

倦怠社会背景下道家文化元素对“Z世代” 精神性消费的赋能

刘星宇¹, 刘 莉²

¹宁夏大学法学院, 宁夏 银川

²宁夏大学马克思主义学院, 宁夏 银川

收稿日期: 2025年12月15日; 录用日期: 2026年1月12日; 发布日期: 2026年1月23日

摘要

本文在倦怠社会的社会语境下针对“Z世代”消费群体的精神性消费, 分析道家文化元素为倦怠中的Z世代提供了三重精神性消费的赋能路径: 其一, 以“清静无为”的理念提供“消极性”空间, 对抗过度积极的功绩社会; 其二, 将“道”“炁”等抽象概念转化为徽章、御守、茶饮等具象载体, 使其可见性缓冲不确定性; 其三, 消费中植入法自然、养生的价值叙事, 使购买行为转化为一种重塑自我的价值实践。

关键词

道家文化, 倦怠社会, Z世代, 精神性消费

The Empowerment of Daoist Cultural Elements in the Spiritual Consumption of “Generation Z” in the Context of Burnout Society

Xingyu Liu¹, Li Liu²

¹Law School, Ningxia University, Yinchuan Ningxia

²School of Marxism, Ningxia University, Yinchuan Ningxia

Received: December 15, 2025; accepted: January 12, 2026; published: January 23, 2026

Abstract

In the social context of burnout society, this paper examines the spiritual consumption of the “Generation Z” demographic and analyzes how Daoist cultural elements provide three empowering

pathways for the spiritually fatigued Generation Z: First, the concept of “quietness and non-action” offers a “negative” space to counter the overly positive achievement-oriented society. Second, abstract notions such as “Dao” and “Qi” are transformed into tangible carriers like badges, amulets, and tea beverages, making them visible and helping to buffer uncertainty. Third, the integration of values such as “following nature” and “nurturing life” into consumption narratives turns purchasing behavior into a value-driven practice of self-reinvention.

Keywords

Daoist Culture, Burnout Society, Generation Z, Spiritual Consumption

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

韩炳哲在《倦怠社会》中指出，当代社会“过度积极”的驱动下，自我剥削的功绩主体逐渐成形，倦怠成为弥漫的精神症候。作为数字原住民，Z世代在学业、职业与信息洪流的持续挤压下，更是深深陷入意义感缺失的倦怠社会中。在这一背景，道家文化元素正润物细无声地滋润着Z世代的精神世界。《非人哉》中财神与文昌帝君的周边、《一人之下》的“炁”主题联动、武当山与茅山的文创产品，在Z世代消费群体中获得共鸣，其本质是Z世代借助道教文化元素进行精神世界的调适与自我重塑。

2. “倦怠社会”与“精神性消费”

2.1. 炳哲的“倦怠社会”理论

2.1.1. 功绩主体与自我剥削：“能够”的隐性强迫

《倦怠社会》中，韩炳哲指出“功绩社会和积极社会导致了一种过度疲劳和倦怠”([1], p. 54)。在弗洛伊德理论中使用的情态动词是“应当”，而适用于功绩社会的则是“能够”([2], p. 65)。现代社会已从规训社会转向功绩社会，支配个体的逻辑由外在的“应该”内化为自我的“能够”。在规训社会中，权力通过“应该”这一外在强制性指令发挥作用，个体面对的是清晰可辨的压抑机制与反抗对象；而在功绩社会中，支配逻辑转化为“能够”这一内在化诉求，它以“自我实现”“潜能开发”为话语包装，使他们不再被他人强迫，而是被内在的“能够”意识形态所召唤，主动成为自我剥削的执行者，使个体成为主动进行自我剥削的“功绩主体”。功绩社会的运作机制揭示了一种隐性的暴力结构。当“能够”取代“应该”，压迫不再来自外部权威，而源于个体对自身无限可能性的信仰。这种无节制地追求效能提升，将导致心灵的梗阻([1], p. 54)。

Z世代被深深嵌入这一逻辑体系，他们从小被灌输“努力即正义”的思想，在升学、就业、社交等赛道上，将自我价值与不间断的绩效产出绑定。这种“能够”的意识形态，比传统的“应该”更隐蔽而顽固，因为它消解了外在的反抗对象，将规训内化为自我要求。个体在这个过程中与真实的自我逐渐疏离，最终陷入“孤独的疲惫”([1], p. 54)之中。功绩主体在异化中疲惫，最终承载的不仅是身体的劳累，更是一种精神层面的空洞与沉寂。

2.1.2. 深度无聊的消失：“消极性”空间的缺失

与功绩主体相伴生的，是一种弥漫全社会的“过度积极”症候。这种社会形态拒绝一切否定性，它

无法容忍停顿、失败与消极。这一精神状态是现代社会的典型特征，由于缺少否定性，因此过量的肯定性占据了统治地位([1], p. 54)。社交媒体上充斥精心展演的成功叙事，休闲时间被“生产力工具”重新定义，甚至连放空发呆都成为一种可被指责的浪费时间。韩炳哲将这种无处不在的、强制的积极称为“肯定性暴力”。它不通过压制发挥作用，而是通过过度允诺与无限激励，使个体陷入一种无法停止的积极循环。这种过度积极，最深刻的后果不只是倦怠，而是“深度无聊”的消失。在韩炳哲看来，深度无聊并非消极空虚的状态，而是对于创造活动具有重要意义的([1], p. 23)，是允许精神自由漫游的“消极性”空间。这种空间为个体提供可持续性生产和进行自我反刍、意义重构的可能性。而在功绩社会中，这种宝贵的消极性空间被无孔不入的过度积极所吞噬和填满。

2.1.3. 倦怠社会理论在中国社会的适用性

韩炳哲的“倦怠社会”理论，像一面镜子，映照出中国Z世代疲惫感的根源。他们的困境，核心在于从“必须服从”到“必须成就”的转变——这正是“功绩主体”的逻辑。Z世代很少被直接的禁令压迫，却无时无刻不处在一种“你能够”甚至“你应该能够”的隐性强迫中。这种对无限潜能的积极许诺，从内卷的教育到高度竞争的职业环境，最终内化为一场永无止境的自我驱动。于是，加班、学习、优化社交媒体形象，都成了自我的“创业项目”。这不是他人剥削，而是心甘情愿的“自我剥削”，直至心力交瘁。颇具意味的是，这种倦怠也催生了特有的应对方式。为休息付费、消费营造氛围感的物品……这些“精神消费”本质上是在试图购买“暂停”和“修复”。它形成了一个有趣的循环：我们通过另一种积极的消费行为，来缓解因过度积极而导致的内在枯竭。

最终，Z世代通过“躺平”等文化话语进行的象征性抵抗，以及利用数字媒介寻求社群归属与意义重构的实践，揭示了他们并非被动承受倦怠。他们的行为实则构成了一种对“积极社会”的辩证回应：既内化其规则，又试图在缝隙中创造喘息与批判的空间。因此，韩炳哲的理论在此并非完成性的解释工具，而是被Z世代的具体实践所检验、丰富乃至挑战的起点，凸显出理论进入其他社会的过程中必须遭遇的本土社会结构与历史特殊性。

2.2. Z世代“精神性消费”

2.2.1. 精神性消费的概念界定

在消费主义的迭代与社会心态变化的共同作用下，Z世代群体成长于优绩主义与流量文化之中[2]，其的消费逻辑正从对物质的占有转向对意义的追寻。结合《2025 Z世代情绪消费报告》及相关理论，它可被理解为：“人们通过对产生‘精神效用’的市场产品的消费参与和实践，从而实现精神层面的变化”[3]，其本质是“消费的精神化”，即商品的物质实体不是消费的目的，而是承载心理需求与文化态度的物质载体。

在倦怠社会语境下的Z世代不再满足于拥有商品的结果，更注重消费过程中传递的生活理念和精神内核。如《非人哉》中财神、文昌帝君的周边产品，不只是饰品，更是对安定和顺遂的精神追求，是完成精神喘息的投射和满足；“道系养生茶”，也不只是茶汤，更是“清静无为”的生活态度；带有太极图等道家符号的文创，更不只是图形，而是消费者对靠近“道法自然”境界的向往。消费者在消费上述商品时，是在表达对过度内卷的反抗和对松弛生活的追求，是在重构一种温和的内心秩序。这种将消费重心放在意义体验上的消费，是Z世代在对抗倦怠社会、重构生活意义的一种重要努力，既完成了短暂的精神喘息，也在持续而细微地重塑着自我的消费价值。

2.2.2. 应对倦怠的心理补偿：精神性消费的核心动因

Z世代的精神性消费，可以被视为对倦怠社会带来的压力的心理调试和自救，其核心动因为上述提

到的自我剥削带来的精神内耗与意义感缺失。据韩炳哲所言，Z世代被“过度积极”的功绩氛围裹挟，陷入深刻的孤独与疲惫，意义感持续消散。加上数字技术正在制造各种各样的“意外事件”，中断我们原有的行动路径，使得我们“分心”“失神”^[4]。于是，精神性消费成为一处柔软的心理缓冲地带。其一，他们将抽象的负面情绪转化为具象的情感依托，对带有美好寓意的商品进行消费，其实是将其难以言说的精神压力转化为看得见摸得着的商品上，从而在不确定性中获得某种象征性的秩序与安宁。其二，他们将消费行为内化为对倦怠社会氛围的对抗。将“清净无为”等道家理念通过产品这一载体融入日常实践，帮助Z世代在心理层面构建起一种内在的生活节奏，从而疏离外部过度积极的隐性强迫。这种消费行为超越了简单的购买，反映了其想要应对精神危机的心理需求，成为Z世代在倦怠社会中主动寻求意义感的应对方法。无论是承载确定性期盼的神仙徽章，还是寄托安全感向往的灵兽御守，都通过符号共情来完成情感叙事。他们或许无法改变现实的结构压力，但却在心理层面得到了实在的栖息与喘息，得以重视自身与世界的联结。

综上所述，韩炳哲的“倦怠社会”理论为理解Z世代的精神困境提供了关键视角。他们被困于“功绩主体”的悖论里，在“能够”的隐性强迫下进行自我剥削，看似进取却内心却藏着一种消耗性的疲倦。同时，他们身处“过度积极”的文化语境，丧失了深度无聊所代表的“消极性空间”，从而经历着过度刺激与意义感缺失的心理状态。因此Z世代应对倦怠社会的解药，绝非更多的激励或肯定，而是一种能够让他们暂时跳出“能够”的循环、并重塑“消极性”空间的文化资源。道家文化中清净无为与道法自然的生存智慧与生活节奏，及其富有象征寓意的符号系统，精准地回应了这一精神诉求，成为滋养Z世代精神性消费的关键力量。

3. 道家文化元素的赋能路径

3.1. 提供消极性空间，创造精神栖息地

通过上述分析可见，由于深度无聊这一精神修复空间被蚕食，Z世代在自我剥削中陷入精神内耗与意义感缺失。道家“清静无为”的思想恰是对这一困境的回应。这并非是消极避世，而是主张“致虚极，守静笃”的主动停顿，以少私寡欲、顺应自然的哲学智慧，为被“肯定性暴力”^[1](p. 9)包围着的Z世代创造稀缺的消极性精神栖居地。这一哲学理念借助可实践的载体落地生活实处。八段锦根植于道家动静相生的动作范式和气血调和的养生观，暗合“道生一，一生二”的宇宙节律，将练习者的注意力从社会的倦怠转向呼吸和气血的内在流转，实现身心一体的安顿；道家冥想以守丹田、观气运为核心，传承道家致虚守静的修行，引导个体摆脱碎片化的信息干扰，在精神放空中体悟与自然合一的境界，重建与内在自我的深度联结；融入道家思想的茶道，以和、敬、清、寂为旨，在仪式化的烹饮过程中澄心观道，以慢节奏对抗社会的浮躁。

从消费心理的视角看，Z世代对这类产品与服务的消费，本质是对“停顿的权利”的购买。在努力即正义的话语体系下，停顿常被污名化为浪费时间，而道家的哲学理念赋予了其美学形式与文化合法性，消费不仅仅是为了休闲，而是通过该行为获得一个对抗“过度积极”的正面且体面的理由，获得短暂而真实的实现精神喘息。这种对消极性空间的渴望，精准契合了Z世代应对倦怠社会的心理需求，成为道家文化元素赋能其精神性消费的核心路径之一。

3.2. 打造具象化精神依托，缓冲不确定性

道家思想中“道”与“炁”等核心概念，因其抽象而难以被日常经营直接把握。当代消费实践使这些概念通过符号具象化，附着于实体商品之上，实现其从不可见变为可见的转化，从而为Z世代缓冲社会不确定性提供了具体的精神依托。这一转化并非简单的符号搬运，而是对道家天人感应、趋吉避凶等观

念的创造性转化。《非人哉》中各种神仙周边，都是将抽象的文化期许转化为可以回应其倦怠感的载体；武当文创中的太极图、茅山的云篆祥纹，还有青龙白虎等灵兽御守，均将辟邪祈福等抽象诉求转化为可触摸、可佩戴的日常之物，让道家文化符号融入现代生活之中。

其内在的心理机制在于，通过符号的可见性完成对不确定性的缓冲与内心秩序的重建。具象化的道家文化元素为 Z 世代对升学、职场、经济等的不确定性的压力提供了心理层面的应对策略，他们摆放财神徽章、佩戴灵兽御守，使个体在心理上完成了一次“主动应对”的象征性叙事，这虽无实际功利效用，却暗含了道家“制天命而用之”的处世态度，将弥漫性的焦虑转化为具体的、可操作的情感实践。同时，这些符号在日常生活场景中的重复出现，构建了一种稳定、连续的视觉秩序，与混乱的外部世界形成对比，抵抗了过度积极性导致的感知分散、碎片化([1], p. 21)，从而在文化符号中获得确定性安全感。

3.3. 把叙事嵌入产品，重塑自我的价值实践

Z 世代的消费逻辑已从物质满足转向意义获取，而道家道法自然、修真养性等思想恰好为消费行为注入价值维度，使其超越单纯的物质获取，升华为一种重塑自我的价值实践。这本质上是道家哲学与 Z 世代追求内在秩序、可持续生活理念的契合，推动着个体从被动的消费者逐渐向拥有道教文化实践的个体转变。

“道法自然”成为这一价值重塑的核心内涵，其“人法地，地法天，天法道，道法自然”[4]的宇宙观，与 Z 世代追求健康、环保、可持续的生活理念相契合，这一点在养生消费领域表现得尤为明显。一些主打养生的品牌，将道家“药食同源、五行相生”的理念融入产品设计。像用枸杞、茯苓、山药等食材制作的五行养生茶，呼应道家调和五脏的健康理念，这使得饮品超越了其单纯的解渴功能，成为一种与身体、与自然节律对话的媒介。这种将顺应自然的哲学转化为可体验的消费实践，让日常饮食成为践行天人合一的途径。同时，产品从原料到包装都强调有机与天然，正体现了道家“取之自然，用之自然”的生态观。

这种顺应自然的消费理念，是一场温和的自我表达与生活宣言。通过遵循节气养生，Z 世代以此疏离倦怠社会的节奏；倾向选择天然原料，他们亦是避开工业化的过度介入。他们尝试自然为生活节律的参照，在遵循自然规律中获得内心的平静与确定，在这个过程中重塑自我的价值实践。最终，顺应自然这一叙事通过产品载体，从传统文化理念转化为 Z 世代可感知、可身体力行的生活实践，使道家文化不只停留于文本，而是深度参与到 Z 世代的精神养成与自我重塑之中。

4. 倦怠社会的文化困境

值得警惕的是，道家文化元素对 Z 世代精神性消费有较强的赋能作用，但结合韩炳哲的“倦怠社会”理论审视，其背后依然有多重困境。其一，道家清静无为本是 Z 世代用于对抗过度积极的社会氛围的，却被市场精明地包装为高端养生、轻奢修行，使抵抗本身成为了市场的噱头，与缓解倦怠的初衷背道而驰。其二，文化深度的缺失也让精神赋能流于表面当神仙周边只等于手办，太极图沦为物品的花纹，道教文化便失去了他的深度和治愈力，难以实现精神修复与内心秩序构建。其三，是其可持续性发展面临严峻挑战，道教文化元素的应用是源于 Z 世代的精神需求，若消费市场只是将道家元素停留在流量密码层面，缺乏深度开发，当新鲜感消退，市场便发展不起来了。毕竟，对抗倦怠的，从来不是一个被消费的市场方案，而是那份能安于当下不急于变现的文化内核，就像韩炳哲指出的那样，人们应当学会“受到刺激不要立刻做出反应，而是能够拥有阻止、隔绝的本能”，“Z 世代”需要警惕自主性的异化[5]。

参考文献

- [1] 韩炳哲. 社会倦怠[M]. 北京：中信出版集团, 2019: 9-65.

-
- [2] 网成, 胡殷泽. 承认焦虑与算法逃逸——互联网加班文化中 Z 世代的抵抗行为研究[J]. 中国青年研究, 2025(12): 108-115+34.
 - [3] 陈世雄. 寺院因何而热?: 加速社会背景下中国年轻人精神性消费研究[D]: [硕士学位论文]. 杭州: 浙江大学, 2023.
 - [4] 罗伯特·哈桑. 注意力分散时代: 高速网络经济中的阅读、书写与政治[M]. 张宁, 译. 上海: 复旦大学出版社, 2020: 4.
 - [5] 菅晓旭. 数智背景下 Z 世代员工的群体特征、职业困境和管理策略[J]. 领导科学, 2024(5): 94-99.