

消费主义思潮影响下大学生消费行为研究

杨 羽

深圳大学马克思主义学院, 广东 深圳

收稿日期: 2024年4月19日; 录用日期: 2024年6月17日; 发布日期: 2024年6月26日

摘 要

随着中国经济的稳步高速增长, 消费主义思潮在中国社会受到广泛传播和推崇, 逐渐影响着当代大学生的消费行为。消费主义思潮的本质根植于一种对物质追求的信仰体系, 其内涵可以从经济、文化、社会以及心理四个层面进行分析。消费主义思潮在我国的表现主要分为三个方面: 一是国际品牌热潮: 崇洋消费迅速蔓延、持续升温; 二是身份地位认同: 奢侈品消费成为自我表达手段; 三是寻求感官刺激: 低俗消费逐渐呈现扩散趋势。消费主义思潮影响下大学生的消费行为现状主要包括高消费及消费浪费现象严重、消费结构不合理, 人际消费增多、娱乐消费渐成时尚, 攀比消费严重以及超前消费意识强烈, 理财能力欠缺这四个部分, 总结出大学生的消费行为具有多样性、超前性和不平衡性的特点。消费主义思潮对大学生消费观念的误导、大学生消费观教育滞后、以及大众传媒的错误诱导是影响大学生消费行为的重要因素。大学生克服消费主义思潮影响的对策建议主要包括以下三个方面: 一是继承弘扬优良的传统消费观, 增强大学生抵御消费诱惑的能力; 二是增强思想政治教育的针对性, 帮助大学生树立正确的消费观念; 三是发挥大众传媒的积极引导作用, 建立良好的消费舆论环境。

关键词

消费主义思潮, 消费行为, 大学生

Research on College Students' Consumption Behavior under the Influence of Consumerism

Yu Yang

School of Marxism, Shenzhen University, Shenzhen Guangdong

Received: Apr. 19th, 2024; accepted: Jun. 17th, 2024; published: Jun. 26th, 2024

Abstract

With the steady and rapid growth of the Chinese economy, the trend of consumerism has been widely spread and respected in Chinese society, gradually influencing the consumption behavior of contemporary college students. The essence of consumerism is rooted in a belief system of material pursuit, and its connotation can be analyzed from four levels: economy, culture, society, and psychology. The manifestation of consumerism in China can be mainly divided into three aspects: first, the international brand craze: the rapid spread and continuous warming of foreign consumption; Secondly, identity recognition: luxury consumption has become a means of self-expression; The third is to seek sensory stimulation: vulgar consumption is gradually showing a spreading trend. Under the influence of consumerism, the current consumption behavior of college students mainly includes four parts: high consumption and serious consumption waste, unreasonable consumption structure, increasing interpersonal consumption, entertainment consumption becoming fashionable, serious comparison consumption, strong awareness of advanced consumption, and lack of financial management ability. It is summarized that college students have diverse, advanced, and unbalanced consumption behaviors. The misleading consumer attitudes of college students, the lagging education on consumer attitudes among college students, and the erroneous induction of mass media are important factors affecting their consumption behavior. The countermeasures and suggestions for college students to overcome the influence of consumerism mainly include the following three aspects: firstly, inheriting and promoting the excellent traditional consumption concept, and enhancing the ability of college students to resist the temptation of consumption; The second is to enhance the pertinence of ideological and political education and help college students establish correct consumption concepts; The third is to give full play to the positive guiding role of mass media and establish a good consumer public opinion environment.

Keywords

Consumerism Trend of Thought, Consumption Behavior, College Student

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. 消费主义思潮的内涵、实质及其表现

1.1. 消费主义思潮的内涵

消费主义是 19 世纪下半叶产生于美国，并在 20 世纪逐渐扩散于世界的一种社会思潮。“所谓消费主义，是指不是为了实际生存需要的满足，而是追求被文化形式所不断制造出来的消费欲望的生活理念和生活方式。”^[1]消费主义思潮是一种强调消费行为在社会中的重要性，并将其视为经济增长和社会进步的推动力的观念。这一思潮的内涵涵盖了经济、文化、社会和心理等多个层面，对于个体和整个社会的影响深远。

在经济层面，消费主义强调个体的消费行为对于国家经济的发展至关重要。它认为通过鼓励人们购买商品和服务，可以刺激生产和就业，推动经济增长。在这一观念下，个体的购买力和消费行为被视为对国家繁荣的贡献；在文化层面上，消费主义强调物质生活的丰富和享受。它将个体的幸福感与物质繁荣直接联系起来，认为通过拥有更多的商品和享受更多的服务，个体可以获得更高的生活满足感。这种

文化观念推动了社会对奢侈品、时尚潮流和消费文化的追求，使得消费成为一种塑造个体身份和社会地位的手段；在社会层面上，消费主义强调个体权利和自由，认为每个人都有权利追求个人的幸福和满足感。因此，社会制度应该支持和保障个体的消费选择，并通过市场机制来满足个体的多样化需求。这一观念与传统的社会规范和道德观念可能存在冲突，因为传统价值观往往强调整制和自我牺牲；在心理层面上，消费主义强调购物和消费活动对于个体心理健康的积极影响。它将消费视为一种释放压力、获得快乐和满足内在需求的方式，将购物被视为一种情感表达和自我认同的手段。这种心理层面的内涵使得消费成为个体追求幸福和情感满足的重要途径之一。

1.2. 消费主义思潮的实质

消费主义思潮的本质根植于一种对物质追求的信仰体系，将消费行为视为实现幸福、满足和个体认同的关键途径。其核心理念是将购买和拥有物品作为衡量生活成功和个体价值的标准，将满足感源自物质享受的体验。消费主义不仅仅是一种经济行为，更是一种深刻的社会观念，将市场经济的逻辑与生活方式紧密结合。石文卓、任超阳在文章《消费主义思潮对大学生的危害和应对》中指出“消费主义是资本主义国家为调节生产过剩与消费不足之间的矛盾而提出的一种消费理念和生活方式。消费主义是资本逻辑实现的副产品，是服务于资本增值的价值体系，体现了资产阶级的根本利益。”[2]不难看出，消费主义思潮是具有意识形态属性的，其与资本主义的利益诉求息息相关。消费主义的本质同时表现为一种持续不断的欲望推动，通过广告、媒体等方式激发人们对新产品、新体验的渴望，形成对不断创新和更新的需求。这种不断刺激的欲望往往超越了实际需要，形成了一种无休止的购买循环。王永友、阳作林就指出“消费主义思潮的本质特征主要体现为物欲性、虚假性和控制性。”[3]这种本质特征引导人们走向享乐主义和拜金主义，通过物质和功利来衡量人际关系的价值。

消费主义思潮在不同学科领域的研究进展主要包括以下几个方面：第一，在社会学视角，社会学关注消费主义思潮对社会结构和社会关系的影响。研究者发现，消费主义思潮加剧了社会分化和不平等，使一些人过度追求物质财富和奢侈品，而另一些人则陷入贫困和边缘化。此外，消费主义还改变了人们的社会交往方式，使人们更加注重个人利益和物质享受，而忽视了社会责任和公共利益。第二，在经济学视角，经济学关注消费主义思潮对经济发展和经济稳定性的影响。研究者认为，消费主义思潮促进了大规模生产和消费，推动了经济增长。然而，过度消费和无节制的借贷也可能导致经济不稳定性和金融危机。此外，消费主义还加剧了资源的消耗和环境的破坏，对可持续发展产生负面影响。第三，在心理学视角，心理学关注消费主义思潮对个体心理的影响。研究者发现，消费主义思潮使人们过分关注物质财富和物质享受，将物质拥有和消费作为衡量个人价值和幸福感的标准。然而，过度的物质追求并不能满足内心的深层需求，可能导致人们感到心理上的空虚、焦虑和失落。第四，在传播学视角，传播学关注大众媒体在消费主义思潮传播中的作用。研究者认为，大众媒体通过广告、电视剧、电影等渠道宣传消费主义文化，煽动人们的消费激情，刺激购买欲望。同时，大众媒体也成为了消费品本身，加剧了消费主义文化的传播。

1.3. 消费主义思潮在我国的表现

1.3.1. 国际品牌热潮：崇洋消费迅速蔓延、持续升温

在过去的较长时期里，我国居民与西方发达国家、地区存在显著的经济差距。改革开放之初，西方商品以其卓越的质量、昂贵的价格以及富有消费者身份象征的属性，在我国掀起了一股狂热的购物潮流。随着我国进入社会转型期，人们的购买能力逐渐提高，大多数人选择购买西方商品。为了争夺市场份额，西方国家加强了品牌的推广，不断塑造出在我国具有社会象征意义的商品品牌。这种趋势使得西方消费

观念在我国蔓延，形成了一种典型的观念，即拥有洋品牌成为时尚、现代、有品味、有身份的象征。这不仅仅是一种商品购买行为，更是一种对富有、新潮和有价值的追求。在这样的观念引导下，一些青少年逐渐形成了贬低国内品牌、崇尚洋品牌的畸形心理倾向。随着我国经济的不断发展，人们的收入水平普遍提高，高收入群体总量增加，西方消费方式成为他们偏好的选择。这种西方消费方式的渗透不仅仅表现在购物方式上，还涉及到娱乐方式的洋化。对西方消费生活方式的追逐使一般民众，尤其是青少年产生洋化消费的群体是社会精英的认知偏差，从而盲目地对洋化消费进行追逐。

1.3.2. 身份地位认同：奢侈品消费成为自我表达手段

“科学消费的基本要求是：社会的消费水平必须同社会经济发展水平相适应、个人消费支出必须同个人的实际收入相一致。”^[4]我国有些消费者对商品的购买已经超越了实际需求，成为一种不健康的社会标杆。在追逐身份地位的过程中，我国的一些消费者为了彰显社会地位和经济实力，不惜花费巨额资金购买昂贵的奢侈品，而非真正的个人需求。这种过度的追求导致了社会的负面浪费和不健康的消费观念的滋生。同时，部分消费者把奢侈品消费作为一种攀比和竞争的手段，引发了社会阶层的分化。在这种环境下，人们通过比较拥有的奢侈品牌、款式和数量来评判个体的地位，从而导致社会上不健康的攀比风气，加剧了人们之间的竞争关系。此外，奢侈品消费的社会属性也在身份地位认同中发挥负面作用。社交圈内，奢侈品不仅成为一种交流的媒介，也成为了评判他人社会地位的标准。这种以奢侈品为基准的社交方式，加剧了社会关系的表面化和功利性，使得人们更加难以真实地建立深厚的人际关系。这种奢侈消费不仅加剧了社会的浮躁和不平等，也影响了人们对于真实幸福和社会价值的认知。

1.3.3. 寻求感官刺激：低俗消费逐渐呈现扩散趋势

在我国，部分消费者的消费趋势呈现出对感官刺激的过度寻求，逐渐演变成为一种令人担忧的低俗消费现象。首先，一些消费者在购物选择上更偏向于追求廉价、低质的商品。他们更愿意选择一些低端市场的产品，忽略了对品质和原创性的关注。这导致了市场的低级化，使一些低质量产品在市场上获得了不正当的竞争优势。其次，低俗消费在娱乐方式上表现为对于庸俗、低级趣味的追求。一些消费者在选择娱乐活动时更倾向于追逐一时的轻松和刺激，而非深度文化和艺术的体验。这种倾向使得低级趣味的文化元素在社会中扩散，影响了整体的文化品位。此外，低俗消费还表现在社交媒体上的低俗内容的传播。一些消费者通过分享低级趣味的内容来获取社交平台上的关注，导致低俗元素在互联网上的传播更为迅速。这进一步加剧了社会信息传递的低俗化趋势，对年轻一代的价值观产生不良影响。这种低俗消费趋势不仅贬低了整体市场品质，还对社会文化和价值观产生了消极的影响，需要引起社会的高度关注和引导。

2. 消费主义思潮影响下大学生消费行为现状及其特征

2.1. 消费主义思潮影响下大学生消费行为现状

2.1.1. 高消费及消费浪费现象严重

高消费及消费浪费现象在当代大学生群体中表现得愈发突出，这一趋势与社会的飞速发展以及文化的深刻演变密不可分。大学生的整体消费水平普遍呈上升趋势，这种趋势的形成与广泛传播的消费主义思潮密切相关。消费主义思潮深刻影响了大学生的消费观念，使他们更倾向于选择品牌化、时尚化的商品，追求炫耀性的消费体验。

一方面，随着社交媒体的盛行，大学生之间攀比心理逐渐蔓延。在虚拟社交平台上，他们不断展示自己的高消费生活，通过分享奢侈品购物、豪华旅行等方式来彰显自身的经济实力。这种攀比心理导致了许多大学生在追求社会认同和虚拟荣誉的同时，陷入了过度消费的泥沼，不仅使得日常生活花销不断

攀升，也助长了对奢侈品的过度追求。另一方面，消费浪费也成为大学生消费行为中的一个严峻问题。在追求时尚和新潮的同时，大学生往往对资源的利用和环境的保护缺乏足够的关注。过度消费导致的浪费现象日益突出，不仅浪费了个体有限的经济资源，也加剧了对地球资源的压力。对于环境友好的消费观念和可持续发展理念的缺失，使得大学生在选择商品和服务时往往只注重眼前的享受，而忽略了其潜在的负面影响。

2.1.2. 消费结构不合理，人际消费增多

大学生的消费结构是一个多元、复杂的体系，涵盖了多个方面的支出，受到个体经济水平、文化背景、社会环境等多方面因素的影响。大学生的消费包括一是生活必需品消费，大学生的日常生活需要满足基本的食物、衣物、生活用品等基本生存需求，生存消费是大学生消费的主要方面；二是娱乐消费，包括电影、音乐、游戏、旅行等娱乐活动，大学生在学业之余也需要适度娱乐放松，娱乐消费成为其生活中不可或缺的一部分；三是发展消费，有些大学生为了适应激烈的市场就业竞争，有更好的发展前景，会进行这方面的消费以提升自身的综合水平和素质；四是人际消费，人际消费是大学生消费结构中的一个重要组成部分，包括请客吃饭、送礼、参与社交活动等。大学生因社交压力而积极参与各种社交活动，包括派对、聚餐、旅行等，这些活动成为日常生活中不可或缺的一部分。

当代大学生人际交往增多，人际关系复杂化，人际消费呈现上升势头。大学生人际消费不断增加的原因是多方面交织的：一是社交压力是一个关键因素。大学生处于一个新的社交环境，为了融入群体、建立友谊，他们感受到社交压力，迫切需要参与各类社交活动，这推动了人际消费的上升。从请客吃饭到参与社交活动，这些行为都需要一定的经济支出，因此社交压力成为推动人际消费增加的原因之一。二是社会认同感的强烈追求，也是人际消费增加的推动力。在大学这个多元化的社交场合，个体渴望被他人认可和尊重。通过送礼、请客、购买潮流物品等方式，大学生试图在社会中树立良好形象，获取他人的认同感，因而增加了人际消费的频率。三是社交媒体的普及对人际消费的影响不可忽视。在虚拟社交平台上，个体可以展示自己的社交生活，观察他人的消费行为。大学生为了在社交媒体上呈现更为精彩的生活，更愿意通过增加人际消费来提升自身社交形象，拉近与他人的社交差距。

2.1.3. 娱乐消费渐成时尚，攀比消费严重

在当今社会，大学生的消费观念受到了娱乐产业的迅猛发展和信息技术的广泛普及的双重影响，逐渐形成了以娱乐为主导的时尚消费方式。在线游戏、短视频平台、音乐会等成为大学生日常生活中不可或缺的一部分，构建了一个丰富多彩的娱乐消费生态。然而，这一趋势也引发了一些问题，其中攀比消费问题尤为严重，对大学生的经济和学业产生了负面影响。

一方面，娱乐消费在大学生中逐渐成为时尚的代表。在线游戏、短视频平台和音乐会等娱乐形式通过各种渠道广泛传播，成为大学生展示个性、追求时尚的一种方式。这种娱乐文化的普及不仅满足了大学生对娱乐的需求，同时也塑造了一种时尚潮流，影响着他们的消费选择和生活方式。另一方面，随着时尚娱乐的普及，攀比消费问题也日益凸显。大学生中存在一种追求更高水平、更炫酷的娱乐活动的倾向，形成了攀比的心态。一些同学可能因为他人参与了某场音乐会或购买了某款游戏，而感到自己也需要追随潮流，参与更高档次的活动，这导致了日常娱乐支出的不断增加。这种攀比消费的严重性主要体现在几个方面：一是金钱压力的增加。追求时尚娱乐活动往往伴随着较高的消费成本，购票、购物、交通等支出层出不穷，使得一些大学生在经济能力范围之外进行过度消费，从而积累了金钱上的负担。二是对学业的负面影响。大学生期间，学业应是首要任务，但攀比消费使得一些同学无法平衡学业和娱乐，过度沉浸于时尚娱乐活动中，影响了正常的学业进度。这种情况下，一些学生可能因为频繁参与各类娱乐活动而失去对学业的专注，甚至影响到学术表现。

2.1.4. 超前消费意识强烈，理财能力欠缺

在当今社会，大学生群体普遍表现出一种显著的超前消费意识，而与之相伴的是对理财的能力相对不足。这一现象的背后既受到消费主义思潮的引导，也与社会文化、科技发展及社交媒体等多重因素交织而成。

一方面，消费主义思潮的影响使得大学生更倾向于通过即时的、短期的消费来满足对瞬时享受的追求。社会价值观逐渐偏向物质主义和快速满足感，这影响了大学生对生活方式和消费观念的形成。购买时尚品牌、追求潮流、参与高消费社交活动成为一种时尚，这种超前的生活方式强化了即时满足的价值导向。另一方面，电子商务和移动支付技术的飞速发展加速了大学生的超前消费。随着线上购物的普及，大学生可以轻松地在互联网平台上获取各类商品，这种方便的购物方式进一步刺激了大学生的购物欲望，促使他们更容易陷入超前消费的泥沼。此外，各大线上平台推出各种超前消费的方式，比如：京东为消费者提供白条服务、支付宝为消费者提供花呗服务、美团为消费者提供月付模式、以及苏宁为消费者提供任性付等，为大学生超前消费提供了可能和机会。同时，信贷消费也被部分大学生所尝试。他们认为贷款求学这种超前消费方式十分可取，既可以减轻家庭负担、改变自身经济状况，又可初步尝试自力更生，促使自己节约支出。但不可否认，在享受信贷服务所带来的红利时，也要提防其所带来的风险。然而，与超前消费相伴随的问题是大学生们的理财能力普遍不足。对未来规划和储蓄意识的淡化使得大学生在面对生活突发事件，或毕业后的职业起步阶段可能面临更大的经济压力。缺乏对投资、储蓄、负债的基本认识，使得大学生在财务管理方面存在较大盲区。相关的调查结果显示，只有 10.96 的男生和 7.8% 的女生认为自己的理财能力较强，而 48.9% 的男生和 46.46 的女生认为自己的理财能力较差[5]。

消费主义思潮对中国大学生的消费行为影响主要体现在以下几个方面：首先，它加剧了大学生之间的攀比心理，导致他们为了追求物质享受而不断消费；其次，它使得大学生忽视了自己成长和发展，将消费视为生活的主要目标；最后，它可能导致大学生陷入债务困境，对他们的生活和学习产生负面影响；而美国是消费主义思潮的发源地之一，其大学生消费行为受到消费主义思潮的深刻影响。美国大学生注重个人主义和自由，追求独特性和个性化。他们在消费上更加注重品质和体验，愿意为高品质的商品和服务支付更高的价格。此外，美国大学生还积极参与兼职和创业等活动，通过自己的努力获得收入，实现经济独立；日本大学生在消费上表现出一种“简约主义”的倾向。他们注重节约和环保，追求实用性和耐用性。日本大学生普遍具有较强的储蓄意识，他们会在平时节约开支，为未来的生活和学习做好准备。此外，日本大学生还注重与社会的联系和贡献，积极参与志愿服务和公益活动。

2.2. 消费主义思潮影响下大学生消费行为特征

2.2.1. 多样性

随着社会的不断发展和全球化的进程，消费主义思潮在大学生中产生了深刻的影响，形塑了其多样性的消费行为特征。多样性在大学生们的消费中体现得淋漓尽致，无论是在商品选择还是消费体验上，都展现了丰富多彩的个性。

一方面，大学生在商品选择上呈现出广泛的多样性。他们不再局限于传统的生活必需品，而是追求更为个性化、独特的商品。从时尚潮流到艺术文化，从科技产品到手工艺品，大学生的消费品类涵盖了几乎所有领域。这表明消费主义的影响让大学生更加注重个性差异，愿意通过独特的商品来彰显自我身份。另一方面，大学生的消费体验也变得更加多元。他们越来越注重消费过程中的感官享受和情感体验。例如，选择具有独特氛围的咖啡店、追求独特的餐厅体验、参与各种主题活动等，这些都反映了大学生在追求多样性的消费体验方面的需求，这也与消费主义思潮强调个体体验和情感联系的理念相契合。

2.2.2. 超前性

在消费主义思潮的浸润下，大学生的消费行为呈现出显著的超前性，这一特征主要指的是他们倾向于提前花费资金，追逐时尚、体验新潮事物的独特消费习惯。这一现象反映了年轻一代对于个性表达和生活品质的强烈追求，然而，也伴随着一些潜在的财务风险和挑战。

一方面，大学生表现出的超前性在购物行为上得以充分体现。受到社交媒体、明星偶像的引导，他们倾向于成为时尚潮流的先行者，提前购买最新款的服装、鞋品、配饰等。这种提前花费资金的行为，不仅体现了对个性化的强烈追求，还使得他们成为市场的早期消费者。另一方面，超前性还表现在对新兴文化娱乐、科技产品和服务的追逐上。大学生热衷于尝试最新的智能设备、参与热门的线上活动，展现了对创新和变革的渴望。然而，这也可能意味着他们更愿意为了新奇体验提前花费资金，超出自身的实际支付能力。此外，一些大学生可能选择提前享受豪华、奢侈的生活体验，如高档餐厅用餐、奢侈旅行等。这种追求奢华的消费行为，虽然满足了瞬间的享乐感，却可能导致在短期内面临经济压力和资金不足的情况。

2.2.3. 不平衡性

在消费主义思潮的引导下，大学生消费行为呈现出不平衡性，体现在他们在特定领域的过度消费，而在其他方面可能存在财务上的不平衡。

一方面，大学生可能会过度追求某些高端时尚品牌或豪华消费体验，以满足社交、自我展示的需求。这种过度追求可能导致一些大学生在这些方面的消费上超出了经济承受范围，形成不平衡的财务状况。另一方面，不平衡的消费也表现在对于即时享乐的追求上。消费主义思潮强调个体的快感和享乐，大学生可能更容易陷入短期消费的泡沫，而忽略了长期规划和理性消费。这种不平衡性可能导致一些大学生在财务管理上遇到困难，难以实现持续稳健的财务状况。

3. 消费主义思潮下大学生消费行为的影响因素

3.1. 消费主义思潮对大学生消费观念的误导

在当今社会，消费主义思潮已经成为一股不可忽视的文化潮流，深刻地渗透到人们的生活方式和价值观念中。特别是在大学生群体中，这种思潮更是以独特的方式发挥着影响力。消费主义的普及和推崇不仅仅是一种商品经济的表现，更是一种精神文化的塑造。在这种思潮的引导下，大学生的消费观念受到了深刻的误导，这不仅仅体现在他们对物质的追求上，更在于对自我认知和社会地位的认同上。

一方面，消费主义思潮强调物质享受和外在必象，使得大学生更容易受到外在因素的影响，而忽视了内在的精神追求。消费主义致使消费异化是由资本主义学界提出，“用以指被一种消费观念所支配的消费行为，因虚假的消费欲望所导致的消费现象，表现为商品过度消费和消费意义不符”[6]。在社交媒体的推波助澜下，形形色色的消费品以及奢侈品成为了大学生展示自我身份和社会地位的重要途径。这种表面的炫耀和攀比，使得大学生逐渐忽视了个体内心深处真正的需求，而更加关注于如何通过物质消费来营造出一种虚假的成功形象。这种误导不仅使大学生对自身的认知产生偏差，还使得他们更容易追求短暂而空洞的快感，而非长远的自我价值实现。

另一方面，消费主义思潮影响了大学生的消费决策和行为，使得他们更容易受到市场推动的商品营销策略的引导。许多大学生会因为盲目跟风而购买一些并不符合实际需求的商品，这种消费行为不仅对个体经济状况产生负面影响，也对整个社会资源造成浪费，进一步加剧了社会的消费主义倾向。此外，消费主义思潮还加强了大学生对外在评价的敏感性，使得他们更加关注他人的看法而非自身的真实感受。在这种情况下，大学生往往会为了迎合社会潮流而购买昂贵的商品，以获取他人的认同和赞美。这种迎

合性的消费行为使得大学生逐渐远离了真实的自我，陷入了对外在评价的过分依赖。这种迎合性的消费行为不仅影响了大学生的内心平衡，也削弱了他们对于真正价值的把握和追求。

3.2. 消费主义思潮影响下大学生消费观教育滞后

在消费主义思潮的席卷下，大学生消费观教育的滞后问题逐渐显现，成为影响学生消费行为的重要因素。“消费主义思潮在大学校园中传播扩散与高校消费观教育的滞后有着重要的内在联系。”^[7]消费主义强调追求物质享受和外在表象，然而，大学生在接受教育的过程中，却缺乏对于理性消费和价值观的深入培养，导致其消费观念的形成存在滞后和偏差。

一方面，大学生在校期间接受的主要是学科知识和专业技能的培训，而对于消费观念的教育相对滞后。教育体系普遍偏向于传授专业知识，而在培养学生的理性消费观念方面付出的努力相对不足。这使得大学生在面对日益庞大的商品市场时，往往缺乏足够的思考和判断力，容易被消费主义思潮所左右，形成盲目跟风的消费模式。

另一方面，大学生在学校中鲜有系统性的消费观教育课程，缺乏引导学生理性消费的机会。当前教育体系大多着眼于传递专业知识，忽视了培养学生的社会适应能力和正确的消费观念。在这种背景下，大学生往往在毕业后才开始认识到自己在消费方面的盲点，但此时已经较晚，消费主义的影响已经在他们的生活中根深蒂固。此外，大学生对于财务管理和预算规划等方面的教育相对不足，导致他们在面对复杂多变的消费市场时，缺乏有效的管理和控制手段，难以摆脱短期冲动的消费行为。

3.3. 消费主义思潮影响下大众传媒的错误诱导

在当今社会，消费主义思潮无疑成为主导人们价值观念的一股重要力量，而这一思潮在很大程度上也渗透到了大众传媒的舆论引导中。大众传媒，作为信息传递和社会观念引导的主要渠道，不可避免地受到消费主义思潮的影响，导致其在一定程度上错误诱导了社会大众的价值取向和行为观念。

一方面，大众传媒在消费主义思潮的影响下，普遍呈现出对物质追求的夸张渲染。通过广告、影视剧和综艺节目等多种形式，传媒不断强调物质享受与拥有的重要性，将消费定义为一种成就和幸福感的象征。这种过度强调物质追求的宣传，使得社会大众对于物质的欲望被进一步激发，忽视了他非物质价值的追求，例如精神层面的满足和人际关系的建立。这种单一化的诱导，导致人们盲目地追求物质，并忽视了更为深层次的人生意义。

另一方面，消费主义思潮影响下的大众传媒往往过于美化消费行为，使得消费成为一种被过分推崇的生活方式。广告中频繁出现的奢华品牌、时尚潮流以及高消费的生活方式，让人们误以为通过购买昂贵的商品和追逐时尚可以获得更高的社会地位和个人价值。这种美化消费的宣传，不仅令人们沉迷于虚荣和表面的繁华，也忽略了社会中其他更为重要的问题，如环境保护、社会公平等。大众传媒在错误引导下，助长了一种过度消费的社会氛围，对社会的可持续发展和人们内在需求产生了负面影响。此外，通过大众传媒的误导，社会形成了一种以外在标准为导向的价值体系，使得人们更加注重表面的光鲜和社会的审美眼光，而忽略了个体内在世界的丰富性和多样性。

4. 大学生克服消费主义思潮影响的对策建议

4.1. 继承弘扬优良的传统消费观，增强大学生抵御消费诱惑的能力

在当前社会，大学生面临着来自消费主义思潮的严峻挑战，过度的物质追求和盲目的消费观念可能影响到他们的人生选择和未来发展。为了帮助大学生更好地抵御消费诱惑，我们可以通过继承弘扬优良的传统消费观，增强大学生的抵制能力，培养理性的消费观念，从而塑造积极向上的人生态度。

一方面,弘扬马克思主义消费观以引导大学生合理消费。首先,马克思主义消费观注重消费的社会性质。马克思说:“人的本质是一切社会关系的总和,并不是独立抽象的存在。”^[8]在商品经济中,消费不仅满足个体需求,还通过市场交换来维系社会的稳定和发展。因此,大学生在消费时应该思考他们的选择对整个社会的影响,以及商品背后的生产关系。这有助于引导大学生形成社会责任感,避免盲目消费和过度竞争,从而实现更为理性和可持续的消费方式。其次,马克思主义消费观强调个体的全面发展。消费不仅仅是获取物质产品,更是对自身全面发展的一种手段。大学生在选择消费时,应该注重个体内在需求的满足,追求精神层面的发展和提升。最后,马克思主义消费观对商品的使用价值和交换价值进行了深刻的分析。大学生在面对消费选择时,可以从商品的实际使用价值出发,更加理性地判断其对个体生活的贡献。

另一方面,加强中国传统文化中勤俭节约消费思想的教育。传统文化中的勤俭节约理念注重的是对资源的珍惜和合理利用。通过教育大学生了解传统文化中历代人民在物质匮乏条件下的勤俭生活,使他们认识到资源有限、生态环境宝贵,从而形成理性消费的观念。传统文化强调的“物尽其用”和“俭以养廉”等观念,能够引导大学生在日常生活中避免浪费,注重物质的合理利用。同时,中国共产党在持续的发展壮大过程中,一直以来都弘扬着艰苦奋斗的精神。这种精神不仅是党的工作作风,更是一种深刻的思想作风,同时也是对中国传统文化的传承和弘扬。因此,大学生在当今的时代背景下,要始终秉持艰苦奋斗精神,加强自身文化修养,自觉继承传统文化中优秀的思想,以更好地服务社会、推动国家进步。

4.2. 增强思想政治教育的针对性,帮助大学生树立正确的消费观念

在当今社会,大学生作为社会的中坚力量,其消费观念的塑造关系到个体的生活质量和社会的可持续发展。为了帮助大学生树立正确的消费观念,增强思想政治教育的针对性显得尤为重要。这一过程既要紧密结合当代大学生的特点,又需要考虑社会实际,通过多层次、多维度的教育手段,使思想政治教育更具实效性和可操作性。

一方面,高校应该深入了解和分析当代大学生的消费观念,把握其消费心理、价值观念的特点。通过开展调研、座谈会、问卷调查等方式,收集大学生在消费方面的认知、态度和行为,深入了解其在消费选择、消费动机等方面存在的问题。

另一方面,在教育内容、教育过程和教育方式方面高校应不断探索。在教育内容上,应该引导大学生深刻认识到正确消费观念的重要性。通过设立专门的课程或模块,结合经济学、心理学等多学科知识,系统地介绍消费的基本理念、消费决策的因素、社会影响等内容。通过理论教学,使大学生对消费问题有系统的认知,增强其在实际消费中的决策能力。在教育过程中,可以加入实践活动,让大学生深入社会、深入基层,亲身感受社会的多样性和不同阶层的生活状况。通过参与社区服务、社会实践等活动,让大学生更加深刻地理解社会的底层需求,形成正确的价值观念和社会责任感。在教育方式上,应该加强新媒体的运用。通过建立微信公众号、在线课程平台等,将消费教育的知识以生动、易懂的方式,将正确的消费观念传递给大学生,让信息更具亲和力和感染力,引导他们更加理性地进行消费选择。此外,加强对大学生的心理健康服务也是思想政治教育的一部分。通过心理咨询、心理辅导等方式,解答大学生在消费压力下可能面临的心理问题,帮助他们理性应对消费挑战。

4.3. 发挥大众传媒的积极引导作用,建立良好的消费舆论环境

发挥大众传媒的积极引导作用,建立良好的消费舆论环境是培养正确消费观念的重要一环。大众传媒作为信息传递和社会引导的重要平台,有责任引导大学生形成理性、文明、可持续的消费观念。通过

倡导节俭理念、传播正确的消费观念，大众传媒可以在社会层面促进大学生消费文化的健康发展，形成积极向上的消费氛围。

一是在监督方面，应构建对大众传媒的有效监督机制，社会需追求更为全面的监管体系，以确保媒体信息的传递不仅是客观、真实、有深度的，同时也要能够适应不断演变的传媒环境和技术发展。首要之务是建立透明度高、权威性强的监管机构，确保其独立运作，充分体现监督的客观性和公正性。监督消费信息的真实性是保障公众知情权的基础。监管机制应当注重对广告、报道等信息的事实核查，确保其内容真实可靠。建立事实核查机构，由专业人员组成，负责验证信息的真实性，对存在疑点的报道进行深入调查。消费者也可通过举报渠道参与监督，促使媒体更加慎重地对待信息的发布。

二是在宣传方面，大众传媒应当通过多样化的媒介形式，如报纸、电视、网络等，传递积极向上、理性健康的消费理念。通过设立专栏、制作特别节目等形式，深入解析理性消费的重要性，从经济学、心理学等多个角度，引导大学生形成对消费的深刻理解。专业分析和生动实例的结合，使得大学生消费者更容易理解理性消费的益处，树立正确的消费导向。此外，大众传媒应当关注社会热点问题，通过宣传先进典型，呼吁大学生崇尚节俭、珍惜资源，形成良好的社会风尚。通过深度报道和专题宣传，突显那些在理性消费方面有所突出的典型案例，引发大学生消费者对于理性消费的认同和认可。同时，通过关注社会热点，例如资源浪费、环境保护等议题，加强对于可持续消费理念的宣传，引导大学生从更广泛的视角审视消费行为的影响。

5. 结语

在中国社会，消费主义思潮的传播逐渐深刻地影响了大学生的消费观念，引发了一系列不良的消费现象。这一思潮倡导以物欲满足为消费的最终目标，对辨识能力相对较弱的大学生造成了严重的负面影响。简而言之，消费主义思潮在一些大学生中培养了明显的消费主义倾向，将物质享受置于消费过程的核心。

目前，一些高校对大学生消费观念的教育缺乏足够的重视与实质性开展。教育体系过于注重专业知识和技能传授，而与消费相关的教育内容不仅匮乏而且滞后，未能跟上社会的发展步伐。这导致大学生在面对消费主义思潮时缺乏及时有效的教育和指导，使得许多人对其实质和危害缺乏认知。因此，高校应当强化大学生的消费观教育，并制定有效的对抗消费主义思潮的策略。同时，不断提升大学生预防和对抗消费主义思潮的能力。这样的举措将有助于培养学生更理性、可持续的消费观念，使其更好地面对社会中存在的消费主义挑战。

参考文献

- [1] 让·鲍德里亚. 消费社会[M]. 刘成富, 全志钢, 译. 南京: 南京大学出版社, 2001: 68.
- [2] 石文卓, 任超阳. 消费主义思潮对当代大学生的危害及应对[J]. 思想政治课研究, 2017(6): 84-88.
- [3] 王永友, 阳作林. 消费主义思潮的本质特征、消极影响与引导策略[J]. 海南大学学报(人文社会科学版), 2018, 36(4): 59-64.
- [4] 张静. 消费主义思潮与大学生消费行为研究[D]: [硕士学位论文]. 延安: 延安大学, 2012.
- [5] 朱存梅. 大学生消费状况调查[J]. 安徽工业大学学报, 2007(4): 142.
- [6] 罗莹, 穆艳杰. 从异化消费到生态消费[J]. 北方论丛, 2014(4): 133-136.
- [7] 雷存秀. 消费主义思潮影响下大学生消费现象研究[D]: [硕士学位论文]. 昆明: 昆明理工大学, 2021: 40.
- [8] 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局. 马克思恩格斯文集[M]. 北京: 人民出版社, 2009: 501.