

浅谈教育在消费活动中的几种功能

胡云秋¹, 于芙红², 胡国强²

(1. 武汉水利电力大学 政法系, 湖北 武汉 430072; 2. 水利部汉江集团公司, 湖北 丹江口 431900)

摘要: 教育消费是人类最普遍的最基本的消费。教育在消费活动中的功能有: 增值功能, 表现为消费能力的提高; 导向功能, 它使消费者学会消费, 形成正确的消费心态及观念; 调节功能, 表现为消费范围及其比例, 促进消费结构的合理化。

关键词: 教育; 消费; 功能; 增值; 导向; 调节

中图分类号: G40—011 **文献标识码:** A

在探讨教育功能及其表现时, 我们往往忽视了它对消费这一人类最普遍的、最基本的活动的作用。

消费水平是人类社会发展程度的一个重要标志。科技与生产力的进步状况对消费具有极其重要的制约作用。科技越发达, 生产越进步, 凝结在消费中的文化、技术构成也就越复杂。这不仅需要通过教育使生产者投身于消费品的生产中, 而且也需要通过教育使消费者接受这些消费品。此外, 人们的消费水平、结构、品位、观念、方式以及消费效益等都依赖其所受教育的程度, 也就是说, 教育决定着人们是否会消费、消费什么、怎样消费等问题。具体地说, 教育在消费活动中可表现出以下几方面的功能。

一、增值功能

教育在消费活动中的增值功能主要体现为消费力的提高。

消费水平的高低主要取决于消费力的大小, 而消费力的提高, 无论是整个社会的还是个体的, 都依赖于教育。虽然生产力的发展水平直接决定整个社会消费力水平, 但作为生产力中最重要的因素——劳动力的素质, 却只有通过教育才得以提高。正如马克思所说: “个人的充分发展作为最大的生产力反作用于劳动生产力。”^[1]当代人力资本理论认为, 对人的投资所带来的经济效益远远大于对物的投资所带来的效益; 教育具有生产性, 它可以直接生产出新的生产力, 尤其是那些高、精、尖的知识密集和技术密集型产品, 则更依赖于教育的发展程度。而生产力的发展为消费力的提高

提供前提, 教育投入通过生产力的发展为消费力的提高所提供的物质基础得到升值。教育投入越多, 升值的幅度越大, 使消费者用于提高消费水平的费用逐渐增加, 从而提高消费水平。从这种意义上讲, 教育是提高消费力的重要手段和途径, 是决定消费力发展水平的原动力。

从个体消费力发展水平来看, 一般来说, 个体所受教育程度越高, 其消费水平也越高。这是由个体所受教育积蓄与其收入水平的正比例关系所决定的。也就是说, 个体所受教育程度越高, 其收入也越高, 使其有条件购买更多、更好的消费品, 提高消费力。个体对教育的投入并非纯消费投入, 而是一种具有极强增值性的生产性投入。教育投入具有生活消费投入所不具备的特殊性, 即它的持久长效性。教育投入的产出品是个体知识的增长、能力与技能的提高以及良好品德、习惯等的形成, 这种产出品经久耐用, 使个体终生受益。总之, 教育投入越多, 个体收入也越多, 从而使个体消费力得以提高。教育投入量决定着个体消费投入量及水平, 这一点是由受教育程度在个体职业选择中的制约作用所决定的。第一, 受教育程度决定着具体的职业层次。从宏观上来看, 个体收入的高低取决于个体所选择的职业的性质, 特别是那些高层次的、知识密集型和技术密集型的劳动要求个体付出较高的智慧、思想及知识、能力, 而这些要求只有通过提高个体的受教育程度才能实现。马克思指出: “比社会平均劳动较高的复杂劳动, 是这样一种劳动力的表现, 这种劳动力比普通劳动力需要较高的教育费用。它的生产要花费较多的时间, 因此, 它具有较高的价值, 既然这种劳动力

的价值较高,它也表现为较高级的劳动,也就在同样长的时间内物化为较多的价值。”^[1]第二,受教育程度决定着个体的职业适应性。职业适应性主要表现为个体能否快速而顺利地熟悉所选择的职业,并能熟练地掌握或操作以及创造性地完成劳动任务。职业适应性的高低主要取决于个体已有的有关职业所需的知识结构与技能水平。个体所受教育及训练程度越高,就越容易从自己的认知结构中提取相应的知识,应用于操作活动过程中,并能很快形成特定的技能。这对于工作效率及生产效益的提高具有决定性的作用,而效率和效益的提高便可带给个体收入的增加。

二、导向功能

教育在消费活动中的导向功能主要表现在使消费者学会消费、形成正确的消费心态及观念。

消费是一种最普遍的社会活动之一。随着人类文明的进步和科技及生产力的发展,消费活动在内容、方式及结构等各个方面都在不断地发展、变化,从古代社会那种本能性的、经验性的、单一的消费活动发展到今天的智能化的、全方位的消费活动。消费活动的复杂化使消费活动中的文化教育制约性逐渐加强,因此,必须通过教育促使个体适应并能更好地从事这种复杂的消费活动,否则,会因国民的文化素质低劣,造成消费活动秩序紊乱及各种不正常的消费现象,甚至还会引发犯罪行为。当今社会个人消费活动中,主要存在以下几种愚昧、野蛮的消费心态和消费行为:第一,盲从消费:消费者不是根据自己的主观需要、自身条件特点决定自己的消费行为,而是依据他人的消费行为或他人的消费观念决定自己的消费行为。这种消费行为更多地表现为赶时髦、追时尚,使个体在消费活动中丧失了主体地位。第二,超前消费:消费者不顾自身的收入水平产生过高的消费期望值,在趋奢和拜金心理的驱使下,把自己所有的收入都用于单一的物质消费,甚至还占用父母及他人的收入,讲排场、互相攀比,完全颠倒了收入和物质消费支出的关系。第三,野蛮消费:消费者为了自身消费活动不惜牺牲他人的利益、破坏人类共同的资源和环境,或者任意挥霍已有的钱财,把消费行为变成浪费行为、不道德行为以至违法行为。可以说以上诸种消费行为及方式,是由于消费者的科学文化和思想道德素质低劣造成的。要通过教育净化个体的消费意识,培养正确的消费观念、消费心态,设计出更先进的消费方式,促使消费行为规范化,这对净化社会环境、促进精神文明建设有着重要的意义。

教育导向就是把个体的消费行为引向科学、健康、

高效。首先,教育可使消费者形成正确的消费观。消费观是价值观的重要内容之一,有无明确的消费观,消费观是否正确、合理,是决定个体消费行为是自主的还是盲从的,是文明、高效的还是低劣、愚昧的主要因素。通过教育正向引导,可使消费者戒除挥金如土、铺张浪费的恶习,把提高消费效益、效果作为选择消费方式及消费内容的主要依据;注重有益于个体身心健康的生活资料或劳务消费,以形成科学的消费观。同时,通过教育还可以使个体了解消费法规、准则,并逐渐提高消费的环境意识、忧患意识,认识到个人消费行为与他人乃至整个人类利益及未来子孙后代利益之间的关系,在此基础上形成文明的、负责的消费观念和行为。其次,教育可促使消费者选择合理的消费方式。消费方式是消费观的外在表现,正确的消费观念是消费者选择合理消费方式的前提。通过教育使消费者形成正确的、科学的消费观,在此基础上,引导消费者在实际消费活动中理智地支配消费支出资金,使消费对象的使用价值得到完美的利用,摒弃那种赶时髦的冲动型的浪费行为。同时,通过教育提高消费者的文化素质,还可以使个体对消费信息反馈具有较强的适应能力和预见能力,从而促使个体选择有较强应变能力的消费方式,减少用于消费资料调整、更新的消费资金的支出,有助于消费效益的提高。第三,教育可使消费者掌握消费管理常识,提高消费的自我管理能力。促使个体消费行为合理化是提高消费效益的重要手段之一,而消费管理则是使消费行为从盲目从众性向自主性、合理性转变的关键所在。通过消费教育可使消费者正确分析自我消费需要的种类、层次,合理分配用于生存、享受和发展等方面的消费支出,并制定一系列的消费支出的管理原则,如量入为出原则、有备无患原则等,增加消费行为的可控性和计划性,使个体消费行为步入规范化的轨道。

三、调节功能

教育在消费活动中的调节功能主要表现在调节消费支出的范围及比例,促进消费结构的合理化。

个体消费范围及结构能明显地反映出其文化素质的高低,它是衡量个体消费能力大小的主要指标之一。社会的进步、社会总体物质文明和精神文明的发展为个体消费范围和结构的发展提供前提和基础,但二者之间并不同步发展,而是显示出较强的个别差异性,而文化教育则是导致这种差异产生的主要原因之一。教育是连结个体消费结构、范围与社会总体物质文明、精神文明成果的桥梁,它可缩小二者之间的差异。个体

文化素质低、不注意接受教育就会导致其消费范围、结构的畸形发展。目前我国国民消费结构畸形发展主要表现在以下两方面:第一,消费结构贫乏、单一。个体文化素质低,缺乏现代化的消费常识和能力,导致个体不会消费那些凝结着复杂劳动的消费品。在消费结构上表现为单一的物质资料的消费,显示出个体较低的消费能力。而这种单一的消费又往往使个体不能合理分配消费支出,产生畸形的、不平衡的消费结构观,在认识上不能摆脱传统消费文化中的“吃、穿”二字的消费结构观念的束缚,使其单一的物质消费欲恶性膨胀,最后往往形成一种异己的力量,使个体所有的行为全由这种单调的物质欲望所支配。第二,消费品位低劣、低效。个体文化素质低,缺乏高品位的文化艺术修养,导致个体不能产生文明、高雅消费需要。也就是说,个体的消费需要层次主要受制于文化教育因素。个体科学文化水平低,使其不仅不能从低层次的消费需要向高层次的消费需要发展,而且由于缺乏科学的评鉴能力,使其不能区分文明的、健康的与愚昧的、野蛮的消费方式及格调,只看到消费是生产的终点,认识不到消费是下一个生产环节的起点,把所有的消费支出均用于低劣的消费领域。低品位的消费活动不仅破坏消费力的发展,更谈不上消费效益的提高。

个体消费支出的范围和比例主要取决于个体的消费力及消费观念,而文化教育作为“第一消费力”是个体消费观念形成和发展的主要制约因素,对消费结构的合理化具有决定性作用。首先,文化教育可以扩大个体消费范围。马克思指出,一个人“要多方面的享受,他就必须有享受的能力,因此,他必须是具有高度文明的人”^[1]。现代消费早已走出古代社会那种本能

的、经验型消费方式的套路,而要求运用一定的知识和技能,要求消费者首先要通过接受教育掌握消费某种消费品的知识、技能,然后才能进入消费领域,从事某种消费活动。缺乏相应领域的知识、技能,个体就无法消费该领域的消费品。而个体接受广泛的教育,具有渊博的知识,就能提高其消费能力,开拓广泛的消费领域,使其消费内容更加丰富。这说明个体消费范围的广度取决于其所受教育的程度,要提高个体广泛的消费能力,使其消费结构更加丰富,就必须改善其“所受教育的条件”。第二,文化教育可以提高个体消费品位和层次。个体的消费需要有些是生而具有的,但绝大多数需要,尤其是高层次的精神文化及心理上的需要,则是通过后天的学习获得的。在个体消费结构中,消费需要层次的发展并不是自发的,个体低层次需要获得满足后并不是自发地产生高层次的需要。高层次的消费需要的产生主要取决于个体的知识结构及消费技能。也就是说,文化教育决定着个体的消费层次的发展。个体科学文化素质低,不具备高层次的消费能力,其消费结构只能停留在循环式的低层次的消费需要的满足中。相反,个体科学文化水平较高,具有高水平的欣赏及享受能力,就会促使其消费需要螺旋式地向更高层次发展,使其消费品位不断提高。因此,需要通过教育,提高个体的素质,使之不断地追求那些高层次的消费需要,正确分配消费支出,才能提高其消费能力和消费效益,促使其消费结构更加合理、健康。

参考文献:

- [1] 马克思恩格斯全集:第46卷(上)[M]. 北京:人民出版社, 1979.

(责任编辑 杨忠豪)

Approaches to functions of education in consumption

HU Yun-qiu¹, YU fu-gong², HU Guo-jiang²

- (1. Department of Politics and Law, Wuhan Univ. of Hydr. & Elec. Eng., Wuhan 430072, China;
2. Department of propaganda, Hanjiang Group Corporation, Danjiangkou 431900, China)

Abstract: Education consumption is one of the most general and basic consumptions of human beings. The functions of education in consumption lie in the following aspects: 1. the incremental function, shown by the improvement of consumption capability; 2. the guiding function making consumers learn how to consume and form a correct attitude towards the consumption; 3. the adjusting function, manifested by the range of consumption as well as its proportion, and at the same time prompting the rationalization of the consumption structure.

Key words: Education; Consumption; Function; Increment; Guide; Adjustment