

文章检索

特别专题

组织机构

专家库

您的位置: [首页](#) >> [论文库](#) >> [青年恋爱、婚姻与家庭研究](#)

## 消费主义思潮与青少年思想道德建设

最后更新: 2008-3-3

### 一、消费主义思潮的概念与成因

#### 1. 消费主义的概念

消费主义 (consumerism) 一词通常有两种意义, 一种是强调消费者权利的消费者主权运动, 有时也译为“消费者主权主义”; 另一种意思是指缺乏批判意识地沉迷于消费。本文是在第二种意义上使用消费主义的概念。对消费主义的含义, 有多角度、多层次的不同解释。一种认为它是一种行为实践, 是指一个物品消费日益增长的事实或实践。另一种认为它是来自资本主义意识形态的一个基本教义, 即把尽可能多的占有和消费物质产品作为其个人自我满足和快乐的第一位要求 (威斯特夫, 1978)。

可以肯定地说, 在本文中, 消费主义是一个贬义词, 指的是一种价值观念和生活方式, 它煽动人们的消费激情, 刺激人的购买欲望 (黄平, 1997)。消费主义不在于仅仅满足“需要” (need), 而在于不断追求难以彻底满足的“欲望” (desire), 消费主义思潮代表了一种意义的空虚状态以及不断膨胀的欲望。

#### 2. 消费主义的成因

纵观人类消费史, 几千年来人类社会对节俭消费一直信奉不疑, 节俭消费在消费思想史上占据着统治地位。然而仅仅在短短几十年之内, 不仅在发达国家, 而且在一部分发展中国家, 许多人就将之弃若敝履, 转而奉消费主义为消费之圭臬, 这实在是一种发人深省的思想突变。那么, 消费主义何以会产生于发达国家, 又迅速渗透扩散到广大发展中国家呢?

笔者认为, 消费主义在发达国家产生和发展并继而在全球流行开来, 可从如下方面找到原因。

(1) 经济因素。二次大战后, 资本主义国家的经济有了迅速增长, 由此使社会财富大量增加。这使许多人都以为, 社会财富取之不尽, 用之不竭。于是, 一种主张人们可以任意占有和消耗财富的消费主义思想便产生出来, 并得到社会大众的认同, 产生了日益广泛深刻的社会影响。改革开放以来, 中国经济建设取得巨大成就。有相当一部分人成为改革的直接受益者, 腰包鼓了起来, 这成为消费主义在中国流行开来的物质基础。

(2) 政策因素。随着凯恩斯主义成为资本主义国家制定经济政策的指导思想和理论依据, 鼓励和刺激消费的经济政策就相继出台。有了来自国家政策的鼓励和推动, 消费主义就有了更为适宜生存发展的

环境和土壤。在我国，为拉动内需，也一度有刺激消费的政策出台。在具体执行过程中，有些政策被误读为消费主义甚至浪费的依据。

(3) 哲学因素。消费主义的滋生蔓延，还与西方哲学思想有密切联系。西方哲学在发轫之初就与东方哲学大异其趣。在西方哲学看来，人是一种真正的“理性动物”，人类的使命就是以其体力和智力了解世界，进而征服和控制世界，成为自然万物的主宰，并使其为人类服务。这种哲学思想，不是把人类与自然的关系看作是一种和睦相处、互助互利的朋友关系，而是看作一种征服与被征服，剥夺与被剥夺的对立关系。表现在消费领域，它主张人类有权无限地占有和挥霍物质财富，以最大限度地满足人们的感官需求。所以，西方哲学思想是消费主义的理论基础。有了这一指导思想，消费主义的产生与发展就是顺理成章的了。

(4) 市场因素。销售分析家维克特·勒博宣称：“我们庞大而多产的经济……要求我们使消费成为我们的生活方式，要求我们把购买和使用货物变成宗教仪式，要求我们从中寻找我们的精神满足和自我满足。我们需要消费东西，用前所未有的速度去烧掉、穿坏、更换或扔掉”。许多人对勒博的号召做出了反应——也可以说，是生产商和销售商在为消费主义推波助澜。我们面前一个可以说明问题的数据是，2004年国内市场手机换机周期是18个月，2005年5月份的调查显示，该周期已经缩短到1年。

(5) 心态因素。暴富者心态在当前国人心态中表现地比较明显。刚刚富起来的人们对财富还没有树立起正确恰当的观念，表现欲强烈，这也为消费主义的流行提供了合适的土壤。

## 二、城乡青少年中均表现出明显的消费主义倾向

本文的核心观点之一是，在21世纪初的中国，不论是城市还是农村的青少年中均表现出明显的消费主义倾向。判断消费主义生活方式形成和出现的标准主要有二：一是青少年是否存在对以西方发达国家为代表的高消费生活方式的普遍追求；二是对符号象征价值的消费是否正在成为青少年的主要消费选择。

### 1. 青少年中的高消费现象

对于不少刚刚走上工作岗位的年轻人来说，兜儿里揣着张用来透支的信用卡似乎已成为很平常的事情。“花明天的钱”逐渐成为许多城市青年的生活方式。零点调查公司2005年4月完成的一项最新调查结果显示：在职场新人群体中，人均个人支出为1180元/月，高于成熟员工群体（1082元/月）。该调查使用多阶段随机抽样方式，对北京、上海、广州、成都、太原、长沙、武汉、沈阳、西安9城市的3515名常住居民进行了入户访问，具有较高的可信度。该调查显示，这一青年群体中对笔记本电脑的计划购买率为28.2%，是城市居民群体（8.7%）的3倍多，还有27.5%的职场新人计划购买数码相机。超出自己承受的能力的高消费的消费价值观，使他们很快成“富翁”和“月光公主”（每月收入花光的意思）。

由新生代市场监测机构完成的《中国大学生消费与生活形态研究报告（2004）》显示，当前我国大学生每年的平均消费额约为1万元。而根据2003年国家统计局公报显示，全国城镇居民人均年可支配收入为8472元；农村居民人均纯收入为2622元。大学生的年平均消费额已经远远高出了同期中国人均年度可支配收入。该《报告》显示，除了正常的学费等支出外，大学生的支出结构中，还包括了情感支出、培训支出、旅游支出、网络通讯支出、数码支出、化妆品支出等多个种类。大学生中60%的受访者拥有手机。我们取其一点进行分析。据2005年6月11日《重庆晚报》报道，500名大学生两年间欠下70余万元话费。

平均一人一年就欠下700多元。再加上两年间欠下的部分话费，这些大学生一年光手机话费得多少钱？

少年儿童的消费观念是怎样的呢？在分析少年儿童的消费观念之前，我们先来看看其消费状况。有诸多研究表明，在中国城乡的许多家庭中，少年儿童日渐成为消费的重心。中国社会调查事务所1999年在京、津、沪三大城市所做的调查表明，超过85%的家庭儿童实际平均月消费超过全家收入的三分之一，即一个小孩的消费超过一个大人的消费。零花钱是孩子们自主支配消费的一种重要形式。据2004年3月4日《新闻晨报》报道，根据对中日韩越四国儿童的调查显示，零花钱中国孩子最多。而我们的人均收入怎么能与日韩相比呢？孩子们的消费不仅成为家庭消费的重心，而且在家庭消费中的影响力也越来越大。然而，少年儿童消费观念中的消费主义倾向同样令人忧虑。1998年中国青少年研究中心“向孩子学习”课题组研究后得出结论：今天的孩子令人忧虑的品质之一是“缺乏适度消费的观念”。

在青少年高消费的行为前面，往往打着一个“发展”的幌子，这可能是当前青少年高消费现象的一个特点。为了让孩子在所谓的竞争中获得优势，家长们在对孩子的教育投入上不计血本。许多并不富裕的家庭为孩子购买了高档钢琴，并且花高价给孩子报了各种培训班，花费了巨大的财力、物力，但投入与教育效益却不成正比。《北京晚报》记者2005年6月对北京某中学家长的调查显示，在高三一年家长用于孩子保健品、家教等的投入平均都在数千元。一位家长的说法或许颇有代表性：“自己再苦点，也不能让孩子受委屈”。

## 2. 青少年对具有符号象征的价值消费时尚趋之若鹜

对消费主义行为和观念进行判断的重要标准就是消费者对符号象征价值的消费态度。

消费已成为当代青少年自我表达与认同的主要方式。今年23岁的何萍是北京某外国语大学大四的学生，她现在正在用的手包LV樱桃包是直接来自巴黎买来的最新款式。“我男朋友给我买了很多包包。还有就是香水，我的很多同学也一样。”她这样说道，言语中充满了自豪。何萍并非个案，而是一个群体的缩影。最近几年，世界顶级品牌一下子对中国的奢侈品消费市场表现出了惊人的兴趣。全球奢侈品牌的流行口号是：到中国去！统计公司的调查数据给了这些顶级品牌最大的信心，根据高盛的一份统计报告，2004年中国顶级时尚品牌的消费额已占到全球的12%。普拉达（prada）集团首席执行官Patrizio Bertelli预测，到2010年，中国消费者在顶级消费品上的花费将达到5000亿元人民币；5至10年内，中国的顶级时尚消费市场将超过日本。

据中国品牌战略协会最新统计，目前大陆奢侈品消费人群已占总人口的13%，约1.6亿人。目前国际奢侈品品牌在中国市场的增长率超过80%，远远高于世界其他国家和地区10%左右的增长率。虽然顶级奢侈品的生产商盯准的都是顶尖人物，但中国的奢侈品市场的火速升温，却是被大批收入并不那么顶尖的中国时尚人群哄热的，他们对于顶级奢侈品的崇拜和不顾一切的追求，形成了顶级奢侈品大行其道的社会环境。这一群人并非富豪，但他们对顶级奢侈品的欲望却往往超过富豪，他们平均月收入在5000至20000元之间。一项调查显示，这群年龄在25至40岁的高学历、高收入的人是中国奢侈品消费的大众力量。他们经常在奢侈品打折时消费，而且热衷于买一些顶级品牌的小配件，比如领带、皮鞋、皮包等。女士则对化妆品、香水、时装等更为钟情。收入中高水平的人会靠这些品牌物品来暗示自己也有能力涉足高档消费。

这正是消费主义倾向在中国蔓延的生动写照。下面，我们通过多个实证研究的结果，来分析青少年消费行为和消费观念中符号象征价值的重要性。符号象征价值的表现是多方面的，其中最主要的是对名牌消费的认同。

中国青年报社会调查中心2005年4月进行的一项调查显示，在参与调查的1150名青年中，买东西时看

重品牌的占77.8%。只有1.8%的人表示不会受品牌的影响，另有20.4%的人态度模糊。中国青少年研究中心1998年9月进行的一项面对全国城市14-28岁青年的调查（有效样本6534个）显示，46.2%的青年“如果经济条件允许就买名牌”，4.5%的青年要“努力多挣钱去买名牌”。该调查还显示，一半城市青年认同或非常认同“能挣会花才是现代人”的观点。中国青少年研究中心1999年11月进行的“当代中国农村青年发展状况调查”涉及全国45个县，获得有效样本4099个，调查显示，42.5%的农村青年对名牌消费的态度是“如果经济条件允许就买”，10%的农村青年要“努力多挣钱去买”，另有超过4成（41.5%）的农村青年认同“能挣会花才是现代人”的观点。

以上几项调查还显示，尽管大多数青少年名牌消费的主要动因还是出于对名牌质量的信任，但已经有越来越多的人附加了更深的含义。如中国青年报社会调查中心2005年4月完成的调查显示，13.8%的青年认为名牌是身份的象征。

我们知道，象征性的品牌消费从其性质入手可以划分为两种符号表现形式。一是“示同”，二是“示异”。所谓“示同”，就是借助消费来表现与自己所认同的某个社会层或小团体的相同、一致和统一。青少年时期对于同伴认同的心理需求是非常强烈的，表现在消费行为上的“示同”心态自然十分明显。同学穿耐克鞋，我也要穿耐克鞋，别人有斯沃奇表，我也要戴斯沃奇表。示同性的时尚消费让青少年获得了一种“群体成员感”，就如同获得了迈入“时髦社会圈”的入场券，从而摆脱了“落伍”的诟病。所谓“示异”，就是借消费显示自己与别人的差异和不同。你刚用上3000元的手机，我却早已用上5000元的甚至1万元的，以此显示我的与众不同。时尚消费中的“示同”或“示异”的具体表现，也就是人们常说的攀比性消费和炫耀性消费。对于自己达不到的消费水平不惜透支以达到，是谓“攀比”；对于消费品无休止的革新换代，总要站在时尚的潮头，是谓“炫耀”。

消费主义倾向只在富裕阶层的青少年中出现吗？回答是否定的。经验和以上的实证研究告诉我们，尽管不同经济收入的家庭在消费水平和消费数量上差异很大，但他们在观念上或在现实中所追求的消费以及追求这些消费的意义都是相似的，即不断追求流行趋势和豪华“享受”。陈昕1997年对京津两地500多个案例的消费主义调查表明，不仅具有消费主义倾向的人达77.3%，而且不存在城乡差别。

根据笔者对家乡（山西南部农村）青年婚姻消费10多年的观察，发现在这一青年人生重要关口的消费10年来发生了重大变化，表现出了明显的消费主义倾向。具体来说，上世纪90年代初期，当地农村青年娶媳妇的总共花销平均约为8000至10000元，主要包括彩礼，家具、电器置办，酒席等费用，而最近两年，这一数额竟然涨到了35000至45000元。问题是，10年来，当地农民的人均收入并没有明显的增长。所以，娶媳妇、成家立业现在是横亘在许多农村青年面前的一道人生难题。但是，他们并没有质疑这种现象的根源。一位20岁的男青年说：“我也知道结婚时买齐冰箱、摩托不一定有用，但大家都那样，我要不办齐了会被别人看不起的。”

### 三、消费主义思潮对青少年思想道德建设的影响

青少年思想道德建设的核心是使青少年形成正确的世界观、人生观和价值观。消费主义思潮对青少年思想道德建设产生着重要的影响，是由青少年的特征和消费主义的特征共同决定的。

1. 消费行为是青少年社会化的重要途径，消费主义为主导的大众文化对青少年的影响越来越大的思想是其在实践的过程中逐渐形成的。在市场经济条件下，市场交换行为或者说消费行为成为



人们最基本的行为。今天的青少年从其孩提时代起，就生活在商品的汪洋大海中。消费对于青少年发展而言，不仅是单纯地满足吃、穿、用等基本的生活需要，更包含了他们在消费活动中进行的学习和道德塑造，以及通过自身的消费形成价值观的作用。

时尚消费行为对青少年能够产生更大的影响。这是因为越是保守的人，越不愿意追赶时尚，而在代际群体中，年轻的群体，由于更趋开放，更倾向赶时髦、讲时尚。而年老的群体，则相对更保守，不容易为时尚所动。

消费本质上就是文化，因为消费及消费品均是表达意义的符号体系和象征体系。消费主义在青少年中的扩散表明，支持这种生活方式的意识形态正在青少年的日常生活中取得文化主导权地位。富裕从来不是奢靡的立法者，尤其不是消费主义生活方式的直接原因。只有文化才能为一种生活方式提供价值、观念、知识以及道德上的合法性（陈昕，2003）。

在当今的新形势下，大众文化对青少年的影响是非常巨大的。有学者提出这样的设问：20世纪发生的大事很多。那么，人类登上月球和大众文化的兴起哪一个对人类生活有更大的意义呢？前者是一件历史性的的大事，而后者却是我们的生活点滴。只要想一想，当今世界上有数以十亿计的青少年正在通过电视、电影、MTV、互联网以及网络游戏等来认识生活，在其中形成有关美丑对错的世界观、人生观和价值观，思考和确认自己与这个社会的关系，那么，大众文化与人类登月哪个更有意义不是不言自明吗？但是，我们必须明确，大众文化具有一种赤裸裸的商品性，它是消费主义思潮的绝好载体。大众文化通过能够大批量生产的文化产品的消费，以实现利润最大化为根本目标。这样，传统文化与经济的界限模糊了，这使得大众文化比起传统文化形式，更容易走进普通大众尤其是喜欢标新立异的青少年的生活中，从而对青少年实施深刻的影响。这就是消费主义在青少年思想道德建设中作用日益加大的根本原因。

## 2. 消费主义思潮对青少年思想道德建设的危害

消费主义思潮的蔓延对新形势下的青少年思想道德建设具有多方面的危害。

第一，消费主义思潮与我国的国情和主导道德观严重不符。

消费主义导致人们在消费模式和生活方式上的竞相攀比、竞争和模仿，“大量生产”、“大量消费”使我国本来就捉襟见肘的环境和资源承受了巨大压力。消费主义对时尚的无节制的追求导致了产品社会寿命的大大缩短，导致了大量能源的浪费和废弃物的增加。面对一个半年内换了3部手机的时尚青年，你能说什么呢？消费主义者注重包装，导致商品包装过度而实质降低，真成了金玉其外，败絮其中，市场上这样的商品还少吗？据有关部门统计，单是北京市场每年产生的近300万吨垃圾中，各种商品的包装物就约有83万吨，其中60万吨为可减少的过度包装物。在全国每年的城市固体废物中，包装物占到了30%。全国每年平均生产衬衫12亿件，包装盒用纸量就达到24万吨，相当于砍掉了168万棵碗口粗的树。过度包装对环保构成巨大威胁，同时造成资源的严重浪费。消费主义思潮导致的大量浪费与我国的国情严重不符。统计表明，我国人均占有资源非常匮乏：我国人口占世界人口的21%，但石油储量仅占世界1.8%，天然气储量仅占世界0.7%，铝土矿储量不足2%，铜矿储量不足5%，我国人均淡水资源排在世界第88位，在我国44种最重要的矿产资源中20年内耗竭的有14种。把我国称为一个“贫血”的国家，实在是恰当的。更为可怕的是，我国生产生活中的能耗大，浪费惊人。胡锦涛同志2004年3月10日在中央人口资源环境工作座谈会上再次强调“必须清醒地看到，我国人口多、人均资源占有量少的国情不会改变，非再生性资源储量和可用量不断减少的趋势不会改变，资源环境对经济增长制约作用越来越大”，他要求各级领导干部要牢固树立节约资源的观念。因为自然资源只有节约才能持久利用。要在全社会树立节约资源的观念，培育人人节约资源的社会风尚。而在真正达到节约资源，建设资源节约型社会，除了必

要的经济手段、法律手段和行政手段之外，更重要的是思想道德建设的加强，尤其是在青少年中加强节约教育，抵制消费主义思潮的侵袭。

在我国，起根本作用的主导价值观是《公民道德建设实施纲要》中大力提倡的“爱国守法、明礼诚信、团结友善、勤俭自强、敬业奉献”的基本道德规范。在这些道德规范中，“勤俭自强”占有重要的位置，尤其对于处在成长阶段的青少年更是如此。而要做到勤俭自强，除要加强学习，提高个人各方面的能力外，就是要坚决地抵制消费主义思潮的影响，弄清楚消费主义思潮对个人修养的危害，从小事做起，从现在做起，在遵守公民基本行为准则的基础上，追求更高的思想道德目标。很明显，消费主义思潮与我们社会所推崇的主导道德观是格格不入、背道而驰的。

第二，消费主义思潮阻碍青少年健康人格的形成。

消费行为和消费意识的教育是一种生存教育，是教育青少年做人的教育。青少年中蔓延的消费主义倾向，已经带来了一系列的消极反应，如贪图享受，不能吃苦；讲排场、爱慕虚荣；依赖性强、独立性差等。这对青少年形成健康的人格是非常不利的。

青少年要适应现代社会，必须具有健康的人格，其中所包含的基本品质有能吃苦、务实、独立等。经验和研究都一再表明，在物质条件过分优裕环境中长大的孩子娇气、缺乏毅力，吃不了苦。因此，教育者尤其是父母应有意让孩子吃点苦，再富也要苦苦孩子，是一种先进教育理念的表现。消费主义倾向容易使青少年形成爱慕虚荣的人格特征，这与现代社会所需要的实事求是、务实求真的精神是不相符的。爱慕虚荣的孩子往往不受同伴的欢迎，而且背负着巨大的心理压力。比如现在假名牌泛滥就是虚荣心态的表现。没有钱穿名牌，又爱面子，只能买件假的充门面。经济条件好而又不知控制的家庭容易使青少年在高消费的环境下失去对金钱的准确感知，遇到问题和挫折时往往过多地依赖金钱去解决，从而缺少锻炼自己独立解决问题能力的机会。这些都不利于青少年的健康成长。

消费主义不仅伤害沉溺其中的青少年自身，也会对同龄人造成伤害。比如大学里的贫困学生没有钱参加同学的聚会和各种高消费的活动，就只能选择主动和同学疏远，这种现象叫做“自我排斥”，因为他们的消费水平没有办法达到社会平衡的要求。

第三，费主义思潮是拜金主义、享乐主义和极端个人主义等消极腐朽思想滋生的温床。

中共中央国务院在《关于进一步加强和改进未成年人思想道德建设的若干意见》中明确指出：“一些成年人价值观发生扭曲，拜金主义、享乐主义、极端个人主义滋长，以权谋私等消极腐败现象屡禁不止等等，给未成年人的成长带来了不可忽视的负面影响”。这里提到的拜金主义、享乐主义和极端个人主义都与消费主义思潮有千丝万缕的联系。可以说，消费主义思潮是拜金主义、享乐主义和极端个人主义等消极腐朽思想滋生的温床。这样的例子不胜枚举，有的青少年因为要得到一个别致的手机而抢劫，有的青少年由于大手大脚，盲目攀比，入不敷出而沦为盗窃犯……中国青少年研究中心“未成年人权益保护与预防犯罪课题组”2002年在对全国10个省、直辖市的大约3000名在押未成年犯进行问卷调查后得出结论：“金钱拜物是未成年人犯罪人的一种较为明显的心理特征”。

有专家在对近年来青年干部违法犯罪尤其是贪污犯罪居高不下的现象进行研究后认为，享受欲望强烈、攀比意识膨胀是他们走向犯罪的根本原因之一。比如河北的李真、四川的高勇等“年轻高官”都在《认罪书》中承认，对金钱和物质的过分看重与生活中的高消费和攀比，是把他们拉向深渊的黑手。在这里，我们又看到了消费主义思潮的幽灵。

如前所述，既然消费主义对青少年的思想道德建设在发生着深刻的影响，那么，从对消费主义的遏制与引导入手，就成为对青少年进行思想道德建设的重要途径。

西方有远见的专家学者已经展开了对消费主义思潮的反思和批评。美国著名的战略学家兹·布热津斯基在《大失控与大混乱》一书中忧心忡忡地指出，一股追求在丰饶中的纵欲无度的精神空虚之风正在主宰人类的行为。“界定个人道德准则的下降和对物质商品的强调，两者相互结合就产生了行为方面的自由放纵和动机方面的物质贪婪”。美国学者艾伦·杜宁在他的著作《多少算够》中也对消费主义现象提出了尖锐的质问：“如果环境的破坏根源在于人们拥有太少或者太多的时候，留给我们的疑问就是：多少算够呢？地球能支持什么水平的消费呢？拥有多少的时候才能停止增长而达到人类的满足呢？世界人民在不使这个星球的自然健康状况受损的情况下，是否可能过一种舒适的生活呢？”对于还处于发展起步阶段，人物资源又十分匮乏的中国，更有必要对这些问题进行深刻地反思。

遏制和引导消费主义的基本环节是引导和教育青少年形成科学的消费观，在整个社会建立一种可持续的消费观。学者俞海山（1999）提出了可持续消费的几个原则。它们是：第一，适度消费原则。适度消费原则要求青少年以人的健康作为出发点和目标，减少无意义和有害消费（如香烟、过度营养、愚昧消费等）。第二，公平消费原则。第三，和谐消费原则。第四，不断增加精神消费比例的原则。笔者认为，根据思想教育有的放矢，区别对待教育者的要求，对青少年进行消费观教育除遵循以上原则外，还应区分为至少两个层次。即普遍地进行勤俭节约的传统消费观和科学消费观教育，对其中经济条件较好的那部分青少年如城市青少年，进行自主性消费观的教育，对其中觉悟较高的一部分青少年倡导树立绿色消费的观念。以下分别进行论述：

#### 1. 应该让青少年继承“崇俭”的中国传统消费价值观

在中华民族传统美德中，“崇俭”是消费价值观念的核心，是维系中华民族数千年繁衍不息的精神之一。“勤乃摇钱树，俭是聚宝盆”是中国人最喜欢、最常用的春联之一。如果说勤是生产劳动方面的主要价值规范，那么“俭”则是消费生活方面的主要价值规范。所谓“俭”，就是在消费上讲究节约，适可而止，反对铺张浪费。在传统社会生产力比较低下的情况下，人们倍感劳动成果的来之不易，因而自然而然地产生和推崇消费上的节俭观念。

传统上，中国人非常重视对下一代进行节俭消费观的教育。“锄禾日当午，汗滴禾下土，谁知盘中餐，粒粒皆辛苦。”这首脍炙人口的唐诗就是千千万万家庭向子女灌输节俭消费观的生动教材。而在历代普遍流行和被当时社会主流价值观所认同的儿童道德启蒙和训诫读物中，节俭教育往往是其重要内容。比如《弟子规》中写道“衣贵洁，不贵华，上循分，下称家”，“对饮食，勿拣择，食适可，勿过则”，“若衣服，若饮食，不如人，勿生戚”；李商隐在《咏史》中写道：“历览前贤国与家，成由勤俭破由奢”；诸葛亮在《戒子书》中教育晚辈说：“夫君子之行，静以修身，俭以养德，非淡泊无以明志，非宁静无以致远”；明代的《名贤集》中则告诫人们“常将有日思无日，莫待无时思有时”；《左传》中则说得更明白：“俭，德之共也；侈，恶之大也”。这些都可看出，在我国传统上对消费崇俭的宣扬和对铺张浪费和消费攀比的反对。

中国共产党人继承了传统的节约和俭朴观念，毛泽东的“节约闹革命”、“艰苦朴素”、“勤俭建国”、“反对铺张浪费”和“贪污和浪费是极大的犯罪”等口号曾教育了整整一代人。毛泽东甚至对农

民的消费生活做出过非常具体的指示：“忙时吃干，闲时吃稀”。而以毛泽东为代表的一代革命领袖都以身作则，始终保持着俭朴的生活方式。这些宝贵的精神财富，都是我们今天新形势下教育青少年的最好教材。

## 2. 努力培养青少年的自主性消费观

消费主义思潮指导下的消费是一种“消极性消费”，消费行为更多地受制于外在的诱导和标榜，而非出自内心真正的需要。所以，青少年如果沉迷于“消极性消费”，收获的将是刺激和对刺激的无休止的追求，而不是发自内心的满足感和幸福感。专家们认为，要着力倡导消费观的转型，努力培养青少年的自主性消费观。

所谓“自主性消费”，是指以自主需要和自我实现为目的的消费。自主性消费使消费成为自我实现的一种方式，使人们的内在力量得到展现，思想境界得到提升。这是因为，自主性消费要求行为主体拥有高度的自我控制和责任意识，能考虑到其行为与自然和社会的承受度是否适应的问题。通过自主性消费达到的自我实现更加注重生活质量的非物质性一面。

自主性消费观念是消费主义思潮的一味解药，是对超出必要消费界限的挥霍性的物质欲望和物质享受做出理性限制的一种伦理观念。当然，在全面建设惠及13亿人的小康社会的历史进程中，在一个开放多彩的时代，倡导自主性消费绝不可能是要求青少年禁欲苦行，而应该是为他们本身的幸福和利益展示一种可供选择的人生哲理。这是当前青少年思想道德建设的题中应有之意。一种观念的养成不是短时间内可以见效的，这就需要社会从培养青少年良好的消费习惯入手，在青少年中着力培养一种从自我内心为自己的消费行为寻找理由的习惯。

## 3. 帮助青少年树立科学消费观，成人社会有许多工作可做

科学消费观是指符合人们身心健康和全面发展要求、促进社会经济发展、追求人与自然和谐进步的消费观念、消费方式、消费结构和消费行为。科学消费观的树立可以使青少年有效地抵制消费主义思潮的侵蚀，从而树立正确的人生观和价值观。在帮助青少年树立科学消费观的过程中，全社会有大量的工作可做。比如加强在青少年中的消费知识普及工作，使青少年掌握更多的消费知识和具有更强的理财能力，用较少的消费投入，获得最佳的消费效益。再如加强对青少年的国情教育和能源危机教育，让青少年更多地了解我国人均资源极度匮乏的现实状况，从而产生危机感和紧迫感，树立节约能源，勤俭生活的理念等等。

## 4. 绿色消费观是青少年走向健康幸福的选择

绿色消费观是一种新的消费观念，是比过度消费更丰富、更高级的生活结构，是一种以简朴、方便和健康为目标的生活观念和生活方式。绿色消费观主张“够用就可以了，不必最大、最多、最好”。它摒弃了“增加和消费更多的财富就是幸福”的价值观。事实上，心理学研究表明，消费与个人幸福之间的关系是微乎其微的。生活在20世纪来的人们比世纪初他们的祖先们平均富裕4.5倍，但是他们并没有比祖先们幸福4.5倍。更糟糕的是，闲情逸致、平和的心态，似乎都奔向富有的过程中走向枯竭。人们为了满足消费，就要煞费苦心珍惜时间，加快生活节奏以便挣更多的钱，把人的精力和创造都耗尽在高消费上了。

在绿色消费观的指导下，人们提出过一种以提高质量为中心的消费生活。而生活质量是指“人的生活舒、便利的程度，精神上所得到的享受和乐趣”。绿色消费观在西方的许多富裕国家越来越有影响力，而它对于生活在逐渐富裕起来的中国青少年而言，也是一种很好的选择，有很强的现实性和针对



性。

总而言之，在市场经济条件下，消费主义思潮获得了前所未有的蔓延，正在对青少年的思想道德建设构成极大的威胁，我们要高度重视这一问题。从消费主义的遏制与引导入手，是我们进行青少年思想教育，为构建和谐社会做出贡献的一个重要路径。

参考文献：

- [1]王宁：《消费社会学——一个分析的视角》，社会科学文献出版社，2001年版。
- [2]绿色工作室编著：《绿色消费》，民族出版社，1999年版。
- [3]陈昕：《救赎与消费——当代中国日常生活中的消费主义》，江苏人民出版社，2003年版。
- [4]郗杰英主编：《新状态——当代城市青年报告》，中国青年出版社，1999年版。
- [5]俞海山：《中国消费主义解析》，《社会》，2003年第2期。
- [6]黄凯锋：《自主性消费——一种可供青年选择的人生哲理》，《2005中国社会年报》，2005年版。
- [7]成梅：《校园消费主义：名牌的压力》，《中国青年报》，2005年4月25日。
- [8]傅洋：《谁在为奢侈品买单？》，《北京晚报》，2005年6月16日12日。
- [9]新生代市场监测机构：《中国大学生消费与生活形态研究报告（2004）》，内部报告，2004年。

作者：刘俊彦（中国青少年研究中心）

注：该文获首届中国青少年发展论坛暨中国青少年研究会2005年优秀论文二等奖。

（中国青少年研究会办公室供稿）

[\[返回首页\]](#)[\[关闭窗口\]](#)



中国青少年研究中心



中国青少年研究会

版权所有 京ICP备05031004号

地址：北京市西三环北路25号 邮编：100089

编辑部：86-10-88422055 电子信箱：[louke11@yahoo.com.cn](mailto:louke11@yahoo.com.cn)

