

大學生的自我定位與手機消費

宋婧、楊善華

北京大學社會學系

摘要 近年來，中國大學生使用手機成爲日益普遍的現象。本文通過對手機消費和大學生生活的個案研究，關注大學生的自我定位對他們的手機消費模式的影響，研究資料來自於對北京大學生的訪談。¹ 大學生的自我定位涉及自我認同和他們對週圍社會生態環境的感受和認知。大學生把自己定位在基本沒有固定收入的位置上，不能完全脫離家庭的支持。由於金錢的限制，他們必須考慮在手機的購買和消費中的節約問題。另一方面，大學的在校學生，更多地被期望向上流動。因此，他們不需要像其他群體（如農民工）那樣，依靠消費來表現自己的成功。自我認同的第三個方面涉及大學生社交的獨立性和選擇性以及對文化品味的強調，這和他們的手機消費模式也聯繫在一起。從環境方面來看，作爲校園裏的大學生群體，他們手機的使用首先需要注意不影響他人的學習作息，以及適當地安排自己的時間和精力。其次，校園裏有其他不同的通訊工具如電郵（email）和固定電話可供使用。它們不是簡單的替代與被替代的關係，而是根據使用者對環境的定位被選擇的。第三，對手機品牌型號和服務方式的選擇，也是一個彼此影響的過程。這種交往過程本身是對人際關係的建構。本文通過深入分析手機消費模式在大學生自我認同和環境共同作用下的形成過程，對自我定位和手機消費之間的關係進行了探討。



一、問題的提出：手機對大學校園的滲透

近年來，手機對中國市場的迅速滲透成爲引人注目的現象。而作爲一個重要的消費群體，大學生日益引起商家的注意。我們訪問的10個大學生中，5個來自中青院，2個來自北大，3個來自北航。從訪談中看出，公共電話、宿舍固定電話、手機和因特網構成了在校大學生的主要通訊手段。在六七年前，許多大學校園裏還只有公共電話，在過去的幾年中，隨著校園基礎設施的改造和通訊技術的發展，大學生的通訊方式有了鉅大的變化。²

被訪的學生和他們週圍的同學大部分都擁有手機。³ 在研究生中，手機的普及率更高。但是，在我們訪談的不同年級的學生中，特別是本科生和研究生之間，開始使用手機的時間是不同的。被訪的本科生和研究生一樣，在進大學之前有手機的很少。本科生開始擁有手機的時間在大二居多。⁴ 另一方面，在研究生中擁有手機的階段相對較晚。被訪的五個研究生中，開始購買手機的時間分別爲大三（一人），大四（一人），研一（一人），研二（兩人）。⁵

從研究生相對於本科生購買手機的年齡段相對滯後可以看出，大部分學生的手機都是近兩年買的，購買的時間集中在02到03年間。這段時間是手機在大學生中擴張最快的時期。

手機在大學生中的迅速普及與手機的降價有關。在大四買了一個諾基亞3310手機的研究生回憶說，這款手機在他大二、大三的時候賣三千多塊錢，而在他買的時候已經降到一千多，現在已經在八百以下了。手機的降價還伴隨著各種電話卡的促銷活動。⁶ 一些大學生還提到了手機本身特別是短信，作爲一種消費方式的普及。⁷ 手機作爲主要通訊工具的消費習慣就這樣在校園中逐步得到培養。大學生對手機的定位已經變成了與一定年齡和閱歷相匹配而自然到來的消費品。

二、手機消費和自我認同

大學生對手機的使用具有獨特的方式，這種方式是和他們的自我認同相符合的。大學生的自我認同從三個方面對手機消費發生了影響。

（一）經濟地位認同

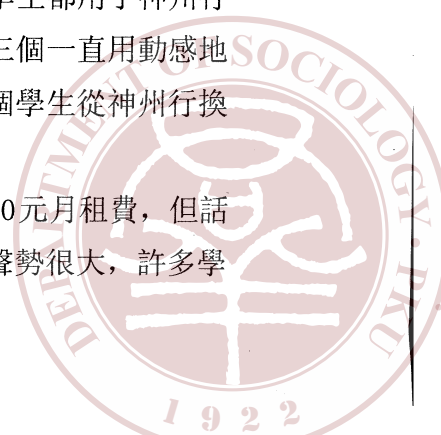
在選擇手機的時候，大學生考慮的因素有品牌、功能、外表等。但是，所有被訪者都強調了價格這個前提。彩屏以及和弦作為新款手機的標誌在購買時受到格外關注，但考慮到彩屏手機的價位普遍較高，有的學生就放棄了買彩屏手機的打算。

被訪學生的手機價格從899元到兩千多不等，基本都在1000到1500元之間。降價手機對大學生有較大的吸引力。有兩個學生都在商店搞促銷時買了特價手機，分別是899元和900元，他們平時在網上就可以得到這種信息。因此，大學生對手機的消費期望，在整個社會中處於比較低的水平。

同樣是謹慎的購買行爲，男生和女生的表現是不同的。許多男生提到自己會在報紙、雜誌、網上查過各個商場的手機型號和價格再去購買。三個被訪者都說他們是根據在“友人網”上看的機型選的，他們認為網上的消息及時而且豐富。

除了購買手機，大學生還把是否經濟作為手機卡的選擇標準。被訪者中，除了一個用了全球通，其他的學生都用了神州行或者動感地帶。其中有三個一直用神州行，有三個一直用動感地帶，有兩個從神州行換成了動感地帶，而有一個學生從神州行換成動感地帶後又換回了神州行。

神州行的優點是免月租費，動感地帶需要20元月租費，但話費和短信費便宜。動感地帶在學校推廣時宣傳聲勢很大，許多學



生都是那個時候一起辦的，號碼基本上是連著的。動感地帶除了每個月送10塊錢或是35分鐘話費，還推出兩種套餐，一種是20塊錢包300條短信，一種是30塊錢500條短信，動感網內通話一分鐘只需2毛錢。被訪者在解釋為什麼都換動感地帶的卡時，提出了以下幾條好處。一是自己打電話不多，用動感地帶可以免費發幾百條短信。二是移動網和動感網內的話費可以大大降低，五個用動感地帶的學生每月的話費都在40到60元之間。三是當時是免費領取號碼。但對於不常發短信的人來說，神州行具有更大的靈活性，消費額會更低。換了動感地帶後又換回神州行的那個學生就是出於這個原因。因此，不同的手機卡，其市場在於不同風格的用戶。儘管看重經濟實惠的大學生群體對手機消費額會進行週全的計算，但改變投資方向意味著白費了許多成本，因此並不是所有的人都會輕易的換卡。我們訪問的一個全球通和一個神州行的使用者就承認自己的卡並不是最經濟的，只是自己懶於換卡。

被訪者在使用手機的過程中也提到了節儉的問題。被訪者中，只有兩個人的月話費在100元以上，大部分都在40到60元之間，最少的是十幾塊錢。他們一般使用固定電話接聽和撥打長途電話，還有許多聯繫是以短信的方式進行的。

這種消費行為是和大學生經濟上的地位聯繫在一起的。這些不屬於收入階層的學生每年需要向學校繳納住宿費和學費，學費從三、四千元到一萬多元不等（除了公費的研究生外）。他們大部分住在學校提供的宿舍裏，以中青院為例，學生可以花較少的錢住六人一間的舊宿舍，也可以選擇住宿費更貴的新公寓。北航在大運村的研究生宿舍需自己承擔2000元的住宿費和額外的水電費。至於生活費，被訪者每月的開銷在300到1000元之間，大部分在四、五百元左右。本科生雖然可以打工，但大部分人的生活開支主要由家裏提供。研究生的收入稍多一些，公費的研究生每個月有200元補貼，導師也會從經費中適當加以補助。北航的一個研

究生代課所得報酬是一個月400元，但家裏對他的經濟支持和自己掙錢的比例仍然在六比四左右。

家庭對大學生經濟上的支持突出地表現在手機的購買過程中。有60%的被訪者提到家庭鼓勵他們購買手機，以方便和父母的聯繫。被訪者中除了一個例外，買手機都用家裏的錢。有一半的被訪者指出自己不打算在工作前換手機，是不想再增加家庭的開支。在三個被訪的本科女生中，有兩個的手機是父母買的，另一個是直接把父親的舊手機拿過來用，她的同學則是把自己原來的手機和母親的西門子彩屏手機交換。手機的使用也部分地依靠家庭的支持。許多學生只是接聽父母的電話而不是主動打回家，有一個學生的手機總是回到家裏由父母充值。

總體上，大學生對手機的消費表現出克制和理性的一面，他們的準則是“有個手機用就好了”。這種消費模式和大學生經濟上的處境有關。

（二）人生期望認同

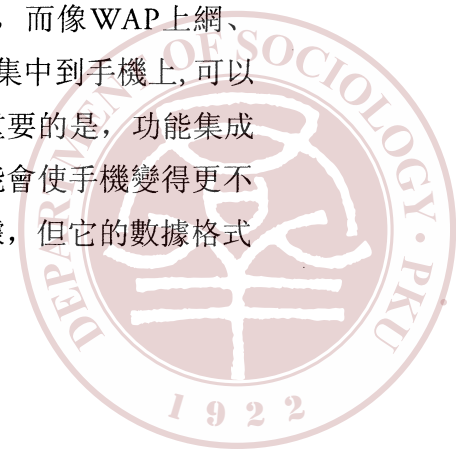
在當前中國社會，大學生是這樣一個特殊的群體，他們被賦予了向上流動較高的期望值。這種認同無疑會對手機的消費發生重大的影響，一方面，他們在目前不需要依靠消費來表現自己的成功，另一方面，預期消費也進入了他們的視野。

大學生對於自己購買手機的動機給出一個含糊解釋是“覺得有需要才買”。他們把手機定位在單純通訊工具的地位上，幾乎所有被訪的大學生都不認為手機與自尊有著必然聯繫。沒有手機的後果，只是覺得聯繫不方便。如果自己沒有手機，不會覺得尷尬或沒面子。一個被訪者認為，學生看這個比較淡一些，用的手機也比較廉價。對於沒有手機的人，他們也不會覺得很奇怪，“因為自己以前也是這種人”。和廣東等地的農民工相比，⁸大

學生中沒有出現前者那樣強烈的炫耀動機。由於對未來成就的社會預期和自我預期，手機不是他們賴以表現人生成功的惟一象徵，也不是自我實現的重要手段。

較高的自我期望在大學生中引起了預期消費的問題。手機作為新興消費品的不確定因素，也是他們更願意把目光放得長遠一些的一個原因。手機目前還在不停地推出新的款式，價格還沒有穩定下來。同時，因為手機款式功能更新很快，追求最新款對於缺少經濟實力的大學生來說就失去了意義。大部分被訪者都提到換一個更好的手機必須在工作和自食其力以後。從中可以看出，大學生對自己的前途有著一定的勾畫，手機正反映了他們對從學校到工作環境轉變的一種設想。這與社會對大學生的期望和大學生對自己的定位是聯繫在一起的。

如果把預期消費納入研究視野，就會發現，大學生生活開支中存在其他消費品對手機的嚴重擠壓。擁有手機並不是大學生對大件消費品的惟一追求，其他的選擇還有MP3、數碼相機、電腦等等。由於預期消費的存在，大學生的大件消費品偏好就傾向於該商品的功能專一性與部件的高品質。儘管手機也在向數據存儲、攝像、上網等功能發展，但大學生對手機功能的集成並不看好。手機在大學生那裏的定位僅僅是通訊工具，其他不是特別必要的功能，可以推遲到預期消費中。很多男生對手機的軟件和硬件設計都很關心。⁹ 基於他們對手機的功能和發展前景的獨特見解，大部分被訪者承認，把功能集中到手機上只是為了方便使用，手機主要應該在數據互通方面加以改進，而像WAP上網、GPRS上網和攝像頭這樣的功能，則不一定要集中到手機上，可以由MP3、數碼相機、電腦或者PDA替代。更重要的是，功能集成的手機效果不如專門的電子產品，集成的功能會使手機變得更不實用。¹⁰ 例如，手機可以通過網絡傳部分數據，但它的數據格式和電腦的相容性較差。



（三）社交選擇認同

在訪談中我們發現，大學生在消費和社交生活上也表現出自己的價值觀，這表現在一種對文化品味的強調。實用性而非裝飾性的功能構成了手機購買時的主要取向。手機的工具性也被許多大學生所強調。大學生作為離鄉求學的一個群體，其特點決定了他們一般不能擁有個人的固定電話，而宿舍的固定電話和公共電話一樣，在一定程度上都具有公共領域內被共享的特徵，手機的使用，使他們不再受制於校園內有限的通訊資源。手機擴大和便利了在面對面的直接交流外的人際聯繫，使他們有可能同時處於校園、家庭、社會職場幾個情境中，使他們的生活處於更加複雜和多變的狀態。手機成為信息的交流渠道，也變成了獲得許多關於昇學、求職等在社會中向上流動機會的來源。在這種情況下，手機就是個人的功利性工具，一張進入信息社會的門票。一個學生這樣評論：“現在大家都忙，我認識的很多都是大四的。都忙嘛，要體諒人家。又不是說跟你發個短信，人家就能找到自己的前途在哪兒。”但是，情感性的需要也是手機消費的一個重要方面。這兩種需要的實現過程反映了大學生的價值觀，即獨立性和選擇性。

手機的使用使大學生的自我意識有了表達的空間。許多被訪者都對別人查看自己的手機，特別是短信和通話記錄感到不舒服。大學生接受了手機作為管理隱私工具的功用，對於別人的手機信息，“不會有人去問，也不會有人說”。有兩個學生閑置和毀棄了自己換下來不用的手機卡（因為裏面留有自己的個人信息）。一個學生承認，要是他的電話涉及隱私，就會自己躲起來打。在找工作的時候，一般也留手機號。有學生指出，手機不僅對自己而且對他人有保護的作用。給剛認識的人留聯繫方式時他選擇留手機，因為“留手機的話，你權利受到侵害是一個人的事



情，但是你留寢室電話的話會妨礙別人”。由於這種獨立意識的增長，手機本身的某些功能也引起了被訪者強烈的不滿，如有兩個被訪者都提到他們關閉了移動夢網互查所在地的功能。

大學生對手機的使用方式向短信傾斜¹¹也反映了這種獨立性，而不僅是因為他們能夠熟練地輸入短信，或者短信的價格較低。情感的溝通特別是隱私性的交流更需要借助於手機特別是短信。¹²在涉及個人隱私的時候，打電話很不“方便”，這種情況下只能發短信。有的學生感到，如果把宿舍電話拿出門外去打，會在同學間造成不信任和隔閡，“好像有什麼事不想讓寢室的同學知道似的”；同時，短信也避免了交談信息的泄露。比如，有的學生在和寢室同學吵架後要找人傾吐不滿，往往也採取發短信的方式。發短信甚至漸漸替代女生晚上的“臥談會”。有兩個學生提到購買手機是為了方便和在外地的女友的聯繫，其中一個的短信絕大部分是發給女友的。

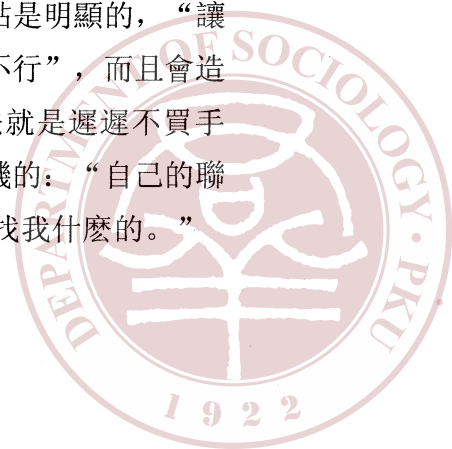
選擇性是大學生使用手機進行社交活動的又一個特點。我們發現，大學生對短信的消費是具有選擇性的。在對社會其他群體的訪談中，我們注意到問候語和祝福語構成了短信的重要部分，大學生也是如此。非典時期，有許多學生收發過互相問候和介紹藥方的短信。另外，祝賀生日和節日的短信佔了很大的比例，一個學生認為春節是發短信最繁忙的時候。有的被訪者在春節各收發了三、四十條甚至五、六十條短信。其中固然有許多是網上下載後互發的短信，但許多學生並不認同這種做法。大約有四分之一的被訪者明確對這種批量生產的短信表示厭惡，他們認為對真正的朋友應該由自己來寫短信，因為“感情不能被複製”。和社會上其他群體一樣，大學生也會選擇笑話代替問候語。但有許多學生對黑色幽默表示反感。總的來說，非原創性的短信是被貶抑的，他們看重的是具有實質性內容的短信。他們更傾向於表達自己獨特情感的短信交流。此外，天氣預報和球賽比分等短信服務也有學生提及。

大學生不僅對社交的內容進行選擇，而且對交流的對象也有選擇性。使用手機最頻繁的聯繫對象，一般只限於同學或戀人。在接聽電話時也是有選擇的，特別是女生，她們指出這是出於費用和安全的考慮。一個女生提到陌生號碼來電她一般不接。而男生對接聽電話抱著一種更加開放和信任的態度，對來電基本都接。相比之下，短信使用的對象要寬泛得多。

這種選擇性突出地表現在一個女生認識網友的過程中。她一般是先在QQ上和網友聊天，如果感覺好才互留手機號碼，進行短信的交流。更熟悉一些了才留宿舍電話號碼，在電話中通話，最後才發展到見面。她說，一開始就通電話或留宿舍的電話是不明智的，而短信的方式就安全得多。因此，手機儘管被用來加強在電腦空間中建立起來的虛擬聯繫，但它起著在虛擬的人際關係進入現實世界、暴露在真實的社會情境之前，作為另一道防線的作用。

但是，手機雖然提供了一個交流選擇的空間，卻把使用者推到了“隨時在線”的困境中，以至於三分之一不喜歡隨時隨地被人找到的被訪者中有人聲稱沒有手機更好。手機創造了一個私人性的空間，同時也給它的用戶帶來困擾。它固然擴大了私人領域，但也由於技術和法律的不完善，為外人的闖入留下了漏洞。

對於社交選擇性和“隨時在線”的矛盾，被訪者的應對方式有兩種，一是推遲購買使用手機，二是有了手機，但是定時地選擇關機。一個研究生為了躲避導師的聯繫，可以一整天不開手機。但在這種情況下，雖然可以關機，但其缺點是明顯的，“讓人看到了不是很好，要是有什麼要緊事的話也不行”，而且會造成進一步的不信任。因此，一個更消極的方法就是遲遲不買手機。一個研究生是這樣解釋自己到研二才買手機的：“自己的聯繫也不是太多嘛，我也不想有了手機，老有人找我什麼的。”



三、生態環境與手機消費

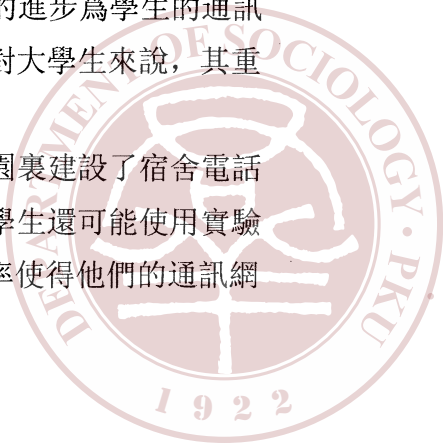
除了大學生的自我認同，手機消費也不能脫離大學生所處的生態環境的影響。

首先，作為在校的學生，手機的使用受到學校環境和活動日程的限制。他們必須考慮到自己時間和精力的分配，而手機常常只是應校園生活實用性的需要而出現的。在問到為什麼要購買手機時，被訪者提出的理由，第一是遠距離親情的聯絡；第二是和同學朋友的聯繫，戀人佔了很大的比重；¹³ 第三是為做兼職或找工作考慮。在他們眼中，手機是實用的消費品，而不是用來炫耀或者娛樂的。

如果說在校外他們可以隨意調出鈴聲，但在學校這個環境下，就不能隨時隨地和隨心所欲地讓手機發聲。大部分學生在上課時會把手機調到振動狀態。¹⁴ 被訪者大部分是按上課時的來電記錄在下課後回電。至於短信，有個學生的說法是，要是有的話馬上回，要是同學閑聊的話就回去再回。在有許多學生看書的自習室使用手機，也會受到大家的非議。有學生舉出在考試前復習的一個例子，因為坐在他後面的一個學生短信太多，使他感到十分厭惡。有學生在準備四級英語考試的那段時間，干脆關閉了手機。因此，手機的消費在校園這個環境裏受到時間、場合、使用頻率和方式的限制，而這是和學生這個群體的學習作息情況結合在一起的。

其次，學校基礎建設的發展和信息技術的進步為學生的通訊工具提供了更多的備選項。固定電話和電腦對大學生來說，其重要性不亞於手機。

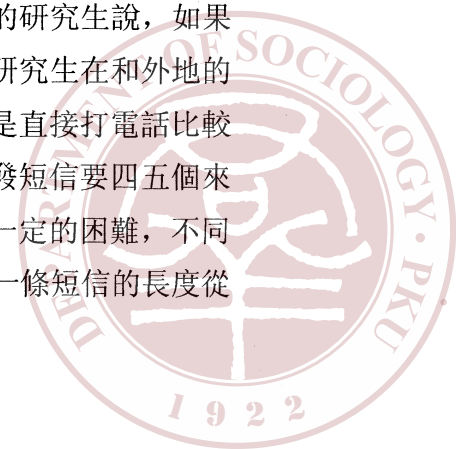
北航在1998年、北大在1999年分別在校園裏建設了宿舍電話體系，其後又完成了區域網的建設。¹⁵ 有的學生還可能使用實驗室和教研室的電話。大學生中電腦的高普及率使得他們的通訊網



絡已經與因特網不可分離。被訪者即使沒有一臺自己的電腦，也會與別人公用一臺，或是能夠使用教研室和實驗室的電腦。基本上每個大學都有很便利的上網條件，宿舍、實驗室、機房都能提供局域網的寬帶服務。所有被訪的研究生都可以在實驗室免費上網。一個學生說，非典時天天在網上，網絡成爲他們信息的主要來源。他們完全可以上網看天氣，看新聞，而不必在手機上訂閱。我們訪問的北航的一個研究生介紹說，經常在校內的人用 Bulletin Board System¹⁶（BBS）比電郵（email）更方便。他所在的實驗室爲每個IP每月交付200元，他們只要在那兒，就在BBS上掛著。除了BBS和email，同學錄及QQ¹⁷也是大學生之間重要的交流方式。

因此，在通訊的功能上，固定電話和電腦網絡對手機有很強的替代性。儘管手機的價格和通話費用在這幾年有所降低，但總體上仍高於固定電話話費，雙向收費加劇了這個問題。一個學生在剛買手機的時候對所有的電話都接聽，結果一個月的話費達到了400元，即他一個月的生活費的水平。從此他接受教訓，儘量用固定電話打回去。使用短信也是一個解決的辦法。但是，與固定電話、電子郵件和網上實時聊天相比，短信存在著許多缺陷。

首先，短信的可靠性不是特別好，有時發過去過一段時間才能收到。由於大部分手機還沒有對方給予確認的功能，30%的學生指出，有要緊事的時候還是打電話可靠。其次是短信並不能適用於所有的通訊對象。有些學生的父母可能從來沒有接觸過短信，因此必須依靠打電話來聯繫。一個做兼職的研究生說，如果對方是個經理，發個短信過去就不好。另一個研究生在和外地的老師聯繫有關項目的事宜時，也認爲對老師還是直接打電話比較好。第三是短信的信息量有限。有的學生說，發短信要四五個來回才能把一件事情說清楚。短信在保存上也有一定的困難，不同於寫的信和email。雖然隨著手機功能的改進，一條短信的長度從



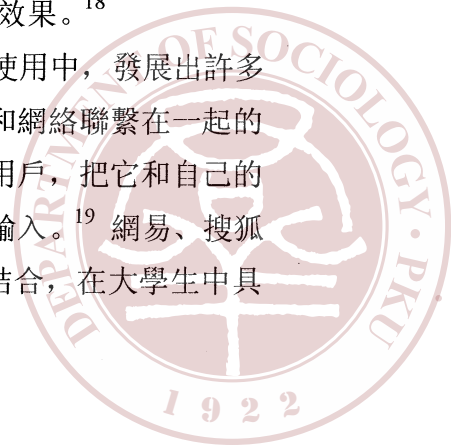
60或80個漢字擴展到幾百個漢字，容量從20多條擴展到一百多條，特別是商用手機，電話本容量達到500到800條，每一個都可以存幾十項信息，但仍然不能與可以加附件的email相比。被訪者在寫長信時大都會選擇email。第四是用手機發短信，打字比較慢，交流起來不方便，不如電腦的鍵盤便捷。第五是網絡的email和QQ聊天不收費。一個學生承認，在網絡特別發達的情況下，手機顯得不是特別必要。他認為自己離得開手機，但是離不開網絡。

但另一方面，手機也有自己的優勢，不能被固定電話和網絡完全替代。一個女生指出，由於她的幾個好朋友上網都不是很方便，所以她只好多發短信。除了打電話和發短信，手機還用來玩遊戲，替代手表和鬧鐘，以及備忘錄。有學生還拿手機在網上申請別的服務，如注冊校友錄的VIP用戶。

就大多數大學生來看，固定電話和電腦網絡的替代作用主要是針對手機的通話特別是長途通話功能。有兩個男生稱家人或朋友會先打他們宿舍的固定電話，如果他們不再打手機。還有一些學生用手機和電話聯絡不同的通話對象。北航一個研究生稱，發短信和打手機的電話一般都是跟同學，跟家裏打電話則肯定用固定電話打。

在這種背景下，大學生往往把各種通訊工具結合起來使用。對他們來說，手機不是獨立的消費品，其消費特點和模式事實上是以和其他通訊設備互較功能的優劣為前提的。許多學生把固定電話和手機結合起來使用，以達到更經濟的效果。¹⁸

除了電話，網絡的普及也滲透到手機的使用中，發展出許多共生的業務領域。網易泡泡就是把手機短信和網絡聯繫在一起的一種工具，用戶可以在網易泡泡上申請一個用戶，把它和自己的手機綁定，就可以免費發短信，並在鍵盤上輸入。¹⁹ 網易、搜狐等網站和QQ等聊天工具都實現了和手機的結合，在大學生中具有很大的市場。

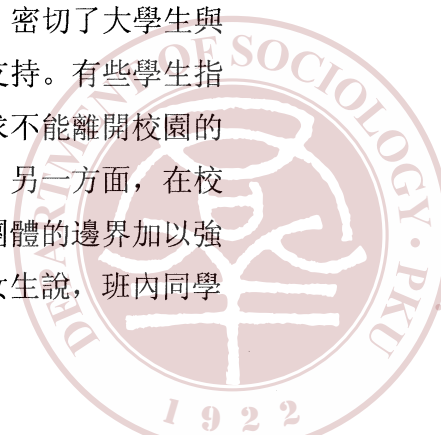


這種交互性的消費市場發展的結果是，電腦和手機已成為大學生消費的兩大首選。因為手機的價格相對低，能隨身帶著，但電腦可以方便地上網，它們都提供了一種與外界聯繫的方式。

第三，學生之間的相互交流也影響著手機消費的選擇，而這一過程也意味著人際關係的加強或建構。

購買手機有許多偶然性的影響。有幾個被訪學生到了商場後又改變了主意，他們給出的解釋是手機價格不再優惠，或者他們對手機本身的樣式失去了興趣。但是，大學生之間手機品牌型號的選擇仍然會出現高度的相似性。在被訪者中，購買諾基亞和摩托羅拉的最多（各佔40%），其次是阿爾卡特、索尼—愛立信、三菱和東信。一名研究生強調買手機時肯定要買個諾基亞的或是三星的。被訪者中有一個女生，她們宿舍四個人中有三個買了諾基亞。這種相似性還表現在服務方式的選擇上，一個女生的敘述中表明了這一點：“我好多同學原來都是神州行嘛，後來又都去買動感了。我原來就想，打電話打的可能少一些，短信發的多。可能動感會便宜一些。也沒太考慮神州行。反正買號的時候，就想著動感。”

這種情況下，除了同一個服務網絡內部的話費優惠作為誘因，同學間的相互推薦無疑有很大的影響。使用手機不僅是對原有人際網絡的強化（如選擇和好友一致的服務網絡），而且還是一個對人際交往的建構過程（如因手機的聯繫變疏遠為親密）。手機增強了他們與那些在空間上不在場的家人之間的關係，也為那些分散在各地的朋友提供了頻繁聯繫的渠道，密切了大學生與家庭和朋友的聯繫，使他們獲得更多情感上的支持。有些學生指出，在“非典”這樣特定的時期，當學生被要求不能離開校園的幾個月裏，手機起到了跟外界聯繫的重要作用。另一方面，在校園內部，手機幫助構建起新的社交圈，並對小團體的邊界加以強化，成為校園內小圈子的主要交流方式。一個女生說，班內同學

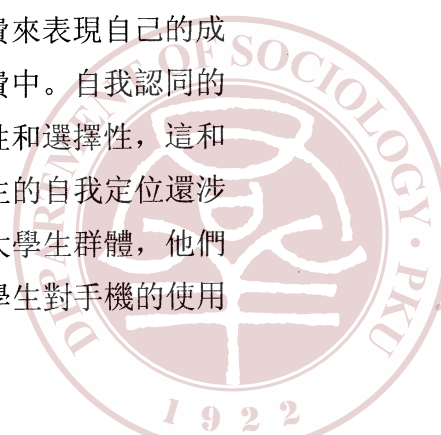


不住一起，交往也不多，女生可能就這幾個比較好，男生也是，而他們之間就是靠手機來聯繫的。

另外，手機與因特網一起在虛擬空間中創造了新的聯繫形式，這種活動也主要是大學校園群體中特有的。可能的虛擬聯繫除了網上聊天、注冊郵箱，還有上網玩聯機遊戲。隨著遊戲向商業性發展，虛擬的注冊用戶可達到2500萬之多（被訪者語）。隨著私人服務器的增多，還產生了網上虛擬財產被轉讓，盜用和侵犯的情況。許多大學生在網上注冊時，就需要用手機號確認其惟一性。以注冊郵箱為例，網站會給用戶的手機回確認碼，把這個數字輸進去才算注冊成功。在這個意義上，學生可以通過手機對匿名的虛擬空間進行管理，加強虛擬身分和虛擬財產的安全性，並從現實的社會情境和社會約束中脫離出來，獲得另一種對環境的定位。

四、結論

北京的大學生已經成為手機的重要消費群。但是，他們的消費方式是和自我定位相結合的。這種自我定位先要考慮到大學生的自我認同。首先是經濟地位的認同。大學生對自己的定位是沒有固定收入的群體，在消費中必須把價格和自己的偏好綜合起來考慮。其次是有關人生期望的認同，由於大學生具有向上流動的期望值，他們不需要像其他群體那樣，依靠消費來表現自己的成功，同時，他們把部分購買動機轉移到預期消費中。自我認同的第三個方面涉及大學生在消費和社交中的獨立性和選擇性，這和他們的手機消費模式也是聯繫在一起的。大學生的自我定位還涉及他們所處的生態環境。第一，作為校園裏的大學生群體，他們手機的使用受到他人學習作息的限制。第二，學生對手機的使用



並不意味著他們對校園裏其他通訊工具的疏離，包括互聯網、宿舍固定電話和公共電話等。第三，對手機品牌型號和服務方式的選擇，也是一個彼此影響的過程。這種交往過程本身是對人際關係的建構。

大學生的社會關係處在一種被手機迅速滲透的條件下。手機成爲大學生對自我信息及他們的社會生活進行管理的工具，這個過程恰恰反映了大學生的自我定位。手機的消費模式，是在自我認同和對環境的認知共同作用下形成的。在公共領域和私人領域、現實和虛擬的互動之間，手機的微妙位置賦予了它一把雙刃劍的作用。這種作用不僅僅是個體主義的流動性文化在全球擴張的表現，這個過程只能通過全球化和信息化背後大學生自我定位的作用才能加以理解。

注釋

- 1 本文基於2004年3月對中青院、北大和北航十位大學生的訪談。訪談組成員除了作者還包括中國社科院的劉小京老師和北京大學的彭鈞旒、楊可、蔣勤。
- 2 在1980年前出生的研究生那裏這種階段性特別明顯，表現在不同的通訊工具和大學生活的不同階段結合在一起。一個研究生說，大一的時候他們基本靠寫信和賀卡跟家人和過去的老師同學聯繫，有時想用樓下的公用電話，還要排很長的隊。大二的時候宿舍裝電話，到三大家就都開始用校園裏的局域網了。手機從奢侈品到在同學中普及起來則是在大三、大四甚至更晚。
- 3 一個大二的男生說，班上40多人中大概有20多個有手機。另一個大二的男生說他們班上90%的人都有了手機。在中青院的一個班級通訊錄上，只有一兩個人沒有手機。
- 4 據一個女生說，等到大一下學期很多同學就買手機了，大二、大三買的人最多，到現在大家都有了。
- 5 一個研究生稱在大四時他們班上只有兩個同學使用手機，他的解釋是“我們那個時候跟現在的本科生不太一樣”。另一個研究生說他畢業時同宿舍的六個人中只有兩個人有手機。



- 6 在特定的時期內，神州行的號碼以五塊錢一個的價格出售，而在活動過後也仍維持在35塊錢的價位。在2003年初，中國移動又在校園中推出動感地帶卡，開展免費送號活動。此外，話費也有很大幅度的下調，神州行加撥12593後座機和長途的撥打費用都可以降至四毛九。動感地帶移動網內話費降到4毛錢，動感網內降到2毛錢。全球通也推出了降價的活動。
- 7 據統計，2001年發送的短信為189億條，到2002年這個數字上升到900億，平均每天發送兩億四千七百萬條短信。〈Thumb Economy' earned 9 billion〉，《Mingpao Daily》(September 14, 2003), B6. (See Chu and Yang, 2004)。
- 8 在廣東的調查中發現，技術可控帶來的滿足感對農民工的低經濟地位和窘迫居住條件有平衡作用，能夠提高他們的自尊。(See Chu and Yang, 2004)。
- 9 他們提到手機的記事本功能、圖片編輯和畫面設定功能、數據線傳輸和紅外傳輸功能。三個男生介紹了GPRS上網，其中相關專業的男生還提到了無連接的UDP和有連接的TCP系統的區別，他還會把手機上的重要信息存到電腦上。一個男生除了開發自己手機的功能，還經常關心3G等手機技術的最新動態。
- 10 一個學生把一款同時是MP3的諾基亞手機稱為“特別垃圾的一款手機”。
- 11 兩個用動感地帶20元套餐的學生說，他們感覺300條短信不夠一個月用，他們發的短信肯定超過了20塊錢的月租。一個學生原先用20元的套餐，因為感覺300條不夠用，還加了一個5塊錢的服務，可以多發120條。一個用40元套餐的學生甚至能發完500條短信。
- 12 短信的發送和接收相當於無聲的交談，為用戶進行隱私的交流提供了渠道(See Chu and Yang, 2004)。
- 13 一個學生曾用201和IP卡給外地的同學打長途電話，一年打掉了幾千塊錢，手機則使他的座機消費降低到每月七八十元的水平。
- 14 一個被訪者甚至在宿舍也會把手機調到振動狀態，為的是不影響他人。
- 15 當時的宿舍用的是201的插卡電話，每人消費自己的卡，如果先撥17909，長途可以節省到一分鐘四毛。更晚一些，局域網的建設也得以完成，在中青院的新宿舍中，都有網線，學生需要繳納一個月十塊錢費用，而在北大，這項費用是每月五元。北大最近兩年內又在宿舍開通了鐵通卡業務。一個每個星期往家裏打電話的學生估計這項費用在每月三十元左右。
- 16 Bulletin Board System是大學生經常使用的一種電子公告版系統。

- 17 同學錄和QQ這樣的工具，或以留言，或以實時聊天的形式，提供網上交互信息的功能。
- 18 有一個女生和父母達成了通話的默契。她父親每次先打她手機，然後掛掉。如果她不在宿舍，就不作反應，等回到宿舍就回一個電話給父親的手機，這等於暗示父母可以給她的宿舍打電話了。如果她打父親的手機，也不是讓父親直接接聽，而是意味著讓父母再撥回來，通過她的宿舍電話和她通話。通過這種方法，她的手機話費被控制在一個學期二百元。手機在這裏僅僅是一個實時的信號器，而不是產生費用的通話工具。
- 19 大概有一半的被訪者都用過網易泡泡，認為既方便又節省了短信開支。今年開始網易泡泡現在收費，包月6塊錢，不限條數。搜狐網站推出了搜Q的服務，用法和網易泡泡類似，可以直接給移動用戶發短信的，用手機注冊，到2004年底都是免費的。聊天工具QQ也提供了綁定手機的服務，把手機跟QQ聯起來，手機和手機也可以通過QQ號連。在網上申請，把發回到手機的確認碼輸入網頁，就可以直接開通。開通後QQ的信息可以直接發到手機，短信也可以直接發到QQ上。許多學生在網易泡泡收費後轉向了暫時還未收費的搜Q，但他們已經預見到了將來這些服務都會收費。他們強調說，網易泡泡、搜Q和QQ的策略是，先用免費的策略佔領市場，然後再收費，但一個月幾塊錢的收費仍然是他們可以接受的。

