

对当代大学生消费文化再生产的分析： 以文化再生产理论为视角

张晓梅

(西北师范大学政法学院,甘肃兰州 730070)

【摘要】布迪厄提出的文化再生产理论认为:文化处于一个不断生产和再生产的过程,并在这一过程中文化得以发展。在价值多元化的社会环境里,当代大学生的消费文化不仅不同于其他群体,而且消费文化的再生产又直接关系到大学生自身世界观与价值观的形成。因而,对大学生消费文化再生产问题进行探讨就有了重要的现实意义。基于此,文章以文化再生产理论为视角对当代大学生消费文化再生产予以分析。

【关键词】大学生;消费文化;文化再生产

【中图分类号】G645 **【文献标识码】**A **【文章编号】**1673-9477(2010)04-0100-03

一、问题的提出

大学生消费文化是大学生在消费活动中所具有的指导思想、价值判断和行为准则,以及反映在物质产品上的文化层次和文化趋向^[1]。它涉及到大学生的消费观念、消费行为、消费心理和消费方式等消费文化要素。随着社会经济的发展 and 人们生活水平的提高,各群体的消费文化都发生了深刻地变化,大学生作为一个特殊的消费群体当然也不例外。当代大学生与其他群体不同,多出生于20世纪80年代末和90年代初,这是我国社会经济结构的快速转型期,也是少子女时期,在这种背景下成长起来的一代经历了整个社会的变迁,见证了消费文化的再生产,并且这种再生产不是仅存在于大学生个人关注的微观层面,而是具有强烈的示范性和影响力、能引起家庭、学校乃至整个社会关注的宏观问题。

因之,学术界对此问题纷纷展开了讨论与分析。很多学者通过调查发现:第一,当代大学生的消费特点不同于以往任何一个时期,传统型消费下降,更侧重时尚性、超前性消费;第二,当代大学生消费倾向呈现出一种新趋势,消费更趋于多元化;第三,在大学生消费过程中会出现一些盲点与误区。诚然,在社会发展进步的今天,大学生的消费文化也不是静态的、一成不变的,而是处于一种不断完善和再生产的发展过程。正如布迪厄认为的:文化处于一个不断生产 and 再生产的过程,并在这一过程中发展变迁^{[2](P22)}。只是,对当代大学生消费文化再生产这一具体问题来说,伴随经济的发展,大学生是如何再生产出体现他们意愿、符合实际需要的消费文化呢?

二、大学生消费文化与文化再生产

文化都是经过人们加工的特殊产品,随着时间的推移、环境的改变,已有的文化是可以被再生产的。布迪厄最早提出文化再生产的概念,同时也强调了与文化再生产相关的三个关键概念,分别是文化资本、惯习和符号暴力。关于文化资本,布迪厄认为是借助于不同的教育行动(传播式教育、家庭教育、制度化教育)传递的文化物品。具体有三种基本形式:具体的形式,是以精神和身体的持久“性情”的形式而存在;客观的形式,是以文化商品的形式(图片、书籍、工具、机器等)存在的;体制的状态则是一种客观化的状态^{[3](P22)}。大

学生消费文化不同程度的受到传播式教育、家庭教育和制度化教育这三种教育行动的影响。在大学生消费文化发展的早期,是家庭教育占主导地位,随着大学生社会行为的增多,则更多的是传播式教育和制度化教育发挥作用。

惯习是深刻的存在于性情倾向系统中的作为一种技艺存在的生成性能力,是完全从实践操持的意义上来讲的^{[3](P22)}。惯习一方面连接了结构的因素,另一方面它又连接了个人的主观能动性,是个人的行动纲领。在大学生消费文化的形成和再生产的过程中,惯习是贯穿始终的。它既协调大学生个人日常的知觉、理解和行动,又以其多样性使改变客观结构的变化得以发生。所以,大学生的消费惯习也有着各自的“逻辑”。虽然大学生们生活在围墙内的校园里,但是现在的大学校园早已不是单纯学习的象牙塔,其与社会联系越来越紧密,新思想的注入和新事物的诱导使得这些追求进步的大学生不得不转变其落后的消费观,进而改变自己的消费行为。

最后,布迪厄认为符号暴力是“在一个社会行动者本身合谋的基础上,施加在他身上的暴力”,是“意义和意涵系统所具有的,通过将压迫和剥削关系掩盖在自然本性、善良仁慈和贤能统治的外衣下,掩盖并因此强化这些压迫和剥削关系的能力”^{[3](P22)}。对大学生消费文化的再生产问题来说,消费文化的再生产是大学生自身和社会共同作用的结果。在今天这个商品琳琅满目、物欲主义横流的社会中,商家的广告遍布大街小巷,通过各种方式自觉不自觉地充斥着大学生群体的消费思想。就像著名的社会学家鲍德里亚认为的,消费社会是一个使人充满欲望的,并不断鼓励和激发人的欲望的世界,这个世界是由大众媒体竭力支持并渲染的,它在不断引诱着人们消费。

此外,布迪厄还提出一个与文化再生产有关的概念——场。布迪厄曾简要的把场概述为“各不同位置之间的客观关系构成的一个网络,或一个构造”^[4]。消费文化领域可以分出很多个场,各个场之间又是相互联系和相互作用的,但是每个场都有自己的行动主体和行为逻辑。大学生本身是个庞大消费群体,是连接学生和职业青年的过度群体。所以,大学生消费文化再生产也是大学生在各个有联系的场之间遵从自己的消费行为逻辑,并使自己的消费文化得以发展和

【收稿日期】2010-09-01

【作者简介】张晓梅(1984-),女,甘肃敦煌人,硕士生,研究方向:文化社会学。

完善的过程。

三、对大学生消费文化再生产的分析

布迪厄试图用“再生产”这一概念表明社会文化的动态过程,文化通过不断的再生产维持自身的平衡,使社会得以延续^{[2](P23)}。大学生的消费文化也是通过不断的再生产维持自身平衡的,是一个不断发展和有待完善的价值体系,而且在消费观、消费行为和消费心理方面表现的尤为突出。具体来说:

第一,大学生消费观的再生产。消费观是消费者对消费的基本观点和基本态度,是消费者对消费内容、消费目标、消费方式和消费模式等涉及整个消费活动诸因素的一种价值判断的态度。家庭消费具有遗传性,每个家庭都受一定的经济条件和社会阶层的制约,近些年,社会经济结构虽然有大幅度的改善,但是将作为社会细胞的单个家庭进行横向比较,其改善幅度也是参差不齐。在不同的家庭中,各成员容易形成各自家庭消费模式的消费观念,久而久之,这些具有家庭模式的消费观会在日常行为中由上一代潜移默化的传给子女一代。也就是说,上大学之前大学生们就已经形成了一种特定的、影响大学生消费行为的、具有家庭特点的消费观,这是传统的家庭消费观。上大学以后,首先,消费环境的改变,消费群体认同的变化等无不作用于当代大学生的消费观;其次,大学生自我意识的强化,精神文化消费越来越迫切,过去单一保守的消费观念逐渐转向多样开放的消费观;再次,西方消费主义极大的影响着大学生行为的追求方向,导致部分大学生生活目标和生活情趣的低俗化,传统的、勤俭节约的消费观念受到强烈的冲击。所以,超前型消费屡见不鲜、重娱乐轻学习型消费让人噤然而止,艰苦朴素的作风几乎不见踪影,在多元文化的社会里,当代大学生的消费观发生了转变。消费观念的变化使得他们更多地通过多种消费手段来表达主体的诉求,体现自己的个性,力求通过消费展示自己的身份定位。

第二,大学生消费行为的再生产。消费是一种行为,是消费主体出于延续和发展自身的目的,有意识地消耗物质资料和非物质资料的能动行为。大学生消费行为是指大学生在一定消费观念影响下,为满足自身精神生活和物质生活的需要而采取的消费行动,它是大学生满足个人需要的重要手段和途径之一。当代大学生的消费行为已经不同于以往任何一个时期和其他任何一个消费群体。一方面,随着社会的进步和经济的发展,人们的生活方式和消费观念发生了巨大的变化。大学生尽管生活在纯洁的校园中,但同时他们和社会其他各利益群体接触甚密,社会上的不良消费行为,例如攀比消费、人情消费等就自然而然的充斥到了大学校园。再加上享乐主义思想的侵蚀,大学生原有的单一的、朴素的消费行为难免不受影响。另一方面,在市场经济的大潮中,以报纸、广播、电视为媒介的消费文化将目光投向大众,不断的作用于大众的消费动向。大学生通常是把报纸和电视等媒体当作吸取新知识、新信息的重要渠道,通过这些媒体他们接触到一些社会上的不良消费信息,进而影响他们的消费行为。而对大学生负有教育责任的学校相对重视大学生文化知识的培养,对大学生消费行为和消费心理略显轻视,大学生的不良消费行为得不到及时的、正确的指导。在校内、外的共同作用下,大学生的消费行为得到重整,尽管这些行为中大多是非理性的。

第三,大学生消费心理的再生产。消费者购买商品的心理活动是消费者在购买行为全过程中发生的系列

心理活动,是消费的决定性因素。在著名社会心理学家海德的认识平衡理论中,他认为人在社会中同他人交往时,需要达到认知平衡,因为这是一种让人愉快的状态。具体来说,认知平衡理论主要指认知主体与认知对象之间形成的相对和谐的理解。通常,人们到达一个新的社会环境中,总是努力地让自己达到这种认知平衡。认知平衡是一个人的行为的基础,也是衡量其社会适应性的重要指标^[5]。当代大学生年龄都在20岁左右,心理还不够成熟,外界的变化容易对其心理产生较大的影响。现在,大学校园竞争激烈,许多高中时成绩优秀的大学生到大学阶段以后,无论是专业课还是课外活动都成绩平平、表现不尽人意,以前的优势不复存在。因而,他们体会到了一种失落感和孤独感,不甘落后的心理驱使他们通过其他途径去显示自己的价值。许多大学生刻意改变自身形象,过分讲究时尚,从不恰当的消费行为中寻找心灵的伙伴,更有甚者是在自己身上制造一些引人注意的新奇事物,从而驱赶心灵的失落和孤独。另外,心理的逐渐成熟,促使这些经济尚未独立,但又具有独立购买能力的当代大学生追逐成年人的社会游戏,这种行为从另一侧面加剧了大学生平衡消费心理的需求。

四、结论

文化再生产虽然是为了维持一种体制的持久存在,但同时也包含着对体制的背离和反抗。文化再生产表明的是一个既有冲突又有矛盾的个人和制度的关系网络。被再生产的是在既定时空之内各种文化力量相互作用的结果。用文化再生产理论分析当代大学生消费文化的再生产可以得出如下结论:

首先,文化再生产理论指出文化是动态的处于一个不断再生产的过程中。从文化再生产的视角分析当代大学生消费文化的再生产,许多疑问迎刃而解。布迪厄强调的文化是人的产物,是人在一定的社会条件下创造性、适应性改变的结果。消费文化对大学生的消费观、消费行为和消费心理既有导向作用又有整合功能,且消费观、消费行为和消费心理总是影响着某一群体的道德风尚。

其次,把文化再生产观点作为分析问题的方法论,从消费观、消费行为消费心理三个方面对大学生消费文化的再生产进行分析,能清楚的知道引起当代大学生消费文化再生产的原因,也能清楚的认识大学生消费文化再生产的细节和过程。

再次,如果把大学生消费文化领域看做一个场,那么大学生消费文化的各要素:消费观、消费行为和消费心理的再生产,不仅仅是在这个场内互相作用,而且是与场外的相关要素共同作用的过程。

【参考文献】

- [1] 林平,宁小兵.论大学生消费文化及其价值引导[J].商场现代化,2009(3):146.
- [2] 宗晓莲.布迪厄文化再生产理论对文化变迁研究的意义——以旅游开发背景下的民族文化变迁研究为例[J].广西民族学院学报(哲学社会科学版),2002,(2):72.
- [3] 曾德强.浅析布迪厄“文化再生产”理论[J].当代教育论坛,2009,(5):22.
- [4] 包亚明.文化资本与社会炼金术——布迪厄访谈录[M].上海:上海人民出版社,1997.
- [5] 栗振宇.大学生“村官”的“角色社会化”研究[J].中国青年研究,2007,(9):52.

[责任编辑:王云江]

(下转第124页)

(五) 注重在继承的基础上创新发展

如何保护非物质文化遗产,是一成不变地重复原有的艺术样式,以保持其“原生态”,还是在传承基础上进行创新,让它们和时代接轨,和市场合拍?这是关系许多非物质文化遗产生存发展的问题。

非物质文化遗产多是民间艺人或个人或集体的创造,这些习俗和技艺在当地都不是一个凝固的概念,而是民众不断为传统增添新的内容。“在个人来说,传承的第一义是习得;第二义是创新或发明……,使传承的知识或技艺因创新和发明而有所增益。在群体来说,由个人所传承的非物质文化遗产在群众中得到传播和认同,并进入集体的‘再创造’过程”。^[6]只有将文化的民族性与时代性结合起来,不断地创新发展,才能让这些艺术保持长久的生命力,从某种意义上来说,创新才是对艺术最好的继承。大型舞台剧《黄粱梦》在全国成功巡演就是最好的证明。《黄粱梦》以武安平调落子为核心,并融合了魔术、杂技、舞蹈等其他姊妹艺术,尤其是魔术与杂技等艺术形式的运用让这出戏精彩纷呈,如吕洞宾从空中为卢生抓来枕头;在公主和卢生的婚礼上,头上戴的花会自动绽放;吕洞宾还用魔术为卢生从画中变来了古代四大美女等。而在演绎众官员吹捧当了相爷的卢生时,采用了现代RAB的表现形式,呈现贪官嘴脸和虚假官场。杂交多种艺术形式使整出戏更具吸引力,各地观众在欣赏平调落子这个产自邯郸的地方戏时感觉没有任何障碍,多元化的舞台形式拉近了戏剧和观众的距离,让这一几乎衰落的古老剧种“起死回生”,焕发了新的生机。

可见,随着时代的发展,现代人的欣赏品味和文化

需求也在改变,完全的模仿只会让非物质文化遗产被现代人抛弃,在继承中创新,才能使非物质文化遗产获得生机。当然创新并非随意的扭曲改动,也要保持和尊重蕴涵其中的文化内涵和文化特性。《黄粱梦》中魔术与杂技等艺术形式的成功运用正在于契合了这出戏的梦幻色彩。

总之,随着现代化和城市化进程的加快,对非物质文化遗产的保护日益成为一项艰巨而迫切的任务。邯郸市非物质文化遗产丰富多彩,项目申报成果丰硕,这既是一种荣耀,也是一种责任。目前邯郸市非物质文化遗产保护已取得了一定的成绩,但仍有许多问题和措施有待于进一步解决和完善,文化遗产保护工作依旧任重道远。

[参考文献]

- [1] 特约评论员. 承继薪火相传的使命. 人民政协报·文化周刊, 2005-5-9.
- [2] 郑一民. 保护传承人是“非物质文化遗产”工作的重中之重. 领导之友, 2008, (3): 37.
- [3] 李荣启, 唐骅. 新世纪我国非物质文化遗产的保护与传承. 广西民族研究, 2010(1): 198.
- [4] 费孝通. 百年中国社会变迁与全球化过程中的“文化自觉”——在“21世纪人类生存与发展国际人类学学术研讨会”上的讲话. 厦门大学学报(哲学社会科学版), 2000, (4).
- [5] 费孝通. 对文化的历史性和社会性的思考. 思想战线, 2004, (2): 6.
- [6] 刘锡诚. 传承与传承人论. 河南教育学院学报(哲学社会科学版), 2006, (5): 25.

[责任编辑:王云江]

Some thoughts about intangible cultural heritage during urbanization ——A Case of Handan intangible cultural heritage

GUO Hui - li

(College of Arts, Hebei University of Engineering, Handan 056038, China)

Abstract: Handan is an ancient city with deep culture detail. There are a large number of intangible cultural heritage in Handan, which we are going to talk about here. This essay analyzed some problems with the intangible cultural heritage in Handan during urbanization, and then made some discussions about how to strengthen the protective measures of them.

Key words: protect intangible; cultural heritage; Handan urbanization

(上接第101页)

Analysis of contemporary college students' reproduction of consumer culture: from the perspective of the theory of cultural reproduction

ZHANG Xiao - mei

(College of law, Northwest Normal University, Lanzhou 730070, China)

Abstract: Cultural reproduction theory put forward by Bourdieu thinks that: culture is in a process of constant production and reproduction and develops in this process. In the social environment of value diversification, contemporary college students' consumer culture is different from other groups and reproduction of consumer culture is directly related to the formation of college students' world view and values. Therefore, the exploration of college students' consumer culture reproduction has important practical significance. Based on this, the paper analyzes the contemporary students' consumer culture reproduction from the perspective of culture reproduction theory.