

兰州市高校学生体育消费现状及对策

姚剑文

(兰州理工大学 体育部,甘肃 兰州 730050)

摘要:体育消费是生活消费的一部分。其与人的健康水平、生活质量有密切的关系。通过调查分析发现大学生体育消费存在的问题,根据实际情况提出解决对策。

关键词:体育消费 体育市场 健康 投资

1 研究对象与方法

1.1 研究对象

兰州市普通高校在校本科生,发放问卷800份,回收778份。回收率为97.25%。

1.2 研究方法

问卷调查法、数理统计法、文献资料法。

1.3 研究目的

通过调查分析发现学生在体育消费中存在的问题,结合高校体育教育的目的任务,引导学生树立正确的生命观、健康观,进行合理、健康的体育消费,为高校体育改革及全民健身活动的开展提供参考。

随着社会文明与经济的发展,人们越来越重视追求高质量的生活水平,逐步改善消费观念,注重精神方面的消费投资。高质量的生活是以健康为基础,为目标的。作为高校学生这一特殊消费群体,由于经济、时间、消费意识等因素影响,其消费处于盲目求同阶段,在成长的关键时期,并未意识到自己的健康问题或有意识地去进行必要的健康投资。

体育消费过程实质是一个健康投资的过程,人力资本理论把每个人的健康状况当作一种资本的储备,即健康资本,并认为它要通过服务来发挥作用,健康资本所能提供的服务由“健康时间”或者说可以由用来进行工作、消费及闲暇活动的“无病时间”所组成。体育消费的目的就是获得健康,有国外报告指出,投入十分之一的医疗经费用于体育消费,可获得同样的健康。

2 高校学生体育消费的现状和存在的问题

2.1 学生缺乏体育意识和健康知识

据调查高校学生大部分业余时间用于看书、看电视、上网、与朋友聊天等活动。能自觉参与体育活动的人极少,男生只占总调查人数的37.7%,女生只占24.4%;自己掏钱参与各种活动的人更少,只占27%;不考虑今后花钱参与各种体育健身娱乐的在15%以上。这些数据足以说明学生还缺乏体育消费意识,同时也忽视了自身的健康问题,他们还不完全了解体育与健康的关系,健康对人今后生活与发展的价值。另外,学生中80%以上的学生认为自己的有关体育、健康知识主要来源于除体育教师传授外的其他途径,这说明我们的体育课在渗透健康思想、灌输健康知识方面还远远不够。

2.2 生活负担和学习压力限制了学生的体育消费

我市学生绝大部分来自贫困地区,家庭收入较低,学生经济来源单一,学习费用较大,生活负担较重,不能负担额外消费。其体育消费每年不足一百元的就占47.7%,经济较发达地区学生体育消费情况明显好于贫困地区。另外学生课程负担重,没有更多的时间和精力参与体育活动。

2.3 学校体育设施紧缺,陈旧单一限制了学生的体育消费

学生也愿意花钱参与某些健身活动,但场地器材不能满足学生要求。如学生最愿意花钱利用游泳健身的就达46%,愿意到学校舞厅休闲娱乐的占40%以上。另外,室外与室内场地相比,50%以上的学生在适当收费的情况下更愿意到室内健身。

2.4 消费形式单一

学生体育消费的主要形式仅限于购买体育服装、器材等实物产品,对体育服务产品、精神产品的消费投资占总投资的5%,如多种培训班学习、观赏比赛、健康咨询等方面。

3 学校体育消费发展趋势和对策

3.1 今后学校体育消费发展趋势

3.1.1 学生健康意识增强与消费观念转变必然对体育消费的需求有所增加

高校体育的目的就在于培养学生的终身体育意识,使其学会正确的健身方法,养成良好的健身习惯。如果学生建立了自觉的健康意识,认识到健康对其发展的重要意义以及体育锻炼的价值,他们便会有意识地去参与各种体育消费活动,并从中得到价值实现。

3.1.2 经济发展必然带动体育消费增长

体育消费作为高层次的发展消费和享受消费,随学生家庭收入增长,学习负担减轻会不断提高。经济水平提高,人们收入水平和生活水平改善,会导致人们消费结构变化,因为在社会消费需求中,生存消费需求、发展消费需求和享受消费需求三者绝不会等比例扩大和增长。体育消费作为较高层次的发展消费和享受消费,会随人们的收入水平提高不断增长。学校作为教育场所具有丰富的体育资源和体育文化氛围,这样的独特优势更能吸引体育消费者,学校体育也具有较高的市场潜在力。

3.2 学校体育消费发展对策

3.2.1 充分发挥体育教学的导向作用

通过高校体育教学的途径激发大学生体育锻炼的积极性,发挥大学生体育消费中合理、正当消费的示范效应,积极进行宣传,去启迪、教育、帮助大学生树立正确的体育消费观念,养成良好的消费习惯,选择科学、文明的体育消费方式。这不仅影响到大学生的健康水平、闲暇生活质量以及自我发展,还将对消费结构产生一定影响,使之形成良性发展,从而达到提高生活质量的目的,并引导其体育消费的正确动机,使体育消费结构更加合理,消费方式更加多样化,让大学生把锻炼身体与娱乐、求知紧密结合起来,使体育消费活动取得最佳效果。

3.2.2 根据不同消费者心理,开展多种服务内容

学校体育消费具有固定的消费群体,年龄层次集中,消费兴趣主要集中在以下几个方面:球类项目:男生43.6%,女生53%;实用性项目32%,因此我们应加大这些项目的服务力度和投入。

(1)成立课外专项俱乐部,54%的学生愿意选择课外体育俱乐部进行课外活动。因为俱乐部可以设不同项目的俱乐部,每一项目由专业教师指导,学生可根据自己的情况选择活动的时间与场所,这样能够充分地发挥学生的主体作用。

(2)成立体育咨询与体质检测中心。学生对健康的含义是模糊的,对自身的健康状况也不了解,也没有定期体检的习惯。80%以上的学生希望体育课外能提供这项服务,并愿意在时间、经济允许的情况下定期参与。因此我们可以对部分教师在职培训,提高有关体育、健康、心理等理论知识,熟练掌握有关测试仪器操作技术,能够针对学生体质状况开运动处方。对心理不健康的学生能够进行精神帮助和心理治疗。

(3)充分利用高校宣传媒体的传播作用,发挥广播、电视、电影、报刊、杂志等传播媒体喜闻乐见的宣传作用,宣传体育的知识和体育对健康的重要意义,增强大学生的体育意识和(下转180页)

美术专业计算机基础教学初探

王秀丽 郑伯荣

(兰州师专 计算机系,甘肃 兰州 730070)

摘要:从美术专业特点出发,对美术专业计算机基础教学的教学内容、教学手段、实践环节等几方面提出了一些想法和体会。

关键词:计算机基础 内容 手段 实践

计算机作为一种工具,已经深入到各行各业。所以,目前所有高校各个专业都开设计算机基础课程。作为美术专业的学生来说,要实现计算机技术与艺术的结合,除了应该具有系统的专业知识以外,还应具备一定的计算机应用能力,同时利用计算机作为获取和交流信息的工具。作为从事该项教育的人员,如何达到上述教育目标,是一个值得探究的问题。

1 把握美术专业特点,进行计算机基础教学

美术专业主要是培养艺术类专业人才,艺术类专业的教学模式、课程内容以及学生的特点等方面都有其不同于其它专业的独特之处。美术教育是视觉艺术、造型艺术及给人类带来美的艺术教育。美术类的学生在学习计算机知识时不仅要掌握计算机的基础知识,而且还要具备在自己所从事的专业领域内使用计算机解决实际问题的能力及获取新知识的能力。计算机基础教学要面向应用、注意实用,提倡急用先学,在用字上狠下功夫。结合美术专业学生的特点,围绕应用组织教学,让学生感受、理解知识的产生和发展过程,培养和发挥学生的形象思维和创新意识。

2 精心设计教学内容,激发学生学习兴趣

教学实践证明:艺术类(当然也包括美术专业)学科的学生长时期地进行了大量的创新思维的专业训练,对于格式、规定、条件等须要遵循的条条框框,有着本能的抵触意识。计算机基础教学内容就不能照搬计算机专业的教学内容,也不能简单的剪裁,应当合理地调整补充相应的能让学与用相结合的内容。教师应当当好组织者,可根据应用软件的功能设计一些动手实践题,要求学生独立完成,这些题难度适当,有较强的实用性、技巧性和趣味性,如果能与其专业相联系最好,从学生的兴奋点入手,由浅入深,逐步展开教学。例如在学习 Windows 时,美术系的学生对画笔这个小工具十分感兴趣,老师做一些简要介绍后,可以要求学生充分挖掘其功能绘制出一幅美丽的画面。老师便可从此工具,展开 Windows 的更高级功能的教学,学生有了兴趣就有了求知的欲望,学习的主动权就交给了学生。

(上接 183 页)体育消费意识,大力宣传体育消费的作用和意义,逐步引导大学生的体育消费进入合理化、科学化的道路,从而促进体育消费的增长,优化大学生的消费结构。

3.2.3 加快体育设施建设,提高场馆设施服务质量

兴建体育设施是体育消费增长的物质条件,提高场馆服务质量是体育消费的关键,要刺激消费,就要具备良好的市场环境。学校体育设施场所应设计好,建设好,管理好,使用好,经营好的综合发展之路。以多功能实用性场馆为主。利用学校优势,可以低偿、高服务吸引外来消费者,吸引外来资金已进一步完善学校体育设施。

3.2.4 引导消费,培育良好买方市场

充分利用高校宣传媒体的传播作用,发挥广播、电视、电影、报刊、杂志等传播媒体喜闻乐见的宣传作用,宣传体育的知识和体育对健康的重要意义,增强大学生的体育意识和体育消费意识,大力宣传体育消费的作用和意义,逐步引导大学生的体育消费进入

3 多种教学手段结合,提高教学效果

利用多媒体教学,是在计算机基础教学过程中普遍采用的手段。多媒体教学有很多优点:第一,它使得教学内容形象、生动、直观地显示在学生面前,给学生以极大吸引力;第二,大大增加了课堂教学的信息量,提高了教学效率;第三,利用多媒体课堂教学可以集中教师的智慧与教学经验,使教学内容更加规范有序。除了应用电子教案、多功能教室及大屏幕演示外,要加快网络教学平台的建设。网强教学平台体现了教学方法和手段的不断变革,以课程名称开设网站,将教师的教案、教学大纲、教学内容、教学要求、作业等导学材料放在网上供学生学习与参考。网站的建设要特别注重 BBS 功能的建设,通过 BBS 让教师与学生、学生与学生可以交流。通过交流教师可以充分了解艺术类(美术类)学生所需,针对其要求及时调整思路,适应美术专业特点,提高教学效果。

4 加强实践环节,与专业知识相衔接

由于计算机基础是实践性、综合性、应用性很强的课程,实践教学能提高学生分析问题和解决问题的能力、收集处理信息和获取新知识的能力。因此,培养方案必须充分重视加强能力训练,加强实践,尤其是系统实践。美术类学生学习计算机的积极性很高,渴望多点上机、赶快上机,渴望利用计算机充分展现发挥自己所学专业的特长,这是教学中有利的因素,然而,也有不利的因素,主观上有:美术类学生往往喜欢凭个人兴趣办事,学习也一样,如果教学内容不符他的兴趣,他的学习态度将是非常的消极懒散;在客观上有:要将他们得心应手的画笔换成键盘和鼠标,适应的周期相对来说要长一点。加强实践环节与专业知识衔接是克服不利因素较好的办法。在实践教学中不仅要重视对现代软件环境和工具的讲解及实践环节与专业知识衔接的使用训练,还要提高学生对环境的认识,培养学生整理和归纳知识的能力,使学生能够根据给定的任务去选择适当的工具。计算机技术与艺术的结合能够产生完美的结晶,实践课堂也可以利用多媒体设备播放优美的轻松愉快的音乐,利用听觉艺术能够创造活泼优雅的学习氛围,适合美术专业学生的特点,能激发学生思维的主动性、积极性和创造精神。

总之,美术专业的学生如果能把专业知识与计算机技术紧密结合,将有助于拓展自身更大的创造空间。

合理化、科学化的道路,从而促进体育消费的增长,优化大学生的消费结构。个人体育投入是体育市场形成与发展的基础,为此,应将长期在计划经济体制下形成的体育福利消费观念引向现代市场经济体制下的健康投资消费观念,在具体操作上宣传导向,学生陈旧观念仅靠每次体育课改变是不可能的。可通过宣传栏、校广播、或主办承办各类比赛进行宣传,增强体育氛围,让学生逐步接受并改变观念,把学生从游戏厅、网吧、空气污浊的环境、保健品等健康误区请出来投入到有益于自己身心健康的体育消费活动中去。

参考文献:

- [1] 蔡军.体育经营管理概论[M].陕西:陕西人民出版社,1999.
- [2] 张岩.中国体育市场理论与实践[M].陕西:陕西人民出版社,1999.
- [3] 蔡军.体育经济学[M].陕西:陕西人民出版社,1999.
- [4] 林少娜.大学生体育消费现状及影响因素的调查研究[J].浙江体育科学,2001(6):11-13.