

# 越

〔德〕安德烈娅·布劳恩 著

郑汉根 叶 隽 译

WENIGER IST OFT MEHR

Andrea Braun



常 常 越 好

如何预防孩子消费成瘾  
培养孩子正确的消费观

新 华 出 版 社

F 913.55 / 25

〔德〕安德烈娅·布劳恩 著

郑汉根 叶隽 译

WENIGER IST OFT MEHR

# 越



……好  
常常越

如何预防孩子消费成瘾  
培养孩子正确的消费观

新华出版社



**图书在版编目 (CIP) 数据**

越少……常常越好 / (德) 布劳恩著; 顾仁明译.

—北京: 新华出版社, 2005.1

ISBN 7 - 5011 - 6914 - 4

I. 越… II. ①布…②顾… III. 消费心理学—通俗读物

IV. F713.55 - 49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 129015 号

京权图字: 01 - 2000 - 0525

**WENIGER IST OFT MEHR**

Copyright © 1998 by Kösel-Verlag GmbH & Co., München

All Rights Reserved

中文简体字专有出版权属新华出版社

**越少……常常越好**

[德] 布劳恩 著

顾仁明 译

\*

新华出版社出版发行

(北京石景山区京原路 8 号 邮编: 100043)

新华出版社网址: <http://www.xinhupub.com>

中国新闻书店: (010) 63072012

新华书店经销

北京蓝海印刷有限公司印刷

\*

880 毫米 × 1230 毫米 32 开本 7.5 印张 126 千字

2005 年 1 月第一版 2005 年 1 月北京第一次印刷

ISBN 7 - 5011 - 6914 - 4/G·2513 定价: 16.00 元



## 目 录

- 孩子的消费——一种挑战? ..... (1)
- 消费愿望是如何产生的, 潜伏着哪些危险? ..... (9)
- 安全、疼爱和关注的愿望没有得到满足 ..... (12)
- 缺乏自决和自立的机会 ..... (16)
- 拥有独特个性的权力 ..... (18)
- 太小的生活空间和自由空间 ..... (20)
- 缺少友谊 ..... (23)
- 无聊因素 ..... (25)
- 孩子和秘密 ..... (27)
- 钱越多, 消费越多 ..... (30)
- 缺少榜样 ..... (35)
- 现在的家庭结构 ..... (37)



孩子的日程全都“安排好了” .....	(40)
媒体和交往 .....	(43)
如果父母将自己的希望寄托在孩子身上 .....	(51)
过多的刺激和过高的要求 .....	(54)
<b>父母们的担忧 .....</b>	<b>(59)</b>
一切都能称心如意吗? .....	(59)
过分的、不可能实现的愿望 .....	(60)
不惜代价，紧跟步伐 .....	(62)
起安慰作用的橡皮膏 .....	(65)
薯片，薯片，薯片 .....	(67)
美丽的玩具新世界 .....	(73)
<b>如果消费成瘾 .....</b>	<b>(77)</b>
随身听、可乐和连环漫画 .....	(80)
电视、电脑、游戏和因特网 .....	(84)
饮食障碍 .....	(91)
赌瘾 .....	(101)
购物瘾 .....	(103)
药物和精神药物 .....	(106)



尼古丁 .....	(109)
酒 .....	(111)
非法麻醉品 .....	(114)
<b>家长能做些什么呢？ .....</b>	<b>(119)</b>
成年人以身作则 .....	(119)
民主的教育方式 .....	(121)
过节和送礼 .....	(123)
可爱的电视 .....	(131)
能够学会有意识地消费和享受 .....	(135)
如何接近上瘾受害的孩子或者儿童？ .....	(138)
谁能帮助我？ .....	(142)
什么是预防上瘾？ .....	(144)
家里没有玩具或者减少家里的玩具 .....	(145)
家庭会议 .....	(148)
达成减少玩具的妥协 .....	(149)
孩子的玩法千变万化 .....	(151)
家庭座谈 .....	(153)
家长的谈话圈子 .....	(157)



幼儿园能做些什么呢？ .....	(159)
无玩具幼儿园 .....	(160)
目的 .....	(160)
理论和实践 .....	(162)
观察 .....	(171)
采访孩子和家长 .....	(175)
采访老师和预防上瘾专家 .....	(177)
发展前景 .....	(180)
幼儿园还有哪些预防上瘾的方式？ .....	(181)
学校能做些什么呢？ .....	(185)
培养批判性和创造性的思维 .....	(187)
老师是榜样和伙伴 .....	(190)
思考问题的方法和项目工作 .....	(193)
“正常”课范围内的小组工作、大组工作 和项目工作 .....	(195)
项目周和项目旅行 .....	(198)
为小学制订目标和项目 .....	(202)



“狮子”项目——在完全中学实施美国 教育模式 .....	(209)
家长的工作 .....	(212)
结束语 .....	(217)
致谢 .....	(221)
注释和出处 .....	(223)





## 孩子的消费——一种挑战？

很多家长和教育工作者对消费现状进行思考，研究消费行为和寻找防止消费成瘾的办法。本书为他们提供这一方面的帮助。

我自己也是母亲，有两个孩子，一个3岁，一个7岁。和天下所有父母一样，我也要对自己孩子的消费愿望进行分析。

大部分家长都熟知的情形是：孩子们站在大型超市糖果柜台前、广告宣传单飘进家门、孩子们放学归来告诉您：他们最好的朋友什么都有。这样的情况确实不太容易处理。我本人从事教育工作，因为职业的缘故，我了解不同家庭的不同情形，当然也留意幼儿园里孩子的游戏情况。

在日常生活中，在同他人交往中，在社会生活中，



越少……常常越好

我们都遇到重要或者不重要的消费品。

甚至因为有些事情对生命来说非常重要如摄入食物，现在的媒体创造了一个规模巨大的消费乐园。

到处都有销售给孩子的物品，孩子处处都受到引诱，因此，他们很快就产生愿望，这种愿望马上又发展为不可不做的行动。

当玩具堆得越来越高的时候，当索要的零花钱越来越多的时候，当孩子的生活空间变得越来越狭小的时候，孩子的房间里就充斥了某种无聊。

如果我拥有了一切，还干什么呢？如果我跟玩具不再有什么关联，为什么还要去整理呢？如何抗拒彩色广告页上许许多多预告产品呢？

从某个角度看，过去我对自己孩子的游戏行为也感到失望，他们都拥有漂亮的、有教育作用的玩具，这些都是我小时候一直最想得到的东西。

但是有一天，我开始研究这个问题，并且开辟了新的道路。所有的人都会觉得，这是一个非常有意思的冒



险。从那时后起，我们的想法有了很大变化。

亲爱的读者，我想在本书中给您介绍这种情况。

下文中说到教育工作者或者教师，既指男性也包括女性。为了简便，我没有使用确切的女性称谓。

如果查阅德国大百科全书“布罗克豪斯”，那么您会发现，这部巨著用3页的篇幅解释“消费”这个概念。这里仅摘录最重要的观点：“消费”这个词从拉丁文“consumers”引申而来，意思大约为“消耗”“耗尽”。“消费”的意思是消耗食品或者服务，以满足人的需求。因此，在我们这个社会里，消费与经济收入或者资金有紧密的关系。

孩子消费在一个较为简单的层面上发生变化。它受他人行为和广告策略的影响。渴望得到某种东西或者想有某种心情，对消费行为也产生影响。我认为，孩子的消费行为可以受外界的影响和控制。

儿童和青少年消费，往往为了显示自己也属于“同类人”，为了与同龄人赶时髦的行为合拍。孩子消费，也可能是为了弥补没有得到满足的心理需求。

我在这里举个典型例子：舒斯特一家租用了一套两



间半住房，他们有一个孩子叫玛丽昂。他们有自己的希望和想法：梦想有一天拥有属于自己的小小住房。为了不使这个新制订的计划成为遥远的将来，母亲决定：从这个3岁的孩子进日托托儿所之日起，开始全天工作。但是很不幸，这种办法没有取得成功，她至少还需要等上一二年的时间。

玛丽昂很好地适应了托儿所的生活，但当她下午晚些时候还得跟母亲去超市采购时，总要哭哭啼啼。

因此，总有些好事落到她的头上。在征得母亲同意的情况下，她可以挑选一个小玩具，或者和妈妈一起挑选饼干。有时候能买到非常便宜的动画片录像带或者一本小小的绘画册。收款台前排着长队，旁边是一排低低的糖果货架。玛丽昂和妈妈走过这些货架时，几乎每次都要装上些东西。她们经常感到肚子很饿，只剩下将包装盒拿到收银台流水线上的力气。

在收银台交完钱后就回家。家里还有家务会等着要干，然后准备全家人的晚饭。

这段时间，玛丽昂经常一个人呆着，很难找到事情做。她在自己的小房间里飞快地蹦跳。地板上洒落着很



多绒毛动物、塑料玩具、小本图书、洋娃娃和小狗熊。床上是一个箱子，装着各种珍珠项链、环圈、古老的钟表、小娃娃、跳球。早晨去幼儿园之前，她才将全部东西从箱子中拿出来。

尽管如此，她还是感到无聊，到厨房去找妈妈聊天。但这不是聊天的时候，再过半小时就得把饭菜端到桌子上。她很快说服母亲，帮她将最喜欢的录像带放到录像机里。晚饭后，当父母忙完了活停下来休息并谈论一天发生的事情以及他们的问题时，玛丽昂可以将录像带看完。

周末，全家人一起行动，因为其他时候几乎都没有时间。他们最愿意逛跳蚤市场，买些便宜的东西。

玛丽昂房间的很多东西，都是在跳蚤市场以很优惠的价钱买来的。比如圣诞节前两周，父母送她一个玩具车库，车库配备了各种附件，而且是以原价购买的，当时父母的脑子不是最清醒。他们是这么考虑的：给孩子买一个合适的玩具，她自己一个人也能玩。然而，至今为止还没有找到真正合适的东西，或许她年龄还小，不能玩这些廉价的玩具如家庭管风琴、积木、会说话的娃



娃……

这是一个典型例子，或许您和您的孩子有所了解。尽管这个例子有些极端，但现实中也不是不可能发生的。

头天的电视节目有可能成为父母与孩子谈话的内容；现在的父母和孩子定期卷入购物狂热中，他们的眼前是货架，装满了最漂亮、最有意思的各种物品。想想这些东西，就会提出问题：从这些东西旁边走过，谁能不瞟一眼呢？一个开化的孩子，一个对新生事物、对多姿多彩和所有有意思的东西充满好奇的孩子，如何能不在这些货架前停留并产生这样的愿望：拥有漂亮的東西？广告宣传、每日都在播出的电视节目，招徕成千上万的孩子进行消费，这个群体一开始就成为广告战略家的猎物。广告告诉人们：值得拥有一切。除此之外，广告还把时代精神、赶时髦和融入社会生活的感觉转达给我们，成为同类意味着一切。

但是，不仅仅广告给孩子传达了游戏规则和消费行为。还有那些离他们最近、照顾他们、因为他们而存在的人，也参与了这样的工作。

是我们这些做父母的，在孩子小的时候，就拿价值



标准来衡量他们。我们教育他们忠于牌子、教会他们看电视，更愿意给他们买东西，而不是自己制作或者修理东西。我们给自己和孩子制作了完整的日程表。因为我们当父母的经常消费，所以我们的孩子也模仿我们消费。在我们的语言中有一个词叫消费品。我问自己：这个词究竟是什么意思？消费好吗（文字游戏）？究竟有什么好处？人类消费物品对谁好？有利于自私自利？有利于经济？或者有利于社会？因为处于社会边缘的人，大部分没有能力消费。难道因为没有“足够”消费而成为局外人吗？我想起了街头音乐家们，他们拒绝消费，以此来表明自己的态度。

消费或许也是件好事？也许可以正确地对待消费？因为有一点是肯定的，首先是教育工作者和孩子，必须学会如何对待消费。

我想，在我们这个时代，大部分愿望都可以实现，因此我们必须再次考虑，实现愿望对孩子是不是总有意义？





消费愿望是如何产生的，潜伏着哪些危险？



## 消费愿望是如何产生的， 潜伏着哪些危险？

我们大家早就意识到，孩子也是消费者。但是消费的愿望是如何产生的呢？

有这样的孩子，他们有无穷无尽的愿望，其中一部分确实属于过高的愿望和需求。相反有的孩子看起来愿望少得多。是不是因为他们根本没有接触消费？是不是跟不同的生活状况有关系？是否有这样一种类型的家庭存在：他们的孩子比别人家的孩子抵抗力差或者容易受到消费的危害？

父母经常被迫面对孩子的消费愿望。许多父母也了解这种情况。

有一次，我儿子每当走过一个口香糖自动售货机前都要停留，并向我们索要购买口香糖的零钱。这时，我第一次真正地意识到，他受自己与生俱来的消费愿望支