

全国中文核心期刊 全国教育系统唯一党建期刊
全国党建研究会高校党建研究专业委员会会刊

2014.7

学校党建与思想教育

xuexiao dangjian yu sixiang jiaoyu



本刊顾问

- 江金权 中共中央政研室副主任
李卫红 教育部副部长
顾海良 教育部党组成员
朱善璐 北京大学党委书记
陈旭 清华大学党委书记
靳诺 中国人民大学党委书记
刘川生 北京师范大学党委书记
朱之文 复旦大学党委书记
姜斯宪 上海交通大学党委书记
洪银兴 南京大学党委书记
金德水 浙江大学党委书记
韩进 武汉大学党委书记

编委会

- 主任 周远清
副主任 吴潜涛 张锦高
编委 (以姓氏笔画为序)
丁烈云 马敏 石亚军 刘书林
刘华才 李忠云 李旭东 吴元欣
吴潜涛 邱柏生 张永平 张晋峰
张锦高 陈占安 陈达云 周远清
郑永廷 郝翔 胡树祥 骆郁廷
侯晓明 徐敦楷 黄蓉生 谢成宇
- 总经理/社长 侯晓明
总编辑 李旭东
主编/副社长 谢成宇
执行主编 张永平
值班编辑 张婕

学校党建与思想教育

2014·7(下半月) 第7期 总第485期

卷首语

- 1 深入学习贯彻习近平总书记系列重要讲话
重在把握精神实质 /党评文

理论前瞻

- 4 论中国共产党人对党的群众路线的传承与深化
/于葳
- 7 充分发挥协商民主在群众路线教育中的载体作用
/陈克娥
- 10 贯彻好党的群众路线必须坚持和健全民主集中制
/何克祥 蒯海章

德育论衡

- 12 基于教师视角的青少年责任心培养实证调查分析
/魏晓娟
- 15 论教育价值观的个人本位与社会本位的和谐融合
/胡烨丹
- 18 高职学生思想道德素质现状调查及启示
/顾红 汪猛 李肖璇
- 20 “后现代阅读”与高校思想政治教育创新研究
/熊晓燕 何润霞 申婕

高校党建

- 23 试析高校机关党组织如何推进党建工作创新
/李韵
- 25 高职院校基层党建工作的探索与实践 /段致平
- 27 激发高校教师党支部工作活力措施研究
/陈静 李智慧
- 29 高校党建工作促进延长学制生有效管理对策探究
/王红珍 钱振明

课程教学

- 31 高校思想政治理论课实践教学新模式探赜
/陈新田
- 33 校企合作视阈下高职院校思想政治理论课
“双基地”建设思考 /夏勇子

学工视窗

- 36 试析语言志愿服务对外语专业学生能力提升的
作用 /何正英
- 39 协同视域下大学生科技创业实践创新研究
/徐占东 陈文娟 任泽中
- 41 高职学生社会责任感现状及教育对策 /范洁波

43 高校公益型学生社团长效发展机制研究:基于
与NGO的比较分析 /金武州

46 新媒体传播环境下高校社团文化工作探究
/杨震 王林

48 学生管理制度建设与大学生法律意识培养简论
/梁瑜

50 从青年学生的“消费时尚”看“四风”现象
/王文杰 杨蕾 薄纯鑫

新媒体思政

52 略论信息时代大学生思想政治教育的话语转换
/刘贵占

54 微传播场域中大学生志愿者服务常态化机制的
构建与实践 /高芳放

57 青少年在虚拟社区中的交往行为与心理特点探析
/孙红艳

59 试论大学生思想政治教育网络风险及其规避
/王顺双

校园文化

62 论“校园文化创新”项目培育及其价值构建 /梁英

64 高校学风现状及影响因素分析
/秦琴 王伟 王书亭

工作探赜

67 高校民族生学习生活现状实证分析研究
/汪庆华 宫凯

69 高职教育产学研合作的关键因素探析
/陈方辉 徐燕

71 略论大学对社会心理的引导与优化 /吕素珍
辅导员新论

73 高校辅导员职业能力提升的困境及对策
/马小红

76 加强高校辅导员专业伦理建设之我见 /李永山
就业方略

79 志愿服务与大学生就业相关性分析 /黄一珊

82 基于珠三角企业需求的高职学生职业素养培育
研究 /赵爱琴

观察思考

84 对发展我国慈善组织的若干思考 /陈辉

86 公民幸福:构建社会主义核心价值体系的重要
价值维度 /张东伟

89 “态度改变理论”下增强社会主义核心价值观
有效传播的路径选择 /邓姗姗

91 近十年来国内中华民族精神研究综述
/贾钢涛 陈鑫

廉政资鉴

94 浅论焦裕禄精神在反腐倡廉中的重要作用
/黄锦琳

17 封面简介

主管:长江出版传媒股份有限公司

主办:湖北长江报刊传媒集团

编辑出版:《学校党建与思想教育》杂志社

刊号:ISSN 1007—5968
CN 42—1422/D

广告经营许可证:鄂工商广字0036号

邮发代号:38—344

订 阅:全国各地邮局

印 刷:湖北恒泰印务有限公司

地 址:武汉市洪山区珞喻路78号

长江传媒大厦18楼

邮 编:430079

编 辑 部:(027)50769365

广 告 部:(027)82448358

财 务 部:(027)50769317

电子信箱:xxdjbj@163.com

定 价:10.00元

封面设计:彭冠华

从青年学生的“消费时尚”看“四风”现象

□ 王文杰 杨 蕾 薄纯鑫

摘要:经济、文化的多元快速发展,给新时代青年学生创造了追求个性、时尚的舞台,但是过度追求涌现出来的“四风”——形式主义、官僚主义、享乐主义、奢靡之风,是摆在当前教育工作者面前的一大难题。本文将从实地调研的数据来深入剖析当前学生消费时尚的发展现状,并从紧密把握学生思想动态、树立正确的社会主义核心价值观、提高青年学生的文化鉴别力和责任感等方面提出几项措施来引导青年健康成长,从而为青年身心健康健康发展创造良好的校园文化环境。

关键词:青年学生;消费时尚;“四风”现象

作者简介:王文杰,北京工业大学团委书记,副研究员;杨蕾,北京工业大学团委副书记,助理研究员;薄纯鑫,北京工业大学循环经济研究院共青团北京工业大学委员会,硕士研究生。(北京 100124)

中图分类号:G641

文献标识码:A

文章编号:1007-5968(2014)07-0050-02

我国在生产型社会向消费型社会转型之际,也一直不断地通过一系列积极措施来拉动消费的快速增长。在这个企业导向、消费者组织严重缺位的经济社会里,青年一代作为最具时代特色的生力军,也已逐渐成为商家竞争的焦点。为了对当今青年学生的消费时尚发展现状有一个细致的了解进而提高高校思政教育工作的针对性、实效性和科学性,我们在北京某高校进行了“大学生时尚文化调查”,此次调查共发放问卷1000份,回收972份,回收率为97.2%;其中有效问卷945份,有效回收率97.2%。为确保调查的客观性和科学性,抽样过程充分考虑到性别、学历、专业、政治面貌等方面因素。其中,男生占有效样本总体58.6%;女生占41.4%。本科在读占有效样本总体57.8%;硕士在读占40.1%;博士在读占2.1%。按照专业类别,其中,理科生占有效样本总数17.4%;工科生占57.8%;文科生占15.5%;艺术类学生占9.3%。按照政治面貌,其中,共青团员占有效样本总数70.7%;中共党员(含预备党员)占24.4%;群众占4.9%。

一、新时代青年学生的消费特征及原因分析

1. 消费观念。对学生消费观念的调查发现,大部分学生的消费观是理性的,会计划性地进行消费,其中25.4%的同学选择“能省则省”,这与我国勤俭节约的优良传统思想是密切相关的,也是值得提倡和发扬的,但是仍有相当大一部分同学的消费观念是“不做打算,想花就花”,没有节制,占到了13.87%,作为学生还没有经济来源,这样无节制的消费会给学生自身和家庭带来一定的经济压力,也会助长盲目攀比之风,对于学生的成长发展是非常不利的。

另有对“购物考虑的因素”一项调研,发现学生们在购物时考虑的因素排在前五名的主要是:价格、质量、实用度、性能、外观。而个人需求却排在了第七位。可见当前总体状况较好,但也存在部分青年学生的消费存在一定的“形式主

义”,要面子、讲排场,注重外观,仅仅通过性价比和外在外的一些条件来评判是否购买,这是典型的消费“无理性”。

2. 消费习惯。网络时代给新时代的青年学生开辟了一种全新的消费方式——网购。作为网购的主力军,他们是极具活力但又缺少理智的现代消费者,他们对于网络信息及其服务的需求具有不足之感和求足之心。从调查数据看出,“网络代购”(44.37%)已成为仅次于“大型商场购买”(47.52%)的消费方式,调查还发现,86.8%的同学有过“网购记录”,仅有13.2%的同学没有任何网络消费经历,可见,网购、代购已逐步取代传统的商场和超市,成为学生的主要购物方式,网络快捷、便利的特点已深入人心。

通过对“时尚信息的了解渠道”的调研发现,排在前四位的分别是:人人、微博等社交网站、电视广告、杂志报纸、贴吧论坛。还有一小部分是通过电台广播、手机报、官方主页以及他人告知。新媒体盛行的今天,铺天盖地的消费信息充斥在各大网站、媒体及杂志报纸等,这也成为各大商家进行广告促销竞争的重要手段,学生每天上网都会有意无意的接触这些繁杂的信息,他们的好奇心和求知欲让他们乐于去了解和尝试。

3. 时尚消费品。时尚消费品代表着消费者的地位、价值观念和生活方式,更具有时代性特征,是一定社会经济条件下的产物,但它更具有一个时代文化性特征,是一个时代文化条件的产物,必定会有一个时代的文化烙印,它或许是有形的。青年学生在没有经济来源的情况下,时尚品的消费更能体现他们的“地位”和“价值观念”,就好像代表着在这个“拼爹”的社会拥有一个富有的家庭背景一样,当炫耀、攀比进入单纯的大学生生活中时,预示着他们的思想在发生着巨大的改变。

有数据显示,大部分学生时尚消费的比例还处在较低的水平,但是34.4%的同学对于时尚消费的比例也达到了25%—

50%,这对于还未有经济来源的学生来说已经是不小的支出,甚至12.3%同学的时尚消费占到全部消费支出的50%—75%。

随着消费主义热潮的不断涌动,时尚作为一种优越的生活方式和一种“特殊”的象征符合,会不断刺激热爱潮流追求“先锋”的青年学生去满足自己的需求,一部分家庭收入较低或没有收入的学生也会因不甘成为“时代”的落伍者、校园中的“下等阶层”,而跟风模仿一些家庭收入较高或者富有的消费者,炫耀性消费已给部分学生产生了很大的心理负担。

4. 经济独立性。调查数据显示,我校大学生的主要消费来源还是父母,占有消费来源的56.5%。排在第二位的是“自己兼职所得”,占消费来源的23.2%。其次是来源于各种奖励,占到14.6%。这说明当前青年学生的经济独立性还不太高,但也有一部分同学通过自己的努力获得一定的经济来源,在减轻父母压力的同时自身也得到相应的锻炼。

另有对学生“每月开销去向”的调查数据显示,排在前五位的分别是:零食、电话费、服饰化妆品、交通费、社交娱乐。可见,随着生活水平和消费水平的提高,受社会主流消费影响,学生在保证自身“刚性需求”的同时,对生活质量也提出了更高的要求,名牌衣服、化妆品、KTV、酒吧等对当下时尚消费品的购买也在不断提高。

从这里可以看出,当代大学生的消费观念存在一定的“享乐主义”和“奢靡之风”倾向,休闲消费也越来越成为他们生活的主流,在他们看来,这些赶时髦的消费代表着身份、地位、文化品位与生活态度,可以满足时尚和娱乐的双重消费目的。可是过度的追求也会让世界、人生观和价值观还未成熟的他们受到巨大冲击,影响学业和身心健康,对于学生价值观、金钱观的形成是非常不利的,对于还处于成长期、性格尚不健全的他们来说,如得不到很好的引导,必将导致理想信念淡薄,道德素质下降,对学生个人身心健康成长和社会风气的形成都会产生不良影响。

二、积极采取有效措施引导学生健康消费

1. 引导党团基层组织传递正能量。整治青年学生中的不良消费之风是摆在教育工作者面前的一项长期任务,必须经常抓、长期抓,以基层党支部、团支部及各学生组织为思想教育实践单位,坚持以“生”为本,适当放权,给予青年学生充分发挥的舞台,教育工作者积极转变工作职能,由原先的“划桨者”转变为“掌舵者”,保证他们应有的话语权,同时建立健全促进学生积极向上、勤俭务实的长效机制,加强与学生群体的互动沟通,让学生在自由轻松的氛围中学会理财。

学生党员、团员要坚持定期开展组织生活会,向同学们传递时尚消费的“正能量”,积极开展批评与自我批评,紧密把握学生思想动态,及时跟进思想引领教育活动,从根本上遏制不良风气的蔓延,保证整体校园文化健康向上。

2. 引导青年学生形成良好的消费观。针对校园中当

前涌现出来的形式主义、享乐主义、奢靡之风等不良风气,作为高校教育工作者,开展思想教育活动要以习近平总书记关于整治“四风”为主要核心思想,积极开展“照镜子、正衣冠、洗洗澡、治治病”的思想引导,使青年学生特别是青年党员从思想上得到提升,能够自我净化、自我完善、自我革新、自我提高。引导青年学生要以学校相关纪律规章为镜,对照先进典型,树立正确的、高尚的价值观、消费观,坚决抵制不良风气的滋生和蔓延,不盲目攀比,严格自我要求,自觉把消费观念正一正、理一理、紧一紧,积极清洗思想和行为上的灰尘,时刻保持勤俭节约、求真务实的优良作风。

同时,为了保证青少年的身心健康发展,营造良好的育人成长环境,家长要与学校紧密配合,适当减少对青年学生的部分开支,并加以资金管理引导,培养良好的理财观念,让其更好地适应社会发展。

3. 引导青年学生增强文化甄别力。文化是一定社会经济和政治的反映,对一定社会的经济政治产生巨大影响,是综合国力的重要标志。当前经济全球化的迅速发展,不仅带来货物、服务、资本、人员等在全球范围内的频繁流动,而且带来思想意识、价值观念、行为方式在世界范围的激烈碰撞。要引导学生树立社会主义核心价值观,自觉地运用马克思主义的基本原理、辩证唯物主义和历史唯物主义的思想来武装自己,学会正确地认识和分析各种文化冲突,积极吸收和继承传统的文化遗产,提高自我修养和内涵,自觉抵制各种不良之风、歪风,不断学习传统文化充实自己的心灵。此外,要以健康的风气和正确的价值观为引领,加强精神文明建设,让青年学生在不良消费、享乐、奢靡之风的“枷锁”中解放出来,积极营造健康积极的校园新风尚,让学生消费回归理性,让艰苦奋斗、勤俭节约、踏实求真成为主流。面对“人情消费、享乐主义”之风,敢于说“不”,积极与不良风气做斗争,向身边同学传递一种“脚踏实地、艰苦奋斗”的“正能量”。

参考文献:

- [1] 黄勇.消费时尚的社会学分析[J].西南师范大学学报(人文社会科学版),2005,(4).
- [2] 郑欣.现代广告与青年消费文化[J].青年研究,1999,(1).
- [3] 李小芳.“新贫族”:一种消费新主张[J].中国青年研究,2003,(3).
- [4] 唐魁玉.网络消费的时尚化及其与生活质量的关系[J].云南财贸学院学报,2001,(5).
- [5] 李在永,李华.奢侈品消费相关问题探讨[J].商业时代,2005,(12).
- [6] 罗维萍.论享乐主义对当代大学生消费的影响[J].昆明师范高等专科学校学报,2006,(1).

责任编辑 张 婕