

Giáo dục văn hóa tiêu dùng cho học sinh trung học phổ thông thông qua dạy học môn Giáo dục kinh tế và pháp luật

Phạm Thị Phương Thanh *

*HVCH. Trường Đại học Sư phạm Huế

Received: 01/03/2024; Accepted: 13/03/2024; Published: 14/03/2024

Summary: The article points out the necessity of consumer culture education for high school students; Identify methods that can be used to educate high school students about consumer culture according to the 2018 general education program; At the same time, propose some measures to improve the effectiveness of consumer culture education for students majoring in Economic and Legal Education.

Keywords: Education, Consumer culture, Economic and Legal education.

1. Đặt vấn đề

Ở Trung học phổ thông, Giáo dục văn hóa tiêu dùng không được dạy như một môn học riêng biệt mà nội dung giáo dục văn hóa tiêu dùng được tích hợp vào nội dung hoạt động tiêu dùng trong môn Giáo dục kinh tế và pháp luật (GDKT&PL). Trong đó, môn GDKT&PL là môn học có nội dung gắn gũi với cuộc sống của học sinh, quá trình giảng dạy cũng giúp giáo viên khai thác vốn sống của học sinh, đây cũng là bước khởi đầu giúp học sinh hình thành vốn hiểu biết cơ bản của bản thân về văn hóa tiêu dùng. Giáo dục văn hóa tiêu dùng sẽ giúp học sinh hình thành những năng lực cần thiết khi tham gia vào các hoạt động kinh tế - xã hội, trở thành chủ thể tiêu dùng có văn hóa. Ngoài ra, môn GDKT&PL còn là cơ sở để tạo điều kiện cho học sinh được trải nghiệm tham gia một số hoạt động kinh tế - xã hội phù hợp với lứa tuổi, biết nhận thức, tuyên truyền cho người thân, gia đình và cộng đồng cùng tiêu dùng có văn hóa.

2. Nội dung nghiên cứu

2.1. Giáo dục văn hóa tiêu dùng

Giáo dục văn hóa tiêu dùng là quá trình nhằm phát triển ở người học những phẩm chất và năng lực cần thiết về văn hóa tiêu dùng, qua đó giúp người học quan tâm đến các vấn đề về văn hóa tiêu dùng phù hợp với lứa tuổi, được thể hiện qua kiến thức, thái độ, kỹ năng, phẩm chất, năng lực đối với các hành vi tiêu dùng của bản thân.

Trong nền kinh tế thị trường, hoạt động tiêu dùng là một trong những động lực của nền kinh tế. Một trong những yếu tố giúp cho hoạt động tiêu dùng ngày càng có vai trò quan trọng chính là văn hóa tiêu dùng. Văn hóa tiêu dùng đã trở thành một trong những thành tố cấu thành trong văn hóa của con người, và

ngày càng tác động đến các hoạt động kinh tế, văn hóa, xã hội. Như vậy, tầm quan trọng của văn hóa tiêu dùng không còn chỉ nằm trong khái niệm mà đã trở thành một lĩnh vực quan trọng, là chiến lược kinh tế quan trọng của đất nước trong việc

2.2. Sự cần thiết phải giáo dục văn hóa tiêu dùng cho học sinh Trung học phổ thông

Giáo dục văn hóa tiêu dùng cho học sinh trung học phổ thông là điều tất yếu trong thời kì Việt Nam đang thực hiện quá trình hội nhập kinh tế quốc tế. Học sinh trung học phổ thông là những người công dân tương lai của đất nước, việc trang bị những phẩm chất, năng lực cần thiết để học sinh có thể trở thành những người tiêu dùng thông minh, có văn hóa trong một xã hội văn minh, hiện đại. Ở cấp học này, học sinh cần được trang bị đầy đủ những kiến thức, phẩm chất, năng lực về hoạt động tiêu dùng ngay từ khi còn ngồi trên ghế nhà trường vì học sinh chính là lực lượng chính trong mọi hoạt động tuyên truyền, góp phần xây dựng văn hóa tiêu dùng cho người dân Việt Nam. Tại Việt Nam, việc giáo dục văn hóa tiêu dùng cho chủ thể tiêu dùng là điều tất yếu trong thời kì kinh tế Việt Nam đang hội nhập kinh tế quốc tế. Nền kinh tế thị trường tức là một nền kinh tế tiêu thụ, vì thế phải giáo dục văn hóa tiêu dùng cho học sinh, hình thành cho các em có năng lực tiêu dùng hợp lí, khoa học và “có văn hóa”.

2.3. Mục tiêu của giáo dục văn hóa tiêu dùng cho học sinh trung học phổ thông trong môn Giáo dục kinh tế và pháp luật

a) Giúp học sinh có kiến thức cơ bản, thiết thực về: vai trò của tiêu dùng đối với sự phát triển kinh tế của đất nước; Nếu được khái niệm, đặc điểm, vai trò của văn hóa tiêu dùng; Các biện pháp để xây dựng văn hóa tiêu dùng.

b) Từng bước phát triển năng lực tìm hiểu các hoạt động kinh tế - xã hội: Hiểu được thế nào là văn hóa tiêu dùng; Trách nhiệm của bản thân khi tham gia hoạt động tiêu dùng; Biết được các quyền và nghĩa vụ cơ bản của bản thân khi tham gia các hoạt động kinh tế với tư cách là chủ thể tiêu dùng.

c) Bước đầu hình thành và rèn luyện các kỹ năng, hành vi, năng lực khi tham gia các hoạt động kinh tế - xã hội: Thực hiện được các hành vi tiêu dùng có văn hóa; Phê phán những biểu hiện không có văn hóa trong tiêu dùng; Tuyên truyền, vận động mọi người cùng tiêu dùng có văn hóa.

2.4. Nội dung giáo dục văn hóa tiêu dùng trong môn Giáo dục kinh tế và pháp luật

Nội dung giáo dục văn hóa tiêu dùng được giảng dạy chính trong chủ đề 6 – chương trình GDKT&PL 11: Văn hóa tiêu dùng, với các yêu cầu cần đạt sau:

a) Về kiến thức. Vai trò của tiêu dùng đối với sự phát triển kinh tế; Khái niệm, đặc điểm, vai trò của văn hóa tiêu dùng và các biện pháp xây dựng văn hóa tiêu dùng.

b) Về phẩm chất. Hình thành cho học sinh phẩm chất trách nhiệm: Có ý thức sử dụng tiền hợp lý khi thực hiện hoạt động tiêu dùng như ăn uống, mua sắm đồ dùng học tập... Có ý thức trở thành người tiêu dùng có văn hóa.

c) Về năng lực chung. Hình thành năng lực tự chủ và tự học: Biết khẳng định và bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng theo đúng quy định của pháp luật.

d) Về năng lực đặc thù. Hình thành năng lực tìm hiểu và tham gia hoạt động kinh tế - xã hội: Tham gia và vận động người khác tham gia vào hoạt động tiêu dùng phù hợp với lứa tuổi; Thực hiện được cá hành vi tiêu dùng có văn hóa.

2.5. Một số phương pháp giáo dục văn hóa tiêu dùng cho học sinh thông qua dạy học môn Giáo dục kinh tế và pháp luật

Có nhiều cách phân loại phương pháp giáo dục thành các nhóm phương pháp khác nhau, bài viết này tác giả phân chia các các phương pháp giáo dục văn hóa tiêu dùng cho học sinh thông qua dạy học môn GDKT&PL thành 2 nhóm phương pháp giáo dục:

2.5.1. Nhóm phương pháp giáo dục hình thành ý thức cá nhân về văn hóa tiêu dùng:

Nhiệm vụ chủ yếu của nhóm phương pháp hình thành ý thức cá nhân là phải làm cho học sinh biết tự mình phân tích và tổng kết những kinh nghiệm tham gia hoạt động tiêu dùng của bản thân, cũng như của những người xung quanh, biết tự ý thức, tự đánh giá, biết bảo vệ những quan điểm tiêu dùng có văn hóa

mà mình đã xây dựng. Nhóm phương pháp này còn có chức năng cụ thể hoá khái niệm văn hóa tiêu dùng để học sinh có thể tiếp thu được, tạo hứng thú để học sinh tham gia thực nghiệm hành vi và thói quen tiêu dùng có văn hóa. Nhóm phương pháp này gồm các phương pháp: Phương pháp đàm thoại; Phương pháp giảng giải; Phương pháp kể chuyện; Phương pháp nêu gương.

2.5.2. Nhóm phương pháp tổ chức hoạt động, hình thành năng lực tìm hiểu và tham gia hoạt động tiêu dùng:

Thông qua việc tổ chức hoạt động giúp học sinh hình thành ý thức cá nhân về văn hóa tiêu dùng, học sinh biết tự mình tìm hiểu và tham gia hoạt động tiêu dùng trong cuộc sống thực tế, đặc biệt là hình thành hành vi và thói quen tiêu dùng phù hợp. Thông qua việc tổ chức hoạt động giúp học sinh hành vi và thói quen tiêu dùng có văn hóa. Nhóm phương pháp này gồm các phương pháp sau: Phương pháp giao việc; Phương pháp đóng vai; Phương pháp dự án.

2.6. Một số biện pháp nâng cao hiệu quả giáo dục văn hóa tiêu dùng cho học sinh thông qua dạy học môn Giáo dục kinh tế và pháp luật

Tăng cường hoạt động giáo dục trải nghiệm, giáo dục hướng nghiệp. Điều đó sẽ góp phần củng cố kiến thức đã học chính khóa, mở rộng tri thức, tăng cường năng lực tham gia hoạt động tiêu dùng có văn hóa cho học sinh. Từ đó, hình thành cho học sinh tính chủ động, sáng tạo, các khả năng giải quyết vấn đề về hoạt động tiêu dùng và văn hóa tiêu dùng.

Liên hệ tình huống trong bài học với tình huống thực tế quá đó khẳng định vai trò quan trọng trong việc ứng dụng giá trị nội dung giáo dục văn hóa tiêu dùng vào thực tế cuộc sống hằng ngày. Học sinh sẽ thấy được những biểu hiện và vai trò của văn hóa tiêu dùng vào các tình huống thực tế, để có thể đưa ra những cách xử lý phù hợp với lứa tuổi, với đạo đức, với pháp luật từ đó hình thành được thói quen tiêu dùng có văn hóa.

Tăng cường cho học sinh thực hành những việc làm góp phần hình thành văn hóa tiêu dùng cho bản thân, gia đình và những người xung quanh. Bên cạnh giáo dục nhận thức và hành vi cho học sinh, cần thường xuyên cho học sinh thực hành những việc làm góp phần xây dựng văn hóa tiêu dùng thông qua nội dung giáo dục văn hóa tiêu dùng đã được học trong môn GDKT&PL. Giáo viên có thể tổ chức cho học sinh thực hành những việc như: viết bài tuyên truyền về cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”, thiết kế sổ tiết kiệm với chủ

đề “*Tiêu dùng thông minh – Tiêu dùng tiết kiệm*”, vẽ tranh cổ động cho hoạt động “*Tiêu dùng xanh – Tiêu dùng văn hóa*”...

Kết hợp cùng với phụ huynh trong việc tuyên truyền, vận động gia đình thực hiện những hoạt động tiêu dùng có văn hóa, kích lệ học sinh tham gia các hoạt động tiêu dùng của gia đình nhằm phục vụ quá trình sinh hoạt cũng như sản xuất.

3. Kết luận

Giáo dục văn hóa tiêu dùng cho học sinh trung học phổ thông là nội dung rất quan trọng và cần thiết, giúp các em hình thành các phẩm chất và năng lực cần thiết của một người công dân trong xã hội hiện đại. Mục tiêu quan trọng của giáo dục văn hóa tiêu dùng không chỉ giúp học sinh hiểu được tầm quan trọng của văn hóa tiêu dùng mà còn hình thành thói quen, hành vi tiêu dùng có văn hóa. Nếu học sinh được trang bị tốt những kiến thức, phẩm chất và năng lực cần thiết để trở thành những người tiêu dùng có văn hóa trong tương lai thì các em sẽ thích ứng kịp với quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam, thực sự trở thành những người công dân toàn cầu. Vì vậy, nội dung và phương pháp giáo dục văn hóa tiêu dùng chính là những yếu tố mang tính quyết định đối với hình thành những phẩm chất và năng lực cần thiết

cho học sinh thông qua dạy học môn GDKT&PL.

Tài liệu tham khảo

1. Bộ Giáo dục và Đào tạo (2018), “Chương trình giáo dục phổ thông 2018 - Chương trình tổng thể,” Hà Nội.
2. Bộ Giáo dục và Đào tạo (2018), “Chương trình môn Giáo dục kinh tế và pháp luật”, Hà Nội.
3. Trần Thị Mai Phương (2023), Giáo dục kinh tế và pháp luật 10, NXB Giáo dục Việt Nam
4. Trần Thị Mai Phương (2023), Sách Giáo viên Giáo dục kinh tế và pháp luật 10, NXB Giáo dục Việt Nam
5. Trần Thị Mai Phương (2023), Giáo dục kinh tế và pháp luật 11, NXB Giáo dục Việt Nam
6. Trần Thị Mai Phương (2023), Sách Giáo viên Giáo dục kinh tế và pháp luật 11, NXB Giáo dục Việt Nam
7. Nguyễn Minh Đoàn – Trần Thị Mai Phương (2023), Giáo dục kinh tế và pháp luật 11, NXB Giáo dục Việt Nam.
8. Huỳnh Văn Sơn (2023), Giáo dục kinh tế và pháp luật 11, NXB Giáo dục Việt Nam.
9. Nguyễn Hoàng Ánh (2014), Đạo đức kinh doanh tại Việt Nam – Thực trạng và giải pháp, Đại học Ngoại thương, Hà Nội.

Các kỹ năng chuyển đổi cần thiết...(tiếp theo trang 230)

2.2.8. Tư duy sáng tạo

Kỹ năng tư duy sáng tạo giúp họ tìm ra ý tưởng mới, phát triển giải pháp độc đáo và tạo ra sự khác biệt. Điều này bao gồm suy nghĩ khác biệt, kết hợp các ý tưởng không liên quan, tưởng tượng và khám phá các khả năng mới. Kỹ năng tư duy sáng tạo cần được khuyến khích và phát triển để đạt được sự tiến bộ và đổi mới trong công việc và cuộc sống.

3. Kết luận

Tim kiếm công việc ngay khi tốt nghiệp không phải lúc nào cũng là một quá trình dễ dàng. Vấn đề nan giải là: Nếu cần kinh nghiệm để có được việc làm, nhưng cần một công việc để có kinh nghiệm, thì những sinh viên mới tốt nghiệp nên làm gì?

Tuy nhiên, đối với các nhà tuyển dụng thì một bảng điểm đẹp chưa phải là điều quan trọng nhất họ cần ở sinh viên vừa tốt nghiệp. Ngoài kỹ năng chuyên môn, kinh nghiệm, việc sở hữu các kỹ năng chuyển đổi sẽ là chìa khóa mở ra cơ hội nghề nghiệp không giới hạn. Nó có thể bao gồm các kỹ năng mềm như giao tiếp, lãnh đạo và làm việc nhóm, nhưng chúng

cũng có thể bao gồm các kỹ năng cứng như kiến thức về các phần mềm khác nhau và thành thạo các ngôn ngữ mã hóa. Biết những kỹ năng này sẽ giúp sinh viên mới ra trường tạo ra một CV ấn tượng chứng tỏ họ có kiến thức, năng lực và khả năng phù hợp với yêu cầu của công việc được quảng cáo.

Tài liệu tham khảo

1. Burke, V., Jones, I., & Doherty, M. (2005). Analysing student perceptions of transferable skills via undergraduate degree programmes. *Active Learning in Higher Education*, 6(2), 132–144. doi: 10.1177/1469787405054238
2. Muhamad, S. (2012). *Graduate Employability and Transferable Skills: A review*. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/287021703_Graduate_employability_and_transferable_skills_A_review
3. UNICEF (2022). *The 12 Transferable skills*. Retrieved from <https://www.unicef.org/lac/media/32441/file/The%2012%20Transferable%20Skills.pdf>