第25卷 第4期 河北工程大学学报(社会科学版) Vol.25 No.4
2008年12月 Journal of Hebei University of Engineering (Social Science Edition) Dec.2008

我国大学生消费观念和行为变化的成因分析及对策

张 杨[1],张立彬[2]

(1.华北电力大学 研究生院(筹),河北 保定 071003;2.南开大学 图书馆,天津 300071)

[摘 要]当今大学生的消费出现了许多新现象,对此,人们有褒有贬,但无论大学生消费观念和消费行为怎样变化,归根结底还是社会影响所促使。在社会迅速发展的今天,试图通过抑制大学生消费来转移学生的注意力,使大学生认同于"过来人"业已形成的消费观念,显然不是明智之举。应该用发展的眼光看待当今大学生的消费现象,注重引导,合理消费,使消费成为学生个性完善过程中必须经过的重要环节,跟上时代发展的脉搏,逐步成为适应社会的人。

[关键词]社会消费;消费观念;消费行为;消费教育

[中图分类号]G654 [文献标识码]B [文章编号]1673-9477(2008)04-0025-02

社会生产力的不断发展,必然带来社会财富的迅速增加,其结果必然带动整个社会消费水平的提高。反过来,社会消费水平提高了,可以更大幅度地刺激物质产品的生产和精神产品的出现,这就为生产力的进一步发展提供了必要的条件。因此,一个稳定发展的社会从来不反对消费,特别是有计划合理适度地超前消费。

今天的社会财富较之以前,其增长呈加速的态势,因此,不但社会中的个体消费欲望逐渐增加,整个社会的消费要求也普遍提高。这已经成为当今社会的一大景象。

大学生作为社会消费的特殊阶层,其消费观念总带有一定的超前性。而这种观念一旦产生,反应在消费行为上,就会产生两种截然不同的现象:积极消费、消极消费。或者说是科学消费、畸形消费。

一、影响大学生消费观念和消费行为变化的原因分析

(一)社会文明发展程度的提高,是大学生消费观念变化的主要原因。社会总是向前发展的,发展的速度呈现加速度的态势,而社会发展的前提是其生产力的不断发展与提高。当社会生产力发展水平提高到一定程度之后,原有的消费观念和消费行为不足以消化掉社会的物质产品和精神文化产品,就必然要求社会追加广泛的、高质量的消费方式。可见,社会从来不反对消费,特别是适度的超前消费。而科学的消费带来的不仅仅是产品的消耗与再生产,更主要的是促进人们思想观念发生变化,使人们用更加科学的态度来对待社会的进步。大学生作为知识层次比较高的群体,对社会的认识也是比较深刻的,能够理解和接受新的消费观念和消费方式,而且经常作为一种需要或感觉去体验,因此,大学生无形中成为新潮消费中的主导。尤其是在学习以及运用方便高效的信息技术方面,绝大部分学生舍得投入。当然,社会对这种消费态度并不一概反对,对其中的相当一部分是肯定的。

(二)经济结构不断调整变化,使得大学生消费方式不断变化更新。社会经济结构的走向大体是由简单劳动向复杂劳动发展,由简单的经济结构向复杂的经济结构变化。仅仅为了衣食住行的需要而进行的简单劳动简单消费的方式,逐步向提高生活质量提高消费层次方面转化。而对经济结构变化了解比较清楚的大学生,经常用一种审视的眼光来看待社会结构变化与消费方式的必然联系。由于社会对大学生抱的希望很大,希望他们将来承担起发展社会的重任,当然也允许他们在大学期间文明消费和适度超前消费,并试图通过大学生有序的消费来带动社会消费观念的变化和整体消费水平的提高。特别是在信息社会里,很多消费现象是由于了解了科学的信息,掌握了先进的技术而出现的。所以,当大学生为了完善自己而进行适度的超前消费时,社会(包括家庭)采取的态度是理解和支持。而随着社会经济结构的不断调整变化,大学生的消费方式也会不断更新,力保高层次的消费姿态。

(三)家庭消费观念的变化,使得学生从小形成一种新的消费观。家庭是社会最小的组成单位。家庭成员的构成也是不断变化的,社会越向前发展,家庭成员的构成也就越简单,而社会拥有的家庭数量也就越来越多。由于我国目前以父母子女的方式构成的家庭占了主流,代沟减少,认识容易接近,在家庭消费观念上也便于达成一致。在以独生子女居多的现今家庭之中,其消费方式更多地考虑到了子女的需要,尽可能地满足子女消费的愿望。久而久之,子女就成为家庭消费,尤其是家庭正常消费之外消费的中心。如果把握得不好,最容易导致子女非正常消费观念的滋生,出现超越家庭承受能力的高消费要求。大学阶段,学生的基本生活态度已经形成,超前消费的观念也经过了不少的验证,而且恰恰又离开了家庭,失去了家长的监控,再加上耳闻目睹中的各种信息的狂轰滥炸,如果大学生不能正确认识自己家庭的经济状况,有可能走向畸形消费的歧途。

(四)高校环境的相对稳定性和对外信息的畅通性特点,使得大学生消费存在着片面性。从地域上看,高校是一个相对封闭的环境,场所、设施、人员有着相对的稳定性,而且,生活和活动的方式比较简单。这在一定程度上使得大学生的认识和行为带有特定的趋同性。反应在消费方面,则呈现一致或倾向一致的特点。因此,大学生的消费往往集中几个方面,如饮食、衣着、交际、娱乐、学习、通信等。即便在这其中的某一方面,

[收稿日期]2008-10-13

[作者简介]张杨(1970-),女,河北无极人,工程师,硕士,研究方向:比较教育学。

大学生也不是均衡消费,如饮食注重快捷方便、衣着追求时尚个性、交际喜欢花样新鲜、娱乐倾向歌舞刺激、学习主要是用品购置、通信主要是电信与网络等等。而这些显然不只是大学生所独有的,社会上的同龄人在这些方面几乎都是相同的。因此,在大学生消费中,有些地方很难分得清是大学生影响社会青年,还是社会青年影响大学生。所以,大学生虽然人在学校,但心未必全在学校,耳目头脑始终关注社会的发展与变化,并试图把自己的需要和社会的变化结合起来,以追求适度的完美和和谐个性的形成。

(五)同学间相互"求同存异"的消费特点,使得大学生在面对实际消费活动时,相互比较,不甘旁观。大学生是由年龄、知识、认识、追求等基本相同组成的群体,在对待社会形形色色的新事物上往往持有相同的观点和态度。学生中最现实的处理问题方式,往往是向好的方面看齐,包括好的事和好的人,因为这最容易实现。反应在消费观念和行动上,也有不甘人后的特点,并已有过去"人有我有"的消费倾向,发展到"人有我独"的消费追求。这无形之中激发了学生潜在的消费欲望,如果把握不住自己,单纯为了比较而消费,就有可能陷入追求高消费的怪圈。不但影响学习,更重要的还影响生活和处世态度,影响自己很好地融入社会,最终影响自己一生的发展。

二、对大学生消费问题要采取适当的措施

(一)大学生消费方式是其自身素质的外在反映,因此,必须提升大学生的消费态度。对待大学生消费问题,应该采取一分为二的态度:既要看消费的绝对量大小,也要看消费的层次水平怎样。我们反对无节制的乱消费,但也应该鼓励有利于身心健康的正常消费。之所以听到大学生花钱就觉得不正常,还是对他们的看法不正确造成的,认为他们现在是学生,只知道花钱不知道挣钱,只能消费不会生产,因此,一说起大学生消费现象,往往是不加分析地一概否定。现在,必须反过来认识学生的消费现象。作为学生来说,上学阶段必须进行消费,而且是一种单纯的消费。今天进行的必须消费,正是为走向社会后更多产出来打基础的。作为社会中比较活跃的群体,大学生不但拥有知识、富有活力,更富有创新精神,因此,在消费时不可避免地带有时代特点,即便出现一些不和谐音符,与社会上的高消费比较起来,也是"小巫见大巫",不值得大书特书,应该做些引导教育转变工作。而单纯通过采取一定的强硬措施,甚至引起舆论的声讨,限制学生的消费,是一种短视行为,是徒劳无功的。

(二)实施消费教育计划,积极引导大学生合理消费。消费,作为社会活动的重要组成部分,应该科学、规范和有序。可是,社会发展到今天,只是把消费当成人们活动中不可或缺的一环,还没有当作一种社会责任来完成。这就不可避免地对消费活动产生认识上的偏差,把一些众人消费之外的消费,特别是适度的超前消费看作是不正常的,应该反对的。延伸到大学生身上,不合理的消费就成了学生品质问题,轻则批评,重则惩罚。这是对消费的曲解和错怪,不但限制了消费质量的提高,也容易造成社会发展速度的减缓。因此,应该在全社会实施消费教育行动。尤其对于大学生,因为他们的接受能力比较强,分析和批判能力也比较突出,对他们开展消费教育是完全行得通的。这样,经过一定的消费教育活动,不但大学生能够形成正确的消费观,而且还可以把这种消费观推延到社会上去,引导社会合理消费,科学消费,形成正确的消费风气。

(三)家庭、学校、社会全方位配合,使大学生的消费建立在可行的基础上。消费是一种全社会的行为。虽然大学生主要的生活范围在高校,但家庭和社会有关方面的影响无时不在,因此,对大学生的教育与管理活动,历来提倡家庭学校社会各个方面应该协调一致。涉及到大学生消费问题,家庭的养成,学校的教育,社会的导向都是必须的。在这方面可以说做的很不到位,上述三方基本上还处于互不沟通状态。因此,大学生的消费盲目性很大,"跟风"现象很严重,而各种媒体对于学生消费的影响,要大大超过有组织有计划的教育引导活动。这也是造成许多人对大学生个别消费现象不满意的原因之一。所以,家庭、学校、社会有关方面都应该主动些,连结起来,形成合力,把大学生的消费当成自己不可推卸的责任,帮助他们形成积极的消费意识、合理的消费观念、正确的消费态度和科学的消费行为。

(四)开设必要的消费知识讲座,提高大学生的消费层次。大学生消费中不规范现象的出现,除了外在的客观因素,还与大学生对消费知识的了解不足有关系。由于现今的大学生基本上出生在改革开放之后,又赶上了市场经济时代,而其生活的大部分确是在学校中度过的,缺乏对社会的认识和了解,因此,在认识上不可避免地带有片面性。现在的各种信息非常畅通和快捷,学生对于市场经济下的各色事物知道的很多,但了解不够。因此,大学生对消费什么,如何消费等问题是不太明了的。这就要求学校从学生的切身利益出发,把社会推崇的,学生需要的东西拿出来,通过课堂教学或知识讲座的方式告诉学生,提高学生的认识能力,学会消费,学会合理消费,做消费的主人。

[参考文献]

[1]魏晓慧,李方园.当代大学生消费行为存在的问题及其对策探析[J].佳木斯大学社会科学学报,2008,(02):113-114.
[2]韩旭,吴庆.大学生消费行为与消费观念教育[J].安徽工业大学学报(社会科学版),2008,(04):143-145.
[3]张腾.大学生消费新趋势的社会学分析[J].中国矿业大学学报(社会科学版),2008,(04):49-52.
[4]高博.透视当代大学生的消费行为和消费心理[J].科技情报开发与经济,2005,(04):229-231.

[责任编辑:王云江]