

网络符号消费主义影响下大学生精神生活透视与路径重塑

沈佩翔¹, 厉杰²

(1. 东华大学 马克思主义学院, 上海 201620; 2. 上海财经大学 马克思主义学院, 上海 200433)

[摘要] 在资本逻辑与数智技术双重驱动下, 网络符号消费主义通过符号价值操控、算法精准推送、情感绑定营销等机制深度渗透大学生精神生活, 其核心特征表现为符号崇拜替代实质需求、虚拟认同消解现实价值、流量逻辑主导消费选择、符号能指崇拜扭曲价值认知, 大学生精神生活陷入理想信念稀释的虚幻化、价值标准物质化的功利化、崇高追求消解的媚俗化、认知批判弱化的浅表化四重危机。追溯危机根源, 一是大学生对符号消费的资本运作逻辑与意识形态本质解码失灵, 陷入认知迷障; 二是高校思政教育的批判话语滞后, 难以形成有效引导; 三是教育媒介对符号消费渗透的防御机制不力, 传播效能不足; 四是教育环境对符号消费蔓延的治理生态缺失, 多方协同尚未形成合力。需构建“价值引领—渠道搭建—资源供给—制度保障”的系统性纠偏体系, 通过马克思主义理论引领符号祛魅、技术赋能构建精准沟通引导渠道、打造多元化精神滋养载体、完善多方协同联动的制度保障体系, 夯实大学生精神生活的价值根基, 助力其精神生活健康丰盈发展。

[关键词] 网络符号消费主义; 大学生; 精神生活; 引导策略

doi: 10. 3969/j. issn. 1673-9477. 2026. 02. 006

[中图分类号] G641

[文献标识码] A

[文章编号] 1673-9477(2026)02-0049-10

在数智技术与资本逻辑双重驱动下, 网络符号消费已成为大学生群体广泛参与的新兴消费形态。所谓网络符号消费主义, 是指数智时代在资本逻辑操控下, 借助商品的符号价值诱导消费者盲目追逐物质的符号意义, 从而在欲望膨胀中迷失理性的一种社会意识与文化思潮。^[1]从盲盒消费中的“隐藏款”追逐, 到限量款球鞋的“炒鞋”现象, 再到网红直播带货中的“为情怀买单”, 无不体现商品的符号价值对使用价值的僭越。网络符号消费主义的核心本质是资本对大学生精神需求的工具化利用, 将人的价值追求简化为符号消费能力, 将社交关系转化为符号交换关系。网络符号消费主义蔓延并渗透校园生活, 不仅扭曲大学生的消费观念, 更对大学生理想信念、价值认知、精神追求产生系统性、深层次的负面影响, 直接侵蚀新时代大学生的精神生活根基。

2022年4月, 习近平总书记在中国人民大学考察时强调: “青年作为引风气之先的社会力量, 价值追求和精神状态如何, 在很大程度上决定着国家和民族走向。”^{[2]242}可见, 大学生的精神生活状况, 不仅事关个人发展, 更事关国家和民族的前途命运。因此, 深入剖析网络符号消费主义对大学生价值认知、理想信念与精神追求的多维影响, 系统探究其生成根

源, 具有重要的理论价值与现实意义。本文立足于马克思主义批判理论视角, 从大学生、教育主体、教育媒介与教育环境四个维度展开本质检视与根源追溯, 进而探索构建“价值引领—渠道搭建—资源供给—制度保障”的系统性纠偏路径, 以期引导大学生健康成长、促进精神生活丰盈发展提供学理支撑与实践参考。

一、网络符号消费主义影响下大学生精神生活的危机审视

精神生活是个体为实现意义构建与价值认同开展的精神活动总和, 其充盈程度是大学生精神状态的核心标尺。网络符号消费主义通过符号操控、情感绑定等独特机制, 对大学生精神生活产生全方位冲击, 呈现出鲜明的危机特征。

(一) 符号虚拟性消解理想信念, 大学生精神生活趋向虚幻化

作为网络空间特有的现象, 网络符号消费主义与传统消费主义、西方网络意识形态有本质区别。它并非单纯的物质消费行为, 也非泛化的意识形态渗透, 而是资本逻辑与网络技术结合的产物。它通过赋予商品特定的符号意义, 诱导人们在虚拟场景

[投稿日期] 2025-10-16

[基金项目] 教育部青年基金项目(编号: 24YJC710062)

[作者简介] 沈佩翔(1991—), 女, 浙江海盐人, 博士, 讲师, 研究方向: 马克思主义与当代社会思潮。

中追逐符号价值、满足身份认同,最终陷入非理性消费的陷阱。这种独特的消费模式正以隐蔽的方式侵蚀大学生的精神世界,首当其冲是政治意识的弱化与精神生活的虚幻化。网络符号消费主义对大学生精神生活的虚幻化冲击,核心体现在网络符号构建的虚拟认同替代现实价值追求,典型表现在大学生将“拥有同款符号商品”等同于身份平等、用圈层消费认同消解家国责任与集体担当,导致大学生理想信念空转、精神世界脱离现实根基的严重后果。

从运作逻辑来看,网络符号消费主义虽然未直接将西方普世价值作为显性营销内核,但是在资本逐利驱动下,通过价值偷换、语境嫁接、场景嵌入,妄图隐性渗透西方个人主义、功利主义。首先,资本对“自由”“平等”等核心概念进行去政治化、去历史化处理,剥离其原本的意识形态内涵,将其简化为感性情感符号。如将“自由”转化为“摆脱束缚、即时满足”,将“平等”窄化为“拥有同款即身份平等”。其次,通过网络广告、社交“种草”、关键意见领袖(Opinion Leader)背书等形式,将这些重构符号与商品深度绑定。“广泛普及的互联网全方位放大身份虚假平等的幻影”^[3],试图让大学生沉迷于“同款即平等”的形式主义陷阱,致使其逐渐淡化对现实政治、社会问题的关注,其家国责任、集体担当的认知也被侵蚀,精神世界中相关价值维度持续萎缩,陷入重个人消费、轻社会关怀的困境。

符号崇拜替代实质需求的深层根源,是将消费主义作为资本主义意识形态的核心传播策略,与资本主义全球扩张逻辑深度同构。网络符号消费主义是资本实现增殖的思想工具,为化解生产过剩与利润最大化的矛盾,通过符号将人从“生产主体”异化为“消费主体”。其具体通过三重机制运作。一是符号价值锚定。剥离“尊严”“成功”的精神内核,将其与商品符号绑定,让大学生形成价值由符号占有量决定的思维。二是符号欲望制造。针对身份焦虑、圈层需求打造“限定款”“联名款”,将资本需求包装成个体必需。三是符号意识形态嫁接。将自由、平等歪曲为“消费自由”“同款即平等”,渗透个人主义、功利主义。

值得警惕的是,网络符号消费主义通过构建“符号崇拜—自我认同—价值绑定”的逻辑闭环,在潜移默化中侵蚀大学生的精神认知体系,间接削弱了其共产主义理想信念的内化根基。共产主义理想信念的核心要义在于超越个人私利,引导个体为共同的社会理想而奋斗,而网络符号消费主义恰恰将价值追求锁定在个人化、物质化的符号满足上。在网络

消费文化的裹挟下,“物的使用价值重要性降低,而时尚价值等符号价值地位陡升”^{[4]23},大学生的消费选择逐渐偏离实用本质,转而痴迷于商品附加的潮流标识、社交属性等符号价值,为获取限量款标识透支消费,为融入圈层持续购买非必需品,甚至将符号消费作为自我认同的唯一支柱。根据笔者对上海某高校校园论坛消费话题的调查,近60%的相关讨论聚焦“限量款抢购”“圈层同款分享”,而涉及“社会责任”“理想追求”的内容占比不足10%。当对物质符号抱有的执念占据精神生活的主导地位时,大学生原本应有的使命意识、社会责任感被消费主义的浮躁氛围稀释。长此以往,大学生的精神世界陷入“重符号轻实质、重个人轻集体”的虚幻境地,大学生个人价值与社会理想严重割裂,将会沦为网络符号消费主义操控下的精神空心人。

(二)符号能指崇拜扭曲价值认知,大学生精神生活趋向功利化

网络符号消费主义引发的功利化危机,主要表现为符号能指崇拜导致大学生价值衡量标准趋向物质化、交换化,其核心本质是部分大学生将符号占有量作为个人价值的核心评判标准,将流量符号、稀缺标识等同于自我实现,进而弱化集体主义认同与劳动创造价值的认知。大学生群体作为推进中华民族伟大复兴征程中的关键力量,其精神世界理应以集体主义价值体系与劳动实践为核心导向。然而,网络空间中符号消费主义衍生的符号能指崇拜现象,正通过认知解构机制,致使部分青年学子的精神价值取向呈现出功利化嬗变态势。

从理论内核来看,符号能指并非仅为语音、字形的物质载体,其深层逻辑还需结合索绪尔与拉康的理论体系完整阐释。索绪尔指出:“能指对它所表示的观念来说,看来是自由选择的,相反,对使用它的语言社会来说,却不是自由的。”^{[5]107}他进一步阐明,符号的价值,即能指与所指联结后产生的意义并非固定不变,它会因系统中其他符号价值的变化而发生改变^{[5]167}。这表明,能指与所指之间并非简单的对应关系,而是基于社会约定并在系统中动态生成的。这一关联在网络消费场景中被资本力量深度重构,例如,“限量款虚拟皮肤”“小众文化标签”等网络能指,经由算法推荐与社群互动,被系统性地赋予“潮流身份”“圈层归属”的所指意义。《光明日报》报道了大学生潮流化消费,《三毛流浪记》《故宫六百年》等书籍在直播平台“云首发”吸引众多大学生粉丝,《长安十二时辰》等“潮剧”吸引大量大学生线

上付费观看。^[6]这些现象表明,网络符号文化正通过符号意义的建构,将文化消费转化为身份认同实践。如果说索绪尔揭示了符号的社会建构性,那么拉康的精神分析理论则进一步挖掘符号的欲望属性。电影理论家克里斯蒂安·麦茨在拉康理论的基础上指出:“符号的意义恰恰源于所指对象的不在场——正是由于客体的缺席,符号才成为欲望投射的载体。”^{[7]13}当大学生熬夜抢购“游戏限定皮肤”、刻意在社交平台标注“小众亚文化标签”时,其本质是将对“独特自我”“圈层认同”的欲望投射到这些网络符号上,使符号脱离实用功能,成为欲望的载体。此时能指不再是单纯的网络标识,而是被赋予“身份等级”“价值证明”的功利性意义。

这种对符号能指的深层崇拜,首先会弱化大学生的集体主义认同,拆解集体意识的精神纽带。大学生正处于身份认同建构的关键期,认知层面容易被符号承载的个性化、功利化意义裹挟,进而将“符号占有”作为区分自我与他人的核心标尺,通过“联名款电竞外设”“虚拟社群等级头衔”等网络符号区隔他人,以“拥有稀缺网络符号”证明其自身价值,这种身份建构模式本质是原子化选择,使“集体利益优先”的价值导向让位于“符号利益至上”的功利思维,精神生活陷入“唯符号论”误区。其次还为大学生理解马克思劳动价值论设置认知障碍。马克思强调“劳动是价值的唯一源泉”,商品价值由社会必要劳动时间决定,但符号能指崇拜所构建的异质价值体系,在一定程度上割裂了价值认知与劳动本质的关联。一套成本极低的虚拟皮肤,因“明星联名”“限定发售”的能指符号被炒至数百元,价值看似源于符号象征而非数字生产劳动;“流量变现”“人设打赏”等网络模式更模糊生产与消费界限,让部分大学生误以为“拥有流量符号”“打造人设能指”就是价值实现,忽视背后内容创作、平台技术维护等真实劳动过程。这种认知偏差导致部分学生沉溺于虚假价值的获得,丧失在专业学习、线下社会实践等劳动中创造价值的动力,进一步加剧精神生活的功利化倾向。

(三) 娱乐至上侵蚀精神追求,大学生精神生活趋向媚俗化

网络符号消费主义导致的媚俗化危机,核心在于符号叠加娱乐的双重绑定使大学生的崇高精神追求被日常消费娱乐替代,具体表现为部分大学生将“及时行乐”作为人生信条,将消费快感等同于精神满足。社会主义核心价值观等崇高理念因缺乏娱乐

化包装而被边缘化。网络符号消费主义所鼓吹的“娱乐至上”,并非泛化的娱乐文化潮流,而是资本通过网络技术将商品符号化、消费过程娱乐化的特定意识形态。其本质是用符号包裹消费诉求,以娱乐快感消解精神追求,这种独特的侵蚀性趋势正让大学生的精神生活偏离高尚轨道,趋于媚俗化和浅表化。

网络符号消费主义构建的娱乐化消费闭环,正持续冲击社会主义核心价值观在大学生群体中的传播效度与认同深度。其具体运作路径并非简单的娱乐传播,而是将商品转化为承载娱乐属性的符号,再通过网络平台的算法推荐、社交裂变,让消费行为成为娱乐生活的核心环节。电商平台将购物节包装成集游戏互动、明星直播、限量抢购于一体的娱乐盛宴,用“秒杀”“拼单”等符号化玩法制造紧张感与趣味性,吸引大学生沉浸其中,在即时快感中被重塑消费习惯;更关键的是,大学生在娱乐化消费中生成的浏览记录、分享行为、评价内容,都被转化为数据资产。平台通过分析这些数据精准加强符号化广告渗透,让“消费即娱乐”的逻辑深度植入其认知。部分大学生还通过社交媒体分享符号化消费成果,如晒联名款商品、打卡网红消费场景,将个人消费转化为圈层娱乐的社交货币,进一步扩散“娱乐至上”的消费理念。《人民日报》(海外版)报道了大学生消费状况呈分层趋势:每月花销在1000元以下的受访大学生占12.2%;1000—2000元的占64.9%;2000—5000元的占19.6%;5000元以上的占3.3%。^[8]正值价值观形塑关键期的大学生,其认知辨别力尚未成熟,在这种“娱乐+符号”的双重裹挟下,极易将消费行为等同于精神满足,沉迷于即时感官刺激与商业性体验,而社会主义核心价值观所倡导的爱国主义、艰苦奋斗等崇高精神,则因缺乏娱乐化的符号包装而显得“枯燥”,大学生的精神追求逐渐被媚俗化的消费娱乐所占据。

网络符号消费主义营造的“娱乐化”物欲氛围,正悄然扭曲大学生的世界观与人生观,使其精神追求陷入媚俗化的漩涡。为实现商品变现,资本将符号消费包装成美好生活的娱乐表达,通过网络技术精准捕捉大学生的心理需求,例如,平台抓取其搜索记录、消费偏好,定向投放附着娱乐符号的商品广告,如明星同款、IP联名等,将物欲满足包装成“追求快乐”的正当途径,催生永无止境的消费欲望。更有甚者,电商平台动用“网络水军”制造虚假热度,用夸张的娱乐化营销迎合猎奇心理,再通过分期免息、限时限量等策略降低消费门槛,诱导大学生冲动消

费。这种消费模式的本质,是用浅表化的娱乐快感替代深层次的精神成长,大学生在追逐符号化娱乐消费的过程中,短暂的快感背后是理性判断能力与批判精神的丧失,文化品位在“消费即娱乐”的氛围中逐渐走低。在“及时行乐”的符号消费逻辑主导下,大学生的人生目标逐渐偏离正轨,愈发看重物质享受与消费能力带来的世俗地位,将个人价值与符号消费能力直接绑定,却忽视了个人成长的本质意义,以及对社会的贡献与责任担当。久而久之,他们在被娱乐化符号包裹的物质崇拜中,模糊了人生的真正航向,精神生活彻底陷入媚俗化的困境,难以实现心灵自由与精神富裕的至高追求。

(四)拟态景观固化认知边界,大学生精神生活趋向浅表化

网络符号消费主义引发的浅表化危机,核心特征是其构建的拟态景观固化了大学生的认知边界,导致部分大学生认知深度缺失、思维批判性丧失。典型表现为大学生沉迷于虚拟符号满足、逃避现实挑战,对符号消费的资本运作逻辑缺乏深度思考,批判性思维被流量逻辑与算法推送消解。网络符号消费主义精心编织的拟态景观,并非泛化的网络虚拟场景,而是资本通过符号编码构建的、以消费为核心的虚拟认知环境,其本质是用符号价值替代真实体验、用消费逻辑主导精神生活。这种独特的景观正悄然导致部分大学生精神目标偏离、精神生活趋向单一化和表面化。与传统虚拟景观不同,网络符号消费主义塑造的拟态世界中所有符号都被赋予了可消费的商业属性,看似丰富多元的符号表象下,实则暗藏着同质化的消费引导,这与单纯的网络意识形态渗透有着本质区别。

网络符号消费主义构建的景观社会,正深度诱导大学生形成对消费符号的全面依赖,这种依赖已渗透到社交与自我认知的核心层面。其运作逻辑并非简单的符号传播,而是将商品转化为承载特定身份、情感与圈层意义的消费符号,再通过算法推荐、社交裂变等网络技术,让这些符号成为社交互动与自我认同的核心媒介。大学生对这类消费符号的依赖体现在社交全场景,例如“表情包”不再是单纯的情绪载体,而是植入了品牌符号的消费暗示;生活碎片的“展示窗”里,充斥着联名款、限量款等符号化商品的“打卡”分享,高频次用消费符号传递态度、划分圈层,成为其社交常态。同时,消费符号也是他们建构自我的核心工具,用潮牌符号圈定潮流圈层,借小众IP标注个性坐标,将物质消费异化为文化意义与

身份价值的争夺。人民网2025年9月9日转载的《2025闲鱼潮玩消费洞察报告》显示,2025年闲鱼平台月均潮玩消费人数同比增长43.4%,人均单次潮玩消费金额达218元。潮玩作为典型的情绪消费,正从小众圈层向大众消费加速渗透,成为年轻人的“社交货币”^[9]。当消费符号洪流模糊虚实边界,大学生极易将符号消费带来的虚拟认同误认为真实自我价值,进而陷入精神依赖的闭环,靠符号消费获得短暂的圈层归属感、愉悦感消退后又被身份焦虑反噬,不得不再次投入新的符号消费寻求慰藉,在循环中逐渐丧失对真实自我与现实生活的感知力。

网络符号消费主义正以“拟态满足”的方式侵蚀部分大学生的精神世界,将其禁锢于符号消费的认知牢笼,削弱其奋进动力与成长潜能。这类拟态景观的核心陷阱,在于用虚拟的符号满足替代真实的精神成长。网络符号消费产品虽能提供即时的精神欢愉,暂时缓解现实压力,却通过固化认知边界,让大学生陷入“舒适区”难以自拔。伴随中国经济腾飞,“新的经济自由使数亿中国人过上了富裕的生活”^[10],大学生群体虽无独立收入,却在家庭支持下“拥有”宽裕的娱乐消费能力,且缺乏成熟的消费理性,成为符号消费的易感人群。他们追逐的明星同款、热门IP联名款,其价值早已超出实用功能,其核心吸引力在于附着的符号意义,即便溢价他们也甘愿买单;更有甚者,耗费巨量时间精力打造堆满消费符号的网络虚拟形象,以换取虚拟世界的认同感。这种沉迷并非单纯的虚拟社交依赖,而是被符号消费逻辑绑架的精神异化。当大学生将虚拟景观中的符号满足置于首位,便会忽视现实中的社交联结、责任担当与全面发展,进而逃避现实挑战、消磨奋进意志、弱化辩证思考能力。网络符号消费主义所营造的拟态景观,本质是用浅表化的符号愉悦替代深层次的精神追求,最终成为禁锢青年认知边界、阻碍人格健全发展的无形牢笼。

二、网络符号消费主义影响下大学生精神生活危机的本质检视与根源追溯

在网络符号消费的过程中,大学生的精神生活会遭受多方面的复杂影响,而这些影响是多重因素通过符号互动、资本渗透与文化建构的协同机制共同驱动的结果。基于此,本文以马克思主义批判理论为分析工具,从大学生、教育主体、教育媒介以及教育环境四个维度进行深入探究,通过厘清危机本质、深挖核心根源,为提出应对策略明确具体方向。

(一) 认知遮蔽:大学生对网络符号消费逻辑的解码失灵

网络符号消费主义以符号价值的商品化生产为核心,依托网络平台渗入大学生群体之中,对其消费观念、生活方式及价值观形成系统性遮蔽。对于心理年龄未臻成熟、批判性思维尚薄弱的大学生而言,他们不仅难以看清符号消费的运行逻辑,如物质的符号化转换、商品符号价值的生成机制,更无法察觉其背后的意识形态渗透本质。资本通过符号叙事将人从“劳动主体”异化为“消费客体”,以符号崇拜替代价值追求。

一方面,大学生在符号崇拜驱动下的身份展演中陷入认知迷失。大学生对潮流符号的非理性追逐,看似是数字化生存中的身份建构行为,实则是身份建构的异化表现。这一过程清晰呈现了商品拜物教理论与符号互动理论的交叉特征,既体现自我认同依赖符号反馈的社交属性,更暴露出将符号价值等同于人的本质价值的拜物教倾向。大学生尚处于经济独立性缺失与价值体系尚未稳固的成长阶段,这一阶段性特质成为其被符号消费诱导的核心根源,使其更易被网络推送的符号化消费模式诱导。这种消费行为本质是戈夫曼所指的“角色展演”,即向他人传递理想化的自我形象。正如戈夫曼所言,表演者总是“想以不同方式给观众造成某种理想化印象”^{[11]29},而“一旦人们获得了恰当的符号装备并能驾轻就熟”“就能以一种有利的社会方式来运用这种装备,使自己的日常表演得以美化和彰显”^{[11]30}。当年轻人被品牌营造的“高级感”和外国流行文化(如韩流、日漫、欧美潮牌)所影响,并试图通过消费这些文化符号来获得群体认同时,他们本来是想“做自己”,结果却变成了“被商品牵着走”。例如,为融入粉丝圈层省吃俭用购买明星周边、为彰显潮流态度透支消费联名款球鞋,或是沉迷盲盒收藏,将“隐藏款”符号等同于运气与品味的双重证明,盲目追逐限量款、明星同款等象征性商品。最终,他们在“成为符号”的过程中彻底遗忘消费的本质目的,陷入自我物化的认知陷阱。

另一方面,海量碎片信息持续窄化大学生对网络符号消费主义的批判视野。大学生虽能快速适应消费方式变革,却在短平快的信息洪流中陷入认知困境。一是符号功能误判。部分大学生将商品符号价值等同于身份认同核心,以限量款球鞋 logo、潮牌印花等符号堆砌替代人格塑造,误认为其能带来圈层认同,忽视内在素养的根基作用。二是价值认知错位。部分大学生受符号消费裹挟,轻物品使用价

值而重符号表征,如追捧网红直播带货的专属定制款,即便产品功能与普通款无本质差异,仍愿为“主播同款”“限量秒杀”的符号溢价买单;抑或是介意书籍是否有热门 IP 联名,将符号价值凌驾于本质功能。三是过程理解缺失。部分大学生对商品符号化背后的资本操纵毫无意识,看不到品牌限量造稀缺、网红带货强联想等策略,沦为资本消费陷阱工具而不觉。这种认知浅表化根源于大学生对新鲜事物的高度接纳性与信息接收的碎片化特征,频繁追踪热点内容却仅获得零散的知识碎片,深度遮蔽了符号消费主义的资本运作逻辑与精神控制本质,即资本通过符号叙事,将人从“劳动主体”异化为“消费客体”,导致认知广度的持续萎缩,使大学生难以察觉自身精神世界正遭受的隐性剥夺。

(二) 理论失语:高校思政教育对符号消费的批判话语滞后

网络符号消费主义凭借其符号价值生产—编码—流通机制,已深度嵌入当代大学生的日常生活实践,系统性地重构其消费观念、生活方式乃至价值秩序,形成具有文化霸权特征的意识形态渗透。然而,高校思想政治教育工作者在此领域的理论批判呈现三重困境,具体表现为批判话语对现实的解释力衰减、分析方法对本质的穿透力不足、实践策略对价值引导的实效性缺失。其本质是教育供给与符号消费新形态的适配失衡。

首先,批判话语体系滞后于符号消费新形态,构成认知层面的“现象识别”学理困境。教育要发挥价值引导功能,离不开适配的话语体系和对社会现象作出有说服力的理论阐释。其核心在于通过适配的话语体系完成对社会现象的理论解码与意义阐释。但在教学实践中,部分高校思政教育沿用的集体主义、艰苦奋斗等传统话语范式,仍停留在使用价值消费批判的经典框架,面对网络符号消费衍生的情感劳动商品化、圈层认同符号化、虚拟人设资本化等新形态时,呈现出显著的话语“代差”与解释力“赤字”。这一困境的根源在于教育内容更新的路径依赖与社会文化变迁的现实突破形成张力。当大学生群体围绕盲盒社交价值、电竞皮肤、身份标识等新型符号消费展开实践时,思政教材与教学话语仍局限于反对拜金主义、抵制享乐主义的宏观道德训导,缺乏对符号消费“超真实”特征的理论回应。这种话语滞后导致教育者既无法依据鲍德里亚的符号消费理论精准解构“玲娜贝儿现象”中情感劳动被编码为符号价值的运作逻辑,也难以借助马克思主义异化劳

动理论揭露“饭圈集资”中粉丝情感被符号资本收割的剥削本质,如无法解释大学生为何会为偶像“打投”而借贷消费,或是为集齐盲盒系列而透支生活费,最终使批判教育丧失对新现象的基础理论解释力。习近平总书记在2019年3月18日学校思想政治理论课教师座谈会上的重要讲话指出:“讲好思政课不仅有‘术’,也有‘学’,更有‘道’。思政课的政治性、思想性、学术性、专业性是紧密联系在一起。”^{[2]196}若教育主体未能构建适配符号消费新形态的批判话语,便无法完成对现象的学理界定,更无从推进对其本质的深度批判。

其次,批判方法论存在结构性缺位,构成分析层面的“本质解构”学理困境。在话语体系滞后的基础上,高校思政教育进一步陷入方法论工具单一化的僵局,过度依赖“攀比心理”“虚荣消费”等道德谴责批判话语,而未能运用符号政治经济学工具解码资本的操纵机制,其根源在于教育者对符号消费理论的认知不足与批判工具的单一化。这种批判工具的匮乏导致教育实践陷入双重脱节。在理论层面,无法穿透“网红带货”案例中“信任符号工业化生产”的资本本质,如对网红主播通过“家人式”话术、“限时福利”营造的情感绑架式消费,仅简单批判为诱导消费,却未能揭示背后情感劳动商品化的剥削逻辑;将大学生购买主播推荐的潮牌平替而盲目跟风的行为,仅归咎于缺乏理性,忽视资本通过符号建构制造的身份焦虑。在操作层面,仅聚焦产品质量等表层问题,却错失对资本情感操纵机制的致命解构。方法论工具箱的贫瘠最终使批判沦为隔靴搔痒的表面文章,极大削弱了意识形态斗争的穿透力与实效性。习近平总书记在2019年3月18日学校思想政治理论课教师座谈会上的重要讲话强调:“思政课教学是一项非常有创造性的工作,要学会辩证唯物主义和历史唯物主义,善于运用创新思维、辩证思维,善于运用矛盾分析方法抓住关键、找准重点、阐明规律,创新课堂教学,给学生深刻的学习体验。”^{[2]188}方法论的缺失直接造成“知其然不知其所以然”的分析困境,使批判沦为缺乏学理支撑的道德说教。

最后,实践策略失焦于价值引导,构成落地层面的“实践转化”学理困境。话语体系滞后与方法论工具缺位的叠加效应,导致大学生价值引导实践陷入理论与实践脱节的终极困境,形成两种典型失效模式:其一,停留于“勤俭节约”“艰苦奋斗”等传统美德的抽象阐释,未能结合布迪厄的文化资本理论解读青年为联名球鞋通宵排队的深层原因,当“AJ限量款”被编码为阶层区隔的符号时,抽象道德说教

在具象的身份焦虑面前丧失实践效力;其二,传导“比价技巧”“消费预算管理”等理性消费工具,却回避了一个核心矛盾。那就是消费者之所以愿意为玲娜贝儿周边支付高价,恰恰是因为这些符号承载的情感价值和身份认同,已经超越了商品本身的使用价值。消费行为并非源于“不知情”或“不理性”,而是源于对情感寄托和圈层归属的深层渴望。正因如此,单纯的理性工具,无法化解资本通过符号编织的情感绑架与意义迷思。面对大学生因“饭圈”攀比而参与高额集资、为“盲盒隐藏款”而重复消费的行为,思政教育既未能回应其圈层认同需求,也未能提供替代符号消费的自我实现路径,最终难以阻止大学生陷入价值观扭曲与消费异化的困境。这一失效结果的根源在于教育实践脱离大学生的现实生活语境,未能紧扣符号消费引发的身份认同困境,缺乏对青年“圈层归属需求”“自我认同焦虑”的学理回应与实践关怀。

(三) 防御缺位:教育媒介对符号消费渗透的阻抑机制不足

教育媒介泛指任何用来传播知识的通信工具,包括书籍、模型、幻灯片、录音机、录像机、电影、电视等工具,在这里特指在教育教学信息传递过程中教师与学生所应用的媒介。作为现代消费文化的传导通道,教育媒介深度参与了网络符号消费主义的价值扩散进程,持续形塑着大学生的消费观念、价值秩序及生存方式。然而,其在符号批判维度呈现出系统性防御缺位,本质是教育媒介的叙事形态、传播逻辑与数字时代青年认知特征的适配失衡,未能构建有效的符号渗透阻抑体系。

一方面,教育媒介载体的呈现力不足。当前高校教育仍深陷传统场域的桎梏,板书粉笔的粉尘与固定教室的四壁构成主要场景,教材讲义的文字方阵与课堂讲授的单向输出仍是核心模式,这种单一化的载体形态不仅难以适配现代社会多元交织的信息生态,更与大学生群体在数字时代滋长出的交互式、沉浸式学习需求产生明显脱节。与此同时,网络符号消费的成瘾性机制持续发酵,算法推荐的网红符号、直播打赏的即时反馈,社交平台的点赞狂欢,如美妆网红的“沉浸式开箱”、游戏主播的“皮肤抽奖”直播,不断重构青年群体的注意力分配法则。而碎片化信息的海啸式传播,更像一把无形的筛子,滤掉了大学生对主流价值观的持续关注,只留下转瞬即逝的信息泡沫。教育媒介在叙事形态的转型中更显步履蹒跚。从文本叙事到图像叙事的跨越仍停留在表层嫁接,动态影像的情景建构未能触及情感共鸣

的深层肌理,VR、AR 等技术的教育应用尚未突破形式化困局,远未达到效能最优化。这种载体劣势直接导致其对大学生的辐射力被网络媒体碾压,既限制了教育引导作用的充分释放,又在无形中收缩了教育传播的版图,使其影响力在流量洪流中不断被稀释。

另一方面,教育媒介的传播引导力不足。在算法逻辑主导的网络生态中,平台方深陷“流量至上”的利益漩涡,精心设计出15秒短视频的高潮机制,每帧画面都充斥着强视觉冲击的特效,每秒音频都裹挟着情绪煽动的鼓点。反观传统教育传播,其严肃刻板的单声道话语体系,与大学生群体在网络浸泡中形成的互动式、场景化认知图式产生根本性错配。即便知识内容侥幸突破信息茧房被接收,也往往因缺乏情绪共鸣的触点与参与互动的接口,难以激活深层的价值认同,就像用老式收音机播放数字时代的旋律,信号的错位必然导致传播的失真。这种尖锐的传播势差正引发双重失效,消费批判理论既无法内化为青年群体的价值自觉,又难以外显为理性消费的实践自律。当教育媒介失去对不良信息的过滤能力、对正向价值的传导功能时,其本应具备的符号防御体系便会陷入系统性失灵,在流量狂欢与认知异化的双重侵蚀下逐渐崩塌。

(四)协同失灵:教育环境对符号消费蔓延的治理生态缺失

教育环境是渗透于教育全过程,并对受教育者的思想行为、价值取向及行为习惯产生深层影响的要素总和。它既包含教育系统内部精心构建的自觉环境,也涵盖外部复杂多变的不可控环境,是教育实践活动得以开展的根基性要素。网络符号消费主义作为一种新兴且辐射广泛的社会文化现象,已深度重塑年轻人的消费观念、价值取向与生活方式。然而,当前的教育环境尚未及时构建起一套全面的应对生态系统,本质是多方治理主体的责任脱节与协同机制的缺失,难以形成符号消费蔓延的合力阻抑。

一是多元舆论场膨胀持续挤压教育主阵地辐射空间。算法网络生态中,用户皆可成为信息节点,自由抒发多元立场与观点,既含推动社会进步的理性思考,也杂有碎片化情绪宣泄,激起非理性涟漪。网络符号消费以视觉奇观与情感绑架构筑“符号霸权”,形成教育环境难抗的认知渗透力。不少网红博主将“精致穷”包装为生活态度,将“月光”消费美化成“活在当下”,甚至鼓吹用奢侈品证明价值。这些言论裹挟消费主义逻辑,将理想信念解构为功利计算,把价值追求简化为符号攀比,在社交平台相互裹挟,时而演变

为意识形态交锋,将公共讨论拖入非黑即白漩涡。从根源来看,主要在于教育宣传主阵地的单向输出惯性,既未破解符号消费认知迷障,也与社会舆论场缺乏有效互动,对负面言论反应滞后,对误解性观点疏导不足。这种“被动缺位”如沉默堤坝,难以过滤消费主义杂音、引导价值共识,久而久之削弱大学生对主流意识形态的认同,使教育引导力在舆论迷雾中消解。

二是圈层文化的高度封闭性持续压缩教育环境覆盖半径。算法如精密筛子,通过追踪浏览轨迹、解析互动数据,精准捕捉大学生消费偏好与价值倾向,向同类用户推送高度同质化内容。大学生长期沉溺“买即正义”的圈层,被“限量”“联名”等符号包围,在“数字茧房”中形成消费至上闭环,“回音壁”里的物质崇拜论调固化了对主流价值教育的排斥。其根源在于算法技术的逐利性与教育内容的圈层穿透力不足,外部环境的封闭性阻碍多元信息流动,让主流消费教育内容寸步难行。思政课消费观教育试图穿透圈层时,常被算法当作无关信息过滤,最终在符号消费的圈层防御前败下阵来,使教育辐射力在无形认知屏障中不断萎缩。

三是教育环境尚未形成行为干预的联防机制。网络符号消费构建的操纵循环难以被阻断,核心根源在于行为干预实践链的断裂与三方联防机制的缺失。高校干预还存在很大提升空间,引导学生解构品牌神话的反符号创作实践与搭建替代金钱消费的技能交互平台较为缺乏。更关键的是,校园、家庭、平台的联防机制付之阙如。家长仍以生活费奖励成绩强化消费与成就的符号关联,社交媒体持续用“网红同款”“限量发售”制造焦虑,直播平台不断通过“限时秒杀”“专属福利”诱导下单,教育媒介的碎片化干预在符号消费的立体攻势面前不堪一击,大学生在“种草”“剁手”“空虚”的符号消费循环中越陷越深。

三、网络符号消费主义影响下大学生精神生活重塑的策略探析

当前,部分大学生的精神生活正受到网络符号消费主义的负面影响,亟需构建系统性纠偏机制与正向引导体系。本文从确立强化认同感的核心应对原则、建立全面互联的沟通表达路径、打造高水准且多元化的资源服务载体,以及构建全方位覆盖的制度保障体系入手,探索科学有效的破解路径,助力新时代大学生树立健康消费观念,夯实精神生活根基,从而实现全面发展。

(一)以马克思主义理论引领符号祛魅,夯实大学生精神生活的价值基础

网络符号消费主义催生的跟风潮流,本质是资

本逻辑主导下的意识形态渗透,其消费体验缺乏理性批判内核与人文精神底蕴。大学生若长期受此浸染,易陷入符号拜物教的认知误区,既难以辨识商品的真实使用价值,也容易迷失自身的本质需求。破解这一困局,高校思政教育工作者必须从马克思主义经典理论中汲取思想养分,构建兼具学理性与实践性的理论引领体系,将批判性思维与价值判断能力培养融入高校教育全过程。

一是以马克思主义资本逻辑批判理论为核心,揭示资本以增殖为终极目标的内在冲动如何扭曲社会关系与消费行为。在网络符号消费中,资本通过构建“符码体系”将商品符号价值无限放大,把消费异化为身份区隔的工具而非需求满足的过程。这种异化正是资本逻辑入侵精神领域的直接体现,高校思政教育需聚焦这一核心矛盾开展批判引导,要让大学生明白,资本对符号价值的过度炒作,本质是通过制造“身份焦虑”刺激非理性消费,使商品脱离本身使用价值成为资本增殖的载体。以“电商直播限量潮玩盲盒”为例,从政治经济学批判视角,资本通过双重异化机制实现价值增殖与意识形态渗透。一方面依托直播平台的数字景观技术,利用“倒计时抢购”等拟像化呈现方式,使消费者认知发生价值倒错,将符号意义凌驾于使用价值之上;另一方面通过“拆盒仪式”的场景化设计,将消费者的期待、焦虑、兴奋等情感体验转化为非生产性情感劳动。这种情感投入经过资本逻辑的抽象化处理,最终异化为超额利润的价值源泉。思政课教师通过案例剖析让大学生看清,溢价数倍的潮流单品、朋友圈的网红产品,其高昂价格多源于符号营销成本而非实用价值,从而破除对符号价值的盲目迷信。

二是以马克思主义意识形态理论为工具,廓清网络符号消费主义背后的价值观误导。符号消费主义的蔓延,本质是消费主义意识形态对青年价值观的渗透。这种意识形态将“消费即价值”“拥有即成功”的错误认知包装成“生活升级”的合理诉求,模糊了物质需求与精神追求的边界。马克思主义意识形态批判理论为拆解这种虚假叙事提供了科学工具,它要求大学生穿透消费行为的表象,看清背后隐藏的价值观误导。高校需将意识形态批判融入日常思政教育,通过构建分层递进的课程体系强化理论引领的实践效能,如在马克思主义基本原理、思想道德与法治等核心课程中增设相关专题章节,结合网红直播带货、盲盒经济等典型现象开展学理解析;还可围绕符号消费与青年价值观塑造开设通识选修课,系统覆盖资本逻辑批判、意识形态识别与批判性

思维培养等核心内容,引导大学生区分真实需求与虚假需求,充分意识到符号消费催生的需求,自觉抵制消费至上的意识形态裹挟,摆脱用商品标签定义自我的认知桎梏。

(二) 构建全面互联的沟通表达渠道,强化大学生精神生活的自主意识

网络符号消费主义通过营造具有攀比性、炫耀性的消费氛围,将消费异化为身份认同的工具,极易导致大学生陷入精神迷茫、自主意识弱化的困境。要破解这一问题,高校需以沟通表达渠道建设为突破口,搭建线上线下协同、多元载体联动的全方位沟通平台,通过具体可操作的形式强化互动参与,让大学生在有效沟通与实践参与中强化主体认知,摆脱符号消费的裹挟,夯实精神生活的自主根基。

一是依托技术赋能构建精准化沟通引导机制,让教育引导直击需求本质。网络平台的算法技术既能成为资本炒作符号价值的工具,也能转化为高校开展正向引导的助力。高校思政教育工作者可运用大数据分析工具,收集整理大学生在校园社交平台、购物记录、在线讨论中的行为数据,精准识别其在消费实践中呈现出的心理倾向、价值取向及情感诉求,进而解析消费符号背后的社会文化意涵与个体情感寄托。在此过程中,高校思政教育工作者必须严格遵守数据伦理,获取学生知情同意,并确保数据用于促进学生福祉的正当教育目的。高校思政教育工作者可基于算法分析的结果,通过校园专属小程序、官方公众号后台等线上平台构建个性化资源推送机制,向频繁浏览网红直播的学生推送“直播带货营销逻辑拆解”专题内容,向参与粉丝应援的学生推送理性追星指南,向存在透支消费倾向的学生推送消费伦理讲座、符号价值解构等优质内容,使教育引导更贴合大学生的认知习惯与实际需求。这种技术赋能的教育实践,既能帮助大学生洞悉过度物质符号追求的精神空洞性,又能引导其在虚拟符号与现实价值间实现平衡,实现精神世界的丰富性与健康性建构,彰显教育媒介在符号消费时代的育人效能。

二是搭建多元化实践表达平台,让自主意识在互动参与中落地生根。高校需通过具象化实践活动,推动大学生自主消费意识转化为实际行动。一方面,以学生社团为载体搭建交流表达平台,搭建线上线下联动的交流表达场景。线上依托校园论坛、班级社群开设理性消费分享专区,鼓励学生匿名分享消费心得、吐槽符号消费陷阱;线下组织消费认知辩论赛、理性消费经验分享会、符号消费拆解主题论

坛等活动,围绕网红产品的实用价值与符号溢价、粉丝应援的合理边界等议题展开深度辨析。另一方面,完善线下咨询与团体辅导机制,在心理咨询中心设立消费心理专项咨询窗口,为大学生解答冲动消费后的懊悔、攀比消费引发的焦虑等心理困惑;高校定期以班级为单位组织消费场景模拟推演、“月度消费计划制定”工作坊等互动活动,通过角色扮演、小组协作等形式,帮助大学生纠正为符号买单的错误消费观念,培养量入为出、适度消费的理财习惯,让消费真正服务于自身成长与发展。

(三) 打造高品质多元化的资源服务载体,助力大学生精神生活丰盈融洽

网络符号消费主义片面放大物质符号的价值意义,易使大学生精神追求趋于单一化、表层化,因此,亟需打造高品质、多元化的资源服务载体,以丰富的精神供给消解符号消费的负面影响,让大学生在优质资源滋养与实践体验中实现精神世界的丰盈与融洽。

一是要构建新型主流媒体传播矩阵,以正向符号传播营造健康消费场域。习近平总书记在全国高校思想政治工作会议上指出:“要运用新媒体新技术使工作活起来,推动思想政治工作传统优势同信息技术高度融合,增强时代感和吸引力。”^{[12]378} 这为高校创新教育媒介、优化资源供给提供了根本遵循。高校应整合校园官网、官方公众号、短视频平台、校园广播等各类传播渠道,搭建矩阵式主流媒体网络,将理性消费理念转化为大学生喜闻乐见的符号内容与传播形式。具体而言,可打造系列短视频栏目,以“符号溢价拆解”“实用消费指南”为主题,通过动画解说、真人实验等形式,直观呈现网红产品、联名商品的成本构成与符号营销逻辑;利用虚拟仿真技术打造消费场景体验馆,让学生在沉浸式体验中深化对理性消费的认知,重构适度消费、精神富足等价值符号的意义内涵,摆脱虚假认同的桎梏,将低层次感官需求升华为高层次精神追求,在提升精神生活鲜活性与独立性的过程中,实现人生价值向深度与意义维度的拓展。

二是要构建“三位一体”消费教育体系,以多层次资源供给培育健康消费素养。高校需统筹校内课程、校园文化与校外实践资源,形成全方位、立体化的教育闭环,让消费教育从理论认知转化为行为自觉。在课程设置方面,将消费教育纳入通识教育体系,通过解析凡勃伦的炫耀性消费、鲍德里亚的符号消费等理论的现实表现,帮助学生从学理层面认清符号消费的本质与风险。在校园文化方面,打造品牌化消费教育活动,将适度消费、绿色消费等价值理

念转化为可视化符号,通过场景化渗透实现教育信息的无意识接收。在校外实践方面,深化校企协同与社会联动,共建消费教育实践基地,通过职业体验、成本核算等实操环节,让学生具象感知商品价值形成过程,在亲身体验中培育资源珍惜意识与可持续消费理念,把消费理性升华为社会责任感,实现精神生活的丰盈与个人价值的提升。

(四) 建设全方位多层次的制度保障体系,维护大学生精神生活的合理秩序

网络符号消费主义的无序蔓延,既需要思想引导与资源供给的正向赋能,更需要制度层面的刚性约束与保障兜底,通过构建全方位、多层次的制度体系,营造健康、有序的网络文化消费生态,为大学生精神生活的健康发展筑牢安全防线。

一是健全符号消费法律规制,筑牢合法权益保护屏障。立法完善是规范网络符号消费市场的根本抓手,需以权责利相统一为核心原则,构建兼具激励与约束的法律机制。一方面,将社会责任纳入文化产品生产传播的法定要求,明确创作者、生产者在符号产品开发中的价值导向义务,鼓励其打造承载社会主义先进文化、传递正向价值观的符号消费内容,让符号产品成为潜移默化的育人载体,推动大学生精神世界的正向建构;另一方面,针对网络符号消费中常见的虚假宣传、信息隐瞒、溢价炒作等乱象,细化法律规制条款,要求经营者全面、真实披露产品核心价值与成本构成,对夸大符号价值、误导消费决策的行为设定明确处罚标准,大幅提高违法成本。通过法律规制的完善,不仅能维护大学生的合法消费权益,更能引导其在理性消费中实现精神生活的有序升级,在风清气正的网络空间中筑牢精神根基。

二是强化行业自律与技术监督,构建多元协同治理格局。规范网络符号消费市场不能仅依赖法律刚性约束,还需以行业标准为引领、以数字技术为支撑,形成自律与监管并重的治理合力。行业协会应主动牵头制定网络符号消费行业规范,明确产品价值披露、营销宣传边界等统一标准,引导企业跳出“符号溢价炒作”的短期利益陷阱,转而开发兼具实用价值与正向精神内涵的产品,避免符号消费异化为侵蚀大学生精神世界的工具。在此基础上,构建政府、行业协会、网络平台、高校的联动治理共同体,形成“技术监测预警—行业自律约束—高校教育引导”的闭环机制,即通过平台推送大学生高频关注的符号消费风险信息,引导高校针对性开展心理健康辅导与价值引导,行业协会定期发布消费精神生态

报告,多方协同破解符号拜物教对大学生精神的裹挟,让网络符号消费市场回归理性,为大学生自主、健康、丰富的精神生活营造安全有序的环境。

三是完善高校内部制度规范,筑牢微观层面实践防护网。高校应结合校园场景制定针对性制度,将理性消费引导融入日常管理。建立新生入学教育必修机制,把符号消费批判、理性消费伦理、消费权益保护设为入学教育核心内容,用案例教学等方式帮助新生树立正确消费观;健全社团活动审批制度,明确社团与商业品牌合作边界,严格审查涉及符号消费推广的活动,要求融入价值引导,禁止诱导非理性消费;规范校园商业推广管理,联合后勤等部门制定管理办法,统一审批商业活动,限制高符号溢价商品入校,在校园店铺设置理性消费提示牌;建立消费行为预警与干预机制,通过多方反馈识别过度符号消费学生,及时开展谈心辅导,必要时联合家长协同引导。通过国家、行业、高校三个维度的制度协同,形成全方位保障体系,为大学生精神生活的健康发展营造安全、有序、正向的制度环境。

参考文献

- [1] 杨嵘均. 网络符号消费主义的生成及其批判[J]. 南京社会科学, 2022(12): 125-134.
- [2] 习近平. 论党的青年工作[M]. 北京: 中央文献出版社, 2022.
- [3] 沈佩翔. 青年网络符号消费的生成逻辑及其反思[J]. 东南学术, 2024(2): 162-170.
- [4] 鲍德里亚. 消费社会[M]. 刘成富, 全志钢, 译. 南京: 南京大学出版社, 2014.
- [5] 索绪尔. 普通语言学教程[M]. 高名凯, 译. 北京: 商务印书馆, 1999.
- [6] 郝文斌, 杨月荣. 大学生消费, 如何积极健康、理性适度——我国大学生消费心理及行为趋势研究报告[N]. 光明日报, 2021-04-01(15).
- [7] 克里斯蒂安. 想象的能指——精神分析与电影[M]. 王志敏, 译. 北京: 中国广播电视出版社, 2006.
- [8] 李婕, 唐婧澈. 来听听 00 后大学生的“消费经”[N]. 人民日报海外版, 2024-10-10(04).
- [9] 人民网. 《2025 闲鱼潮玩消费洞察报告》发布[EB/OL]. <http://finance.people.com.cn/n1/2025/0909/c1004-40560298.html>.
- [10] 阿兰. 身份的焦虑[M]. 陈广兴, 南治国, 译. 上海: 上海译文出版社, 2009.
- [11] 戈夫曼. 日常生活中的自我呈现[M]. 冯钢, 译. 北京: 北京大学出版社, 2008.
- [12] 习近平谈治国理政(第二卷)[M]. 北京: 外文出版社, 2017.

[责任编辑 李 新]

Analysis and Pathway Reconstruction of College Students' Spiritual Life Under the Influence of Online Symbolic Consumerism

SHEN Peixiang¹, LI Jie²

(1. School of Marxism, Donghua University, Shanghai 201620, China;

2. School of Marxism, Shanghai University of Finance and Economics, Shanghai 200433, China)

Abstract: Driven by capital logic and digital technology, online symbolic consumerism penetrates college students' spiritual lives through symbolic value manipulation, algorithmic targeting, and emotional marketing. The core features of this phenomenon can be embodied in the following aspects. That is, symbol worship has supplanted substantive needs, the virtual identity has dissolved real-world values, traffic logic has dominated consumption choices, and signifier worship has distorted value cognition. In this vein, this trend has engendered four spiritual crises among college students, namely the illusion resulted from diluted ideals, utilitarianism derived from materialized values, secularization caused by dissolved lofty pursuits, and superficiality stemmed from weakened critical cognition. It is noteworthy that there are four reasons that can account for these crises. Firstly, college students fails to decode the capital logic and ideological nature of symbolic consumption. Secondly, the critical discourse of ideological and political education is lagged behind, thus failing to guide college students effectively. Next, educational media have weak defense mechanisms against symbolic consumption penetration and lack communication effectiveness. Lastly, the governance for the spread of symbolic consumption is missed in the educational environment, and multi-party coordination has not yet formed a joint force. To address these issues, it is necessary to build a systematic corrective framework which may encompass value guidance, channel construction, resource supply, and institutional guarantee. This can be achieved by using Marxist theory to guide the disenchantment of symbols, leveraging technological empowerment to establish precise communication and guidance channels, creating diversified carriers for spiritual nourishment, and improving a multi-party collaborative institutional guarantee system. These measures will solidify the value foundation of college students' spiritual life and contribute to the healthy and abundant development of their inner mental life.

Key Words: online symbolic consumerism; college students; spiritual life; guidance strategies