

文化消费主义视域下大学生精神生活的理性审思

冯璐 赵平

(安徽师范大学 马克思主义学院, 安徽 芜湖 241002)

摘要: 作为消费主义思潮的新形态, 文化消费主义对大学生的精神生活造成了某些消极影响, 其主要表现为理想信念世俗化、审美情趣庸俗化以及社会交往功利化。文化消费主义主要是通过资本逻辑的宰割、大众媒体的助推以及消费心理的操控等方式, 对大学生的精神生活施以影响。我们可以从强化社会主义核心价值观引领、丰富优质精神文化产品供给、加强文化消费市场监管以及形塑大学生科学理性的文化消费观四个方面着手, 有效消解文化消费主义对大学生精神生活的消极影响, 重塑大学生的精神家园。

关键词: 文化消费主义; 大学生; 精神生活; 社会主义核心价值观

[中图分类号]G641 [文献标识码]A [文章编号]1674-9618(2024)01-0030-06

党的二十大报告指出:“中国式现代化是物质文明和精神文明相协调的现代化。物质富足、精神富有是社会主义现代化的根本要求。”^[1]新时代, 在党的全面领导和全体人民的团结奋斗下, 人们在物质生活得到极大改善的同时, 对精神层面的需求提出了更多期许。全体人民的精神生活富足是以每个人的精神生活富足为前提的, 大学生作为我国社会主义事业的建设者和接班人, 其精神生活发展状态不仅影响着自身的全面发展, 也关系着我国社会主义精神文明建设进程及中国式现代化的推进。然而, 随着全球化的深入发展和我国对外开放水平的不断提升, 西方消费主义思潮借助资本流动与文化输出进入我国, 文化消费主义正是其在文化领域衍生和发展的新样态, 它使人们按照资本逻辑消费文化产品, 力图通过“满足人们片面追求物质享受和感官刺激, 使其痴迷低级甚至畸形文化消费”,^[2]多方面影响了大学生精神生活的健康发展。为此, 我们有必要分析文化消费主义影响大学生精神生活的现实表征, 揭示其运

行机理, 并提出有效的规避对策。

一、文化消费主义视域下大学生精神生活的现实表征

精神生活是“现实的个体为满足自身精神需要而进行的精神活动及其精神生活状态与方式”。^[3]大学生的精神生活主要表现在理想信念、审美情趣和社会交往等方面。大学生正处于成长成才和价值观形成的关键时期, 自我意识较为强烈, 热衷于接受新鲜事物, 但也容易受到他人的蛊惑与错误价值观的影响, 影响自身的价值认同与建构。文化消费主义凭借其极强的渗透性影响着大学生的精神生活, 主要表现为理想信念世俗化、审美情趣庸俗化、社会交往功利化。

(一) 理想信念世俗化

理想信念是大学生精神生活的核心内容, 它不仅包含着对未来社会的美好向往和对人生的幸福追求, 而且会使大学生对这种向往和追求坚信不疑并保持身体力行的精神状态。在文化消费主义影响下, 部分大学生的理想信念呈现出世俗化的发展趋

势。“世俗化”是指“用世俗标准取代信仰与理想标准的过程”，^[4]即人们不再关注人生价值和最高理想，而是沉溺于对现实生活的关注和当前利益的满足。文化消费主义突出强调个人物质需要，打破了物质生活与精神生活的平衡状态，使得大学生沉溺于物质欲望满足，失去对崇高理想的追求，消解其担当精神。

一是在个人主义中解构崇高理想。大学生是青年群体的中坚力量，更应志存高远。然而，在文化消费主义语境下，工具理性力压价值理性成为大学生精神生活的主导。文化消费主义张扬感官欲望、排斥理性思维，使得部分大学生陷入利益至上的享乐主义、个人主义，这与社会主义信念所推崇的崇高理想相冲突。据新华网报道，有54%的“95后”最向往的新兴职业是主播、网红，他们将理想放置在对物欲的追求上，而不再追求对社会的贡献，崇高理想不断在个人利益至上的自我意识中被解构。

二是消解大学生的担当精神。“时代呼唤担当，民族振兴是青年的责任。”^[5]大学生的担当精神是决定人生价值的最大砝码，是影响时代发展进程的重要力量。文化消费主义以“娱乐至死”“享乐至上”为原则，致力于满足大学生的感官生理欲望，诱使大学生沉迷于庸俗化、碎片化的文化产品中，信仰日趋世俗化。“信仰是人生的精神支柱，为人生指明努力的方向，也能为人的奋斗提供强大动力源泉”，^[6]大学生失去崇高信仰意味着失去了奋斗、担当的勇气和能力，行为上会呈现出明显的消极、颓废特征。例如，部分大学生因沉溺于短视频、网络直播、网络游戏等虚拟娱乐空间而昼夜颠倒、时空紊乱，以“佛系”“躺平”“摆烂”的人生态度逃避现实、躲避责任，沦为只顾个人享受而无视社会责任的精致利己主义者，其担当精神在思维和实践的双重逻辑中日渐消弭。

（二）审美情趣庸俗化

审美情趣作为大学生美好精神生活的构成要素，是指大学生以好恶方式表现出来的审美意向。健康的审美情趣可以愉悦身心、提升精神境界。然而，在文化消费主义影响下，部分大学生审美异化，审美情趣陷入庸俗化的泥沼。

一是美丑不辨，是非不分。“美感在乎赏鉴，故美学之判断，所以别美丑。”^[7]审美判断的核心在于对美丑的判断。审美判断是大学生进行审美活动的首要环节，彰显着大学生在伦理道德、社会规范、精神修养等方面的价值选择。然而，在文化消费主义环境中，生产者为实现自己的经济利益，生产出的文化产品“搜奇猎艳、一味媚俗、低级趣味，把作品当作追逐利益的‘摇钱树’，当作感官刺激的‘摇头丸’”，^[8]传统的审美情趣被“三俗”文化所取代，大学生通过消费这种文化产品，就有可能逐渐失去对美的判断和评价。例如，近几年我国电视文化产业掀起了“耽改热”，在资本逐利的商业逻辑下，大量耽美小说改编剧为赚取流量，扭曲、放大“性少数群体”的情感关系，在画面上突出男性肢体语言的暧昧挑逗，大力“卖腐”，营销“男男CP”，文化产品呈现庸俗化倾向。对于这些有悖传统伦理道德、拉低审美情趣的文化产品，部分大学生甚至盲目跟风追潮，“三观跟着五官走”，不断进行无底线应援，心甘情愿为“丑”买单。

二是以丑为美，审美异化。社会进步是人类对美的追求的积极成果，大学生的审美情趣反映着一个国家或民族的审美需要，映照整个社会精神文明发展进步的程度。在文化消费主义与大众媒介的合力助推下，秀丑、赛丑与捧丑渐成风潮，各种恶搞、审丑文化大行其道。从早期的“凤姐”到当红的“药水哥”“人类高质量男性”等，网络“呕像”们充斥着互联网平台，侵占着大学生的日常生活，“洗脑”视频不断引发大学生的观看、转发与模仿，形成了特有的“审丑流量”“审丑经济”。“这种非审美媚俗，是由媒体的‘媚俗’与受众在‘快乐诱惑’下的‘欲望的膨胀’的‘酷’文化，两者相依共生的。”^[9]在资本与技术的综合影响下，当代大学生的审美活动不少已成为庸俗物质消费的附庸，“以丑为美”的审美异化现象冲击着传统的审美观念和审美底线。

（三）社会交往功利化

随着文化消费主义思潮影响的进一步深入，当代大学生不可避免地遭到其功利化思想的不良诱

导，利益驱动对大学生社交行为的导向作用愈加显著。

一是交往目的过分强调实用性。受文化消费主义的影响，人与人之间的关系被重新建构，大学生在人际交往中呈现出重实用性、利己化倾向。部分大学生通过消费水平和消费能力的高低来建立自己的人际关系，使交往活动丧失本身的意义，他们隔着符号，带着距离在消费中交流。由此，维系情感社会人际关系的情感信任转向了维系消费社会人际关系的符号信任。市场经济在追求效率和注重物质利益的同时，大学生的价值观也不可避免地受到影响，部分大学生在人际交往中不自觉地向更加追求效率的方向发展，他们更加趋向于快节奏的“快餐式”交往方式，在与他人的交往中希望快速达到目的，要求人际交往的结果立竿见影，却忽略了人与人之间心灵深处的交流与碰撞，因而难以达到价值共识，无法构筑起共同的精神家园。

二是交往形式日趋表面化。随着网络信息技术的广泛应用，大学生的精神交往在变得日趋频繁的同时，也变得愈加流于形式。加之文化消费主义的不良诱导，大学生的社会交往蒙上功利化色彩。社会交往对于大学生来说不再是一种内在的、本质性的活动，而变成一种为追求某种有用性、价值性而不得不进行的外在的不自愿的活动。他们周旋于各种“应酬”与“处关系”活动中，使用更多的是交往手段和技巧，缺乏深度的思想碰撞和深入的情感交流。而在这种浅表化的社会交往中，大学生无法享受到真正精神上的愉悦，更多感受到的是“心累”，很多大学生企图躲避这种浅表化的交往，产生了社交焦虑、社交恐惧。交往形式的表面化使得交往活动丧失其最核心的、最有价值的意义，失去其崇高的属人的本性，只能是一种“无效社交”。

二、文化消费主义影响大学生精神生活的运作机理

文化消费主义之所以能够渗透到大学生的日常生活中，并影响大学生的思想认知和行为活动，关键在于其多重的运作机理，主要包括资本逻辑宰割下的包装机理、大众媒介助推下的渗透机理以及消

费心理操纵下的接收机理等。这三大运作机理相互联系、相互作用，构成一个综合网状系统，促成了文化消费主义的传播。我们深入剖析其运作机理，有利于认清文化消费主义的本质。

（一）包装机理：资本逻辑的宰割

包装机理是文化消费主义发生作用的前提。为了能在海量舆论信息市场占据一席之地，扩大对大学生精神生活的渗透力与影响力，文化消费主义必须投其所好加以“包装”，以实现“辐射”范围的最大化及“辐射”效果的最优化。从根源上来说，资本逻辑是文化消费主义运作的内在动力。资本逻辑是指资本无止境地自身增殖的本性和内在规律，文化消费主义运作蕴含着深刻的资本逻辑，其“以追求利润为目的，通过刺激人的需求鼓励人们进行文化消费，从而使文化产业实现资本流通和资本积累”。^[10]文化消费主义事先预设了消费欲望的无尽追求，假以多种手段对文化进行包装，制造出虚假的文化需要，并通过鼓吹无节制消费来激发人们无限的消费欲望，从而引导消费行为，获得超额利润。在这个逻辑中，文化产品不再是对人的“供”，而成为对人的“求”，在资本逻辑的“暗箱操作”下，人们被迫卷进一个物化的、虚幻的社会文化网络之中。处于全民狂热的消费文化图景中，大学生难免陷入文化消费主义的窠臼而不自知，沉溺于欲望的无限度消费及其带来的虚假的愉悦感，削弱自主意识与批判精神，异化为“消费的工具”。

（二）渗透机理：大众媒介的助推

渗透机理是文化消费主义作用的加速器。大众媒介作为现代传播技术不可或缺的信息载体，为文化消费主义的运作提供了技术支撑，对散播文化信息和营造消费氛围起到推波助澜的作用。大学生是参与文化消费的重要群体，也是文化消费主义的目标群体，作为互联网原住民的大学生不可避免地受到大众媒介的影响。其一，大众媒介利用多种手段刺激大学生文化消费欲望，在文化商品的符号化和象征化构建中起着关键作用。它们有意无意地给某些商品贴上标签赋予符号意义，为大学生制造消费的虚假幻象，使大学生陷入消费主义思维之中；它们联合网络、商业等多重力量，扩大个人感官体验

的维度,加以“爆款”“出圈”“破圈”等话语模式,不断地制造需要,假借文化盛宴之名,对大学生施以无甚精神营养价值的感官刺激与思想渗透,潜移默化地影响其审美情趣、思维模式和消费观念,增加其庸俗文化产品消费行为产生的可能性。其二,技术和资本的“联姻”重塑了网络舆论生态。当前伴随着人工智能和大数据技术的发展,算法推荐下的信息推送可以实现文化消费的精准化传播,商品生产者根据大数据分析下的用户需求将合适的商品及商品文化精准地推送给每个用户,扩大了文化消费主义的影响范围。然而,以市场化为导向的商品宣传及精准推送,大都伴随着意识或观念的渗透。例如,在深受大学生喜爱的“小红书”“豆瓣”等公共点评类APP上,部分“标题党”博主看似不经意地宣传某种文化产品或生活理念,实则是在利用各种隐性话语进行消费主义观念渗透,深陷消费主义“信息茧房”中的大学生只能被动沦为资本增殖的工具。

(三) 接收机理: 消费心理的操纵

接收机理是文化消费主义作用于大学生的必经途径。微时代大学生的自我意识进一步凸显,他们对消费观念的“捕获”是一个自主选择的过程。因此,只有经过大学生的二次选择,文化消费主义的作用才能发生。为使大学生主动选择、乐意接收其消费观念,文化消费主义注重从消费心理上对大学生加以操纵。其一,文化消费主义渲染虚假“购物狂欢”氛围,诱发大学生从众心理。大学生的思想观念尚未成熟,其消费观念受同辈群体消费行为的影响较大。文化消费主义擅于利用大学生群体心理的弱点,将文化商品大肆包装,宣传为流行“爆款”,渲染人人都在消费的虚假“购物狂欢”氛围,诱使大学生盲目从众消费,这实际上是对文化产品的无意义消耗。其二,文化消费主义将消费与个性发展相映照,诱发大学生求异心理。优越的成长与生活环境赋予当代大学生鲜明的主体意识,追求个性化的自我表达是其主体性高扬的内在体现。文化消费主义抓住大学生的求异心理,运用诸如“小众”“限量款”“私人订制”等消费话语极力迎合和刺激大学生个性化消费需求,为俘获大学生芳心提

供有力支持。其三,文化消费主义将消费与身份认同深度关联,诱发大学生攀比心理。大学生正处于自我意识蓬勃发展的阶段,其对外界的评价格外敏感在意,得到群体认同成为影响大学生自我构建的重要因素。文化消费主义通过创造稀缺、打造标签、制造差异诱导大学生相互攀比,以“潮流”“时尚”的名义推动着大学生去消费,大学生害怕落伍,因而将消费作为其自我构建最主要的方式,只有不断地消费,大学生心理上才能获得满足,拥有更多、更新的消费品成为其炫耀的资本,文化商品的符号意义由此彰显。

三、文化消费主义视域下大学生精神生活的引导策略

面对理想信念世俗化、审美情趣庸俗化以及社会交往功利化给大学生精神生活带来的消极影响,我们应从强化社会主义核心价值观引领、丰富优质精神文化产品供给、加强文化消费市场监管以及形塑科学理性的文化消费观等方面,帮助大学生有效应对文化消费主义的消极影响。

(一) 重塑信仰: 强化社会主义核心价值观引领

“社会主义核心价值观作为引领性力量,能够抵御精神世界构建的消极因素的干扰。”^[11]高校用社会主义核心价值观重塑大学生的价值取向,是应对文化消费主义思潮负面冲击的首要着力点。

一方面,高校要发挥思想政治理论课的主渠道作用,积极主动地对大学生开展社会主义核心价值观教育。思政课教师要加强社会主义核心价值观与文化消费主义的对比教学,引导大学生运用马克思主义的方法分析、比较两者在理论基础、根本立场和价值目标等方面的本质区别,揭下文化消费主义的面具,揭示其背后资本逻辑的“伪装”,进而增强大学生对社会主义核心价值观的认同,坚定其马克思主义信仰,促使大学生自觉成为马克思主义的坚定拥护者和主动传播者。

另一方面,高校要适应大学生文化消费习惯,创新社会主义核心价值观引领方式。高校运用社会主义核心价值观对当代大学生进行价值引领,不能一味地对大学生的文化消费意趣进行批驳,而是要

适应当代大学生的文化消费习惯，做到因事而化、因时而进、因势而新，探索契合“文化消费习惯的价值输出形式”。^[12]例如，高校可以合理利用文字、动漫、短视频、H5（超文本标记语言）等媒介手段，促使大学生在图文并茂、声情融会的语境中感知教育信息，在生动形象、感性直观的情境中升华思想，在享受视觉、听觉愉悦感的过程中潜移默化地认识和把握社会主义核心价值观的科学内涵和精神实质。高校以社会主义核心价值观的科学性、真理性引领大学生的担当精神，能够促使大学生旗帜鲜明地反对文化消费主义等错误思潮，坚定对马克思主义的信仰、对中国特色社会主义的信念、对实现中华民族伟大复兴中国梦的信心和对社会主义核心价值观的认同，努力成为担当民族复兴大任的时代新人。

（二）满足需求：丰富优质精神文化产品供给

“人们精神生活的充实和丰富，既取决于个体的精神追求层次和内容，也与社会创造的优质主流文化资源密切相关。”^[13]尽管当前我国精神文化产品供给增幅较大，但与大学生精神文化需求之间仍存在张力，对此，社会必须丰富优质精神文化产品供给以满足大学生的精神生活需要，丰盈其精神世界。

其一，文化创作主体要创新表现形式，回应大学生精神生活需要。一方面，文化创作主体要贴近实际、贴近生活、贴近学生，以学生需求为导向进行生产和创作，关注大学生的切身利益，关心大学生的普遍需求，创作出接地气、引共鸣、正能量的先进文化作品，实现其育人功能；另一方面，文化创作主体要“以社会主义核心价值观为引领，发展社会主义先进文化，弘扬革命文化，传承中华优秀传统文化”，^[14]推出更多增强大学生精神力量的文化精品，使其成为大学生精神文化生活的“强根剂”和“营养剂”。

其二，社会要加大推广力度，发挥文化精品示范效应。在流量导向的自媒体时代，流量变现成为媒介传播的核心诉求，大量自带“爆点”的低俗、庸俗、媚俗文化产品充斥于互联网平台，许多高品质的文化作品往往因为缺乏“卖点”、经济效益不

高而无法得到有效传播。政府必须加大对优秀文化作品的宣传推广力度，积极开展文化精品展演展映展播活动，发挥文化精品示范效应，为精神文化产品创作提供优良发展范式。此外，社会要善于运用算法推荐技术，提升高质量精神文化产品在大学生网络信息推送中的比重和优先级，并对其进行流量倾斜，着力营造积极向善的文化氛围。

（三）优化环境：加强文化消费市场监管

良好的文化消费环境是大学生开展健康向上的文化消费活动的基本条件。为此，政府应加强对文化消费市场的监管，多措并举营造良好文化消费环境。

第一，政府要加强法律规制，筑牢文化消费“红线”。依法施治是营造良好的文化消费环境，助益大学生开展健康向上的文化消费活动的根本之策。目前，我国虽已出台相关法律法规对文化市场加以监管，但技术的迭代与创新仍给文化消费领域的立法留下真空地带。政府部门亟需细化完善针对文化消费主义引发的消费乱象治理的法律条例，严把文化市场入口关，健全文化市场准入制度，将不良精神文化产品排斥于法律的“红线”之外，从源头上切断文化消费主义的传播途径，为优质精神文化产品供给保驾护航。

第二，政府要规范文化市场秩序，提升文化消费品质。有关部门应加强实施公正监管，积极维护公平竞争的市场环境，加快构建以信用为基础的新型监管机制，明确文化消费市场失信主体的认定与管理制度、信用评价制度和权利保障制度，进一步优化营商环境，释放文化消费市场主体活力。同时，相关部门还应加快文化市场供应网和监督网建设，大力推广社会监督举报平台，推动文化产业高质量、可持续发展，提升文化消费品质。

第三，政府要加大惩处力度，守住文化消费底线。有关部门要对“三俗”产品采取零容忍态度，加大对文化消费市场的监督检查力度，严格审查文化产品生产条件，严肃查处内容违法行为。对群众反映强烈、后果严重、影响恶劣的“三俗”文化生产行为，有关部门要依法抓紧从严惩处，加大曝光力度，营造强大的舆论攻势。有关部门要加强对

“三俗”文化多发区、易发区等重点地区的巡查,并及时开展专项整治活动,遏制文化消费主义的发展势头,守住文化消费底线。

(四) 提升素养: 形塑科学理性的文化消费观

“文化消费是人的精神生活的重要方面,但高质量的文化消费必须以足够的文化甄别能力和文化消费能力为前提。”^[15]因此,高校只有提升大学生的文化消费素养,帮助大学生形塑科学理性的文化消费观,才能从根本上抵制文化消费主义给大学生精神生活带来的消极影响。

第一,高校要强化文化消费观教育,提升大学生理性消费能力。在思想政治理论课主渠道中,思想政治理论课教师可以开设相关专题教学,通过密切关注文化市场动向,及时、准确地掌握文化消费新动态、新风险,并将其融入专题教学,与学生深入剖析文化消费主义思潮传播的隐蔽性和多样性,增强大学生的理论认知,提升其甄别、防范文化消费主义思潮的能力。此外,高校还可以将文化消费观教育融入日常社会实践活动中,例如开展消费辩论赛、举办校园文化节,组织参观博物馆、美术馆等,在潜移默化中增强大学生的文化鉴赏能力,培养高尚的审美情趣。

第二,高校要开展弘扬奋斗幸福观教育,培育健康文化消费心理。幸福都是奋斗出来的。高校要引导大学生自觉摒弃从众消费、盲目消费、攀比消费等错误消费行为,坚持适度、绿色、理性的消费原则,避免掉入享乐主义的“舒适圈”中无法自拔;高校要促使大学生始终保持清醒头脑,明确奋斗目标,养成勤俭节约、艰苦奋斗的良好生活习惯。

第三,高校要促进大学生自我反思,提升个人文化修养水平。“人应当用自制与节制的美德来克制与约束自身欲望,这是抵御文化消费主义的内在动因。”^[16]高校要培养大学生文化消费自觉意识,不断提高大学生自我分析、自我反思能力,使其明晰哪些是真实文化需求,哪些是虚假文化需求,从而帮助大学生破除文化消费“幻觉”,理性消费。此外,大学生还应借助名著阅读、经典欣赏,艺术熏陶、文化交流等方式,努力提升审美趣味和审美

能力,培养自身高雅情趣以提升个人文化修养水平。

参考文献:

- [1] [14] 习近平. 高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[M]. 北京: 人民出版社, 2022: 22, 43.
- [2] 仰义方, 谭雪敏. 文化消费主义的表现形式、生成机理及其纠正进路[J]. 思想教育研究, 2021, (02): 89-93.
- [3] 万美容, 曾兰. 90后大学生精神生活研究论纲[J]. 学校党建与思想教育, 2015, (01): 8-11.
- [4] 王芳. 论当代世俗化语境中主流意识形态话语权的挑战及应对[J]. 中共浙江省委党校学报, 2017, (04): 62-68.
- [5] 习近平. 在纪念五四运动100周年大会上的讲话[M]. 北京: 人民出版社, 2019: 8.
- [6] 杨鲜兰, 程亚勤. 论习近平的信仰思想[J]. 湖北大学学报(哲学社会科学版), 2018, (03): 8-15+168.
- [7] 蔡元培. 蔡元培全集(第二卷)[M]. 杭州: 浙江教育出版社, 1997: 339.
- [8] 习近平. 在文艺工作座谈会上的讲话[M]. 北京: 人民出版社, 2015: 9.
- [9] 赵平. 当代大学生审美意识的变迁及其原因: 价值观的嬗变[J]. 高等农业教育, 2004, (05): 27-29.
- [10] 任鹏, 丁欣烨. 文化消费主义思潮对当代青年学生价值观念的消极影响及其应对[J]. 思想教育研究, 2018, (04): 65-69.
- [11] 孙清华. 社会主义核心价值观: 引领当代中国人精神世界构建的旗帜[J]. 社会主义核心价值观研究, 2016, (04): 72-79.
- [12] 陆书剑, 程倩. 网络文化消费主义影响下的青年精神生活透视[J]. 思想教育研究, 2022, (11): 110-116.
- [13] 王淑芹. 深化对精神生活共同富裕的认识[J]. 思想理论教育导刊, 2022, (01): 72-78.
- [15] 廖小琴. 文化自信: 精神生活质量的新向度[J]. 齐鲁学刊, 2012, (02): 79-82.
- [16] 郭晓冉. 文化消费主义对美好精神生活的危害与应对[J]. 新疆社会科学, 2020, (04): 107-116+148.

(责任编辑: 韩文彬)