

异化理论视域下对大学生消费异化行为的心理探析

赵金凤

南京林业大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2024年3月6日; 录用日期: 2024年4月11日; 发布日期: 2024年4月23日

摘要

在现代社会中, 消费已经成为人们日常生活的重要组成部分。本文以异化理论为框架, 深入探讨大学生在消费过程中表现出的异化现象, 并从心理层面进行了动因剖析。大学生的消费异化行为不仅受到社会环境和文化因素的影响, 更与其内心世界的深层次需求密切相关。大学生作为我国消费群体的重要组成部分, 其消费行为也具有独特的特点。因此对大学生进行消费方面的思想教育, 引导其树立正确的消费观念, 培养新时代大学生进行科学且合理的消费是非常有必要的。

关键词

大学生, 消费异化, 异化理论

A Psychological Analysis of College Students' Consumption Alienation Behaviour in the Perspective of Alienation Theory

Jinfeng Zhao

School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Mar. 6th, 2024; accepted: Apr. 11th, 2024; published: Apr. 23rd, 2024

Abstract

In modern society, consumption has become an important part of people's daily life. Based on the framework of alienation theory, this paper discusses in depth the alienation phenomenon shown by college students in the process of consumption, and analyses the motives from the psychologi-

cal level. The alienation behaviour of college students is not only influenced by the social environment and cultural factors, but also closely related to their deep-seated needs in the inner world. As an important part of China's consumer group, college students' consumption behaviour has unique characteristics. Therefore, it is very necessary to educate college students on the ideology of consumption, guide them to set up correct consumption concepts, and cultivate scientific and reasonable consumption among college students in the new era.

Keywords

College Students, Consumer Alienation, Alienation Theory

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

消费本身就是满足人类自身需求的一种经济行为，在现代社会消费更是拉动经济快速增长的重要动力。大学生作为社会的新生力量，其消费行为不仅关系到个人的成长与发展，也影响着社会的消费风气和文化氛围。如今大学生的消费行为呈现出多元化的趋势，在消费行为方面的异常现象愈加突出，严重影响了大学生的身心健康，从而引发了社会的关注和思考。由此分析大学生消费异化行为及其心理动因，引导和克服大学生的消费异化行为，树立正确的消费观念是非常有必要的。

2. 相关概念论述

2.1. 异化理论的提出

异化是马克思主义中的一个重要概念，指在生产关系中由于自身的活动而产生了自己的对立面，它又作为一种异己的力量控制自身。马克思在《1844年经济学哲学手稿》提出了异化劳动理论，并论述了劳动异化的四种形式，即工人与劳动产品相异化、劳动本身的自我异化、工人与人的类本质异化、人与人之间的异化(马克思, 恩格斯, 2012)。他指出劳动产品成为了人的异己力量并控制人本身。人在劳动过程的同时不断的丧失自己的类本质，失去了个人在工作中的创造性和自由性，人不是获得幸福而是变得痛苦。

虽然马克思没有直接的提出来消费异化的概念，但是马克思始终都把消费作为生产领域分析的重要环节。消费异化已经渗透到了社会生活的各个方面，存在于人们之间的交往关系之中。当代西方马克思主义学者也对消费异化现象进行了深刻分析和批判，其中包括法兰克福学派的马尔库塞和弗洛姆。

马尔库塞在吸收了马克思的异化劳动理论思想后，将异化的概念用以分析社会的消费现象，提出了消费异化的概念。马尔库塞认为在工业社会中，人们在如同机器般简单重复生产劳动结束后，会通过消费来释放自身的压力，这样人的消费活动必然远离人的“真实需求”，成为一种异化了的消费(王慧, 杨明, 2021)。他认为人们不再关注自己的内心世界、精神追求和人际关系，而是沉迷于物质世界的追逐。这种追逐不仅让人们失去了对生活的真正控制，还导致了环境破坏、资源浪费和社会不公等问题。马尔库塞认为，人们应该追求更加真实、有意义的生活，关注自己的内心世界和精神追求，而不是沉迷于物质世界的追逐。

同为法兰克福学派的弗洛姆在对于异化的研究不止于哲学的范畴，还加入了心理学方面的理解。他

指出原来在消费行为中我们是消费的主体,消费是一种具体的行为,人们在消费中可以获得作为消费者应有的真实的体验。但是在资本主义社会中,人们的消费常常受到商家等外界的刺激,消费这一活动与人的真实需求相分离,变成一种满足虚假需求的,强迫性的消费。在弗洛姆看来,产生消费异化主要是受两个因素的影响,一方面由于人们逃避自由的心理机制所导致,处于资本主义社会下的人们内心的更高层次的需求无法得到满足,所以寄托在消费之中,“那些身处于个人化和孤独感两难境地的人,内心充满了对孤独的极度恐惧,他们渴望与他人建立紧密的关联,以摆脱孤独的束缚”(弗洛姆,2013)。换句话说,在当今消费社会,消费成为了与他人和世界建立联系的方式。但是人们在消费和占有中并没有感受到自由,反而陷入了追求自由但又更加孤独的怪圈,这是需求缺失而导致的消费异化。另一方面,则是资本主义社会制度,技术理性的运行方式等外在因素所导致的。

2.2. 异化理论和大学生消费行为的关系

异化理论,为我们提供了一个独特的视角来审视大学生的消费行为。这一理论源自马克思的劳动异化理论,强调在资本主义社会中生产领域的异化。这种异化现象不仅存在于生产领域,也逐步渗透到消费领域。

异化理论为大学生消费行为的异化提供了理论基础。主要原因有以下两个方面。第一,社会结构影响。异化理论强调现代社会结构对个体产生的影响,包括劳动过程、商品关系、社会交往等方面。大学生作为现代社会的一部分,受到这些结构的影响,其消费行为往往受到社会结构的制约和引导。第二,个体心理状态,异化理论还关注个体在现代社会中可能产生的心理状态,如疏离、失去归属感、对自我和社会的疏离感等。这些心理状态可能影响大学生的消费行为,使他们试图通过消费来填补内心的空虚或寻找归属感,表现为特定的消费偏好和行为模式。

大学生消费行为的异化是异化理论的现实体现。主要原因在于一下三个方面。第一,劳动与消费的疏离。现代社会中个体的劳动与消费之间存在疏离,大学生通常在学习的过程中投入大量时间和精力,但却无法直接感受到自己劳动的成果,这种疏离可能导致他们通过消费来寻求对劳动的补偿感。第二,消费品的附加意义。现代社会中的消费品往往被赋予了超越其实际功能的意义,大学生可能因社会压力或自我认同的需求而购买特定的产品,将消费品作为自我认同和社会认可的象征,从而与实际的劳动成果脱节。第三,自我意识的混淆。现代社会个体的自我意识可能受到扭曲或混淆,大学生可能通过消费来寻求短暂的自我满足感,但这种满足感往往是建立在虚假的物质追求上,而非真正的个体内心需求。

异化理论与大学生消费行为之间存在密切的关系。通过深入了解这种关系,我们可以更好地引导大学生树立正确的消费观念,促进他们的健康成长和全面发展。

3. 当代大学生消费异化的主要表现

在消费时代的大环境下,中国的经济飞速发展,一些大学生在进行充分的交往之后,在消费方面也出现了更深的异化。在众多的诱惑之下,他们的需要受到了刺激,并且片面地引导到了物质的享乐上,消费欲望扩张。消费主义思潮的入侵,人们的消费行为和消费观念都发生了很多的变化。其中在大学校园中也蔓延开来,主要表现为非理性消费,符号消费,超前消费等表现形式。

3.1. 非理性消费

非理性消费是指没有从实际的需求出发,在外界诸多因素的诱导下进行的没有预先计划的购买行为。大学生是自控力较弱且好奇心躁动的消费群体,不能根据自己的实际来合理安排消费。在广告媒介的推波助澜之下更容易做出冲动的非理性的消费行为。大学生的学习环境和生活方式都发生了巨大变化,个别大学生不能适应快速变化的环境和独立的生活方式,进一步加深了群里依赖和心理从众,从未进行非

理性的消费(于越, 季惠斌, 2022)。慢慢形成从众的消费心理且具有盲目性。人民的生活质量越来越好的时候, 个人的经济能力也越来越强, 他们在消费的过程中, 不仅仅是为了获得产品的使用价值, 更多的是为了让消费者的虚荣心得到满足。

大学生正处于渴望尝试新事物, 追求新鲜感和刺激的阶段。因此, 在面对各种新颖的商品或服务时, 他们可能会受到诱惑, 产生强烈的购买欲望。这种心理驱使他们不断尝试新的消费方式, 从而陷入非理性消费的漩涡。首先, 大学生由于未具备科学的消费观念, 在购物时凭借一时冲动, 盲目地去购买。其次, 商家们将通过各类媒体营造出大量的虚假消费需要和市场广告, 使大学生处在“虚假需求”所营造消费文化中, 失去对物品真实需求的判断能力。最后, 互联网技术和物流的快速发展, 消费转向线上居多。但是, 由于商家对于消费的渲染比如双 11, 购物狂欢节等等, 消费者本着不买就吃亏的心理, 进行非理性的消费, 这都是消费异化了的表現。

诱发大学生进行非理性消费的因素很多。因此引导大学生树立健康的消费观念和行为习惯帮助大学生在消费的过程中保持理性, 从而实现健康有意义的消费生活是非常有必要的。

3.2. 符号消费

鲍德里亚在《消费社会》一书中指出: 在消费社会中, 我们消费的并不是物的有用性, 而是通过消费体现自己的社会地位与身份的过程(让·鲍德里亚, 2014)。符号消费, 消费者追究的是符号, 购买商品时首先关注的不是他给自己带来的使用价值, 而是其背后象征的价值(谢敏, 2020)。消费趋向符号化, 其根本目的在于区别社会地位, 在某种意义上象征消费被解读为个人能力和水平的外部体现。例如, 某些奢侈品牌的产品, 其价格远远超出了其物质成本, 消费者购买这些产品, 更多的是为了获得其背后的社会认同和地位象征。符号消费也反映了现代社会的某些深层次问题, 如身份焦虑、物质主义、消费主义等。它可能导致人们过度追求物质享受和表面上的成功, 而忽视了精神层面的追求和真正的幸福感。

在外来消费主义的影响下, 部分大学生不可避免的染上了攀比的坏习惯, 无时无刻不在进行着以比较为目标的消费。炫耀性的消费心理会导致个人的欲望不断地膨胀, 在消费异化的路上越走越远。符号消费, 改变了人们的消费心理和消费习惯和消费行为。将象征消费视为个人表现、社会身份的一种主要方式, 也是高质量快乐生活的象征。我们生活在一个高度商业化的社会里, 我们自己的需求, 不管是物质上的, 还是精神上的都会被当做商品而出售。

消费充斥并占领了我们生活的方方面面。广告的宣传以及资本家的操控, 甚至使思想也成为了商品。在这种环境下, 大学生的消费观需要得到正面的指引, 杜绝纯粹的符号性消费。

3.3. 超前消费

所谓超前消费, 是指消费者当前的收入水平不足以购买需要迫切享受的产品和服务, 以分期付款, 花呗、借呗等形式而进行的消费。超前消费已然已经成为人们满足自身消费欲望的主要方式, 身为网购的主要消费主体, 大学生的超前消费现象较为突出。

鲍德里亚在其书《消费社会》中指出, “所有社会都是在极为必需的范围内浪费, 个人与社会一样, 在浪费出现盈余或多余情况时, 才会感到不仅是生存而且是生活。”(让·鲍德里亚, 2014)当代大学生的自身消费观还不成熟, 消费的过程中呈现出一种高消费倾向。由于直播带货和各种购物节庆, 各种口号如“早买早享受”的理念潜移默化的影响着消费者。在数字化背景下, 大学生受到数字资本所营造的数字消费的影响, 消费的速度和频率更显加速。大学生的经济水平和自身的消费欲望成为矛盾, 这时消费信贷和京东白条等门槛低应用范围广的借款方式就赢得了他们的依赖。虽然缓解了消费的约束, 满足了大学生消费的需求, 但是使得大学生在无形中形成了超前消费的习惯。当前的大部分大学生忽视一现实问题, 追求远远超过实际能力水平的消费标准, 陷入了消费异化的陷阱, 被消费所控制和支配。

部分大学生通过向银行、消费金融公司、网络借贷平台等机构借款来满足自己的消费需求。这种消费方式在近年来越来越普遍，主要是因为大学生消费需求的增加和自身经济能力的不足。目前超前消费和借贷消费在大学生中屡见不鲜，要引起重视。这些学生陷入裸贷和校园贷陷阱之中，严重的影响了个人学业和家庭。总之，大学生借贷消费需要谨慎对待，既要满足自己的消费需求，又要避免过度借贷和陷入债务困境。同时，高校和社会也应该加强对大学生借贷消费的引导和监管，促进大学生健康、理性的消费观念的形成。

4. 大学生消费异化的危害

消费异化行为不是从来就有的，是由于科学技术的进步、生产力的跨越式发展、蓬勃发展的市场经济以及西方消费主义盛行等多种原因所形成的现实情况。现阶段我国仍然处于社会主义初级阶段，发展不平衡不充分。大学生所处的经济地位不同，其现实消费能力也有一定的差距。大学生在消费过程中所表现出的异化趋势不仅仅是受到环境影响，大学生自身的价值观的错位也是造成其消费行为异化的内在原因。消费异化这一现象在当代社会愈发普遍，特别是在大学生群体中，其危害不容忽视。

首先，消费异化导致大学生陷入物质主义的泥潭。在消费异化的影响下，大学生可能过度追求物质享受和名牌效应，忽视了精神世界的充实和提升。这种物质主义倾向容易让人变得浮躁、虚荣和自私，从而影响个人的心理健康和人格发展。长期沉迷于物质追求的大学生可能会忽视学业和人生规划，导致未来的职业发展和人生道路受到影响。

其次，消费异化给家庭经济带来沉重负担。许多大学生为了追求时尚和虚荣，不惜借贷或透支信用卡来满足消费需求。这种行为不仅加剧了家庭的经济压力，还可能导致大学生陷入债务危机，影响学业和未来的职业发展。此外，一些家庭经济条件并不富裕的学生可能因为无法满足消费欲望而产生自卑和焦虑等心理问题。

再次，消费异化冲击了社会的价值观和消费文化。如果消费异化现象得不到有效遏制，将会导致社会风气的恶化，人们可能会更加关注物质利益而非精神追求，人际关系也可能因为物质比较和攀比而变得紧张。这种价值观的扭曲不仅影响个人的幸福感和满足感，也对社会的和谐稳定构成威胁。

最后，消费异化对生态环境造成破坏。过度消费和浪费现象不仅加剧了资源的消耗和环境的污染，也破坏了生态环境的平衡。这对人类的可持续发展构成了严重威胁。大学生作为未来的社会栋梁，应该积极倡导和实践绿色消费理念，为保护环境贡献自己的力量。

综上所述，消费异化对个人、家庭和社会都产生了严重的危害。为了应对这一问题，我们需要引导大学生树立正确的消费观念和价值观，注重精神追求和人生规划，避免过度追求物质享受和虚荣心理。同时，我们也应该倡导绿色消费理念，减少不必要的消费和浪费，保护生态环境。只有这样，我们才能共同推动社会的和谐稳定和可持续发展。

5. 大学生消费异化的心理归因

5.1. 从众心理

从众消费心理对当前大学生的消费行为产生了很大的影响。从众心理是指个体受到外部群体的行动影响，在自己的直觉、判断、认知等方面表现出与大众意见或多数人一致的行为模式。从众行为是大学生群体中比较常见的现象。在群体生活中由于环境和整体的氛围的影响，大学生极易产生各种的压力。因此，为了寻求心理上的平衡，绝大部分大学生会有意的考虑他人的意见，选择从众的行为。因而大学生的消费行为很容易受到周围环境的影响。为了融入集体、避免被孤立，他们往往选择跟随大多数人的消费选择，从而导致了消费行为的从众性。从众心理的产生原因比较复杂。首先，则会受到少数服从多

数思想的影响，认为大部分人的选择是保险的。在这种情况下很少会有人坚持己见。其次，心理压力因素的影响，做出与众不同行为，往往会被其他的人独立。因此为了避免惩罚，在权衡各种因素后，多数人采取从众的做法。最后，如果情况是不确定性的，从众的心理则会更加容易产生。

5.2. 虚荣心理

大学生正处于自我认同和社会认同的关键时期。他们通过消费来展示自己的个性和特点，以获取同龄人的认可和尊重。在这个过程中，品牌、时尚和潮流成为了他们展示自我身份的重要符号。在当今社会，商品的价值与使用价值被掩盖，大学生对于“名牌”的追求，不仅仅是因为它的质量与价值得到了确认，更多的是因为它所带给人们的附加意义，而去追求象征的消费。现如今，由于科技的发展与普及，以及商品的极大丰富与过剩，人们的消费模式与消费观受到了空前的变革。当产品的使用价值相差无几时，消费者追逐的焦点越来越多地聚焦于产品的附加值，也就是它的象征价值，如声誉，地位，品牌等，并受到象征价值的约束。

5.3. 逃避现实与心理满足

面对学业、就业等多重压力，部分大学生选择通过消费来逃避现实，寻求心理满足。他们购买昂贵的商品、追求高品质的生活，以此来填补内心的空虚和焦虑。大部分的大学生都是以家长为经济来源，而每个家庭对子女的财力支持也各不相同。一些出身一般，乃至收入较低的大学生，在与那些物质优越的同学相处、学习、生活中，逐渐感到自卑。他们相信，内心的空洞只能用和别人一样的东西来填补；和别人的差别只能用同样的消费方式，生活方式来缩小；唯有如此，方能显示出与他人同等的地位，方能得到别人的尊敬，得到别人的满意。

6. 引导大学生合理消费的策略

6.1. 社会营造积极健康的环境

通过加强消费教育，引导大学生科学消费。要坚持马克思主义消费思想的引导，在社会主义市场经济条件下，帮助大学生树立正确的消费观。新时代大学生要学习领会马克思主义消费观并运用于实践，使个人消费和社会消费平衡。社会应营造良好的消费环境，加强对广告、媒体等传播渠道的监管，避免过度渲染物质主义价值观。加强法制建设，为大学生创造一个健康、干净的消费环境。要加强对消费者安全的保护。强化对消费者安全的综合管理，利用大数据和其他科技手段，对大学生网上借贷行为进行实时分析，在根源上截断消费思想的扩散途径，持续改善在线消费环境。对出现在校园贷和网络借贷中的违法行为进行严厉打击。构建协同共治的网络空间生态秩序，形成政府、社会和高校协同共治体系。

6.2. 家庭重视孩子消费价值观的形成

发挥家庭教育的引领作用习近平同志指出：“家庭是人生的第一所学校，家长是孩子的第一任老师，要给孩子‘讲好人生第一课’，帮助扣好人生第一粒扣子。”要充分发挥家庭教育在大学生消费价值观方面的影响力，引导大学生的消费行为，是大学生逐步形成成熟的消费价值观(教育部课题组, 2019)。首先，家长要做到言传身教，不仅仅是在言语上的引导和教育，更重要的是在消费行为上给孩子树立榜样，做到理性消费不攀比，让正确的消费观念深入孩子内心。其次，家长应该转变观念，不能溺爱式的满足孩子在物质消费上的欲望而有求必应，过度的物质激励会使得孩子养成享乐消费的坏习惯。对于孩子的消费应提出合理化的建议。最后，家长可以通过鼓励孩子赚取额外的零用钱来实现消费的需要，比如做家务的方式。父母要树立榜样作用，积极的引导和教育树立正确的消费观念，这样可以提前预防消费异化的产生。

6.3. 建立合理的消费评价体系

高校作为大学生健康成长的主要场所, 要将科学消费的教育放进课堂, 并开设相关的课程。首先, 高校可建立消费评价体系, 对大学生的消费行为进行评价和指导。同时, 鼓励大学生参与消费调查和研究, 增强对消费现象的认识和理解。其次, 可以定期举行专题讲座, 向学生讲解基础知识, 识别消费陷阱, 开阔学生视野, 引导学生树立正确的价值观。高校也可以设立消费咨询的平台, 为大学生提供个性化的消费指导和服务。通过了解大学生的消费需求和困惑, 提供针对性的建议和支持。最后, 开设相应的课程, 培养大学生的财务管理能力。高校应加强财务管理教育, 帮助大学生掌握基本的财务管理知识和技能。通过制定预算、记录支出等方式, 培养大学生的财务管理习惯和能力。

6.4. 学生自身提高抵制错误消费的意识

消费异化使大学生们过度的追求物质上的享受而忽略了精神世界的缺失, 长久下去, 大学生会陷入物化的陷阱, 从而完全忽略掉自己的真实感受。学生自身应该提高自觉抵制错误消费的意识, 消费前做好规划, 防止盲目消费; 消费过程中, 考虑自己的真实需求, 量力为出; 消费后养成记账习惯, 以便于调整自己的消费。如今, 网络购物成为消费的主要形式, 在进行网络购物时, 要保持清醒的头脑, 抵制网络诱惑。以自己的实际需求为标准, 克服非理性的盲目的错误消费方式。

7. 结语

从异化理论视域下对大学生消费异化行为的心理探析, 我们可以看到消费异化现象在大学生群体中的普遍性和严重性。这一现象不仅影响了大学生的身心健康和成长发展, 也对社会的和谐稳定产生了负面影响。因此, 我们需要从多个方面入手, 加强消费教育、关注心理健康、营造良好的校园文化氛围等, 引导大学生树立正确的消费观念和价值观, 促进他们的全面发展和社会进步。我们需要持续关注这一问题, 深入研究其背后的心理机制和社会因素, 为相关教育和引导提供更加科学有效的理论支持和实践指导。同时, 我们也需要加强国际合作与交流, 借鉴其他国家和地区的成功经验, 共同推动大学生消费行为的健康发展和社会文明的进步。

参考文献

- 弗洛姆(2013). *自我追寻*. 上海译文出版社.
- 教育部课题组(2019). *深入学习习近平关于教育的重要论述*. 人民出版社.
- 马克思, 恩格斯(2012). *马克思恩格斯选集(第一卷)*. 人民出版社.
- 让·鲍德里亚(2014). *消费社会*. 南京大学出版社.
- 王慧, 杨明(2021). 马克思异化理论视域下的马尔库塞消费异化观. *山西大同大学学报(社会科学版)*, 35(2), 5-9.
- 谢敏(2020). 当代大学生消费异化现象探析. *经济研究导刊*, (25), 66-68.
- 于越, 季惠斌(2022). 消费主义影响下大学生消费行为异化及其引导. *沈阳师范大学学报(社会科学版)*, 46(2), 20-25.