

网络直播带货对大学生思想价值观念的影响及对策研究

卢贝贝

浙江理工大学马克思主义学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2024年5月20日; 录用日期: 2024年6月5日; 发布日期: 2024年8月15日

摘要

网络直播带货作为互联网科技与经济社会发展的必然产物, 不仅为我国经济注入了新活力, 同时也成为了大学生热衷的消费方式。然而, 直播带货给大学生带来便利和愉悦的同时, 也存在诸多负面影响。首先, 直播内容的繁多使得大学生接触到的信息趋于碎片化, 这无疑对他们深度思考和判断力造成了一定程度的削弱。其次, 网络直播引发的消费异化现象, 容易使大学生产生非理性消费行为, 最后, 大学生的价值观念也容易受到从业人员素质参差不齐的影响。因此, 本文旨在对网络直播带货对大学生产生的消极影响进行深入分析, 进而引导他们树立正确的消费观念。

关键词

网络直播带货, 大学生, 价值观念

Research on the Influence of Network Live Broadcast with Goods on the Ideological Values of College Students and Countermeasures

Beibei Lu

School of Marxism, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: May 20th, 2024; accepted: Jun. 5th, 2024; published: Aug. 15th, 2024

Abstract

As an inevitable product of Internet technology and economic and social development, network

live broadcast with goods has not only injected new vitality into China's economy, but also become a popular consumption method for college students. However, while network live broadcast with goods brings convenience and pleasure to college students, it also has many negative effects. First of all, the variety of live broadcast content makes the information that college students are exposed to tend to be fragmented, which undoubtedly weakens their deep thinking and judgment to a certain extent. Secondly, the phenomenon of consumption alienation caused by online live broadcast is easy to cause irrational consumption behavior of college students, and finally, the value concept of college students is also easily affected by the uneven quality of employees. Therefore, this paper aims to conduct an in-depth analysis of the negative impact of network live broadcast with goods on college students, and then guide them to establish a correct consumption concept.

Keywords

Network Live Broadcast with Goods, College Students, Value Idea

Copyright © 2024 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. 网络直播带货及特征

1.1. 网络直播带货的内涵

随着互联网的快速发展和智能手机的普及,近年来,我国网络直播行业呈现出爆发式的增长。在这一背景下,网络直播带货作为一种新兴的电商模式,逐渐成为各大平台和商家竞相追捧的热点。网络直播带货是指通过直播平台,主播向观众推荐商品,观众在观看直播过程中可以直接下单购买,从而实现商品销售的一种新型电商模式。它将直播娱乐、社交和购物相结合,降低了消费者与商品之间的距离,提升了购物体验,同时也为商家提供了更多展示和销售商品的机会。

网络直播的主要参与者包括主播、商家、直播平台以及消费者。主播作为直播带货的核心人物,主播承担着吸引观众、展示商品、引导购买等重要任务。主播的角色不仅限于销售,还兼具娱乐、互动等功能,以吸引更多观众关注。商家是直播带货的货源提供者,负责提供商品信息、售后服务等工作。商家通过与主播合作,可以快速提升商品销量,拓展市场份额。直播平台为主播和商家提供了一个互动、展示的平台,负责搭建技术基础设施、维护平台秩序、审核内容等。直播平台通过吸引更多主播和商家入驻,实现商业变现。消费者是直播带货的终端用户,通过观看直播、下单购买商品。消费者在直播带货中可以获得优惠、了解商品详情,提高购物体验。

1.2. 网络直播带货的特点

首先,网络直播带货具有高度的互动时效性。在直播过程中,主播可以与消费者实时互动,回答消费者提出的问题,消除消费者对产品的疑虑。此外,主播还可以通过与消费者分享使用心得、展示产品功能等方式,激发消费者的购买欲望。这种互动性使消费者在购物过程中感受到更加亲切的体验,提高了购物的满意度。与此同时,网络直播带货不受时间和空间的限制,消费者足不出户就可以实现商品的购买。网络直播带货过程中,主播不仅可以将商品信息、功能传递给消费者,而且还能从消费者那里获得及时的反馈,由此形成了一种高效的交流互动。

其次,网络直播带货具有直观性。传统的网购模式仅仅通过呈现图片和文字来传递产品信息,消费

者通过阅读文字和浏览图片无法直观了解产品，而网络直播带货是以视频的形式呈现出来，网络直播间将真实的场景传送到消费者面前，消费者可以沉浸式感受直播间的真实氛围，从而更好地了解商品。

再次，网络直播带货具有灵活性。传统销售需要在实体店铺进行，受地理位置、营业时间等因素的限制。而直播带货则可以随时随地展开，主播可以根据自己的时间和需求选择直播时间，消费者也可以随时随地观看，方便快捷。传统销售模式下，店铺面积有限，商品种类和数量也受限。而在直播带货中，主播可以根据自己的特长和市场需求，推荐各种类型的商品，满足消费者的多元化需求。通过直播，消费者可以更直观地了解商品信息，询问主播商品的详细信息，甚至可以进行实时互动，大大提高了购物体验。同时，主播可以根据消费者的反馈，及时调整直播内容和商品推荐，实现个性化营销。总之，网络直播带货的灵活性是其备受市场青睐的关键因素。它不仅突破了传统销售模式的限制，满足了市场和消费者的需求，还为我国电商产业注入了新的活力。网络直播带货的灵活性将继续推动销售模式的变革，为我国经济发展注入新的动力。

最后，网络直播带货具有趣味性。随着互联网的快速发展，网络直播带货作为一种新兴的销售模式，近年来在我国迅速崛起。直播带货不仅降低了消费者与商品之间的距离，同时也为商家提供了一个展示和推广产品的平台。其中，趣味性作为直播带货的一大特点，吸引了众多消费者参与，推动了行业的繁荣发展。总之，网络直播带货的趣味性是其崛起的关键因素之一。在未来，随着技术的不断创新和行业竞争的加剧，直播带货的趣味性将得到进一步提升，为消费者带来更加丰富多彩的购物体验。

2. 网络直播带货存在的问题

2.1. 网络直播带货内容繁多且呈现时间有限

在直播带货这个新兴的销售模式中，商品质量问题日益凸显。部分主播在追求销量和吸引观众眼球的过程中，竟然忽视了商品质量这一关键因素。这种情况不仅损害了消费者的权益，也扰乱了市场秩序，对整个直播带货行业造成了不良影响。此外，网络直播带货信息呈现方式具有瞬时性的特点。瞬时性，即信息在网络直播带货中的传播速度快、变化量大、时效性强。这种瞬时性的信息呈现方式在一定程度上提高了消费者决策的效率。然而，瞬时性也带来了诸多的挑战。首先，对于商家而言，如何在瞬时性的信息呈现中，准确地抓住消费者的需求，提供更符合消费者期待的商品和服务，是一大挑战。更为严重的是，有些主播为了迅速提升销量，竟然存在虚假宣传、夸大宣传的现象。同时，瞬时性对消费者的决策也产生了消极影响。在众多的商品和服务中，消费者如何在瞬间中做出正确的选择，也成为一大挑战。在网络直播带货中，主播需要介绍的产品往往不只一种，但是直播时间是有限的，很多商品都会被一带而过，因此留给消费者思考的时间就会大大减少。

2.2. 网络直播带货易产生攀比消费的趋势

马克思主义消费观是马克思主义关于消费及与消费相关问题的根本看法或总的观点。其中主要涵盖两层含义，第一，在社会再生产的有机循环中，生产和消费是紧密配合的。消费与生产之间存在着相互对立又相互统一的关系[1]。马克思认为，生产与消费共生共荣，两者相互依存。消费与生存缺一不可，生产是社会得以发展的动力，消费能够有效促进生产，但也能对生产产生抑制作用。由于人的异化需求，在创造出可供人类生存与发展所需的各种产品后，人们开始追求物质享受，变成消费的奴隶。这就是马克思异化的消费观。正如鲍德里亚在《消费社会》书中所说：“需求瞄准的不是物，而是价值，需求的满足首先具有附着这些价值的意义[2]。”因此，在网络直播带货中，容易产生非理性的消费行为，从而导致攀比消费的概率增加。所谓攀比消费，是指消费者在购买商品和服务时，不是根据自身需求和支付能力来选择，而是倾向于与他人进行比较，追求超越他人的消费行为。在网络直播带货中，攀比消费表

现得尤为明显。一方面，主播通过展示奢华品牌、限量商品等，传递出一种“高品质生活”的价值观，使得消费者产生向往心理；另一方面，主播与观众互动过程中，容易形成一种“跟风消费”的现象。攀比消费对消费者心理和行为的影响不容忽视。首先，过度的攀比消费会导致消费者忽视自身需求，购买力下降，进而影响生活质量。其次，攀比消费容易使消费者产生焦虑感，从而陷入消费主义的陷阱。最后，过度追求物质享受，容易导致精神空虚，影响心理健康。

2.3. 网络直播带货带来了大量参差不齐的从业人员

直播带货行业门槛较低，相较于其他行业，直播带货行业对从业者的要求相对较低。只要有手机、网络和商品，任何人都可以轻松进入这个行业。这种低门槛的特点使得越来越多的人纷纷投身于直播带货这个领域。即使他们可能没有丰富的相关经验和专业技能，只要有足够的热情和积极性，也能在这个行业中找到一席之地。

然而，低门槛也带来了一定的问题。由于直播带货行业的准入门槛较低，导致从业人员素质参差不齐。有些人可能仅仅是因为看到别人在直播带货中取得了成功，就盲目跟风进入这个行业。他们在直播过程中，可能缺乏对商品的专业知识，也无法为消费者提供优质的服务。这种情况不仅影响了消费者的购物体验，也降低了整个行业的口碑。

因此，在直播带货行业迅猛发展的同时，也需要加强对从业人员的培训和管理，提高行业整体素质。只有这样，才能让直播带货行业持续健康发展，为消费者带来更好的购物体验。同时，也有利于规范市场秩序，促使从业人员不断提升自身专业素养，为我国经济发展注入新的活力。

3. 网络直播带货给大学生思想观念带来的消极影响

3.1. 网络直播带货削弱大学生深度思考的能力

信息碎片化对大学生的影响主要体现在两个方面：一是信息获取的广度，二是信息获取的深度。在广度方面，随着互联网的普及，大学生可以轻松获取各种信息。有助于培养他们的综合素质。

但在信息获取的深度方面，碎片化则带来了一定的负面影响。碎片化的信息会分散大学生的注意力，弱化大学生处理信息的能力。由于巨大信息量的来袭，大学生的注意力和处理信息的能力转移与被破坏，思维就产生了惰性，就会让他们对信息产生严重依赖，越是依赖这些信息，独立思考的能力就会变弱。例如，我们常常会发现网络直播带货里，底下评论区会因某件事争论不休，站队的现象非常严重。由此可见，在碎片化信息与快餐时代的冲击下，大学生独立思考能力逐步下降^[3]。此外，信息碎片化还可能导致大学生缺乏系统性的学习。在快节奏的生活中，许多大学生习惯于阅读简短的文章、观看短视频，而忽视了深入阅读和系统学习。这种情况下，虽然他们掌握了大量零散的知识点，但却难以形成完整的知识体系。因此，在面对复杂问题时，他们可能会感到力不从心。

3.2. 网络直播带货影响大学生的消费观念

网络直播带货作为一种新兴的销售模式，在为我国经济发展注入活力的同时，也对大学生这一特殊群体的消费观念产生了一定的负面影响。在直播带货的狂潮中，大学生们面临着诸多诱惑，容易受到不理性消费观念的影响。

大学生作为一个特殊的消费群体，消费观念尚未完全成熟，容易受到外部环境的影响。直播带货中的消费主义观念容易让大学生陷入过度消费的陷阱。在直播过程中，主播往往会夸大产品的效果，诱惑观众购买。大学生由于好奇心强、消费观念尚不成熟，容易受到主播的诱导，导致盲目消费。这不仅加重了他们的经济负担，还可能影响他们的学业和生活。大学生的经济来源主要依靠父母，消费能力相对

较低,更容易受到价格等因素的诱惑。与此同时,大学生追求时尚、新鲜感和个性化,容易受到主播推荐的新品、网红产品等因素的影响。网络直播带货的氛围容易让大学生产生攀比心理。在直播过程中,主播与观众互动、晒单,不少大学生为了显示自己的消费能力,盲目跟风购买昂贵的商品,导致过度消费。这种攀比心理不仅加重了他们的经济负担,还可能影响到他们的学业和人际关系。最后,大学生具有较强的社交需求,容易受到同伴影响,产生从众消费行为。大学生在观看直播过程中,容易受到主播夸大宣传、低价诱惑等因素的影响,直播带货中主播的炫耀和比较,使大学生产生攀比心理,导致过度消费。大学生在直播带货的狂潮中,容易忽视自身需求,追求主播推荐的商品,导致消费价值观的迷失。

3.3. 网络直播带货模糊大学生的道德观念

网络直播带货在近年来迅速崛起,成为了我国经济发展的新引擎,为广大消费者带来了便利。然而,在繁荣的背后,我们也应看到这一模式所暴露出的种种问题。网络直播带货的风靡,使得越来越多的大学生投身其中,追求物质利益成为他们生活的主导。这种现象导致他们在学业、人际关系等方面的投入减少,过分关注眼前的实惠。长此以往,大学生的道德观发生了显著变化,功利心随之增强。他们不再重视精神的丰富和内在的提升,而是将目光局限于眼前的实惠和虚荣。

大学生作为国家未来的栋梁,他们的价值观和世界观正在形成阶段,容易受到外部环境的影响。一旦接触到过于追求短期效应的直播内容,他们可能会把这种浮夸当作是一种生活的常态,从而导致他们对现实生活中的奋斗和努力产生怀疑。这种误导不仅影响了他们的学业,还可能对他们的人生观产生深远的影响。

举例来说,某些直播平台上,主播通过炫耀财富、过度消费等方式来吸引粉丝,这使得大学生们误认为只有通过这种方式才能获得社会的认可。这种扭曲的价值观一旦深入人心,他们将失去对学术、科研等领域的热情,进而对社会的发展产生负面影响。因此,对于这种现象,我们必须引起高度重视,从家庭、学校、社会等多方面入手,引导大学生树立正确的道德观。

4. 应对网络直播带货对大学生思想观念影响的实现路径

4.1. 营造良好的网络直播带货环境

网络直播带货本身存在着诸多的问题和风险,碎片化的信息弱化大学生分析问题的能力。因此,营造良好的网络直播带货环境尤为重要。在网络直播带货环境中,严谨的知识传播是基础,这意味着直播主播在传播信息时必须具备一定的专业素养,以确保为消费者提供准确、可靠的信息。这就要求主播们在直播过程中,不仅要具备扎实的专业知识,还要具备良好的信息筛选和辨别能力。只有这样,才能在直播中传递出有价值、有深度的内容,满足消费者对于知识的渴求。

例如,东方甄选起源于新东方,相比于其他的带货直播间,东方甄选直播间显得更加“慢节奏”,每个人通过各自的风格与才艺为观众提供别开生面的“视听体验”。直播中不仅发挥“双语带货”的强项,还会根据产品的特点、来源、使用方法穿插关于历史文化、地理等知识的讲解。不少观众表示,在东方甄选的直播间不仅能学英语,也可以感受到食物和知识的美,从而也赋予了产品所蕴含的文化与生活意义。

与东方甄选一起爆火的董宇辉也凭借着真诚质朴的性格得到了观众的喜爱。在东方甄选的直播间中,他旁征博引,滔滔不绝地聊历史、谈人生,也结合商品,真诚地分享他的个人生活与感受。对着冰淇淋,他想起儿时的夏天,母亲给自己送来快融化的冰棒;推荐大米,他讲述自己的农村出身,说自己见证了每袋大米背后,漫长的产业链上都有辛苦劳作的中年人;举着《平凡的世界》,他分享自己读了六遍的不同心得,阐述“人有悲欢离合”的真理。他在直播过程中,不仅能够详细地为观众介绍产品的特点,

还能够与观众互动,分享自己的使用心得和体验。这种亲切友善的直播风格使他赢得了大量粉丝的喜爱,也使得他在直播行业中取得了巨大的成功。

因此,营造良好的知识型网络直播带货环境可以提高大学生的信息素养与鉴别能力。在知识型直播中,主播通常需要传递专业知识,如产品原理、使用技巧等。大学生在观看此类直播时,可以学到丰富的知识,提高自身信息素养。同时,大学生在面对众多直播平台 and 主播时,学会筛选和鉴别有价值的信息,从而增强自身的信息鉴别能力。良好知识型网络直播带货环境能增强大学生的社交互动与团队协作能力。在知识型直播中,大学生可以与主播、其他观众互动,发表自己的观点和疑问。这种社交互动有助于提高大学生的沟通能力和表达能力。此外,直播过程中涉及的团队协作也培养了大学生的团队精神,为今后的工作和人生打下坚实基础。

展望未来,知识型网络直播带货环境将对大学生的发展产生更为深远的影响。随着直播行业的不断创新,我们有理由相信,知识型网络直播带货环境将更好地服务于大学生,为他们的成长提供更多的支持和帮助。

4.2. 高校加强学生正确消费观教育

随着网络直播带货的如火如荼,众多商家纷纷加入这一热潮,力图在市场中分一杯羹。然而,这一现象也引发了不少关于消费观、消费心理乃至社会责任的讨论。在这个背景下,高校如何借助网络直播带货这一热点事件加强学生的正确消费观教育,已成为当下教育领域的一大课题。习总书记曾强调:“培养典型最重要的是树立精神榜样,让榜样身上所体现的精神发扬光大[4]。”

首先,我们要认识到高校学生正确消费观教育的必要性。青年人是国家未来的支柱,他们的消费观念将直接影响到社会的发展。在网络直播带货的狂潮中,很多学生容易受到商家宣传的影响,盲目跟风消费,甚至陷入消费陷阱。因此,引导他们树立正确的消费观,理性对待消费,是高校教育的重要任务。同时,高效也应合理引导教师队伍对网络直播带货中所存在的失范行为和乱象进行正确解读,分析这种行为产生的思想原因,从反面案例中引导大学生树立正确的思想观念和行为。人们对一项事物缺乏一个全面的认识,容易造成自己的注意力集中在某个点上,容易忽视事物的其他特点,一叶障目[5]。因此要引导大学生对热点事件进行多方面解读,引导大学生在了解网络直播带货热点事件中树立起辩证看待问题和处理问题的能力,从而进一步培养他们的正确消费观。

网络直播带货热点事件对学生的启示在于,他们应学会在复杂的市场环境中保持理性,不盲目追求潮流,而是要根据自身需求进行消费。从而提高大学生正确判断和筛选网络直播带货中纷繁复杂的思想的能力,树立起坚定的、正确的思想观念。

同时,大学生应在树立正确消费观念的基础上,遵循“量入为出”的原则,注重消费性价比,避免盲目跟风。通过理性消费,大学生不仅可以更好地管理自己的财务,还能够培养自己的审美和鉴别能力,从而在日益丰富的消费市场中做出明智的选择。

4.3. 培养高素质的带货主播队伍

近年来,随着互联网技术的飞速发展,直播带货行业在我国迅速崭露头角,成为新一代消费热点。直播带货不仅为消费者提供了便捷的购物体验,也为商家创造了新的销售渠道,进一步推动了我国经济转型升级。然而,伴随着行业的快速发展,直播带货行业也面临着诸多挑战,如商品质量问题、虚假宣传、消费者权益保护等。在这样的背景下,以社会主义核心价值观为引领,推动直播带货行业健康发展,显得尤为重要。为此,培养一支高素质的带货直播队伍,成为了行业发展的当务之急。

所谓高素质带货直播队伍,是指具备专业素养、良好沟通能力和创新意识的直播人才。他们在直播

过程中既能准确传递产品信息，又能与观众建立起深厚的情感联系，从而实现产品销售与品牌价值的最大化。从业人员素质是直播带货行业发展的关键。社会主义核心价值观强调人的全面发展，要求我们关注从业人员的精神风貌和职业素养。首先，要加强职业道德教育，使从业人员树立正确的价值观和职业信仰，自觉抵制不良风气。其次，要提高从业人员的专业技能和业务水平，通过培训、考核等方式，确保从业人员具备一定的业务素质。最后，要关注从业人员的心理健康，引导他们树立正确的人生观、价值观，实现个人价值与社会价值的统一。

二十大报告提出：“加快发展数字经济，促进数字经济和实体经济深度融合，打造具有国际竞争力的数字产业集群[6]。”网络直播带货作为数字经济的重要组成部分，必须要大力重视网络直播的发展环境，因此，必须大力倡导和弘扬正能量的直播内容，在直播带货行业的过程中，社会主义核心价值观具有重要的应用价值。一方面，要将社会主义核心价值观融入直播内容，传播正能量，提升直播的吸引力和社会影响力。另一方面，要关注消费者的需求，以诚信、公平、共享等价值理念为引导，创新营销策略，提高消费者的满意度和忠诚度。

总之，社会主义核心价值观在直播带货行业具有重要的指导作用。只有以社会主义核心价值观为引领，直播带货行业才能克服当前面临的挑战，实现健康、可持续发展。从长远来看，社会主义核心价值观将助力直播带货行业树立正确的价值导向，提升从业人员的素质，创新营销策略，进一步推动我国经济高质量发展。在这个过程中，政府部门、企业、从业人员和社会各界应共同努力，将社会主义核心价值观贯穿直播带货行业发展的全过程，为构建美好生活、实现全体人民共同富裕贡献力量。

5. 结论

网络直播带货的迅速崛起，不仅吸引了众多明星、企业和普通人的参与，从而壮大了直播带货行业的人才库，促进了我国社会经济的繁荣，还对一部分追求潮流的大学生产生了深刻影响。作为一种新兴的购物方式，网络直播带货对大学生受众产生了双重效应。

一方面，网络直播带货为大学生提供了一个集娱乐、消费和社交于一体的平台，满足了部分大学生对新奇事物的好奇心以及自我价值表达的需求，丰富了他们的内心世界和闲暇时光。另一方面，由于直播带货内容质量参差不齐，主播素质高低不一，部分长期观看直播带货的大学生可能在不知不觉中受到低俗内容的熏陶，导致思想观念的偏差和不健康价值观的养成。

综上所述，网络直播带货作为一种新兴购物模式，在为大学生带来便利和乐趣的同时，也存在一定程度的潜在风险。因此，我们必须关注思想政治教育的重要性，以便在网络直播带货这一复杂场景中，引导大学生确立正确的成长方向，塑造健康的消费观念，以及培育正确的价值观。在享受直播带货带来的消费快感时，大学生应保持理智，避免受到不良信息的影响，形成正确的价值取向，切实有效应对网络直播带货对大学生思想观念的消极影响。

参考文献

- [1] 马克思恩格斯选集(第2卷)[M]. 北京: 人民出版社, 2012: 691.
- [2] [法]鲍德里亚. 消费社会[M]. 刘成富, 全志钢, 译. 南京: 南京大学出版社, 2014.
- [3] 乐晓蓉. 大学生参与网络直播的实证分析及应对策略[J]. 思想理论教育, 2018(2): 76-80.
- [4] 习近平. 之江新语[M]. 杭州: 浙江人民出版社, 2007: 212.
- [5] 满瑞琦. 基于网络直播带货的虚假信息传播研究[D]: [硕士学位论文]. 石家庄: 河北经贸大学, 2022: 47.
- [6] 习近平. 高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗[N]. 人民日报, 2022-10-26(001).