

浅谈财经素养教育实践中青少年消费观的培养对策

张爱芬

(广州市财经商贸职业学校, 广东 广州 510500)

摘要: 财经素养教育是财商教育、金融教育、消费者教育、投资教育的集合, 同时也是学生适应经济生活应该具备综合素养。从当今社会存在的月光族、啃老族、盲目攀比、过度消费等不良现象来看, 青少年缺乏正确的消费观。从实践来看, 家庭、学校、社会协同开展财经素养教育实践, 引导青少年理性消费, 培养财务规划技能, 珍惜劳动成果, 具有重要意义。

关键词: 财经素养教育; 消费观; 培养对策

财经素养教育三九五体系中指出树立正确的劳动观, 有了收入, 需要有合理的金钱观, 其中一个目标是要让个体进入社会后成为合格的消费者, 做一个成熟理性的消费者, 财经素养教育对青少年成长的具有重要的作用。因此, 加强对青少年消费观的培养, 不但可以促使他们的个人成长, 而且也可以维护社会的和谐稳定。为此, 着重培养青少年的财经素养, 使其合理控制个人消费, 养成良好的消费习惯, 既可以让学形成正确的消费观念, 也可有效提升其财务管理能力。基于此, 本文首先分析了财经素养教育实践中青少年消费观培养的意义, 随后则阐述了目前青少年消费现象的不足, 最后提出了有效的培养建议, 就此提升学生的理财能力与财经素养。

一、财经素养教育实践中青少年消费观培养的意义

从宏观角度来说, 关注青少年消费观的培养进程, 对于其个人发展与国家发展都意义重大。本文认为, 以财经素养为目标, 对中小学进行消费观培养, 具有如下几点意义: 第一, 有助于提升个人生活质量。财经素养能够帮学生树立正确的金钱观和消费观, 以更合理的方式规划收支, 以免增加个人债务, 进而使自己离梦想更近, 此过程中学生的生活质量无疑也会得到提升; 第二, 有助于维护社会稳定。社会中的部分不良事件, 与实施者的财务状况关系密切。究其原因, 与个人的消费观或者说理财能力大有关系。青少年消费观的培养, 可使其在合理应用金钱的同时, 避免误入歧途, 对于社会的和谐稳定大有裨益, 也可以使其更好地维护自己的合法权益; 第三, 有助于强化国家经济实力。学生通过教师开展的财经素养教育, 能够学到更为丰富的财经技能, 对于现行的经济政策与金融机制也更加了解, 能够促使自己以更为积极的态度参与到国家建设当中, 从这方面来说, 对于国家的经济实力提升同样意义深远; 第四, 有助于培养独立精神和责任感: 正确的消费观念可以引导青少年更早地学会应对社会和生活中复杂的经济问题和责任, 从而培养他们的独立精神和责任感。

二、财经素养教育实践中青少年消费现象

(一) 盲目选择商品, 冲动进行消费

身为新时代的00后青少年群体, 他们在相对优渥的成长环境中长大, 并拥有稳定的消费资金来源, 因此在消费决策时更多地依赖于个人的兴趣点。随着互联网科技的日新月异, 各式各样的消费信息层出不穷, 同时大数据技术的运用也让消费者的需求和偏好数据得以精准收集和分析。网络上的商品琳琅满目, 不断推送的广告也极具吸引力, 这恰恰迎合了青少年追求新奇的心理, 导致那些消费欲望强烈、自制力较弱、消费辨别能力不足的青少年容易在冲动之下进行消费。研究显示, 青少年对所购商品的实

际利用率往往只有20%, 这从一个侧面反映出他们在购物时的冲动性和盲目性。除了主流的电商平台如淘宝、京东、唯品会等, 网络直播的崛起也对青少年的消费产生了深远的影响。通过直播, 青少年可以全方位地了解商品的详细情况, 并验证商品功能的真实性, 从而更加放心大胆地进行消费。此外, 除了网络主播的直播带货外, 明星和网红也通过网络直播与粉丝进行互动, 青少年为了获得关注或参与互动, 常常会通过“打赏”“购买礼物”等方式表达支持, 沉迷于这种浅层次的“精神”消费之中。

(二) 消费知识匮乏, 安全意识淡薄

网络消费具有利与弊的两面性。由于心智尚未成熟, 青少年在面对各种商业信息时往往显得较为脆弱, 容易成为商家欺诈的目标。这些学生在消费时的安全意识相对淡薄, 他们的生活经历有限, 因此难以准确辨别各种信息的真伪。在现今的中学校园里, 手机几乎成了学生的标配。然而, 网络上的诈骗信息层出不穷, 而许多青少年在进行网络消费时并未充分意识到保护个人信息的重要性, 这就为不法分子提供了可乘之机。他们常常通过手机短信等手段引诱这些学生上当受骗。此外, 青少年在进行线下购物时, 由于他们的年纪较轻, 缺乏足够的消费经验, 因此更容易受到商家的欺骗。他们在选择商品时往往不懂得如何进行比较、鉴别和挑选, 这使得他们很容易成为受损害的消费者。更为严重的是, 由于青少年通常不太懂得如何保护自己的权益, 他们在受骗后往往选择忍气吞声, 这使得不法商家的行为更加肆无忌惮。

(三) 消费行为不当, 趋于过度消费

青少年年龄尚小, 还未成年或是刚刚成年, 消费行为的成人化更多体现在人际情感与面子消费上。受我国传统文化的熏陶已久, 人情在社会中被视为重要的情感资源, 这也是人际关系衡量的纽带。回望每个人的日常生活, 人情以不同的形式体系, 可以是社会资源, 也可以是雄厚的物质财富, 还有无形的机遇等。从青少年的角度来说, 人情消费可以在他们的同学交往与应酬中窥见。青少年年龄的增长, 促使他们希望有更多的朋友, 也愿意和其他同学建立感情, 以此满足内心需求。而面子消费在学生的社交活动中同样作用明显, 这些能够使其有更加稳定的人际关系, 获得更多人的认可。但是, 面子消费也形成了一定的负面影响, 如个别学生为了更有面子, 会炫耀自己的家庭情况, 又或是以迎合他人目的, 被动的盲目消费, 这些对于青少年来说负担沉重, 并不利于他们培养正确消费观, 更不利于学生进行财经素养培养。

三、财经素养教育实践中青少年消费观培养对策

(一) 家庭示范, 言传身教树观念

青少年消费观的形成, 与家庭氛围有着密切关系, 父母的消

费观会对其产生深远影响。虽然青少年的大部分时光是在学校度过的,与父母相处的时间有所减少,不过在经济基础与心理状态方面还欠缺独立性。因此,学生消费观的培养要注重家庭的作用。具体来说,家庭要给学生发挥示范作用,具体如下:第一,父母秉承正确的消费理念。家庭是孩子成长的起点,而父母则负有引导学生的责任。父母在满足学生需求时,不应无条件、无下限,应该分析他们的内在需求,对其进行筛选。父母在日常生活中应该不断给学生灌输正确的消费观念,使其懂得理性消费与非理性消费的后果。如学生去超市购物时,不可全部都要,而是可为其提出要求,要从想要的商品中选取一样或两样,使学生从小懂得“钱要花在刀刃上”;当想要的物品超过自身经济能力时,就要考虑物品是否必须买,买了之后的后果如何。同时,如果家长发现学生生活中出现炫富的行为,或是超出实际消费能力时,父母不应视而不见,要在第一时间予以纠正。例如开家庭会议,和孩子进行千米交流,真正发挥家庭的作用;第二,父母的榜样作用要落实。对于学生来说,父母是他们成长路上的第一位老师,也是学生最先模仿的人。父母是孩子的经济来源,但家长不应只是发挥来源作用,还要对其进行启蒙。他们不但需要给学生传递正确理念,还应身体力行,避免生活中的铺张浪费。除此之外,家长也要减少或避免面子消费、人情消费等,就此提升家庭精神消费水平,让学生形成高雅的消费品位,就此将正确消费观渗透于日常生活中。

(二) 学校主导, 学科融合提升素养

在中小学的相关课程中,学科教材已经含有许多的消费理念和消费观,教师在教学过程当中可以结合理论知识进行活动拓展,让学生通过实践活动更好的理解消费的规划,例如在小学的课程中,购买商品对打折的认知通过货比三家的比较来理解消费,关于消费观念在课程教学实施引导结合课程的实际开展教育,更好的挖掘消费观念相关的知识点。鉴于中学阶段学生已经面临繁重的课程负担,我们建议采用跨学科融合的策略,将消费教育的相关内容巧妙地融入现有的多门学科中。在数学课程中,我们可以引导学生运用数学知识计算各类消费信贷的实际情况,如购房的分期付款利息、汽车保险的年费以及个人助学贷款等,借此深化青少年对信用消费的理解,并认识到个人理财的至关重要性。同时,青少年还能够通过学习数学知识,了解个人破产法基础条款、工资扣押法律和债务重组优劣势等。教师结合所讲的内容,可以给学生布置作业:结合旅行中所需的成本与时间,设计出外出旅游计划。在计划制定的过程中,学生需要发散思维,既要考虑路程、时间等,还需要考虑现实问题——经济能力。学生通过制定履行计划,数学计算能力有所提升,而且也可以接受消费教育,提升个人消费品质,使消费花到真正有意义的商品上。旅行中,如果学生遇到商店与参观的不公平收费,就可以形式自身权益,学会运用法律武器保护个人权益。中学生物教学中,教师可以融入食品安全问题。近几年,食品安全问题日益被关注,如何甄别安全产品成为大家的必修课。教师结合生物知识,给学生以购买绿色商品为例,进行问题设置和内容设定。为了使学生能够关注环保问题,做环保的监督人,教师可以引导学生,使其亲自动手设计绿色包装,也就是简单、可回收且可以循环利用的包装,以此强化学生的绿色消费意识。教师讲解地理课程的内容时,重点

培养学生的鉴赏能力,给他们输入正确的消费理念。通过关注全球自然资源的利用和可持续发展问题,我们可以鼓励和支持青少年采取更加可持续的消费行为,从而为自己和整个社会节约资源,降低成本。

(三) 社会合力, 创积极氛围正风气

广播电视、报刊以及互联网等众多媒体平台,因其广泛的覆盖范围、迅速地传播速度、低廉的传播成本以及生动的传播形式,深受大众喜爱。这些特点使得它们在传播消费知识和传授消费技能方面极具优势。在我国,已经涌现出一批专业的消费媒体,他们专注于消费领域,为消费者提供及时、全面且富有成效的信息服务,在消费教育方面做出了大量贡献。同时,许多媒体也通过专业专栏向消费者普及知识,这不仅有助于提升消费者的知识水平,还有助于唤醒他们的维权意识,从而更好地维护消费者利益。然而,媒体在传播消费信息时,也应坚守职业道德,抵制不良消费风气,以客观、公正的态度进行报道。我们以西方的消费主义为例,尽管所坚持的消费观念可以从很大程度上刺激消费动力,拉动国内内需,可解救国家经济走出低迷阶段。不过如果一度宣扬消费主义,那么会使青少年陷入盲目消费的怪圈,导致相关资源大量浪费。所以,社会的大众传媒作为新时期信息的媒介,就应该发挥自身的舆论导向作用,给青少年进行科学引导,使他们懂得辨别不同消费观的利弊。媒体是社会的公器,应该主动承担对青少年的引导之责。通过媒体正确消费信息的传播,学生渐渐也会形成科学的消费理念,逐渐形成良好的消费习惯。教师在教学中可融入部分打假英雄的典型事例,拓宽其社会知名度,使大众对其更加重视和关注。此外,媒体还应积极纠正一些不健康的消费趋势和消费观念,大力倡导绿色消费观念,推动人们形成文明的消费行为,积聚消费正能量。

三、结束语

在财经素养教育实践中对青少年进行消费观培养,是塑造他们未来财务技能和社会责任感的关键环节。通过教育引导,青少年不仅能够学会如何合理规划和管理自己的财务,还能培养正确的消费观念和价值观,从而在未来的生活中做出明智的财务决策。本文以财经素养培养为例,对青少年的消费观培养分别从家庭、学校、社会三个层面提出了建议,在多管齐下的合力作用下,使青少年树立起正确的消费观。

参考文献:

- [1] 蒋诗萍. 翻转与颠覆: 奢侈消费历史变迁的内在逻辑与文化动力 [J]. 文艺理论研究, 2021, 43 (06).
- [2] 孙建茵, 冯引. 鲍曼消费主义文化批判思想探析 [J]. 苏州大学学报 (哲学社会科学版), 2020, 41 (04).
- [3] 张佳, 王道勇. 从物的消费到符号消费——西方马克思主义消费社会理论的演进及启示 [J]. 科学社会主义, 2018 (06).
- [4] 高海燕, 王鹏, 谭康荣. 中国民众社会价值观的变迁及其影响因素——基于年龄—时期—世代效应的分析 [J]. 社会学研究, 2022 (01).
- [5] 金盛华, 李玲, 车宏生, 何立国. 中国人价值特点及其与社会主义核心价值观的契合性 [J]. 心理科学, 2019, 42 (03).