

輿情与社会管理黄皮书

广东省高水平大学建设
项目资助成果
广州市人文社科重点研究
基地资助成果

中国「90后」 理想与生活

ZHONGGUO 90HOU LIXIANG YU SHENGHUO

张潇潇 主编



经济日报

出版社

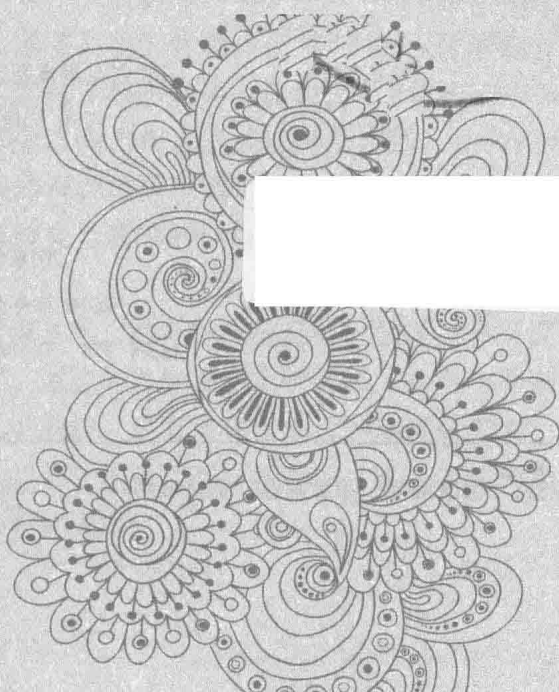
—— 輿情与社会管理黄皮书 ——

广东省高水平大学建设
项目资助成果
广州市人文社科重点研究
基地资助成果

中国「90后」理想与生活

ZHONGGUO 90HOU LIXIANG YU SHENGHUO

张潇潇 主编



经济日报
出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国“90后”:理想与生活 / 张潇潇主编. — 北京: 经济日报出版社, 2016.3
ISBN 978-7-80257-927-9

I. ①中… II. ①张… III. ①新闻-作品集-中国-当代 IV. ①I253

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 049534 号

中国“90后”:理想与生活

主 编	张潇潇
责任编辑	肖小琴
责任校对	徐建华
出版发行	经济日报出版社
社 址	北京市西城区右安门内大街 65 号
邮政编码	100054
电 话	编辑部 63516978 发行部 63516959
网 址	www.edpbook.com.cn
E-mail	jjrb58@sina.com
经 销	全国新华书店
印 刷	北京京华虎彩印刷有限公司
开 本	710 × 1000 mm 16 开
印 张	15.25
字 数	250 千字
版 次	2016 年 4 月第一版
印 次	2016 年 4 月第一次印刷
书 号	ISBN 978-7-80257-927-9
定 价	42.00 元

版权所有 盗版必究 印装有误 负责调换

总 序

舆情是公众在一定时期内对现实社会中各种事件、现象和问题所表达的信念、态度、意见、情绪等的总和，可以看成是民众的意见或心理的一种反映。当民众的社会政治态度通过公开表达形成了整体的共同看法时，舆情就接近于舆论。

舆情古已有之，但是在互联网和其他新媒体越来越发达的背景下，网络化的舆情呈现出许多新的特征：实时性与全球性、海量性与虚拟性、互动性与爆发性等。从另一方面来看，在社会生活中，舆情信息的功能，不限于仅仅呈现社情民意的某种样貌，还可以为政府的社会管理，以及为企业和个人的声誉管理，提供有意义的动态信息、管理信息和激励信息，能够有效推动社会管理信息系统的进步和创新。

社会管理的复杂性，在社会学、公共管理学等学科中早已形成共识。19世纪的法国社会学家奥古斯特·孔德认为，人类社会与自然界的发展和变化都是由一些规律所支配的，社会学的任务就在于把握社会运行和发展变迁的规律，在此基础上实现有效的社会管理，以获得秩序。另一位英国社会学家赫伯特·斯宾塞也曾明确提出社会管理的必要性。他认为，在复杂的社会中，有机体各部分之间的相互依赖性越来越强，社会越来越脆弱，迫切需要一个能够控制并协调各部分行动的“管理系统”。当各种功能的复杂性阻碍了各部分之间实现完全自发的调适的时候，管理系统就担负起内部调节和社会控制的工作。

在某种意义上，社会管理的目标正如斯宾塞所说的协调内部关系，使其达到均衡发展，适应外界环境变化的要求，并在与外部环境的互动中，有效地维护社会整体的利益。或者更具体地说，通过对竞争、冲突的管理或化解，将社会的各个组成部分或对立面协调起来，将个体的利益诉求纳入集体的轨道，以维护社会的整体秩序。

在我国，关于社会管理创新的各种尝试层出不穷，形成了许多宝贵的经验。例如，北京市以构建人民团体为骨干的“枢纽型”社会组织管理体系为重点，由社会组织来提供多项社会服务，承担社会管理职能，实现社会管理创新；上海市以党政权力下放为重点，以社区为依托，形成“两级政府、三级管理、四级网络”的社会管理形式；广州市瞄准基层，紧紧抓住社会管理体制机制创新、街道聘用人员整合、社区社会服务发展及社会组织培育等关键事项。在这些创新中，网络和社区舆情对社会管理问题的关注，都起到了很大的推动作用。

舆情问题，既需要关注，也需要应对和引导。在科技与生态、资源与人口、增长与发展等多重因素的作用下，现代社会日益成为一个风险社会，随着自然环境、社会环境的急剧变化，各种自然灾害、事故灾难、公共卫生事件、社会安全事件等危机事件不断发生。信息传播技术的迅猛发展、政府治理水平的日渐提高、民众对知情权、批评权、监督权的重视，使得关于舆情的知识和能力成为政府和企事业单位的必备素养。完善舆情应对与管理，有助于迅速有效地处置好各类危机事件，可以最大限度地避免、减少和消除危机事件对政府造成的负面影响，从而为改革、发展和稳定创造良好的传播环境。我国各级政府部门，也高度重视舆论引导和舆情分析工作，将舆情汇集视为改进社会管理，加强社会建设的一个重要的信源和渠道。

暨南大学于2005年至2007年建成电话访问调查实验室，成立研究机构，承担了广州亚运舆情系列调查、广州“创建文明城市”系列调查、中国“80后”调查、信息时报“数说财经”调查、热点突发事件舆情调查等项目，2012年、2015年入选广州市人文社会科学重点研究基地，并组建协同创新中心，与香港中文大学、中国人民大学等高校密切联系交流，与南方报业传媒集团、广东广播电视台、广州市天河区、环球商报传媒集团等媒体和地方政府部门开展深入协同，与人民网、凯迪数据研究中心、新浪微博共享数据分析成果，出版《舆情观察》学术集刊、《中国形象全球调查》系列特辑，在科学研究和社会服务等领域，开拓创新。

本套“黄皮书”，既是我们在各方的支持下，结合师生的力量，对所承担的课题研究工作的一次较系统的整理，也是对当下舆情与社会管理、国家治理工作的一个理论观照。2014-2015年出版了第一辑十余种，新的研究成果亦将陆续出版。其中不足与错谬之处，望读者不吝指正。

黄皮书编委会

2015年4月

目 录

第一章 “90 后”的媒介接触、态度与行为调查	
.....【敖凡迪 陈锦芸 郭凯 侯子叶 张晶 曾丽芸 张潇潇】	1
I 认同篇	3
II 特性篇	7
III 婚恋篇	12
IV 社会篇	15
第二章 有梦，才有远方	【郭 凯】 17
一、徐林：梦想者	18
二、遗忘的团体：谁来点亮他们的理想	25
三、商人诗人：生活即理想	32
四、“铁饭碗”中的自嘲：被抛弃的理想	39
五、“差生”郭海洋：我对理想感到恐惧	47
第三章 平凡之路的梦想	【曾丽芸】 54
一、时间会给我答案	55
二、我和这个世界不熟	61
三、我是世界公民	69

四、我相信努力的意义	76
第四章 小众理想的实践者们	【敖凡迪】 85
一、我和这个世界有着次元差	86
二、美丽辩证法	95
三、校园彩虹捍卫者	102
四、我的梦想与性有关	114
五、我用所有跟世界沟通	121
第五章 奋斗的青春最美丽	【张 晶】 132
一、黑暗中的奋斗青春	133
二、“90后”大学生的“生财之道”	144
三、北漂故事：没有见过的人不会明了	154
四、解码“程序猿”	161
第六章 梦想，无声绽放	【陈锦芸】 170
一、梦想不设限	171
二、在他乡：任性去闯荡	181
三、一直在路上	189
四、踢球：像呼吸一样自然	197
第七章 凡人的现实生活	【侯子叶】 207
一、冷雨夜：花儿一样的男子	208
二、年轻公务员的困惑	223
三、理想？我是现实主义者	229

第一章 “90 后”的媒介接触、态度与行为调查

敖凡迪 陈锦芸 郭凯 侯子叶 张晶

曾丽芸 张潇潇^①

1. 中国“90 后”：可以被理解，不可被定义

你方唱罢我登场，现在的“90 后”是迅速成长、迅速崛起的一代，他们伴随着电视、互联网、手机长大，他们的脑洞千奇百怪，是虚拟社交场合的段子手，是多元生活方式的体验者，他们个人意识爆棚，自带华丽吐槽神技，“90 后”究竟是一群怎样的人？“90 后”可以被理解，不可以被定义。学者们或长辈们常从自己的角度来评析中国“90 后”是怎样的一群人，然后以此推论中国青少年的现状与未来，而我们通过网络调查，得到了很多有趣的发现。

我们的网络调查虽然并非随机抽样，无法完全代表中国“90 后”，但也折射出他们的很多特性。“90 后”在中国社会逐渐走向富裕的转型期长大，成长于个人化和新自由主义的语境之中，他们的人生少了很多限定，多了不少选择，也就承载了更多的压力和困惑。在多元化的定位中，他们希望自己成为逗比的青少年，经历了些许人生的磨砺后，却不得不承认自己只是普通人。对尚处于青春期的他们来说，学业自然是非常重要的，在能否驾驭爱情方面还不大有把握。在马斯洛的需求层次当中，最基本的生理需求早已超越，自我实现最重要，但归属与爱也不可轻视。传统媒体对“90 后”已经意义不

^① 敖凡迪、陈锦芸、郭凯、侯子叶、张晶、曾丽芸同为本章第一作者，张潇潇为本章通讯作者（xiaoshaw50@gmail.com）。

大，他们更多地是为手机依赖所苦。爱吐槽的他们其实也没有那么任性，并没有把“别人家的孩子”当成自身死敌。将来会否在婚恋市场中剩下，对不少“90后”来说是个不值得讨论的“伪命题”。婚前性行为已被普遍接受，也有人大胆承认自己的另类性取向，而这种非主流的性话语还有待争取更多的社会认可。社会整体满意度不算高的他们，觉得生态环境最让人糟心，却对环境议题不甚关心。好在他们还是对其他社会各项议题有着普遍关注，没有娱乐至死的“90后”，正是我们社会未来的希望。

本章的发现是基于我们在2015年6-7月对中国“90后”展开的网络问卷调查，共收回有效问卷768份，问卷对中国“90后”的自我定位、媒介接触、态度和行为等方面进行了调查。“90后”是当下我国青少年的主体，他们的年龄居于17~26岁之间。被调查对象中，女性占68%，男性占32%，均出生于1990年至1999年之间，他们中拥有本科及其以上学历的人占大多数，占比约为88%，对于“90后”群体来说，接受高等教育是人生的必修课，是搭建人生登高阶梯的重要台阶。接受调查的人员有七成多为在校学生，已经工作的“90后”，从事的职业有普通职员、公务员、专业人员、企业管理者、普通工人、商业服务业职工等行业，其就业领域呈现多样化趋势，他们更倾向于从个性和喜好出发，追求自己的理想职业（如图1所示）。

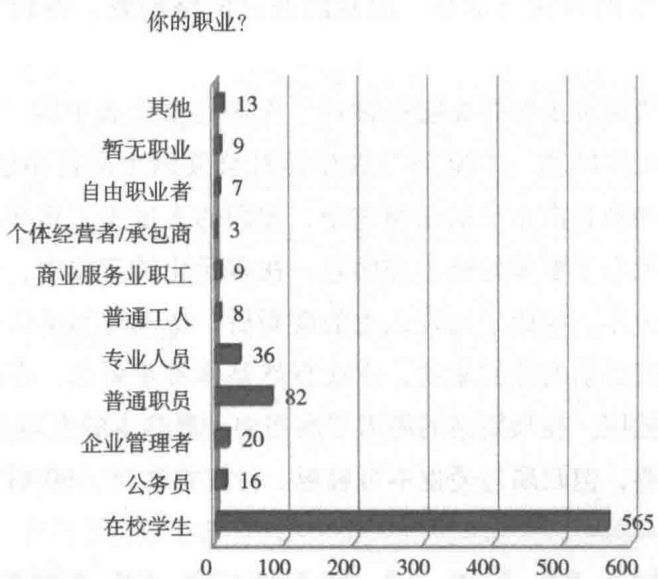


图1 “90后”的职业分布

在平均月收入方面，近八成的被调查对象收入在 3000 元以下，大部分“90 后”尚在读书，即使已经工作的人也是刚入职不久，事业处于探索或上升阶段，所以目前的收入水平都不算高，在创造财富和自给自足方面，“90 后”群体步履维艰。除此之外，被调查的“90 后”中政治面貌为中共党员的占 25%，共青团员占 61%，无党派、民主党派及其他占比 14%（如图 2 所示）。复旦发展研究院（2015）的报告曾指出，相比于个人发展，“90 后”大学生群体对政治生活、公共事务议题的态度相对冷淡，政治效能感相对较低，即对于自己可以在多大程度上通过政治参与影响政治过程的信心不足。

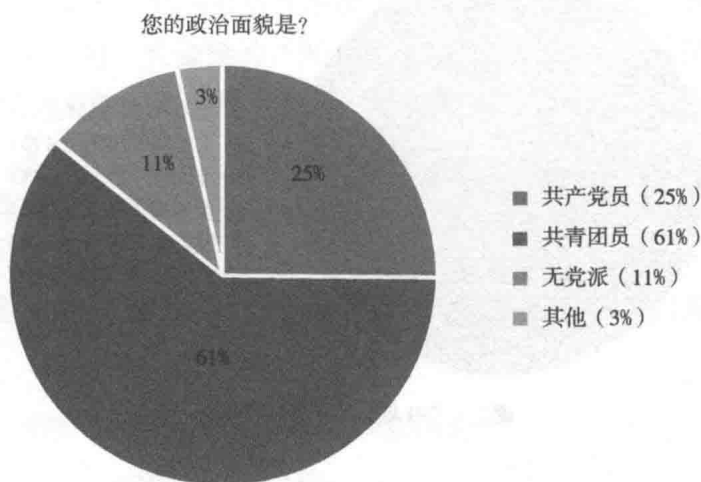


图 2 “90 后”的政治面貌

I 认同篇

2. 归于平凡或走向逗比，“90 后”的多元化定位

宅男/宅女、文艺青少年、逗比青少年、普通青少年、励志青少年……网络上盛行用各种标签将青少年们类型化，这么多标签哪一款最适合被调查对象？我们询问了“90 后”这一问题，调查结果呈现多元化（如图 3 所示）。原本以为，“90 后”总是希望自己能与众不同，结果发现 26% 的被调查对象认为自己只是普通青少年，所占比例最高。但另有 25% 的人认为自己是逗比

青少年，而且是“95后”认为自己是逗比青少年的比例更高，1990-1995年之间出生的被调查对象在社会上经过了些历练后，开始归于常态，更倾向于认定自己只是普通青年。认为自己是宅男/宅女（18%）的和文艺青少年（17%）的人则是不相伯仲。自认为“励志青/少年”的“90后”则相对较少，仅占11%，看来想天生励志的“90后”并不多。不管青少年们如何看待自己，都有其意义所在，参差多态才是幸福本源。

以下身份/特点，您觉得哪个最适合您？

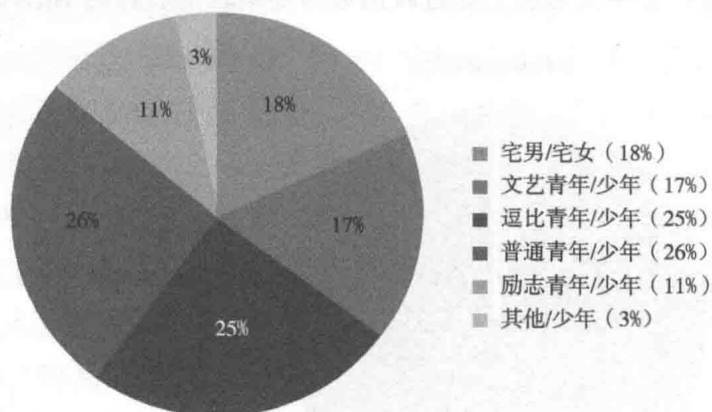


图3 “90后”的自我认同标签

3. 学业很重要，爱情尚无法完全驾驭

学业表现是表示我的能力，让别人认识我的成绩的一个方面。

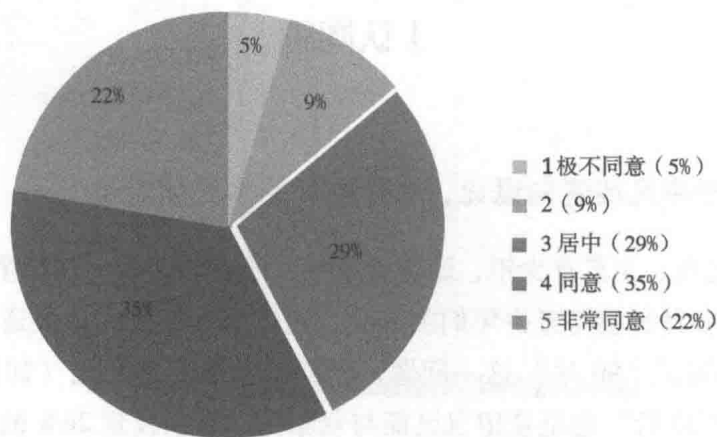


图4 “90后”对学业表现的看法

人生的衡量指标很多,但由于“90 后”大部分还处于求学阶段,所以他们基本上都认可学业是彰显自己能力的重要方面。认同“学业表现是显示我的能力,让别人认识我的成绩的一个方面”的人占绝大多数,其中 35% 的被调查对象表示“同意”这一说法,22% 的人表示“非常同意”,29% 的人态度居中,表示“不同意”和“极不同意”的被调查对象加起来也只有 14% (如图 4 所示)。

当然,“90 后”的生活中不仅有学习,他们还喜欢网络 and 手机,社交媒体是他们活动最活跃的地带,而这都是“静态运动”。对于体育这样的动态运动,47% 的“90 后”认为自己并不擅长,看来“宅男宅女”是一种普遍的生活状态。但是“宅”性爆棚的“90 后”并不担心自己的交际问题,绝大部分“90 后”认为有效的表达并不困难,他们愿意与周围的人交流,并且表达自己的意见。人际交往当中,爱情可能是最为重要的关系。大部分“90 后”在对维持爱情关系上趋于中性判断,认为非常困难和一点也不困难的人均较少,更多的人处于保留态度,在亲密关系上,“90 后”仍处于不断自我发现和探索的过程(如图 5 所示)。“90 后”的爱情还太年轻,他们并不急着给自己下定论。

维持一个令人满意的爱情关系对我来说没有困难。

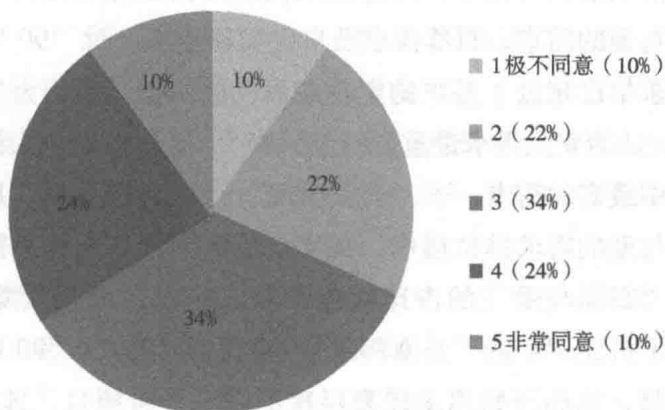


图5 “90 后”对爱情关系的看法

4. 追求自我实现, 归属与爱比自尊更重要

在调查当中,我们以“整体而言,你对自己目前的生活有多满意?”来测量青少年对生活的满意度(1 代表非常不满意,10 代表非常满意,分值越

高则满意度越高)。被调查的“90后”对目前的生活满意度给出了6.25的平均分，在及格线以上。刚上班的“90后”面临着工作和自立的压力，而上学的“90后”仍有升学考试的压力，他们的满意度与其现状一样，仍有上升空间。相信在不断的奋斗和努力中，在社会的不断进步和发展中，“90后”对自己的生活会逐渐提升。在还算满意的生活当中，“90后”的需求是什么呢？我们在问卷当中给被调查对象列出了马斯洛的5种需求，询问他们哪种需求是最为重要的，结果得到了非常有意思的发现（如图6所示）。

以下5种需求中，请问哪种需求对你来说最为重要？

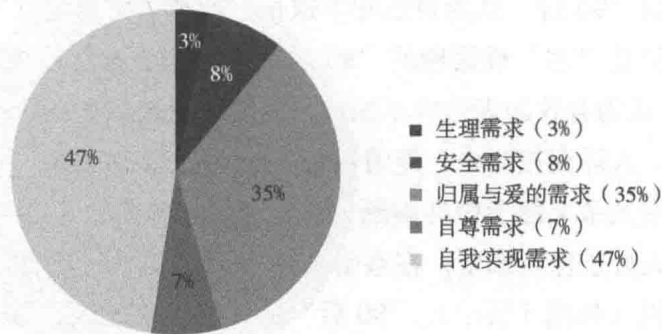


图6 “90后”的马斯洛需求层次

在马斯洛需求层次理论中，由基础到高级的需求分别是：生理需求、安全需求、归属与爱的需求、自尊需求及自我实现需求。对“90后”来说，他们所看重的需求早已超过了基本的生存层面，被调查对象认为生理需求最重要的仅占3%，认为安全需求最重要的也只有8%，而他们认为最重要的需求是马斯洛层次中最高的需求——“自我实现”占比高达47%。原本在马斯洛理论中，归属与爱的需求排位居中，是比自尊需求低一层级的需求，但在我们的调查中，“归属与爱”的占比高达35%，是被“90后”第二看重的需求，远远超过了占比7%的“自尊需求”。由此可以看出，“90后”的生理需求基本得以满足，他们开始追求较高层次的需求，希望自己能够有所成就，并且在心理层面能够感受到爱与归属感。调查结果还发现，“90后”男性逐渐成长为家庭的顶梁柱，自我实现的需求高过同龄女性。“90后”的新女性同样追求事业上的独立，但对归属和爱的需求比男性更多。比较有意思的是，女性更看重安全需要，十分看淡生理需求，男性则更看重生理需求。而年纪稍长的“95前”初入职场，踏入向社会人转型的阶段，对自我实现的渴望更

多。而尚处于学生状态的“95 后”，则更偏向于得到情感支持。

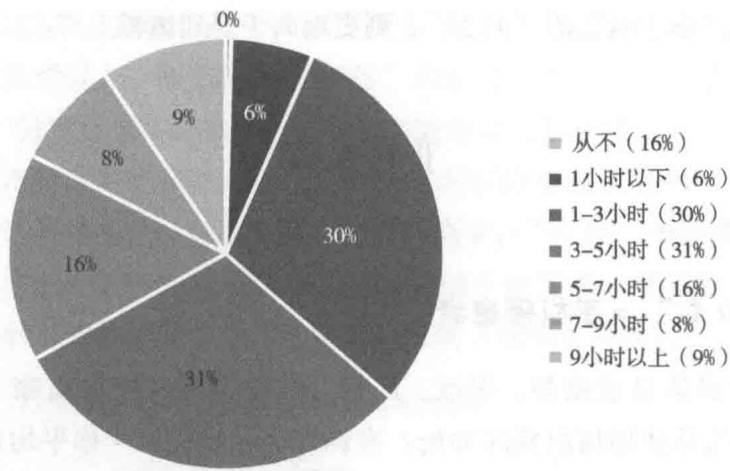
II 特性篇

5. “90 后” = 手机癌患者？

当下新媒体日益强势，报纸、广播、电视等传统媒体哀嚎一片，那么“90 后”的媒体使用情况到底如何？在调查中，我们以“你平均每天花多少时间在以下媒介上？”这一问题，对“90 后”的媒介行为进行了测量（1 = 从不，2 = 1 小时以下，3 = 1 - 3 小时，4 = 3 - 5 小时，5 = 5 - 7 小时，6 = 7 - 9 小时，7 = 9 小时以上）。结果发现，报纸所得的均值是 1.50，广播的均值是 1.49，电视的均值是 2.05，上网的均值是 3.95，手机的均值是 4.17。如果按比例来看，超过一半的“90 后”表示从来不读报纸（56%），不听广播（59%）。另有近四成“90 后”每天会花 1 个小时以内的时间读报纸或听广播，读报或听广播超过 1 小时的“90 后”已属凤毛麟角（各占 4% 和 5%），“90 后”与报纸和广播似乎是差点缘分。

曾经，“90 后”是看电视长大的一辈人，阅剧轻松上百，各台综艺抡遍，小时候最期待的暑假就是可以晚点睡觉看电视。不过现在将近一半（45%）的“90 后”表示每天看电视在 1 小时以下，这相当于观看日播两集电视剧的时间都达不到。而每天几乎不看电视的“90 后”居然也占到 29%，看来“90 后”只能对电视说一声“曾经爱过”。

在与传统媒介报纸、广播、电视的战争中，手机和网络毫无悬念成为最大赢家。手机已经成为“90 后”的生活的另一只手，社交网络、手机游戏、新奇 APP……每一步具体操作的背后，都依仗手机平台。不要奇怪，进门问 wifi 是“90 后”独特的问候方式。就具体的手机使用时间而言，31% 的轻度依赖者每天使用手机在 3 - 5 小时；24% 的中度依赖者每天使用手机 5 - 9 小时；而每天使用手机在 9 个小时以上的重度依赖者已经达到了 9%，他们的日常大概就是吃饭、睡觉、玩手机了（如图 7 所示）。也许在某种程度上，“90 后”是罹患“手机癌”的一群人。



你平均每天花多少时间玩手机？

图7 “90后”的手机使用情况

为了诊断“手机癌”的症状，我们简化和修改了学者比安奇和菲利普斯（Bianchi & Phillips, 2005）的量表，对“90后”的手机依赖行为进行了测量。具体的测量指标分为（1）如果没有手机，我会感到怅然若失；（2）如果手机没电或不能手机上网，我会变得焦躁不安；（3）玩手机降低了我的学习或工作效率；（4）我的家人或朋友抱怨我花太多时间玩手机；（5）我尝试过少玩点手机，但却做不到；（6）当我感到沮丧时，我会玩手机让自己好受点；（7）在过去一年里，我玩手机的时间增多了。结果发现，“手机癌”患者常伴有“如果没有手机，将会感到怅然若失”、“如果手机没电或者手机不能上网，会变得焦躁不安”等症状，有超过一半的“90后”表示膝盖中箭。手机已经融入“90后”的日常生活，成为一种必要又矛盾的生活方式，约63%的“90后”表示“在过去一年中，玩手机的时间增多了”。却有近74%的“90后”抱怨“玩手机降低了自己的学习或工作效率”，“90后”感叹本想做做正事，却不料玩玩微博，聊聊微信，一天就过去了。

大部分“90后”对自己的自控力还是很有自信的，其中67%的“90后”表示“只要我有意愿的少玩手机，就可以做到”，只是并没有人清楚这尚未实践的意愿有几分靠谱。而且“90后”并不依赖于虚拟的安全感，只有46%的“90后”认为“当我感到沮丧时，我会玩手机让自己好受点”，看来手机带来的虚拟关系只能与“90后”同甘而不能共苦。

世界上最远的距离不是生与死，而是我坐在你面前，你却在玩着手机。

在聚会中，很多“90 后”都是“低头族”。但是他们并不同意“我的家人或朋友抱怨我花太多时间玩手机”这个说法，原因可能有两个，一是“90 后”可以很好地协调虚拟和现实的关系，另一个原因可能是“90 后”的家人和朋友们也在玩手机，彼此也就各不抱怨了。

6. “90 后” = “吐槽星” 人？

“90 后”爱吐槽，是他们给大家的基本印象，那么事实是否如此呢？我们的调查发现情况基本属实（如图 8 所示）。超过一半（53%）的“90 后”表示他们有时吐槽，29%的“90 后”则经常吐槽，是名副其实的吐槽小达人。不大吐槽的人为 17%，而完全不吐槽的人仅占 1%。“90 后”的吐槽属性基本已坐实，朋友圈、微博等社交平台成为吐槽的重灾区，常常抱怨领导加班、叹息生活不公、感慨命运无常，现实生活也常常听到聚众吐槽，远至娱乐、八卦、股票、时政，近至家长里短、三姑六婆，连中午食堂少给了一个鸡蛋也能引起众人响应。

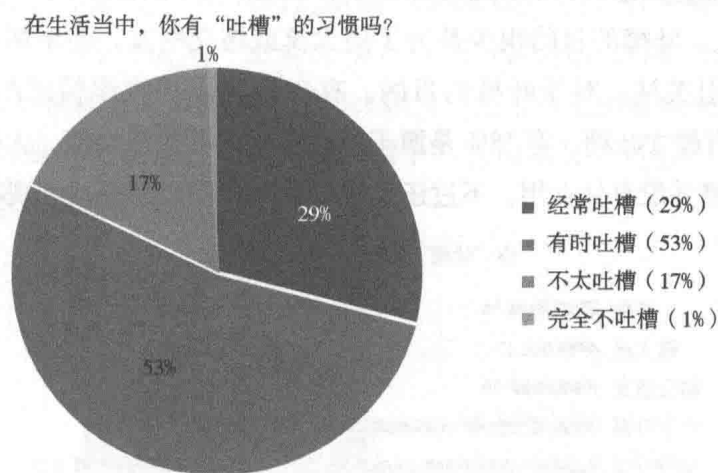
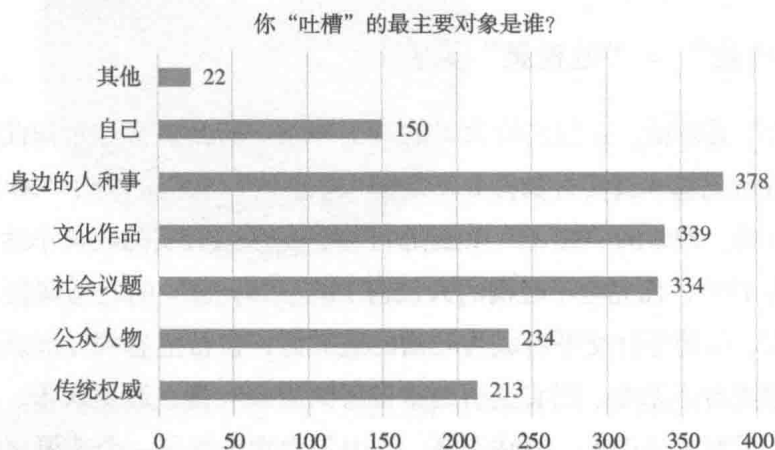


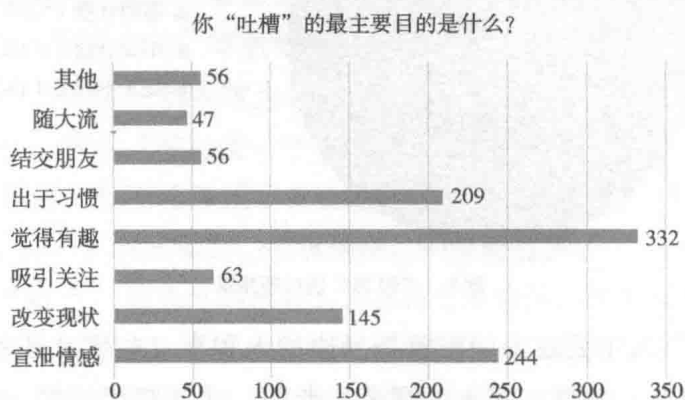
图 8 “90 后”的吐槽频率

“吐槽星”人主要攻击的对象是身边的人和事（如图 9 所示），看来吐槽也有就近原则，朋友、家人、同事、老师、功课都可能第一时间成为他们调侃抱怨的对象（23%）。文化作品（20%）和社会议题（20%）也是“吐槽星”人炮火集中之处，“90 后”有“世界警察”的美称，家事国事事事关心，虽然这并没有什么用处，但重在操心，“90 后”是以天下为己

任的一群人。“吐槽星”人对公众人物（14%）和传统权威（13%）也有一定程度的吐槽，对明星娱乐更是操碎了心，对政府机关则是呵呵而过。而“吐槽星”人对自己也会偶尔吐槽（9%），毕竟吐了那么多槽，自嘲才是缓解尴尬的幽默。

图9 “90后”的吐槽对象^①

既然吐槽这么踊跃，那么吐槽是为了什么呢？（如图10所示）身为傲娇的“吐槽星”人，吐槽的目的很少是为了随大流或结交朋友，甚至都不大屑于通过吐槽来吸引关注。对于吐槽的目的，有21%是出于宣泄情感的一种方式，29%是觉得有趣才吐槽，有18%是源于不可自拔的习惯性吐槽。大部分的“90后”觉得吐槽并没有什么用，不过还是有13%的吐槽希望能改变现状。

图10 “90后”吐槽的最主要目的^②

① 本项为多选题，选答总次数为1670。

② 本项为多选题，选答总次数为1152。