

“赛博迎财神”: 数字青年的网络民俗演绎

王楠楠^{1*}

(¹ 江西财经大学 社会与人文学院, 江西 南昌 330000)

摘要: 迎财神是中国的传统民俗活动。在网络时代, 赛博迎财神成为数字青年的网络民俗实践。通过网络民族志的方法, 本研究探讨了微博平台上赛博迎财神的生成逻辑及其作为网络民间信仰的特征。研究发现, 赛博迎财神是生活模式和媒介模式互动交融的产物, 它与线下迎财神民俗呈现出连接、延伸的动态关系, 具有仪式感、情感纾解的表达特征。

关键词: 迎财神; 网络民俗; 数字青年; 再习俗化; 网络民间信仰

DOI: <https://doi.org/10.71411/rwxk.2025.v1i6.737>

"Cyber Welcoming the God of Wealth": The Digital Youth's Online Folklore Performance

Wang Nannan^{1*}

(¹ School of Social Sciences and Humanities, Jiangxi University of Finance and Economics, Nanchang, Jiangxi, 330000, China)

Abstract: Welcoming the God of Wealth is a traditional Chinese folk custom. In the internet era, cyber welcoming the God of Wealth has become a form of online folklore practice among digital youth. Through the method of online ethnography, this study explores the generative logic of cyber welcoming the God of Wealth on the Weibo platform and its characteristics as an online folk belief. The research finds that cyber welcoming the God of Wealth is a product of the interaction and integration of life patterns and media patterns. It presents a dynamic relationship of connection and extension with the offline welcoming the God of Wealth folk custom, and features expressions of ritual sense and emotional relief.

Keywords: Welcoming the God of Wealth; Online Folklore; Digital Youth; Re-customization; Online Folk Belief

引言

民间有正月初五迎财神的说法, 在这一天里, 俗民会通过各种仪式和活动迎接财神, 期望新的一年能够财源滚滚。在网络时代, 这一习俗同样被网民在微博等社交平台上通过转发迎财神的信息、图片或更换头像等方式来实践。各大媒体、名人以及普通用户都会在微博上发布相关内容, 呼吁大家转发迎财神, 以此来祈求新一年的财运亨通。

赛博迎财神这一网络民俗活动的生成和流行离不开数字青年的参与和实践。所谓“数字青年”, 不同于传统的普通青年, 是指伴随着数字时代成长起来的网络原住民, 是能够利用数字技术创造和享用数字信息, 以满足自我生存、娱乐和发展需要的年轻人, 其有着显著的数字身份、数字能力和数字生活方式。^[1]他们活跃在互联网的许多论坛和平台中, 在网络环境中创造并参与了一系列网络民俗活动。这些新兴的网络民俗不仅成为了数字青年表达自我、交流情感的重要方

作者简介: 王楠楠 (2000-), 女, 安徽滁州, 硕士, 研究方向: 民俗与传统文化传承

通讯作者: 王楠楠, 通讯邮箱: 1420114766@qq.com

式，同时也为传统习俗注入了新的活力。

本文将通过网络民族志方法，就互联网作为一个虚拟与真实交织的世界，在其中进行的田野调查，探索微博平台上数字青年的赛博迎财神现象，并分析其背后的文化含义和心理动因，能够弥补网络民族志、网络民俗相关研究的不足。本文选取了 20 位在微博上转发过迎财神的数字青年进行访谈，受访者年龄覆盖在 18-29 岁，属于青年群体。其中有 12 人为女性，8 人为男性；7 位转发者是学生，13 位已进入社会工作。详见表 1。

表 1 受访者基本信息

姓名	性别	年龄	学历	籍贯
小楚	女	23	本科	辽宁大连
小羌	女	25	硕士	江苏南通
小弗	女	20	本科在读	北京
小鹅	女	18	本科在读	山西晋中
小王	女	26	本科	山东济南
小郑	女	29	本科	广东东莞
小赵	女	23	本科	陕西铜陵
小张	女	27	本科	陕西西安
小开	女	25	本科	黑龙江哈尔滨
小艾	女	23	本科	广东广州
小云	女	24	硕士在读	山东济南
小禾	女	24	硕士在读	江西南昌
小杨	男	28	本科	浙江宁波
小周	男	21	本科	山东烟台
小彤	男	19	本科在读	青海
小江	男	24	本科	福建福州
小余	男	19	本科在读	湖北十堰
小曾	男	26	硕士	江西丰城
小刘	男	25	硕士在读	北京
小贾	男	24	大专	山东济宁

通过对收集到的资料进行分析，我们希望能够揭示赛博迎财神这一网络民俗的生成逻辑，了解数字青年如何在传统与现代、虚拟与现实之间建立连接，进一步探讨这一现象背后的深层次动因与社会文化意义。

1 “再习俗化”：赛博迎财神的生成逻辑

习俗化是指任何个人从他所出生的环境中开始对习俗惯制的适应过程，也是群体对他们的成员个体施以习俗惯制的养成过程，即“使习俗化”过程，同时也是个人在习俗体系中学习并增长习俗知识、培养习俗意识和能力的过程。^[2-1]“再习俗化”是原“习俗化”基础上的社会性习俗的延伸或者补充，也可以是一种继续并扩大习俗养成的活动；另一层是在原“习俗化”的基础上再接受与以前习得的习俗不同的异质习俗，再吸收与原“习俗化”不同的价值观念。^[2-2]在网络空间的多元传播环境下，进行过“再习俗化”的民俗，或许是已经经过多次延伸、补充、再造的民俗了。

1.1 生活模式与媒介模式的互动与交融

媒介模式的生活化，是网络空间中“再习俗化”的显著特征，生活模式与媒介模式突破了边界的隔离，网民在身份频繁切换的过程中，就已经将媒介模式纳入生活模式，视之为生活模式的组成部分。^[3-1]网民在网络空间中的生存方式都是基于原有的生活模式，并不断适应和调整形成的。在网络上迎财神，民俗活动的一切要素以图文符号呈现，赛博迎财神突破了传统迎财神的各种因素的制约，人们不用到现场，财神、点心、果品、香烛等都可以是虚拟的。他们在微博上可以发布文字和图片的形式迎财神，也可以转发他人发布的迎财神微博进行迎财神。动动手指就能迎财

神。祈愿行为的实践借助“文字+图像”结合的文本完成^[4]，其中，文字表达网民们功利化的愿望、憧憬；网民使用的形态各异的财神图像，作为祈财和求好运的对象。赛博迎财神给大家带来极大的便利，突破了物理边界，保留了迎接财神的核心内容。如图1，这种图文形式就好比把现实中祭拜财神的形式搬到了网络上进行；数字青年的转发行为就是“迎”的方式，有些人转发时还会加上双手合十的表情符号，这就好比是现实生活中双手合十拜财神的行为方式。当媒介模式生活化，“再习俗化”的进程也随之加快。从赛博迎财神网络民俗的形成可以看出，它的“再习俗化”以生活为中心，以媒介为手段，通过“再习俗化”的方式服务于人。



图1 微博上迎财神

生活模式的媒介化，是网络空间中“再习俗化”的功能反馈，生活模式的媒介化反映在两个层面：第一个层面是媒介技术介入生活模式，传统的习俗惯制体系得到延伸和更新，第二个层面是生活模式被媒介模式中的习俗惯制影响，生活模式下的俗民实现了“反向再习俗化”。^[3-2]在第一个层面上，媒介技术对生活模式的影响是单向的，它没有对生活模式造成本质的影响。赛博迎财神的行为本身是祭拜、迎接财神，在迎财神的过程中，原本现实生活中的祭祀实物被图像符号替换了，财神在网络上也以图像形式呈现。赛博迎财神依然依附于生活模式，它对传统迎财神方式进行了创新和延伸。在第二个层面上，媒介模式和生活模式可能存在双向影响，即可以“反向习俗化”。在笔者访谈的过程中，有受访者提到“平时会转发”“想转发的时候转发”，或是在某些特定情形下转发，这说明赛博迎财神超越了线下特定日期迎财神的形式，突破了传统迎财神习俗的时间，它不再局限于正月初五或其他特定日子，在任何时间，数字青年都能在网络上祭拜、迎接财神。

1.2 线上与线下民俗关系的连接与延伸

在网络空间中，线上与线下民俗并不是分割的关系，而是呈现出一种“连接、延伸”的动态关系。“连接”通常是人们对网络空间“再习俗化”最直观的感受，具体表现为线上与线下民俗的“镜像”共同呈现，即相同时间、不同空间（平台）的“连接”关系。^[3-3]赛博迎财神线上的民俗过程与线下的民俗过程完全一致，是线上和线下的“镜像”呈现。而且线上与线下民俗也在进行交流和互动，正月初五迎财神，数字青年们会在微博上转发迎财神，线下进行迎财神活动的俗民也会把他们的民俗活动拍摄、发布到网络上，或者在线上和线下都进行迎财神的活动，呈现出其乐融融的状态。

“延伸”是网络空间“再习俗化”在内容层面的形式反映，具体表现为线上与线下民俗的“因果”关联，即时间维度发展到不同阶段的“拓展”关系。^[3-4]数字青年在微博上转发迎财神的图像，希望财神爷能够保佑自己财源滚滚，或者把社交平台上的头像换成财神图像，换财神壁纸等行为，从符号呈现的效果上看是全新的，就其民俗内涵与意义而言，它是对传统民俗的继承和延续，数字青年依旧是围绕财神信仰，表达自己的美好愿望。线上、线下民俗的延伸关系是建立在数字青年的“再习俗化”基础之上的，他们了解一定的传统迎财神民俗，知道财神信仰，对其在网络空间中的民俗行为产生影响，使得线下和线上的民俗表现出了“延伸”的特点。

2 仪式认同：虚拟空间下的符号建构

中国的民间信仰是多民族的“万灵崇拜”与“多神崇拜”。^[5-1]在中国传统社会，人们认为贫富是由财神爷掌管的，财神崇拜是最普遍的世俗神信仰之一^[5-2]。赛博迎财神就是由传统的民间财

神信仰转化而来。民间信仰的民俗活动具有较强的仪式感。从仪式观的视角出发，“民俗展现和节日仪式传播实际就是在仪式中借助各种符号表征方式，使人们对于民族文化的种种想象落到实处，以重建文化的‘想象的共同体’”^[6]。在网络虚拟空间中，各类民俗信仰活动想象的建构是通过直观性、仪式感的虚拟场景完成的。互联网技术和社交媒体的发达营造了个性化、私密化的网络空间，在这一虚拟空间中，营造出庄重、肃穆、神圣的“现场感”场景，发挥它的传播效用。^[3-5]人们在网络虚拟空间里摆脱了现实空间里身体的规则制约，只需要触屏点击，就可以把神圣的文化信仰活动变成日常生活中具有仪式感的活动。

民间信仰仪式通过具有表征意义的虚拟的民俗符号来完成，在互联网技术和虚拟符号搭建的场景中，一个具有共同信仰、凝聚情感的虚拟文化场域产生了。^[3-6]赛博迎财神就是通过虚拟的文字符号、图像，建构起一种仪式感。在正月初五，迎财神的传统民俗活动中，俗民们通过供奉食物、上香祭拜财神，祭祀用的食物（包括瓜果、糕点等）、香、烛等本身是日常生活中普通的物品，没有什么特别的含义，但这些物品用于祭祀时，则被赋予了特定的含义，表示俗民们用食物和香火贿赂神明，寓意俗民们尊敬和祈愿之心。在赛博迎财神的网络民俗活动中，在线上活动不受时间和地点限制，而且传统的祭祀物品，如蜡烛、香、水果、菜品都以图片形式呈现，建构起祭拜财神的仪式感，向虚拟的财神形象供奉。网络民俗采用了不同的表达方式，但这种虚拟的祭祀方式保留了传统的精神内核。传统高高在上的神明成为网络上大量传播的符号，有实物的照片形式、卡通的、水墨画的、工笔画的、GIF动图形式的，还有AI生成的各种状态的财神，形态各异，颜色也不同。代表财神的符号被人们随意地不断修改和创造，生成不同的形态。数字青年只要在手机上直接转发，或转发时配上合掌祈求的表情、祈福的文字，就可以完成迎财神的仪式，转发就好比是“迎”的行为。

反正动个手指转发一下，也不花钱。（小楚）

看到了转一下希望能带来点好运，没带来好运也没坏处。（小鹅）

因为转发起来也很便捷，又不需要什么操作手续，就是按个转发就行了。（小曾）

转发者在微博平台上转发迎财神的行为具有积极、无害和便捷性的特点，转发行为满足了自己的精神需求，也不会带来任何坏处，不需要过多的了解和投入，具有主观随意性，用手指点击转发即能传达祈求财运、好运的心理愿望，与高效率、碎片化的网络环境相辅而成。追求美好幸福生活是人类的本能，人们对钱财普遍都有一种欲望。由于中国传统文化和儒家思想的影响，民众的宗教观念相对薄弱，许多人对鬼神命运抱着“不可不信、不可全信”的态度。^[7]这样的态度也存在数字青年群体。

这种也说不准呢，至少我开心，心情好，什么都会好。（小王）

想通过这种转发的方式提升一下自己的财运，只能说提升一下个人的能量值吧。（小艾）

给自己的心理上暗示，还有一个安慰的作用，希望财神眷顾到自己，也给自己一种加油打气的这样心理上的安慰。（小江）

转发过迎财神微博的人认为转发主要图一个“心理安慰”的作用。他们并不认为转发就一定能获得财神的庇佑，但在一定程度上相信能够沾沾运气，达到精神慰藉、心理安慰的作用。转发行为本质上是与超自然力量相关联的文化信仰，文化信仰又促使着数字青年的转发行为。

就是我自己认为我这些行为，它的本质是满足我自己的精神需求，并不是说就是对它抱以希望，希望我对它的信仰付出能得到什么回报。（小赵）

那肯定没有实际效果的，这还得靠你自己，这只是一个迷信。（小彤）

转发者对于转发迎财神微博的效果是自知的，他们的转发行为只是为了满足自己的心理和精神需求，他们更肯定主观努力的重要性。数字青年在虚拟网络和现实生活中的实践是可以同步进行的，文化主体的时间运用呈现多线性^[8]，他们在实际生活中努力的同时，也能打开手机在微博平台上转发迎财神，通过发布、转发、评论、点赞的形式传达内容来进行交流，互联网让不同地方的民众交换思想情感，能够在一定程度上维系情感交流，达到在虚拟世界群体共在的情形。

赛博迎财神的创作和迅速传播具有网络迷因的特点。迷因作为承载文化信息的基本单位，可以通过文字、语言、姿势、仪式或其他可模仿的现象在个体心智之间的传播，这种传播能够直接塑造和生成社会群体的某种关键行为或思维方式。^[9]赛博迎财神符合人类的模仿天性，即我们常说的跟风、从众。

正月初五的时候就是那天转发的人太多了，然后就转了一次。（小禾）

访谈的20位中有11位说过自己曾跟风转发过迎财神微博，因为看到很多人转了自己也跟着转。人们对他人模仿有自发性，且模仿有助于他人理解情绪，能够唤起自身关于这些情绪的感受，达到感同身受的作用，赛博迎财神表达的祈愿和他们的心理诉求一致，使他们产生从众心理，从而跟风去转发。祈财、求好运等心理是赛博迎财神中，数字青年关注的焦点，他们有着相同或相似的心理诉求。通过转发传达情感，这更利于强化集体认同和集体情感。

3 情感纾解：数字化背景下的自我表达

互联网的自由与开放特性，为人们减轻现实生活的压力提供了平台与机会。数字技术的使用者通过浏览网页、观看视频、发表评论等形式来表达个人意见，并参与到社会活动中。这些变化促进了网络民俗语言个性化与自由化的发展。网络上产生的民俗文本都是以个体情感的纾解为出发点。传统民俗信仰和网络技术的融合，产生了虚拟空间中参与体验的形式，将人们祈求愿望和现代的生活模式紧密相连，在肉体“离场”的同时，获得情感和想象上的满足，也达到了祈福文化的精神慰藉作用。

在正月初五这一天，俗民用各种祭品供奉财神，通过各种仪式和活动来迎接财神，祈求新的一年的好运气和财运亨通。在网络时代，这一习俗同样被数字青年在微博等社交平台上通过转发迎财神的信息、图片等方式来实践。在线上活动不受时间和地点限制，数字青年在任何时空都可以进行赛博迎财神，祈求财神的保佑，这种行为既是传统习俗在网络时代的延续，也是数字青年寻求心理安慰和精神寄托的一种方式。在微博上转发迎财神，反映了现实社会中许多年轻人在追寻自己的理想生活时所产生的心理焦虑。从这一方面看，赛博迎财神起到了缓解个体情绪的心理暗示作用。

大家好像被困在上班下班中，想找挣脱的方法，赛博迎神给了一个发泄的口子。（小楚）

一边努力工作一边寄托玄学罢了，嘴上说躺平，实际上在赛道里卷着。（小张）

职场中的青年在现实生活中面临各种压力和困境，只能寻求其他途径进行纾解。他们通过转发的形式来祈求财运、好运，释放焦虑和压力，通过心理暗示来抚慰内心。

想买的东西多了，加上在上海上的学，开销大了，见识到了很多。（小羌）

马上自己要独立生活了，确实有这方面的愿望。（小禾）

受访者中的学生群体即使没有迈入社会，进入职场，但他们也能感受到未来将面临的社会现实。还有即将毕业的学生，他们就业压力普遍存在，内心都向往有一份收入可观的工作，面对未来生活内心充满不安和茫然，转发迎财神微博显然是一个可以寄托心理愿望、缓解压力的方式。

因为我们公司就是看绩效考核，上班的时候也会转发。（小周）

最近我的爱豆在准备开演唱会，尽管够衣食住行但是刚刚好不富裕，所以迷信一下希望来点无副作用的意外之财，让我去看演唱会的时候能滋润点。（小鹅）

网上有那种抽奖类的可能转发，然后再配个图，就迎财神图。（小余）

有看见别人发的彩票中奖了很多，然后就转发。我也平时也比较喜欢去刮彩票，我也就转发。（小贾）

数字青年在特定情形下会选择转发迎财神微博，如在工作中希望绩效考核好一点，希望获得财富能够买东西，彩票抽奖能够中奖。这也是属于功利性诉求，渴望通过转发迎财神获得财运、财富，能够获得实际的东西。抱着“万一呢”的想法，如果转发了真的可能获得财运。数字青年通过转发迎财神达到一定的祈愿目的，虽然不一定会有相应的结果，但起码带来了一定的心理安慰，也能给平淡的生活添点乐趣。

总的来说，网络民俗信仰是直接面对现实生活的，它从心理上满足了人们对美好生活的追求和向往。同时，也符合人们娱乐化的需要，并逐步形成一种符合当代社会生活的生活形式。

赛博迎财神作为传统习俗的新形式，反映了数字青年在网络空间中对传统文化的再诠释与再创造。它不仅是现实生活中焦虑情绪的一种抒发渠道，更是数字青年在虚拟与现实交织的世界中寻找身份认同与情感共鸣的方式之一。赛博迎财神的生成逻辑体现了生活模式与媒介模式的互动交融，这种“再习俗化”过程既是对传统习俗的继承与发展，也是数字时代下文化创新的表现。它在为传统习俗注入新活力的同时，也为研究数字时代的文化传承与变迁提供了新的视角。

参考文献：

- [1] 郑乐乐, 赵冰. 表征·机理·隐忧·路向：“数字青年”的四重探赜[J/OL]. 合肥工业大学学报, 2024: 2.

-
-
- [2] 乌丙安. 民俗学原理[M]. 长春: 长春出版社, 2014: 61-92.
 - [3] 徐国源等. 生活数字化与网络民俗[M]. 苏州: 苏州大学出版社, 2022: 98-208.
 - [4] 梁坤. “锦鲤祈愿”与“日常迷信”——当代青年网络俗信的传播社会学考察[J]. 新闻研究导刊, 2018, 9(04): 46.
 - [5] 乌丙安. 中国民间信仰[M]. 长春: 长春出版社, 2014: 1-141.
 - [6] 邵培仁, 范红霞. 传播仪式与中国文化认同的重塑[J]. 当代传播, 2010, (03): 15.
 - [7] 罗伟虹. 中国的民间信仰探讨[J]. 社会科学, 1994, (08): 56.
 - [8] 张翠霞. 现代技术、日常生活及民俗学研究思考[J]. 民俗研究, 2018, (05): 21.
 - [9] 窦东徽, 刘肖岑. 社会心理学视角下的网络迷因[J]. 北京师范大学学报, 2013, (06): 38.