

消费主义思潮对高校青年教师的不良影响及对策

林益萍

(华侨大学教育工会, 福建 厦门 361021)

〔摘要〕消费主义作为西方社会思潮的重要组成部分, 极大冲击了我国传统主流价值体系与消费文化。消费主义主张个人的自我满足, 过度强调个人感受性存在, 是一种通过过度消费满足自我需求的价值取向。通过剖析消费主义对高校青年教师的不良影响, 提出了应对策略, 对于优化高校青年教师消费结构, 抵御消费主义对高校青年教师的侵蚀, 引导其形成科学合理的消费行为具有重要的现实意义。

〔关键词〕消费主义思潮; 高校青年教师; 不良影响

〔中图分类号〕G 650 〔文献标识码〕A 〔文章编号〕1671-6493(2018)04-0001-04

消费主义产生于20世纪初的美国, 随后在西欧、日本等发达资本主义国家逐渐蔓延开来, 成为具有一定影响力的社会思潮。时至今日, 消费主义不仅作为一种价值理念指导人们的消费行为, 在文化语境中, 消费主义还是后现代主义嵌入到资本主义经济结构当中的必然结果, 其所蕴含的不只是作为消费主体的经济行为, 更是消费主体以自我需求满足为中心的消费模式的开始, 是一种社会及文化行为。鲍德里亚把消费主义的社会功能等同于韦伯所关注的新教文化, 即作为特定的价值伦理体系构成特定社会制度生产与再生产的特定文化环境, 所不同之处只是由晚期资本主义的奢华、享受与及时行乐的价值与风尚取代了早期的节俭、勤奋和积极价值伦理^[1]。随着生产力水平的提高, 人们的需求亦在提升, 消费主义向传统消费结构提出挑战, 试图解构传统消费理念, 鼓励人们追求欲望, 认为每个人的自由选择也是每个人的自由实现, 这对于青年群体的价值塑造无疑是有害的。高校青年教师在青年群体中具有一定的特殊性, 在工作角色中, 高校青年教师对青年大学生具有影响力与渗透力, 为人师表的社会角色特征赋予高校青年教师更多的责任与使命, 他们的理想信念、价值观念及行为方式将影响高等教育人才培养的质量, 关乎到高等教育“培养什么人”的重大问题。因此, 通过剖析消费主义对当代高校青年教师的不良影响, 有利于

规范其消费行为, 强化高校青年教师队伍建设, 实现青年教师的全面发展。

一 消费主义思潮对当代高校青年教师的不良影响

高校青年教师是青年中的特殊群体, 受社会环境和职业成长经历的共同影响, 高校青年教师既有中间阶级的特质, 又有独立于知识分子的思维方式与精神气质, 高校青年教师与中间阶层同龄人在学识、思维、观念等方面存在明显的差异, 有不同于中间阶层同龄人的消费行为, 以此来获得阶层归属感, 实现身份认同和地位建构, 但传统观念在高校青年教师身上也形成了无法割裂的影响, 其消费方式不可避免地受到了消费主义的不良影响, 主要表现在以下几个方面:

(一) 自我价值认知的困境

高校青年教师作为具有独立精神的个体, 有着创新精神和现实批判能力, 在消费行为上除了满足作为人生理属性的需求, 其消费还具有表达身份、寻求社会认同与尊重、确定阶层属性等性质。由于良好的收入和较高的教育背景, 青年教师虽无中间阶层对消费前沿的敏锐触觉, 但对于消费背后所蕴含的文化表征与个性品质却十分重视, 反映了青年教师群体与其他阶层身份区隔的迫切需要。在此趋势下, 消费逐渐成为区别身份与社会地位的重要方

〔收稿日期〕2018-06-01

〔基金项目〕华侨大学课题“华侨大学教职工文体活动品牌建设研究”(17HJY25)

〔作者简介〕林益萍(1980—), 女, 福建莆田人, 华侨大学教育工会教师, 硕士生, 主要研究方向为青年教师成长与教职工文体活动建设。

式,将人的消费异化为确证人个性存在的方式。消费者使用被赋予了文化意义的消费商品能够表现出不同类别的文化、培养一定的生活价值理念、形成特定的生活方式、建构自我概念,并见证和标记社会的变迁^[2]。青年教师将消费的注意力更多投放于商品背后的符号价值和象征意义,而忽视商品本身的使用价值,在此基础上所产生不加节制的消费也就是被制造出来“虚假需求”的消费。消费方式与这个阶层的属性息息相关,人们通过消费来获得确证自己对本阶层地位、身份、和角色方面的认同。当青年教师消费偏离正常需求时,将导致的后果是青年教师越来越易受商业资本和大众传媒的影响,将物质占有作为个人价值体现方式,忽视自我真实需求,过度标榜自己,易造成自我价值认同混乱。

(二) 符号消费支配的困境

在消费主义文化的环境里,商品除了具有使用价值外,还被使用主体赋予一定的社会表征,也就是商品的“符号价值”。商品的“符号价值”使得消费不仅是经济行为,更作为一种社会行为,消费者购买商品后不仅可获得商品的使用价值,商品背后所蕴含的表征也为消费者带来某种附加的价值,兼具现实需求和符号价值。高校青年教师的工资收入与其工作年份与职业发展相关,刚入职的青年教师,工资收入往往偏低,加之处于适婚年龄,结婚成家的压力给青年教师带来不小的经济压力。消费能力和消费方式的匹配是平衡消费的重要因素,高校青年教师虽具备一定的消费能力,但是其还处于职业的起步时期与人生的积累阶段,单纯追求商品的符号价值的消费显然具有不科学性与非现实性。消费主义带来的不良影响实质上将颠倒人与商品的关系,已然背离了消费活动的本质。马尔库塞认为,在消费主义文化中人与商品的关系完全颠倒了,不是商品满足人的需要而存在,而是人为了使商品得到消费而存在,最终的结果是使现代人变成一种缺乏批判意识和批判能力的“单向度”的人^[3]。表面上,青年教师用劳动所得购买商品,实质上是购买区别于中等阶层内部的认同感和归属感,不再为了需求而购买,而为了商品所带来的“符号价值”,以此确证此群体的独特性与优越性,使得消费异化,这在很大程度上影响青年教师的消费观念。

(三) 功利选择的困境

功利选择与道德选择是两个最普遍的价值取向,这对关系也不可避免在高校青年教师有所体

现。消费主义主张买商品的目的不仅是获得商品的使用价值,更强调商品本身的深层含义带来声誉与影响,这种消费行为带来的差别使得作为消费主体的人比较倾向支付更多的钱以获得这种差别感带来的优越性。“消费本身是由他者引导的社会行为,模仿和竞争是促进消费的潜在动因,阶层地位较高的人为了保持自己的阶层优越感,需要不断创新出新的时尚消费模式,而较低阶层地位的人则保持高度的紧张感,马不停蹄的追逐时尚消费,以便有机会提高自己的阶层等级。”^[4]在此情况下,受到消费主义影响的青年教师不得不通过各种努力获得更多的财富,以确保自己所处群体中的优越地位,这不免出现功利化的倾向。在现代中国大学的体制内,除了各自本职工作,行政事务、科研成果、绩效考核往往使青年教师不堪重负,即使想保持“独立之精神,自由之思想”的品格,但各种管理办法与标准早已使得青年教师工作不再纯粹。在学术链条中的低端位置与对高品质生活的期许,青年教师功利化倾向似乎被看做是可以理解的现象,但这种功利化并不与教师的付出与奉献的职业特质相符合,过分功利化所导致打破原则与规则的行为易于滋长学术腐败等行为,产生消极影响。

二 消费主义思潮对当代高校青年教师产生不良影响的重要因素

消费主义语境下的消费被定义为自我表达与身份认同的社会行为,消费不是为了获得具有使用价值商品,更为获得商品背后的符号象征意义。消费主义思潮对当代高校青年教师产生不良影响的原因受到多方面因素的影响,既有青年群体共性与青年教师队伍的个性相统一的因素,又制约于这个时代的发展。市场经济发展模式转型致使消费结构由“传统型”向“现代型”过渡,在此背景下,观念意识的偏差、大众传媒的诱导、高校环境的牵制都成为消费主义思潮对当代高校青年教师产生不良影响的重要因素。

(一) 自我身份的认同与主体的价值选择

德拉布尔认为组成社群的理想个体应该是关注自我、努力追求身份认同的个体。高校青年教师对自我身份的认同区别于普通中层阶级,展现中层阶级中知识分子的群体特质。高校青年教师具有良好的知识背景,虽人生阅历尚浅,但多年的读书经验累积也决定了青年教师的人生眼界与境界比中层阶

级更高，其消费行为不仅是经济行为，更是表达自我价值的社会行为。这种对自我身份的认同构成消费社会行为的重要因素，高校青年教师通过消费获取商品符号价值相关的象征意涵，不再同“小资”划上等号，认为自己更能够理解商品背后的文化内涵，这种文化内涵能够在某种程度上表现自身的价值诉求。因此，在消费主义的影响下，高校青年教师的消费行为是基于对自我身份认同的基础上的主体价值选择。消费主义泛滥导致社会价值观念变迁，青年教师满足于个人的社会地位的自我认同，其消费行为遵从主体的价值选择。消费主义思潮对高校青年教师产生不良影响重要因素是青年教师自我身份认同的危机与价值选择的偏差，并不全然表现在其消费行为中。然而，当下中国高校教师收入的实际表明青年教师虽具有一定的消费能力，但其收入与消费的能力也表现出无力感。因此，应对消费主义思潮实质是为高校青年教师走出认同危机，塑造科学价值观。

（二）观念意识的转变与大众传播的诱导

相比中层阶级，高校青年教师消费观念趋于理性，有着与众不同的消费特征和消费文化，对于炫耀性与奢侈性消费保留更多的思考。在某种程度上，高校青年教师还留存中国传统消费“实用、节制”等观念的印记，但对于生活品质却表现出另一番要求，相比物质资料更在乎精神内容的满足。这种观念意识的转变是社会变迁的必然结果，即由生存必需型消费转向享受发展型消费，高校青年教师享受发展型消费强调自我价值实现与精神愉悦，这也是消费主义的价值观念和生活方式受到部分高校青年教师青睐的重要原因，也与大众传播的诱导密不可分。大众传播并不直接对人们的消费行为产生影响，而是通过各种显性、隐性的方式影响人们的消费观念，激发人消费的需求与欲望。大众传媒以新颖、便捷、迅速的方式将商品的价值与品牌的文化潜移默化地传播给受众，输出本商品的价值理念，进而改变消费者的消费观念。在消费主义语境下，大众传媒不只是传播商品，更是传递理念，迫使人们主动更新消费观念。高校青年教师普遍的媒介素养相对较高，并不会完全受到大众传播的影响跟风盲目消费，他们有通过消费获得自我定位和身份认同的欲望，大众传播导向作用也就此凸显。

（三）理想信念的偏差与高校环境的牵制

市场经济的发展重构原有的价值体系，全球化

更使各种社会思潮涌动，青年教师是高校教师队伍最活跃的群体，他们易于接受新鲜事物，对于工作与职业发展有自己的看法，但缺少经历和磨炼，对待某些问题某些现象缺乏理性思考，缺乏长远的眼光与大局意识，在理想信念方面易出现偏差，产生动摇。在消费主义盛行的当下，工具理性凸显，部分高校教师的理想信念问题变得尤为明显，政治信仰迷茫、理想信念偏差、功利化倾向、责任与奉献精神淡化都对青年教师个人成长与职业发展产生不良影响。此外，随着教育系统改革与教师管理制度的完善，在高校青年教师的工作环境中难免出现绩效主义与功利主义，以课题与项目为衡量职业发展的标准，过度强调个人理想与价值实现，忽视作为教师本身的职责。缺少信仰支撑易导致青年教师陷入自我认同危机，他们将追求物质满足为最终的价值目标，将教师职业作为生存的手段。消费主义放大大人对物质的渴望，并在环境的催化下，解构原本的道德框架，逐渐丧失对职业认同。

三 应对消费主义思潮对高校青年教师不良影响的对策

马克思在《〈政治经济学批判〉导言》中阐述生产和消费的关系时指出：“消费在观念上提出生产的对象，作为内心的意象、作为需要、作为动力和目的。消费创造出还是在主观形式上的生产对象。没有需要就没有生产，而消费则把需要再生产出来。”^[5]一切生产的最终目的都是为了消费，需求是推动生产力发展的重要力量，其蕴含着作为消费主体的人民对美好生活的向往。然而，消费主义将消费的工具合理性和生存的目的性关系全然颠倒，使消费背离实际需要。高校青年教师承担着教书育人的神圣职责，是塑造青年学生价值观的引导者。消费主义广泛渗透的当下，加强对高校青年教师的消费价值观教育，使他们树立起健康科学的消费价值观念，更好承担学生成长指导者和引路人，从而成为促进社会经济发展、引领先进文化的重要力量。

（一）青年教师应加强自我教育的本领

消费主义不以实际消费结果为目的，而是通过消费传递价值理念，使消费者在无形中认可这样的消费观念。因此，应对消费主义产生的不良影响，高校青年教师要加强自我教育，培养批判能力，具备反思精神。首先，要加强理想信念教育，消费主

义的负面影响容易导致高校师生产生利己主义、拜金主义、享乐主义的不良思想,从而导致高校青年教师缺乏理想信念。高校青年教师的理想信念应站在为国家与民族培育社会主义合格建设者和可靠接班人的高度上,肩负起教书育人的使命,不以物质满足为人生价值追求,科学看待个人理想与社会理想的关系,正确处理个人利益与集体利益的关系,自觉树立社会主义核心价值观,坚决抵制消费主义带来的负面影响。其次,树立科学消费观念。党的十九大报告中指出:中国特色社会主义进入新时代,我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。表明当前我国经济发展已取得一定成绩,但发展的不平衡不充分问题凸显。以新发展理念引领社会经济发展,必须坚定不移贯彻创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念。在消费领域中,高校青年教师应把科学的消费价值观作为自己的行动指南,坚持绿色消费、适度消费、可持续消费,将科学的消费价值内化为自身的行为规范,自觉抵制消费主义的不良侵害。

(二) 完善青年教师发展制度

高校环境的场域对于青年教师的成长具有重要的影响,若说消费主义是从外部对青年教师的思想进行异变,那么高校环境的场域则为青年教师内部异变提供了土壤。高校环境对青年教师的成长具有基础性作用,除了物理特质的基础环境外,其校园文化暗喻的氛围在一定程度上影响青年教师思想观念、行为方式。由于高校和科研机构大多以科研成果为评价教师的标准,在某种程度上滋养功利主义,青年教师是高校发展的重要力量,完善青年教师发展制度,一方面为青年教师的发展提供平台,高校应该从制度上为青年教师发展创造更加有利的制度环境,培养青年教师的责任心与使命感,创建激励机制激发青年教师的活力与创造力;另一方面,完善青年教师发展制度具有引导作用和缓解的作用,为教师发展指引发展方向,能够较为全面的把控教师的思想动态,及时纠正不合理的思想。完善青年教师发展制度的关键是要深化教师管理综合改革,健全教师评聘制度,建立科学合理的人才选拔机制,正确处理教学、行政、科研的关系。强化青年教师的政治信念,明确教师立德树人的职责,构建教师职业价值理念,将重过程与重结果的原则

相统一,淡化青年教师功利思想。

(三) 积极关注青年知识分子成长

经济领域发展带来的整个社会的转型,处于中层阶级的高校青年教师的社会压力增大却缺少释放空间,在精神上易产生无助、空虚、安全感缺乏的情况下,消费在一定程度上具有安抚人心的作用。然而,依靠消费作为确认主体价值存在的本身就具有不现实性。雷蒙·阿隆曾说:“哲学可以说是手段与目的、相对性与真理的对话。如果它因为支持某个极端而中止对话,它也就否认了它自己。两方具有相互矛盾的连带性,是思考的人的特点。它拒绝牺牲其中任何一方,也就是在忠于自身及忠于其社会责任。”^[6]高校青年教师作为中层阶级中的积极力量,具有良好的社会示范与价值引领功能,如何正确看待高校青年教师发挥其引领社会风尚的重要作用,使其肩负起应有的社会责任,成为大众亟需解决的重要问题。首先,社会应形成尊重知识分子氛围,充分尊重高校青年的主体地位,积极关注高校青年教师成长,使其获得社会尊重与社会认可,得到本群体的内部归属感,建构自身社会认同、职业认同、角色认同。其次,整个社会应形成青年知识分子社会监督机制,高校青年教师是精神文明的创造者,具有拓展科学领域、推动社会文明的重要作用,科学的社会监督机制能增进青年教师身份认同,更加清晰认识到身正为范的重要意义,加强行为约束力,在职业领域中发挥高校青年教师引导青年学生成长、丰富社会主义先进文化的作用。

消费主义的产生是社会历史发展过程中不可避免的产物,马克思将人的发展形态分成人的依赖、物的依赖、人的自由全面发展三个阶段,我国社会正处于以物的依赖为主的发展阶段,这种依赖已然超越仅仅维持生存的需求。然而,我们应该清晰地认识到,对物的依赖作为过程而存在,最终也将成为历史,人的发展的最终归宿是要实现“自由而全面的发展”,需警惕物质主义与消费主义的盛行与泛滥。应大力强化高校青年教师的消费行为与责任,使高校青年教师充分认识到树立正确消费价值观的重要意义,引导青年教师用对社会的贡献来建构自身的身份并从中获得认同感与归属感,明确为人师表的重要使命,增强高校青年教师的社会责任感,发挥知识分子的积极力量。

(下转第65页)

Speciality-related Ideological Problems of Engineering Students at Local Colleges and Universities, Their Psychological Causes and Solutions

ZHUANG Xiao-dong
(Information Engineering College, Jimei University, Xiamen 361021, China)

Abstract: Speciality-related ideological problems of engineering students at local colleges and universities are one of the key factors affecting the quality of engineering talents training. The ideological problems common to engineering students are inadequate motivation for learning, heavy learning stress and too many speciality-related perplexities, and the psychological factors for these problems are mainly the society, school, family and individual. However, from the perspective of management of colleges and universities, it is necessary to come up with solutions, including strengthening students' career planning, deepening education and teaching reforms, strengthening new engineering education, and offering humanistic care and psychological guidance.

Key words: education management; speciality-related ideological problem; psychological cause; measure analysis

.....

(上接第 4 页)

[参考文献]

[1] 让·鲍德里亚. 消费社会 [M]. 南京: 南京大学出版社, 2001: 125.

[2] 陈坤宏. 消费文化理论 [M]. 台北: 杨智文化事业股份有限出版, 1996: 13-18.

[3] 马尔库塞. 单向度的人 [M]. 重庆: 重庆出版社, 1988: 140.

[4] 王建平. 中国城市中间阶层消费行为 [M]. 北京: 中国大百科全书出版社, 2007: 75.

[5] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯选集: 第 2 卷 [M]. 北京: 人民出版社, 1972: 94.

[6] 孙春晨. 符号消费与身份伦理 [J]. 道德与文明, 2008 (1): 7-10.

(责任编辑: 上官林武)

On the Negative Influence of Western Consumerism on Young Teachers in Universities and Its Countermeasures

LIN Yi-ping
(Education Labor Union, Huaqiao University, Xiamen 361021, China)

Abstract: Consumerism, as an important part of western social thoughts, has greatly impacted our traditional mainstream value system and consumption culture. Consumerism advocates the personal satisfaction of individuals and overemphasizes the existence of personal feelings, which is a value orientation that satisfies self-demand through excessive consumption. Analyzing the negative influence of consumerism on contemporary young university teachers and offering the coping strategies have important practical significance in optimizing the consumption structure of young university teachers, helping them to resist the erosion of consumerism, and guiding them to form scientific and rational consumption behavior.

Key words: consumerism; young university teachers; negative influence