。想过上稳定的品质生活，获得安全感，90后需要从大学甚至更早开始，不停在风险和收益之间计算当下和未来的可能。因此，90后时常觉得劳累，又担心逆袭无望，也焦虑过早的顺从和选择之下，自己丧失其他可能性，觉得自己得了初老病。他们正在尝试的实践，包括走出课堂武装自己；依托关系寻找机会；基于当下资源细心经营生活；打造个人空间；消费荷尔蒙的文化产品等。

因为家庭背景的不同，在品质生活这一向往上，90后也呈现出分化趋势。对于工薪家庭的90后年轻人来说，品质生活的获得和维持，仍然有很大的压力。对于中产家庭的90后孩子，借助家庭积累的社会资源，他们要不安然享受和扩展品质生活，要不纠结于顺从接受家庭安排还是自行探索个体可能性的选择。

相比之下，曾处于同样年龄阶段的80后，他们的梦想，多表现为在未来某个时间点上，能够通过个人努力，实现中产阶层的生活方式。而对中产阶层生活本身，80后所具有的理解和体验，都是相对模糊的，粗糙的，同质的。为了到达未来，80后把对当下生活品质的牺牲，理解为对未来的准备，个体奋斗的必经历程。另外，在同样年龄阶段，80后对未来的焦虑要小得多，大学更多是放松的伊甸园，进入社会前的缓冲带，远没有今天的残酷。

1) 向往

因为接受了更多的信息和体验，90后对生

活方式的理解相比80后来说更具体。80后在大学时描述未来的生活向往时，可能会说“有房有车，收入还不错，买东西不太会看价签。”而90后描述的不是一个“有房有车”的模糊概念，也不是一个个物品的简单拥有。

对90后来说，他们向往的好生活，是有品质的生活，是关于生活的长度、宽度和精细度。品质生活，需要以物质为基础，但不限于物质，包括了物质消费和日益扩大的精神消费。更重要的是，品质生活，一定是围绕个人选择，充满个人痕迹的。通过精心建构自己的品质生活，个体获得安全感，满足感和自我认同感。

1. 向往生活要够长，可持续，有闲暇时间

90后对生活品质的追求是一个长期的考量。和以往的同龄人相比，他们显得更加有远见，更关注长期的保障和收益。也就是说，不只是毕业这一两年，可以有基本的生活保障，而是要看到自己25岁30岁，甚至35岁时，有好的生活。比如，他们会说“必须有钱给自己的小孩买进口奶粉”，“能够带家人一起旅行”。正因为此，90后在找工作的时候，也不只看当下，而是去尽量衡量和把握几年后自己究竟能过上怎样的生活。

品质生活，意味着闲暇时光的重要性。90后担心的是，如果都没有时间去生活，也就无法保证生活质量。因此他们常说，“赚了钱没时间花，那赚钱干嘛！”90后要求工作与生活要平衡，有时间花在自己的兴趣爱好上，能和家人朋友在一起。在90后看来，这不是因为懒，只是为了守护自己的“生活”。

广州大学大一学生小蔡，谈到对未来的规划，“希望毕业后能考研，到香港念一年研究生（香港更容易考，没有内地竞争那么激烈），然后24、25岁左右结婚，27、28岁生第一个孩子，三十岁前生两个孩子。”，对她来说，家人和朋友非常重要，“希望工作不要太忙，能有时间陪伴家人和朋友”，比如每年和家人一起去旅行，“和身边几个非常要好的闺蜜，一起玩，一起逛街，一起为对方的感情出主意”。

天津师范大学的大三学生艺昕，念的是广告专业，大一下学期就开始实习和主动认识行业里的人，“提前对未来做准备”。他对未来

生活的想象是“工作的时候充实紧张”，但是工作结束了打开家门就应该能“享受慢生活”，“养养花喝喝咖啡听听音乐喝喝红酒”，“微醺”，并且“周末不要加班，每周都有时间和家人在一起”。

2. 向往生活要够宽，不断有丰富的新体验和经历

打开眼界，尝试新鲜，这是过去的几十年来中国人生活中的一个重要主题。对于90后来说也不例外，生活需要这些变化所带来的兴奋感。不同的是，90后要的不是走马观花，而是真切的体验；不是一年一次的惊喜，而是能更频繁地摆脱日常生活的局限，扩展生活的宽度。旅行，仍然是最受欢迎的方式。“说走就走的旅行”被他们挂在嘴边。

上海外国语大学的大二学生小喻，分享的生活中最兴奋的事情就是最近一次想走就走的旅行：“三个女生，三个旅行箱，说走就走。没有一点犹豫，也没有一丝顾虑，带好行李，想去哪就去哪儿。时间、地点、天气，不会影响我们想要逃离普通生活的决心，心在路上，也在路上。四川的6天，可能是我最快乐的时光。自己制定行程，百度经验贴吧知道、携程去哪儿大众点评，我们自己写我们自己的攻略，去自己感兴趣的地方。没有一板一眼的导游解说，没有千篇一律的所谓‘名胜古迹’，我们寻访小径，我们吃遍成都美食，我们好像不可阻挡。我们乘坐公交、地铁、快捷巴士（这个在上海是没有的），不坐旅客大巴；我们和火车上遇到的人聊天，交换联系方式，从陌生人成为了好朋友……”

3. 向往生活要精细，细化生活方式分类，在细节中投入情感

90后在生活方式具体选择上，不再局限于以往很粗的分类，而是采用相当细化的分类。这包括食品，数码产品，服装等物质消费，也包括音乐等文化消费。比如，不一定要吃下午茶，也不说甜品，而是说马卡龙。即便是很平常的或小众的事物，都会有更细化的分类。比如，去分辨不同类别大米适合不同的做法。

这种对生活方式某些细节的极度关注，有时达到恋物的程度。很多90后有各种不同的收藏，如球鞋、蝴蝶结、本子、床单、多肉植物等。通常这些物品和兴趣、情感，或者自我

感知的独特性有关。他们对某些物品极为讲究，不仅投入时间和金钱，更投入情感。他们重新审视和建立自己和物品之间的关系，注入个人的痕迹和意义，最终从中感觉到快乐，归属感和自我认可。

天津师范大学的大三学生艺昕，自从在微博上看到多肉植物觉得很萌之后，就开始养多肉植物。“了解了不同的品种之后，就一发不可收拾”。他每周都会到花鸟虫鱼市场转转买上一些新品种，从5元10元买到了上百元，三个多月的时间已经拥有了20多盆不同品种的多肉植物。他给狭小的宿舍阳台添了一个架子，买来种植植物的工具、泥土和肥料，亲手将肉植移置到经过精心挑选的盒子里，买来长颈鹿、小象等玩偶放置其中，“每天都要看看它们，感觉我们安安静静地互相陪伴。”

广州大学的大一学生小蔡，喜欢Hello kitty的可爱与梦幻，床单、床上的玩偶、拖鞋，书桌上的瓶瓶罐罐都印有Hello kitty的图案。高中的时候开始收集蝴蝶结，从粉色、金色到蓝色，格子、镂空等不同款式，目前已经收集了20多个，放在一个可爱的罐子里。她记得蝴蝶结购买的时间与地点，记得自己戴着蝴蝶结发生的故事。平时也会根据自己的衣着风格来搭配蝴蝶结“在意这些细节让自己感觉很好，因为自己的用心感到自信。”

2) 焦虑

90后深刻地认识到，竞争是激烈的，社会是不公平的。对于没有背景的，或是能力不突出的年轻人来说，要想靠自己实现可持续的品质生活，注定是一个疲累，纠结甚至无望的过程。

1. 青春早逝：“大学像高中，我真的觉得好累啊！”

带着对未来生活品质的憧憬，面对激烈的竞争和残酷的就业环境，90后大学生感到岌岌可危。“找个好工作，赚个好生活”已经是共识和目标，但对于如何实现的具体路径，却没有把握。

和以往的同龄人相比，90后在更早时就开始为毕业之后的出路盘算，各方面提升自己的竞争力，想方设法获得资源。不管是考研，考证，考公务员，进大公司，出国等，什么都不敢偏废，

好几乎都得准备，每天都不敢懈怠，做其他“无用”的事。在今天，很多大学生从大二开始实习，参加学校里的社会实践活动，参加各种培训班考各种证，努力接触和适应社会，同时还不放弃了自己的学分绩点。

大学不再是象牙塔或者伊甸园，任年轻人在悲催的高中生活和复杂的社会生涯之间，享受一段无忧无虑的青春。总是听到90后说，“我真的觉得好累啊”。但是不这么做，他们又会深感愧疚，害怕掉队。他们称自己是“初老病”患者，感叹“青春易逝”，“我已经老了”。

北京人大大三学生小刘，觉得现在的大学就像高中一样，不敢逃课，“因为逃课要扣绩点，会影响出国”，认认真真地面对每场考试，修了第二专业，同时也忙着准备GRE。大学生生活紧张忙碌。她非常羡慕同寝室的另外一个北京女孩，理想上就想，坚持自己的爱好画画，敢一个人出国去旅行。间隔年是她向往但又不敢尝试的事情。

2. 逆袭无望：“我没有先天便利条件，努力有用吗？”

随着社会分层的加剧和阶层流动性的降低，那些没有家庭背景，父母无法帮他们安排一个体面工作的年轻人，面对品质生活的向往，感到焦急甚至无望。

这种无力感在二三本及以下的大学表现得尤为突出。他们想靠自己的努力去获得想要的生活，然而学校的教育和家庭帮不了他们，各种社会实践和实习的资源对他们来说都很稀缺，他们也不知道自己能做些什么。他们害怕毕业之后找不到工作，或者工作不足以支撑他们想要的生活。

他们希望能找到可以激励他们的榜样。不是随处可见的70后企业家或80后创业者的故事，而是和他们类似，但能靠自己勤奋努力过上好生活的榜样。然而在他们的身边，越来越难找到这样的故事和榜样，难以得到鼓励和启发。

“无论如何，你都需要做好心理准备，忤逆这个国家的阶级金字塔需要付出巨大的成本，这个成本包括可能的寻租支出，也包括你累得像狗一样的努力。因为你所拥有的中国梦，不是可以照搬于American Dream

的Chinese Dream，而是中国特色的Chinese Nightmare。”——人人网热帖《我不生产负能量，我只是负能量的搬运工》

3. 丧失其他可能：“忽略内心的声音，我会后悔吗？”

出于对未来不安全感恐惧，90后是风险规避者，面对自己感兴趣但是看似风险更大的选择，他们往往会退缩。90后在大学期间就表现出了超越他们年龄的冷静计算，少了些不计后果的冲劲，或是源于荷尔蒙的冲动。

比如，很多90后会乐于接受父母的就业安排。今天的父母，深知工作机会并不平等，稍有能力的，往往会主动提出帮忙子女解决就业问题。即便自己并不是什么高官，为了孩子的大事，托亲戚找熟人也总是能想些办法。对于很多学生来说，父母总会给他们一个选择。父母在一线城市的，会给一个在一线城市的选择。父母在二三线城市的，会给一个在二三线城市的选择。即便父母的安排和自己的兴趣方向不匹配，90后大多并不会因此而和父母发生激烈冲突。

然而这种理性冷静计算的风险规避选择，往往和他们向往的“追随自己的内心（follow your heart）”产生冲突。放弃自己对工作的探索，放弃从事自己感兴趣的行业的可能性，让他们心有不甘。

无锡江南大学大一学生小楠，高中的时候念的是理科，初高中特别喜欢演讲，高中时曾经有想过传媒大学，最后搞新闻，播音。曾经和父母讨论过，但父母说这个没前途。当时自己也挺犹豫，自己是不是能考入传媒大学，以及毕业要做什么。‘只是兴趣所在，不知道自己是否适合，是否有将来。’后来按照父母的建议读了理工科的专业，“父母说念理工科将来可以考研然后去研究院工作，比较有前途”。现在在大学的时候也会去图书馆借一些和新闻有关的书看看，和学长讨论，但并没有勇气将其作为一个职业选择。

4. 消费不起：“钱不够花，消费不起”

90后对品质生活有自己的想象，并且去实践，但很容易发现，很多想要的东西，以自己目前的收入水平消费不起。

天津师范大学的大三学生艺昕，目前生活中最大的焦虑就是“不够钱花”。每个月有2000元零花钱，但是仍然是“月光族”。“不知道钱怎么就花完了”。“养花是个无底洞”，实习的时候租了一个很小的房子，但在里面却置了2000元的花。非常在乎自己的肤质，买了许多男士护肤品，最近看上了兰蔻的一款精华液，“1080元，太贵了，现在买不起”。

3) 实践

1. 走出课堂，自我武装

90后深知要提高自己的竞争力，学校提供的资源还远远不够。他们走出课堂，在互联网，在社会上去寻找更多自我提升的学习资源。

- 寻找课堂之外的教育资源：进行自我学习，提高能力，如网络公开课
- 提早进入社会实践：职业实践，如实习，宝洁大学，创业大赛
- 社交拓展人脉资源：如在微博上主动与行业大V发生互动，参与各种校外实践活动，印制自己的名片
- 遵循传统模式构建竞争力：考证、考研

2. 依托关系，获得机会

- 依靠父母：从家庭社会关系中获得就业成家立业等方面资源支持
- 依靠师哥师姐、校友等资源

3. 好的生活不太贵

即使还在念书，还刚工作，没太多消费力，90后仍然花时间和心血去建设和享用日常生活。他们有自己的办法，去平衡品质生活和收入的冲突。这个过程，并不是单纯为了省钱，而同时是探索体验，寻找界定自己生活的过程。

- 不攀比：生活品质需要一定的物质基础，也需要一个人有品位会生活。90后从小了解这个社会是有阶层分化的，他们不会一味地去攀比。好的生活不代表拜金的生活。他们在自己的能力范围内构建自己的生活。
- 精明消费：寻找高性价比的产品和服务。大学期间收入有限，他们努力在自己的能力范围内尽量过得有滋有味一些。通过淘宝，团购等，在能力范围内找到“质量”最好的。买不起的东西，可以去通过搜索，淘宝等找到最接近品

质的东西。即便买的是仿制品，要的不是那个“牌子”，而是自己喜欢的品质，探索和发现的乐趣。

- 亲力亲为：自己动手，将单纯的消费升级为对生活的积极参与和精心打理，获得情感的充实。比如“莛花弄草，岁月静好”，动手打毛衣，做木工活儿，做点心，做饭等。
- 小奢侈：很多90后会去买一些价格不菲的物品。从类别到品牌，不再是传统的奢侈品或者高端品牌，也包括很多和自己兴趣有关，或者和自我感知的独特性有关的物品。比如价格昂贵的手办，SD娃娃，不同版本的唱片等。即便是奢侈品，其含义也在于对自己来说的“物有所值”，而不只是财富和地位的标示物。比如，一个女生，喜欢阅读，多数衣服都在一两百元，但会坚持买每本都一两百元起的moleskine的本子，用完就换。
- 文化消费：看电影，看话剧，参加音乐节，背包旅行，参加各种线下活动，或者在线上追看美剧英剧等，90后文化消费的频率大大增加。豆瓣从07年末的100万注册用户，激增至今今年9月的7200万注册用户。

4. 打造个人生活空间

对好生活的拥有，直接相关的是每天的生活环境。因此，90后极为重视个人生活空间，花很多时间和精力布置并沉浸其中，成为自我治愈，表达和享受生活的重要场所。

- 动手改造空间：有更多大学生在外租房住，或者动手改造宿舍。不管空间大小，也用心去布置，研究和添置家居类用品，在网上晒书桌晒房间等。这些物品，包括与都市化的生活方式相关的新产品，比如制冰机；展现个人历史和生活痕迹的纪念品，比如照片；整理和陈列个人物品的工具，比如收纳箱；家居植物，比如多肉植物等治愈类产品；各种家居创意产品，比如床单，台灯等。

- 收藏喜欢的物品：很多年轻人，对喜欢的产品会买一系列不同的风格，比如项链，颈结，口红，鞋子等。他们也会收藏很多与自己兴趣爱好，成长记忆相关的自己喜欢的物品，比如泰迪熊，铁皮玩具，动漫手伴，笔记本，可口可乐罐子等。他们说，“我们收藏的不是东西，而是自己的快乐，也是自己的心。”

5. 理财

90后接触理财的时间很早,大多在小学或者初中就有了“财产”的概念,自己经营自己的压岁钱,甚至从初中就会存定期拿更高的利息,攒到足够了就去满足自己的一个大愿望。因为渴望能更早实现品质生活,90后希望财务可以独立,按照自己的想法消费。面对自己的愿望清单,90后会选择一些简单的理财办法。

- 存款、有规划的消费:使用各种手机记账应用,管理自己的消费
- 理财类记账类的互联网服务:支付宝理财产品六成用户是90后

6. 消费荷尔蒙

90后提前适应成人社会,感叹自己“初老病”的同时,也试图为自己保留青春荷尔蒙甚至是孩童天真的领地。而这些在日常生活中逐步丧失的,主要通过日常的文化消费来获得补偿。这些方式包括:

- 青春怀念:郭敬明以及其最世文化旗下青春作家的小说、《中二病也要谈恋爱》等校园动漫。
- 卖萌治愈:萌文化的消费,包括萌的行为、说话方式、穿着和配件等。如消费动漫,购买卡通形象的手机壳,看大黄鸭等。
- 热血勇气:比如陈欧体的流行,电影《三个傻瓜》、热血系动漫如《进击的巨人》,《热血高校》,《银魂》,《妖精的尾巴》等。
- 恶搞自嘲:通过恶搞自嘲缓解压力。比如十万个冷笑话,暴走漫画,留一手等段子手,jackass电影等。

6 深度自我

自我发现,使命达成

“我相信自己是独一无二的,每个人都是有趣的。因此,我不想和别人比,不用去强调和别人不一样的地方。也没有人比我更了解我想要什么,适合什么。但是我需要去发现和展示自己的独一无二。”

90后向往摆脱过去简单符号化的外在个性,转为更为深入地理解和探索自己——从情绪性格,到观点看法,再到兴趣爱好与天赋,人生诉求。他们向往的,不是做一个与别人与众不同的人,而是发现自己天赋,围绕兴趣爱好展开生活,甚至能做匹配工作,同时通过独立思考和体验形成自己的判断和原则,做一个自我认可的不普通的普通人。

他们焦虑的是,知道自己不喜欢什么,但却仍然找不到自己喜欢什么。很多时候,不仅探索期有限,同时很多的探索变为随手可得消费而非自我的学习成长,同时又时刻深受无法专注自律,果敢行动之苦。

在具体实践上,他们开始自身体和时间开始实践自我规划和管理的种种技巧;勤于记录和讲述自己的日常生活以获得自我的关照;他们热衷于通过沙龙、旅行等方式去亲身探索体验以打开自己的眼界;他们也积极探究包括宗教信仰,心理学,占星术等在内的方式来获得第三方的自我认知系统。

在追求深度自我的过程中,90后也呈现出分化的趋势:1)有越来越多的90后,虽然不喜欢自己的专业和工作,但热衷于通过日常生活发现各种体会,去体验新鲜的东西,通过体验开眼界,重新发现自己;2)有另外一小部分90后,热爱自己的工作和专业,并且能够坚持投入,自我管理;3)还有一小撮90后,用更激进的方式,隔离自己当下的环境,通过自我教育,辍学或创业等方法,去开始自我发现。4)还有不少的90后,对上面三种人都无比羡慕。他们要么尚未行动,要么在过程中发觉自我发现和自我管理的能力不够,引发挫折感和迷茫。他们甚至觉得负疚。

相比之下,曾处于同样年龄阶段的80后,对于发现自我兴趣和天赋的要求,远没有来得那么强烈。自我探索,主要仍停留在外在个性的表达。同时,大学专业对80后来说,更多是今后职业谋生的考虑。对于自我天赋的挖掘,专业与兴趣,工作与兴趣的匹配,要求还很低。最后,80后的很多时间和精力,局限在努力学习和工作,为未来做准备,对自我和外部世界的探索和体验,要少得多。80后直到工作多年,年近30,才重启自我的探索之旅。

1) 向往

90后向往的生活,是真正以自我为中心的,认识自己,知道自己想要的是什么,并且去实现它。他们最羡慕敬佩的人,不是成功学里的大人物,而是他们身边同伴中,那些被称为“大神”的人。他们不一定赚很多钱,不一定被所有人理解和欣赏,甚至是孤僻怪诞的,但这都没关系。

大神“做自己喜欢的事,而且做得超乎常人”。90后羡慕他们找到了自己的兴趣和天赋,欣赏他们能够去投入行动,并且能有一些小成绩,有成就感。他们的生活不迷茫,不慌张,是充实的,淡定的。

大神“有独立的思想,有自己的判断”。90后羡慕他们对于世界的某些方面有清醒的认识,欣赏他们有自己的判断和原则。他们不迷惑,不会人云亦云,是独立的,清醒的。

当然不是每个人都能成为“大神”。90后认为,像“大神”一样在某一个领域具有绝对的天赋有所建树很难,但是总可以找到自己的兴趣和相对的天赋。即便不能像大神一样语出惊人,也要有自己的观点。

1. 向往围绕自己的兴趣建设生活,做一个不普通的普通人。

对于90后来说,确认自己的兴趣,是自我发现的过程中最为关键的一步,因为发现了兴趣,就发现了内动力和快乐的来源。他们热切地想寻找找到自己的兴趣爱好。

他们向往,1)首先能够找到自己的兴趣爱好,2)然后能够投入时间和心血,让自己感觉到充实,3)把这些兴趣爱好变成与自己的生活高度相关的一部分,比如喜欢动手做飞机,就做个遥控飞机,去给女朋友送花。4)不是简单以消费和复制的方式,而是在兴趣的领域,亲身参与创造。比如,学习烘焙,并且创造出自己的花色。

他们向往,在朝九晚五的上班之后,下班的生活不只是普普通通千篇一律的唱唱歌,喝喝酒,吃吃饭。他们希望自己工作普通,但是生活不普通。生活能够通过一系列自己选定的兴趣爱好,变得充满个人的味道,可以创造一些属于自己的东西。

尤其生活当中要做很多不想做但必须得做的事情,而个人爱好是自己感兴趣的事情,做自己感兴趣的事情就好像回到了我的地盘。对这片属于自己的地盘,可以不计较风险和收益,而更多享受它带来的单纯的快乐,获得成就感,不断挑战和证明自己;也找到伙伴,志同道合、有共同语言的朋友。

小颖,北京人民大学的大三学生,在“单调、平淡、悠闲”的大学生活中,最让她投入的事情就是“做手工”。从小就喜欢动手做东西的她,中学开始做了第一只“蛋娃”,之后这就成为她标志性的手工,待在宿舍没事,或遇上亲戚朋友生日就会做上一两只。最近姑姑生日,她花了一个星期的时间,用鸡蛋壳为原料,配合橡皮泥和水彩颜料,再拿了一个茶的包装盒,做了一个精美的“蛋娃”。学校社团有陶泥DIY的活动,也用陶泥做了蛋娃,很开心地给蛋娃拍照片,拍完之后用美图秀秀ps写上“偶滴杰作”上传QQ空间。她的书桌上也放着自己亲手做的树叶书签,走在路上的时候注意收集好看的书签,拿回来夹在本子里,干了拿去塑,有时间的话还会配上一首小诗,时不时拿来看一看,“感觉延续了美好的东西”。

2. 向往做与兴趣爱好匹配的工作,即便累也很开心。

90后向往更匹配自己兴趣的工作。他们最不喜欢的是,工作上做一个螺丝钉,重复单调,没有个人创造的空间,感觉不到自己的价值。

他们向往,不一定与现在的专业匹配,但是能找到与兴趣爱好匹配的工作。这样,1)每时每刻都在做自己喜欢的事情,特别享受和充实,不觉得累;2)能觉得自己每天都在进步,成长,在自己感兴趣的领域上越来越专业,即便有挑战和困难,也是激发自己的潜能;3)在工作中能发挥自己的长处,能表达个人意见和想法,给别人带来有价值,有个人影响力和成就感。

比如,90后经常提到乔布斯,他们向往乔布斯能够全情投入地做一件自己充满热爱的工作。而近期中华英才网研究数据显示,近30%毕业生按照兴趣择业。

重庆科技学院的大四学生小洁,念的是艺术设计专业,喜欢自由的工作,“设计师是一个很自由的工作,很自主,想到别人想不到的并把它实现”,但是真实生活中,设计师经常要被迫更改自己的设计,给她选择这一行的工作带来很大的焦虑感,“可能他的审美的确不是很好,但是因为他是老板或者客户,就得按照他的想法来,心里会受很多气”。正好在微博上看到阿芙精油在招聘,招的是一些有趣的职位,“首席惊喜官、首席八卦官、解压师、故事大王、熊夫人、小狗饲养员、筑家师”等等,把微博转发给朋友的同时,自己马上就投了简历,“没想到还有这么自由的工作,好喜欢他们可以带宠物上班”,“每天给员工制造一个惊喜这事儿也让我感觉到自己的价值”

3. 向往独立思考亲身体验,形成自己的判断和原则。

90后喜欢质疑,因为在他们还在高中甚至初中的时候,就已经开始在社交媒体上接触各种“毁三观,掉节操”的社会现实,因为在他们的成长过程中,难免碰到一些愤世嫉俗的70后或是80后,比如他们的老师,告诉他们政治课本的东西不可靠,即便是历史书上的东西也不能全信。

90后向往形成自己的判断和选择,尤其是能够打破陈规、开拓出可能性就更好了。具体来说,他们向往1)通过研究和学习,建立批判的视角,形成自己独立的观点。比如,一个社会事件发生之后,众说纷纭,人们都感到困惑时,有人会发分析帖,有理论有框架,摆事实讲道理。2)通过丰富的体验,形成自己的判断,有自己的方法和方式。比如,很多生活方式上的达人,通过亲身体会了不同的方式方法、产品品牌,分享出适合自己的方法。

中山大学大四学生王璇,认为独立思考和按照自己的天赋选择自己的人生道路非常重要,“我最欣赏的是韩寒,我最欣赏他的独立思考的能力,他的独立人格,他的敢于和现行价值观相对抗的能力,用自己的判断、价值判断和天赋去创造自己生活的能力。他在文化是一片死海的时候,自己冲出一条新的水路,并且没有被截断。很勇敢的和世界对抗,并且他现在活的很好。”

上海对外经贸大学大三学生小林,开始健身之后就关注了一堆健身达人的账号,“我的健身教练还有他关注的一些人”,自己也在网上搜索相关的训练视频,把土豆网上所有能搜到的视频都看了,“一个个试,最后挑了一个最合适自己的”。他也关注百度健美吧上各种人的言论,不光看理论,更看各种人是如何实践这些理论,最重要的是看大家是如何做的,有什么效果,身边也有人做了并且证明了效果是好的,我才会开始尝试”。他也开始控制和调整自己的饮食,每天饭后都会吃一个水果。同样地,他也尝试了学校附近不同种类的水果,最后找出了最适合自己的,每个人的实际情况都不一样,要通过亲身尝试才知道什么最适合自己的”。

2) 焦虑

1. “没有时间慢慢来,也不允许犯错。”自我规定的有限探索期,压力很大。

90后既向往真正围绕自己的意志展开生活,也向往品质生活。对于大多数人来说,相比之下,过上有品质的生活是首要的。所有的探索,都被预设为不能牺牲这个目标。因此,探索被赋予了一个明确的截止日期,就算无法做真正喜欢的事,也绝不会耽误毕业之后获得一份稳定的工作。在今天,这个探索期最多就只有大一大二两年,有的人甚至从大二开始就在准备就业。

如此短暂的期限,如此热切的探索期待,让90后感到压力很大。这么短的时间里,90后不敢犯错。“我要赶紧想清楚我想做什么,不然我就得按照他们说的做”。他们是指,为了获得确定的品质生活而遵循的最稳定的道路,例如,公务员,外企员工。他们向往间隔年,但很少有人敢去实践。

中山大学大四学生王璇,独立杂志《逸仙周刊》的专栏作者,对同龄人也有敏锐的观察,关于自我探索,他谈到“我们的社会有一个很大的问题,就是它不承认所谓的探索成本。我们的生活里面没有试错这么一个概念,每一个点都要选择得最好,没有人给你留任何一段时间和一部分的成本用于给你去试错。美国的所谓青春大片宣扬的是破坏,甚至是漫无目的的破坏,因为只有在这种破坏里面才能意识到建

立的价值，才能在对抗之中寻找自己独立的人格。而我们这一代人，仍然缺乏一种对抗的过程，没有办法找到对社会、对于自己将要行走道路的信念点，缺乏独立的人格去支撑以后所谓的梦想，甚至寻找不到这一种热情所在，而只能根据社会的要求、家庭的要求继续走下去。”

2. “尝试了很多，但还是不知道自己想要什么”。沉溺于消费式的探索，无法找到兴趣，也无法形成自己真正的判断。

市场经济的发展为几乎每一种兴趣都提供了丰富的，从美食，文艺电影到街头运动，消费选择触手可及。这些选择，包括网络上大量的资讯和娱乐内容，也包括线下大量的商品消费或是活动机会。

为了发现自己的兴趣，从线上到线下，90后亲身参与了很多。他们一方面无法停止尝试新的兴趣，从中获得新鲜刺激的体验，共同话题和谈资，寻找同伴。一方面仍然感到迷茫，不知道自己真正喜欢什么，也无法形成自己的判断。他们会抱怨自己的“三分钟热度”，为自己不能专注和深入一个兴趣而感到愧疚。

年轻人甚至说，只有关掉手机，关掉网络，最好去非洲，才能开始自我发现之旅。因此，骑行，旅行，隔绝当下的环境，成为了很多年轻人自我发现的开始。因为这样的方式，提供了一种专注于自我的机会，从而可以真正开启自我发现。90后热转的一个帖子，是《当我们想体验的越来越多，得到的却越来越少——体验，迷茫与热爱》。

这是因为，消费本身，并不能代替劳作和创造。消费式的探索，意味着没有接受挑战，没有在过程中付出辛苦，无法慢下来，专注和反思个体感受，并进一步的付出努力。这样，也就意味着很难真正进入到对兴趣的寻找和培养，更没有表现为创造力的实践，形成自信。同时，消费本身，也不能提供个人决策的参照系统。即使有很多的消费，也不意味着能够形成自己的原则和判断，去面对日常生活。

能说明这种消费式探索的最佳例子是，旅行成为一种流行的自我探索方式，但现在不少年轻人开始反思，它停留在消费和逃离，解决不了自我发现的问题。

“有两类现象值得关注。第一类现象就是那些体验更多后迷茫的朋友，他们想通过‘体验更多’来发现自己到底喜欢什么。很明显，‘体验更多’没把人搞明白，反而搞晕了，愈发不知道自己想要什么。……问题在于‘体验的层面’。第一个层面，只要看到、听到、尝到、闻到、接触到就行了。第二个层面可能就需要我们进去初步研究、操练，自己DIY一下。第三个层面可能就得深入进去了。从时间和精力耗费上而言，第一个层面用时最少，不需要你想什么，只要敢做就行；越往上，你的用时越多，精力投入越高。而且，从第二个层面开始，要求开始从被动变为主动了，你得去自己想、自己去琢磨，难度也越来越大。相应的，越往上，人的成就感也就越高，对事物的感悟也就越多，对自己的认识也越深刻。”——人人网上的热转日志《当我们想体验的越来越多，得到的却越来越少？——体验、迷茫与热爱》。

3. “管不住自己，受不了失败”。极度的自我保护，害怕挫折，不能坚持，也缺乏自我管理的能力。

当发现了自己喜欢的东西之后，很多90后受困于无法坚持。

在进入大学之前，高考是唯一的清晰目标，有人监督鼓励。进入大学之后，找工作是清晰目标，有学校和家长的支持和鼓励。而自我探索是唯一自我设定的任务。探索的过程需要个体极强的自我管理能力和意愿，包括面对挫折和失败，风险和未知的管理。

90后在成长过程中，父母仍然是保护多于放手试错。而学校和家庭教育，也没有提供自我探索所需要的自我学习和反思的能力。

因而，90后容易害怕挫折，而且缺少自我管理的能力。在具体行动中，拖延症和不靠谱，成为典型的病症。拖延意味着，完成很多事情，是需要投入时间，要迎接挑战和可能的挫折，这些都意味着牺牲当下的轻松愉悦，90后因此而逃避，直到躲也躲不过去的时候再面对。而不靠谱，表现为有强烈的探索欲望，对什么都感兴趣，但具体要行动的时候，面对可能的挑战时，即使刚刚信誓旦旦，也可能转眼临阵脱逃，或者半途而废。

“我们的生活中有很多拖延，明明计划好了今天看书，却一不留神看电影、玩游戏到了

深夜，明明想好今天要收拾房间，却怎么也不愿意动手，时间匆匆过去，计划又没有落实……常常在期末的时候，后悔之前为啥不好好学习，常常在拿到成绩单的时候，懊恼考试的前一个晚上应该少玩一个小时游戏……每个学期初，我们都在雄心壮志地谋划一学期的计划，要提高成绩，要学英语，要锻炼身体……一次又一次地计划，一次又一次失望，慢慢地，我们仿佛习惯自己的状态了，甚至还给自己一个理由，计划赶不上变化，还是不去计划的好”——复旦大学引进战拖工作坊

3) 实践

1. 围绕兴趣创造产出

与兴趣相关的消费正在上升，但不是简单的消费，而是基于消费可以参与，可以创造，分享和表达，获得成就感。因为有产出才能对生活有建设。能够有产出的领域的兴趣爱好在上升：

- 帮助自我表达：比如绘画，摄影，视频拍摄剪辑等；各种周边产品。
- 帮助提高生活质量与品位：比如烹饪，甜点，做咖啡，手工等。

2. 学习自我管理

为了更专注于自我，年轻人开始学习培养好的自我管理习惯，改善注意力，培养专注力，自律能力等。

- 使用科技工具：To Do List 软件，番茄钟，各种新的 app 等。
- 加入集体相互鼓励：晨读小组，战拖（战胜拖延症）小组等。
- 通过运动锻炼自律：持续的跑步和健身等
- 管理日常个人作息：打卡早睡等。

3. 记录个人历史

对个人的日常生活进行捕捉和记录，主要的目的，是想让自己的日常生活变得有个人的印记，表达自己。同时，通过日常的这种自我叙事，更重要是可以时常反观自我发现和探索的实践。主要方法包括：

- 更多的自我定义的纪念日：比如家里宠物去世的时间，购买第一双球鞋的时间，跟女朋友在一起的总时间等。
- 随时捕捉美好的日常生活细节：记录对自己有

意义的人、事、物品等。“没有记录就没有发生。”

- 更关心时间的长久：Days Matters 等 app 可以计算，在生活中重要的事情所累计的时间。“累积的时间就有了历史感”。

4. 打开眼界去体验

通过离开现有的环境，去体验不一样的人和事。这包括，自己亲身去体验，也包括，与有丰富体验的人进行直接交流和交流，得到启发和鼓励。

- 亲身体验：比如出国，包括留学，交换学习，游学，国际志愿者项目，AISEC 等各种国际性学生组织。获得接触不同文化和视野的机会，认识更多的人。比如旅行，自己独立在新环境下生活，对世界有了不同的体验，丰富自己对世界的感受。比如更频繁的实习和跳槽。
- 与有丰富体验的人直接进行接触和交流：比如参与 TED 等各种分享沙龙。短短的几年时间，TEDx 在全国 70 多所大学落脚，举办者都是大学生。比如关注感兴趣领域的达人，通过网上或者线下见面进行交流。

5. 寻找关于人生意义的新认知系统

在家庭和学校的教育之外，90后想更清楚地了解自己的长处和短处，适合什么样的人，有怎样的前景，想给自己找到最佳的成长道路，日常生活的原则性的指导，以及探寻人生的意义。

- 灵性知识：星座，塔罗牌等各种灵性的指导
- 心理学知识：什么是幸福等，各种关于人生意义的讲座和书籍
- 宗教信仰：来自中国传统和西方的各种宗教资源
- 开放式教育：全球各个大学的开放式教育资源

7 独而不孤

孤独个体，重建联系

“我觉得更重要的方面，是集体对个人志

趣的影响。个体会影响集体，集体也会反过来影响个体。个体的趋同性，渴望被集体接纳的本能会驱使他接受集体的志趣和价值观……”——人人网热帖《论集体宿舍的有害性》

孤独是 90 后提及的最大的话题。此种孤独，可以概括为独而孤独。所谓独，是想保持自己的想法，维护私人空间，不想带面具，不愿意委曲求全做自己此时此刻并不想做的事情。最典型的一个行为是，戴耳机。戴上耳机就听不到外界的声音了，避免了交流，沉浸在自己的世界，就当别人都不存在。很多人年轻人说自己内向，实际上是话不投机半句多。

90 后害怕孤独。但很多时候，90 后也享受孤独。因为这种孤独，保护了个体的独特，保护了个体私人空间。90 后向往能够在保持自己独立的前提下，找到志同道合者，获得肯定和注目，提高个体的存在感，以及温暖的人际关系。

90 后焦虑的是，自我认定的独特仍然面临压力和无端评价，寻找志同道合者的成本仍然很高，而利益纠葛难以建立信任。在具体实践上，他们混迹二次元寻找归属；在网上频繁刷新存在感；他们花更多时间与父母在一起；为维系亲密关系增加亲密感消费；他们用宠物和科技工具建立日常的陪伴；也开始花时间去拓展线下的社交。

相比之下，曾处于同样年龄阶段的 80 后，还没有感觉到如此强烈的自我独特性，因此未曾对个体的精神和物质空间提出过更高要求，也就未曾体会到对自我独特性保全要求之下的个体孤独。在现实生活中，80 后更容易顾及周围人群的想法，妥协自己的要求，表现为合群。同时，80 后极为重视社群，他们需要通过这种大群体来找到个体归属感和自我认同。对于个体空间的获得 80 后希望通过离开家庭来实现。他们与家人的关系，远没有 90 后来得密切。

1) 向往

1. 向往被关注被回应，有存在感

90 后专注于个体小世界的建构，有强烈的自我意识，带来的是对自我的关注，而对他人注意力的减少。所谓有存在感，已经不只是我们通常理解的对他人的需要，而是更基本的被关注和回应。被关注，不是指没有

展示自我的舞台，而是已经有很多舞台，但却没有观众。没有关注，没有回应，空空荡荡，谁也不在乎。

这种不被关注和回应的感觉，有一个经常被提及的代表性场景：“每天都是 QQ 没人聊，人人没人找，短信没人发，电话没人打，微博没人回。所以我即使消失了，也没人会发现。”而这种人，也被称为“小透明”，没有人看见。

“其实我们的生命就是这样一天一天地转动过去。秒针、分针、时针，拖着虚影转动成无数密密麻麻的日子，最终汇聚成时间的长河，变成我们所生活的庞大的时代。而我，和我们，都是其中，最最渺小渺茫的一个部分。”——郭敬明，《小时代》

北京交通大学的大一学生小史，觉得上了大学之后“大家都各干各的”，不会注意到彼此。有一次上课，老师讲表达与沟通，为了让同学们更理解抽象的知识点，老师举了个例子，说如果 20 年后小史成了领导，那班里所有人都会记得他们曾经是同学。如果他的室友成了罪犯，那大家都会不承认曾经同学过。这个时刻被小史津津乐道，“很有存在感”，“老师记得我还把我比成了领导”。

2. 向往有人分享话题和情绪，获得陪伴和鼓励

90 后进入大学和工作之后，往往跟原有的社会关系打散。而每个人都有自己的性格特点和喜好，每个人都想去保护自己相对独立的私人空间和生活。在这种情况下，很多时候要找到能相互聊得来的朋友，可以分享情绪，甚至获得陪伴和鼓励，并不是一件容易的事。

很多 90 后能回忆的开心时刻，多是与幼时的朋友同学，闺蜜和死党在一起的时光。这些朋友，与他们分享了成长记忆，能最大地理解他们，陪伴他们。

广州大学刚过了大一第一个学期的小蔡，和高中的闺蜜们分别在不同的学校，就算物理上不在，也会通过手机 QQ 或微信与她们联系，“24 小时都在线”。平时会关注对方的微博，不开心的时候会互相打电话倾诉，甚至远程做“感情指导”，为对方的感情问题出主意。在广州附近城市（深圳、佛山）念大学的闺蜜，每个月回来都要聚上一次。新交了男朋友，也会带出来让闺蜜评论、把关。谈

起和朋友在一起最开心的时刻，小蔡回忆起初中和闺蜜一起跟踪一个很帅的男生的经历，“两人一路很紧张地跟踪他，跟到他家。每次他回头看我们都很紧张。她要笑我都会说不要笑那么大声”，“没有一个好朋友可以陪你那么二”。

3. 向往真诚轻松的人际关系

90后成长时，多处于居住环境的迁徙，父母关系的变化，很早领略了人情冷暖。他们也透过社会化媒体，更多知道社会关系和人际关系的复杂。

他们希望人际关系，不管在学校还是工作场所，是真诚的，不用勾心斗角，恶意竞争，能保持自己的原有的样子，而不用带着面具对话，轻松有趣。

刚毕业的小刘，去上班前就被姐姐告诫“不要什么话都说，注意什么话该说，什么话不该说”，“话多必失”。小刘一方面相信过来人姐姐的告诫，另一方面也难以改变自己心直口快、爱表现自己观点和想法的个性，常常在表达完自己观点之后感到惴惴不安，“自己是不是说太多了？”也常常和身边的朋友讨论自己上班的言行，感慨“要是上班之后还能做自己就好了！”。

2) 焦虑

对这些90后来说，找到新朋友成本很高。很多人后来宁可选择宅着，也不愿意去社交，嫌麻烦。很多90后形容自己慢热，熟人面前话特多，陌生人面前一言不发。

1. “太费时间”，不如做自己的事儿

90后经常面临的情况是，身边的人各自有各自的人生道路，性格爱好，各有各的观点看法。很多时候，从理性角度计算社交的成本和产出，这种差异性，会导致别人不愿意花时间在我身上，我也不愿意花时间在别人身上。

上海大学的大三学生小林，发现平时和人聊天，自己说的别人不一定感兴趣，也便懒得勉强和别人聊。想聊天的时候就会去玩DOTA，“在游戏里，大家都对游戏感兴趣，聊天就很开心”。一天当中会花很多时间在Dota里，寝室的室友看到他是戴着耳机的沉默背影，很可能他正和游戏里的同伴聊得起劲。

2. “太多评价”，做自己才有压力

即使愿意花时间，要达到真正的相互理解，90后感觉也很难。因为各自观点和想法存在差异，兴趣不一样，而在沟通过程中，很多时候缺乏真正的尊重和聆听。很多人害怕被评价，也并没有真正开放的心态去接受不同的看法。

武汉工程大学的小纯，大二的时候和一个同学一起在学校组织了一个社团。社团的发展遇到了一些问题需要开会商量，结果自己和另一个组织者都很忙，约定开会的时间总是被不断推迟。后来两个人经常为这件事吵架，相互指责没有为社团贡献足够的力量。最凶的一次，她和对方打电话吵了一个多小时，电话没钱了，下楼充了电话费，接着吵。吵完架之后，自己很伤心，但也开始反思，“开始想对方说的话，开始思考自己到底为组织里的人做了什么，到底自己如何影响了别人。”

3. “太多利益”，难以建立信任

不管在学校还是工作场合，90后仍然面对相互之间的激烈竞争。人与人之间不容易形成信任。

在同龄人中交游广阔的小天，认为认识新朋友意味着新的可能，所以对新朋友的态度相当开放。人人网上加他不用验证，并且可以在上面找到他的手机号，微信上的朋友有三百多人。他主动认识的朋友中包括各种学生组织骨干、富二代官二代，“相对有资源的人”。在高中的时候就见识过为了竞选和获取利益而内斗、欺骗的他，在对新朋友保持态度开放的同时，也对自己的内心真正想法有所保留，“人与人的关系比较微妙”，“很难做到完全的真”。

3) 实践

1. 藏匿二次元

二次元不等同于网络世界，网络上有大量来自线下真实世界的内容和话题。二次元是围绕动漫，视觉，游戏，影音，偶像等在内的兴趣点，聚集大量的内容，形成了有序的文化生产和消费机制，人际关系和游戏规则，由此构建了年轻人专属的社会空间。

二次元世界，强调基于共同的话题和兴趣点，通过原创表达去获得关注，获得存在感和归属感。这里没有三次元真实社会的残酷话题，同时也主动地不与三次元发生关系。

同时，二次元世界有强烈的情感投入和表达方式，无论是角色扮演COSPLAY，还是成为一名粉丝，都可以帮助年轻人获得强烈的释放感和归属感。

2. 刷存在感

在网上，通过原创，评论，转发等方式，获得身边人和其他人的关注。

- 频繁转发：为了让自己被更多人看到，得到更多人关注和回应。
- 频繁刷屏：比如在动漫网站bilibili，允许大家在看视频的同时发表评论，评论会实时出现在屏幕上。每个在线视频都会有大量网友集体刷屏，为的是能看到自己的话出现在众人的评论中，获得众人狂欢的感觉。比如，不停地更新社会化媒体个人状态，持续刷屏，希望能看到其他人的回应，转发和评论等。
- 随时吐槽：指从对方的语言或行为中找到一个漏洞或关键词作为切入点，发出带有调侃意味的感慨或疑问。
- 统一格式的表达：通过统一的表达方式和格式，表达与某个群体一致的观点和情绪，获得视觉上的冲击以及情感上的归属感。

3. 拓展线下社交

越来越多的年轻人，开始探索城市里面的各种线下社交机会和空间。他们通过真实的见面，相互的聆听，寻找志同道合者。全国各地的青年空间，生活方式为主的社交空间，各种分享沙龙活动，都在逐步增加。

4. 24小时随叫随到的陪伴

每个人都以自我为中心，希望自己需要的时候有人可以陪伴。但是现实上身边的人没有时间，距离太远，或者不愿意付出陪伴。解决的方法包括：

- 使用科技沟通工具：使用微信等通讯手段，和自己的闺蜜，兄弟等亲密朋友随时沟通。
- 养宠物：越来越多的90后开始养宠物，通过与宠物的互动获得情感上的陪伴。这些宠物的类型，已经从猫和狗，拓展到爬虫类等很多类别。

5. 亲密感消费

闺蜜，兄弟，男女朋友，父母亲人，这些

离自己最近的社会关系，也是最能容纳自己完整个性的人，不管优点缺点，他们在包容，理解，真的关心，在乎，还能陪伴自己。因此，90后各位重视亲密关系，并且开始增加大量消费，去表达，沟通和维系情感。

- 随时随地的分享：不只是停留在节日去赠送礼物给对方，而是随时的想让对方也能分享到自己喜欢的东西。
- 为对方挑选产品表达“我懂你的喜好风格”的默契：比如给喜欢香水的的朋友买了符合她个性气味的迪奥香水；给闺蜜挑适合她风格的衣服；给好朋友的奇怪兴趣爱好买一些周边限量版产品。
- 购买同样的或者可分享的产品：比如情侣鞋和睡衣，家庭旅行计划等。比如在Nike买了一双DIY鞋，鞋扣选择印上自己和女友名字的首字母。比如和女友第一次逛街时，买一对小猫陶瓷公仔，一人一只留作纪念。
- 使用放大和记录亲密关系当中的重要时刻的工具：比如恋人彼此手机上的“倒计时”应用，记录着双方的生日，开始谈恋爱的日子。每天，这个应用都会弹出来一个数字，告诉俩人已经在一起多长时间。

6. 花更多时间和父母在一起

90后对家庭和亲情的重视，远甚于80后。他们愿意花更多时间和父母在一起。

- 主动选择离家更近的地方去上班：比如广州的小蔡和她的几个闺蜜，在报考大学的时候都主动选择了广州及周边“可以一天来回”的城市，这样“家人想念的时候就可以马上来看我”。
- 增加跟父母沟通的频次：比如很多90后都喜欢和父母煲电话。无锡的大一女孩小魏，每天都要和母亲打上一两个小时的电话，彼此分享对方的生活。遇到什么问题也愿意和母亲倾诉，听她讨论该如何解决。

8 善良微光

世界残酷，维系善良

“爱所有人，相信很少人，不伤害任何人。”

这句莎士比亚名言，是一个90后写给我的，他想分享给同龄人的话。

90后更为关注自我，聚焦在个体小世界，而较少关心社会问题。他们对社会的期待，也来自对个体的视野。在社会参与上，90后向往从自身做起，从身边开始改变世界，心怀希望。他们希望世界里的个体，都能是无害的，保持善意和包容，他们希望这个世界，能公平而专业。

他们焦虑的是，不公平的状况会延续，而自己所做的看不到结果；也焦虑自己会被社会改变丢失善良，而嘈杂的声音仍然无法让人建立信任。

在具体实践上，大多数90后看上去并没有太多社会参与的行为。他们也时常在社会化媒体上看到形形色色的问题，有时也会为之触动，但是相比80后，90后在“转发”上更加谨慎——他们会保持质疑，不想成为谣言的传播者，他们也不想仅仅传播一种情绪，而无实质性的影响。一小部分90后，或者是因为对某些社会问题的强烈好奇心，或者是因为亲身经历了一些不公平的待遇，开始研究其原委，甚至进而和相关的社群或者部门去探讨。他们中的一部分人，最终采取了行动。这些行动者，相比80后表现出更强的行动力，会更积极地调用商业机制和专业力量进行社会创新。

相比之下，曾处于同样年龄阶段的80后，因为社会化媒体尚未繁荣甚至没有出现，他们对社会的认知相对单纯，仍然保留了自己承担一点社会责任，大家一起改变社会的憧憬和乐观想法。80后参与社会的方式，集中在充当志愿者，理性的思辨和调用商业等方法，也尚未出现。此外，80后关注的社会问题本身，往往和个体生活之间的直接关联度相对较低。

1) 向往

1. 向往个人正能量，社会善意而美好

90后向往不管外界社会环境怎么样，自己能在日常生活中保持和传播正能量，获得向上和希望、让生活快乐和幸福的动力，并且以积极乐观美好影响身边的人。向往总是能看到事情好的一面，不抱怨；总是能积极行动，做力所能及的对生活和社会有所建设的事情，不停留在口头上；总是能捕捉和珍惜生活中的小

美好和小善意；在表情，语言，行动等与人相处的方式上，让人放松和温暖；不吝于分享。

相应的，90后也向往整个社会能少些戾气，多些善意，少些悲观抱怨，多些积极乐观，给人希望。

“最近心情平静许多，每天作息规律，偶尔熬夜都不得不服老，之前常用上课的时间思考什么是自由，每天到底快不快乐？！自己的答案是现在的生活束缚太多，想的过多，实际行动的少之又少。不是最理想的生活状态，却不得不安于现状，每天莫名心里烦躁，整天抱怨，动不动就骂娘，浑身戾气，好想和这样的自己说byebye。每天睡觉之前，想想自己心里闪闪发光的事物，汲取一点正能量！”——某90后的人人网状态

2. 向往个人明辨是非，社会理性而专业

几年前，转发改变社会是一种共识。现在，面对越来越混乱和多元的信息源，90后向往自己不能被情绪冲动轻易主宰，而是运用理性去明辨是非，了解事实真相。相应的，90后也向往整个社会可以用更合理和更专业的方式去解决当下的社会问题。

中山大学大三学生小路，崇尚质疑精神，认为什么事情首先要求真相，才能做自己的判断，不能盲从，支持理性运动而非动不动就搞社会运动，认为社会运动非体制化，太浮躁。‘很多社会运动的发生非体制化，有它的随机性和偶然性。很多时候是从结果上去否定，而不去看过程是否有可能去修正。如果可以换螺丝钉何必一定要去换机器？’她用理性行动为政府城市规划建言，并且希望能影响更多人理性关注。在看到广州芳村新的规划案后，先找到了规划院的朋友了解其中的原因，在高反馈期还有两三天的时候将自己的看法发了长微博，并且@了一些记者朋友。有人看完之后情绪激动，会骂政府骂规划师，自己则态度温和地规劝，“规划师其实也是夹心阶层，没有主导权”，“政府不是那么傻，有很多原因本身不是群众了解的”。

3. 向往个人了解且要求权利保障，社会自由而公平

90后不关心政治，但关心权利。他们向往能够清晰了解与自己实际生活相关的权利，

比如高考，就业，城市规划等，也希望这些权利能够得到保障。相应的，90后也向往整个社会是自由而公平的，能保障个人的尊严和权利。

近年来，社会上有许多90后维护公民权益的案例。广州中山大学的小路，有一次到太古汇逛街，因为蹲下来看一只小猫受到保安的劝阻，回去之后马上发微博询问媒体上的朋友，“我承认任何场所都有其行为规范，太古汇作为高档消费场所要维持其形象，但我又不是在这吃喝拉撒，看一只小猫都不行？我想知道太古汇主体建筑以外的人行道广场是否属于私有物业范围？”

2) 焦虑

1. 质疑影响力：“看不到结果，不知道到底有用吗？”

90后已经不相信社会能够被一个人所改变，不去关注自己够不着的国家事务社会问题，对社会的参与转变成日常生活中的一些轻量小行动。这些小行动，并非出于道德压力，而是感同身受希望帮助，比如通过支付宝为地震捐款，在网络上参与救助流浪动物。对于自己的参与或付出，90后相当认真，关心结果，希望看到改变。

但社会上太多关于社会责任事件的负面新闻，如善款据为己用、善款遭到浪费、项目无疾而终，以及参与的项目过程本身的不透明，使得90后的参与往往伴随着疑虑和质疑，不知道自己的参与或付出是否发挥了作用，自己的影响力到底有多少。

北京城市大学的媛媛，平时不太参加捐款的活动，“因为不知道这些钱会去哪儿，被怎么用”。有一次从人人网上看到一个流浪狗的公益活动，做这个事情是自己认识的一个妹妹，就顺着链接去淘宝支持了20元钱，也帮忙号召身边的同学帮忙，后来发现不是她妹妹直接管理这些钱，是帮别人筹钱，“知道以后特别后悔给了这个钱，因为这样就不知道这些钱是不是真的给了流浪狗了”。

2. 缺乏信任：“声音太多，没法相信。”

90后生活在一个信息爆炸的环境，信息来源多元而混乱，面对同一件事情，也会有来自不同方面和角度的声音。

另外一方面，不仅信息太多，而且争论太多。微博大V如方舟子、薛蛮子等时常针对各种社会问题进行论战，彼此有理有据观点迥异，引起争议。

对于让自己感同身受的社会问题如环保、卫生、食品、流浪狗救助等，90后希望能够参与关注，并且能够理性地做出回应。但面临信息太多争论太多，90后难以选择到底要相信哪种观点哪种说法，只能看完了所有依然感到困惑，或者是选择不看保持距离与冷漠。

人人网上某90后将微博上的争议事件截图放在人人相册，并且求理性分析，“刚刚在微博上看到的，谁来告诉我中国这个社会怎么了？为什么这么黑暗？看了又伤心又愤怒，都睡不着了，我总觉得事情不致于没有公理到如此，是不是舆论导向问题还是真实情况？求理性派帮我分析一下！”

3. 本性丢失：“竞争激烈，我被社会改变了。”

90后向往善意美好的社会，期待自己能够做一个无害善良的正能量携带者及传播者，但90后面面对的是一个竞争激烈而资源有限的社会，为了更好的生存，善良难以维系。90后在应对竞争激烈的同时，也焦虑于人的善良本性的丢失。

“现有复旦投毒，前有清华的铊中毒，还有数不清的下辈子在阴暗角落不为人知，感觉现在的大学也不是表面上那么青春阳光，竞争激烈则心伤身伤重则毁人一生”。复旦室友投毒事件发生后，大学生就善良人性的丢失进行评论，微博、人人网也开始流行“谢室友不杀之恩”的各种调侃。

3) 实践

1. 帮助和关爱朋友

与其改变社会，不如帮助朋友。社会大的议题离90后有些遥远，他们的有爱行动从朋友圈开始。

- 在朋友圈里面分享和传播正能量：如有意识地不发抱怨帖，转发分享榜样故事。

- 跟随和带动朋友一起行动：发现一些自己或者身边朋友面临的问题，通过一些小的行动去尝试解决。比如，一起相互鼓励锻炼身体等。

2. 谨慎思考再发声

90后惯常质疑，面对社会参与的问题时也不例外。在他们看来，盲目的出于情绪激动而转发，反而有时候会被利用。他们认为只有自己的亲身观察和体验才是靠得住的。

- 花时间了解真相再发表自己的看法
- 弄不明白就不去谈论，减少可能的坏影响

3. 感同身受再行动

90后对很多传统的社会公益项目觉得有点“无感”。这个世界上需要帮助的人很多，90后不太会迫于道德压力盲目参与。他们只有在真正觉得一件事“走心”了的时候，才会有兴趣参与。90后关注的社会问题，往往是影响自己的切身利益与生活的，或者是自己亲自观察和体验过的。

4. 推动社会创新

90后中的积极行动者，更关注一个公益项目是否能持续运作并且带来影响，自己在其中能发挥多大的作用。对于传统的志愿者或NGO组织，他们的兴趣越来越小。他们想成为解决身边社会问题的Change-maker，推动社会创新。

他们认识到商业机制的专业与效率，开始调用商业机制，并结合多种职业学科的视野和方法，专业地、创造性地去解决问题。同时他们也关注可持续性，包括整个事情是否能可持续地进行，以及个人在其中的兴趣与参与是否可持续。

9 品牌启示

从鼓动到感动的同理心

这个时代，是个体社会崛起的时代，是每一个普通人都向往建立完整个性，在获得科技助力同时也面临新的社会局限的时代。对品牌来说，获得90后年轻人的关注，建立品牌

忠诚度，已经变得越来越困难。

年轻人渐行渐远的探索自我，对品牌提出了新要求，也给予了新机会。所谓的机会，来自品牌是否能感同身受90后年轻人在个体社会崛起进程中的向往，焦虑和行为转变；来自品牌是否能在只关注年轻人消费者身份的消费主义逻辑之外，注入更多关于整个个体的视野和责任感。

在一个不确定的年代，品牌的未来，是做一个有同理心的品牌，陪伴和帮助更多普通年轻人个体成长实现安身立命。不只是广告沟通，更通过产品和服务，让一个普通人过上不普通的生活，拥有对自己生活的掌控感，不孤单有归属感，还能相信改变与未来。做有同理心的品牌，也意味着要转换视角，放弃作为旁观者的鼓动，而转向作为同行者的感动。

过去几年，品牌呼应社会变化和年轻人向往，号召年轻人要敢于梦想，又鼓励年轻人要敢于行动。品牌的角色仍然是旁观者，把一切归结为勇气，鼓动年轻人去冲破障碍。但年轻人对此却没有太多回应。因为社会化媒体，90后年轻人比品牌更早知道当下的情境，包括自己的向往与焦虑。对于个体困境，鼓动者无法带来直接的价值。在一个不确定的年代，年轻人需要的是同理心，而不是抹掉个体差异和可能的局限性，一味的鼓动。一次口号式的鼓动，可能提供的只是一次窘迫的有压力的提醒。按照年轻人自己的话来说，“我希望有人感同身受，可以指点我的生活，但不希望有人对我的生活指指点点”。

因此，从鼓动到感动，意味着品牌的关注点，要回到普通人，着眼于理解日常生活中个体的冲动与局限。感动，意味着以情感的表达和释放为中心，提供缓冲与慰藉，而不是理性论断与施加压力。感动，意味着一个能够感同身受，重新激发心灵的身边榜样故事，而不是难以共鸣的成功学样本。感动，意味着一次次能够让人平静，去讲述自己从而肯定自己的机会，而不是距离遥远的对他人的艳羡和恭听。感动，意味着一个温暖人心的真切体验，简单易行的方法，借以感受和重建生活，而不是用高不可攀的未来画饼充饥。

除了从鼓动到感动的视角转换，一个同理心的品牌，还需要实践自己的具体社会角色。

对应90后在个体成长时的四个重要向往与焦虑，品牌可以成为生活创新者，兴趣养成者，关系粘合者和社会改变者。这四种社会角色，也定义了这个时代有文化领导力的品牌，所需要具有四种能力和品质。

1) 作为生活创新的品牌

90后把个体建构的重心放到了当下，生活成为承担当下的关键。作为生活创新者的品牌，能给他们带来直接的价值。

从代表我的梦想到带给我好的生活：品牌热衷于深入了解年轻人梦想，并试图通过沟通，让品牌能代表年轻人的梦想，即便自己的产品和服务与这样的梦想之间没有联系，也不惜为年轻人大声疾呼。结果是，年轻人觉得这样的品牌沟通空洞乏味，无法了解产品本身会对自己的生活有什么意义。

对于90后年轻人来说，建设好日常生活，这就是他们的梦想和人生意义的体现，他们首先关心的是，品牌能具体带给自己什么样的日常生活，其次才是这样的日常生活与自己其他的梦想还可能具有怎样的联系。因此，品牌在沟通中应该更加更着重于清晰而具体的描述“好的生活”，其次再谈及这种生活与哪些梦想有关，而不是本末倒置。

从向往生活的符号化呈现到日常生活的情境化讲述：之前品牌的沟通，习惯超脱口日常生活，以符号化的方式，完美呈现生活方式。这样的沟通，要么让年轻人觉得“无感”，要么就是显得过于“装逼”。90后理解的品质生活中包含了日常生活的丰富情境和细节，是对普通人的日常生活的美好讲述，“我不是想装，这就是我的生活”。

品牌的沟通，要讲述普通人的日常生活情境。这种讲述是美好的，但不会因为过于完美而失去日常生活气息。要让人感觉到是我想要的，同时也是我的生活。

从买来的生活到创造的生活：在品牌的惯常沟通中，消费者是受用者的角色。真正让90后喜欢的品牌，不仅擅长把过好生活这件事情，细致地娓娓道来，还会提供机会，让年轻人感到自己在一手一脚地把生活创造出来。这意味着品牌需要在沟通，产品和服务上提供参与创造的空间，动手建设的可能。

从年轻人专属到跨年龄和阶层的享用：传统上定义的“年轻人市场品类”，集中在运动服饰，科技产品，零食饮料等品类，在价位上倾向于相对便宜的定义。90后相比以往的年轻人更早地开始建设自己的品质生活。他们感兴趣的已经不局限于这些品类。

今天，更多的品类有机会开启年轻人市场的潜力，比如家具、小家电、汽车等。同时，相对奢侈的品类和品牌，比如跨国旅行、奢侈品牌等，通过提供分期付款等金融服务，将进入更为低龄的消费群体。

从多元的选择到小而美选择：过去品牌侧重提供更多的选择，来满足年轻人的个性需求。一个品牌涉足过宽而不精，是无法满足年轻人对品质生活的要求的。今天，年轻人越来越欣赏那些在某一细分领域有专长的品牌。不需要大品牌，但一定是精细的有品质的。恋物文化之下，产品和服务需要更尽心血，承载更清晰的意义和情感。

作为生活创新者的品牌，最佳的一个案例是宜家。宜家现在已经成为很多年轻人倾心的品牌。宜家从不高谈梦想，它所讲述的美好生活，从来都是普通人的生活。在宜家的沟通中，年轻人看到的是自己的日常生活。宜家引导年轻人去自己动手，建设自己的生活，品牌提供的是工具和指导，最终的创造由年轻人自己完成。从家具、到小装饰、到厨具，宜家描绘的是年轻人向往且可以抵达的生活，提供有设计感、精致的多种选择，以及年轻人买得起的价格。

2) 作为兴趣养成者的品牌

因为这一代人对自我的探索已经深入到兴趣，工作和独立思考，并且以体验为重心，这意味着传统的产品和服务形态要发生大的变化。品牌的角色不再是提供光鲜的标示，而是提供切实的工具和方法，亦师亦友，陪伴年轻人去探索和实践自己的兴趣。

从指导和鼓舞年轻人的价值观到讲述和实践品牌自己的价值观：个体时代，没有价值观的品牌，将不会被记住。今天，很多品牌高谈年轻人的价值观，却不去沟通自己的价值观和实践。向往深度自我的90后，钦佩的是身边的大神。品牌需要成为一个大神——“做自己”

认定的事儿，喜欢的事儿，并且坚持做好”。只有品牌本身具有故事，有愿景和价值观，才能作为一个独立个体存在，也才能吸引年轻人的关注。

从一个产品到一种兴趣：今天，有很多品牌意识到自己卖的不是“产品”，而是“生活方式”。在这种意识形态下，品牌侧重沟通而不是服务和产品，在沟通中又侧重代表某一种生活方式的“符号”，而非真实的日常生活的体验。仿佛拥有了一个品牌，就拥有了一种生活方式。

在今天，90后不再满足于生活方式的模仿，他们向往的是围绕自己的兴趣建设生活。相当多的产品和服务，都有可能成为年轻人培养兴趣，认识自我的开始。这意味着品牌要有能力把自己的产品和所在的品类，转换为一系列的興趣养成方案，而不只是生活方式的象征物。具体来说，可以提供围绕核心产品拓展兴趣的周边系列产品；提供大量参与式体验的机会；提供情感宣泄和表达的机会；提供个体故事讲述的机会；提供创造和获得成就感的机会。

从以信息为沟通到以体验为沟通：90后向往深度自我，他们渴望独立思考，惯常质疑，执意以亲身体验作为形成信任的基础。很多品牌意识到，要取得年轻人的信任越来越难，并绞尽脑汁在如何改善自己的沟通，以期获得更大的信任。其实，对于年轻人来说，无论你怎么说，都只是说说而已。他们相信自己经历过的，或是其他和自己一样的年轻人经历过的。品牌要把沟通更多转换为年轻人直接和间接的体验，强调通过体验去沟通核心的信息。

从售卖产品到建立习惯：很多品牌抱怨今天的消费者忠诚度太低。其实，年轻人自己又何尝不会经常抱怨自己没有长性啊。兴趣的养成，生活的管理，都面临如何帮助年轻人形成习惯自主管理的挑战。这要求品牌把使用产品的门槛降到极低，提供日常化的工具，帮助习惯的养成。

作为兴趣养成者的品牌，一个最佳的案例是，过往两年，Nike 推动了跑步文化在中国年轻人群体中的逐步兴起。Nike 以培养跑步文化而非卖跑步鞋为目标，在产品之外，大量通过线下跑步活动，提供真切的体验，培养兴趣社群，以 Nike+ 为主的跑步工具和相关教程，逐步让跑步成为很多年轻人的习惯。

3) 作为关系粘合者的品牌

中国的城市化还将要进行几十年。社会的原子化，人际关系的冷漠，各种社会组织和关系的重新建立，对于普通人来说，归属感的寻求，仍然将是重要话题。“独而不孤”这个90后已经开始展现出来的核心向往，还会持续很长时间。对品牌来说，这不应该只停留在品牌沟通上，而是以产品和服务的形态，一方面守护90后的独，另一方面帮助关系的粘合和建立。

从礼物到分享：每逢节假日，很多品牌都在提供作为“礼物”的产品促销。

然而，90后更为热衷的，不是在特定节日作为礼物的赠与，而是在日常的分享，促进随时随地的连结、沟通和表达。比如，好朋友买同样款式的衣服。

从产品和服务的角度来说，可分享性具有了更大的重要性。

从大社区到小圈子：今天社群多，每个社群成员也多。许多品牌都尝试过建立社区，但成功的案例不多。90后所期待的存在感，越来越难以在人数众多的线上达成。另一方面，在一个规模很大的社群里，个体仍然感到渺小“透明”。品牌如果想要建立社群，应该提供小圈子，私密化社交的机制。对新加入者来说，一加入就有个小组织可以归属；同时，通过形成固定的日常关系，可分享的话题，更深入的理解，和日常的陪伴，给每个人被关怀的感觉。

从线上的归属感到线下的亲密感：过往十多年，原子化个体通过网络所形成的线上社群，到现在主流的真实关系形成的社会化媒体网络，人们的关系塑造，已经进入到底线突破的临界点。线上已经给很多人提供了认同和归属，但线下提供亲密感的加强。面对面的交流，固定的场所，定期的活动，线下的互动和体验，是打造品牌关系粘合者角色的重要一环。

从叛逆出格到众人中的独处：过去品牌理解的冲突是，社会对很多叛逆出格的个体有限制，认为年轻人向往去表达自己的独特，冲破束缚，标榜与众不同。很多品牌于是在沟通中强调鼓励年轻人的特立独行。但独而不孤的重点，并不是把自己的独特表达给无关紧要的任何人，招致没有意义的评价，而是关注在自己，给自己营造一个不受打搅，不用比较，认真享受的私人空间。一个人不想混然众人，但也不

代表想叛逆出格。

越来越受年轻人欢迎的品类与独处有关，与享受“一个人待会儿”的私人状态有关。比如，戴上耳机，找个地方呆着，一个人跑步，阅读等，现在正在越来越流行。

从传统式的悲情感到平等轻松娱乐的亲情：很多品牌已经在重视回归家庭的沟通，但时常免不了陷入悲情感恩的套路。90后相比以往的同龄人，确实表现出了对父母更强的依恋。与此同时，他们更早熟，跟父母的关系，更为平等轻松。品牌所呈现的亲情，也应该是与时俱进的，更为平等而轻松有趣的情感表达。

4) 作为社会改变者的品牌

中国未来的很长一段时间，还将面临很多社会问题的挑战。一方面，CSR(企业社会责任)有更大的机会，可以建立年轻消费者对与品牌的情感连结。另一方面，传统的企业CSR项目，很难再赢得他们的瞩目。90后关心自己和身边群体的相关问题的解决。他们相信解决问题的“改变者(change-maker)”，多过传统的慈善家。

从关注弱势群体到解决身边问题：过往CSR项目集中在对社会弱势群体的关注。但是，这样的活动已经很难引起关注，更难以吸引参与。对90后来说，他们更关注自己能感同身受的，来自自身的问题。不仅有关心，也能直接看到结果和影响力。品牌需要重新界定当前90后关心的社会问题。年轻人关心的，与他们相关的来自自身的问题，就是今天的社会问题，也就是今天企业CSR的新方向。

从改造社会到改造自己：过往CSR项目，大部分致力于解决外部社会问题，而与本企业自身运营，产品和服务无关。然而，90后已经很少会被这样的公益行为打动。90后相信善良微光，善行的可持续。他们期待品牌从自己的产品服务，从自己商业日常运作入手，成为一个受尊重的品牌。未来品牌只有从自己的内部管理，企业文化，生产和销售流程等日常环节入手，成为一个包容个体的、对社会影响力有意识、并且实事求是的沟通自己的日常实践的品牌，才能够获得年轻人的爱戴。

10 结语

信、望、爱

五年前青年志成立时，我们在《青年志宣言》中写到，“我们这些年轻人，不管是出生在80年代，还是90年代，都是全球化的孩子，互联网的孩子，脚下这片土地的孩子。我们成长的年代，是不确定的年代。我们面对的世界，是一个日渐富足，但愈发让人混乱和不安的世界。不确定的年代，意味着难以把握的风险，更难以建立的信任。对于个体来说，最难的事情，是在不确定中，明了自己的身份，热情，方向和梦想，探寻生活的意义。”

本次的研究，我们描述了90后青年在不确定的社会里，对个体状态的向往，也描述了此中的焦虑以及当下的实践。以当下的日常生活为基础，以一种向内的方式，他们正在尝试构建自己的个体小世界。90后所向往的品质生活，深度自我，独而不孤和善良微光，是在现有小世界设定的疆界里，所能看到的天空。尽管并没有设想的广阔，但我们已经能见到其中闪耀的星光。不确定的年代仍将持续，但中国的个体崛起已经是无法阻挡的事实。

也许这样的90后年轻人个体，距离他们

自己和别人眼中的自由与独立仍有不小差距。但我们还是相信，不管80后还是90后，年轻人有自己独特的基因，一代人有一代人的方式，去塑造自身独特的个性，找到和这个世界相处的方式，也最终会推动社会的变化。

当然这个过程并不容易。对个体化进程中个体面临三大命题的回答——安全感的获得，对日常生活掌控感的获得，个体归属感的获得，需要把个体世界的疆界，放在更为广阔的天空，不断进行审视和重新划分。也就是说，向内和当下日常生活的选择，是第一步，却无法是全部。

重新设定和扩展个体小世界的疆界，必定有风险。我们也能感同身受其中的怕。个体自我和制度支持的欠缺，都不是一时一刻能解决的问题。在不确定时代，对于正在崛起的个体，信望爱，来自古老宗教的要义，仍是可参照的原则。

信，是要相信，要有信心和信念，要执着。要信仰年轻，相信荷尔蒙的直觉与代际的基因，不停止探索和找寻人生意义，义无反顾地行动和生活。望，是要对未来抱有希望，心存高远，而不止于当下。爱，是要付出和舍己。不只是保全个人，爱自己，也学会爱他人，真正尊重和理解，有付出，有努力。

“我们相信，我们有太多的理由，要比品牌，媒体，机构，更多和更早期地去明白，我们自己所处的年代里，我们的爱和恨，我们的恐惧，忧伤和向往。学会去拥抱这些情绪和思考，和更多年轻人一起若有所思，若有所感。”

信仰年轻，做一个不恐惧，幸福的年轻人。

青年志介绍

青年志(China Youthology)是一个研究团队。青年志以社会学和人类学为根基，通过创新的研究方法，专注于中国青年群体和青年文化的研究，提供具有启发性的中国青年人洞察，并协助洞察的应用，以激发行动。2008年7月成立至今，青年志服务于耐克，百事，谷歌，欧莱雅，奔驰等近30个国际品牌，提供营销，沟通和创新等方面的研究和咨询。同时，青年志创立了针对年轻人的“开放青年志”非盈利平台，设立中国青年观察、黄油青年会议和青年文化实验室等项目，并在北京和上海提供免费青年空间“青公馆”，致力于给年轻人带来更多价值。

青年志网站

www.chinayouthology.com

青年志邮箱

info@chinayouthology.com

开放青年志网站

www.openyouthology.com

青年志微博

@青年志 OPENYouthology

摄影师介绍

本专题摄影师高山刚(Go Takayama)出生于日本，在美国念书和工作十年。为了更好的了解亚洲诸国的地域文化及其联系，增进文化交流，自2010年，高山刚来到北京，持续关注与拍摄当地青年文化。目前他是一名自由摄影师。青年志之前在《城市画报》刊登的封面专题《中国普通年轻人》也由他拍摄。高山刚的博客

www.gotakayamaphoto.com/

关联阅读



90X：2010年9月，《城市画报》推出封面专题《90X 90后人间关系切片》。X，代表未知数，也代表关系，cross over。这是一批在中国市场经济和互联网均日益成熟的时代中成长的年轻人。我们承认对他们并不了解，但也坚信：必须与90后建立人间关系，否则，就会跟世界失去联系了。



谁是中国普通青年：2010年10月，《城市画报》与青年志联合推出封面专题《谁是中国普通青年？》，首度全文刊发报告《中国普通年轻人：中小城市的年轻人文化》，关注三四线城市年轻人的青春、梦想与渴望。

“同学们都在忙，我如果自己闲下来，会觉得自已没用”

出国 Gap Year lonely planet 番茄钟 迷茫 专注 熬夜 三分钟热度 饭祷爱 自我发现，使命达成 to do list 生活压力 饭祷爱 熬夜

膝盖中箭 深度 穷游 占星 模联 深度 孤独思考 拖延症

“我不会重走别人的路，还是要按照自己的方式走自己的路”

三个傻瓜 兴趣 奔跑 充实 青年空间 专注 让青春长一点 一个人去旅行 上课真耽误学习 小透明 自我 出国 上课真耽误学习

乔布斯 follow your heart 出国 自我发现，使命达成 模联 不如去闯 战胜拖延症 占星 大神 占星 番茄钟 乔布斯 三个傻瓜 青年空间 心理学 生活压力 韩寒 坚持 上课真耽误学习 兴趣 膝盖中箭 坚持 不忘初心 三分钟热度

“我不会重走别人的路，还是要按照自己的方式走自己的路”

大神 战胜拖延症 打卡睡觉 上课真耽误学习 饭祷爱 “同学们都在忙，我如果自己闲下来，会觉得自已没用”

熬夜 AIESEC 打卡睡觉 寿司之神 深度 自我 “同学们都在忙，我如果自己闲下来，会觉得自已没用” 充实

饭祷爱 专注 寿司之神 青年空间 Gap Year 战胜拖延症 独立思考 自我 follow your heart “我不会重走别人的路，还是要按照自己的方式走自己的路” 坚持 充实

“一个人再光辉的历程，也不及一群人在一起2B的日子”

独而不孤

孤独个体，重建联系

“你不是一个人”
《论集体宿舍的有害性》

YY 哈哈党
“闺蜜眼中的疯子，陌生人眼中的淑女”

刷存在感
YY 哈哈党
“闺蜜眼中的疯子，陌生人眼中的淑女”

孤单

“闺蜜眼中的疯子，陌生人眼中的淑女”

YY 哈哈党
“闺蜜眼中的疯子，陌生人眼中的淑女”

YY 哈哈党
“闺蜜眼中的疯子，陌生人眼中的淑女”

YY 哈哈党
“闺蜜眼中的疯子，陌生人眼中的淑女”

YY 哈哈党
“闺蜜眼中的疯子，陌生人眼中的淑女”

YY 哈哈党
“闺蜜眼中的疯子，陌生人眼中的淑女”

YY 哈哈党
“闺蜜眼中的疯子，陌生人眼中的淑女”

宅

累觉不爱

闺蜜

奋不顾身

“你不是一个人”
《论集体宿舍的有害性》

YY 哈哈党
“闺蜜眼中的疯子，陌生人眼中的淑女”

YY 哈哈党
“闺蜜眼中的疯子，陌生人眼中的淑女”

闺蜜

奋不顾身

奋不顾身

“你不是一个人”
《论集体宿舍的有害性》

YY 哈哈党
“闺蜜眼中的疯子，陌生人眼中的淑女”

YY 哈哈党
“闺蜜眼中的疯子，陌生人眼中的淑女”

“一个人再光辉的历程，也不及一群人在一起2B的日子”

恋物、购物、念物

陈玉洁
重庆科技学院
艺术设计专业
大一学生

重庆



对玉洁来说，不管做什么，一定要是自己感兴趣的，“如果是自己感兴趣的事情，不睡觉也可以；如果不喜欢的事情，每一分每一秒都在敷衍”。

玉洁不化妆，但她喜欢涂口红。对她来说，全套化妆太复杂，口红代表了关注细节，是“精细的装扮”。而涂鲜艳的口红也代表了特立独行，与众不同。有一次她和一群朋友出去，涂了一个很艳的口红，“红得像流血一样”，穿了一个工字背心，牛仔裤，一双拖鞋，披着很长的头发。朋友们也打扮得“很夸张”，有人穿了民族风的长裙，有人穿了草鞋。在重庆的观音桥，路人朝她们发出“啧啧”的声音，“我们都不在乎，装作没看见一样”。

玉洁特别喜欢鞋子，一定要把自己的鞋

子擦得很干净才出门。她买过最“奢侈”的鞋子，也买过“最值”的鞋子。最“奢侈”的鞋子是一双 LV 的鞋，是她用自己挣的钱买的。一般的 LV 都会看见 LOGO，但这双鞋是黑色的，“恰好看不到 LOGO”，“全手工，做工非常好，穿着也特别舒服，很低调”。有一次她把鞋子放在实习的公司，不慎遗失。她特别难过，“那是我自己买的鞋子，而且我非常非常喜欢它，就这么没了，再也买不到了”。她为这双鞋子画了幅画，用心地写了文字贴在微博作纪念，“在别人眼里，你只是一双配不上你风光品牌的黑鞋子，事实上我却从来没有在意你的背景，只是莫名其妙的爱，每一步都走得踏实。”

最值的鞋子是一双从淘宝淘的 Zara 的平底鞋，37.9 元包邮。当时马上在 QQ 上

给几个好朋友分享，收到快递后也让室友们来看。朋友们觉得她老在淘宝上捡便宜，总能买到便宜又好的东西。而对于她来说，“诀窍就是有耐心”，找一个东西她会一页一页看，“同样的东西换个排序再看一百页”。

玉洁也追求文艺，她最得意的是自己买过的一条海玻璃的项链。从微博上了解到海玻璃经历过时间沉淀，充满了历史感，现在越来越少了。她就上淘宝搜，找到一块蓝绿色的吊坠，买了下来。对于她来说，海玻璃给予了她想象的空间，“海玻璃去了很多的地方，我会想它最早是个什么东西，是谁把它扔了。里面有很多历史和故事。”

除了能在消费上拥有自己喜欢的物品，面临毕业的玉洁也希望自己能找到一份自由的、自己喜欢的工作。她想过和同学一起做点衣服，在网上卖，赚点钱，在大学城开个小店。也想过当一名设计师，但设计师经常要被迫更改自己设计的现实，又让她感到焦虑。父亲建议她考个公务员，“待遇非常好，五险一金交很高”，她觉得“还好”，但在找一个安稳的工作之前，得把想学的东西学完该体验的体验。

后来她在微博上看到阿芙精油的招聘，“工作之一是给员工制造一个惊喜”，“可以带宠物上班”，一边感慨“没想到还有这么自由的工作”，一边马上临时做了简历发过去，“能够抓住什么机会就抓住”。



“我的梦想是过好生活”，艺昕这样描述自己理想中的好生活，能够住在好一点的房子，比如地段在上海的陆家嘴，住在“三四十层”，能俯瞰整个城市。能用上讲究的生活用品，“杯子碗筷都应该很精致很漂亮”，能买得起 Coach, Burberry, LV, 菲拉格慕这些奢侈品牌。并且能过上慢生活，周末不要加班，每周都有时间和家人在一起。从走进家门开始就能卸掉紧张，喝喝咖啡，养养花，看书，听听音乐。能开不错的车去上班，有点权力，工作充满挑战。一个领域做到极致，就去开发新的领域。总的来说，就是“生活像郭敬明，工作像马云”。

艺昕家境一般，父亲做生意，母亲是

全职的家庭主妇，姐姐从事房地产销售。对于他这样“相对来说处于社会中间层次”，“没有什么社会资源”的孩子来说，要过上好生活意味着要“比李双江的儿子更早开始奋斗”。他大一就出去实习，在微博上主动认识行业里的大 V，早早地把自己变成“小社会人”，计划自己 30 岁，最迟 35 岁以后能过上这样的生活。

虽然现在没有足够的力量完全拥有自己想像中的好生活，但艺昕也会将这些想像“穿插”在现在的生活中，尽量“在生活上去拥有一些让自己感到舒服的东西”。

艺昕小小的宿舍空间收拾得非常整齐，各种架子和收纳袋把生活用品分门别类井井有条，桌上还摆着几盆多肉植物。自从微博上看见多肉植物的萌照后，他开始养多肉植物。从五元十元开始买，到一百五一小盆。当开始了解多肉植物的不同品种，他的收藏也在不断增多。从今年的五月底，经常去大大小小的花鸟鱼虫市场，“最疯狂的时候，每周去一次”。小小的宿舍阳台，一半的空间被他拿来养肉植。他自己买了化肥泥土，挑选好看的盆子，自己移置肉植，也买来小象、长颈鹿等小玩偶，自己做布景。三个多月，他的肉植已经布满了一个架子，总共有

三十多盆，也花去了两千多元，而他对肉植的爱只增不减。实习的时候在外面租了一间非常小的单间，但他还是将所有肉植带到了过去，“让自己被喜欢的事物包围”。对于他来说，和别的植物相比，肉植小小的很萌，“能和它们一起互相陪伴，一起静静地在一起的感觉特别好”。

拍立得是艺昕觉得自己买得比较文艺的物品，每次出去玩他都会带上那部蓝色的拍立得。马上拍马上出照片让他更珍惜拍摄的瞬间，也帮助他“一点一滴地认真记录生活”。每张拍立得的照片，都会被贴在本子上，写下日期，配几句当时的感想、心情。翻开他的拍立得小本，里面有家人的照片，肉植的成长过程，宿舍的水龙头安静的瞬间，生活中一些快乐或悲伤的细腻时刻。

艺昕每个月有两千元左右的生活费，让他苦恼的是钱常常不够花。和他在一起的一天，我们和他一起去了花鸟鱼虫市场，和他一起到优衣库买了风衣，逛了他喜欢的“低调而有品质”的无印良品，到他和朋友们新发现的 Coffee Bene 喝了咖啡，路过 SEPHORA 的时候，他指给我们看他最近看上的款兰蔻的精华液，“1080 元”，“太贵了，等以后有钱买吧”。（图_青年志）

过郭敬明式的生活

天津

艺昕
天津师范大学
广告学系
大一学生

去间隔年，不如专心投入兴趣

刘昊森
北京工业大学大四学生
电子信息工程专业
(本文稿件已由中科院研究生院)

北京



在同学们眼中，刘昊森是大神级的人物，他们称呼他为森神。

森神大一、大二参加了很多比赛。大一的时候因为老师推荐，想着自己也没什么事，去玩玩，结果在和专业完全没关系的大学生英语竞赛上，拿了奖。后来出于兴趣参加了各种物理竞赛、数学竞赛，全国级别的赛事，也都拿奖了。大三开始帮老师做科研项目，做一些软件辨别真盐假盐，统计细胞的数目等等。大四别人都在忙着找工作或者考研，他已经被保研至中科院，要再搞上五年科研。

对于森神来说，生活中没有其他同学所面对的那么多迷茫，一切事情始于兴趣，重于投入。他对编程、游戏和足球感兴趣，最喜欢的球队是曼联。生活中最快乐的时刻就是能特别投入地做一件事情并且把它做好。他常常搜索新的游戏来挑战自己。有一次开始玩新游戏《刺客信条》，从下午开始一直玩到第二天早上六点，百分百地完成了里面所有的任务，他才高兴地睡觉。如果开始编程，他一定一直坐在电脑前直到完成。和朋友组队做智能车参加比赛，做焊拔的两个礼拜，焊拔遇到静电就失败，就一次又一次地试，试了二十多次，之后又一次一次地拿车

去测跑道，乐此不疲。他经常会找以前的中学同学一起踢球，电脑里收藏了二十多个喜欢的经典足球视频/广告。

森神也有无聊的时候，感到无聊的时候“就去找新的事情”。比如看小说，之前追《冰与火之歌》，十五本小说一个月就看完了，“当时每周就一天有课，剩下的时间都拿来看书了”。或者“找不同的姑娘聊各种各样的话题”，“有的喜欢音乐，有的把狗当孩子养，有的总是因为各种事情让自己纠结”，让生活中有些新鲜的东西。或者就是自己动手做东西，除了智能车，他还做过手电，“虽然用了几次就不能用了”。对于他来说，如果真有一天生活很平淡无聊又一直找不到有意思的事，“和死了也没什么区别”。

森神并不羡慕那些间隔年的年轻人，他觉得每个人都有自己的选择与活法。他欣赏的人是在球场遇到的一个大叔，“个子不高，挺壮，连续踢了三个小时都不用歇”，“到了那个年纪还可以那么有能量”。另外一个是他的导师，四十多岁，工作非常努力，一周七天都工作，每天工作十多个小时，他惊讶于他“为什么有那么强的动力去工作”。

访问完森神后，他问我们，“这种东西



调查出来能干嘛用呢”，一番讨论研究目的和研究方法之后，他忽然说，“看过刘慈欣写的《中国2185》吗？那本书里的某些内容和现在讨论的事情有点关联”，“如果某天计算机的处理能力和人工只能发展到了某个高度，那么所有采访和分析的工作就可以全部都交给计算机来执行，而由于计算机的处理能力足够强，它可以同时采访所有人，然后……”，最后他说，“我觉得人类思想和计算机没有本质上的区别，都是在某种我们还不清楚的规律下运行的”。(图_青年志)

佳星来自江苏盘锦，无锡对于他来说是个大城市，既有城市化的一面，“有各种大商场”，又安逸舒适，“没有大城市的紧张和污染”。

来到一个新的城市，面对新的大学生活，佳星以一种“长期打鸡血”的状态投入其中，尽可能地多折腾多尝试。大一的时候，他参加了卡夫包装设计创意大赛，了解到卡夫的公司文化，觉得食品公司的氛围轻松愉快，结合自己念的印刷专业给自己规划了快销类产品包装的职业定位，大二的时候选修了国际贸易第二专业，因为“又会印刷设计，又懂贸易方面的知识，竞争快销类产品包装的工作会很有利”。后来又开始实习，参加学校的科研项目。

另一方面，他也保持开放的心态，尽可能地多尝试能打开自己眼界的事情，从在校内做班长、忙学生会，“一些学校正统的事情”，到进入更大的平台。大二的时候开始接触 Ted，在 Ted 的设计组，遇到很多有想法的年轻人，让他看到各种可能性。后来听说了 AIESEC 国际学生组织，觉得能给大学生提供国际化视野和体验是个非常棒的事情，就和几个朋友一起将 AIESEC 引入江南大学，从团队构架，搭网页，做设计，宣传等边学边做；期间也参加了 AIESEC 东部大会，“第一次有机会认识其它各个学校的优秀学生，感觉大长见识”。因为英语口语不好没能参加 AIESEC 出国的项目，但他也很想“出去闯一闯”，于是在寒假期

无锡

折腾，也考虑限度

魏佳星
江南大学大三学生
印刷专业

间自己设计了线路，绕着中国走了一圈。

在 Ted 和 AIESEC 做平台的经历让佳星意识到眼界的重要，“没有眼界，再努力都是有瓶颈的”。而除了折腾各种活动打开自己的眼界，佳星在个人兴趣方面也很快投入，“有想玩的东西马上去玩”。比如摄影，旅行，钓鱼，吉它，轮滑，还有再忙也不忘追自己喜欢的动漫，“哪怕每天只看十分钟”。他在寝室的桌上放了七个《海贼王》的动漫手办，这些手办在他看来“代表了自己身上的动漫精神，一股闯劲和天真”。

上了大三，佳星已经开始在为未来做选择，他所面临的选择包括创业，留在实习的单位，还有报名考研。终于到了不得不决

定的时刻，他抛起了硬币，正面是考研，背面是不考研。这枚硬币帮他做了考研的决定。他后来收藏了这枚硬币。

对比之前的折腾生活，佳星现在的生活平静了许多。没有忙不完的活动，每天调了闹钟早起去学习。“之前有好多事情都未知，每一天都很兴奋，处于长期打鸡血的状态，但其实很累很乏力”，现在“为了清晰的目标而奋斗”，“很安宁”。唯一不变的是他依然会时不时地拿起寝室桌上《海贼王》的手办看看，每次看着它们仍会感到激动，只是现实中的闯劲和天真对于他来说其实是“有限度的不确定”——在保证物质、拥有确定未来的基础上谈体验人生、做喜欢做的事情。



年轻就应该不怕犯傻逼

弥生
中国人民大学大二学生
新闻专业

北京



弥生在人群中特别容易被辨认，一头脏辫，经常穿文艺青年复古长裙或是男生范儿松松垮垮的衣服。没有耳洞，在耳朵上来一个蓝色眼球图案的耳钉。

她是身边同学向往的“不一样”，“独立、有个性，能做自己喜欢的事情，把时间花在有意义的事情上”。

她不太常呆在学校，对学习的看法是“学分积够了就行”，有一次考试，她数数，答够60分了，起坐离场。她喜欢画画，大一的时候会翘课去公园画画，现在每周抽出两三天去画室，还办了自己的画展。她喜欢手工，爱逛复古市集，自己也会动手，买了羊毛毡做一些胸针、戒指，还有袋子。

从小被“放养”大的她没有受到来自父

母的约束，也没有太多关于未来的压力，“家境还行”不愁生计，但一想到未来的不确定仍会感到迷茫，“特别想知道自己要干什么”。学校没有答案，她往外走。她用沙发客的网站，认识了很多来中国的外国人，带他们在北京玩的同时听他们讲故事。在网上看见有人在胡同里采访坐在沙发上的人了解他们的生活，她也主动申请加入，和沙发上的大爷坐半天，了解他的过往故事。暑假的时候，她一个人去澳大利亚旅行，坐着火车从悉尼出发，然后沿海。看海边集市的小贩，超市里快乐的员工，大树下悠闲走扁带的人，感受另一种“无所事事的快乐”。她也帮《大学生》杂志写稿，参加各种活动，在生活和工作中接触越来越多的不羁青年们，梦想是

有“修不完的自行车”的年轻人，反对学校教育自己开设学校酒吧的人，来中国做人类学研究的波兰男孩…

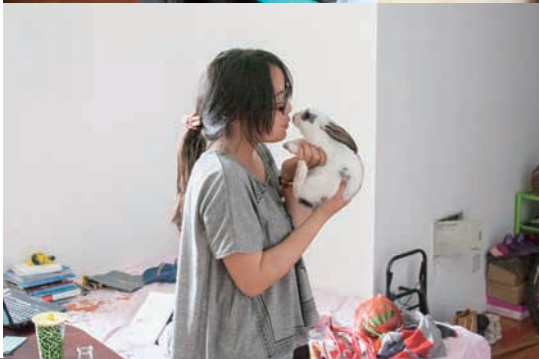
这些经历让弥生渐渐能接受自己的“不确定”，“各种各样不同状态的人，他们好像都不确定自己的将来会怎样，但是他们今天还是活得很好。看到身边有人就这么生活，让我觉得为什么要担心以后的事，不如先管好今天，活在当下”。但弥生的“活在当下”并不是纯粹享乐，而是跟随好奇，保持学习，“尽量多学一些自己感兴趣的东西，不然将来真的想做什么的时候做不了什么”。对于弥生来说，唯一确定的东西是家人，“就是做什么事肯定还得考虑父母”。

弥生现在在青年志做实习生，主要的工

作之一是关注最前沿的青年文化资讯，了解年轻人们都在做什么想什么，找到代表变化的趋势信号。她喜欢这份工作，认为新鲜，多元，更重要的是，在这些前沿青年的行动中，她能找到更多跟随内心的勇气与共鸣。她知道身边的同学羡慕她的状态，她也知道很多人只会羡慕不会去做，他们不喜欢一味追求绩点，他们讨厌不知道为什么学习，他们也想找到自己喜欢做的事情，但他们更害怕不确定。对此，她说，“年轻就应该不怕犯傻逼，多试错，多思考。害怕承担犯错的风险，死守着那点儿虚无的安全小世界，不满足于现状也不愿放弃既有的安全感做出改变，这他妈算什么年轻人？来一大碗点荷尔蒙补补吧。”（图_弥生）



COVER STORY



腐女、兔子君、二次元

无锡

兔子君
江南大学大二学生
英文专业

走进兔子君的房间，墙上贴着海贼王的系列海报，床上放着银魂的抱枕，衣柜上挂着银魂的服装，桌上散落着各种动漫周边，扇子、发夹、眼罩、面具……动漫对于她来说，是生活的一个重要世界。

兔子君从小喜欢看动漫，小学的时候从杂志上接触到动漫，觉得挺有意思，就开始上网找论坛和贴吧搜动漫看。那时候喜欢《百变小樱》，上课的时候在课本上画笑容阳光的小樱。中学时看热血漫，特别喜欢《火影忍者》里面的明仁，“对谁都拼命”，也被《海贼王》里面路飞对伙伴的感情和坚持要成为一名海贼王的信念所激励。后来开始成为“腐女”，尝试带腐班上的同学。初中的时候她在班上播了《没有钱》，美型男在一起暧昧的镜头让有的同学受不了，播了几分钟就关了，给同学们留下“她很重口味”的印象。高中的时候她在追《黑执事》，喜欢里面美正太和大叔的搭配，带上贴纸和海报，偷偷翘掉晚自习，到女厕所里面蹲着给同学

们讲剧情。及至大学她迷上了《银魂》，银桑这个落魄武士守护万事屋的故事常常让她一边哈哈笑着一边又立马感动到流泪，“平凡的人却有非凡的内心准则，没节操的故事中却包含着屹立不倒的灵魂”。
动漫伴随着兔子君的成长，也参与塑造她的价值观。因为看动漫，兔子君觉得自己从小就和其他同学想法不一样，“意识更开放”。大家秉承正是正，邪是邪，她则反对正邪二元分立，“在很多人眼中觉得海贼是不好的，海军是好的，在我们看来他们都有

自己要做的事情，那种信念并不一定是正义或者邪恶，没有明显的界限在里面。”她也相信爱不分男女，同情并且接受同性恋，而从小一起长大的朋友因为没法认同乃至不相来往。

在兔子君的世界里，有二次元世界和三次元世界的区隔。但她也意识到二次元的虚拟性，更多把二次元作为在现实中无法完成的事情的一个“寄托念想”的地方。“反抗不公平的待遇，做自己喜爱的事情并得到知音的支持和认同，拥有钢铁般的意志……这些事情在现实生活中真是太难做到了，人难免要活得功利、教条、甚至忍气吞声，所以只能羡慕在二次元的他们能够办到”。

她“很自律地”没有沉迷在动漫里面，“因为我知道动漫看多了是会交流障碍的”。但她也常常烦恼于在现实世界中缺乏“谈得来”的朋友，身边没有什么人看动漫，无法分享同样的语言，更重要的是，无法分享相同的志趣。大家都“追着证书和社团加分跑”，而她宁愿去干自己喜欢的事情。大学里的同学都是三五成群地去吃饭，女生都有小圈子。她宁愿一个人吃饭也“不和谈不来的人”吃饭，但看见饭堂里都是成群结队的人，有时又让她觉得孤独。

现在兔子君身边最亲密的朋友是狒狒和狐狸，还有一只兔子。狐狸爱看动漫，和她分享共同的爱好。狒狒不看动漫，但理解和支持她去干自己喜欢的事情。兔子则一天到晚都卖萌，给她 24 小时的陪伴。

北京

林颖颖
中国人民大学大二学生
新闻学专业

在孤独中享受一个人的美好



颖颖自称自己是枚“学弱”，大学生活“比较宅”。她每天早上七点多起床，在宿舍楼道跳绳两百下，跳完背单词，然后在宿舍吃完早餐去上课，下课去饭堂吃午饭，如果下午两点有课就不回宿舍，在教室午睡，或者没课的时候就去看书。晚上一般在宿舍上网，看看 QQ 空间，刷刷微博，上网聊天。

在同学的眼中看来，颖颖有些内向。对于颖颖来说，大学生活确实有些孤独。上了大学两年，除了宿舍的同学，大多同学还是让她感觉陌生。一方面因为自己“内向被动”，另外一方面也因为缺少太多集体活动的机会。和颖颖的同寝室的六个女孩，两个北京，一个天津，其他的也爱向外跑，颖颖在宿舍里，常常“独守空房”。清明三天假期，室友们回家的回家，去玩的去玩，自己一个人待在寝室。往年清明节她都会和家人扫墓，这次没回去“特别想家”。想给父母打电话，但想来想去没有打。一是担心自己会哭，“不确定自己是否能控制自己”，二来担心打了电话“他们会想我”，于是就一直和弟弟聊手机 QQ 了解他们的情况。平时不太看电视剧的她在这个空荡荡的清明假期也开始煲起《甄嬛传》打发时间。

颖颖生活中最亲密的圈子来自中学同学。在她宿舍柜子的一侧，贴了好多明信片，这些明信片有的风景朝上，有的字迹朝上，大部分来自一个高中好友。在这些明信片里，这个高中好友分享她的大学风光，第一次看到雪的心情，某个生活瞬间的感悟。收到明信片的时候是颖颖最快乐的时候，“总是很惊喜，感觉到朋友对自己的问候”。她发呆的时候总爱看这些明信片，回想以前和朋友在一起的时光。每逢节假日她也会忙活起来，给亲人朋友们寄明信片，这些明信片上面有人大的风景，有的还会附上她亲手制作的树叶标本。对于颖颖来说，明信片“是给亲密的人寄的”。元旦之前，她就寄了十几张给

爷爷、以前的老师和朋友。
因为找不到伴，颖颖放弃了打乒乓球改成跳绳，也没有勇气去学校热闹的“百团大战”招新现场。但她也学会了享受一个人的美好。她一个人穿行校园的时候，会随身携带相机，随处记录生活中的小发现。照片拍完之后她会上传电脑，经常回看。最近还对比了去年花开和今年花开的时间，发现“今年开花的时间好晚”。她也可以一个人待在宿舍一个下午，给亲人朋友亲手制作一份礼物，比如为要结婚的哥哥亲手设计制作手工相框，给要生日的姑姑用蛋壳和橡皮泥做一只“小娃娃”。这些细节对颖颖来说充满意义，“细微的东西能带来不一样的感受，使得你能心情更平和的享受过程”。

最近一次颖颖一个人去香山的时候，给自己买了一只陶笛。一个人在宿舍的时候，她就照着谱子，吹上个十几分钟。脑子里想着，学会一首生日歌，朋友生日的时候录下来发给他们。这个小小的陶笛时刻因此也变得悠闲惬意起来，“虽然天生没有音乐细胞，却能试着去享受，而不管自己吹得好听还是难听”。

热血众筹， 理性公益

代安琪
华东政法大学应届毕业生
目前在找工作

上海

代安琪在大学参加了学校的公益社团，曾三次去云南支教。最近的一次，她在藏区教了半年书，把每天八节课的生活当做间隔年。大概是家人当老师的缘故，她对教育有种莫名的情节。初中时她看到《一个都不能少》结尾时学生第一次用彩色粉笔高兴的模样，就想“要去这样一个地方当老师。”

大二那年，安琪准备第二次去云南进行短期支教。“父母对支教这事儿不支持，也没说反对，但我知道他们充满担忧。不管父母态度如何怎样，我都不想也不该用他们的钱做我自己想做的事儿。”作为经常参加音乐节的摇滚乐迷，她萌生了在音乐节现场摆摊义卖的想法。那时，她很喜欢“痛仰”乐队，计划为他们设计一件T恤，又因为大学专业是法律，觉得应该跟乐队打个招呼，得到授权。没想到乐队不仅愿意提供授权，



更表示出对义卖的赞赏和支持，他们把这款T恤做为当年的乐队周边产品，拍了宣传照片，连同义卖的故事一起推荐给歌迷。摆摊那天，乐队专门去她的摊上买了10件，当晚演出时，痛仰全体成员都穿上了这款T恤。在痛仰乐队的影响力和帮助下，摆了7天摊，她投的钱翻倍了，“那时候其实很害怕，因为把生活费全押进去了。”

这次义卖让她看到同龄人对公益的支持，她决定做一件更可持续性的事情，于是她和一个朋友成立了“乐(yue)益计划”，把义卖收入做成一个小基金，长期资助四川凉山的三所学校。“读过一些负面新闻，一开始我也担心我们那么少的资金，学校会看不上。后来发现，或许正因为我们的姿态和心态都很低，愿意认真听校方的需求和想法，他们跟我们更亲近，我们给的支持最高效也最实用。”

最让安琪烦恼的是接到资助学生的退学消息。一对一资助因为学生频频退学无法持续，她就成立了一个定向资助班，里面永远有60个人，一个人退学了，另一个人补进来。她特地请当地老师为班级起了个彝族

名字“海宽木若”，是快乐地学习的意思。

她在追梦网发起资助项目，计划筹集6500元钱给60个孩子每人添一件冬衣。她骚扰了各路朋友，开咖啡馆的朋友提供咖啡券、熟悉的乐手提供专辑、摄影师朋友提供拍摄服务，她自己也买了一些书……最后活动筹到36000多元，足够支持“海宽木若”一两年的活动。“我不喜欢做公益搞得很高尚的样子，所有人都要为你的高尚付钱。公益对各方都应该是有回报的。”

尽管做的事情很热血，但安琪看待公益的态度特别冷静。她把大学生支教的负面报道甩给社团里的学弟学妹看，告诉他们短期支教要做务实的小事，比如只教他一个小游戏、只教好音标。“带着‘支教可以改变山区孩子命运’想法的学弟学妹会觉得挺受打击，可是我们谁都没有改变一个孩子未来的能力，就不能瞎说‘好好读书走出大山’这样的话，不能乱播希望的种子。”

安琪说，公益只是自己的爱好。她不会去NGO工作，把爱好和工作变成一件事。“我希望等到我四十岁的时候，也可以有能力建一所学校。”（部分图片由代安琪提供）



辨是非的善随时会被导向刻意的恶。”

因为看不得年轻人对于网络事件一窝蜂的站队，因为情绪冲动而速下判断，他在中大独立杂志《逸仙周刊》上发布文章《冷漠是一种道德素养》，“我们既没有专业知识，也没有超乎当事人的动机去解决这些问题。必须适时承认自己一无所知，一无所能。为任何一方盲目地增加羽翼，与几乎任何善良的动机相悖。”除此之外，对于大学校园怪现象和社会上的热点时事，他也常常写长文

进行评论，“虽然转发评论的人可能都没有关注校园出现了一只猫头鹰的微博多”，但还是希望能促使更多人思考，带来理性的进步。

对于王旋来说，他现在所做的事情是一个“改变一点点”的实践，“可能大一大二的时候我还相信我可以改变世界，现在我意识到我能够成为世界的一分子已经很不容易，能够改变一点点，哪怕一点点，能够改变一小群人，这一辈子已经可以烧高香了。”

（图_江演媚）

冷漠是一种道德素养

广州



王旋
中山大学大四学生
会计专业
(国庆后入职腾讯面试官)

很多人提到“人脉”这个词，总会有“微妙的尴尬感”，“好像把一种潜规则提到台面上”。但王旋发起了“华附人脉网络”，正儿八经地把校友作为人脉运作起来。

王旋高中就读于华南师范大学附属中学（简称华附），广东省名校。毕业之后他发起了华附人脉网络，这是一个聚集华附校友资源的平台，通过采访校友了解他们的成长故事让高中生看到更多可能性，向校友收集不同大学的情况作为高考依据，组织校友活动建立校友之间的联系等。

王旋发起这个平台，一方面因为对华附的归属感，另一方面是希望建立和分享多元价值观，以及让校友资源给大家带来更大的价值。

“华附以前的民间文化比较杂，大家都很有能力，很有想法，但没有一个统一的价值观，我们努力在价值观方面做一些东西，比如说做人要善良、强大，比如说要懂得利用身边的资源，懂得回馈母校。我们希望能让华复的人重视价值的多元化，并且保持对彼此的包容和尊重，比如我们之前做的同性恋专题。”

华附人脉网络也承担着“帮精英文化保留更大的土壤”的使命，“让善良的人掌握更多的资源”，因为“善良的人资源多了世界就会更好”。

然而，对王旋来说，善良并不是在路边看到一只猫把它捡回家或是去水产市场买几条鱼将其放生，而是拥有独立思考的能力，拥有知识和理性之后做出的选择。“善良是要考虑平衡问题的，就像狮子王里面说的那样，你要去打破这种平衡，你就是在作恶，而不是在行善。很多善和恶不能靠情绪来判断，需要去想什么事情可以有限度地去做。但这个界限特别难找，它需要知识，因为不