

基于思想政治教育下大学生消费心理研究

吕 星

南京林业大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2023年9月5日; 录用日期: 2023年10月4日; 发布日期: 2023年10月12日

摘 要

消费作为现代人日常生活中不可或缺的一部分, 已经与人们的行为习惯融为一体。大学生不仅是新时代的人才储备, 同时也是消费庞大群体中的主力军。但在各方面因素的影响下, 大学生常常会陷入消费主义的陷阱, 产生非理性消费的心理, 从而导致各种不良的消费后果。高校作为教育的主要场所, 有责任对大学生进行思想政治教育, 引导大学生树立正确的消费观。本文通过分析大学生消费心理的一些影响因素, 针对大学生消费过程中存在的消费需要问题、消费习惯问题以及消费观问题, 提出了一些引导策略。通过开展大学生理性消费教育、培养大学生理性消费行为、引导大学生树立正确的消费观, 能够使大学生更加健康的成长, 成为合格的社会主义接班人。

关键词

思想政治教育, 大学生, 消费心理

Research on the Consumption Psychology of College Students Based on Ideological and Political Education

Xing Lv

School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Sep. 5th, 2023; accepted: Oct. 4th, 2023; published: Oct. 12th, 2023

Abstract

As an indispensable part of modern People's Daily life, consumption has been integrated with people's behavior and habits. College students are not only the talent reserve in the new era, but also the main force in the huge consumer group. However, under the influence of various factors,

college students often fall into the trap of consumerism and produce irrational consumption psychology, which leads to various adverse consumption consequences. As the main place of education, colleges and universities have the responsibility to carry on ideological and political education to college students and guide them to establish a correct consumption concept. This paper analyzes some influencing factors of college students' consumption psychology, and puts forward some guiding strategies in view of their consumption needs, consumption habits and consumption views. Through carrying out rational consumption education of college students, cultivating their rational consumption behavior and guiding them to establish correct consumption concept, college students can grow up more healthily and become qualified socialist successors.

Keywords

Ideological and Political Education, College Students, Consumer Psychology

Copyright © 2023 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

消费是指利用社会产品来满足人们各种需要的过程，又分为生产消费和个人消费，我们通常讲的都是个人消费。消费是一个很常见的现象，更是与我们的日常生活息息相关，尤其是在高校大学生中，消费现象十分普遍。科学合理的消费行为不仅能够满足大学生日常生活需要，同时也能够给他们心理带来一定的愉悦。但由于受到享乐主义、拜金主义的影响，常常会导致大学生产生一些不理智的消费行为。这些问题如果不能得到妥善解决，将会导致金钱上的浪费，对大学生学习和生活都造成极大影响，久而久之可能会带来价值观的扭曲。高校肩负着思想政治教育的重任，必须及时关注大学生的消费心理，并正确引导其消费行为，培养大学生正确的世界观、价值观、人生观。

2. 大学生消费心理的理论来源

2.1. 马克思主义消费观

马克思在《资本论》中说：“人从出现在地球舞台上的第一天起，每天都要消费，不管在他开始生产之前和在生产期间都是一样”，肯定消费的积极意义是马克思主义消费观的基础(向欣雨，2021)。马克思的许多著作中都散发出对消费的思考，明确将消费分为生产消费和生活消费两种形式。马克思在进行研究时，是以生产作为出发点，把消费作为社会再生产过程中的一个重要环节。马克思论述了生产和消费之间的辩证统一关系，生产影响着消费，消费同时也对生产具有一定的反作用，对生产起着一定的引导作用，是生产的动力源泉。毫无疑问，马克思对于消费的积极作用给予了充分肯定，同时他也对过度消费持批判态度。人与自然是不可分割的整体，我们在认识世界、改造世界的过程中，必须要尊重自然的规律，过度消费将会给自然带来无法弥补的伤害，同时也会打破人与自然之间的平衡，所以马克思坚决反对奢侈浪费的消费行为。了解马克思主义消费观，能够使大学生对于消费的认识更加深刻，对树立正确的消费观也起到一定的帮助。此外，马克思还提出了消费异化的思想，消费本该是为了满足人们的真实生活需要，而异化了的消费却成了满足人们贪婪欲望的手段，反过来阻碍人的全面发展。正如弗洛姆所说，“人本身越来越成为一个贪婪的被动的消费者。物品不是用来为人服务的，相反，人却成了物品的奴仆”(埃里希·弗洛姆，1986)。这对我们准确分析大学生的消费心理有着重要的影响。

2.2. 鲍德里亚消费思想

鲍德里亚认为,消费不再是以生产为出发点,消费也不再是单纯为了满足需要,传统消费中的消费对象也发生了转变,从某种物质性的实体变成了物体所表现出来的意义指涉(张彩玲,陈白鸽,2012)。鲍德里亚认为,当今社会的消费行为已经不仅仅是对物的实用功能或是他的有用性的需要,而是为了获得某物所具有的特定的意义和突出的个性特征,物已经成为了具有象征意义的符号,符号成了鲍德里亚消费思想的主要逻辑(张倩,2011)。通过鲍德里亚对符号的分析,消费的过程也被重新定义,人们不再看重所消费物的有用性,而更加关注物所代表的符号意义。在这个过程中,人的真实需要被遮蔽,人们通过对具有象征意义的符号的追求,来彰显自己的与众不同,或者社会地位。大众传媒的兴起更是为符号消费的广泛传播提供了有利条件,使人们的消费意识发生了根本性的转变,在符号的支配下,人们变成了物的奴隶,落入消费主义的陷阱中。

3. 消费心理学及消费心理的主要类型概述

3.1. 消费心理学

消费心理学作为一门应用型学科,其目的是研究人们在生活消费过程中的心理活动现象及其规律(郑文春,2019)。它不仅是心理学的一个分支,同时也是消费经济学的重要构成部分。消费者的心理特征在一定程度上能通过消费者的气质展现出来,而不同气质类型的消费者,其消费心理也会有所不同。气质是消费者心理特征的重要组成要素之一,现代西方心理学认为,气质类似于人们常说的脾气、秉性,它是表现在心理活动的强度、速度、稳定性和灵活性等方面的心理特征(王简,2022)。气质学说最初是由古希腊医生希波克拉底提出,他在四元素说的基础之上,提出了气质体液学说。在希波克拉底看来,人体内共有黏液、胆汁、黑胆汁和血液这四种液体,并分别对应冷、热、干、湿四种性质,人体内四种体液配比的差异,自然也就造就了不同气质类型的人。目前被大多数心理学家普遍接受的气质类型有四种,分别是:胆汁质、粘液质、多血质、抑郁质。不同的气质类型的消费者,其消费心理具有极大差异,所以根据气质来分析消费者的消费心理是合乎情理的。遗传基因以及后天环境的差异,造就了不同气质类型的人,进而对个体的心理及行为产生影响。在日常的消费活动中,不同气质类型的消费者由于不同的消费心理,比如说求美、求异、求实,都会产生不同的消费行为,因此人们在消费心理学研究中的气质研究才具有了意义(邵禹铭,2019)。

3.2. 大学生消费心理的主要类型

通过对不同气质类型的分析,大学生消费心理主要可以细分为四类,分别是:从众心理、求异心理、攀比心理、求实心理。胆汁质与多血质气质类型的人通常容易产生从众心理及求异心理,粘液质与抑郁质的人则易产生求实心理。

3.2.1. 从众心理

人是社会性动物,总是处于一定的社会关系中,不可避免地要受到其他人的影响。身处某个社会圈子中,总是会倾向于与所属圈子的相关人员保持同频,跟上大部队的脚步。大学生长期生活在学校这个社会关系网复杂的地方,或主动,或被动地被纳入各种大大小小的圈子之中。像一条小溪,总是想着融入大江大河,为了让自己显得合群,日常生活行为总是要跟上身边人的节奏,消费行为更是如此。在这种从众心理的支配下,大学生常常会跟风消费,买东西不再是基于自己的真实需要。看到室友买了电脑,就会让家长给自己也买电脑,毕竟“别人都有”,这种从众心理支配下的跟风消费在大学生中极其普遍。近日,瑞幸咖啡与贵州茅台的联名咖啡引发极大关注,“酱香拿铁”一时间炙手可热,大学生争相购买,

导致各高校附近瑞幸门店“酱香拿铁”爆单，其实在一定程度上就是从众心理在发挥作用。

3.2.2. 求异心理

求异心理主要是表现为“标新立异”，在消费过程中总是喜欢追求一种与众不同的效果。在这种心理的支配下，大学生消费时首先考虑的是“是否个性”，追求能够展示独特个性的符号性消费。网购时往往不再考虑自身真实需要，物的有用性也被弃之一旁，彰显个性的“符号”则凌驾于这些之上。这会导致大学生在消费时产生非理性的行为，由于太过于追求标新立异，大学生在购物时总是倾向于购买一些“限量款”或者“定制”的产品，试图通过这些前缀，来彰显自身独一无二的身份。

3.2.3. 攀比心理

攀比，社会学家称之为“比照集团行为”。有这种行为的人，照搬他希望跻身其中的那个社会集团的习惯和生活方式。大学生社交圈子较广，经常会参加各种社团活动，与许多人打交道，所以会更加在意自己在群体中的形象。在自尊心与面子的驱使下，往往会追求一些“名牌”商品，从而使自己更加有“档次”。情不自禁会把自己与他人做比较，从而相互攀比，追求时尚潮流。这种攀比心理导致大学生中浪费现象极其严重，忽略了家庭经济情况，同时也给家庭带来极大负担。近年来，校园贷引发了大众关注，大学生的攀比心理要负很大一部分责任，过于攀比导致超负荷消费，从而误入歧途。

3.2.4. 求实心理

求实，顾名思义就是讲求实际。消费者在消费过程中，往往综合要考虑许多因素，比如商品的价格是否便宜合适、商品的质量怎么样、以及商品是否是自己切实需要的等等。在求实心理的支配下，消费者会货比三家，讲求实惠，基于自己的需要购买商品，这是一种理智的消费心理。大学生中也不乏有求实心理的消费者，在消费时不会被社会潮流所影响，会考虑自身情况，购买真正对自己有用的商品。这种健康的消费心理值得提倡，能够有效避免大学生陷入消费主义的陷阱，抵制诱惑，从而树立正确的消费理念。

4. 大学生消费心理的影响因素

4.1. 社会因素

改革开放不仅使经济快速发展，人们的思想也有了焕然一新的变化，大学生的传统消费理念也在不断碰撞中发生改变。随着大数据时代的到来，信息的获取与传播变得更为迅速，大学生所能接触到的信息也变得更加全面、复杂，这些信息在一定程度上不可避免地对他们的思想造成冲击。西方国家大肆宣传消费主义，鼓吹超前消费，而大学生辨别真伪的意识比较薄弱，则落入西方国家的圈套中，花呗的流行让大学生还未开始挣钱便已经背上了债务。近年来新冠疫情的冲击也给大学生的消费心理带来极大改变，由传统的“存钱”转向了“挣多少花多少”，与父母那一辈相比，当代大学生更多的是考虑当下生活的质量，而不再把目光放到遥远的未来。与此同时，社会上存在的一些不良风气也趁虚而入，潜移默化地影响着大学生的消费心理。西方推崇的拜金主义、享乐主义的思想，导致一些大学生的价值观发生了偏离，认为钱才是第一位，享乐是毕生追求(顾建伟, 2007)。在多方面因素的影响下，大学生的传统消费理念已经被打破，在一定程度上已经与艰苦奋斗精神背道而驰。

4.2. 家庭因素

近年来，人们生活水平不断得到改善，2020年我国已全面步入小康社会，家庭经济水平不断提升，在一定程度上为大学生消费提供了坚实的物质基础。父母的思想大多是“宁愿苦了自己，不愿苦了孩子”，

所以对于孩子的各种需求也是尽量满足，这种溺爱的做法在一定程度上会助长大学生的无节制消费。家庭的消费理念也会潜移默化地影响大学生，父母起到言传身教的作用，大学生耳濡目染，会不自觉地模仿父母的消费方式。家庭是教育中重要的一个环节，家长应该承担起责任，给孩子树立榜样，培养孩子艰苦奋斗的精神，及时关注孩子近况，引导大学生树立正确的消费观。

4.3. 学校因素

学校作为思想政治教育的主要场所，应该承担起责任，引导大学生树立正确的世界观、价值观、人生观。近年来高校对大学生的教育更加偏向于课程学习方面，而忽略了心理健康方面，学校缺乏对大学生生活方面的沟通，未能及时发现大学生消费心理的偏移，消费观教育的缺乏以及高校消费风气都会对大学生消费心理造成影响。同时，思想政治教育的力度也远远不够，艰苦奋斗作为我国的优良传统美德，近年来在大学生思想政治教育中却很少被提及，部分大学生对于艰苦奋斗的理解不够深刻，从而产生逆反心理。正由于艰苦奋斗教育的缺乏，导致大学生产生了错误的消费心理，长此以往，着实令人担忧。

4.4. 大众传媒因素

随着互联网的快速发展，大学生消费的方式更加多元化。近年来，直播带货成为热门领域，“双十一”“618”等活动更是掀起购物狂潮。大学生看到满减活动，会有一种捡到便宜的“错觉”，在直播间激情下单，或者被“安利”，实则是落入了资本主义制造的虚假需要圈套中，并不是为自身真实需求买单。社交平台的分享便利，使大学生可以看到各类人的生活，精致包装的刺激下，会滋生大学生的攀比心理。大学生辨别能力薄弱，消费心理容易受到冲击，从而导致各种非理性消费行为。

5. 大学生消费心理的主要问题

5.1. 消费需要问题

消费需要是人类为了自身生存和发展而萌发的内在意愿，以获取各种消费资料及服务为目的(冯娟, 颜松漳, 2021)。消费需要具有多样性与层次性，不同的人具有不同的消费需要，而对于同一个人来说，在不同发展阶段的消费需要也有所不同，随着低层次需要的满足，新的更高层次的需要将会产生。在一定程度上，消费需要的满足能够给人带来极大的愉悦感，同时激发内在潜力，促使人不断向前发展。反之，当人的消费需要长期得不到满足，则会陷入不断的自我怀疑中，从而产生负面情绪。对于大学生来说，要对自身消费需要有准确的认知，以自身实际情况为出发点。在消费主义的影响下，大学生常常分不清真实需要与虚假需要，不知不觉地落入资本主义创造的消费陷阱中。正如鲍德里亚所说的符号消费，支配大学生消费行为的不再是他们真实的消费需要，而是具有表征意义的符号。对于符号的推崇，使大学生的消费心理逐渐发生偏移，理清大学生消费需要问题对于正确引导大学生消费心理有着至关重要的作用。

5.2. 消费习惯问题

消费习惯对于消费行为有着很大影响，如果大学生一开始就养成了良好的消费习惯，那么就会在很大程度上避免非理性消费，反之亦然。大学生虽然在年龄上接近成年人，但是心理上却更趋近于未成年，心智尚未完全成熟，容易受到攀比心理、从众心理的影响，从而养成了浪费的过度消费习惯，长此以往不仅会不利于自身的健康发展，同时会给家庭带来危害，“校园贷”就是血的教训。对于大学生消费习惯的养成，家庭应该担负起主要的责任，家庭对于个人有着深刻影响，不同家庭的消费观、消费风气都会潜移默化地影响孩子的消费习惯，挥霍浪费的消费习惯可能会伴随孩子一生。

5.3. 消费观问题

消费观在本质上是个体的人生观、价值观和世界观的一种体现。消费观的产生是客观世界作用于主体意识的结果,因此消费观问题是客观世界问题在主体意识上的反映(周映萍, 2021)。中国传统的消费观主张精打细算,量入为出,随着时代不断变化,如今人们的消费观已经有了很大变化,各种消费倾向层出不穷。对于当代大学生来说,消费更加注重的是当下的享受,这与传统的消费观背道而驰,由此也出现了许多不理智的消费行为。在新时代的背景下,科学的消费观是指符合人的身心健康和全面发展要求、促进经济和社会发展、追求人与自然和谐进步的消费观念、消费方式、消费结构和消费行为。科学的消费观主要包括理性消费、用之有度、绿色消费和勤俭节约、艰苦奋斗。时代在发展,社会在进步,但我们艰苦奋斗的精神却永远不会过时,高校应该加强对大学生的消费观教育。多元化消费并不意味着无节制的挥霍,大学生应该认识到勤俭节约的消费观同样是符合时代潮流的,发扬艰苦奋斗的精神。

6. 大学生消费心理的引导策略

近年来,由于消费观导向错误引发了许多事件,曾有一篇《还不起“校园贷”被起诉,数百大学生成被告无人应诉》的新闻报道引起了社会对大学生提前消费的关注,大学生借贷购买高档手机等,后因未偿还借款而被告上法院,此类事件之所以发生,归根结底是大学生消费观存在问题。只有这些问题得到纠正,才能使大学生在日常生活中进行科学理智的消费行为,因此,高校必须开展大学生理性消费教育、培养大学生理性消费行为、引导大学生树立正确的消费观。

6.1. 开展大学生理性消费教育

教育的根本在于育人,如果一个人的思想观念、价值取向存在问题,就无法很好地服务于社会(谢兰璋, 2022)。当代大学生仍旧处于一种价值观不够成熟的状态,无法对消费有着深刻透彻的认知,所以高校对大学生开展涉及消费心理的思想政治教育是非常有必要的。可以开设消费教育相关的课程,通过课堂上的学习让学生把握更全面的消费知识,了解当代消费背后的陷阱,促使他们培养理性消费的意识。“课程思政”理念的引入让思想政治教育学科与其他学科形成了互联互通的有效渠道(卢鹏宇, 2023)。对于高校来说,也可以将消费融入大学生思想政治教育课程中,向大学生揭露消费的本质以及来龙去脉,从根源上抵御消费主义的入侵。高校也可以经常开展一些消费教育讲座,鼓励大学生积极参加,从而培养他们的理性消费观念。2021年双十一到来之际,重庆移通学院艺术传媒学院开展了“理性消费,理性先行活动”,旨在倡导理性消费,传播正确的消费观,活动的圆满举办不仅有效减少了该院系大学生双十一冲动消费的行为,更为其他高校开展大学生理性消费教育提供了良好示范。

6.2. 培养大学生理性消费行为

当代大学生日常消费行为总是存在花钱大手大脚、铺张浪费的现象,花呗的普及更是导致了超前消费的行为,使大学生每月背负债务。在面子的支配下,大学生在消费时往往会忽略自己的实际情况,这种“打肿脸充胖子”的行为对个体和家庭都会造成不利的影响。消费观教育的缺乏是产生这些行为的主要原因,所以对于高校来说,开展思想政治教育引导大学生的消费行为已经迫在眉睫。学校可以充分利用大众传媒,通过广播、短视频的方式来宣传消费教育,在一定程度上增添了教育的趣味性,能够使大学生更易于接受。2021年西安理工大学官方抖音账号发布一则作品,标题为“探究网红经济对大学生消费观念的影响”,引发大学生极大共鸣。该视频制作采取了极具娱乐趣味性的方式吸引大学生目光,同时从大学生容易接受并深有同感的方面入手,巧妙地进行消费教育,使大学生更加深刻地认识到网红经济背后的陷阱,从而培养理性消费的行为。通过短视频进行消费教育,不仅传播力广,更能取得显著的

效果, 这点从该视频的上万点赞量就可以明显看出。同时也应该定期举行班会, 加强师生间的联系, 教师应该多多关注学生的生活情况, 以便于能够及时发现学生消费行为上的偏差, 并做出正确的引导。

6.3. 引导大学生树立正确的消费观

消费观是指人们对消费水平、消费方式等问题的总的态度和总的看法, 是世界观、价值观、人生观的重要体现。想要进行消费观教育, 首先还是要从“三观”入手, 进行思想政治教育。思想政治教育是全面教育的重要组成部分, 主要是以马克思主义为指导, 有组织、有目的、有计划的综合教育活动, 对于摒弃大学生的错误思想有着显著的作用。高校可以通过开展班会活动来使大学生了解自身消费活动中的误区, 从而掌握正确的消费原则, 树立起正确的金钱意识, 学会合理分配钱财消费各方面的比例。针对“校园贷”事件, 武汉东湖学院管理学院的辅导员周老师就曾动员全体学生一起, 开展了“正确看待校园贷乱象, 形成理性消费观”的主题班会, 班会在融洽的氛围中开始, 并以深刻的教育意义结束, 在本次班会中同学们表示受益匪浅, 校园贷水太深, 理性消费才是王道。消费本身是提高人们幸福感的一种方式, 运用得当, 能够给大学生带来精神上的享受, 对我国的经济的发展也有着关键的推动作用。所以一定要加强消费观教育, 使大学生认识到消费不仅仅是一种个人行为, 同时更是社会行为, 促使他们树立科学的消费观, 不仅有助于个人健康成长, 更能够带来经济的快速协调发展。绿色消费能够提高人们的生活质量, 同时也是实现可持续发展的关键, 促进生态平衡, 实现人与自然和谐共生。

参考文献

- 埃里希·弗洛姆(1986). *在幻想锁链的彼岸*. 湖南人民出版社.
- 冯娟, 颜松漳(2021). 消费需要理论及其当代价值. *上海经济研究*, (6), 18-26.
<https://doi.org/10.19626/j.cnki.cn31-1163/f.2021.06.002>
- 顾建伟(2007). 浅谈新时期思想政治教育中的大学生消费心理. *商场现代化*, (19), 251-252.
- 卢鹏宇(2023). 新时代思想政治教育创新发展的路径选择. *吉林教育*, (11), 47-49.
- 邵禹铭(2019). *基于消费心理学的杏花楼食品包装设计研究*. 硕士学位论文, 西安: 西安理工大学.
https://kns.cnki.net/kcms2/article/abstract?v=qJbV8tG_OtuYCYEGRGzAGijH3pCo_F2jHZqT0SqrQtTiMSgm8U25vSN26uCKPXmdrj425vgjElGRAi0IFMJgwbQCj25y7tTUV267x14TdBtm_VwzNwVKknxZjbiWomfpEIK_CiKWeUU=&uniplatform=NZKPT&language=CHS
- 王简(2022). *消费者气质类型对怀旧消费意愿的影响研究*. 硕士学位论文, 沈阳: 辽宁大学.
https://kns.cnki.net/kcms2/article/abstract?v=qJbV8tG_OtuPplsnAkXZj2Abvs1KiZ1K6yu9XLtcMR5h5f7VxWwpS8WsWYs1URosYBsKNCQaEUTVo_2Msx7A8H2g0vkTrjPUpaibSPHPBQg9ZbovD2C98kS0c19e_fZyhqT-nF2_lA=&uniplatform=NZKPT&language=CHS
- 向欣雨(2021). 以马克思主义消费观反思当代消费现象. *中外企业文化*, (4), 120-121.
- 谢兰璋(2022). 高职院校“消费心理学”课程思政探讨. *广东职业技术教育与研究*, (2), 100-102.
<https://doi.org/10.19494/j.cnki.issn1674-859x.2022.02.026>
- 张彩玲, 陈白鸽(2012). 鲍德里亚消费异化观与精神权益的提升. *沈阳师范大学学报(社会科学版)*, 36(4), 51-54.
<https://doi.org/10.19496/j.cnki.sxxb.2012.04.014>
- 张倩(2011). *两种消费思想的理论路径*. 硕士学位论文, 北京: 首都师范大学.
- 郑文春(2019). “消费心理学”的内涵及学科内容体系分析. *花炮科技与市场*, (3), 208.
- 周映萍(2021). 大学生消费观问题与思想政治教育创新研究. *辽宁经济职业技术学院(辽宁经济管理干部学院学报)*, (4), 77-79.