

DOI:10.13216/j.cnki.upcjess.2017.04.0018

大学生不良校园贷现象的分析与思考

李祥祥¹, 李万银², 汤 娜¹

(1. 安徽建筑大学 党委学生工作部, 安徽 合肥 230000; 2. 安徽建筑大学 党委宣传部, 安徽 合肥 230000)

摘要:不良校园贷是互联网金融异化发展的结果。不良校园贷对青年大学生产生的危害表现在暴力催收挫伤学生身心健康、巨额偿款酿成极端家庭悲剧、隐私泄露破坏学生人际交往、低俗宣传腐蚀大学生的思想。不良校园贷现象的生成与现代网络技术的流弊、大学生消费观的嬗变、高校治理的脆弱密不可分。健全校园联动机制、加强信贷企业行业自律、普及全民金融教育是摆脱个体不幸和家庭悲剧的理性之道。

关键词:不良校园贷; 大学生; 消费

中图分类号:G641 **文献标识码:**A **文章编号:**1673-5595(2017)04-0103-05

校园网络信贷(简称校园贷)是“互联网+”时代针对学生群体提供金融服务的一种新模式,主要包括 P2P 网贷平台(如拍拍贷、名校贷等)、校园分期付款平台(如趣分期、分期乐等)以及诸如京东白条等电商信贷业务。校园贷对缓解消费社会大学生收入与消费的矛盾、提高大学生的经济独立能力具有积极作用。^[1]但是,校园贷的“野蛮生长”给黑中介、黑平台以可乘之机,触发种种不良校园贷乱象。不良校园贷从最开始校园推广阶段的病毒式营销、虚假式宣传、诱导式推广,到借贷时“低门槛”“零利息”“低利率”的空头诺言,再从放贷时的霸王条款、裸条贷款、复利计算条款等,到还贷时的暴力催收、恐吓威胁,一次又一次刷新着人们的道德底线。尤其是 2016 年河南在校大学生郑某跳楼自杀事件,引起社会关注。郑某事件虽是极端个案,但其现象背后不良校园贷对青年大学生造成的危害及其成因,以及不良校园贷如何治理等问题值得深思。

一、不良校园贷对青年大学生的危害

(一) 校园贷的发展与不良态势

大学生互联网消费市场的崛起带动了校园贷的疯狂扩张。近年来,网络的普及和网络消费平台的多元多样极大地刺激了青年大学生网络消费的欲望,校园网络消费成为推动中国互联网经济增长的

重要驱动力。金融 360 发布的《2016 年上半年大学生消费分期调查报告》显示,中国在校大学生接近 3 000 万人,消费市场规模预计可达 4 400 亿元。作为主要由父母承担经济供给的青年大学生,他们自身消费能力较低,如何满足“物欲膨胀”引发的巨大消费需求呢?答案是网贷。时下,网贷消费已经成为大学生热衷的选择方式之一。2015 年腾讯科技对不同区域的 8 000 名大学生的问卷调查显示,有过网贷行为和愿意尝试网贷的学生比例高达 71%。易观智库《2016 年中国校园消费金融市场专题研究报告》也显示,有 67% 的大学生认同分期消费。大学生网贷消费方式的流行,使得大学校园成为各类网络贷款平台抢夺的战场,青年大学生成为其瞄准的对象。针对大学生贷款消费的校园贷新模式顺势而生、发展迅速,目前具有代表性的校园贷机构多达 80 余家,56% 的平台成立于 2015 年。然而,更多的校园网贷机构没有注册备案和资质审核,它们活跃在线上的虚拟空间和线下的“灰色地带”,数量难以估计;它们借助贴吧、QQ 群、论坛、小广告等媒介为大学生提供各种条件诱人的校园贷款(实质是高利贷),为不良校园贷乱象和悲剧埋下了隐患。从河南高校郑某因欠贷 60 余万元无力偿还选择跳楼轻生事件到女大学生“裸条借贷”现象,折射出当前互

收稿日期: 2017-03-23

基金项目: 安徽省高等教育振兴计划弘扬社会主义核心价值观辅导员名师工作室项目(2014FDYMSGZS011); 安徽建筑大学学生工作研究项目(201617AJDXGXM05)

作者简介: 李祥祥(1990—),男,安徽阜阳人,安徽建筑大学党委学生工作部助教,研究方向为高校思想政治教育。

联网金融市场良莠不齐的状况及校园网贷畸形发展的不良态势。

(二)不良校园贷产生的危害

青年大学生是卷入不良校园贷的核心群体,无固定收入、缺少社会经验、心理素质脆弱以及抵抗诱惑能力不足等是其共同特点。面对不良借贷平台的蓄意拉拢、蛊惑,他们极易陷入不良网贷的泥潭,遭受物质压力和精神伤害的折磨。不良校园贷产生的危害主要表现在以下方面:

第一,暴力催收挫伤学生身心健康。暴力催收是指网贷平台对未能按期缴还贷款的学生采取的一种以威胁、恐吓等方式催债的手段。暴力催收的表现形式有短信恐吓、电话要挟、街头暴力、张贴大字报等。这些形式干扰了学生的正常生活、产生社会恐惧心理、造成人身伤害以及人格侮辱,给正处于青春期的的大学生带来极大的心理压力,严重影响青年大学生的学业和身心健康,极端情况下还会造成恶性事件。

第二,巨额偿款酿成极端家庭悲剧。不良校园贷本质上是一种高利贷,学生巨额偿款源于两个方面:一是不良校园贷低利息背后的高管理费、服务费。很多网贷机构打着“零利息”“低利息”的幌子,以各种名头收取高额费用,综合借款成本高昂,甚至达到年利率36%以上。二是暴力催收致使很多借贷学生不得不投向其他借贷平台,陷入拆东墙补西墙的恶性循环,雪球越滚越大,坠入“无底洞”深渊。青年大学生普遍没有基本收入,最终难以偿还巨额偿款,父母被迫买单,成为无辜的“贷奴”,甚至上演家庭悲剧。河南郑某无力偿还60余万巨额贷款的纵身一跳,不仅给原本贫寒的家庭带来丧子之痛,也给其家庭带来因还贷而徒增的生存压力。

第三,隐私泄露破坏学生人际交往。为争夺校园阵地,拉拢更多的学生客源,低门槛是不良网贷平台的惯用伎俩。学生只需要提供学生证号、身份证号、本人及父母手机号、朋友手机号等就可以轻易贷到款。无抵押、全程在线操作造成网络借贷平台极易出现坏账,一旦学生违约,网贷公司便会采取“关系催收”的策略,并会公布借款学生的隐私数据,如此不仅泄露了个人隐私、侵犯学生隐私权,而且还会使逾期还款学生的关系圈不断受到“骚扰”,使同学之间产生矛盾纠纷、生发不信任感,损害大学生的人际交往和友谊关系。

第四,低俗宣传腐蚀大学生的思想。为吸引青年大学生的眼球,不良校园网贷平台还采取低俗宣传的营销策略。在校园墙角、厕所、灯杆上张贴各种

低俗小广告:“撩妹资金,选择××贷”“‘裸条’贷款”“……我们是你最稳定的取款机”。这些宣传充斥着淫秽、低俗的信息,丑化社会现实,传递不正确的价值观,容易腐蚀大学生的思想,误导学生步入歧途。

二、青年大学生迷陷不良校园贷的成因

青年大学生作为社会的高知、高智群体,理应具备研判校园贷风险的能力,却为何频坠不良网贷陷阱而付出沉重的代价?这与现代网络技术的流弊、大学生消费观的嬗变、高校治理的脆弱密不可分。

(一)互联网技术的流弊为不良校园贷创造了条件

近年来,互联网技术的快速发展促成了互联网金融的不断创新,校园不良网贷作为互联网金融的业态表现形式之一,是互联网技术与金融市场化结合的结果。互联网技术为不良校园贷蔓延提供了隐秘化的生存空间、碎片化的宣传话语以及便捷化的操作手段。具体影响如下:

第一,生存空间隐秘化。相较于传统的银行借贷业务,不良校园网贷的生存空间具有很强的隐秘性。除了现实生活中隐蔽的小广告外,鲜见校园贷的大规模的宣传广告,给人以校园贷“不存在”的虚像,而事实上,网络空间内的不良校园贷正在潜滋暗长,其线上活跃程度高且分散性强,形成一条看不见的利益链。对于“活在网络一代”的青年大学生,只需在贴吧、QQ群平台搜索就可以获取大量校园网贷信息。笔者在百度贴吧上以“大学生+贷款”为关键词,搜索到帖子31万余条,以“大学生+贷”为关键词,帖子数量更多,达213万余条,获得主题5657个,在线活动会员338529位,且跟帖数量多、速度快。再以QQ平台为例,以“大学生+贷款”为关键词搜索到500人至2000人的QQ群180个,其中,参与人数达千人以上的QQ群高达48个。

第二,话语宣传碎片化。不良校园贷低调宣传的话语技术就是微语言。话语的书写简短、直接明了,甚至是“一种非线性、非顺序的书写,没有内容和意义上的联系和延伸的一种碎片化拼贴”^[2],如“贝才”“小树时代”“月息1%”“最快3分钟到账”“零利息”等。这些微话语借助弹窗、贴吧、QQ群推送信息,频繁闪烁,言辞煽动,条件诱人。它们以其短小精悍的特点,能够迅速抓住浏览者的眼球,解构人们传统的缜密思维和价值判断,尤其对于热衷于高消费的青年大学生来说,其更能彰显出“微言大义”。

第三,操作技术便捷化。网络技术的更新换代

为不良校园贷的便捷化操作提供了科技支撑,尤其是智能手机APP的运用,使得不良校园网贷克服时空局限,随时随地可以“刷屏”。对于成长在网络时代的“90后”大学生而言,“手机控”“低头族”“网游侠”等成为这类群体的新特征,他们对“诺诺镑克”“雏鹰”“分期乐”“名校贷”等网贷平台深谙其道,这些网贷平台对他们而言毫无技术壁垒。以“名校贷”为例,学生只需要经过“注册验证信息—借款申请—获取额度完善资料—视频签约”四个步骤,就可以1小时内贷到最高5万元的贷款。

(二)大学生消费观的嬗变迎合了不良校园贷的逐利性

全球化带来西方消费主义的大行其道,极大地转变了青年大学生的消费观,艰苦奋斗不再是新时代许多大学生恪守的传统美德,时尚、新潮以及快节奏等激情消费和炫酷消费成为许多青年大学生新的消费动态。大学生消费的符号化、超前化、网络化特征释放出资金能量,彰显了巨大的金钱饥渴,迎合了不良校园网贷的逐利性。其具体表现如下:

第一,消费日趋符号化,虚假需要膨胀。法国后现代主义哲学家鲍德里亚认为,工业社会的消费完成了从“物的消费”向“符号消费”的转变。所谓的“符号消费”即消费的符号化,是指消费已经超越“经济现象”本身而指向依靠符号元素的组合、选择传递客观信息(如身份、地位等)和表达主观意义(如心情、品味等)。^[3]有调查表明,大学生在消费时,在各种考虑因素中,个性、品牌、流行因素分别占72.5%、78.2%、84.2%。^[4]当前青年大学生的消费行为不再仅仅是“生存消费”,而是日益趋向“意义消费”即符号消费。越来越多的大学生热衷于名牌、炫酷产品,进出于高档餐厅,以此满足自身爱慕虚荣、追求个性的心理,形成一种与自身经济能力不符、与现实实用性相悖的虚假需要。常言道,欲壑难填。虚假需要的扩张与大学生“囊中羞涩”的矛盾极易引发不良校园贷现象。

第二,消费日趋超前化,即时满足心理盛行。相对于延迟满足而言,即时满足是一种甘愿为现实快感的短暂享受而放弃长远价值的选择取向。消费过程中的即时满足就是“花明天的钱,圆今天的梦”,它实质是一种超前消费。青年大学生消费观的即时满足特点突出,这鲜明地体现在对高档奢侈品的消费上。当前青年大学生愿意透支未来而获得生活的“小确幸”(网络流行语,意为“微小而确实的幸福”)。网络调查数据显示,在贷款的学生中有62.2%的学生将贷款用于购买数码产品,超过67%

的大学生群体普遍接受分期消费,由明天买单成为部分大学生的一种消费时尚。

第三,消费日趋网络化,演绎集体狂欢。狂欢理论源于俄罗斯美学家巴赫金,指人们在狂欢节中可以摆脱任何决定生活结构和秩序的清规戒律以及与之相关的畏惧、虔诚和敬畏,人们可以自由自在地接触。^[5]集体狂欢指网络时代的大学生消费可以摆脱时空局限、经济压力,甚至伦理束缚,呈现出参与范围广、娱乐化强的特点。借助淘宝、京东、天猫等网络购物平台,大学生可以在拟态环境里随心所欲地进行“一键下单”“送货上门”。每年的11月11日,更是青年大学生的狂欢节,他们自诩为“剁手党”,即使没钱也可以借助诸如京东白条、蚂蚁花呗等方式购买分期产品,演绎一场购物消费的集体狂欢。一些黑中介、黑平台伺机而动,诱导青年大学生陷入不良校园贷的漩涡。

(三)高校治理的脆弱培植了不良校园贷滋生的土壤

不良校园贷的滋生除了与网络技术的流弊、学生消费观的转变等影响因素有关外,还与高校校园治理的脆弱性密切相关。对不良校园贷而言,这种脆弱性表现在墙角文化盛行、校园代理繁殖以及高校摸底排查滞后。

墙角文化盛行,刺激大学生的贷款欲望。墙角文化是指张贴、涂画、雕刻以及喷刷在墙壁角落的各种广告、口号、标语等集合而成的表征某种观念、价值、情感的信息系统。墙角文化因其非主流、不文明、非法化等原因具有较强的隐蔽性,但又因其离经叛道、不合常规等特点而引起人们关注、刺激观者的好奇心。不良校园贷也正是借助墙角文化的这种“神秘”特质在青年大学生群体中活跃的,如学校道路两旁、食堂、路灯杆甚至是厕所,时常看到“急用钱,找我”“零利息,半小时放款”等带有诱惑字眼的小广告、手写标语。

校园代理繁殖,骗取大学生的朋辈信任。不良校园贷的非法性决定了黑中介在校园活动的局限性,为了抢占校园阵地,发展下线、眼线、校园帮手成为不良校园贷拓展利益链的重要手段。一方面,网贷黑中介通过付给学生代理较高的佣金,让校园代理人深入自习室、图书馆、宿舍、食堂“传经送道”,利用同辈群体的亲和力和感染力,收集青年大学生的私人信息和资料。另一方面,社团、学生会成员是黑中介发展校园代理的重点对象,这些学生代理可以快速获得并注册批量学生信息,通过介入社团活动,开展微信扫码,渗透校园贷信息,为不良校园贷

提供便利。

高校摸底排查滞后,公共治理机制不健全。不良校园贷是近几年互联网金融异化发展的新形态,高校对不良校园贷的认知尚处于懵懂状态。很多高校尚未建立严格的事前教育、预警、监测机制,任务清单模糊不清。当前对于不良校园贷的治理多停留在事后处置阶段,如在郑某跳楼事件中,高校的事前教育、事中阻止存在不足。很多高校的摸底排查都始于悲剧发生之后,这是教育管理部门和高校值得共同反思的问题。

三、预防和纠正大学生不良校园贷的对策

在“互联网+”时代,校园网贷并非洪水猛兽。良好的校园贷不仅可以缓解贫困大学生的求学经济压力,而且可以培养大学生的理财能力和诚信观念。在“网络消费”和“借贷消费”观念盛行的合力下,校园贷已经被青年大学生所接受,依法取缔校园贷是不可取、不现实的。解决不良校园贷问题的策略不是“堵”而是“治”。健全校园机制、加强行业自律、普及金融教育才是摆脱不良校园贷带来的个体不幸和家庭悲剧的理性之道。

(一)高校应建立防范不良校园网贷的联动机制

不良校园网贷的治理是一个全方位、多层次、系统化的工程。就高校而言,纵向上涉及校级领导责任清单的明确、二级学院(系)学生队伍建设以及学生自身辨别能力的提升;横向上看,涉及学校宣传、资助、网络、后勤、保卫等职能部门以及政工员、辅导员、班主任、学生干部等核心管理者和教育对象。高校应积极推进这些要素和资源的整合,建立综合防控的联动机制。

第一,制定方案和任务清单,做好日常监测预警。各高校应紧密围绕教育部、银监会《关于加强校园不良网络借贷风险防范和教育引导工作的通知》(教思政厅函[2016]15号)的中心思想,结合高校不良校园贷发展态势,做好以下工作:一是建立多级联动队伍,明确各自责任,做好日常监测、管理、预警;二是加强校园监管力度,及时清除小广告等墙角垃圾文化,发挥辅导员、学生干部在校园贷学生代理、消费异常学生的摸底排查工作中的作用。

第二,建构危机应对和处置机制。应对发现存在不良校园贷苗头和倾向的学生,及时进行约谈、教育和成长跟踪;对侵犯学生合法权益、拉拢学生加入不良校园贷的网贷黑平台、黑中介,及时移交公安机关、金融监管部门处置。

第三,引导大学生理性消费,找准教育的突破

口。新时期青年大学生理性消费观的教育要注重手段的运用,一味地进行价值灌输往往会适得其反。教育者要采取“解剖麻雀”的方法,积极开展大学生不良校园贷教育主题班会,利用微博、微信、QQ群解析和推送不良校园贷典型案例,尤其是在节假日和“双十一”等时间节点。此外,要特别关注来自农村的大学生和高校贫困生,及时了解其思想动态和消费状况。

(二)网络借贷平台应树立行业自律与道德自觉

企业责任伦理是社会发展的永恒话题。互联网金融的发展给网贷企业带来技术和利益的同时,也给网贷企业提出了更高的社会责任和道德要求。网络借贷平台树立行业自律和道德自觉是维护校园贷健康发展和成长的决定性力量。

第一,树立行业自律。自律是相对于他律而言的概念,是指依照法律进行的自我约束。行业自律要求网贷平台在缺少金融监管的情况下,能够自觉承担起社会责任,恪守行业规则和规范操守,进行自我约束和规制网络行为。网贷平台的行业自律分为两个方面:一是网贷平台个体要有较高的责任意识,进行自我管制的行业自律,如合理利用网络媒介、制定风控标准、严格审查备案、明确借贷用途、提高贷款门槛等;二是网贷平台集体要树立行业自律,制定互联网金融行业规则和制度,互相监督和约束。如分期乐、爱学贷、优分期等联合宣布将发起成立校园信用联盟,并向校园分期行业发出自律公约倡议书。

第二,树立道德自觉。网贷企业的道德自觉更多地体现为社会公德。社会公德暗示了网贷企业在社会公共领域中应该做什么和禁止做什么的责任和义务,如不可以为了谋利向大学生降低贷款门槛,不可以采取暴力催款的方式,应该从自身运作机制优化层面面对未成熟大学生、弱势群体负起责任等。由于道德是一种软约束力,只能依靠企业的自觉而不是外在力量的强制,所以树立道德自觉对网贷机构在道义和良知上提出了更高要求。

(三)探索金融知识普及教育的拓荒与成长之路

不良校园贷乱象重生背后反映出青年大学生金融知识的缺乏。很多大学生卷入不良网贷只是因为看到贷款的便捷性和低利息,而忽视了眼花缭乱的目费背后的超高成本;同时,很多大学生也缺乏对网贷机构的信用评估和风险防范,从而造成各种悲剧上演。在“普惠金融”和“P2P金融”理念日益影响人们消费理念的时代,青少年的金融知识普及教

育紧迫而艰巨。

为此,可行的做法是充分汲取域外有益经验,开拓适合中国国情的金融知识教育发展之路。西方发达国家金融知识教育起步较早,成立专门机构、加大资金投入、融入国民教育成为英美国家的共同举措。如美联储为开展金融知识教育工作,专门成立社区事务计划部;英国成立了金融能力指导委员会,每年投入数十万英镑的专项资金用于开展特色活动。此外,英国将理财知识纳入《国民教育大纲(修订版)》;美国、日本、澳大利亚、巴西等国家都将金融知识教育纳入从启蒙教育到大学教育的必修课程,许多美国银行被列为中小学学习教育基地,供学生免费参观。而中国在金融知识普及教育层面存在滞后性,因此,当务之急的任务包括:一是制定金融知识普及教育的长期规划和短期目标,建立“政府主导—银行支持—社会参与—学校教育”的普及体系;二是加大专项资金支持力度,启动志愿者工程,丰富金融知识教育月的形式,深入街道、社区、村镇、

学校、家庭开展特色活动;三是组织编写教材、制定教育普及方案,开展部分发达地区中小学金融知识普及教育的试点工作,鼓励有条件的高校增设金融知识教育的日常教育课程。

参考文献:

[1] 张跳. 大学生网贷:虚假需要与消费伦理[J]. 中国青年社会科学,2016(5):85-88.
[2] 李林. 网络流行语的后现代文化特征[J]. 兰州学刊, 2015(3):205-208.
[3] 李祥祥. 论我国生态型消费文化的建构——基于符号学的解释视角[J]. 山东行政学院学报,2016(1):99-104.
[4] 陈振旺. 大学生符号消费现象解读[J]. 深圳大学学报(人文社会科学版),2011(2):119-123.
[5] 约翰·斯道雷. 文化理论与通俗文化导论[M]. 杨竹山,等译. 南京:南京大学出版社,2006:131-133.

责任编辑:赵 玲

Analysis and Reflection on the Phenomenon of Bad School Credit in College Students

LI Xiangxiang¹, LI Wanyin², TANG Na¹

(1. Student Affairs Office, Anhui University of Architecture, Hefei, Anhui 230000, China;
2. Propaganda Department, Anhui University of Architecture, Hefei, Anhui 230000, China)

Abstract: Bad school loan is the result of the development of internet financial alienation. It has the following hazards to young college students: violent collection contuses students' physical and mental health; huge compensation leads to extreme family tragedy; privacy disclosure damages interpersonal communication of students; vulgar propaganda corrodes thinking of college students. The formation of phenomenon on bad school loan is related to the abuse of modern network technology, the change of college students' consumption concepts, the fragility of university governance. The rational ways to get rid of individual misfortune and family tragedy include strengthening of the campus linkage mechanism, strengthening self-discipline of the credit enterprise industry, popularizing universal financial education.

Key words: bad school credit; college students; consumption