

大学生消费异化分析

——基于校园贷引发的心理咨询案例

王燕

重庆幼儿师范高等专科学校

DOI:10.32629/er.v2i11.2191

[摘要] 大学生消费异化失去了消费的本来意义,同时也给大学生带来了困扰。社会大众媒体的误导,学校消费观教育缺乏、家庭消费观的培育缺失、部分大学生未能树立正确消费理念等造成大学生消费异化现象日益严重。本文基于一例校园贷引发的心理咨询案例分析大学生消费异化的现状、原因,以寻找大学生消费异化措施,引导大学生树立正确的消费观念。

[关键词] 大学生;消费异化;消费观;校园贷

近年来,校园贷在大学校园内兴起,校园贷无需担保、资质审核,仅凭身份证、学生证便可获得小额贷款,以这种低门槛、操作简单、过度的广告宣传诱导大学生贷款。大学生的不理性消费、炫耀消费、攀比消费促使大学生贷款,影响大学生的正常学习、生活及精神状态。不同领域的专家学者从法制与监管角度提出防范“校园贷”的诸多建议措施,但想要杜绝“校园贷”对大学生产生不良影响,还需帮助大学生树立正确的价值观、消费观,以防止大学生消费异化。

1 案例概况

小A,家境贫寒,家里只有父亲一人有收入来源,有三个兄妹需要抚养,两位老人需要赡养。进入大学以后,看到周围同学经常买名牌衣服包包,想买什么就买什么,而且很多同学都有笔记本电脑,自己也想要,但家里经济困难,不可能有钱给她买想要的任何东西。另外,平时同学过生日要送礼物,礼物不能太差;自己过生日也要请客,这些日常的人情消费就让小A负担不起,更别说买名牌衣服、包包、电脑。

一次小A和高中同学聊天听说网上做彩票可以赚钱,但做彩票需要成本投入,小A正在愁没钱投入的时候,一次偶然的机会发现了校园贷的广告。广告宣传很诱人,小额贷款,无需担保,仅凭身份证、学生证即可获得。小A觉得借贷后可以分期还款,而且也可以用做彩票赚来的钱还。就这样,小A开始了借贷,用借来的钱做彩票,刚开始彩票赚了点钱,为了想要赚更多的钱,彩票客服说要投入更多,于是小A又向平台借了钱全投入到买彩票中,最后借来的钱全部赔了,而在平台借的钱必须按时还,当贷款还不上时,就找另外其他的平台借钱,借的钱就像滚雪球一样,从几千块滚到了几万。各种催款的信息使小A每天晚上睡不好觉,觉得自己要崩溃了。怕家人承受不了不敢跟家人讲,又怕同学知道会取笑自己。即使白天也魂不守舍,每天脑子里都在想“怎么还钱?”有时真想解脱自己。

经过咨询,小A的情绪慢慢稳定下来,认识到“校园贷”的危害,分析了自己陷入“校园贷”的心理历程:开始羡慕同学的物质生活,想通过网络彩票赚钱从而满足自己想要的生活,于是借贷,贷款简单易行,觉得自己可以承担,后来无力承担的时候担心家人的责备不敢说,不敢求助,从而造成心理崩溃,产生想要解脱自己的想法。分析了自己想解脱的心态是想要逃避现实,是一种不负责任的表现,后来很后悔自己当初想要解脱的想法。

2 大学生消费异化现状分析

新消费时代的到来激活了大学生群体的消费热情,在社会物质消费环境的刺激之下,部分大学生的消费观出现了“异化”现象,突出表现为盲

目消费、炫耀消费、攀比消费、人情消费等问题。

2.1 炫耀消费

炫耀消费是夸耀自己的消费,是为了满足物质需要,更是为了满足精神需要,以此来体现身份,证明“地位”。在大学校园里,部分家境富裕的学生以穿名牌衣服、拎名牌包包等虚荣的炫耀行为形成了引领炫耀消费的主要力量,这使得一些家庭经济困难却又要“面子”的大学生迈向了网络贷款这个深渊(如案例中小A见同学经常买名牌而羡慕从而使自己陷入网贷)。另外,随处可见的、充满象征符号的商业广告使大学生迷失于符号世界而无法自拔。炫耀消费使大学生沉迷于消费对象所象征的符号和满足自身过分的物欲需求,使得消费原本作为手段,而变成目的,这使得消费并没有实现其真正的价值,也失去了消费的本来意义。大学生经济尚未独立,自控能力较差,过度的符号消费会使他们更虚荣、更迷失。

2.2 攀比消费

攀比消费是在消费过程中倾向于更高的消费,属于非理性盲目消费行为。在大学校园里,部分学生追求高消费、崇尚名牌,认为追求价格高的名牌是一种时尚、一种个性、一种主流价值。使得越来越多的同学看见别人穿戴名牌自己也想要紧跟潮流,追求时髦、彰显身份。这种攀比的不良风气,使大学生在流光溢彩的消费中失去理性、失去自我。如案例中小A周围同学对名牌的追求,使得小A也和周围同学一样买名牌衣服包包、笔记本电脑,说明大学生们对于高价格名牌的执着与追逐,是为了彰显身份、证明地位,体现出大学生的强烈虚荣心。这种现象反映出当前大学生注重表面而非注重内涵的消费心理,体现了大学生消费异化。

2.3 人情消费

人情消费是人与人之间人情往来的消费。通过咨询了解到大学生普遍认为,人情消费是同学之间增进感情必不可少的手段。如同学过生日需要买不能太差的礼物,自己过生日,获奖学金,当选班干部等都会成为请客吃饭的理由。即使这些人情消费并非自愿,却碍于面子,也不得不消费。虽然大学生们在大学生活中是需要维系人际关系的一个群体存在,但这种“为了面子而消费”的过度人情消费已越过礼仪的范畴,带来是社会资源浪费和人情的异化。

3 大学生消费异化原因分析

大学生正处于人生的关键转折期,人生观、世界观、价值观正在形成,由于缺少人生阅历和磨练,消费思想和行为易受到环境的影响,使在思想与消费行为上产生异化。大学生消费观出现异化问题有着多方面的原因,在这里主要从社会大众媒体、学校家庭教育、个体自身等几个

方面进行分析。

3.1 社会大众媒体的误导

当前,我们处于信息爆炸的信息时代,各种文化与信息良莠不齐,辨别力不强的大学生容易受到消极文化的影响,从而盲目攀比,追求功利价值和物质享受。大众媒体是大学生接收信息的重要渠道,具有较高的影响力和说服力,又承担着市场主体宣传者的职责,为追逐更多的经济利益,大众媒体普遍存在重视经济效益而忽略社会责任,甚至存在缺乏道德的社会大众媒体为获取丰厚的商业利润,对大众文化进行误导性的传播。如现实中过多的奢侈品广告,不实的虚假广告,过分的夸大产品功能的广告,很容易误导大学生的消费行为,从而使得大学生作出错误的判断,使陷入消费异化困境。

3.2 学校缺乏消费观的教育

大学培养大学生正确的消费观念是大学教育工作中应该有的,但现实中高校并没有真正重视大学生的消费观教育,一般情况是将大学生的消费观教育纳入大学生思想政治教育范畴中,很少为大学生专门开设以消费、理财教育为主题的课程或讲座。

3.3 家庭缺乏消费观的培育

家庭教育是教育的起点,对大学生消费观的培育有着不可忽视的影响,但现实中家庭教育在子女的消费观培育中没有发挥作用。主要原因在于有些家长缺少消费教育意识,或家长本身不具备对子女消费观理性引导和培育的能力;有些家长迫于生活压力,忙于生计,为弥补对子女的愧疚而拼命地在物质消费上予以补偿;有些家长对子女过于溺爱,尽量满足子女的所有要求,为他们提供超出大学生生活必须的额外经济支持,纵容了大学生的非理性消费。

3.4 个体自身缺乏正确的消费理念

大学生已近成年或已经成年,应具备一定的理性能力和自控能力,应当对自己的消费能力和消费性质有着清醒的认识。但在实际生活中,不少大学生明知家庭经济状况不允许,仍然盲目追求高消费,不惜借贷来满足自己的不理性消费欲望,缺乏正确的消费理念。

4 大学生消费异化措施建议

4.1 社会大众媒体应传播正确的消费观

作为社会媒体要积极宣传党和国家的政策,传播文明健康的消费理念,鼓励合理的消费行为,发挥媒体传播的辐射示范效应,帮助大学生树立正确的消费观。因此,应加强对大众传媒的管理和监督。首先,增强大众媒体的社会责任意识,提高媒体机构和广告商的伦理道德水平,加强社会媒介工作者诚信意识的教育,宣扬正确的消费理念,大力提倡媒体从业

人员的行为自律,积极承担文化责任,主动引导社会舆论。其次,加强对社会大众媒体的监督,建立奖惩制度制约大众媒体的行为,定期检查大众传媒贯彻落实的情况,对表现好的应公开表扬并树立为社会先进榜样,对存在道德缺失的大众传媒给予严厉的惩罚。

4.2 学校应加强大学生的消费观教育

学校要在常规的教育之外加强对大学生消费观与理财观教育,提高大学生对消费本质的认识和消费行为的控制。一方面,学校应开设消费观和理财观相关课程,在课程中老师传授科学的消费理财理念、正确消费态度和消费理财知识、技能的培训。使大学生对消费观等基本概念有系统性的学习和掌握,纠正一些学生消费观中存在的问题,引导学生养成健康的消费习惯。另一方面,学校定期举行与消费理财相关的讲座、在校园显眼位置拉横幅等方式,使在日常生活中加强对学生的思想教育。最后,在思想政治教育中增强大学生对中华民族勤俭节约、艰苦奋斗的消费理念的认同,提升对消极、错误的消费思想观念的抵制能力。

4.3 家庭应加强大学生的消费观培育

家庭教育对大学生消费观有着不可替代的影响作用。父母要引导子女参与家庭理财和消费分析,让他们了解家庭经济来源与经济状况,并根据家庭的实际能力进行适当消费。首先,家长应增强自身的消费知识,提升消费观引导和培育的能力,从而才有能力有针对性的对子女进行教育引导;其次,对大学生子女提出消费要求,不能一味的满足他们所有的要求,以防止形成盲目攀比的消费观念;最后,家长在消费方面应做好正面示范,以身作则。家长要重视培养大学生的理性消费意识,使其养成良好的消费习惯。

4.4 个体自身树立正确的消费理念

首先,大学生要主动学习消费、理财等相关知识,养成理性消费习惯,消费是为了真正满足真实需求,在消费中实现其真正的价值;其次,大学生要坚决抵制炫耀、攀比消费、从众消费;最后,当代大学生在年龄上已成年,要有明辨是非的能力,拒绝一切非法平台的诱惑。

【参考文献】

- [1]魏菁菁.大学生消费异化问题研究[J].经济研究导刊,2018(9):73-74.
- [2]廖涛.大学生消费异化现象研究[J].江西教育,2017(11):15-16.
- [3]易笑.当代大学生消费异化研究[J].社科纵横,2018(6):241-242.

作者简介:

王燕(1983--),女,汉族,重庆市开州人,硕士研究生,教师,研究方向:教学心理学。