

消费主义境遇下新时代大学生消费困境及超越

尹晶晶

(南昌工程学院 马克思主义学院, 江西 南昌 330099)

【摘要】消费主义是资本无限追逐自我增殖的内在逻辑下, 资本主义社会为解决市场扩张赶不上生产扩张的固有矛盾的必然产物。消费主义的鲜明特质是无限追求的物质享受和消费虚假需求商品的符号意义, 引导和建构了人类的物化的价值观念和生活方式。消费主义对新时代大学生的思想观念和价值共识产生强烈冲击, 影响了大学生的行为方式。要超越消费主义对大学生产生的消费困境, 必须运用马克思主义从根本上揭穿消费主义的资本逻辑的迷雾, 并进行理性的消费观教育, 以促进新时代大学生树立正确的价值观、消费观。

【关键词】消费主义; 大学生; 理性消费

随着全球化趋势和我国市场经济的深入发展, 消费主义思潮在中国也得到一定程度的传播, 直接影响新时代大学生的消费行为和价值取向。面对消费主义的挑战, 高校思想政治教育要主动出击, 审视和批判消费主义的资本逻辑本质, 消解其意识形态幻象。

一、消费主义的本质

作为一种社会潮流, 消费主义萌生于 19 世纪后半期的美国, 在 20 世纪初成为全球具有影响力的社会思潮和价值观念。消费主义从现象上来看是对消费的推崇和膜拜, 实际是资本及其意识形态的更隐蔽的全球扩张。

(一) 作为资本增殖逻辑的消费主义

消费是与生产相对应的概念, 是对物的占有和使用。马克思指出消费是社会再生产中的一个正常环节, 是人类社会生存和发展最普遍的活动内容。资本却具有历史性, 它是一定社会历史形态的社会关系, 资本还是不断创造剩余价值的运动。

从资本运动的总过程来看, 经过购买、生产环节生产出来的是蕴含剩余价值的商品, 只有顺利经过售卖环节才能将蕴含的剩余价值转化为现实的资本增殖。在资本主义早期, 人类的生产能力相当有限, 相对于空前扩大了世界市场, 生产的速度远远赶不上市场的扩张速度, 人类社会处于短缺经济状态, 商品的销售顺畅无阻。人们消费的也主要是满足基本的生活需要, 消费行为是自然而然言发生的。从 19 世纪末到 20 世纪初第二次工业革命基本完成, 机器化大生产已初具规模, 加上以泰罗制为理论基础的福特主义精细化标准化生产方式产生, 使得商品的种类和数量

以前所以有的速度急剧扩张。由于生产的急剧扩张, 市场扩张能力相对生产的扩张能力则慢得多, 生产过剩危机不断爆发。如何扩大市场保证资本的流通以及再生产的循环成为每个资本家必须解决的问题, 消费主义在这背景下应运而生, 鼓吹高消费的合理性和正当性, 并制造虚假需求刺激大众消费欲望, 试图通过大规模、高水平消费摆脱资本主义生产与市场的固有矛盾, 使资本增值顺利实现。

资本家不是简单去迎合消费者需要, 而是需要主动去培养和塑造消费者, 确保人们主动积极参与消费。因此资本家必须要实施“购买力创造”, “劝说”消费者购买商品, “建构新的市场、通过广告及其它媒介宣传来把大众培养成消费者, 就成了极为必要的事情”^[1]。培养消费者就是要掌控消费的主导权和自主性, 引导和操纵消费者的需求, 让大众“按照广告宣传来处世和消费”^[2]。虚假需求制造的本质是将商品概念化, 比如商品被赋予“成功”“尊贵”等概念, 商品就具有了象征性的社会意义和社会价值, 特定的文化和社会涵义就被强加于消费之上。人们通过消费商品获得“成功”“尊贵”等社会符号, 完成对自己社会地位、人生价值的宣示和确定。商品的符号获得了交换价值, 消费不再满足实际生存需要, 而是无止境追求资本建构的虚假消费欲望。“消费不再说成是一种‘和谐的’个人满足的功能, 而是一种无限的社会活动。”^[3]

(二) 作为意识形态的消费主义

资本主义社会通过广告、大众媒体和文化手段, 对消费的控制深入到消费主体的思想意识中, 潜移默化

化地改变人们的价值观念和生活态度。

消费主义融合物质主义和享乐主义，把物欲的满足和感官的享受作为人生的价值尺度和终极意义，把占有更多更好的商品作为评判人生成功和幸福的标准和符号。消费主义把人生的意义和价值与占有商品联系起来，商品成为人格的外在符号，人的价值要求证于物的价值，消费成为主体自我认同、自我确证的表意系统。消费主义又消解了人的真正社会价值和人生意义，衡量一个人的价值不是看其社会贡献而是看其消费了什么。人生变成为消费而存在的异化模式，丧失了人的主体性地位，退化为吃喝存活的消费动物，一生仅仅为物质欲望而忙碌奔波，精神上的创造和享受被剥夺，异化为消费机器和精神乞丐。

消费主义摒除了人的属人的特性，所有人都只有一个身份即消费者。在消费主义看来，人无所谓存在的意义，消费即意义；人无所谓精神追求，追求即占有，“越多越好”成为现实原则。对受消费主义影响的人而言，赶时髦、随大流是无法避免的社会趋势，每个人都得“跟上潮流”，“这些商品非买不可，因为别人都买了，对这些商品的需要的的确确被刺激和渲染起来了。”^[4] 消费主义渲染下，商品成了人的灵魂，狂热追捧的商品起着思想灌输和操纵的作用，消费主义为资本主义的社会控制和整合提供了新的更加隐蔽的工具。

二、新时代大学生的消费困境

随着网络化、信息化的日趋发展，西方发达国家的消费模式、享乐主义生活方式被渲染为人类应该遵循的理想消费模式。网络的宣传潜移默化的引导和影响新时代大学生的消费行为和价值取向，产生诸多消费困境。

（一）符号性消费

大学生的消费行为中存在大量竞相追逐附着于商品的品牌价值、身份标识、生活品味等符号消费。大学生对名牌衣服鞋子、电子产品等的消费，主要不是考虑这些商品的使用价值，而是关注这些商品的符号价值和象征性体系，关注所蕴含的文化和社会意义。

一些大学生看来，品牌、时尚代表一种专属生活方式，只有拥有这些商品并且不断更新才能融入相应群体。他们热衷追求不断变化的时尚，追求新奇多变的视觉快感，希望通过时尚商品的消费以彰显自己的

个性、自己的品味、自己的家境等，希望通过购买品牌性商品和个性化消费凸显自己的价值，并获得他人的关注和群体认同。他们通过消费行为融入一定的圈子以获得身份认同，同时也通过消费的商品的符号价值和象征意义来评判他人。一部分大学生避免被歧视和排挤也因此跟风消费。大学生将消费与身份、阶层、品味等联系在一起，在消费中追逐时尚潮流与身份认同，最终导向爱慕虚荣、攀比成风，走向炫耀性消费。

（二）过度消费

网络的普遍和便捷推动大学生消费欲望的产生和蔓延，抖音、快手、小红书、微博等社交平台衍生出的“网红经济”成为大学生消费的新阵地。这些新社交平台的广告基本采用视频等动态形式，商家通过内容制定、内容植入、视频互动等途径进行短视频营销，内容直观生动传播性更强，更容易引起大学生群体关注。同时，购物网站和购物 APP 等购物平台层出不穷，便捷的移动支付也加快了大学生购物支付的节奏。人工智能、云计算等大数据分析根据大学生消费偏好进行智能化推送，也极大地刺激了大学生的消费欲望。

大学生受到虚假需求的牵制往往难以做到理性消费、适度消费，不少大学生出现消费支出超出自身合理的支付能力，加上互联网经济的不断发展，各种贷款形式不断涌现，使得大学生更愿意借助金融工具来满足过度膨胀的消费欲望，超前消费现象十分流行和普遍。调查数据显示“53.3%的受访大学生使用分期付款产品，此外分别有19.8%、17.4%的受访大学生会通过分期付款、贷款购买超过预算的产品。”

（三）精神危机和认同危机

在消费主义影响下，大学生将物质享受、虚假需求的满足代替了真正的精神追求，把物质占有作为自我存在的价值和意义，失去真正的精神追求，也就不可能真正满足精神需求，产生迷茫空虚的精神危机。消费一旦成为普遍性的价值追求代替社会和集体认同，就淡化了国家、民族的差异，消解了马克思主义信仰，削弱了社会主义主流意识形态，而共同消费的商品则成了新的意识形态。“在今天的商品消费时代里，只要你需要消费，那么你有什么样的意识形态都无关宏旨了。我们现在已经没有旧式的意识形态，只有商品消费，而商品消费同时就是其自身的意识形态”^[5]。消费主义作为“去意识形态”的意识形态，

把不同国家民族的人都同质化为消费者,消解了社会成员的阶级身份和立场,降低了社会成员的国家、民族的认同感。^[6]

三、新时代大学生消费主义的超越

消费主义思潮对新时代大学生的价值观念和行为方式产生强烈冲击,高校思想政治教育要对这一现实问题要主动出击,运用马克思主义从根本上揭穿消费主义的资本逻辑的迷雾,对大学生进行理性的消费观教育,以促进新时代大学生树立正确的价值观、消费观。

(一) 透视消费主义本质

要有效克服消费主义思潮的消极影响,首先要认清消费主义思潮的实质。带有浓厚西方色彩的消费主义是在资本增殖的逻辑下,市场有限与生产能力不断扩张之间的张力失衡的必然产物。它以虚假需求的制造和生产为中心,借助强大的传媒攻势在社会生活领域推广商品的符号价值和象征意义,从而将消费的意义从生产领域扩展到社会领域。人们一旦接受消费品的符号象征意义,追求与消费人为创造出来的“意义”就成为必然。用马克思主义理论揭穿消费主义理论内核与价值实质,有利于大学生产生克服消费主义思潮消极影响的精神动力。大学生只有认清消费主义的资本逻辑的迷雾,才能跳出消费主义构建的虚幻华丽的消费景观,在批判中确立理性消费的价值主张和价值要求,理性地看待商品和消费。

(二) 培育理性消费观

理性消费观就是立足人、实现人的发展的消费观,它不仅强调回归原本的满足人的生存需要的对物的使用价值的消费,而且还强调推动人精神发展地发展性消费。因此理性消费观,一是强调人在消费生活中的自主性。立足商品的使用价值,在自身真实需要和经济能力范围内适度消费;二是摒弃重物质的单向度消费观,树立发展型消费。发展型消费是促进人的发展不可或缺的内容,是在平衡物质消费和精神消费的同时将消费重心向精神领域倾斜,向自我品格发展、自我精神提升倾斜。让大学生在高质量的精神产品中,感受人对真善美追求的内驱力、人的创造力,人的审美鉴赏力等人的本质力量,同时也发挥自己的创造力、鉴赏力、能动性精神因素。在消费他人的物品时,扩张自己对消费对象的欣赏力、对他人的劳动的肯定和赞叹。通过理性消费观的培育,丰富大学生的精神世界,健全人格,推动促进社会的精神文明

建设和人的自由全面发展。

(三) 构造理性消费的校园文化环境

良好的校园消费文化环境是大学生形成正确价值观的必要条件,能强化新时代大学生理性消费观的培育,将消费观教育融入校园文化活动当中。

高校发挥校园文化活动的德育优势,引导学生在具体情境中反思自己消费观念。可以组织大学生开展辩论赛,选择教育性强、大学生关注度高的消费议题进行辩论,启发大学生思考和反思日常消费生活的种种问题及其利弊。用网络载体构建网络消费观教育阵地,借助图、文、音、视频一体化的大学生容易接受的多元化的宣传方式,提供有助于大学生提高消费意识的内容,营造良性有为的网络育人环境。树立高校理性消费的典范,通过朋辈效应对大学生产生直接影响。利用学生会、社团等组织大学生开展消费实践活动,加强对不良消费观的恶与理性消费观的善的认识。举办弘扬中华优秀传统文化活动,提升新时代大学生对优秀传统美德中勤俭节约、限欲绝奢思想的认同感。

参考文献:

- [1] 迈克·费瑟斯通.消费文化与后现代主义[M].刘精明,译.南京:译林出版社,2009:19.
- [2] 赫伯特·马尔库塞.单向度的人——发达工业社会意识形态研究[M].刘继,译.上海:上海译文出版社,2008:6.
- [3] 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,2019:55.
- [4] 赫伯特·马尔库塞,卡尔·帕泊尔.革命与改良[M].北京:外文出版局,1979:54.
- [5] 杰姆逊.后现代主义与文化理论[M].唐小平,译.西安:陕西师范大学出版社,1986:26.
- [6] 赵勇,王亚南.大学生消费主义思潮的引领与超越[J].社会科学家,2015(9):58.

基金项目:2021年江西省高校人文社会科学研究一般项目“消费主义对新时代大学生思想政治教育的影响及应对路径研究——以江西省高校为例”(SZZX21090)阶段性成果。

作者简介:尹晶晶(1981—),女,四川德阳人,副教授,博士,研究方向:科学技术与社会。