

转向『创造』快乐 让孩子从『消费』快乐

从主题乐园的门票收入到儿童服装的销量激增，从亲子酒店的爆满到研学旅行的涨价，每一笔消费都在为孩子的“快乐”买单。最近，有心理专家指出，如果孩子从小习惯了消费型的快乐，其物质欲望会被提得太高，内在创造快乐的能力却在萎缩，无法自主产生多巴胺，长此以往易出现情绪问题，这也是现在青少年抑郁比例增多的原因之一。本期，几位心理老师不仅对这一观点表示认同，还结合教育实践具体分析如何引导孩子从“消费型快乐”转向“创造型快乐”，让孩子找到内心真正的快乐源泉。

现象 “消费型快乐”来得快去得也快

近期，家长李女士遭遇了一件烦心事。她带女儿在欧洲游玩了十天，其间在朋友圈分享的照片里，女儿笑容灿烂，引来不少羡慕。然而，旅行结束仅两天，女儿就整日喊着“好无聊”，甚至说出“不如死了算了”这样的话，要么像软体动物一样瘫在沙发上刷手机，要么在家中四处游荡，嘴里反复念叨“没意思，真没意思”，这让李女士颇为恼火。

眼看暑假还剩一段时间，李女士打算给女儿报一个植物研究夏令营，但该夏令营仅有一周时间。对于剩下的日子如何让女儿不再感到无聊，她犯了难。李女士尝试过报辅导班、带女儿去运动，可女儿的积极性并不高。李女士很困惑：“我们小时候，暑假哪有这么多活动，虽然也会无聊，但都能自己找乐子。现在的孩子到底怎么了？”

李女士的苦恼并非个例。前几日，有位妈妈在社交媒体上发布求助帖称，自己上四年级的女儿，只有带她出去玩、吃好吃的才会开心，只要哪天没带她出去，就说无聊。即便刚旅游回家，也会立刻喊无聊。让她跳绳、睡觉，女儿就会和她吵架，还喜欢无理取闹、讲歪理，这让这位妈妈十分困扰。

“这些案例折射出的共同问题是，当家长把‘给孩子最好的’等同于‘买最贵的’，孩子逐渐丧失了自主创造快乐的能力。”广东省河源市第一中学心理教师吴永筱比喻道，“只给快乐地基添砖加瓦，却不让孩子亲手盖楼，他们永远学不会在自己的世界里建造幸福。”

解读 “消费”快乐与“创造”快乐不同

“‘消费型快乐’和‘创造型快乐’，就像两种完全不同的‘快乐燃料’，前者是一次性的打火机，后者则是可持续燃烧的炭火。”吴永筱用精准类比揭开快乐机制的本质。她进一步解释：“‘消费型快乐’是一种短暂、被动且高度依赖外界刺激的即时愉悦，本质是外界物质或服务带来的即时反馈，是‘借来的快乐’而非源自内心的主动创造——就像借别人的糖，吃完了甜味就散了，而且下次想尝到同样的甜，可能需要更大颗、更特别的糖才行，成本只会越来越高。”

“创造型快乐”则完全不同，它是孩子自己动手、动脑、用心“挣”来的深层满足。“这种快乐是自己‘种出来’的，而不是‘买进来’的——就像在阳台撒把种子，天天浇水、看它发芽，最后摘到一颗小番茄的快乐，是超市里买的番茄比不了的。”吴永筱强调，“创造型快乐”里藏着的不是一时的兴奋，而是“我能做到”的底气，就像心里揣着块暖乎乎的小炭火，能慢慢烧很久。

吴永筱从脑科学和心理学角度拆解了“消费型快乐”的短板：“它的核心驱动力是多巴胺，但多巴胺并非‘快乐激素’，而是‘欲望激素’。”这种快乐存在两个风险：一个是阈值可能会出现适应性提升，就像李女士的女儿，十天欧洲旅行带来的兴奋感仅维持两天，随后便陷入“无聊”——多巴胺峰值出现在期待奖励时（旅行出发前或旅途中），而非获得奖励后。一旦奖励达成，多巴胺水平迅速回落，若缺乏新刺激则产生多巴胺低谷（即无聊或失落）；另一个是缺乏主动性，孩子是快乐“接受者”而非“创造者”，当依赖玩具、零食或外出游玩获得快乐时，他们无需付出努力，久而久之便会丧失自主寻找乐趣的能力，就像那位四年级女孩，一旦没有外部安排就会无所适从，将情绪的主动权完全交付于外界。

广东省梅州市五华县教师发展中心心理健康教育教研员陈彬则补充了“消费型快乐”的延伸危害：

“如果孩子一味沉溺于‘消费型快乐’，很容易产生心理空虚与快乐无能，甚至发展成成瘾性行为。比如长期依赖购物、刷短视频等，进而引发代谢紊乱、睡眠障碍等问题。”更严重的是，过度追求个人即时满足会忽视人际互动，导致亲情、友情淡化，创造力和自主性丧失；而因冲动消费引起的财务危机与债务，还会引发家庭矛盾和亲子冲突，这些都非常不利于孩子的健康成长。

“‘创造型快乐’主要是指通过创造、探索和努力获得深层的满足感，例如完成手工作品、解决难题、创作故事等需要投入精力的活动。”陈彬强调，这种快乐能带来持久的成就感和自我价值认同，在认知、情感、社交等多维度产生终身受益的长远价值。

从脑科学角度看，“创造型快乐”能增强孩子的神经可塑性——大脑在创造过程中会形成新的神经连接，提升问题解决能力，包括抗挫韧性和策略调整能力。吴永筱用“盖楼”比喻进一步说明：“家长总想着‘给孩子最好的’，今天买新玩具，明天带着去旅行，其实都是在给‘快乐地基’添砖加瓦。但孩子心里真正踏实的快乐，藏在‘自己动手盖楼’里——如自己琢磨着搭出积木城堡，眼睛发亮地喊‘你看我做到了’，这种‘我能行’的劲，才是撑着他不慌不忙地‘上层楼’。亲手一砖一瓦搭起来的‘自信楼’‘价值阁’，才是心里踏实的‘承重墙’，也是让孩子情绪稳定的关键。”

从心理健康角度看，陈彬指出，“创造型快乐”能帮助孩子打造“内在幸福锚点”，“这种快乐不用靠新玩具、新地方续命，它长在孩子自己身上，想起来就觉得温暖，这才是心里真正的‘甜’”。它能减少焦虑和空虚，让孩子成为自我幸福城堡的建造师，因为创造过程中既包含了情感联结的温度（如和家人一起做饭），也包含了探索世界的空间（如蹲在楼下看蚂蚁搬家），更离不开自我价值的确认——这些都是“消费型快乐”无法提供的深层滋养。



指南 如何培育“创造型快乐”土壤

该如何引导孩子“创造型快乐”？陈彬结合教育实践，提出“创造型快乐”的家庭培育路径。

首先，家长示范，做“快乐创造者”而非“采购者”。父母的行为是最好的教材。如果爸爸修家电时邀请孩子递工具，妈妈研究新菜谱时让孩子参与调味，孩子会自然模仿创造行为。旅行前全家一起查攻略、画路线图，旅行后共同制作手账或短视频，这些过程比单纯打卡更有意义。陈彬说：“家长先有自己的创造型爱好，孩子才能在熏陶中长出快乐的能力。”

其次，环境搭建，给创造留空白与材料。家中可准备乐高、纸笔、科学实验套装等简单材料，不预设孩子必须做出什么，而是让孩子自由探索。设计挑战性游戏也很有效，比如，用纸箱做“秘密基地”、全家参与“无手机日”活动、制定周末家庭创意方案等。河源一位家长的做法值得借鉴：在阳台开辟“亲子种植角”，让孩子记录豆芽生长过程，收获时全家分享“自己种的菜”。

再者，建立反馈系统，让创造成果被看见、被认同。陈彬建议，家长为孩子建立“成就展示墙”，贴上手工作品、绘画、旅行照片等；小一点的孩子可收集博物馆纪念币、制作“成长手账”。当孩子学会酿豆腐，不妨举办“家庭美食节”让他展示；当孩子解出一道难题，家长要认真倾听他的解题思路。这些反馈会让孩子确认：“我的努力有价值。”

陈彬特别提醒：“转型需要循序渐进，允许两种快乐并存。当孩子进入搭积木的‘心流状态’，家长不要随意打断；当他喊‘无聊’时，家长可共情孩子，降低动手难度，例如说‘我们先一起搭个小房子试试’。”

提问 如何破解“快乐转型”难题

家长提问：孩子哭闹着要买新玩具，不买就打滚，怎么办？

吴永筱表示，建议“共情+替代”，家长先蹲下来回应：“妈妈知道你很想这个玩具（共情），但我们这周的‘创造预算’可以用来买黏土，我们一起做一个‘玩具城堡’怎么样？”同时用“延迟满足”训练：约定“收集3个自己做的小手工，就可以兑换一次玩具采购”，让孩子明白快乐可通过创造获得。

陈彬表示，家长可以不直接拒绝，而是提供创造选项。比如，孩子要奥特曼卡片，可提议：“我们一起画奥特曼故事，比卡片更特别。”

家长提问：孩子说“创造太累，不如玩手机开心”，家长该如何引导？

陈彬表示，家长不妨试试“降低门槛+即时反馈”：从5分钟的简单创造开始，比如，一起折纸飞机，比赛看谁的飞得远；成功后，家长要具体表扬孩子：“你调整了飞机翅膀的角度，这就是创造！”接下来逐步增加难度，如尝试用废纸做立体贺卡等。

吴永筱则强调“联结情感”：“‘创造型快乐’需要温度。当孩子和家人一起完成一件事，哪怕很小，那种归属感带来的快乐，是手机无法替代的。”她建议家长，用“回忆锚点”强化：“你记得我们一起种的小番茄成熟那天，你有多开心吗？那种感觉就是自己创造的甜。”

陈彬和吴永筱均强调，暑假的快乐不该是快递包裹里的玩具，而应是孩子双手种下的花。从“消费型快乐”到“创造型快乐”的转向，本质是让孩子从“快乐接受者”变为“快乐创造者”。当家庭培育出创造的土壤，孩子内心的快乐种子自然会生根发芽，长成抵御空虚的大树——这才是能伴随一生的“幸福能力”。

据《羊城晚报》

