

当代消费主义对青少年消费观念的影响及对策

李 风, 苏玉琼

(成都理工大学 马克思主义学院, 四川 成都 610059)

摘 要:当代消费主义作为资产阶级“去意识形态化”的意识形态渗透方式,随着经济全球化的深入发展,文化交流的日益频繁,互联网发展的低龄化普及,逐渐渗透到中国社会,特别是青少年的日常生活和消费领域。当代消费主义具有符号性、隐蔽性、诱导性特征,对青少年的消费、生活、价值等方面都造成了一定的不良影响,使其在消费观念和行为选择上表现为自尊心和虚荣心并存、个性化与同质化并存、冲动性与成瘾性并存。为此,需要发挥家庭教育和学校教育的综合引导作用,增强青少年健康消费的主体能动性,同时,营造良性消费的社会大环境。

关键词:消费主义;青少年;消费异化;对策

中图分类号:D648 **文献标识码:**A **文章编号:**2095-4824(2022)01-0064-05

习近平总书记强调:“未来属于青年,希望寄予青年”^[1]。实现中华民族伟大复兴,青年一代责任在肩。随着经济全球化的深入发展,中国消费模式和国人的消费行为愈发受到西方消费主义思潮的影响,尤其是互联网技术的发展与应用,消费主义已经渗透到了青少年生活的各个方面。长此以往,势必会影响到青少年的消费心理及行为,更有甚者会阻碍青少年正确价值观和健全人格的形成。因此,梳理探究现阶段消费主义的现状特征及其对青少年消费观念和行为选择的具体影响,对于实现当代青少年健康消费和健全人格的建构具有现实意义。

一、当代消费主义的实质与主要特征

消费主义,是在西方资本主义社会消费逐渐异化的过程中应运而生的,是建立在资本增殖和追逐财富增长的无限可能之上的,强调对物的过度崇尚和无限占有,倡导消费是人生的终极目标和最大幸福的消费观念、生活方式和价值理念;随着经济社会的不断发展,逐步从资本主义上层社

会的特有现象演变成为一种社会大众现象,其实质是资产阶级“去意识形态化”^[2]的意识形态渗透方式。20 世纪 80 年代末 90 年代初,经济全球化快速发展演化,作为资本主义意识形态范畴的消费主义扩张蔓延到世界各地,渗入到日常生活领域。进入 21 世纪,随着社会历史的发展,消费主义在不断传播和发展过程中衍生出了“符号消费”等诸多新形态,营造了“自由”“个性”“平等”的虚假幻像。在当代社会,相较于传统的生产消费、物质消费,提倡以消费为核心的消费主义具有鲜明的当代特征。

(一)符号性——从商品拜物教过渡到符号拜物教

以商品拜物教为主导是消费主义的早期样态。随着消费型社会的来临,商品景观持续膨胀,“符号拜物教”^[3]作为商品拜物教的一种延伸变换,通过赋予商品新的精神文化内涵和象征意义,将物所构建的符号价值神圣化,使商品的价值进一步远离实际价值。当代消费主义语境下的消费,不仅仅是一种消费行为,更是一种文化现象,

收稿日期:2021-11-20

基金项目:四川省软科学规划项目(2021JDR0365)

作者简介:李 风(1995-),女,四川崇州人,成都理工大学马克思主义学院硕士研究生。

苏玉琼(1968-),女,四川资阳人,成都理工大学马克思主义学院副教授,博士。

在人们的精神生活领域构筑出一整套逻辑严密又极具诱惑性的符号价值体系,使得物的使用价值被逐渐淡化,而物的象征意义和符号价值成了人们争相追逐的目标。人们的消费不再只关心物的实用价值和实际功能,而是更关注物的符号功能和象征价值;消费不只为满足人们的生存生活需求,而且已经转向人的精神需求。特别是近10年,随着电子媒介的飞速发展、社会风气的日渐开放,消费的纯消费意义越来越减弱,而消费的社会文化意义越来越强,商品的实用价值和符号价值之间的博弈愈发激烈,不可避免地催生出一些具有负面符号化色彩的消费现象。因而,当代消费主义所带来的消费理念及行为是具有符号性的。

(二)隐蔽性——意识形态传播的“去意识形态化”

早期资本主义的剥削扩张方式直接而又粗暴,意识形态传播更是明目张胆。二战后,伴随经济全球化的深入推进,资本全球扩张的规模前所未有,其意识形态策略进一步调整。消费主义成了资本主义意识形态传播的“去意识形态化”的最佳选择。消费主义大肆渲染物背后的符号意义、夸大消费的价值,将“购买商品”和“获得幸福”“成就自我”相等同;通过大众传媒在全社会鼓吹“消费光荣”“消费高尚”,将消费上升到社会道德的层面,将“积极消费”等同于“为社会做贡献”,不断唤醒人的消费欲望,使“每个人都成为资本盛宴上的祭品”;通过消费主义宣扬“自由”“民主”“平等”“个性”等观念,倡导在消费中塑造自我个性和价值,使人们在同质化的消费活动中丢失掉自身的个性与自由。在各种隐蔽的、温和的、极具诱惑性的资本剥削手段之下,其意识形态传播的渗透性大大增强,通过模糊阶级差异、鼓吹消费至上,使人们在狂热的消费过程中不知不觉地跟随资本的脚步,维护资本主义生产方式和资产阶级的统治。

(三)诱导性——与泛娱乐思潮、享乐主义、拜金主义融合交织

在当代社会,消费主义与泛娱乐思潮、享乐主义、拜金主义等相伴相生、交织融合,^[4]在人们的日常生活领域和消费领域不断冲击、侵蚀中国传统美德中勤俭节约的观念和马克思主义意识形态的领导权。“娱乐至上”消费观念致使人们在消费过程中愈发追求娱乐化、庸俗化的精神文化产品,越发强调消费过程的感官审美和快感。物质维度的享乐主义和消费主义相互纠缠,将人们裹挟在

“我消费,我快乐”浪潮之中,将消费商品、占有商品作为享乐的手段或是享乐本身。崇尚“金钱至上”的拜金主义和消费主义交织成一种功利势利的价值观念,从而进一步助长了消费的攀比炫耀之风。因此,与各种社会思潮相互融合的消费主义既遮蔽了消费的真实面貌,又引导着个体的主体意识,使个体沉浸在消费主义营造的“物质狂欢”和“需求幻象”之中,将无节制、享乐性的物质享受作为其生活的核心和人生的价值所在。

二、当代消费主义对青少年消费观念及行为选择的影响

进入21世纪,特别是近10年,手机等移动终端的低龄普及化,更使得媒体消费文化和西方消费主义思潮无孔不入地侵入青少年的生活之中。根据2020年全国未成年人互联网使用情况研究报告,我国青少年接触互联网的低龄化趋势较前两年更加明显。当前,在消费主义思潮影响下,青年一代的消费观念及行为选择带有明显的网络社会色彩和个性化特征,其主要表现为:

(一)自尊心和虚荣心并存的攀比消费

通过消费“博得荣誉,获得自我满足”已经成为当代部分青少年消费的真实写照。处在特殊年龄阶段的青少年拥有较强的虚荣心、自尊心和好胜心,同时由于家庭的长期溺爱,他们无法明确正确区分自尊和虚荣好胜的区别,在心理状态尚未成熟、自我约束能力不足的情况下,他们往往选择通过消费来获得影响力和话语权。在这种错误认知的影响下,部分青少年不甘落在人后,不管家庭的承受能力,过度追求“人无我有、人有我优”,将金钱和物质的拥有当作他们相互攀比、满足虚荣心的手段,享受着比较带给他们的快感,消费已不再是要满足自我的实际需要,而只是为了满足自己的虚荣心和优越感。但由于大部分青少年尚不具备足够的经济实力,操作便捷、极具诱惑力的信贷消费成了部分青少年的不二选择,使得他们早早地就成了“分期一族”。当代社会琳琅满目的互联网信贷产品以其“低门槛、低成本”的特点引诱着青少年去购买比他们的实际需要更多的东西,花费比他们应该花费的更多金钱。在这样一种“剥削工具”的引导下,青少年消费水平飞速上涨,为了解决满足欲望与囊中羞涩之间的矛盾,选择信贷手段实现超前消费,“花明天的钱、享今天的乐”已经成为当今部分青少年消费的常态。

(二) 个性化与同质化并存的符号消费

进入 21 世纪,部分青少年群体愈发追求消费的符号意义和象征价值,把消费作为自己抒发情绪和表达情感的唯一选择。特别是近 10 年,手机等移动终端的低龄普及化,更使得媒体消费文化和西方消费主义思潮无孔不入地侵入青少年的生活之中,符号消费成为当代青少年精神文化生活的重要方式。一方面,消费的符号功能恰好能够契合他们某方面的需求或是空缺,彰显他们个性化的价值追求,从而演变成一种打破陈规、表达自我、宣泄情感的方式。^[5]另一方面,青年一代有意无意地借助消费来显示自己的地位、身份、个性和品位,从而实现身份认同的建构。有的青少年为了获得集体归属感和他人的接纳,往往也是通过消费来表现自己所认同的群体,如追逐时尚和新潮的“追新族”和沉迷表达自我和宣泄情感的“追星族”。在这样的情况下,青少年在高扬个体主体性、独特性的同时也导致了个性发展的单一性和同质性趋向。^[6]

(三) 冲动性与成瘾性并存的情绪消费

如果说,“作为了解外部世界的窗口,电影美化了年轻人崇拜的事物”^[7],电视制作的大量影像和信息,使我们不能够真实地认识现实世界,那么互联网的迅猛发展则更让青少年置身于虚拟世界无法自拔。琳琅满目的广告宣传、名目众多的消费购物节,即时便捷的网络支付手段,打折促销的诱惑,感性消费、冲动消费屡见不鲜,网络消费、过度消费渐成风潮。当代青少年生活在铺天盖地广告宣传的浪潮里,他们的消费选择大都带有一定的冲动和感性的成分。另外,作为互联网发展的“副产品”,虚拟消费进一步模糊了现实世界和虚拟世界的界限,其以丰富多样的消费产品满足了部分青少年抒发情绪、缓解压力、求得尊重的需要,如《王者荣耀》《和平精英》等各种类型的竞技游戏;虚拟情境中亲密关系的商品化进一步满足了青少年获得情感陪伴的社交需求、开阔眼界的求知需求以及精神上的审美需求,如各类情感电台、网络直播,《恋与制作人》《剑三》《纪念碑谷》等非竞技主导的游戏。这一类消费观念和和行为契合了青少年自身成长发展的心理需求,因此具有一定的成瘾性。

三、对当代青少年消费观念 进行科学引导的对策

(一) 教育引导:帮助青少年树立科学理性的

消费观

“青少年阶段是人生的‘拔节孕穗期’,最需要精心引导和栽培。”^[8]消费主义思潮的强势冲击下,心智尚未完全成熟的青少年群体的消费心理及行为不可避免地带有一定的冲动性和非理性。这就需要通过教育引导首先解决思想观念的问题,既让青少年认识和分辨问题所在,又循循善诱引导他们树立科学理性的消费观念。

1. 转变家庭消费教育理念,用良好家风涵育青少年勤俭节约的品行。家庭是德行养成的起点,父母是孩子的第一任老师。第一,父母要在日常家庭生活中重视言传身教,以身作则,让孩子们在耳濡目染中认识到父母的成就来之不易,他们应珍惜父母的劳动,更要体谅父母的艰辛,而不是把父母无私的付出当作理所当然。第二,父母也要认识到青少年时期是孩子成长的关键阶段,要密切关注孩子的身心变化,警惕孩子们在日常生活中表现出的坐享其成、消费失衡等倾向,用正确道德观念塑造孩子美好心灵和勤俭节约的优良品德。第三,父母应有防患于未然意识,对于孩子的生活费和零用钱要合理供给,对孩子们的消费有所约束,优化他们的消费结构,教育他们注重物质消费和精神消费的协调,激发他们自我奋斗的热情和自我创造的意识。

2. 将消费观教育贯穿学校教育全过程,发挥学校的青少年教育主阵地作用。第一,加强社会主义核心价值观教育,发挥思想政治教育的立德树人关键作用。通过思想政治教育将正确的、先进的、积极的思想观念灌输给青少年群体,帮助他们提高思想认识和甄别信息的能力,以便于在现实生活中能够科学梳理、辨别、整合各种价值观念,有效抵制各种错误思潮的负面影响。第二,加强理性消费教育,引导青少年理性消费,培养在消费前慎重思考的习惯,要在消费前理性思考,考虑到自己的需求和预算适度消费而不是盲目跟风超前消费、过度消费。第三,重视青少年的理财教育,引导青少年树立正确的金钱观和理财意识。随着物质生活条件的改善,青少年群体并不是没钱花、不敢花钱,而是太敢花却不会花,所以要从小抓起,循序渐进地对青少年进行理财相关内容的培养,让他们在实践中不断提升和改进自己的理财意识和能力。第四,加强可持续消费教育,帮助青少年树立可持续消费理念,抛弃无节制的过度消费方式,积极践行绿色生活方式。

(二)自我培养:发挥青少年健康消费的主体能动性

“只有能够激发学生进行自我教育的教育,才是真正的教育。”^[9]青少年的消费行为一定程度上是他们的内心世界的真实反映,代表着他们一段时间的心路历程和情感情绪,我们不能以偏概全、一概而论,而要正确认识和解读他们的消费心理和行为,理解他们通过消费实现自我表达、获得社会认同的心理和行为,同时也不能忽视在其消费过程中出现的种种问题。正确引导青少年消费行为,不能忽视青少年群体的自我意识,要挖掘和发挥他们在消费观培养方面的自觉性和主动性。

1. 强化青少年的自我认知、自我调控和自主选择能力。青少年阶段属于理想和现实严重脱节的阶段,过高地估计自己的社会价值和个人价值是青少年较为普遍的一种心理状态,在这个时期,清晰的自我认知、及时的自我反省和适度的自控力就显得尤为重要。第一,青少年要认清自己的学生身份,在这个阶段,学习是第一要义,适度地放松、娱乐是可以的,但是过度沉迷乃至松懈学习是不可取的。第二,青少年要学会选择适当的方式疏解情绪、缓解压力,无节制、非理性的消费行为是大部分青少年表达自我、宣泄情绪的第一选择,他们能够在消费中获得情绪舒缓和自我安慰,合适的娱乐方式、适度的消费行为可以在一定程度上缓解学习上的压力和自卑感,在这个过程中关键在一个“度”字。同时,青少年要深刻认识到,消费可以成为他们表达自我、疏解情绪的选择但不能成为唯一的选择。青少年要在鉴别是非、区分优劣的基础上,学会选择适当的方式疏解情绪、缓解压力。

2. 加强青少年的自我消费教育,养成良好的消费习惯。第一,科学消费观念的形成离不开自身思想观念的转变,青少年应正确认识消费,明白“父母的钱不是大风刮来的”,也要明白“人的欲望是无限的”,适当转变自己的消费观念,在消费过程中适度克制自己的消费欲望,平衡“千金难买心头好”和“物有所值”的关系,对自己的预算和消费进行合理的规划。第二,青少年应积极参与社会实践活动,一方面通过丰富多样的实践活动和人际交往,清楚认识到消费只是自己生活的一小部分而不是生活的全部,另一方面通过各种消费主题教育活动、相关调研活动以及勤工俭学实践,切身感受金钱的来之不易,进而合理规划自己的开

支,自觉养成勤俭节约、健康消费的良好习惯。第三,青少年应提高自己的审美能力,积极参加课外文娱活动,多看书,一方面通过提高自己的审美体验来提高自己的艺术涵养和创造力,以此丰富和提高自己的生活质量和消费体验,另一方面以审美心态对待身边的人事物,通过艺术熏陶滋养心灵,端正自己的情感和信念。第四,青少年应养成“勤于反思、善于总结”的习惯,通过实践在日常生活中记录自己的消费行为,记录消费也是记录生活、记录成长,这样在反思总结时才会有迹可循。

(三)环境熏陶:营造青少年良性消费的社会大环境

环境对青少年的成长和发展具有不可抗拒的影响,这种影响有“潜移默化,自然似之”的效果。青少年是社会的重要组成部分而不是脱离社会的存在,社会大环境特别是消费环境对青少年心理和行为的影响显而易见且不容忽视。由于青少年涉世未深、人生价值观正在形成,尚未完全具备独立思考、辨别各种价值观念和社会思潮的能力,极易受到不良信息的诱导和蛊惑。这种负面影响,一方面表现为借助互联网快速发展的泛娱乐产业所带来的“读书无用”、“明星捷径”等不正确的价值观对青少年人生观、价值观的冲击,另一方面表现为由于大众传媒和新媒体的欠规范化,对西方消费主义的大肆传播,奢侈、享乐、低俗甚至糜烂的生活方式的刻意渲染,给青少年消费带来的急需改善的网络生态。

1. 抵制西方消费主义思潮影响,形成勤俭节约、适度消费的社会风气。马克思主义认为“个人发展与社会发展必须相一致”,青少年群体的消费观念和消费行为也必须与社会整体利益和社会长久发展相一致。第一,构建科学的消费价值观,抵御西方消费主义思潮对青少年消费观念的扭曲和价值取向的功利化。西方消费主义等错误社会思潮,不仅是青少年形成和坚持正确思想的障碍,更是思想政治教育的严重阻力。面对西方消费主义思潮对青少年带来的负面影响,我们不能消极抵御,更不能被动接受,而要坚持社会主义意识形态的主导,保持正确发展方向,通过社会舆论和风气形成一定的思想感化力和行为约束力,帮助青少年及时识别、抵制各种错误思潮的干扰与冲击。第二,全社会要积极努力创造舆论氛围,加强社会各界对高校大学生不良消费行为的关注和批判。在当今消费主义思潮的强力冲击下,已有不少大

学生在不同程度上接受了这种消费主义思潮带来的错误消费观念,这给我们社会主义经济发展造成很大的难题和非常糟糕的影响。只有全社会都对这些问题加以关注和批判,才能创造一个有益的舆论氛围,一个良好的消费环境。

2. 科学对待互联网这把双刃剑,为青少年营造鲜活有序的网络空间。面对海量杂糅的正面负面、真实虚假、先进落后的各种信息,辨别能力不强的青少年极易受到不良信息乃至错误观点的引诱和影响,更有甚者会导致道德意识淡薄、行为失范。人类社会进入大数据时代,当代青少年无所不在网络与现实的双重世界中,不可能全盘否定而脱离其中。网络世界本就是现实世界的拓展和延伸。第一,要通过国家监管,让正确价值取向为网络空间运行奠定基调,为青少年学习交流、生活消费、娱乐休闲提供清朗、有序的网络生态环境。第二,加强娱乐市场监管和文化传播监管,对于电影电视、广告宣传、网络报刊等把好质量关、内容关,坚决杜绝具有强烈消费主义倾向和色情、暴力、赌博等不良信息的低俗内容的流入,避免引起青少年思想混乱和价值困惑。第三,舆论具有成风化人、敦风化俗的重要作用。新闻舆论工作有责任和义务通过大众媒体宣传教育影响,帮助青

少年群体树立正确的消费观念,加强消费者的社会责任观念教育、国情教育、消费法制教育、环保教育等,使他们树立适应社会主义经济社会发展的消费观念。

[参 考 文 献]

- [1] 习近平.在庆祝中国共产党成立100周年大会上的讲话[J].党的文献,2021(4).
- [2] 崔健.消费主义的资本逻辑、意识形态属性及其批判[J].马克思主义理论学科研究,2020(4).
- [3] 罗铭杰,刘燕.消费主义的意识形态结构解码[J].财经问题研究,2020(9).
- [4] 匡文波.警惕舆论裹挟下的消费主义盛行[J].人民论坛,2021(3).
- [5] 付晓丽.全球化背景下我国大学生消费价值观研究[J].中国青年研究,2009(12).
- [6] 王洪新,于冰.消费社会的个性发展悖论:理论透视与合理解决[J].中国人民大学学报,2019(3).
- [7] 贝尔.资本主义文化矛盾[M].上海:三联书店出版社,1989:117.
- [8] 吝莹莹.浅析互联网视域下的青少年虚拟消费[J].中国青年研究,2008(5).
- [9] 苏霍姆林斯基.给教师的建议[M].北京:教育科学出版社,1984:341.

The Influence of Contemporary Consumerism on Teenagers' Consumption Concept and Countermeasures

Li Feng, Su Yuqiong

(School of Marxism, Chengdu University of Technology, Chengdu, Sichuan 610059, China)

Abstract: Contemporary consumerism, as the ideological penetration mode of bourgeois “de ideologization”, with the in-depth development of economic globalization, the increasing frequency of cultural exchanges and the popularity of the development of internet, has gradually penetrated into Chinese society, especially the daily life and consumption fields of teenagers. Contemporary consumerism has the characteristics of symbolism, concealment and inducement, which has a certain adverse impact on teenagers’ consumption, life and value, and makes them show the coexistence of self-esteem and vanity, individuality and homogeneity, impulsivity and addiction in their consumption concept and behavior choice. Hence there is need to give full play to the comprehensive guiding role of family education and school education, enhance the subjective initiative of teenagers’ healthy consumption, create a social environment of benign consumption.

Key Words: consumerism; teenagers; consumption alienation; countermeasures

(责任编辑:张晓军)