

消费主义思潮下大学生消费心理研究

唐铭含

南京林业大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2023年10月27日; 录用日期: 2023年12月6日; 发布日期: 2023年12月14日

摘要

中国特色社会主义进入了新时代, 人们的生活水平得到了极大的提高, 但是在全球化进程中, 西方的各种思想也在不断地涌入, 对人们的精神文化生活带来了巨大的冲击, 其中, 大学生作为一种特殊的群体, 很容易被外来思想蒙蔽和欺骗。消费主义思潮作为一种外来的思想潮流对当代大学生的消费心理产生了一种潜移默化的影响。文章主要包括对消费主义思潮的概述与消费主义思潮对大学生消费心理的负面影响及其引导对策等几个方面的论述, 帮助当代大学生认识到消费思潮的实质, 建立起一种科学的消费观念。

关键词

消费主义, 消费心理, 大学生

Research on the Consumer Psychology of College Students under the Trend of Consumerism

Minghan Tang

School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Oct. 27th, 2023; accepted: Dec. 6th, 2023; published: Dec. 14th, 2023

Abstract

Socialism with Chinese characteristics has entered a new era, and people's living standards have been greatly improved. However, in the process of globalization, various Western ideas are constantly pouring in, which has had a great impact on people's spiritual and cultural life. Among them, college students, as a special group, are easy to be deceived and deceived by foreign ideas. As an external ideological trend, consumerism exerts a subtle influence on the consumption psy-

chology of contemporary college students. Through the overview of consumerism trend of thought and the discussion of the negative impact of consumerism trend of thought on the consumption psychology of college students and its guiding countermeasures, this paper helps contemporary college students realize the essence of the consumption trend of thought and establish a scientific consumption concept.

Keywords

Consumerism, Consumer Psychology, College Student

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

近年来,随着消费主义思潮在大学校园里不断的蔓延和渗透,高校大学生的消费观念受其影响深刻。大学生作为一个相对特殊的社会群体,他们有着独特的消费特点和消费心理。消费主义思潮迅速在高校中广为传播,它与满足个人欲望、崇尚个人享乐相关联,把大学生的消费欲望进行了放大,并对其消费价值观产生了一定的影响。探讨消费主义思潮对大学生消费心理的影响,在一定程度上对遏制消费主义思潮的负面影响有重要意义。

2. 消费主义思潮下大学生消费心理的相关概念

2.1. 消费主义思潮

消费主义本质上是拜物主义,它倡导的是一种享乐主义。受消费主义深刻影响的人群注意力主要集中在满足自己的消费欲望上,对他们来说有意义生活的先决条件就是要满足自己的欲望,拥有和享受物质上的财富,并以此彰显出自己的身份和地位(李伟, 2021)。

2.1.1. 消费主义思潮的内涵

消费主义思潮是以消费主义为理论内核,反映了人们对物质无限占有的消费欲望,成为影响人们生活方式和价值观念的一种思想潮流。而消费主义是一种以满足个人的快乐与欲望为首要目标的消费思想或风气。消费主义是西方资本主义思想的一种实质表现,它代表着资产阶级政治和经济利益并以稳固资产阶级统治地位为目标。消费主义思潮的出现和传播是由于人们在满足自己的物质需求时而产生的一种空虚感,在社会发展过程中,消费主义思潮已经由一种经济现象转化为一种文化现象,它渗入到了人们的日常生活之中,侵蚀了人们原有的理性消费观念。

2.1.2. 消费主义思潮的发展及变化

消费主义思潮在二十世纪二三十年代首先在美国兴起,并在五十年代和六十年代传播到西欧和日本,在这一时期里形成了早期的消费主义文化。消费主义文化是西方世界步入消费社会之后产生的一种标志,它是在资本主义在社会转型过程中同经济、社会、文化等多种因素的影响下产生的。十九世纪七十年代以后,最初的消费主义文化演变为后现代的消费文化。在当今时代,各种新兴媒介的产生和流通对消费主义文化的进一步蔓延与演化起到了无可替代的作用。消费主义文化在发展过程中逐步变成一种新兴的思潮,它由一种经济现象转变为一种文化现象,由一种生活模式转变为一种价值观念,是一种思想意识

的具现化。

2.1.3. 消费主义思潮研究对当今中国社会的影响

在中国以市场为导向的经济体制改革之初，消费主义思潮传入中国激发了人们的消费意识，国内消费需求也因此得到了提升。在国内消费需求持续扩大的背景下，经济得到了迅速的发展，商品市场吸纳了大量的劳动力，减缓了失业情况，提升了人民的收入与购买力，推动了中国的市场化进程。但是消费主义思潮所存在的弊端也很明显，它极易导致人们的盲目消费，导致大量的资源和能源浪费，同时也对环境造成了严重的污染，这有悖于可持续发展的原则。以消费主义思潮为代表的消费理念，与中国的传统价值观发生了冲突，这就导致了人们摒弃了传统的节俭的优秀品德，转而追求欲望，盲目消费，金钱成了人们判断事情的唯一依据，甚至认为所有的东西都能用钱来衡量，为了钱不惜一切代价，这对经济的可持续发展是不利的，也对社会风气造成了很大的负面影响。

2.1.4. 消费主义思潮研究的重要性

首先，有助于高校学生培养良好的消费心理。消费主义思潮通过互联网等新兴媒介对当代大学生的消费心理和消费行为产生了一定的影响。许多大学生沉溺于消费而产生的愉悦感，导致他们失去了理性与奋斗的精神，大学阶段是学习的关键时期，因此，对消费主义思潮进行研究，有助于大学生认识到消费主义思潮的实质，脱离消费主义陷阱，让他们把生活的重心放在自我提升上，从而形成正确的价值观，培养良好的消费心理。

其次，有助于高校学生坚定理想信念。理想信念可以激励人们向着正确的道路迈进，不断促进自身的提高与发展。大学生是新时代青年群体中的重要力量，他们肩负着国家和民族发展的任务，因此他们必须要树立起自己的理想信念，明确自己的生活目标与奋斗方向。深刻理解消费主义思潮，认清消费主义思潮中蕴含的资本主义思想，有助于高校学生抵御消费主义思想的侵蚀，树立正确的社会主义价值观，增强自己的理想信念。

最后，有助于高校学生的全面发展。人的自由而全面的发展，其本质是人的智力、体力、才能和品德的全面发展。大学生作为一种特殊的社会群体，他们的身心发展还未成熟，在价值观的形成过程中容易受到周边事物的影响，他们会感到迷茫和困惑，容易被消费主义的思想所左右，因此，对消费主义思潮进行深入的研究与学习，可以帮助高校学生树立起正确的消费观念，同时也能让他们在面对价值观的冲突时作出正确的抉择，提升自身的思想意识，进而推动他们的全面发展。

2.2. 消费心理

2.2.1. 消费心理的内涵

消费心理是指消费者在寻找、选择、购买、使用、评估和处置与自身相关的产品和服务时所产生的心理活动。在消费过程中，消费者会呈现出从众、求异、攀比、求实四种消费心理。从众心理是一种模仿和盲目的行为；求异心理追求标新立异，独树一帜；攀比心理是与自己的真实收入相背离，盲目攀高的一种消费心理；求实心理就是讲究实惠，按自己的需求来挑选商品，理性的进行消费。

2.2.2. 消费心理研究的理论基础

首先是马斯洛的需要层次理论。美国心理学家马斯洛将人类的需求分为五个层次，即：生理需求、安全需求、情感需求、尊重需求和自我实现的需求。马斯洛认为人类的这五个层次呈现出由低到高的需求，当低级的需要被满足之后，才会有更高的需要产生。在当今时代，人们的生理需求和安全需求已经基本得到满足，大学生作为社会群体的成员，他们渴望从外部获得关爱和重视，由此产生情感需求、尊重需求和自我实现需求。因此，在大学生们的消费过程中会对各种社交消费活动也更加重视，他们还会通

过各种消费行为来彰显自己，以此满足自己的尊重需求。然而，盲目追求“面子”的消费行为，是造成大学生攀比和从众消费泛滥的主要原因。以马斯洛的需要层次理论为理论依据，可以更好地理解当代大学生这一群体的消费倾向和消费心理，从而指导他们按照自身的需要建立合理的消费观。

其次是马克思主义消费与人的发展的关系。马克思指出人类的生存与发展离不开消费，而人类的消费活动则是为满足自己生存与发展的需求和欲望而进行的。因此，从这一点上可以看出，人从事所有的物质生产和社会活动的内部动因是个人的需要和愿望的满足。人们在消费心理的驱动下产生消费行为以此来满足自己的需要，当人当下的消费需求得到了充实和满足之后，就会有新的消费需求出现。因为消费心理和消费行为既有理性也有非理性，所以个体在进行消费时，必须要对自己的消费行为做出正确的评判。理性的消费能够促使人们形成一种健康的消费观念，从而推动人类持续、健康地发展，而不理性的消费则会不利于个人的发展，造成不良的影响。以马克思主义消费与人的发展的关系为理论依据，可以帮助大学生培育理性的消费心理和消费行为，形成正确的消费观念。

最后是中华优秀传统文化关于消费的重要思想。勤俭节约，艰苦奋斗既是中华优秀传统文化中关于消费的重要思想，又是古人对生活、德行等方面的智慧结晶。中华传统消费思想倡导人要限欲绝奢、知足常乐，因此，中华优秀传统文化中的消费观念也是消费心理的一个重要思想源泉。古人所倡导的勤俭节约，并不只是单纯地压抑和限制人的正常需要，而是要求在合理的范围之内进行适当的消费，即要在个人消费中掌握节俭与浪费之间的平衡，要始终谨记自己进行消费的初衷，不能盲目地压抑自己的需要，也不能超出自身的需要而追求奢侈消费。所以，消费心理的培育要遵循适度的原则，要坚持以人为本。

3. 消费主义思潮对大学生消费心理产生的负面影响

3.1. 注重符号消费，看轻使用价值

鲍德里亚曾经在自己的著作中表述过，在消费过程中最引人注目的并不是商品自身的使用价值，而是商品本身所产生的各种符号价值。这种符号价值实际上并不是商品的自身属性，它其实是一种随着社会的发展而产生的一种可以满足人们的愿望，可以体现出自身的个性，也可以用来显示自己地位的属性(王晓雨, 2021)。在中国特色社会主义新时代，中国的社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。根据马斯洛需求层次理论我们可以看出，随着当前我国人民生活水平的日益提高，人们的需求正在由最基础的生存需要向更高层次的精神需要转变。与此同时，随着消费主义思潮在中国的兴起和传播，人们在消费中越来越倾向于对产品的符号价值进行追求，从而形成一种符号消费。大学生们从中学走进大学，在新奇的环境中获得了解放，因此，此时的他们很容易受到各种思想的侵蚀。由于大学生基本的生活需要已经得到了满足，他们需要的是更丰富的校园生活，因此，一些大学生很容易就会倾向于追求符号消费来满足自己的需要，但这种消费方式也会产生一些严重的后果，比如不合理的消费心理会得到进一步的发展，他们只重视产品的符号价值，轻视使用价值，而他们的消费行为也往往会变得盲目，给他们自己和他们的家人带来了心理和经济上的压力，不利于社会良好风气的形成。

3.2. 过多盲目消费，缺乏理性思考

当前在消费主义思潮的影响下，我国高校的大学生普遍存在着过多盲目消费，缺乏理性思考的问题。在进行消费的过程中，会有许多不是自身所需的消费，而盲目消费就是指在没有实际需求的前提下，产生的一种消费心理和行为。盲目消费主要包括攀比消费、冲动消费、从众消费等。这是一种不理性的消费行为，而大学生们往往会被身边的人所影响，或是被商家的价格所刺激，做出一些不合理的、盲目的消费行为。消费的目的是满足自己的需要，而理性消费是指我们在消费的时候，要根据自己的实际消费

能力和消费的目标来进行消费，而消费主义思潮却是要我们去满足自己的欲望，哪怕不是自己需要的也要买，在这种思潮的作用下，人们只能获得短暂的满足感，而更多的是悔恨和遗憾(陈振中, 车越彤, 2022)。当今时代的在校大学生个性凸出，创造力强，表现欲望高，在消费过程中他们也会表现出个性的消费心理，具体来说就是他们具有非常喜欢追求新奇和特殊的商品的消费行为，因为这种行为可以更好地表现出他们的个性，比如购买一些私人定制的或是限量发售的商品，以此来彰显自己的个性，满足自己的个性消费心理。另外，在当今的社会背景下，部分大学生在进行消费的时候，更注重的是品牌效应，在进行消费的时候他们并不只关心产品的价格与品质，更在意的是品牌的效果和个性化的流行趋势，这使得他们往往会盲目消费并失去理性思考的能力，从购买品牌中获得一种精神上的满足，而非满足自己实际的需要。

3.3. 趋于超前消费，忽视绿色消费

随着经济和社会的发展，绿色消费被赋予了一个全新的内涵，它不仅是指消费时节约金钱，还是指当面对某些不必要的消费选择时，能控制住自己的欲望。然而，由于大学生的社会经验还很少，他们的思想也不够成熟，导致他们的消费理念还不够理性。在消费主义思潮的影响下，部分大学生不断地消费以获得更高的社会评价，从而满足他们的虚荣心，使得他们开始忽略绿色消费，趋于超前消费。此外，大学生对自身周围的事物都有怀有强烈的好奇心，并且他们还没有形成成熟的“三观”，因此他们很可能会出现消费上的误区。有些商家把本来价值较低的商品进行了精美的包装，利用大学生思想觉悟不高的这一特征，重外观轻品质，诱骗他们去消费，造成了大学生的钱财损失，同时也造成了社会资源的极大浪费。另外，随着科技的不断进步，互联网技术的不断发展，人们的消费模式也在不断地更新，网络消费已经成为了许多人消费的一种趋势，但同时也出现了许多的线上借贷平台，这些平台的存在本身并没有错，也的确能帮到一部分人解决困难，但任何事情都要有一个度，过度的使用就会误入歧途。目前有些大学生沉溺在虚拟世界里，把生活费用于购买虚拟产品，甚至还盲目地使用网上借贷平台，给家里带来巨大的经济压力。

3.4. 弱化理想信念，影响政治信仰

消费主义思潮会弱化大学生的理想信念，影响政治信仰。消费主义思潮具有强烈的资本主义价值观基因，它影响着人们的消费习惯和消费行为，持续地刺激人们的神经，并不断地侵蚀人们的消费理性，宣扬一种享乐的价值观。消费主义是一种在西方社会普遍存在的不良思想，是资本主义价值观的重要体现。消费主义思潮对我国高校的大学生有很强的诱惑力，并且这种引诱的手段很隐蔽，会在潜移默化中影响他们，让他们的“三观”因此发生偏移。首先，消费主义思潮会侵蚀大学生的使命担当意识，让他们对学习的重要意义产生了错误的认识，消费至上的观念让他们只知道追求金钱和消费，这让他们误以为消费才是达到人生目标的根本途径，从而停止了对人生价值的反思。其次，消费主义思潮会使大学生停留在对感官快感的追求上，以大量的消费和物质占有作为理想，这对大学生的价值观产生了很大的影响，这也让他们在某种程度上放弃了对社会主义崇高理想信念的不懈追求。最后，消费主义思潮作为一种西方资本主义文化，对高校学生的思想心理防线造成了严重的冲击，导致部分学生对中国本土文化缺乏信心，丧失文化自信，甚至对马克思主义和中国特色社会主义思想产生否定(潘攀, 2021)。

3.5. 淡化美德认同感，丧失集体意识

中华民族的传统美德是传统文化的精华，是中华民族的宝贵财富，也是我们国家维持社会稳定的精神力量。在当今时代所流行的以西方资本主义价值为核心的消费主义思想，同我们传统美德所倡导的勤

俭节约产生了极大的矛盾。一方面,在某种程度上消费主义思潮会对大学生的世界观、人生观、价值观产生不良的影响,从而使他们淡化对传统美德的认同感。另一方面,消费主义思潮削弱了大学生的勤俭节约的精神,使他们养成了一种以消费为荣,不注重节约的心理,与此同时,消费主义思想也会在高校中泛滥,让一些大学生产生盲目攀比的不良心理,在消费过程中更加注重符号价值,使其与传统美德渐行渐远。消费主义思潮所提倡的以消费为中心,以自我需求为中心的思想,也造成了许多大学生自私自利的心理,这就造成了大学生群体中的集体意识、社会责任感的缺失。

4. 消费主义思潮对大学生消费心理产生负面影响的原因分析

4.1. 大学生身心特点的因素

大学生正处于人生的重要时期,正位于心智成熟的关键时期,他们的价值观更易受到周围人和环境的影响。大学生在思想自由并掌握了一定的经济支配权的情况下,使他们更容易被消费主义思想所左右。一方面,以“潮流”为外衣的消费主义思潮,通过各种新颖的手段引导大学生盲目地进行消费,以满足他们对新鲜事物的好奇心。大学生因为没有足够的思维和辨别能力,这就造成了许多学生不能用理智的眼光去看待各种问题,他们不能够洞察错综复杂社会现象的实质,也没有办法对消费主义的思潮进行深刻的分析。另一方面,许多大学生为了融入到团体之中,会出现盲目消费的行为,再加上学生们的思维方式都是相似的,所以消费主义的思潮可以在大学生中快速蔓延,并被许多大学生所接受,消费主义思潮已经成为了许多大学生所赞同和追求的一种思维方式。与此同时,在消费主义思潮的影响下,一些大学生盲目地效仿别人的消费取向,最后形成了盲目消费、盲目攀比等不良行为。

4.2. 大众媒体的宣传鼓噪

在自媒体时代,互联网已经成为了大学生获取信息的重要途径,它具有个性化、即时性、参与性等特点,丰富多样的精神文化产品对当代大学生的思维和价值观产生了深远的影响。但是一些自媒体平台完全无视传媒产业的社会责任,只顾着自己的利润和流量,在平台上明目张胆地散播不健康的风气,有些媒体还利用了自己的资源,创造出了大学生群体所喜爱的消费主义内容,以此来吸引更多的大学生,使得他们对真实世界与虚拟世界的认识出现误差。随着大众媒体投放的消费广告越来越多,这些广告一般都是以虚拟和夸大的形式进行产品的推广,让大学生们更多地关注商品的符号价值,激发他们的消费欲望。一些淘宝、抖音的消费主播或网红明星引导了消费潮流,诱导大学生重新塑造消费观念,转变他们的消费习惯。在大众传媒的影响下,很多大学生在跟风消费的过程中,不知不觉地被控制了自己的消费行为。

4.3. 日常教育引导的不足

学校和家庭的日常教育对大学生的消费观念都有一定的引导作用。在消费主义思潮兴起的今天,学校和家庭对大学生的教育引导功能还没到位。比如,高校作为大学生价值观教育的主要阵地,要开展帮助大学生培育正确消费观念的思想政治教育,加强他们抵御消费主义思潮的能力。然而一些高校未能对消费主义进行深刻的剖析与研究,致使这股不良的潮流在大学生校园里大行其道,导致一些大学生没有充分认识到消费主义思潮所带来的负面影响。此外,部分学校的思想政治教育工作者并没有结合当前的热门话题对学生进行及时有效的思想教育,他们没有对这些消费平台中隐藏的消费主义思想进行深入的分析,没有对大学生的消费观念进行恰当的引导,导致了学生对消费潮流的盲目跟风。

5. 消费主义思潮下大学生消费心理的引导对策

消费主义思潮对当代大学生的消费心理和行为都产生了很大的冲击,如果不加以遏制必将对我国社

会结构的稳定产生重大的影响。思想政治教育工作者要加强对大学生的教育,培养他们正确的消费心理,坚定他们的理想信念,在日常生活中加强凝聚力、辨识力和自信心,让大学生不会被消费主义思想侵蚀。

5.1. 加强思想教育, 增强凝聚力

在新媒体的时代,各种各样的思想都可以自由地传播,其中有以消费主义思潮为代表的会对大学生产生负面影响的不良思想,这就要求对大学生进行思想教育,指导他们学习共产主义思想和社会主义核心价值观,培养他们的理想信念,只有这样社会凝聚力才能得到切实的提升,使大学生主动地承担起社会主义建设者和接班人的光荣使命。高校思政教师要坚持“物质”和“精神”并重的理念,加强对共产主义伟大理想和中国特色社会主义的共同理想的教育,引导大学生增强中国特色社会主义道路、理论、制度、文化的自信,把这些自信内化于心、外化于行,并充分利用各种媒介的优势帮助学生深刻理解正确思想,最大程度地促进学生对主流意识形态的理解和认同(马自超, 2023)。

5.2. 培养意识, 增强辨别力

在文化的外衣下,消费主义思潮表面上带来了快乐、自由、平等,但这一切都是在付出巨大的代价基础之上。要培养大学生正确的意识,增强其辨别是非的能力,积极运用马克思主义的实践观和辩证法来明确消费主义思潮的实质,始终贯彻科学的批判思维。帮助大学生培养消费意识,树立正确的消费心理,一是要提高大学生运用科学的消费观来抵制消费主义思潮侵蚀的能力。二是要加强对大学生的消费实践的指导,让他们在消费中遵循适度、理性和环保的原则,根据自己的实际情况,进行合理的消费,做到绿色消费。三是要注意培养大学生的消费力,辩证地理解金钱的地位与意义,在消费活动中提高他们的理财技能,使他们能够更好地抵抗消费主义思潮,在遇到消费主义的错误观点时,能够善于分辨、敢于批判。

5.3. 发挥大众传媒的重要作用

大众媒体在某种意义上也促使了消费主义思潮的扩散和发展,因此要想进一步降低消费主义思潮对大学生的负面影响,就必须加强对大众媒体的规范和监管,创造一个良好的舆论和消费环境。一方面,要加强对大众媒体的监督,由政府制定相应的政策和法规来规范大众媒体,并在实际工作中落实好内容审查制度。在这种约束之下,将那些带有消费主义倾向、宣扬错误消费理念、表现出对物质和享乐的追求的节目内容从根源上切断,防止消费主义思潮的进一步扩散。另一方面,要充分利用大众媒体的舆论和导向作用,运用多种形式的宣传手段帮助大学生树立起正确的消费观和道德取向,增强自身的责任意识。此外,也可以借助微博、微信、抖音等网络平台,加强对中华民族的勤俭节约美德的宣传,在全社会形成一种科学理性的消费风尚。

6. 结论

新时代的大学生肩负着民族复兴的重任,他们是我们国家未来社会发展的中坚力量,是民族未来发展的生产者,是消费增长的主要推动者,同时也是消费文化的积极建设者。因此,大学生要对消费主义思潮的本质有一个清醒的认识,树立起正确的消费心理,降低消费主义思潮所造成的负面影响,这对大学生的健康成长和社会的良性发展,都有着重要的现实意义和深远的时代意义。

参考文献

- 陈振中, 车越彤(2022). 符号消费视域下大学生身体消费探析. *黑龙江高教研究*, 40(12), 41-46.
- 李伟(2021). 消费主义对大学生社会心态的影响及其应对. *河南社会科学*, 29(11), 10-18.

马自超(2023). 消费主义思潮影响下大学生消费心理及行为研究. 硕士学位论文, 沈阳: 沈阳航空航天大学.

潘攀(2021). 消费主义思潮下大学生消费心理及消费研究. *营销界*, (16), 93-94.

王晓雨(2021). 消费主义思潮下大学生消费心理及消费状况分析. *现代营销(经营版)*, (5), 90-91.