

基于马克思主义异化理论的视域下大学生消费异化探析

李 岩

新疆大学马克思主义学院, 新疆 乌鲁木齐

收稿日期: 2025年10月1日; 录用日期: 2025年10月21日; 发布日期: 2025年11月6日

摘 要

在机器大工业时期, 马克思在《1844年经济学哲学手稿》中通过异化劳动理论, 揭示资本主义社会存在的异化现象, 揭露了资本主义生产关系的剥削本质, 随着网络媒体、人工智能的极大发展, 生产技术不断革新, 生产所得的消费产品得到了前所未有的丰富, 因而通过对异化消费的本质、表现和影响的分析, 我们认识到异化消费对大学生的日常生活和学习都带来了严重的负面影响。本篇文章将从大学生个人的消费思想、家庭消费氛围以及高校正确消费观教育三个层面去寻找扬弃大学生消费异化的路径, 引导大学生树立正确的消费观。

关键词

马克思主义异化理论, 大学生, 消费异化

An Analysis of College Students' Consumption Alienation from the Perspective of Marxist Alienation Theory

Yan Li

School of Marxism, Xinjiang University, Urumqi Xinjiang

Received: October 1, 2025; accepted: October 21, 2025; published: November 6, 2025

Abstract

During the era of large-scale machine industry, Marx, in the “*Economic and Philosophic Manuscripts of 1844*”, through the theory of alienated labor, revealed the alienation phenomena existing in

文章引用: 李岩. 基于马克思主义异化理论的视域下大学生消费异化探析[J]. 哲学进展, 2025, 14(11): 53-58.

DOI: 10.12677/acpp.2025.1411553

capitalist society and exposed the exploitative nature of capitalist production relations. With the rapid development of network media and artificial intelligence, production technology has been constantly innovated, and the consumer products obtained from production have become unprecedentedly abundant. Therefore, by analyzing the essence, manifestations, and impacts of alienated consumption, we recognize that alienated consumption has brought serious negative effects on the daily life and studies of college students. This article will seek the path to overcome the alienation of college students' consumption from three aspects: the consumption ideology of college students themselves, the consumption atmosphere of their families, and the education of correct consumption views in colleges and universities, in order to guide college students to establish a correct consumption view.

Keywords

Marxist Theory of Alienation, College Students, Consumption Alienation

Copyright © 2025 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

随着我国社会消费升级和网络购物多样化的不断发展,整个社会人民群众的购买力和社会消费产品多样化历史性得到极大增长,导致当代大学生看到了各类享受炫富的消费方式,许多大学生陷入了消费异化的焦虑状态之中,在这样的背景下,使得消费在这其中变成了可以随意进行的一种生活方式。齐颖认为大学生应该树立适度消费、理性消费、绿色消费和艰苦奋斗的消费观[1];王敏表示新时代大学生的消费观是整个社会消费观念的反映,必须从社会、学校、家庭和大学生自身出发,引导他们树立合理的消费观[2];于越,季惠斌(2022)表示西方消费主义用虚假性和欺骗性为它在我国传播提供了基础,新时代大学生在它的腐蚀下,逐渐出现各种异化消费行为,面对消费主义的来袭,个人、家庭、高校和社会需要携手合作,共同引导大学生树立合理消费观念,阻止异化消费的野蛮生长[3]。从相关文献上来看,现有的研究更多的是对文本的解读,缺乏对大学生消费异化现象的实证性研究。本文运用马克思的异化劳动理论透视当今时代出现消费异化现象背后的本质,进而寻找化解大学生消费现象的途径与策略,从而能够引导当代大学生能够反省自身,实现消费异化的扬弃,树立正确的消费观。

2. 马克思异化消费理论概述

《手稿》中的异化劳动理论具有特定的思想史语境和时代背景,它源于马克思对黑格尔唯心主义辩证法和费尔巴哈人本学唯物主义的继承和超越,也是马克思对资本主义社会现实进行深刻反思与批判的伟大成果[4]。马克思虽然没有具体地提出“消费异化理论”,但是其异化劳动理论以及所包含有关于的消费思想,在生产和消费的相互作用、不断发展的时代背景下,同样也受到不断发展的国际市场和国际贸易的影响,在消费领域必然会发生着异化现象,分析马克思异化劳动理论,在此过程中研究在大学生群体中的消费异化现象,可以更好地帮助大学生群体树立健康的消费观的同时,能够更加积极地理解新时代生态发展理念,践行党在新时代提出的各类节约资源和保护环境的相关政策及措施。

2.1. 马克思异化消费思想产生的理论逻辑

马克思在对西方哲学的批判过程中可以从中去寻找关于异化消费的思想,在同黑格尔论争的思想背

景下开展自己的政治经济学批判的[5]。在当时的德国时期具有代表性的哲学家，例如：黑格尔和费尔巴哈他们在研究哲学和社会经济时他们把异化理论应用在了哲学领域并且在此基础上不断进行发展，这对于马克思后来发展异化劳动理论有着非常之重要的影响。此外，在经济学发展史上许多经济学家都对资本主义社会消费现象做出了激烈地批判，霍克海默与阿多诺强调，资本主义社会的消费文化具有着短期娱乐和及时行乐的消费陋习。在社会中这样消费现象的存在会导致大学生陷入忽视自身发展的长期规划，使大学生丧失对美好生活的正确判断，再加上有不断的广告推销以及商品各种诱惑，这必然会让大学群体消费者沉迷于眼前消费的享乐，而忽略了他们自身的内在追求和正确精神观念的塑造。马克思立足于辩证唯物史观，对德国古典哲学的异化理论进行了批判和超越，创立了新的异化消费理论[6]，而异化消费指的是消费者在消费过程中，消费不仅仅是为了满足个人实际需求，而更多的是通过消费符号来寻求社会认同和身份认同。

同时，在历史上空想社会主义者也做出过关于消费思想的相关阐述，马克思也对其进行了批判性分析，这也使得马克思消费思想具备了更多的人文关怀，马克思对空想社会主义者关于消费思想的分析和借鉴，这也使得其消费思想得以具备更多的人文关怀。在当时的资本主义社会工人阶级占有社会发展的极少部分社会财富，工人阶级由于屈从资本家所操纵的雇佣劳动制度而被整体性地异化了，他们有着非常恶劣的消费情况，英国和法国社会空想主义思想家为了改善劳动工人的生活，对未来社会进行了设想，深刻揭露了资本逻辑对人的异化，以及其内在的剥削本质与社会关系的对抗性。但是，他们都没有找到解决工人恶劣消费情况等这些问题的根本方法，也不了解能够实现改造社会的力量[7]，虽然设想了未来社会的发展前景，但是没有将其应用于实践。尽管是如此，这些科学空想社会主义者他们的思想蕴含的能量为马克思主义消费思想的形成提供了非常丰富的思想素材。

2.2. 马克思异化消费思想产生的历史逻辑

任何理论的诞生一定会经历时间的漫长沉淀，马克思异化劳动理论是如此产生，其异化消费思想必然也是如此。马克思批判了资本主义生产方式中产生的劳动异化现象，在其生活的时代工人阶级生活在社会中的最底层，没有能够掌握自己命运的机会，因而不得不出卖自己的劳动力，在这一过程中，工人越是劳动越多，越是不能获得自由，从而使得自身更加痛苦，越是受到奴役和统治，由此马克思提出了异化劳动理论。马克思的异化消费思想产生的历史逻辑，这些是源自于他对于资本主义社会内部生产结构的批判性分析，尤其是其对于资本主义社会的发展规律及其雇佣劳动关系进行批判，异化劳动理论体现了资本主义社会所提倡的自由平等，只是资本家的自由平等，工人阶级在资本主义社会是没有任何自由和平等的权利的，其内在的非人化趋势，这也就必然得出异化消费理论。归根结底，消费的异化是资本主义体系下，人与物、人与人之间关系变得商品化的结果。在当今社会随着各种消费形式的发展，各类产品销售，网红经济，明星带货涌入等等现象，当今新时代大学生们应当尽自己的最大努力摆脱异化消费的困境，实现自身的全面自由发展和社会的和谐进步。在处理这一问题中应用马克思异化劳动理论深入研究，探讨异化消费思想解决存在的问题，就成了亟待解决的问题。

2.3. 马克思异化消费思想产生的实践逻辑

马克思通过分析资本主义社会产生的商品拜物教性质，彻底地揭露了资本主义社会存在的各种异化现象，受到个体的需求，欲望的支配和消费行为、资本家为了赚取高额利润等各种因素的影响，大学生群体中存在异化消费现象是必然的结果。马克思的异化劳动理论揭示了在资本主义社会中，个体和生产过程、劳动所得的产品、自身劳动都陷入了一种异化状态，完全地失去了对自己的劳动产品的控制，不能够享受自己所劳动所得产品，从而也就失去了自主活动的权利。这样的情况同样出现在消费领域，形

成了异化消费现象，最终使得大学生群体中出现异化消费行为，时而使自己的消费行为不受控制，变为异于自己实际生活消费需求之外的消费习惯。在具体生活实际中，资本主义社会的商品不仅仅只是满足各个群体生活需要的工具，更是成为了一种社会之间交往的关系，消费也不再是基于自身的实际需要，而是一种满足刺激市场消费的杠杆，大学生们的消费行为同样被外部力量操控者，例如：追求时尚品牌、追求特立独行等等，在多样化消费的同时也隐藏着许多的营销机器，也最终在消费的过程中成为各个市场争夺着的“猎物”。另一方面来说，大学生消费群体在异化消费的环境下，往往不再是直接享受物质使用的满足，而是变成了追求与这些消费出的产品相关的社会地位和身份象征，这种消费情况完全使得大学生通过消费外部商品来求得自己的认知，忽略了自己内在的价值追求和自身发展的长远规划。

3. 当前大学生中出现的消费异化问题分析

3.1. 盲目的从众心理消费

在现代消费社会中，大学生往往不仅仅关注商品的实际使用价值，而更注重商品所承载的象征意义，如今提倡节约是劳动时间的节约，即发展生产力，这既是发展消费的能力，又是发展消费的资料，而决不是禁欲[8]。大学生消费者中出现从众心理诱导的消费应当受到抵制，绝不是因为要禁欲，而是出于实际需要锻炼大学生群体的消费素质。大学生群体中的消费行为常常受到同伴压力和社会潮流的影响，个体为了融入群体或追求某种社会认同，往往忽视自己的实际需求，转而追求外部评价标准。这种行为导致了消费的异化，个体不再关心商品的实际用途，而更看重它在社会中的象征意义。在网络平台上，网红或博主的消费推荐往往具有很大的号召力，导致很多学生产生从众消费的行为，购买他们并不完全了解或并不真正需要的商品，例如，购买高档品牌、智能手机、奢侈品等，常常被看作是社会地位和个人身份的象征；现代市场经济通过广告、社交媒体等手段引导消费者的心理，使得消费不再是纯粹的物质需求，而是成为了一种社会化的、符号化的行为。大学生中的消费异化和从众心理消费现象，反映了现代消费社会对个体的深刻影响，通过反思这些现象，大学生可以更好地理解自身的消费行为，从而作出更加理性和健康的消费选择，这种消费文化侵蚀了大学生的价值观，使他们将消费与社会地位、身份认同等联系起来，进一步加剧了消费的异化。

3.2. 虚荣的攀比心理消费

在异化消费中，人不是作为消费的主体存在，而是消费诱导人们进行消费行为，人只是消费的工具，异化消费给大学生消费带来了虚伪性，消费就变成了不是满足大学生消费群体自身的需求，而是受到资本的欺骗，使得资本在无限增殖。异化消费的不断催生下，就必然会产生攀比心理，大学生们就会尝试通过拥有更多的物质来证明自己的价值，也会依次来交友，这种持续的心里攀比，长此以往可能会使大学生们的价值观发生变化，也可能会使自我价值降低，觉得自己各方面不如他人，长时间必然会引发一系列心理问题。相对于大学生们来说，自己可以支配自己的生活费，经济条件相较于初高中来说相对自由，这使得他们在消费时有了更多的自主权，容易产生不理性的消费行为。试图在消费过程中找寻自我也是一种典型的异化消费特征，大学生们在攀比的过程中逐渐走向异化，失去本真，例如，有一些学生在看到别人拥有更好的物质生活条件时就会心里产生嫉妒，自己也想要拥有，而当达不到这种想要的情况时，就会逐渐的丧失自我甚至长期陷入抑郁的情绪之中，影响到自身的长远发展。寄希望于在消费中寻找自我满足感是及其不可取的，这必然会导致大学生在奢侈消费和攀比消费中无法自拔。

3.3. 炫耀的求异心理消费

异化消费会产生各种不良的心理消费，让大学生们变得更加注重外在的消费价值和商品的外在形式，

从而就忽视了商品的真实价值和自身对于商品本身的实际需求。这种情况的进推动了炫耀性消费心理的发展,炫耀性消费心理正是以生产品的外在形式来向商品购买者传递自己的价值的,向他人来炫耀自己的金钱地位以及这种地位所带来的各种荣誉和声望。异化消费使得炫耀消费成为一种追捧的消费模式,在学校中上很多人把各种物质财富和社会地位作为来判断一个人的价值,更多的学生就会更加努力地通过炫耀性消费来证明自己的地位,从而更加剧了炫耀性消费现象。大学生还受到消费跟风 and 模仿的影响,例如在一些商业广告和媒体宣传中,常常将奢侈品消费与高品质生活、成功人生等概念联系在一起,营造出一种消费至上、物质主义的社会氛围,除此之外还有一些明星或富豪在社交媒体上展示自己的奢华生活和昂贵物品时,往往会引发众多粉丝和普通民众的关注和模仿,他们会试图通过购买类似的商品或体验类似的消费方式来追求与偶像相同的生活品质和社会地位。由此可看出这种宣传方式会误导大学生消费群体,资本的异化也通过消费的异化表现了出来[9],让他们认为只有通过购买和使用昂贵的商品才能体现自己的价值和地位,进而促使更多的人加入到炫耀消费的行列中。

4. 马克思异化理论视角下克服大学生消费异化的对策进路

4.1. 提升自身健康消费思想

从马克思异化消费思想中可以看出当前大学生消费中出现的无止境消费循环,这并不是一种健康的消费行为,消费可以说是能够满足人实现自由能力的一种手段,可以保障人的生存需要以及提高日常生活质量。但是受到异化消费思想的影响,大学生日常生活上被社会的各种诱惑所做出的消费行为,是虚假的消费,大学生应当不断加强自身思想观念,强化自己做出正确的消费行为,这是作为彰显自身在新时代的价值和使命,显现自己作为大学生使命的重要部分。追求作为人的自由发展是马克思一生的目标,在这个目标中关于消费思想也能够体现出来,但是自由的消费是需要有一定的限度,当代大学生作为重要的消费群体,必须要提升自身内在消费素养和消费行为能力。第一,要加强自我教育和反思,时常做规划总结,及时反思自己的消费行为,总结经验教训,能够调整自己的不合理的消费行为,将自己的消费与自身实际需求相结合,与社会发展责任感相结合,逐渐去约束自己的不良消费习惯,形成健康,绿色的消费理念。第二,认识到精神消费的重要性,也就是说一定要学会不断地去投资自己,将自己的资金能够应用到购买书籍、学习技能等地方,这些都不仅能够丰富自己的知识内涵,还能够更好地去认清自己,丰富自己的内心世界,减少自己对于过度追求物质的依赖。在这一过程中不断提升正确消费思想,反对消费主义的价值观,树立劳动幸福观和坚持生态文明发展道路的必要性[10]。

4.2. 营造家庭科学消费氛围

根据马克思的异化劳动理论工人阶级只能够占有小部分社会财富,能够满足自身消费的财富严重不足,基本的生存消费都是岌岌可危的,然而当今社会的发展越来越好,人民不断富裕起来,能够支付自己生活资料的消费越来越充足,就出现了各种奢靡浪费的消费行为,这些都是要进行批判的。国家给予大学生的各种消费保障和补助以及家庭带给大学生的生活消费,这些使得大学生群体中大多数学生忘记了勤俭节约的传统美德在生活中能够真正的消费自由,不是随意消费,这就需要人生中的“第一粒扣子”家庭营造良好的消费氛围,为大学生树立科学的消费观提供良好的环境,具体可以从以下几个方面做起:第一,让孩子能够充分参与到家庭消费开支中一起制定家庭消费计划,这这一决策过程中,鼓励和引导大学生们发表出自己的看法,让他们能够承担起家庭责任,积极引导他们能够从家庭整体利益出发,而不是为了让满足自己一个人的消费欲望,牺牲掉家人的消费权利。第二,警惕各种消费陷阱,例如:网游消费陷阱、预付消费陷阱、直播打赏陷阱的风险及家长的引导作用大学生在日常生活中面对着各种诱惑好,必须要给予大学生保障以防上当受骗。

4.3. 加强高校理性消费教育

在马克思的异化劳动理论中,工人丧失了自己生活的主体性,对于能够体现美好生活的感受也就因为异化劳动而得以埋没,因此异化消费产生对于大学生能够体会到真正消费带来的满足感和必要性的感受也就随之丧失了,只有克服异化消费,才能够真正让大学生在消费中感受到必需品带来的快乐,而不是让学生在这其中感到的是攀比、虚荣的消费带来的及时行乐。高校在进行思想政治教育时必须把克服异化消费思想教育放在非常重要的位置:第一,加强校园消费文化建设,通过海报宣传、各类关于消费的征文比赛、消费观色演讲比赛等等,这些都能够积极地调动学生了解大学生目前消费状况和存在的各类问题,如此就能够让他们在这过程中增强自身的消费意识和辨别消费现象的能力,同样的也可以模拟消费场景,举出各类消费案例,如此就可以让他们直观地感受到各种消费套路。第二,开展校园绿色消费实践活动,具体内容包括:邀请学生分享“自己的绿色消费故事”;活动期间,自带餐具到食堂就餐,可享“减1元”优惠;联合快递点推出“拆箱回收”服务,学生取件后当场拆箱,纸箱、气泡膜投入回收箱等等。该活动能够促进学生精准理解“按需消费、循环利用、低碳减排”的绿色消费本质,破除“绿色即高价”“环保即麻烦”的认知误区,同时推动食堂减塑、快递箱回收、闲置循环三项关键行动落地,形成可复制的校园绿色消费场景方案,让短期活动转化为长期生活习惯。

5. 结语

马克思的异化劳动理论为研究大学生消费异化现象提供了独特理论基础,在消费主义盛行和消费文化日益发展,尤其是,遍地广告、各类网络消费平台的盛行,这些都强烈影响了大学生的消费观念,有的疯狂追求明星效应、寻求时髦、突出个性穿搭等等,这些异化消费现象都会导致大学生在消费的过程中迷失自己,丧失自我价值,消费过程与社会责任之间产生了疏离。因此,在应对这种异化消费现象时,不能采取无视的态度,必须要加强社会和教育体系的共同努力,增强学生的辩证思维能力和价值观教育,积极引导学生能够具有更为理性和健康的消费心理和行为。

参考文献

- [1] 齐颖. 当代大学生消费观教育[J]. 商业文化, 2022(17): 141-142.
- [2] 王敏. 新时代大学生消费观研究[J]. 上海商业, 2022(8): 43-45.
- [3] 于越, 季惠斌. 消费主义影响下大学生消费行为异化以及引导[J]. 沈阳师范大学学报, 2022, 46(2): 20-25.
- [4] 颜岩, 郑亚岚. 劳动异化与交往异化关系探赜——基于青年马克思异化理论的思考[J]. 东岳论丛, 2024, 45(7): 98-105.
- [5] 刘雄伟. 从异化劳动批判到反劳动的文化想象——评马尔库塞对马克思劳动概念的激进解读[J]. 南开学报(哲学社会科学版), 2024(2): 42-52.
- [6] 赵志强, 范建刚. 马克思消费思想的三重生态意蕴及其当代启示[J]. 当代经济研究, 2021(7): 16-24.
- [7] 杜欢政, 宋淑苇. 马克思消费思想中生态向度的四维解读[J]. 南通大学学报(社会科学版), 2023, 39(3): 17-23.
- [8] 董琦琦. “异化”流变: 从异化劳动到异化自然再到异化消费[J]. 学习与探索, 2020(3): 141-147.
- [9] 王雨辰. 论生态学马克思主义对消费主义生存方式的当代反思[J]. 社会科学战线, 2020(3): 30-36+281.
- [10] 文吉昌, 冉清文. 空间视域下马克思现代性批判的逻辑分析[J]. 思想教育研究, 2018(5): 47-51.