

doi:10.13582/j.cnki.1674-5884.2017.02.028

大学生网络信息消费力影响因素的构建

鲁芳,潘晓梅,崔哲

(湖南工业大学 商学院,湖南 株洲 412007)

摘要:为了有针对性地提升大学生的信息消费力,从信息消费力的主体能力、客体质量、消费环境三大构成要素对湖南省在校大学生网络信息消费力的影响因素做实证调研。通过效度与信度分析、因子分析方法构建当代大学生网络信息消费力影响因素的指标,其中,主体能力的一级指标受信息素养和支付能力两方面影响较大,客体质量受信息质量与人文环境、信息环境影响较大,消费环境受国家的法律、监管机制以及学校培养力度的影响较大。构建的影响因素指标体系可供高校教育者制定有针对性的教学方案,有效提升大学生网络信息消费力。

关键词:网络信息消费力;因子分析;信度分析

中图分类号:G40-051

文献标志码:A

文章编号:1674-5884(2017)02-0113-05

信息消费是人们始于对信息需求的原动力,它是直接或间接以信息产品和服务为消费对象的消费活动^[1]。大学生是一群容易接受新思想、新事物的群体,在信息消费方面呈现出知识型的消费特点,他们的消费能力刺激着互联网行业的发展。大学生网络信息消费主要表现在学术发展动态报告、专业知识、考研资料、就业信息、娱乐消遣等方面。然而在当今信息高速公路快速发展时代,高校网络信息消费多样化发展趋势下,大学生网络信息消费存在大量问题:网上视频课堂及网络学习信息无序堆积使大学生无所适从,同时网上也充斥着各种垃圾信息、黄色信息、诈骗信息、反教育信息等。大学生由于获取信息能力、甄别信息能力、利用信息能力的不足,容易造成盲目信息消费,进而影响价值观的形成,这种现象称为大学生网络信息消费能力脆弱。网络信息消费力是消费者在网络信息消费环境下为了满足和提高自己的精神文化等发展资料需要对信息商品和服务进行消费的能力^[2]。在信息爆炸时代研究大学生网络信息消费力的影响因素,对于高校教育者有针对性地制定提升大学生网络信息消费力的政策提供重要的参考价值。

1 大学生网络信息消费力影响因素的初步构建

信息消费力由信息消费主体能力、信息消费客体质量、信息消费环境三要素构成。胡琪君提出,信息消费主体能力是制约信息消费力提升的需求因素,包括消费者的信息素养和支付能力^[3]。信息素养是一种使人能够更有效地选择、查找及评估传统或网上资源的技巧,也就是人们运用信息的技能与技术来解决实际问题的能力,包括信息意识、信息知识、信息能力和信息道德。这四要素中信息能力最为重要,它要求信息消费主体具备信息工具使用能力、信息搜集能力、信息分析识别能力、信息加工能力和信息再生创造能力。信息意识要求信息消费主体能够意识到信息在信息时代的重要性,具备较强的学习观念,以及对信息具有敏感的观察力。常正霞指出,我国大学生目前的信息素养在信息意识和信息能力上还较为薄弱,高校应高度重视,同时也需加强学生信息伦理的道德教育^[4]。信息消费客体质量是制

收稿日期:20161025

基金项目:2016年湖南工业大学大学生研究性学习和创新性实验计划项目“大数据时代大学生网络信息消费力实证研究”;2016年湖南省普通高等学校教学改革研究项目“基于职业胜任力导向的地方高校应用型创新人才培养体系研究”

作者简介:鲁芳(1979-),女,湖南浏阳人,副教授,博士,主要从事服务管理与信息管理研究。通讯作者:崔哲。

约信息消费力提升的供给因素,包括信息产业的发展和信息产品与服务的质与量。信息产业是提供信息的源泉,信息更新的快慢、质量和数量也影响着大学生的获取相关的知识信息。消费主体的文化程度与其消费信息产品的质与量有着紧密的联系,如知识水平不高,消费主体就无法消费水平较高的信息产品。顾继光通过调查研究得出:不同年级学生的网络信息消费有差别。信息消费环境是制约信息消费力提升的重要外在因素,包括国家信息消费政策法规、信息市场价格水平和社会信息环境等方面。在信息环境方面,一旦国家与政府的监管力不够,网络市场将会出现各种不良信息,网上信息消费秩序混乱。这不仅会影响大学生价值观的形成,也会因为市场的混乱而不能及时获取有效信息^[5]。

本文从信息消费者主体因素、信息产品及服务客体因素、信息环境三要素出发,构建大学生网络信息消费力的影响因素,如表 1 所示。其中主体因素表现为消费者需求、消费者信息素养和消费者支付能力三方面,客体因素体现在信息服务及信息质量两方面,信息环境因素体现在校园环境与信息市场政策两方面。

表 1 大学生网络信息消费力影响因素

一级指标	二级指标	三级指标
消费者(主体)因素	消费者需求	对学术研究的需求
		对就业信息的需求
		对休闲娱乐的需求
	消费者信息素养	信息技术能力
		信息鉴别能力
		信息检索能力
		信息分析能力
		信息再生创造能力
		检索工具
	消费者支付能力	收入水平
		信息成本价格
信息产品及服务(客体)因素	信息质量	网站信息更新速度快慢
		网站信息的质量
	信息服务	信息服务的软硬件设施 数据库资源
信息环境	信息市场政策	国家信息机关的监管力度
		国家相关法律法规的颁布
	校园环境	校园学习氛围 校园思想政治教育

2 网络信息消费力影响因素实证分析

本文采用实地问卷调查的方式,对湖南省在校大学生进行随机问卷调查。采用的调查问卷内容分为以下几个方面:基本情况;消费者因素;信息产品与服务因素;环境因素。大学生基本情况主要调查接受问卷的同学的基本情况;消费者因素主要调查消费者的支付能力和信息素养状况;信息产品与服务因素主要调查信息产业的发展和信息产品与服务的质量;环境因素主要调查学生所处的环境和国家的有关法律的情况。这些问题主要以单选题为主,除了第一部分的大学生基本情况调查外,其他 3 方面的问题均采用 Likert 量表法,对每一个问题根据实际情况与效果设计了 5 个等级,分别是非常差、较差、一般、较好、非常好以及完全没有影响、没有影响、一般、有影响、完全有影响,并进行相应的赋值,由 1 到 5 呈递增趋势。

本次调查问卷共发放 200 份,回收有效问卷 189 份,有效率 94.5%。

2.1 描述性统计分析

根据回收的问卷数据做描述性统计分析,分别对支付能力、信息素养能力、信息质量、信息产品服务

务、信息市场环境、校园环境进行初步分析。

支付能力从两方面予以信息采集:一是生活费用的影响是否影响到网络费用的支出,二是电子资料价格的高低是否影响到网络信息的购买。从样本采集的数据来看,网络费用的均值为 2.41,即用在网络上的费用受生活费用水平的影响很小,其中,40.0% 的学生认为花在网络上的费用不会受到生活费用的影响,32.8% 的学生表示这方面影响不大。而在电子资料的价格上,电子资料价格高低的均值为 3.46,即电子资料价格的高低会影响学生的购买,其中,52.4% 的学生认为价格的高低会影响他们的消费,仅有 18.5% 的学生认为没有影响或完全没有影响。

信息素养能力主要是体现在计算机水平、信息辨别、信息检索、信息整理、信息分析、信息再利用等方面的能力。在信息素养的 5 个二级因素中,计算机水平的均值为 3.01,即学生的平均计算机水平一般,其中,67.7% 的人计算机水平一般,仅 15.3% 的人水平在较好以上;信息鉴别能力均值为 3.60,即学生的信息鉴别能力在一般和较好之间,其中,43.4% 的人能力一般,43.9% 能力较好;信息检索力的均值为 3.42,即学生的信息检索能力在一般和较好之间,其中,49.7% 的人能力一般,38.1% 的人能力较好;信息分析能力的均值为 3.34,即学生对信息进行整理、归纳、分析的能力在一般之上较好之下,其中,57.1% 的人能力一般,36% 的人能力较好;网络知识学习能力的均值为 3.41,即学生的网络知识学习能力在一般之上较好之下,其中,48.7% 的人能力一般,44.4% 的人能力较好。

信息质量是从网站信息更新速度的快慢和所提供的信息质量来判断是否能满足消费者的需求。网站信息更新快慢的均值为 3.32,方差为 0.803,说明对于不同的人,网站更新的速度对他们上网有显著的差异,其中,22.2% 的人认为网站更新速度对其上网没有影响,25.9% 的人认为影响不大,51.8% 的认为有影响;网站信息质量的均值为 3.74,即大多数人认为网站所提供的信息质量会影响到其上网,不能从该网站上获取到对自己有用的信息。

信息服务水平分析主要是从校园网建设、校园电子阅览室质量、图书馆所引进的学术资源 3 个三级指标来判断信息服务的好坏。从样本数据所得的分析来看,校园网建设的均值为 2.98,即校园网的建设质量比较差,其中,52.4% 的人认为校园网建设一般,23.2% 的人认为较差;校园电子阅览室的均值为 3.15,即校园电子阅览室整体质量一般;学校学术资源的均值为 3.28,即大多数同学认为学校图书馆所引进的学术资源质量一般。

信息市场环境主要是从国家信息消费政策法规及信息产业相关政策来分析信息市场环境对消费者获取信息的质量是否有影响。国家信息机关对网络信息传播的监管力度的均值为 2.85,即国家有关部门对网络信息传播的监管力度较差,其中,47.6% 的人认为监管力度一般,30.2% 的认为较差,仅有 19.0% 的认为较好;信息产业的相关法律完善程度的均值为 2.68,即中国网络信息相关法律完善程度较差,其中,43.9% 的人认为较差,只有 16.9% 的人认为较好。

校园环境分析主要是从学校培养和创新力度、校园人文环境两方面来判断校园氛围是否对学生的网络信息消费力有影响。学校培养和创新力度的均值为 2.6,即很多学生认为学生在创新和实践的培养力度上较差;校园人文环境的均值为 3.19,即大多数学生认为校园的人文环境对上网内容的影响不大。

2.2 信度分析

因子分析的目的是用少数几个因子去描述多个变量之间的关系,通过降维将相关性高的变量聚在一起。首先对调查数据进行信度分析,是为了能判定问卷中的题目是否能反映调查目的,剔除问卷中相同的内容和信息,提高信度系数,使得数据更具有可靠性和稳定性。问卷信度判断如表 2 所示。

表 2 问卷信度判断表		
	系数范围	信度程度
Cronbach's Alpha	≥0.9	好
	[0.8,0.9)	不错
	[0.5,0.8)	合理
	<0.5	不可信

利用 SPSS 对问卷所得数据进行处理后得 Cronbach's Alpha 系数和检验表,如表 3 和表 4 所示。结果显示,Cronbach's Alpha 为 0.774,0.5 < 0.774 < 0.8,表明问卷所得数据合理,且各测量题项取样 KMO

值为 0.724 > 0.5。Bartlett 球度检验结果显示:卡方统计量的显著性概率 $p = 0.000(p < 0.050)$,拒绝原假设^{[6] 114-128}(H:相关矩阵看成是单位矩阵),认为该数据适合进行因子分析。

表 3 信度分析结果

Cronbach's Alpha	基于标准化项的 Cronbach's Alpha	项数
0.774	0.774	18

表 4 KMO 和 Bartlett 的检验表

取样足够度的 Kaiser – Meyer – Olkin 度量	Bartlett 的球形度检验		
	近似卡方	df	Sig.
0.724	657.477	120	0.000

2.3 主成分因子分析

信度分析之后,需对数据进行效度分析,效度分析的目的在于检测初始评价因素中哪些影响因素需要剔除。根据因子分析相关理论,若剔除某因子能够提升信度系数,则剔除此题项原则。在进行 3 次主成分分析后,共保留了 16 个题项,对所保留的 16 个题项进行因子分析适当性考查,基于特征值大于 1 以及最大方差旋转法提取了 4 个因子。其中因子 1 包括“信息检索力”“信息分析力”“信息鉴别力”“网络知识学习能力”“计算机能力”这 5 个题项,将因子 1 命名为信息素养能力。因子 2 包括了“电子阅览室质量”“学校学术资源质量”“校园网建设”这 3 个题项,将因子 2 命名为信息服务。因子 3 包括“法律完善程度”“国家监管力度”“学校培养力度”这 3 个题项,将因子 3 命名为信息环境。因子 4 包括“电子资料价格”“信息质量”“信息更新速度”“校园人文环境”“网络费用”“校园人文环境”这 6 个题项,将因子 4 命名为信息质量与支付能力。大学生网络信息消费力影响因素的因子题项的负荷量都在 0.5 以上,表示各因子能较好地解释其包含的题项,对 16 个测量题项进行信度分析,结果显示信度系数为 0.718,表示数据的收敛性较好,信度较佳。因子分析情况如表 5 所示。

表 5 样本因子旋转成份矩阵

测量题项	提取成份			
	1	2	3	4
信息检索力	0.799			
信息辨别力	0.745			
信息分析力	0.739			
网络知识学习力	0.687			
计算机水平	0.644			
电子阅览室质量		0.797		
校园网建设		0.726		
学校学术资源质量		0.666		
法律完善程度			0.822	
国家监管力度			0.793	
学校培养力度			0.564	
电子资料价格				0.653
信息质量				0.618
信息更新速度				0.587
网络费用				0.546
校园人文环境				0.518
方差贡献率/%	17.906	16.867	11.379	8.085
累积方差贡献率/%	17.906	34.773	46.153	54.237
Cronbach's Alpha			0.774	
因子命名	信息素养能力	信息服务	信息环境	信息质量与支付能力

利用 SPSS 软件做出因子方差贡献率和累计方差贡献率,提取的 4 个因子累计方差贡献率为 54.237%,总体效果良好。其中,因子 1 信息素养能力方差贡献率为 17.906%,在 4 个因子中数值最大,说明因子 1 信息素养能力对大学生网络信息消费力的影响显著性最强;因子 2 信息服务方差贡献率为 16.867%,在 4 个因子中数值次大,说明因子 2 网络硬件设施对大学生网络信息消费力的影响显著性第二强;信息环境的方差贡献率为 11.379%,在 4 个因子中数值较大,说明因子 3 信息环境的显著性第三强;因子 4 信息质量与支付能力方差贡献率为 8.085%,在 4 个因子中数值最小,说明因子 4 信息质量与支付能力的显著性最弱。

通过对影响因素所包含的测量题项的探索性分析和因子分析结果,剔除了消费者“对学术、科研的需求”“对就业信息的需求”“对休闲娱乐的需求”和检索信息所用的“检索工具”这 4 个三级题项,在此基础上改进了初始的影响因素构建,改进后的影响因素如表 6 所示。

表 6 改进后的大学生网络信息消费力影响因素表

一级指标	二级指标	三级指标
消费者(主体)因素	消费者信息素养	信息技术能力
		信息辨别能力
		信息检索能力
		信息分析能力
		信息再生创造能力
信息产品及服务(客体)因素	消费者支付能力	收入水平
		信息成本价格
	信息质量与人文环境	网站信息更新速度快慢
		网站信息的质量
		校园人文环境
信息环境	信息服务	信息服务的软硬件设施
		数据库资源
	信息环境	国家信息机关的监管力度
		国家相关法律法规的颁布
		学校培养力度

通过对指标体系所包含的测量题项的主成分分析,既降低了数据的维度。又保留了原数据的大部分信息,并且根据对测量题项进行因子分析的结果,剔除了一个测量题项即实际优惠价格,改进了评价指标。

3 结语

从所得到的网络信息消费力的影响因素来看,信息素养能力是影响大学生网络信息消费力的一个关键因素;其次是信息环境,相关部门的监管力度不够,良莠不齐的信息在网上大量传播,阻碍学生获取有利信息;再次是信息质量与信息产品的硬件服务,学校提供的软硬件也会影响到学生网络信息消费力;最后是学校的培养力度和信息成本价格。

参考文献:

[1] 沙勇忠,高海洋. 关于信息消费的几个理论问题[J]. 图书馆情报工作,2001(5):28-31.
[2] 崔建华. 信息消费力几个理论问题研究[J]. 消费经济,2006(4):67-70.
[3] 胡琪君. 信息消费力的制约因素和指标体系分析[J]. 大学图书情报学刊,2007(1):9-13.
[4] 常正霞. 大学生信息素养现状分析[J]. 调研报告,2011(8):53-57.
[5] 顾继光. 大学生网络信息消费调查研究——以南通大学为例[J]. 河南图书馆学刊,2015(10):52-54.
[6] 李金林,赵中秋. 管理统计学[M]. 北京:清华大学出版社,2007.

(责任校对 晏小敏)