

消费主义思潮对大学生消费心理的消极影响及解决路径

姚琳静

南京林业大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2024年10月30日; 录用日期: 2024年12月9日; 发布日期: 2024年12月23日

摘要

消费主义思潮作为当代社会思潮之一, 形成于资本主义社会, 本质上是为资本服务的, 是资本逻辑主导下的产物。消费主义思潮自传入我国之后, 由于其极快的扩散速度, 对我国人民尤其大学生群体的消费心理产生的负面影响日益凸显因而需要对此加以研究, 以解决其对我国青少年造成的负面影响。本文首先分析消费主义通过资本创造虚假需求, 大众媒体宣扬资本主义价值观两种方式影响大学生的消费心理, 其次指出消费主义思潮对我国大学生心理造成的具体影响, 分别为扭曲了大学生的人生观与价值观, 弱化了大学生的理性信念。为此, 可以通过弘扬中华优秀传统文化、发挥高校思政课的作用以及树立正确价值观这三个路径来克服。

关键词

消费主义思潮, 消费心理, 消极影响, 解决路径

The Negative Impact of Consumerism on College Students' Consumption Psychology and Solutions

Linjing Yao

School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Oct. 30th, 2024; accepted: Dec. 9th, 2024; published: Dec. 23rd, 2024

Abstract

As one of the trends of contemporary social thought, consumerism was formed in capitalist society, which essentially serves capital and is the product of the logic of capital. Since the trend of

consumerism was introduced into China, due to its extremely rapid diffusion rate, the negative impact on the consumption psychology of Chinese people, especially college students, has become increasingly prominent, so it is necessary to study it to solve its negative impact on Chinese youth. This paper firstly analyzes the influence of consumerism on the consumption psychology of college students through the creation of false demand through capital and the promotion of capitalist values by the mass media, and then points out the specific impact of consumerism on the psychology of college students in China, which distorts the outlook on life and values of college students and weakens their rational beliefs. Therefore, it can be overcome by carrying forward the excellent traditional Chinese culture, giving full play to the role of ideological and political courses in colleges and universities, and establishing correct values.

Keywords

Academic Consumerism Trend, Consumer Psychology, Negative Impact, Solution Path

Copyright © 2024 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

消费主义思潮产生于 20 世纪初的美国，二战后在西方资本主义国家中逐渐迅速发展，并蔓延至各个领域，它指将个人的自我满足和快乐放到第一位的消费风气，鼓励人们追求新的消费品来满足自己的精神需求，将消费看作目的本身，而非仅仅作为一种手段。它是资本主义社会发展的产物，本质上是资产阶级用来保障自身利益的手段和工具。随着时代的发展与我国经济实力的增强，人们消费水平不断提高，消费成为人们生活中不可或缺的部分，健康、正常的消费行为可以满足人的日常生活需求、丰富人的精神世界，也可以促进国家生产力的提高，但是处于资本主义制度下的消费却成为为资本服务的工具。马克思指出：“一种商品越容易变坏，就越要尽快把它卖掉。”(马克思，恩格斯，2004)资本家生产商品的最终目的就是要将它售卖出去，以此来获取价值，而大学生群体作为社会新思想的前沿，又具备巨大的消费潜力，为此，资本家不惜想方设法来刺激大学生群体的消费，使大学生的消费行为变得盲目，为资本增值而服务。

消费主义思潮在我国的传播过程中造成巨大影响，它不再只是一种社会现象，成为了一种意识形态，经过在学生群体中的流传对大学生消费心理造成不可忽视影响，因而需要正视我国消费主义思潮。从理论的角度来看，对大学生消费心理进行研究是社会消费问题的重要组成部分，是在消费驱动发展与意识形态建设的显性语境中重要的理论与实践问题(孙悦，2024)，一方面，有助于将马克思主义消费观与中国实际相结合，为解决中国现存的消费问题提供新的理论视角；另一方面，以马克思主义的正确消费观引领大学生的消费心理，有助于深化对马克思主义的认识，为国家消费政策的制定提供理论依据。从实践的角度看，对消费主义思潮影响下大学生的消费心理进行研究，一是有助于大学生克服错误消费心理，从而引导养成正确的消费习惯，推动社会消费转型升级与社会可持续发展；二是有效抵制了不良社会思潮对大学生的影响，推动社会形成健康的消费文化。

2. 消费主义思潮何以影响大学生消费心理

2.1. 资本创造虚假需求

人的全面发展是马克思主义追求的根本价值目标，表现为人的个性才能和志趣的全面发展。在消费

主义思潮的影响下,人们将自己的幸福感、发展条件与消费品联系在一起,仿佛谁拥有更多的消费品,谁就是幸福的,谁就能拥有更好的发展条件。实际上,这种幸福感只是一种表象,他们的内心是空洞盲目的。在这种社会风气的影响下,出现“享乐主义消费”、“奢侈消费”、“符号消费”等新的消费观,大学生群体的思想观念发生天翻地覆的转变,他们的消费逐渐远离真实和必要,阿格尔指出:“消费主义价值观支配下的消费是一种与人的真实需要没有本质联系的异化消费”(本·阿格尔,1991)消费主义思潮仿佛成为了一种新的拜物教,只有在消费中才认为自己是真实存在的,也只有在消费中才能寻到自身价值,盲目消费摧毁人的主体性,致使被物奴役。如每年的“618”、“双十一”等,似乎是为大学生群体量身定制一般,使他们消费的目的不是满足自身需要,而是受到商家铺天盖地“划算、便宜”、“错过一次等一年”等口号影响下的盲目消费,并逐步迷失于其中。

2.2. 大众媒体宣传资本主义消费观

李普曼在《公众舆论》一书中指出:“我们尤其应当注意一个共同的因素,那就是契入在人和环境之间的虚拟环境。”(沃尔特·李普曼,2006),随着互联网大数据的发展,手机、电脑等电子产品称为大学生日常生活和学习中不可或缺的物品,因而大学生群体相较于其他群体有更多的时间接触网络。消费主义思潮在大学生群体中传播的重要媒介便是大众媒体,大众媒体随着时代的发展不断呈现出产业化和市场化的特征,因而也逐渐带有消费主义倾向。一方面,大众媒体自身带有消费主义倾向,为了实现自身利益最大化,大众媒体通常选择更有吸引力的内容,导致新闻娱乐化现象的产生;另一方面,大众传媒作为载体对消费主义价值观进行深入传播和劝诱(余保刚,2018),将消费主义的价值观推向社会,大学生群体在隐蔽的消费主义价值观下日复一日地被“洗脑”,不自觉地接受了这种价值观并在消费中表现出来,即资本主义消费观。大众媒体本应是向公众传播知识、信息的媒介,在消费主义思潮的影响下却带有资本主义的性质,传播的内容也逐步被含有消费主义价值观的影视作品或广告所侵占,这大大影响了大学生群体的消费观。

3. 消费主义思潮对大学生心理造成的负面影响

3.1. 扭曲大学生人生观与价值观

“将生活的价值替换为抽象的占有量和感官的短暂满足,这是消费主义对生命本质和意义的厚重遮蔽和极端扭曲。”(毛勒堂,2006)在当今时代,消费主义给大学生人生观价值观带来的负面影响不容小觑,不少大学生过于追求享乐,认为生活的唯一价值便是由消费带来的短暂幸福,而对劳动持有轻视的态度。消费主义所倡导的观念,往往过分强调了物质消费的重要性,从而导致部分大学生过度追求物质享受,而忽视了精神层面的提升(孙悦,2024)。更为严重的是,少数大学生会陷入商家的消费陷阱,通过借贷消费来满足自己的消费需求,也即“超前消费”、“过度消费”,花明天的钱,圆今天的梦(黄文静,孙艳秋,2024)。作为新时代的大学生群体本应该有着勤俭节约的作风,但在消费主义思潮的影响下,“月光族”、“负翁”等现象屡见不鲜,背离了中华优秀传统文化中勤俭节约的美德,致使人生观和价值观扭曲。消费主义思潮导致的消费异化严重影响了大学生正确人生观和价值观的树立,导致大学生价值观发生扭曲,劳动观念日渐淡薄,甚至自身的审美品位和环保意识也随之不断降低(王迪,2022)。消费主义将物质作为人生追求,将人生的理想、存在的价值作为虚幻的对象抛弃,这会在社会上形成一股不正之风,不利于大学生人生观和价值观的塑造(王洁,2022)。

3.2. 弱化大学生的理想信念

消费主义是对人类感性的极端利用,它窥探到了人类的动物性需求和虚荣心然后用物质诱惑俘虏人

心(张文富, 2011)。它以其强大的渗透力渗透进人们日常生活的各个领域, 承担起意识形态的功能, 成为西方演变社会主义国家的最有说服力的感性工具。麦当劳、肯德基、可口可乐、米老鼠和唐老鸭对青少年的吸引力远远大于共产主义理想信念的教育(袁铎, 2008)。消费主义思潮经过发展变得更具欺骗性与隐蔽性, 它隐藏在生活中的各个角落, 常常以各种形式出现, 从青少年至老年或多或少都曾接触过消费主义, 尤其是对于有消费能力的大学生群体来说, 他们作为未来社会的栋梁之才, 本应该有着坚定的理想信念与担当意识, 但是随着消费主义思潮在生活领域中的蔓延, 通常以“时尚”的形式出现, 表现为新潮流、新风尚, 不接受就等于跟不上时代潮流, 致使大学生群体对“时尚”的消费趋之若鹜, 对信仰追求不屑一顾。消费主义在潜移默化之中影响着大学生的精神世界, 使他们更加注重对物质的追求而忽视理想信念与责任意识的塑造。

4. 克服消费主义思潮影响对大学生消费心理影响的路径

4.1. 弘扬中华优秀传统文化

随着我国的改革开放与互联网信息技术的发展, 越来越多的思潮涌入我国, 使得我国思想文化更加多元化、复杂化。一个社会中存在多元的思想文化是有利于社会发展的, 但必须以坚守本国优秀传统文化为前提。2014年10月, 党中央在文艺工作座谈会上发表了重要讲话, “要想成为参天大树, 就必须打好基础; 要想使水流向远方, 必须先把源头疏通。”中华优秀传统文化是中华文明的智慧结晶和精华, 是中华民族的根和魂, 是中华民族在五千多年的发展过程中积累下的宝贵精神财富, 蕴含着中华民族最深沉的精神追求。中华民族自古以来就强调勤俭节约的美德, 《左传·庄公二十四年》提出“俭, 德之共也; 侈, 恶之大也”的思想, 指出节俭在道德行为中的重要地位; 曾国藩指出: “财薄愁少, 居家之道, 惟崇俭可以长久”, 表明节俭的重要性。正如马克思所说, 经济基础对上层建筑具有反作用, 中华优秀传统文化增强社会活力, 在物欲横流的时代, 中华优秀传统文化为大学生群体提供了丰富的思想资源与有力的思想武器, 增强大学生的文化认同感, 提升文化自信, 在面对消费主义思潮入侵时坚守自己的文化初心, 坚守“勤俭节约”“劳动致富”的中华传统美德, 不为消费主义所迷惑。

中华优秀传统文化蕴含着深厚的人文关怀、道德伦理观念和审美情趣, 通过创造性转化和创新性发展, 可以更好地满足现代人对精神文化生活的需求(武小溪, 2024)大学生因为精神文化生活需求得不到满足, 将自身的幸福满足感寄予在消费之上, 从而导致消费主义思潮在大学生群体中更快扩散, 而中华优秀传统文化以其与时俱进的特点, 成为大学生有力思想武器, 跟随时代的发展不断注入新的内容, 焕发新的活力。习近平文化思想是中华优秀传统文化在新时代的发展, 继承了马克思主义文化理论, 闪烁着真理的光芒, 打破西方的文化霸权主义, 运用马克思主义的正确消费观引领大学生的思想, 以中华优秀传统文化规约大学生的消费行为, 并在大学生的消费实践中接受检验, 帮助大学生在文化交汇与碰撞的激流中站稳脚跟, 传承历史文化, 行稳致远, 成为新时代社会主义的建设者与接班人。

4.2. 发挥高校思政课思想引领的作用

高校思政课是我国高等教育非常重要的组成部分, 承担着意识形态工作的任务。是开展思想政治教育宣传与笃行文化育人使命的有力阵地, 肩负着培养德智体美劳全面发展的高素质人才的重任, 其目的便是落实“立德树人”根本任务, 一方面, 通过高校思政课教育的主平台, 将消费等相关知识融入到教学内容中。高校思政课目前已经成为我国高校的必修课程, 其本身具有一定的影响力和覆盖力, 在日常授课中通过对大学生进行知识的灌输, 使他们正确认识到消费的本质与价值, 明白消费并不是人唯一存在方式, 也不是获取幸福的唯一渠道, 在面对网络诈骗、虚假广告等消费陷阱时能够从容应对, 做到理性消费, 避免跳进资本家创设的消费陷阱, 降低消费风险。另一方面, 充分发挥高校思政课实践性, 高

校思政课更加强 r 调理论与实际相结合, 克服消费主义对大学生带来的影响不仅需要大学生的知识体系中形成关于消费的基本框架, 还需要外化于形, 并融入到生活的方方面面, 在塑造大学生消费观的同时也改变他们的消费行为, 实现“知、情、行”的相互转化与升华, 例如各大高校展开的“光盘行动”, “树立正确消费观”的主题教育活动, 以及“旧衣物回收”等, 都在一定程度上帮助大学生重塑对消费的理解, 认识到劳动的重要性, 在实践中批判性地看待消费主义思潮, 并能够自觉抵制骄奢淫逸之风与享乐主义。

4.3. 重构消费理念, 树立正确价值观

理念是实践的先导, 人们的消费价值观引导着人们的消费行为, 为此, 必须清除“享乐主义”、“奢靡主义”, 重构“合理、适度”消费理念。“合理、适度”的消费指: 在生产过程中, 生产者需要把握住“度”, 不能盲目、无节制地生产, 而是以人们的需要为目的, 按照人们最真实需求进行生产, 将生产的眼光投射在人们真正所需要的商品, 并着力提升产品的使用质量, 延长产品的使用寿命, 降低产品的资源消耗量, 严把原材料精良度(解晨扬, 2019)。大学生作为消费者, 在消费时思考这件物品自己究竟需不需要, 于自身是否有益, 是否在自己所能承受的范围内, 只买自己生活所必需的物品, 不盲目跟风, 也要充分意识到, 幸福并不等于消费。

习近平总书记指出: “一个国家、一个民族不能没有灵魂”“价值观念在一定社会的文化中是起中轴作用的。”社会主义核心价值观作为我国主流意识形态的集中体现, 它是一种价值规范体系, 其本身具有一定的精神动力因素(雷长稳, 2021), 在高校中, 它也是指导大学生形成健康价值观的航标。面对消费主义思潮在我国横行, 并对大学生造成了负面影响, 必须加快培育践行社会主义核心价值观。社会主义核心价值观包括了辛勤劳动为荣、以好逸恶劳为耻的荣辱观, 让大学生深刻认识到劳动的崇高和懒惰的可耻, 大力倡导正确的幸福观、苦乐观与金钱观, 让大学生明白幸福并非单纯的物质享受, 而是来自于辛勤劳动和自我价值的实现(孙悦, 2024)。同时它也蕴含了人们对国家、社会以及自身发展期待, 表达了中国人民的价值追求, 它以自身强大的精神力量规范社会行为、在行动上摆脱物欲控制, 脱离西方资本主义国家创造的消费陷阱, 在精神上以其丰富的内核填补人们内心的空缺, 破除消费主义思想的禁锢。所以必须加快培育社会主义核心价值观, 以思想引导行动, 凝聚起社会强大共识。在核心价值观的引领下, 越来越多的高校大学生用正确价值观教育规范自身, 但要彻底清除消费主义思潮对我国大学生的影响, 依旧是一个任重而道远的任务。

5. 结语

消费主义思潮泛滥是社会资本发展的必然结果, 在时代飞速发展的今天, 消费主义思潮对大学生群体产生的影响不可忽视, 消费行为被“享乐主义”、“奢靡之风”所主导, 以至于在大学生眼中, 拥有更多的消费品就能够拥有更高的社会地位、更好的精神慰藉。实际上这些只是“虚假的需求”, 他们的精神世界依然是空虚的。在当下, 需要清楚辨别消费主义思潮带来的危害与弊端, 思考什么是真正需要的, 而非盲目跟风。大学生群体作为未来社会发展的重要力量, 需要引导大学生树立正确的消费观, 注重大学生精神世界的塑造, 避免奢靡之风的蔓延, 从各个方面最大程度减少消费主义思潮带来的消极影响, 让消费回归本身, 让人回归于人。

参考文献

- 本·阿格尔(1991). *西方马克思主义概论*. 人民出版社.
- 黄文静, 孙艳秋(2024). 消费主义思潮视域下大学生消费观: 异化、生成与调适. *合肥大学学报*, (4), 48-53.

- 解晨扬(2019). *生态马克思主义消费观及其当代价值研究*. 硕士学位论文, 石家庄: 河北师范大学.
- 雷长稳(2021). 消费主义思潮对我国主流意识形态的消极影响及其应对措施. *湖北经济学院学报(人文社会科学版)*, (5), 16-19.
- 马克思, 恩格斯(2004). *马克思恩格斯全集: 第2卷*. 人民出版社.
- 毛勒堂(2006). 超越消费主义——论消费正义. *思想战线*, (2), 7-13.
- 孙悦(2024). 消费主义思潮对大学生消费观的消极影响及引导对策. *公关世界*, (14), 136-138.
- 王迪(2022). 当代大学生消费异化问题研究综述. *林区教学*, (11), 54-57.
- 王洁(2022). 当前我国存在的消费主义思潮: 实质、危害及应对. *中共南昌市委党校学报*, (6), 31-36.
- 沃尔特·李普曼(2006). *公众舆论*. 人民出版社.
- 武小溪(2024). 中华优秀传统文化创造性转化与创新性发展的实践路径. *大学*, (18), 23-26.
- 余保刚(2018). *消费主义影响下我国主流意识形态建设研究*. 博士学位论文, 南京: 南京师范大学.
- 袁铎(2008). *非意识形态化研究*. 中国社会科学出版社.
- 张文富(2011). 消费主义是如何侵蚀马克思主义意识形态领导权的? *前沿*, (19), 34-37.