



Exploring the Impact of Online Marketing Content on College Students' Values

Yan Shen

School of Foreign Languages, Zhejiang Yuexiu University, Shaoxing, China

Email: 2074952665@qq.com

How to cite this paper: Shen, Y. (2025) Exploring the Impact of Online Marketing Content on College Students' Values. *Open Access Library Journal*, 12: e12984. <https://doi.org/10.4236/oalib.1112984>

Received: January 20, 2025

Accepted: March 2, 2025

Published: March 5, 2025

Copyright © 2025 by author(s) and Open Access Library 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

Abstract

With the rapid development of Internet technology, the selection of content in online media culture has profoundly influenced the formation of college students' values. As an important channel for information dissemination, the content of online marketing can significantly impact college students' ways of thinking, habits of thought, and value concepts. Therefore, it is essential to pay more attention to the selection of content in Internet media culture, guiding students to establish correct values. By adopting rational thinking, students should critically evaluate the content conveyed by online marketing, recognize the mainstream social ideology, and consolidate and promote a healthy online media ecosystem.

Subject Areas

Journalism and Communication

Keywords

Selection of Online Media and Cultural Content, Online Marketing Accounts, College Students' Values

1. 引言

随着互联网技术的不断进步与新兴科技的蓬勃发展，网络文化传媒领域的技术实现了显著提升，极大地拓展了信息传播的效率和范围。2018年国家卫生健康委员会与宁夏共同建设全国首个“互联网+医疗健康”示范区，开展健康医疗大数据中心及产业园建设国家试点，并在实现卫生信息互联互通、推动“互联网+医疗健康”高质量发展等方面取得了积极进展，为全国卫生健康事业的发展做出了有益探索[1]。人们的日常生活已日益与互联网紧密相连，互联网不断提升了人们的生活质量，同时互联网所带来的文化传媒内容

极大地丰富了人们的思想和交流方式。在这一背景下，网络营销号作为信息传播体系中的关键一环，凭借其独特的传播方式与内容特色，在塑造大学生意识形态及引导价值观形成与发展方面扮演着举足轻重的角色。深入剖析网络营销号的互联网运营机制，主要涵盖内容创作与传播，数据监测与分析以及流量获取与转换这几个核心板块。既然网络营销号对大学生影响深远，就不得不提及价值观的重要性。价值观对个体行为具有根本性的导向作用，正确的价值观能够引领人们共同营造健康向上的互联网环境。因此，加强对网络营销号发布内容的规范与引导，对于促进网民在网络空间中形成积极向上的意识形态至关重要。同时，大学生作为网络社会的重要参与者，也应在日常生活中积极传递正能量，共同维护良好的网络生态。

2. 网络文化传媒对价值观的能动表现

网络文化传媒作为信息传递媒介，承担着传播价值观的重要任务。通过短视频、直播等新兴渠道，网络文化传媒不断以各种途径将价值观传递给大众。这些价值观念往往蕴含在作品的人物形象、剧情设定以及广告宣传的内容中，潜移默化地影响着受众的文化观念和行为习惯。同时，网络文化传媒所带来的价值观念具有强大的影响力，从小的方面来看，它所带来的影响对于面向的一些具体受众在某种程度上是挥之不去的，能够使人们在日常生活的价值观判断和行为准则等方面做出一定的改变。从大的角度来说，网络文化传媒能够通过传播手段，为社会塑造舆论环境，可能会改变社会的总体舆论导向。

2.1. 网络文化传媒的内涵与特点

网络文化传媒是指利用现代传播手段进行文化传播和不同文化之间的交流。网络营销常利用精准推送、大数据分析锁定目标受众。而其他网络文化内容传播方式更注重广泛覆盖和兴趣匹配。网络文化传媒的内容，方式，范围都对一个国家的政治，经济，文化发展产生影响。这个领域不仅关注信息的传递，更重视文化的交流与传播，旨在塑造人们的价值观、审美观和生活方式。网络文化传媒的特点具体表现为如下几点。

1) 创新性。创新是生产力持续发展的关键，网络文化传媒通过不断在观点，内容和思路上创新，同时在技术上运用虚拟现实(VR)、增强现实(AR)等先进技术上不断突破，在丰富传媒产品类别的同时，也满足不同用户的沉浸式的艺术体验。

2) 文化和艺术性强。网络文化传媒在传播的过程中，能够影响受众树立世界观，人生观和价值观，陶冶用户的情操，影响用户的数字人文素养和道德水平。同时网络文化传媒通过跨界合作，品牌联动等方式推动艺术产业的多方面发展，形成更加多元化产业链，使人们可以接触到更多的艺术形式的艺术作品。

3) 受众的范围广。网络文化传媒的受众的范围覆盖了不同年龄，性别，职业，地域等群体，因此在传播的过程中更加注重内容的精细化，个性化和

差异化,使信息以不同的方式覆盖到更广泛的人群,产生更大的社会影响力。

4) 具有双重属性。网络文化传媒行业具有意识形态和经济属性的双重性。一方面,它承担着传播信息、引导舆论,维护公共利益的社会责任;另一方面,在数字化经济转型的浪潮下,它成为推动国民经济发展的新引擎。这种双重性使得网络文化传媒在发展过程中需要平衡社会效益和经济效益的关系。

2.2. 大学生价值观形成特点

当今世界,大学生的生活也越来越离不开网络的陪伴,网络内容的传播也在无形中影响着他们价值观的形成。在大学这一阶段,学生不仅在学术上接受高等教育,还在社会,心理,和道德层面经历着深刻的转变。作为网络发展的主力军,他们身上体现了网络时代的影响特征,具体表现为如下几点。

1) 时代性。大学生的价值观随着时代的发展而不断变化。它们生活在一个信息爆炸,全球化加速的时代,网络所带来的影响使得大学生的价值观呈现鲜明的时代特征,他们享受着网络所带的便捷社会更加追求自由平等,思维更加开放,文化适应能力更强。

2) 多元性。在当今这个信息、社会思潮激烈碰撞且高度多元化的时代,大学生群体的价值观格局不可避免地呈现出极为复杂多元的态势。他们追求在多元化的价值观中选择自己认可的价值观,形成多样化的价值目标和价值取向。北京的大学生更热衷于参与到国际交流中,他们所接受的思想更加丰富。中国西安由于受到地域文化的影响,更注重传统文化的传承。这种多元性折射出大学生对人生旅程、社会万象、国家发展等诸多关键层面纷繁复杂的基本认知与评判标尺。

3) 可塑性。大学生的价值观尚未定型容易受到外界的影响而变化。尤其是大学阶段,学生自我开始对内心世界和价值观进行深入思考和探索,对周围的事物有了自己的见解和判断。虽然大学生的心理在不断发展和成熟,但仍存在一定的未成熟性,他们的情绪容易受到外界因素的影响,价值观也相对不够稳定。此时家庭,学校以及社会就需要给予正确指引,帮助其树立积极向上的世界观。

2.3. 网络文化传媒与大学生价值观的关系

网络,凭借其虚拟化、新颖性和开放性的独特魅力,深深吸引了大学生群体。网络文化传媒与大学生价值观之间存在着密切且双向的互动关系,这种关系在以下几个方面表现得尤为明显:

第一,内容的潜移默化影响与价值观的多元化。网络文化传媒中的内容往往通过人物形象、剧情设定、广告宣传等方式,蕴含特定的价值观,潜移默化地影响着大学生的文化观念和行为习惯。中青校媒调查显示,85.73%受访大学生使用社交媒体平台以娱乐为主,实现精神放松[2]。例如一些励志视频所带给大学生的积极向上的价值观,鼓励学生奋斗;或是一些生活小常识,帮助学生解决生活中遇到的一些小难题。网络传媒文化所带来的信息资源多样性和开放性,使学生能接触到不同的思想和观念。这种多元化的价值观格

局反映了大学生对人生、社会、国家等多方面的复杂认知和评判标准。

第二，时代性与价值观的动态变化。大学生的价值观形成具有鲜明的时代性，他们享受网络带来的自由，同时更加注重个人的自由和权力，对于社会问题和公众热点话题高度关注。网络内容的不断更迭，也使得学生的价值观处在动态变化中，他们在新的信息和新观念中，不断地寻找，找到自己的舒适圈，形成新的价值取向。

第三，互动性与价值观的反向影响。大学生可以通过点赞、评论或分享的方式积极参与网络文化活动，表达自己的观点和看法。这种互动不仅增强了大学生的参与感和归属感，还使网络文化的内容和传播方式做出调整或调整和优化内容，以更好地满足大学生的需求。网络媒体为了吸引大学生的注意力，往往会抓住他们的主流意识形态特点进行针对性的内容选择和传播。同时，他们也会利用大学生社会经验相对较少、容易跟风的特点，发布相关内容以激发学生的购买欲或内心驱动力，从而达到盈利目的。

3. 营销号的本质与特征概览

在网络文化传媒广泛影响价值观的大背景下，网络营销号以其独特的本质与特征，核心是为了实现商业变现，通过吸引流量，引导购买消费实现盈利。而其他网络文化内容传播多以弘扬传统文化、促进知识交流为目的。作为其中的特殊传播主体，对大学生价值观产生着更为直接和复杂的影响。网络文化传媒与营销号紧密相连，网络文化传媒为营销号提供了传播的平台与渠道，营销号对网络文化传媒的内容进行二次加工并引起话题舆论。在一定程度上，二者协同创造积极价值观。接下来，将从营销号的定义、特点及内容选择特点展开，深入剖析营销号是如何灵活运用互联网商业流量机制，将内容深度加工，广泛、便捷地触达受众。

3.1. 营销号的定义

营销号早期主要是个人或企业用于自我品牌推介与宣传的一种自媒体渠道[3]。现如今的营销号是以传播商业信息，推销产品或服务为目的的账号。这些账号有一定的粉丝基础以及影响力，通过发布相关内容达到一定的流量以此实现商业变现。现如今，营销号也成为了商业推广的主要形式之一。

3.2. 营销号的特点

在许多受欢迎的社交媒体平台上，以微博平台为例，存在着多种类型的营销号，如影视娱乐类，星座类，美食类等，这些营销号都有着许多的共同点。

1) 商业目的性强。营销号通过各种方式实现商业利益，如广告推广，流量变现等。流量作为营销号盈利的关键，因此其会通过热点事件加工处理来制造噱头吸引大量关注，提高平台曝光度，从而增加广告收入。

2) 与时俱进。热点事件的热度短暂，营销号需要迅速整理素材、编辑标题和文案，及时推送内容，在众多营销号中抢占先机，获取最大热度和流量，以保持用户的兴趣。

3) 精准定位受众。营销号会根据特定的人群目标,在内容推送时带上特定的标签,以便能更加精准推送受众想看到的内容。其次,营销号通过数据分析和市场调研,寻找大众所关心的内容话题,吸引潜在的用户群体,不断推送相关内容来博得流量和热度。

3.3. 营销号的内容选择特点

网络文化传媒的内容选择对大学生价值观的形成产生影响,而过程中存在部分问题。具体内容特点如下。

1) 与目标受众需求契合。网络营销号内容选择需围绕目标受众的兴趣、需求和消费习惯展开,往往可能更倾向于发布具有争议性、话题性或娱乐性的内容以提高用户的关注度和参与度,满足用户的需求。

2) 视觉效果优化。网络营销号的内容形式丰富多样,包括文字、图片、视频、音频等,注重画面清晰度、色彩搭配和剪辑等,提升用户的观看体验。

3) 多平台适配。营销号会根据不同的传播平台特点,选择适合的内容形式和风格,不断地提高传播的效果。

4) 实用性与价值性。当代网络文化传媒中存在的商业化倾向导致内容选择受益于经济利益而非教育价值。多数流行的娱乐节目和社交媒体趋向于突出轻浮和短暂的娱乐性内容,较少涉及深度思考和价值探讨[4]。为了吸引流量,营销号故意发布模棱两可话题,煽动用户情绪。还有些营销号抱着不正当目的进行各种操作,破坏了健康有序的网络秩序。大部分的营销号会选择引用科学研究成果来支持自己的论点,传播正义观点和内容,对于传达的内容和信息点力求准确,促进人们的认知思维的提升。

4. 网络营销号对大学生价值观的双重影响

网络营销号的传播在大学生群体中确实扮演了多重角色。无论是哪种角色,都对大学生价值观的形成有着不可忽视的重要作用。就大学生网络价值观的形成而言,其生成机理表现为这样三个方面的规律性:一是大学生数字化生存的现实化成;二是现实社会价值观的虚拟转成;三是大学生主体需要的内在生成[5]。因此,在培养学生树立正确的网络价值观的过程中,一方面要引导学生正视营销号所带来的影响,积极主动地汲取营销号所提供的有价值、有养分的内容。另一方面,教导学生理性判断,合理摒弃一些盲目的言论,避免被虚假以及不良价值内容导向误导。在复杂的网络信息中,创造出健康,积极的社会互联网体系。

4.1. 正面影响

从正面的角度来看,网络营销号为大学生的娱乐生活增添了色彩,传递了多样化的信息和知识,同时帮助学生拓宽视野并塑造积极的价值观。根据2023年“中国大学生追踪调查”数据显示,当代大学生的政治价值取向呈现高度趋同性,普遍具有较高程度的国家认同、制度认同、道路认同和文化认同,并且表现出较强的爱国情感和民族自豪感。83.7%的大学生声称“我为我

是中国人感到自豪”，83.6%赞同“总的来说中国比其他大多数国家都好”，82.4%认同“我国目前的政治制度最适合中国国情”，90.2%认为中国必须“坚持走中国特色社会主义道路”，71.6%赞同“中华民族文化优于其他文化”。同时，大学生对于当前我国的国家实力和发展状况也有较高评价。90%以上的大学生对我国文化实力、经济实力、军事实力、国际地位、政府执政能力分别给予中等以上评价，其中，给予高水平评价的比例在45%至60%之间；79%的大学生对我国政治状况表示满意，71.4%对我国经济状况表示满意，71.7%对社会状况表示满意，77.3%对文化状况表示满意，82.7%对外交状况表示满意。调查数据充分说明，当代大学生具有较强的道路自信、理论自信、制度自信和文化自信[6]。一些优质的网络营销号通常会通过展示中国优秀传统文化，如漆器的制作，雕版年画，打铁花等非物质文化遗产宣传以及中国经济发展，科技创新方面的成就。例如“丁香医生”作为知名的健康知识科普营销号，以专业、易懂的内容，为大学生的健康生活提供指引。这些内容通过营销号的大力宣传，能够更广泛地使大学生群众了解到中国的进步，树立民族文化的自信心，树立培养正确的世界观，人生观，价值观。这些优质营销号的存在，能促进培养社会主义所需要的建设者和接班人。同时，对于大学生自身，能够帮助他们开阔自己的视野，作为跨文化交流的桥梁，更能将本民族的优秀文化传递到世界。

4.2. 负面影响

另一方面，我们也必须正视恶意营销号的存在。这些营销号往往为了追逐商业利益，不顾内容质量，盲目传播低俗信息，这不仅削弱了大学生的思考能力，还使他们地表达能力逐渐退化，同时价值观也受到了一定方面的扭曲。在某些情况下，这些营销号甚至会传播经过刻意筛选或断章取义的内容，这些内容不仅可能误导大学生对特定事件的理解，还可能影响他们对国家的认同感。“您认为网络微媒体对大学生的消极影响有哪些？”这一问题的调查结果显示，83%的学生认为网络微媒体使其上瘾及过度使用时间；超过79%的学生认为存在虚假信息传播，影响判断力的情况；55%的学生认为隐私泄露，信息安全受到威胁。可见网络微媒体在带来积极影响的同时，消极的影响也不容忽视[7]。从该份数据可以看出网络营销号同时对大学生的生活带来了许多消极方面的影响，长期的虚假信息使大学生很难做出正确的判断，部分娱乐性营销号更是长期宣传网红，明星等无营养事件，在此类环境下，部分大学生可能会迷失生活的方向。营销号会将细小的事情放大不断宣传，他们帮助一些网红，明星做宣传从中抽取费用。部分网红采取医美整容，ps技术将完美一面发布社交平台，让一些大学生产生了对自己外在形象的不满和自卑情绪，开始争相模仿“网红”的审美观念，甚至错误地认为只有符合特定审美标准才能获得社会的认可，甚至不惜代价通过校园贷获得金钱用高额的费用整形整容[8]。长期学习和生活在校园的大学生，由于缺乏实践经验和社会阅历，对就业城市和岗位的选择，更多的是依赖师长们的经验传授和互联网的宣传推介。老师们和家长们由于与大学生存在年龄代沟和认知差异，

他们提供的信息参考性相对有限且缺乏针对性，因此大学生更加青睐通过短视频等来获取就业信息和判断就业选择[9]。在此背景下，越来越多高校在读学生对自媒体行业产生了浓厚兴趣并跃跃欲试，然而，当前部分营销号的宣传却存在一定误导性，导致一些学生从事的活动看似并无太大意义。例如最近较为火爆的“青海摇”舞蹈被称为“秋招”事件，吸引了很多高校学生参与。从表面看，这一活动为学生提供了一个看似低门槛、高收益的就业机会，但其本质上影响了新时代青年对自身价值的追求，将过多的时间放在此类无意义的活动中，只能导致学生忽视自身技能的提升，职业素质培养以及长远职业的规划，无法成为真正对社会有贡献，能担当起民族复兴的重任。

5. 应对营销号影响的综合策略

面对营销号所带来的双重的影响，我们应该从三个方面正确的应对。习近平在网络安全和信息化工作座谈会上提出，要“营造风清气正的网络空间”[10]。因此，不仅需要学生增强自身的辨析意识，高校也应积极采取措施，引导学生树立正确价值观。正确的价值观是一个内涵丰富，多维度的精神体系。不同社会文化背景下，其具体内容可能会有一些差异，但普遍有一些共同要素。笔者认为，首先需要符合社会主流意识形态包括马克思主义价值观，社会主义核心价值观以及社会主义荣辱观的实质要求。其次，需要积极向上，健康为导向。最后要注重道德与责任担当。因此，网络监管部门需加大对营销号等网络文化传媒方式的规范化监管与调整力度。我们需要从学生沉迷网络与信息辨别能力不足、高校在网络文化建设和价值观教育方面存在不足以及网络监管部门在面对海量的网络营销号内容时，存在监管力度不足、内容审核不完善的问题三个层面采取综合措施，共同营造一个健康、积极的网络环境，引导大学生树立正确的价值观。具体策略如下。

5.1. 学生自身

学生首先需要合理规划互联网使用时间，将上网时间分配到有意义的学习，娱乐活动中，可以借助相关软件提醒，避免沉迷于网络。同时，可以设置无网络时间，例如番茄 ToDo 软件设定每天使用时间，特定时间段远离网络，培养自己做事情的独立能力以及专注力。其次，大学生应该积极参与学校组织的网络安全培训活动，提高对网络信息内容的甄别能力，对营销号传播的未经核实的内容保持警惕，不信谣，不传谣。最后，减少碎片化信息阅读时间，选择权威书籍或网站，定期记录读书笔记，深度分析阅读，提高自我信息分析的能力，避免被营销号表面化、片面化的内容误导。

5.2. 高校预防措施

第一，高校应该强化校园网络文化安全建设，基于学校自身的特色，鼓励学生参与到校园文化的传播中，不断创新优质文化产品。组织学生进行短视频传播比赛，鼓励创作正能量作品，创建和运营积极健康的自媒体账号，发挥自身优势，传播正能量的校园文化。第二，高校应该优化课程和教育体

系，将现存的网络营销号现象，通过案例分析等教学方式融入到学生的思政教育当中，提高学生对网络传播正能量行为的重要性的意识，引导学生在实践中传播优秀文化。第三，建立网络素质教育长效机制。高校应该加强对大学生网络行为的关注和引导，结合辅导员密切关注学生的网络动态以及思想状况，建立相关考核机制，激励学生在互联网中积极践行正确价值观。

5.3. 网络监管

第一，网络监管部门应该加强对内容的审核和管理，建立专业的审核团队，配备专业的审核人员，确保营销号转播的内容符合法律法规，社会道德和公序良俗，对于违规的内容及时给予删除和屏蔽，对相关责任人给予相应的警告和处罚。基于受众群体的不同，将营销号的内容严格划分，避免不良内容给青少年身心成长带来一定的危害。第二，强化技术监管手段。监管机构可以合理利用大数据和人工智能实时监控网络营销号行为，提高内容审核的效率和真实性，关注营销号运营过程中是否存在异常情况。同时完善网络平台自身建设，健全账户管理体系，提升内容发布管理体系。第三，完善法律法规和监管政策。明确网络营销号的法律地位，相应的责任以及义务，以及出台具体营销号监管政策，明确社会各部门的职责，加强对营销号具体行为的监管，各部门之间协调合作，形成监管合力，确保监管工作全面，落实到位。

6. 结语

总之，网络内容的选择至关重要，它作为一种潜移默化的文化意识形态，深刻影响着人们的思维习惯和价值观。每个人都应该肩负建造良好网络环境的责任，尤其是营销号类。学生作为社会发展的建设者，应该不断地提升信息辨别能力，积极参与跨文化的交流，增强对文化的理解和包容，形成自己正确的价值观评判标准，对网络营销号所传达的不良信息进行及时举报，对优秀文化积极转发宣传。高校作为教育的主阵地，肩负着有正确价值观的人才的培养，为社会输送各类专业人才的使命。因此需要为学生的网络生活敲响警钟，避免学生沉迷于网络且形成错误价值观念。最后监管部门作为网络环境的守护者，需要增强监管力度，完善监管体制，打击不良信息的传播者，对恶意营销号进行严格把控，创造一个风清气正的网络空间。只有三方共同协作，我们的社会网络环境才能够更加和谐，新一代的人才培养才能够更加出色，社会才能不断进步，国家才能繁荣昌盛。

Conflicts of Interest

The authors declare no conflicts of interest.

References

- [1] 自治区人民政府办公厅关于印发加快“互联网+医疗健康”高质量发展实施方案的通知[J]. 宁夏回族自治区人民政府公报, 2023(14): 9-13.
- [2] 卞心怡, 王军利, 孔文轩. 近九成受访大学生使用社交媒体分享多元生活[N]. 中

- 国青年报, 2024-11-04(006).
- [3] 李光辉. 恶意营销号的危害、成因及治理[J]. 中国报业, 2023(14): 20-23.
- [4] 顾婉瑄. 大学生价值观塑造与当代文化传播的双向互动[J]. 公关世界, 2024(22): 88-90.
- [5] 李春玲, 高云浩. 学业和就业竞争压力下大学生社会心态特征——基于 2023 年“中国大学生追踪调查”数据分析[J]. 青年探索, 2024(5): 17-24.
- [6] 胡凯, 孙菲. 大学生网络价值观的生成机理[J]. 吉首大学学报(社会科学版), 2019, 40(4): 29-36.
- [7] 晏荣, 赵远娥. 网络新媒体影响下大学生价值观培育探析[J]. 昆明冶金高等专科学校学报, 2024, 40(3): 61-66.
- [8] 卢建武, 贾杰, 周阳明. “网红”现象对大学生价值观的冲击及对策研究[J]. 太原城市职业技术学院学报, 2024(11): 168-171.
- [9] 左倩倩, 黄胜洲. 短视频对大学生就业观的影响及对策[J]. 沈阳大学学报(社会科学版), 2024, 26(4): 85-91, 99.
- [10] 邬永嘉. 网络意识形态负性营销对大学生价值观的影响及应对[J]. 学园, 2017(25): 3-5.

Appendix (Abstract and Keywords in Chinese)

网络营销号的内容对大学生价值观的影响探析

摘要: 随着互联网技术的迅猛发展, 网络文化传媒的内容选择对大学生的价值观养成产生了深远的影响。网络营销作为重要的信息传播途径, 其内容的选择将给大学生的思维方式、思维习惯以及价值观念带来深远的影响。更应当重视互联网传媒文化内容的选择, 引导学生树立正确的价值观, 用理性的思维方式去批判网络营销所传达的内容, 认清社会主流意识形态, 巩固和促进形成良好的网络媒介生态。

关键词: 网络文化传媒内容选择, 网络营销号, 学生价值观