

攀树课、恋爱课、游戏课、生死课……

# 新奇课程进高校,只是昙花一现?

在一学期一度的“选课大战”中,最让学生期待的莫过于花样迭出的选修课。近年来,推陈出新的课程名称时常走进大众视野,爬树、三国杀、恋爱心理、电竞、品酒等应有尽有。瞄准学生的好奇心和兴趣点,这些课程听者众多,有的课程学生扒墙翻窗来听,有的课程学生席地而坐,挤满整间教室。新奇“网红课”吸粉无数的背后,是来自各界的不同评价。

“潮玩”还是“潮学”?

早在多年前,新奇课程开始在个别高校崭露头角。2012年,厦门大学从国外引进攀树课,顾名思义就是借助绳索攀爬上树。厦门大学体育教学部副主任翁兴和说,刚开始也有许多人不解,为何要开设这样一门看似无用的课,其实当中学问不少。

翁兴和介绍,这和小时候的爬树有所不同,它是利用绳索锻炼学生力量、灵活性、协调性的体育运动,许多爬树技巧可以在紧急时刻增加逃生率。选修过攀树课的学生李欣鑫说,上课就像在原始丛林中探险求生,有一种亲近大自然的特别体验,还能提升体能。事实证明,攀树课开设至今,一直都是抢手选修课。

一些新奇课程在学生中呼声极高,却被家长担心“玩物丧志”。近年,北京大学、中国传媒大学、四川电影电视学院等高校开设了电竞游戏课程。有学生开玩笑说:“没打游戏,作业都做不出来。”也有人认为,将游戏名正言顺地搬上课堂,不利于学生未来发展。

北京大学信息科学技术学院教授陈江解释,这门课并非鼓励学生玩电竞,而是让大家了解电子游戏有关的技术研发、媒体公关、心理建设等行业问题。未来电子游戏就业市场广阔,行业发展对人才培养提出新的需求,课程设置上应该予以回应。

如今,新奇选修课在各高校中越来越常见,逐渐颠覆传统大学课程的理念。高



大学选修课学搭帐篷,关灯体验夜间野营

校开设恋爱课,很快一炮而红。“什么是亲密关系中的PUA”“学以致用交到对象,可以酌情给满分”……这一课程不仅吸引大量学生,同时还带火了授课老师。

从2000年起,广州大学开设生死课,课堂作业是写遗书、立遗嘱、写墓志铭。北京师范大学、广州大学等高校也开设了以“生死”为主题的课程。中国人民大学哲学院院长臧峰宇认为,生命教育日益成为通识教育的重要内容,从生死课中获得对死亡的认识,懂得生命的价值,有助于推动社会健康发展。

新奇“网红课”能否成“品牌课”

半月谈记者调查发现,虽然新奇课

的名称抓人眼球,但经过课堂实践检验,真正成为“品牌课”的不算太多。

部分新奇“网红课”昙花一现。比如,一些高校开设马术、烹饪等课程,图一时新鲜,并未考虑到学校实际条件和学生长远发展,不但师资场地跟不上,而且难以保证安全,开设没多久就中途“夭折”了。

有的课程因重形式轻内容而沦为“水课”。有高等教育专家指出,部分高校跟风开设幸福课、恋爱课、社交课等,却没有足够的教学水平支撑课程内容,这些课程成为低门槛、少营养的“快餐课程”。有学生表示,有些开设的幸福课、恋爱课、社交课,不仅不能解决他们的情

## 挣脱“买买买”“扔扔扔” 年轻人为何开始“抽离”物欲

对于当下许多年轻人来说,有一种快乐来自消费,有一种焦虑也来自消费。一边被网络平台各种营销模式“疯狂种草”,一边又面对着满屋囤积的物品寻求“断舍离”。

在这个物质消费极为便捷的时代,人的“物欲”在不知不觉中被放大,也会不自觉陷入消费主义的漩涡,盲目地在物品和身份地位间画等号。

要消费,但不要消费主义。我们不妨通过重新审视自己和物品之间的关系,真正拥有对物品和人生的掌控权。煽动焦虑情绪营造伪需求?

“理智鹅”们勇敢“拔草”

“市场上从直播带货到网友分享,到处都在给人种草,刺激消费,通过煽动起焦虑情绪,让每个人因为焦虑,不断去购买,以满足自己的伪需求。我们要做到:不盲目跟风,不被消费主义裹挟!”这是国内某社交平台上一个名叫“不要买丨消费主义逆行者”小组的宗旨。

自2020年10月份成立以来,这个小组已吸引超过33万自称“理智鹅”的成员加入,其中多数为80后、90后。他们通过“心得分享”“不要买”等话题讨论,咨询比较,相互“拔草”。比如,很多人留言问:“有没有必要为了学习买个ipad?”“扫地机器人到底好不好用?”“假发片戴着真的好看吗?”……

对于能引来这么多人关注和加入,小组发起人“碎碎铁”感到很意外。她告诉半月谈记者,自己当时建立这个小组,只是想分享一个建议,让大家不要头脑

一热就去买收纳柜,因为很多时候收纳柜并没有解决根本问题,反而变成另外一个需要收纳的物品。

“我之前也有囤积物品的经历,主要是日用品和化妆品,也有食物,经常囤着囤着自己都忘记了,最后只能扔掉。”90后“碎碎铁”坦言,自己也曾经是一枚妥妥的“剁手一族”。

半月谈记者发现,为控制物欲,“消费主义逆行者”的成员想出了很多小妙招,比如有人总结出自己的购物模式、衣服的闲置率和原因,以及应对策略,并总结了常见的消费主义话术等。

事实上,这个小组并不是个例。在同一社交平台,还有“不买了丨拔草互助协会”“如果我们可以通过消费获得快乐”等小组,其宗旨都是抵制冲动消费。而在B站、小红书等年轻人聚集的社交平台,倡导节俭和“断舍离”生活模式的博主越来越多,且相当吸粉。

至于新消费理念的触发和形成,大家情况不一:因为要搬家,发现带不走的东西太多了;买东西的时候真的很满足,但是收拾的时候真的很焦虑;因为疫情,工资下降,突然感觉没钱了……

有一位网民的留言引起很多人的共鸣:“特别想花钱的时候,其实并不是为了得到某个东西,只是想通过付钱这个瞬间得到快乐,来获得支配感,这种情况下就会买到很多非必需品和性价比低的东西,很多快递拆开后再也没看过第二眼。”

物品的符号标签

经济社会的发展,会促进人们消费

水平的提高,这是合理现象。尤其是近些年,随着互联网、金融行业的发展,国人的消费习惯和消费模式发生了翻天覆地的变化。各种网购平台在为消费提供便捷的同时,也在放大着我们的消费欲望。

法国后现代理论学者鲍德里亚说过,消费主义是指这样一种生活方式:消费的目的不是为了传统意义上实际生存需要的满足,而是被现代文化刺激起来的欲望的满足。

现实中,我们经常听到相似的话术,如“不穿AJ怎么做整条街最靓的仔?”“不用百乐的笔还能写出好看的字?”“不用贵妇膏还好意思说自己精致?”……还有比较容易收割年轻人的“轻奢”概念,几百块、上千块的化妆品、衣服,有点小贵,但是咬咬牙又能消费得起,虽然不知道到底适不适合自己,但是最起码和别人谈论起来的时候有面子。

互联网能抹平信息差,同时也能制造心理落差。当我们把物品和身份等画等号时,很容易就会掉入消费主义陷阱。社交平台上刷屏都是让我们惊叹的跑车和豪宅,久而久之,一些人就会觉得这是当下普通人该有的状态,进而形成与自身不匹配的消费观念。

在消费主义推动下,个人购物的自主性被削弱而受控性增强,很多时候消费只是随波逐流,跟着感觉走,盲目追赶所谓的“潮流”,丧失了独立思考的能力。同时,便捷的无现金交易也减少了花钱时的痛感,让“剁手”变得更加不走心。

感困惑,连授课都显得很敷衍。比如,在课程设置上,有的课程由老师授课变成学生分小组自由展示,有的课程总是“套路化”,这些都让选课学生感到失望。

在一次对大学生新奇课程的问卷调查中,大多数受访者认为,高校在新奇课程方面的教学计划和目标有待完善。天津大学马克思主义学院助理教授李非凡认为,一些新奇课程纯属搞噱头,名称虽然很另类,却无多少创新内容。有的娱乐性太强,科学性不足,拉低高校课程的专业水准。有的新奇选修课是给学生的“送分课”,教学内容不成系统,教学要求也不严格,滥竽充数。

要“新奇”更要有“新知”

教育学者认为,一门好的课程,要“始于兴趣,终于真知”。多数受访学生表示,大学生的眼睛是雪亮的,会有自己的判断,若只是冠个新奇的名称,无实质内容,学生是不会买账的,知识含金量和实用性才是王道。

开设一门新课,师资培养、课程设置都需要花费大量时间精力。翁兴和说,厦门大学为开设潜水课,准备时间达到两三年,包括送教师到专业学校培训,考取潜水教练员证等。近年修过潜水课的厦门大学学生都具备基本潜水技能,有的甚至成为半专业的潜水爱好者。

“选修课增多,体现大学办学自主权扩大,是好事。”21世纪教育研究院院长熊丙奇同时指出,大学教师开设选修课存在比较随意、缺乏专业论证的问题。“开设哪些丰富多彩的选修课,需要大学教授委员会的专业判断,以此加强对选修课建设的规划、指导与论证。”

李非凡认为,无论是必修课还是选修课,都要将教育引领学生放在首位,而不能被流量和浮躁风气牵着鼻子走。

半月谈记者 邓倩倩(刊于《半月谈》2022年第4期)

毫无节制地跟风消费,不仅会给身心带来较大负担,还在很大程度上伴随着奢侈和浪费,这和当前提倡的“厉行节俭、反对浪费”的社会风尚背道而驰。

2021年双11期间,中消协发布六点注意事项,提醒消费者不可迷信“低价”、看清促销规则、谨慎囤货、保持冷静等。重新审视人与物的关系,

不沦为物品的“情绪奴隶”

日本学者三浦展在《第四消费时代》中写道,人们追求的应是能让人生和时间充实的消费,而不是耗费人生和时间的消费。

消费,对个人而言,可以提升生活品质;对国家而言,可以拉动内需,促进经济发展。因此,我们提倡、鼓励消费,但坚决反对消费主义。

身处一个物质消费极为便利的时代,应该让物品更好地服务于我们,而不是我们沦为物品的“情绪奴隶”。

反对消费主义,并没有严格的标准,哪件东西可以买,哪件东西不能买。我们应该从自己的内心和实际需求出发,不再为一时冲动购物造成浪费,不再通过购置奢侈品或大牌商品来彰显自我价值。

“我们所倡导的不被消费主义裹挟,是想让大家根据自身的情况去理性消费。”“碎碎铁”说,“其实,消费或者说是花钱,和很多生活技能一样,也是需要学习的。”

半月谈记者 赵倩(刊于《半月谈内部版》2022年第2期)