

大学生互联网信息消费行为研究

摘要：随着网络技术和人们消费观念的转变，网络经济在兴起后便迅速发展。我国大学生网民比例极高，并且他们具有鲜明的特点，受到教育的程度高并且对新鲜事物的接受度也高于其他群体。随着时间的推移，当这些学生走出校园，进入社会，他们依然是网络消费人群中的主力军。网络消费市场在这几年竞争尤其激烈，一方面和实体消费竞争，另一方面各大消费网站之间也在竞争，而且在未来这种竞争会越来越激烈。大学生作为以后网络消费主群体，并且还会引导其他群体的消费选择，抓住大学生消费群体就显得至关重要，研究他们消费行为也具有重要的战略意义。

关键词：大学生；信息消费；消费行为

一、研究背景

随着互联网技术的快速发展，作为战略性新兴产业的电子商务也随之崛起，在中国也发展迅速。网上交易与传统经营模式相比，由于其技术含量高，数字化的运行方式，可以优化商品的流通，减少中间环节，降低人力、物力成本；网络的便捷性突破时间和空间的限制，大大提高了工作效率。通过互联网消费的方式的趋势已经势不可挡，持续而快速地发生变化。在网络消费的过程中，消费者的网络消费行为也逐渐体现出其独有的特征，其中大学生消费群体已经成为商业界和学者们关注和研究的焦点。

对于网络消费的大学生群体，其网络消费心理和消费行为的特点，及他们对未来的网络消费预期的问题，都具有重要的时代意义和重要特征。互联网的快速发展，使传统消费模式受到强大冲击。大学生群体作为对中国互联网用户的主要群体，其网络消费行为不仅代表着目前中国网络消费的特点，也在一定程度上影响中国网络消费的未来发展方向。为此，本文提出了大学生互联网信息消费行为的研究。

二、文献回顾

（一）国内研究综述

1. 大学生信息消费行为研究

王燕（2008）经研究认为大学生年龄较轻，群体较特别，有着旺盛的消费需求但是经济没有独立，在信息消费上受受到很大制约，再加上对理财观念的淡薄，在碰到自己中意的消费品时必定会想方设法购买，而不会去考虑这个消费有什么弊端。陈文（2006）也有类似的观点，他认为大学生应该加强对大学校园网络信

息消费热点的引导和管理。树立和培养正确的网络信息消费观。提高网络信息消费能力,网络信息产品质量和服务水平,加快大学生信息消费进程。

2. 大学生信息消费现状研究

李贺(2004)对大学生进行问卷调查,结果显示,电子设备消费占信息消费比重的 5.7%,通讯消费占 37.8%,网络消费占 29.1%,书籍报刊消费占 27.4%。吴彦亮(2010)同样经过调查,发现被调查总人数中有 90%拥有手机,大学生平均将每月总支出的 18%-29%用于信息交流,只有极少数同学每月购买书刊消费额 70 元以上,大多数同学每月购买书刊话费 10 元以下。

3. 大学生信息消费影响因素研究

张媛(2013)将影响大学生信息消费的因素分为主体,客体,环境因素,主体因素包括信息者需求,偏好,素质,支付能力等因素,客体因素包括信息产品质量,内容,数量,信息服务水平,满意度,环境因素包括信息消费市场,法律,法规,政策和其他外部因素。而王俊倩(2014)认为信息消费环境是包括所有与人类信息活动有关的自然和社会因素。他把信息消费的主体,客体,环境归为微观方面,把信息产业,相关法律政策,信息市场分为宏观因素。邓碧侠(2012)提出提高信息消费水平的对策有:政府宏观控制、对信息产品整理合并、提高全民信息消费能力、深化信息服务业改革。

(二) 国外研究综述。

1. 消费者行为研究

Shirk JohnC(1998)在分析消费行为中引入终身学习因素,结合消费者的社会地位、教育程度以及年龄等各个方面研究其不同行为和学习。Freedman(1990)等经研究发现:未成年人在购买某些商品或货物之时,绝大部分都对父母具有较高的依赖性,可是其监护人则需要承担某此不具有现实意义的消费目标带来的金钱代价。Hans Baumgartner(2002)在较长的时期里消费者行为学研究中没有关注个性化方面。只要对各类消费者形成较好地理解,才可以对其消费行为作深入研究,最终扩展和发展到个性和视觉研究领域。Jouce Routson(1998)在研究中表示,计算机存储设备可以满足较大的信息储存需求,不过其更为关键之处在于,时时刻刻都有新信息产生,不过用于信息消费的时间依旧处于同等水平,未来二十年信息管理也许发展成一项重大的任务。

2. 信息消费影响因素研究

Rohini(2001)提到,如果信息具有较高的相似性时,消费者的态度将在很大程度上影响其主观决断,对于信息的反应,由于消费者心情的不同将形成较大的差异。Jouce(2001)指出,计算机服务器对信息消费具有较大的影响。Dan Ariely(2000)研究发现提供予消费者作出决策的信息是信息销售商的行为出发点。对信息流动加以控制,能够与消费者不同的爱好相适应,使其更加确信自身

消费行为的正确性。

3. 信息消费对社会影响研究

Kellerman (1999) 在《信息与社会》中表示, 信息社会中离不开消费与产品两个部分。对于某个国家的信息社会而言, 并不要求其信息与产品消费皆达到非常高的层次, 信息经济的范畴远远不只是买卖商品以及信息的出售, 其中还涵盖了许多于我国生产形成的信息, 同时消费于各类组织中。M. J. Norton (2002) 表示, 数字革命如火如荼地进行, 但同样也造成了一系列社会发展还有行政决策的问题, 所以于数字社会中如果要形成信息经济学, 首先要建立一套新理论。《在社会互动下终身消费》中, Michael Binder 等写道, 在某些情况下社会互动也对消费者决定有所影响。在《信息技术对发展世界的政治影响》中, York Auterman (2014) 表示。全球化的结果覆盖了信息以及对应的消费市场两者走向全球化。信息消费由供给发展到需求为驱动力, 政府难以垄断信息。

(三) 研究述评

我国关于信息消费的研究, 侧重于消费行为、消费现状以及信息消费的影响因素, 然而你, 当前国内对于大学生信息消费的研究很多局限于单个的学校, 并不能够代表我国大学生的整体情况, 同时, 相关的实证研究有限, 缺乏某个具体理论的指导。研究范围也较为较窄, 理论支撑与实践研究的紧密性还有待提高, 从某个群体角度出发的研究不多, 对问题的剖析深度与问题的高效解决还有待进一步探讨。

国外对信息消费的研究比较早, 各方面的研究也比较成熟, 但是也不是各个方面都很完善, 对比而言, 由于国情不同, 在信息服务提供和教育方面的不同, 国内外研究的主体方向也有差异, 国外的研究比较偏向与大环境对信息消费的影响, 而对消费者自身意愿上的分析较少。

三、大学生网络信息消费现状

(一) 大学生网络信息消费的积极态势

1. 创造条件

与报纸、广播、电视、图书等传统信息消费相比, 网络信息消费作为一种新型的信息消费方式, 以其信息新颖、内容全面、获取方式便捷、传播速度迅速、交流互动性强等独特优势, 受到大学生的追捧。互联网上的信息包罗万象、应有尽有, 大学生可以足不出户根据自身需求查找专业学习资料、就业信息、考研信息、英语考试信息、专业知识文献、时事新闻, 视频、音乐、购物、旅游、影视资讯等等, 也能通过收发电子邮件、微博互动、微信朋友圈互动、QQ、facebook 等方式实现与家人、朋友间的沟通。互联网的出现极大地拓展了大学生学习的方式, 他们可以通过运用网络技术实现网上自主听课等。大学生网络信息消费拓展

了大学生的学习方式和生活空间，为他们的学习和生活创造了优越的条件。

2. 增长知识

信息网络资源的共享性，使得网络信息如同一个庞大的“聚宝盆”，像一座取之不尽的“富金山”。大学生们可以从这个聚宝盆中快速地查找专业学习资料、查找考研信息、就业信息等自己迫切需求的信息。互联网超越时空的特性，使得同学们凭借一台电脑、一根网线就能享受到国内外高校名师的教育；互联网内容的全面性，使得同学们可以轻点鼠标，迅速了解到世界各地人文、科技、经济、生活等各方面的信息，学到很多在课堂上、校园里学不到的东西；互联网内容的丰富性，扩展了大学生的思维方式，网络信息消费为大学生发散性思维的培养提供了条件；因此，大学生进行网络信息消费不仅开阔了眼界，增长了知识，同时也促进了自身的全面发展。

3. 完善自我

网络信息消费加强了大学生与社会之间的联系，大学生们通过微博互动、email、微信朋友圈互动、QQ、Facebook 等方式，实现与家人、朋友之间的沟通和交流，让大学生们不断了解社会发展动态，开阔自身眼界。通过网络信息消费，大学生们能够随时了解世界各地的情况，能够不断拓展自己的知识面；通过一些集体游戏，能够不断培养大学生的团队意识；通过观看别人失败的故事，能够让自己汲取教训，不断丰富自己的社会阅历和经验，同时也能够让大学生找出自身发展的不足，从而促进自己正确世界观、人生观、价值观的形成；通过参与国内外政治热点的讨论，能够让大学生们明辨是非，增强爱国的荣誉感和自豪感。总之，网络信息消费能够不断提升大学生的综合素质，使得大学生不断完善自我。

（二）大学生网络信息消费存在的问题

1. 不良信息危害身心健康

现如今，互联网成为了大学生获取信息的主要渠道。互联网俨然已经成为当前社会最大的信息集散地，在这个自由的信息集散市场，有传播正能量、积极、健康、文明的信息，也有打杀暴力、淫秽色情等一些垃圾信息。良莠不齐的网络信息使得网络信息消费环境不尽人意。频繁的网络信息消费，不仅造成大学生正常生物钟紊乱，身体健康指数直线下降，更使得大学生深受黄赌等不良信息影响甚至被境外一些不法网站所毒害，更有甚者，受到色情、暴力、淫秽信息等影响，随意践踏法律的警线，触犯刑法。同时一些负面的信息，导致大学生情绪低落，甚至出现一些异常行为。

2. 影响大学生正确的“三观”

大学时代是大学生世界观、人生观和价值观形成的关键时期。对于社会阅历较浅，涉世不深的大学生来说，纷繁复杂的网络信息和对社会焦点问题截然不同的看法，为大学生三观的形成营造了一个不明朗、不清晰的舆论环境。在这种环

境下，极易造成大学生网络信息消费不当，使得大学生难以树立正确的世界观、人生观、价值观。例如，20 世纪末的“法轮功”，就是利用网络，大肆宣传“法轮大法”，不断在互联网上发布“经文”，进而对大学生不断进行思想侵蚀，潜移默化的扭曲着大学生的世界观、人生观和价值观。更有甚者，受一些不良信息的影响，有一些大学生形成一种消极低迷、崇拜金钱、反人类反社会等极具危害的思想。

3. 滋生了享乐、拜金、功利主义思想

信息时代的迅猛发展，使得西方自由主义、享乐主义、消费主义等思潮不断涌入网络。大学生在网络信息消费的过程中，不断形成“金钱至上”、“钱是万能的”等金钱价值观，他们认为金钱是衡量一切事物的标准，并由此物欲横生。同时受西方文化影响，一些大学生满足于感官的需求和愉悦，不管家庭经济情况，不断与同学攀比，尽情地追求物质生活和肉体上的享受，攀比消费、超前消费、享受娱乐性消费在大学生中普遍存在。

4. 不加节制的网络信息消费造成网络成瘾

单调乏味的校园生活，使得越来越多的大学生将娱乐重心转移到网络信息消费上，他们追求自由、追求时尚，不断在网络中寻求刺激和新鲜，他们花大把的时间看新闻，聊天、玩游戏、刷微博，花费大量金钱用在游戏充值、网吧通宵上，加之大学生生活的自由性，使得大学生网络信息消费无任何时间、空间约束。不加节制的网络信息消费，造成很多大学生荒废学业，只一心关注网络信息，对网络之外的事物不闻不问，使得大学生沉迷网络，造成大学生网络成瘾。尤其是不少大学生沉溺于网络游戏不能自拔，置正常的学习于不顾，严重地影响了大学生的身心健康。

四、大学生网络信息消费存在问题的原因

（一）国家方面

面对互联网信息消费带来的负面影响，我国政府通常会采用屏蔽、删除或者使用一些正面内容覆盖不良信息的方式，来减少负面影响。对网络不良信息的监管，中国政府主要采用的是被动型、回应性的监管方式，这种治标不治本的方式很难确保网络监管的及时性、实效性，且政府在监管过程中存在监管职责不清晰、监管范围不明确等问题。与此同时，我国政府监管部门之间职责不清晰导致政府监管机构与网络各行业组织之间缺乏有效的协调沟通机制，使得监管机构与网络行业之间的关系不明确，这严重影响着大学生这一信息消费群体的消费行为。需要强调的是，网络安全监管立法不完善也是造成大学生网络信息消费问题的一大原因，我国网络信息监管机制的这些弊端，都给海外不良信息的大量介入留下了可乘之机和便利条件，也给大学生网络信息消费带来了一定的负面影响（杨雅婷，

2011)。

（二）社会层面

从学校方面来说，主要有学校对大学生网络信息消费的重视不够，学校相关部门对大学生网络信息消费的内容浑然不知，对大学生课下的生活漠不关心。学校相关部门对大学生网络信息消费缺乏相应的引导和监管，很多高校在校园网建设技术上还不成熟，一些不良信息流入校园网，还有学校校园文化建设不完善，如果校园文化精彩纷呈，大学生会踊跃参加，所以说，校园文化建设的完善是产生大学生网络信息消费问题的一大诱因。从家庭方面来看，导致大学生网络信息消费问题的原因主要也有家长的错误示范效应，一些家长频繁进行网络信息消费，使得孩子相继模仿，从而导致网络成瘾；缺乏对子女网络消费的正确引导使得大学生出现价值判断混乱、正确“三观”难以形成、肆意消费不良信息危害身心健康等网络信息消费问题。当然，也有部分家长对大学生网络信息缺少必要的监管，导致很多学生在网络信息消费过程中浏览色情、暴力等不良信息，严重影响了大学生的身心健康。

（三）个人维度

大学生对客观世界的认识还是比较理性的，但是由于社会阅历较少，喜欢新奇与刺激，容易接受新事物，采取积极的休闲娱乐态度，且偶像崇拜之风盛行。大学生这些独特的身心发展特点，都使得大学生在网络信息消费过程中，容易受到西方社会思潮和不良信息的影响，或者在上网时间上不能自持，出现网络成瘾等问题。加上对网络信息的分析甄别能力不强，导致不良信息严重危害了大学生的身心健康，使得大学生不能树立正确的“三观”，甚至致使大学生滋生享乐主义、拜金主义、功利主义思想。当然，自身思想政治素质欠缺，也是其中一个原因，由于受到多元化价值观的影响，直接导致了学生在网络信息消费过程中难以“保全”自身，出现网络成瘾等各种问题。

五、大学生网络信息消费的改善对策

（一）国家信息安全角度

1. 制定相关政策

网络信息消费给大学生造成的负面影响不容忽视，我国政府应该从宏观调控的高度出发，在政策、资金、技术、人才等多方面加大投入，加快制定利于网络信息消费健康发展的宏观政策，如制定严格的信息准入政策、确保网络信息内容的健康性；积极推进网络信息消费相关立法工作，制定网络信息消费法律法规，包括网络知识产权法、网络信息消费者个人隐私保护法，加强网络信息安全建设，出台网络安全技术和标准规定。通过加快网络信息消费宏观制度建设，规范网络信息消费市场行为，为大学生网络信息消费营造一个健康、安全的信息消费环境

（张弛，2012）。

2. 加大监管力度

进一步明确监管主体职责。形成严密的监管体系，发挥各部门的监管合力，尽最大可能过滤不良信息和不法信息的传播。加大网络信息消费监管力度，需要尽快转变网络信息监管方式。从目前来看，我国处理网络信息消费的负面影响，主要是采用被动、回应式的监管方式，这种监管方式使得很多问题不能及时得到解决，因此，我们要转变网络信息消费的监管方式，变被动为主动，变回应为预防，确保网络信息消费环境的安全和健康。

（二）高校管理教育角度

1. 加强引导力度

加强校园网络基础设施建设的投入力度，为大学生利用网络提升综合素质提供必要的软硬件支撑。高校要加强校园网络信息资源的开发，同时注重把握网络信息内容，及时安装和更新一些实用软件，方便大学生学习和娱乐，并定期向大学生推荐一些好的网址来引导大学生正确上网。同时加强对大学生上网的时间管理与内容引导，防止大学生通上网，沉溺于网络，多开展对大学生行为的规划、教育、指导和引导活动，以使他们进一步明确自己上大学的目的，以及应该怎么学习、规划自己的学业与人生。

2. 丰富文化建设

校园文化是寓教于乐的有效方式，也是教育引导大学生进行正确网络信息消费的有效途径。加强校园文化建设，不断开展丰富多彩的校园文化活动，有利于对大学生进行爱国主义、集体主义教育，而且加强校园文化建设，更有利于培育大学生形成以社会主义核心价值观为指导的、积极向上、奋发进取的人格，也能够净化大学生的心灵，陶冶大学生的情操，并能够使大学生在观念、心理、素质等多方面得到成长与发展。因此，要减少网络信息消费对大学生的负面影响，就要不断丰富和加强校园文化建设。

（三）学生自身发展角度

1. 提高自身修养

面对网络信息消费的负面影响，大学生要加强理论学习，不断用马列主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平系列重要讲话精神等中国最新的理论成果武装自己，要深刻领会精神实质，把握思想要求，要正确掌握辩证唯物主义等基本观点，坚定理论信仰。要认真学习各种知识，如心理、伦理道德、社会、管理等多学科知识，丰富自己的知识面。只有这样，才能不断提升大学生修养，才能让大学生对网络信息消费有正确的认识，才能使大学生不随波逐流，不任意附和错误潮流。

2. 确立高远理想

从很多大学生网络信息消费的事例中，我们可以看到，很多大学生由于没有高远理想，整天沉迷于娱乐，致使自己对未来迷失，从而出现很多问题。“业精于勤而荒于嬉，行成于思而毁于随”，不少大学生就是在游戏娱乐中毁掉了自身的大好年华和美好前程。因此，要解决当下大学生网络信息消费问题，必须确立高远理想。把“理想”作为自己前行的指路灯，将网络信息消费作为自己成长成才的重要辅助工具。大学生们要在高远理想的指引下，充分利用网络信息消费获取知识、拓宽交友面等积极作用，不断完善自我。

3. 积极参加活动

大学生积极参加健康有益的校园文化活动，不仅能展示自身才能，使大学生自我价值得以充分体现，同时还能增强大学生的独立思考能力、动手实操能力和创造能力，同时还能增强大学生的集体主义意识。积极参加健康有益的校园文化，可以丰富大学生的课余生活和精神生活，可以减少大学生去社会网吧的时间和机会，可以避免大学生网络成瘾，同时也可以让大学生在体验团体活动的过程中，强化对主流意识的认同感。因此，大学生要降低网络信息消费对自己的负面影响，就应该积极主动参加健康有益的校园文化活动，不断丰富自己的课余生活和精神生活。

六、总结与展望

随着市场经济的不断发展，信息化和工业化融合水平的不断提升，人们的生活快速进入了信息时代。在信息时代的推动下，网络信息消费逐渐进入了人们的消费领域，并受到大学生的热烈追捧。网络信息消费虽呈现一定的积极态势，但也给大学生的正常生活带来了不可忽视的负面影响。本文就存在的问题，剖析其成因并给出部分改进对策，引导大学生进行正确的消费。但是，因为消费者行为是一个复杂的过程，本文所得结论也有一定的局限性，关于大学生互联网信息消费的研究还有待进一步拓展。

参考文献：

- [1]王燕.云南省大学生信息消费的调研报告[J].云南民族大学学报(哲学社会科学版), 2008(03):155-157.
- [2]陈文.大学生网络信息消费研究[D].福建师范大学.2006.
- [3]李贺.大学生信息消费现状调查与分析[J].现代情报,2004(9):165-166+168.
- [4]吴彦亮.高校大学生信息消费情况分析[J].黑龙江科技信息. 2010(02):98-99.
- [5]张媛.高校大学生网络信息消费影响因素分析——以安徽大学为例[D].安徽大学. 2013.
- [6]王俊倩.信息消费的影响因素研究[J].商.2014(11):184.

- [7]邓碧侠.信息消费的影响因素研究[J].情报探索.2012(02):30-32.
- [8]邓胜利. 国外信息消费研究述评[J].情报杂志.2014(01):26-27.
- [9]杨雅婷.中国网络监管机制现状与发展探究[J].中国科技纵横,2011(11):160,168.
- [10]张驰.完善网络信息传播监管机制研究[D].北京: 中国社会科学院研究生院, 2012.
- [11]Shirk J C. The Costs and Benefits of Lifelong Learning: Consumer Behavior[J].Adult Learning, 1998.
- [12]Freedman D S, Thornton A. The Consumption Aspirations of Adolescents: Determinants and Implications.[J]. Youth & Society, 1990, 21(3):259-281.
- [13]Baumgartner H. Toward a Personology of the Consumer [J].Journal of Consumer Research, 2002, 29(2):286-292.
- [14]Jouce Routson. Experts Ponder Internet's Future Stanford Report,2001(2)D-Libmagazine,1998, (3).
- [15]Rohini Ahluwalia. Sometimes It Just Feels Right: The Differential Weighting of Affect-Consistent and Affect-Inconsistent Product Information. Journal of Consumer Research, Vol.28 June 2001.
- [16]Joyce Routson. Experts Ponder Internet's future. Stanford Report,2001(2).
- [17]Dan Ariely. Controlling the Information Flow: Effects on Consumers' Decision Making and Preferences. Journal of Consumer Research, Vol. 27 September 2000.
- [18]Kellerman. Information Society .The Information Society (TIS) journal,1999(3).
- [19]M.J.Norton. Evolving Information Economics: Responses to the Digital Revolution Computerized Retrieval Services,2002.
- [20]Michael Binder, Hashem Pesaran. Life-Cycle Consumption Under Social Interactions. <http://netec.mcc.ac.uk/HoPEc/geminiabout.html>.