

融媒体时代大学生网络文化消费现状探析

孙琳

武汉科技大学马克思主义学院, 湖北 武汉

收稿日期: 2023年6月13日; 录用日期: 2023年7月12日; 发布日期: 2023年7月21日

摘要

随着多媒体技术的发展和互联网的普及, 融媒体技术应运而生, 网络文化消费层出不穷。大学生作为乐于并积极接触新鲜事物的特殊群体, 深受网络文化消费的影响。通过问卷调查法和半结构式访谈法发现融媒体时代大学生网络文化消费呈现内容多样性、消费非理性和无序化等特点, 以及出现一些不良影响。因此, 要积极引导大学生树立正确的网络文化消费观, 需要政府、社会和高校形成合力, 共同营造良好的网络文化消费环境, 让大学生合理利用网络文化资源, 助力大学生成长成才。

关键词

融媒体时代, 大学生, 网络文化消费

An Analysis of the Current Situation of College Students' Online Consumption Culture in the Era of Integrated Media

Lin Sun

School of Marxism, Wuhan University of Science and Technology, Wuhan Hubei

Received: Jun. 13th, 2023; accepted: Jul. 12th, 2023; published: Jul. 21st, 2023

Abstract

With the development of multimedia technology and the popularization of the Internet, integrated media technology has emerged, and online cultural consumption is constantly emerging. College students, as a special group who are willing and actively exposed to new things, are deeply influenced by the consumption of online culture. Through questionnaire survey and semi-structured interview methods, it was found that the online cultural consumption of college students in the era of integrated media presents characteristics such as content diversity, irrational consumption,

and disorder, as well as some negative effects. Therefore, to actively guide college students to establish a correct view of online cultural consumption, it is necessary for the government, society, and universities to form a joint effort to create a good online cultural consumption environment, enable college students to make reasonable use of online cultural resources, and help them grow and become successful.

Keywords

Media Era, College Student, Work Cultural Consumption

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

随着信息技术的飞速发展，大学生网络文化消费已经成为普遍现象。大学生处于人生观、价值观形成的关键阶段，网络文化消费对大学生心智的成长有着重要的影响。良好的网络文化消费有利于大学生形成正确的三观，引导学生成长；而不良的网络文化消费容易使大学生误入歧途。通过对融媒体时代大学生网络文化消费现状的研究，从而对大学生的网络文化消费观念进行引导，更好的促进大学生成长。

2. 融媒体时代大学生网络文化消费研究的背景和意义

2.1. 融媒体时代网络文化消费的内涵

网络文化消费是人们为了满足自己精神文化需求而在网络上购买各种文化产品的消费活动。购买网络课程、电子书籍，观看网络娱乐视频都属于网络文化消费的范畴。当代大学生作为随互联网成长的新一代，其思想和文化消费理念深受互联网的影响。融媒体是利用各种媒介载体，把相辅相成的媒体进行全面整合的新型媒体技术[1]。融媒体对社会舆论环境有着举足轻重的作用，大学生作为更容易受舆论影响的年轻群体和网络使用的主要群体，在融媒体环境下的网络文化消费更加多元化和鲜明化。融媒体时代大学生网络文化消费现状的分析就是以融媒体大环境为背景对大学生网络文化消费内容进行调查分析和归纳总结。对其进行研究首先要从当代大学生的网络文化消费的内容和目的进行了解和量化分析。在了解大学生网络文化消费的基础上对大学生网络文化消费的特点和变化进行分析和总结，并以此归纳出网络文化消费对大学生的影响。

2.2. 网络文化消费的背景

随着互联网技术的发展，网络文化消费日益深入到人们生活中。特别是新冠疫情以来，举国上下开始了居家隔离的状态。随着新媒体技术的迅猛发展，网络文化产业已经成为现代经济中的重要组成部分。大学生是网络文化消费的主力军，大学生对网络文化消费需求不断上升，也对大学生的消费模式产生了相应的变化。通过对融媒体时代大学生网络文化消费现状的分析，映射出当今时代网络文化消费的变化，从而更好地引导大学生网络文化消费观念，促进大学生的成长成才。

2.3. 网络文化消费的意义

随着网络技术的发展，商业模式的改变，网络资源更加丰富。在这种背景下大学生的学习、生活因

为网络变得更加高效和多样化。在网络环境中大学生作为思维敏捷、接受新鲜事物能力极强的独具个性的群体，他们有旺盛的精力、无限的想象力和创造力，在网络中扮演着重要的角色。网络中各种信息的影响又使他们在现实世界中显现了自身鲜明的特色。大学阶段是人生三观形成的关键阶段，更是心灵脆弱和出现巨大转折的阶段。处于人生关键阶段的当代大学生在融媒体时代是如何学习、有怎样的网络文化消费，这是一个非常发人深省的问题。因此，该课题以大学生作为研究对象对融媒体时代大学生网络文化消费的现实情况进行了系统而深刻的研究。

3. 融媒体时代大学生网络文化消费现状调查

3.1. 研究对象

研究随机选取武汉科技大学 125 名大学生作为本次问卷调查的研究对象。问卷调查开始时间为 2022 年 2 月，结束时间为 2022 年 4 月。考虑到疫情影响及效率因素，使用线上问卷，在不同群组 and 朋友圈及 QQ 空间发放问卷。研究对象基本情况见表 1。

Table 1. Basic information of the study subjects

表 1. 研究对象基本信息

分类	属性	人数	百分比
性别	男	34	27.2%
	女	91	72.8%
年级	大一	24	19.2%
	大二	32	25.6%
	大三	28	22.4%
	大四	41	32.8%

3.2. 研究方法

本调查采取问卷调查和半结构式访谈相结合的方式。问卷内容包含性别、年级、每日网络使用时长及网络使用主要目的等；结构式访谈选取 30 名学生对其网络消费具体情况进行深入了解。

3.3. 问卷数据分析

为响应疫情防控，线下各种活动地点关闭，大学生线下活动减少，线上活动增加，使大学生进行网络文化消费的时长大幅提高。学生将把大部分空闲时间花费在线上，其中包括线上学习和线上娱乐，这使大学生线上文化消费比例增加。表 2 与表 3 分别为是大学生网络文化消费使用时间与目的调查结果。

Table 2. College students' network culture consumption time

表 2. 大学生网络文化消费时间

网络使用时间	3 小时以内	3~5 小时	超过 5 小时
人数	15	38	72
比重	12%	30.4%	57.6%

Table 3. College students' network culture consumption content
表 3. 大学生网络文化消费内容

网络使用主要目的	学习	娱乐	社交
人数	41	46	38
比重	32.8%	36.8%	30.4%

从表中可以得出以下结论：参与调查的大学生中超过一半的学生(57.6%)平均每天网络使用时间超过 5 小时，只有很少一部分被调查者每天平均使用时间少于 3 小时(12%)。大学生网络使用时长普遍偏长，除了促进线上学习之外，娱乐与社交的影响也不容忽视。网络使用主要目的为学习(32.8%)、娱乐(36.8%)和社交(30.4%)的人数比例相差较小，大学生网络文化消费目的具有明显的多样性。总体来说大学生网络文化消费的现状比较乐观，但以娱乐为目的的学生占比较高，因此大学生网络文化消费娱乐化的问题仍需要给予高度的重视。

3.4. 半结构式访谈结果

在武汉科技大学随机选取 30 名学生进行半结构访谈，主要调查其网络文化消费的内容。通过调查发现，大部分被调查者网络文化消费内容为购买考研、考公、法考相关的学习资料和观看短视频，但仍有一部分学生的网络文化消费主要为网络游戏、网络小说等。购买学习资料有助于大学生提升自身能力，但观看娱乐性短视频的影响取决于短视频创作者的作品内容是否优质。目前娱乐短视频质量参差不齐，一部分积极弘扬传统文化、传播科学文化知识、引导正确价值观，但也不乏有不良作品传播谣言、鼓动极端主义。大学生在网络文化消费中要明辨是非，利用网络资源提升自我能力。综上所述，大学生网络文化消费结构总体良好，但仍需要积极地引导。

4. 融媒体时代大学网络文化消费的特点

通过对大学生的问卷调查和访谈，发现其网络文化消费呈现以下特点。

4.1. 大学生网络文化消费内容多样

传统的以书本为中心的学习方式，在一定程度上限制了学生各方面能力的发展。在融媒体时代，网络文化消费为学生发展提供了全新的平台。当代大学生接触网络的时间更长，有更好的学习能力，更习惯于使用网络去调查和研究问题，更能适应文化消费方式的改变。当然，他们的网络文化消费也呈现出更加丰富、更加精彩的形态，体现出更强的生机与活力。作为具有较强个性特征的大学生群体，其网络文化消费内容丰富多彩，既有娱乐短视频、也有线上网课；既有电子游戏、也有网络小说；既有教辅资料，也有其他网络文化产品。

4.2. 大学生网络文化消费非理性化

作为未步入社会的年轻群体，大学生的日常网络文化消费具有非理性化，受舆论影响盲目跟风更是普遍[2]。而融媒体时代信息传播能力加强，这种非理性化更被放大，加之资本掌控的舆论引导更是对大学生网络文化消费行为产生了不良影响。在新媒体时代，大学生可以通过手机或电脑来满足自己对新鲜事物的好奇，因此他们会频繁地更换网络软件、注册各类账号，进行网络文化消费。但由于缺乏自制力，加上自身又不具备辨别信息真伪的能力，因此很容易在冲动下进行网络文化消费。一些大学生在直播平台、短视频平台上花费大量的金钱为主播打赏，这种非理性的网络文化消费导致他们在未来的生活中面

临经济压力和心理压力。除“直播打赏、游戏充值”这一非理性网络文化消费外，在大学生们的日常生活中，“校园贷”等网络借贷风险事件也并不鲜见。一些大学生更是陷入网络世界无法自拔，这种非理性的网络文化消费不仅给大学生带来经济损失而且使大学生脱离现实社会[3]。

4.3. 大学生网络文化消费无序性

近年来大学生网络文化方面的投入增多，网络文化消费无序化增长。在信息化的时代，大学生浏览色情网站、痴迷电子游戏、网贷等现象层出不穷。这对大学生的身心健康、财产安全有着不可忽视的负面影响。这种不良的网络文化消费环境，让一些别有用心之人有了可乘之机。他们在这条灰色产业链越走越远，形成一个恶性循环，这对于大学生无论是心理还是生活都会产生恶劣影响。大学生作为家庭希望、民族未来，网络文化无序性问题对其影响不容小觑。[4]由于网络贷款、网络游戏等方面出现的恶性事件频发，加之部分大学生对自身认知不足，容易被“小恩小惠”冲昏头脑，因此娱乐化的网络文化消费对大学生的影响不容忽视。

4.4. 大学生网络文化消费娱乐化

当今社会，电子产品成为人们的生活必需品，“机不离手”成为人们生活的常态，这种现象在大学生中表现得更加鲜明。近年来，《快手》《抖音》《王者荣耀》等App下载数量激增，网络小说、网络漫画的点击量持续上升，娱乐性活动在网络文化消费中占据主体地位。通过调查得知，大学生在网络世界花费的时间普遍大于五小时，网络的使用在大学生们的课余时间占据主体地位。部分大学生在游戏、直播打赏、网购等娱乐性消费的支出较大，因网贷、游戏等方面出现的恶性事件频发，娱乐化的网络文化消费对大学生的影响难以忽视。

5. 融媒体时代大学生网络文化消费的影响

5.1. 减少大学生消费成本

网络使大学生们的各方面生活变得更加便捷。随着信息化的发展，大学生不再满足于单一的线下实体店的消费，而更加倾向于线上消费。强大的线上消费平台提供更加丰富和廉价的商品，迎合了大学生文化消费的需求。网络文化消费更加方便快捷，大学生在获取专业知识、了解不同文化、观赏艺术作品时不再拘泥于时空的限制。在网络世界，大学生可以快速获得大量信息，从而选择出有针对性的信息，进行网络文化消费。这样的网络文化消费从客观上减少了大学生满足精神需求的时间成本和经济成本。

5.2. 缓解大学生心理压力

适当的娱乐使大学生在“内卷”的背景中得到释放。当今大学生正处于一个“内卷”的时代，受疫情影响大学生出国留学数量大幅度减少，国内升学的竞争更加激烈；疫情期间大量企业的倒闭使就业形势也变得不再乐观。当代大学生在这个“内卷”时代，为了自身发展不得不面对巨大的压力。而网络文化消费中的内容虽不能为大学生解决升学就业压力，但能让学生暂时地逃离喧嚣，释放压力，使大学生在面对竞争时有更好的心态。当然这种压力释放应该是良性的，不能沉迷其中，舍本逐末。

5.3. 诱导大学生走入价值观误区

网络给大学生带来便利的同时，也促使大学生养成了快节奏的生活方式，降低其深入思考的能力[5]。随着网络文化消费比例的提高和“快餐文学”及短视频文化的流行，大学生更加喜欢这种快速收获和浅尝辄止的文化消费。大学生将大部分时间和精力消耗在这种文化消费中，势必会减少对优秀传统文化的兴趣。而年轻群体兴趣的缺失会对传统文化的传承和经典文学作品传播带来巨大冲击。更为重要的是，在这种网

络环境背景下，西方资本主义的消费文化更容易影响到大学生价值观的形成。这种不适合我国青年的消费文化，误导大学生形成不符合社会主义核心价值观的消费观念，在网络文化消费上做出错误的判断和抉择。

5.4. 导致大学生迷失自我

网络文化消费的虚拟性会使大学生的行为随意性增加，不可控性增强。互联网经济的虚拟性与现实生活有很大的区别，对其错误的认知使大学生对现实社会中逐渐迷失自我。在网络世界里，各种信息良莠不齐，不良的网络文化严重毒害大学生心灵[6]。同时，因为互联网的虚拟性以及政府有时监管不到位，使网络文化消费更容易出现违背诚信等现象。当代大学生无时无刻都在受这些不良现象的影响，导致其在现实生活里出现一些迷失自我的行为。电子游戏等娱乐活动易让大学生沉迷，逃避现实，与现实脱轨。这种现象使大学生对现实世界缺乏兴趣，对生活缺乏动力，从而形成不健康的价值观。甚至会影响到大学生的身体健康，大学生长期活跃在网络会导致注意力下降，视力下降等不良影响。

6. 融媒体时代大学生网络文化消费的引导策略

6.1. 发挥政府的规范作用

政府在网络文化监管体系和监督问责制度中扮演着重要角色。为了营造良好的网络环境，避免网络环境无序性的发生，政府要加强网络文化消费及舆论管理建设，秉持正确的网络文化理念，依法对网络文化产品进行监管和指引，将网络文化消费建设成为有利于公民丰富文化生活和提高知识水平的消费。首先，政府应该从源头入手，制定健全的法律制度，根治不良网络行为[7]。在当前融媒体时代下，大学生要有正确的价值观、人生观、世界观，才能在激烈的社会竞争中立于不败之地。高校应该重视对大学生进行思想政治教育，引导大学生形成正确的消费观和价值观，增强他们辨别信息好坏的能力。在网络文化消费中，很多不良信息充斥着大学生们的生活，导致大学生们价值观发生了偏离，甚至会导致一些不良事件的发生。因此，高校应该加强对大学生进行思想政治教育，使他们树立正确的人生观、世界观和价值观。高校可以通过开展一些与文化消费相关的活动来进行思想教育。如每年都会举办校园文化艺术节，不仅丰富了大学生们的课余时间，而且能够使他们了解到不同艺术形式所带来的视觉和听觉盛宴。此外，高校还可以利用校园广播、视频播放等方式来对学生进行思想教育。高校应该加强校园文化建设，创造良好的学习氛围和文化环境。[8]其次，加强对大学生进行引导。网络是一把双刃剑，它既能给人们带来便利又能带来弊端。大学生是网络文化消费的主体群体，他们在网络文化消费中占据着主导地位。大学生的网络文化消费应以提高自身文化素质、知识素养为导向，以提高自身能力为目标。

6.2. 增强高校的引导作用

高校是大学生生活和学习的主要场所，高校在学生成长的过程中扮演着不可替代的角色。在引导大学生正确的网络文化消费方面有着举足轻重的作用。高校应该努力引导大学生形成健康向上、积极乐观的文化消费观念，鼓励学生积极参与到文化消费中来。具体来说，高校可以通过以下几个方面来实现对大学生网络文化消费的引导，首先，加强思想政治教育。思想政治教育是高校教育的核心。在当前融媒体时代下，大学生要有正确的价值观、人生观、世界观，才能在激烈的社会竞争中立于不败之地。[9]高校应该重视对大学生进行思想政治教育，引导大学生形成正确的消费观和价值观，增强他们辨别信息好坏的能力。在网络文化消费中，很多不良信息充斥着大学生们的生活，导致大学生们价值观发生了偏离，甚至会导致一些不良事件的发生。因此，高校应该加强对大学生进行思想政治教育，使他们树立正确的人生观、世界观和价值观。高校可以通过开展一些与文化消费相关的活动来进行思想教育。如每年都会举办校园文化艺术节，不仅丰富了大学生们的课余时间，而且能够使他们了解到不同艺术形式所带来的视

觉和听觉盛宴。此外，高校还可以利用校园广播、视频播放等方式来对学生进行思想教育。高校应该加强校园文化建设，创造良好的学习氛围和文化环境。其次，加强对学生进行引导。网络是一把双刃剑，它既能给人们带来便利又能带来弊端。大学生是网络文化消费的主体群体，他们在网络文化消费中占据着主导地位。因此，学生的消费观念和消费行为直接影响到网络文化消费理念和文化消费方式。大学生的网络文化消费应以提高自身文化素质、知识素养为导向，以提高自身能力为目标。

6.3. 调动个人的主观能动性

随着网络的发展，一些不良网络信息的危害也日渐凸显。作为大学生，我们更应该自觉提高自身素质，抵制不良网络信息的侵蚀。[10]网络作为现代信息共享工具，其功能强大，不仅加强了信息的传播而且促进了数据的共享。大学生要加强自我辨别能力，积极利用网络中有益资源，避免逃避自我、逃避现实。首先，大学生应该积极参加社会实践活动，在实践中充分利用网络资源。在实际生活中，大学生应合理安排自己的时间，做到娱乐和工作、学习之间取得平衡。比如，可以利用网络资源查找资料，或者是看一些专业书籍，也可以在网上查阅资料，但是要注意有效利用网络资源。大学生可以把一些有用的信息发布到网上，也可以和同学们进行交流，做到真正的沟通与交流。要学会把网络资源利用好，使其成为工作、学习、生活中的得力工具，而不是被网络奴役。其次，大学是一种提高自身文化素质的场所，在学习专业知识的同时，也要有自己的一些兴趣爱好。大学生可以参加各种活动，培养自己的兴趣爱好，丰富自己的大学生活，提高自己的文化素养。培养高素质的文化素质，有助于他们抵御不良文化的侵蚀，从而在网络上形成一种健康的消费理念。最后，要培育一种健康的网络文化消费模式。大学生正处在一个特定的年龄段，他们对新事物充满了好奇心，他们接触信息的渠道也比较多，因此，他们对于网络文化消费的影响也比较敏感。大学生在享受互联网给他们带来的便利与快乐的同时，必须清楚地认识到自己的消费能力，防止过度消费，使自己陷入困境。

7. 结语

融媒体时代网络文化消费得到前所未有的发展，丰富的网络资源满足了不同群体的精神需求。大学生作为网络文化消费的重要群体，其消费观念和价值观的形成深受网络消费文化的影响。社会各界要主动承担社会责任，共同努力创造良好的网络环境，积极引导大学生网络文化消费。作为担当民族复兴和百年奋斗目标大任的新时代青年，大学生应提高自身的自驱力，把握融媒体时代红利，利用互联网资源，努力学习知识，增强本领，提升自身思想水平为中华民族伟大复兴不懈奋斗。

参考文献

- [1] 张若颖, 何苗. 论网络文化消费的特点、关系与结构[J]. 未来传播, 2021, 28(2): 98-105.
- [2] 付强. 税收宣传融媒体机制的设想与运行[J]. 湖南税务高等专科学校学报, 2020, 33(2): 57-62.
- [3] 哈红伟. 网络背景下的青少年品德教育[J]. 教育教学论坛, 2010(18): 141-142.
- [4] 陈为化. 基于高校校园网络文化的大学生精神文明建设研究[J]. 文化创新比较研究, 2023, 7(7): 68-72.
- [5] 魏婷. 论新时期安徽省文化人才队伍建设[J]. 经济研究导刊, 2015(3): 275-277.
- [6] 李小伟. 大学生网络文化阵地及边界建构分析[J]. 宿州学院学报, 2018, 33(6): 30-33.
- [7] 王亚洲, 韦东增. 浅析网络亚文化对大学生群体的影响及高校的引导路径[J]. 公关世界, 2023(3): 74-76.
- [8] 郭超. 论新媒体时代公民网络文化消费的引导途径[J]. 现代交际, 2019(11): 253+252.
- [9] 单红波, 张耀宇. 网络消费文化对大学生的消极影响及教育对策[J]. 中国培训, 2015(20): 103.
- [10] 刘博. “Z世代”的消费新景观与消费行为引导进路[J]. 思想理论教育, 2023(5): 99-105.