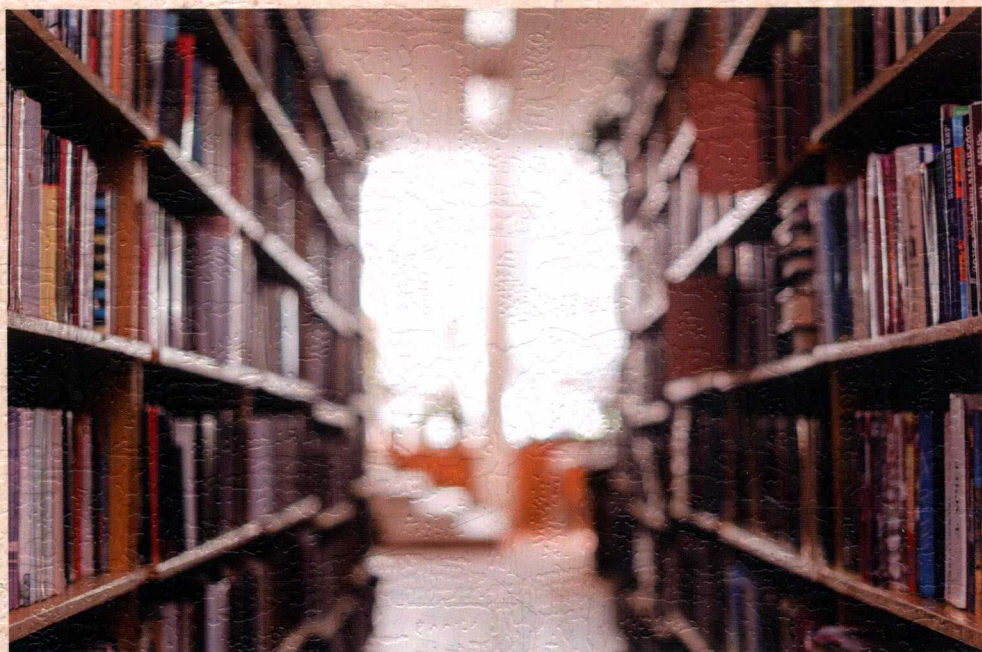


H I G H E R E D U C A T I O N



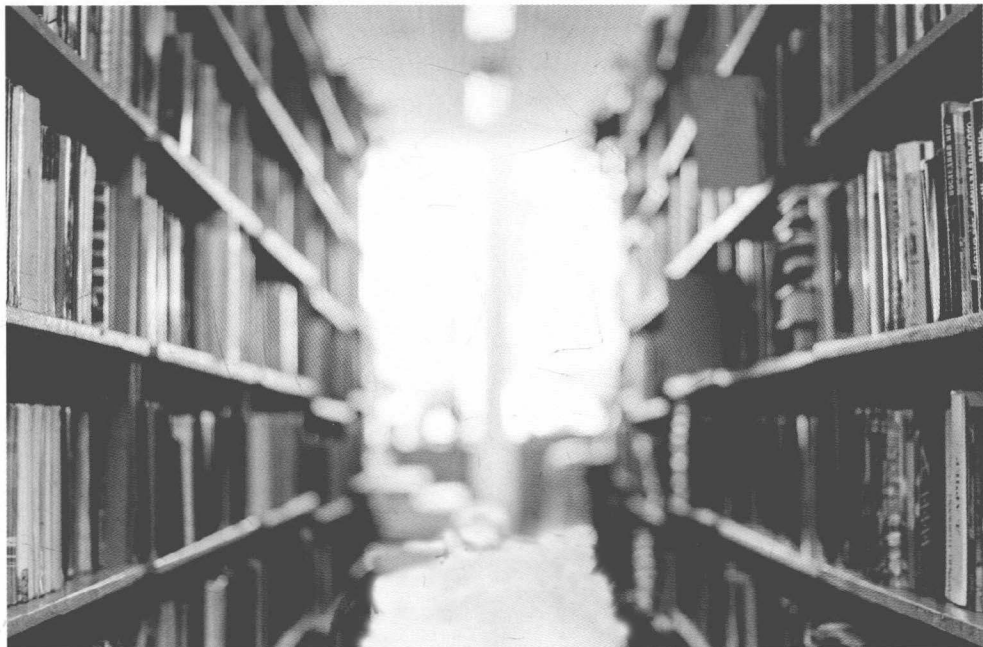
I N F O R M A T I O N

# 个人在高等教育选择中的 信息问题研究

刘文晓 / 著 ●

中国社会科学出版社

H I G H E R E D U C A T I O N



I N F O R M A T I O N

# 个人在高等教育选择中的 信息问题研究

刘文晓 / 著

---

中国社会科学出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

个人在高等教育选择中的信息问题研究 / 刘文晓著. —北京:  
中国社会科学出版社, 2019. 6  
ISBN 978 - 7 - 5203 - 4604 - 7

I. ①个… II. ①刘… III. ①高等教育—研究 IV. ①G64

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2019)第 122347 号

---

出版人 赵剑英  
责任编辑 高歌  
责任校对 郝阳洋  
责任印制 戴宽

---

出版 中国社会科学出版社  
社址 北京鼓楼西大街甲 158 号  
邮编 100720  
网址 <http://www.csspw.cn>  
发行部 010 - 84083685  
门市部 010 - 84029450  
经销 新华书店及其他书店

---

印刷装订 北京君升印刷有限公司  
版次 2019 年 6 月第 1 版  
印次 2019 年 6 月第 1 次印刷

---

开本 710 × 1000 1/16  
印张 20  
插页 2  
字数 318 千字  
定价 99.00 元

---

凡购买中国社会科学出版社图书,如有质量问题请与本社营销中心联系调换  
电话:010 - 84083683  
版权所有 侵权必究

江苏省高校优势学科项目

江苏省高校哲学社会科学研究基金项目“信息经济学视阈下个人对高等教育投资收益与风险的认知研究”(2018SJA0926)

# 序

我国高等教育长期处于“卖方市场”，高等教育的关注重点是机会供给，需求尤其是个人的高等教育需求长期受到忽视。

随着高等教育普及程度的不断提高，我国高等教育正在逐步进入供需基本平衡、部分供大于求的阶段，部分层次的高等教育进入“买方市场”成为必然。准确了解和把握高等教育需求，这是规划高等教育发展、推动高等学校确立发展战略十分重要的基础。

对于高等教育需求的研究，国内外更多集中在教育经济学或教育规划学领域，采用类似经济学的需求研究方法，主要从经济人假设出发，基于收益率研究教育需求。但教育需求是一种独特的社会需求，既是投资也是消费，既是经济活动也是文化活动，同时还反映社会心理、宗教民族等问题，与社会阶层划分、民族传统、文化特点等都有密切关系，因此基于经济学的高等教育需求研究，难以很好解释现实的高等教育发展。

随着信息在社会中的影响越来越突出，20世纪70年代就有学者注意到信息影响交易决策的问题，约瑟夫·斯蒂格利茨、乔治·阿克洛夫、迈克尔·斯彭思“使用不对称信息进行市场分析”，并因此摘得2001年度诺贝尔经济学奖。此后，信息经济学的分析方法被广泛应用于企业经济、金融、宏观经济管理、投资、会计、市场研究、贸易经济等领域，“信息经济学”作为一门新兴学科逐渐成熟起来。

我们很早就注意到了信息经济学的发展，认为信息视角是与经济学、规划学不同的研究视角，在现阶段基于信息视角，运用社会心理的分析可能是解释我国高等教育现实需求的重要视角。为此我申请了教育部人文社科课题并得到立项，并将此问题作为刘文晓的博士论文选题。

高等教育需求既是消费需求更是投资需求，高等教育入学机会的选择是一种特殊的交易行为，这样的交易决策合乎信息经济学的研究条件。现实经验告诉我们，考生和家长对高等教育信息的了解十分有限，信息的不准确、不全面已经成为影响高等教育需求的重要因素。

为此，我们决定将信息不对称理论引入到对高等教育需求的解释中，研究高等教育需求中信息因素的影响，这样的研究为高等教育供需关系的研究提供了新的研究视域，可以拓宽“信息不对称理论”的应用，为未来“信息教育经济学”的形成做出前期的积累，具有学科开拓的理论意义。同时，从信息角度研究教育需求，揭示高等教育需求中因为信息不准确、不全面带来的决策误差，可以警示家长和学生更全面了解高等教育信息，帮助政府推动高等教育信息公开，为学生和家长提供尽可能全面的高等教育信息。

对于这一问题的研究，我们希望概括已有成果构建高等教育需求模型，通过需求影响因素的信息特征分析，提炼形成高等教育需求的信息模型，进而转化为需求的“信息树”，以此为基础开发调研工具，通过问卷和访谈全面揭示高等教育需求中的信息不对称现象，剖析各主体的信息行为特点，进而提出规避风险、降低信息不利影响的对策和行动建议。

刘文晓在确定选题后，选择了实证的研究方法，构建了全面的高等教育需求模型，分析了模型的信息特征，提炼形成高等教育需求的信息模型，据此开发了实证调研的工具。调研工具开发经历了四轮预调研和问题优化，正式调研选择了10所高校，覆盖除了艺术学和军事学两大学科门类之外的十一大学科，获取高校的有效问卷1463份；从31个省、市、自治区中抽取34所高中学校作为正式调查的高中学校样本，最终获取高三学生有效问卷4747份。

通过这样的研究，获知了我国个人选择高等教育的特点，得到一些具有现实意义的新发现，比如，需求对象的高等教育相关信息源较少，存在14方面的问题或认知偏差，个人拥有的信息能力有限。造成信息不对称的原因主要体现在信息获得、信息媒介服务、信息意识、信息解读、信息指导等方面。

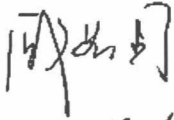
研究提出，在信息不对称条件下，个人在进行高等教育入学机会的选择时容易遭遇收益获得风险、逆向选择风险、道德风险。为降低信息

不对称程度，减少信息不对称风险，作者从信息需求、信息发布、信息传递、信息接收等方面分别对政府、高校、中学、社交媒体、个体等主体提出了五个方面的建议。

总体看，这项研究设计合理，研究扎实、调研充分，发现的问题具有创新性，形成的问题解释和提出的政策建议具有很高的现实意义，一篇博士论文做到如此成熟实属不易！也正是因为如此的付出，刘文晓同学不仅顺利通过博士论文答辩，其博士论文也得到很高评价，被认为是一位非常有前途的青年高等教育研究者。

通过论文研究，刘文晓已经具备了成熟的研究者所需要的品质，为我国个人高等教育需求的研究提供了新的视角，也开拓了超越教育经济学的研究领域，有了“信息经济教育学”的雏形，相信假以时日，刘文晓一定会在本领域的研究形成更加辉煌的学术成果。

期待刘文晓博士在本领域的更新研究成果！



2018.12.18

华东师范大学教授、博士生导师

# 目 录

第一章 绪论 .....	(1)
第一节 问题提出 .....	(1)
第二节 研究意义 .....	(3)
一 理论意义 .....	(3)
二 实践意义 .....	(3)
第三节 概念界定 .....	(3)
一 高等教育个人选择 .....	(3)
二 信息、信息不完全、信息不对称 .....	(4)
第四节 研究创新与不足 .....	(6)
一 研究创新 .....	(6)
二 研究不足 .....	(7)
第五节 国内外文献综述 .....	(8)
一 个体高等教育入学意愿与动机研究 .....	(8)
二 影响高等教育个人需求的因素研究 .....	(11)
三 高等教育个人选择模型研究 .....	(19)
四 高等教育个人决策理论模型研究 .....	(21)
五 高等教育个人选择的风险分析 .....	(23)
六 研究述评 .....	(24)
第二章 传统经济学视野下高等教育个人投资分析 .....	(27)
第一节 人力资本投资决策中的教育模型 .....	(27)
第二节 基于两种报酬流的高等教育个人投资决策 .....	(29)

第三节	基于劳动力市场关键指标的个人高等教育 投资决策模型 .....	(31)
一	个人高等教育投资决策基本模型的构建:经典 模型的改进 .....	(33)
二	基于劳动力市场关键指标的个人高等教育投资 决策模型的构建 .....	(35)
第四节	对三种经典模型的分析及突破 .....	(37)
一	“完全理性、完全信息”假设的局限 .....	(37)
二	信息经济学对“完全信息”假设的突破 .....	(38)
第五节	基于信息不完全假设的教育研究 .....	(41)
第六节	信息不完全假设下的高等教育个人选择分析 .....	(45)
	本章基本结论 .....	(47)
第三章	高等教育个人选择模型重构 .....	(49)
第一节	文献回顾及讨论:四种高等教育个人选择模型 .....	(49)
第二节	高等教育个人选择的过程分析 .....	(51)
一	消费购买决策的一般模型 .....	(52)
二	高等教育个人选择的过程分析 .....	(53)
第三节	高等教育个人选择多维模型的构建及其信息分解 .....	(55)
一	“成本—收益”模型的构建 .....	(56)
二	“地位获得”模型的构建 .....	(58)
三	“文化—价值”模型的构建 .....	(62)
四	“自我实现”模型的构建 .....	(65)
五	基于多维模型的信息树模型 .....	(66)
	本章基本结论 .....	(70)
第四章	基于信息树模型的实证研究设计 .....	(72)
第一节	研究目的 .....	(72)
第二节	研究假设 .....	(72)
一	一般研究假设的基本要求 .....	(73)
二	本研究假设的特点 .....	(73)

三 基本假设 .....	(74)
第三节 基于信息树模型的调查方法设计 .....	(77)
一 个体获取高等教育相关信息的渠道及其差异 .....	(78)
二 个体对相关信息的认知情况及其差异 .....	(79)
三 个体处理信息的能力及其差异 .....	(79)
第四节 问卷及访谈设计 .....	(83)
一 问卷设计 .....	(83)
二 访谈设计 .....	(83)
第五节 抽样设计 .....	(85)
一 分类随机抽样确定高三学生、教师样本 .....	(85)
二 分类随机抽样确定大一新生样本 .....	(85)
<b>第五章 调研工具的验证与确立 .....</b>	<b>(86)</b>
第一节 高三学生问卷的初步验证与改进 .....	(86)
第二节 问卷的二次验证与改进 .....	(86)
一 信效度检验 .....	(87)
二 问卷二次改进 .....	(89)
第三节 问卷的再次验证与改进 .....	(90)
一 信效度检验 .....	(90)
二 问卷再次改进与确立 .....	(92)
第四节 大一学生问卷的验证与确立 .....	(93)
一 信效度检验 .....	(93)
二 问卷的确立 .....	(95)
第五节 数据分析方法设计 .....	(96)
一 “个体信息认知情况及其差异”数据分析 .....	(96)
二 “个体信息获取渠道及其差异”数据分析 .....	(96)
三 “个体信息能力及其差异”数据分析 .....	(96)
第六节 变量的界定及测量 .....	(97)
一 个体对相关信息的认知 .....	(97)
二 个体的信息获取渠道 .....	(98)
三 个体信息能力 .....	(100)

<b>第六章 调查发现与数据分析</b> .....	(102)
<b>第一节 调研进程及样本检验</b> .....	(102)
一 调研进程 .....	(102)
二 样本描述与检验 .....	(104)
<b>第二节 信息问题的现状呈现</b> .....	(116)
一 个体对信息的认知及差异分析 .....	(116)
二 个体对信息源的占有及差异分析 .....	(131)
三 个体的信息能力及差异分析 .....	(140)
<b>本章基本结论</b> .....	(148)
一 不同个体在对高等教育相关信息的认知方面 有显著差异 .....	(148)
二 个体获取信息的渠道及个体间的差异 .....	(151)
三 不同个体在拥有的信息能力方面有显著差异 .....	(153)
<b>第七章 高等教育个人选择中信息不对称的凸显及 原因分析</b> .....	(154)
<b>第一节 个人在信息源占有、信息认知和信息能力       方面存在不足</b> .....	(154)
一 个人占有的信息源不充足 .....	(154)
二 个人的信息认知存在偏差 .....	(156)
三 个人拥有的信息能力有限 .....	(179)
<b>第二节 个体在信息源占有、信息认知和信息能力上       有显著差异</b> .....	(190)
一 不同个体家庭背景、所在中学在个体信息源占有 方面差异显著 .....	(190)
二 不同个体特征、家庭背景、所在中学在个人信息 认知方面差异显著 .....	(192)
三 不同学业水平、家庭背景、所在中学在个人信息 能力方面差异显著 .....	(194)
<b>第三节 研究结论</b> .....	(194)

一	证实假设 1:个人与高等教育机构之间存在信息不对称 .....	(194)
二	证实假设 2:不同个体之间在信息行为表现上差异显著 .....	(195)
<b>第四节</b>	<b>高等教育个人选择中信息不对称的成因 .....</b>	<b>(195)</b>
一	信息获得缺失:部分高校的信息发布不完整、不客观 .....	(196)
二	信息解读困难:高校与中学信息交流不畅,校际差异明显 .....	(197)
三	信息服务滞后:媒体信息传播不规范,信息中介不健全 .....	(199)
四	信息意识薄弱:个人发展目标缺失,主动放弃信息获得 .....	(201)
五	中学信息指导缺位:中学生涯发展指导类课程缺位,对学生引领不足 .....	(203)
六	家长、教师信息指导无力:家长、教师信息能力不强,无法对学生做有效指导 .....	(206)
<b>本章基本结论</b> .....	<b>(209)</b>	
一	个体占有的可以获取到高等教育相关信息的 信息源较少 .....	(209)
二	个体对基于信息树模型梳理出来的 14 个方面的问题 在认知上存在偏差 .....	(210)
三	个人拥有的信息能力有限 .....	(212)
四	造成信息不对称的原因 .....	(213)
<b>第八章</b>	<b>信息不对称条件下的个体决策风险及规避 .....</b>	<b>(216)</b>
<b>第一节</b>	<b>信息不对称导致的决策风险分析 .....</b>	<b>(216)</b>
一	高等教育的收益获得风险 .....	(216)
二	高等教育市场上的逆向选择风险 .....	(219)
三	高等教育服务过程中的道德风险 .....	(221)
<b>第二节</b>	<b>高等教育个人选择中信息不对称的规避 .....</b>	<b>(222)</b>
一	降低信息不对称程度的必要性 .....	(222)

二 问题规避建议 .....	(228)
本章基本结论 .....	(240)
<b>第九章 反思与展望 .....</b>	<b>(244)</b>
<b>参考文献 .....</b>	<b>(246)</b>
<b>附录 .....</b>	<b>(256)</b>
附录 1 第一次预调查后修订问卷.....	(256)
附录 2 第二次预调查后修订问卷.....	(262)
附录 3 第三次预调查后修订问卷.....	(267)
附录 4 第四次预调查问卷.....	(274)
附录 5 教师访谈提纲.....	(280)
附录 6 学生访谈提纲.....	(281)
附录 7 高三学生问卷频数统计结果.....	(282)

# 第一章

## 绪 论

### 第一节 问题提出

社会生活当中，每一种教育活动都发生在当下。现时的教育，无论是基础教育还是高等教育，不再只是用来保存和传承文化，而是一种通过知识的传授帮助受教育者获得未来发展所需要的知识和技能的重要手段。又由于教育活动的过程性，教育成效的显现必然是有时滞的，因此个体选择某种类型某种层次的教育，特别是与劳动就业密切相关的高等教育，在很大程度上可以看作是对未来某种生活方式的选择，是关系到一个个体未来人生轨道的重大决策。

在中国社会，以家族和家庭为基础的集体主义的民族性格使得接受高等教育不仅仅是一种个体选择，它往往也是整个家庭和家族的大事，甚至会集中整个家庭的力量来支持子女接受高等教育。因此，高等教育选择的成功与否在某种意义上关乎整个家庭的生活状态。

从高等教育产品的个人消费角度来看，对高等教育产品的消费属于非重复性消费，具有很强的不可感知性。学生一旦进入高校学习，如果发现决策失误，其改变或者终止消费的代价是巨大的。他们付出的不仅是高昂的经济成本，更是“沉没”的时间成本和心理成本。现实告诉我们，学生和家长对高等教育相关信息的了解十分有限。为了降低购买风险，他们在决策之前通常会通过多种渠道收集间接经验和直接信息，在自我判断之外主要依靠外部信息传递的方式如一些所谓的权威人士、公共媒体以及来自高校方面的自我宣传等进行信息获取、信息识别和筛选。正因为如此，对信息把握的不全面、不准确也就成了导致教育决策失误

的重要原因。

人们是否选择接受高等教育，选择接受怎样的教育，如何看待高等教育，对大学和专业有着怎样的认识，最终的决定是怎样做出的，这一系列的问题从消费角度来看是包含在以受教育需要为起点的消费决策过程当中，从投资角度来看，则是一个以认识高等教育为起点的投资决策过程。决策理论认为，决策离不开信息的收集与利用，决策过程每个阶段的信息数量和质量直接影响着决策水平。这要求行为人在决策之前以及决策过程中尽可能地通过各种渠道收集信息，作为决策的依据。<sup>①</sup>

信息影响交易决策很早就被经济学家注意到。约瑟夫·斯蒂格利茨、乔治·阿克洛夫、迈克尔·斯彭思从 20 世纪 70 年代就“使用不对称信息进行市场分析”，并因此摘得 2001 年度诺贝尔经济学奖。此后，信息经济学的分析方法被广泛应用于企业经济、金融、宏观经济管理、投资、会计、市场研究、贸易经济等领域，“信息经济学”作为一门新兴学科逐渐成熟起来。

以往有关高等教育个人选择的研究主要以传统经济学中理性人和完全信息的基本假设为前提展开。这种分析范式把个体看作拥有无限信息，以效益或效用最大化为行为目标的人，进而分析个体、家庭、社会、心理等因素对教育决策的影响，而极少从信息不完整的现实出发，从信息获得、信息认知的角度做出解释。现实告诉我们，拥有有限理性的个体在信息不完整的市场环境中对高等教育信息的拥有和把握是影响教育投资和教育消费决策水平的重要原因。

基于以上考虑，本研究拟借鉴信息经济学对这种信息掌握不充足、信息认知不准确条件下的市场行为的分析方法，将研究问题聚焦在通过深入考察个人在进行高等教育入学机会选择中的信息问题，包括信息获取、信息利用、信息认知等，揭示人们信息获取、认知和利用的特点，判断知觉与现实之间的落差。从“信息”的角度如信息传递、信息接收、信号制造等环节探明导致高等教育决策问题的多方原因，分析在信息掌握和信息认知不充足不准确状态下个人在选择高等教育时可能发生的行为风险，并寻求减少存在的信息问题，规避主体行为风险的途径和手段。

---

<sup>①</sup> 周三多：《管理学》，高等教育出版社 2000 年版，第 35 页。

## 第二节 研究意义

### 一 理论意义

高等教育入学机会的选择是一种特殊的市场交易行为。以往有关高等教育选择的研究主要集中在经济学的成本—收益分析、社会文化、心理论述等方面,极少从信息的角度做出解释。而现实经验告诉我们,考生和家长对高等教育信息的了解十分有限,信息的不准确、不全面已经成为导致高等教育决策失误或失准的重要因素。

因此借鉴信息经济学的分析方法,考察个体的信息获得、信息认知和信息利用等情况,将“信息不完全”和“信息不对称”概念引入到对高等教育个人选择行为的解释当中,着重从信息传递、信息接收、信号制造等探讨高等教育个人选择行为当中的信息问题,不仅拓宽了信息经济学相关理论的应用范围,也为高等教育个人选择问题的研究提供了新的视角。

### 二 实践意义

尽可能地获取真实全面的有关高等教育、高等学校的信息,是学生和家长做出理性判断和理性选择的重要途径。本研究试图通过分析个人在面临高等教育选择时所需要的信息类别、信息来源渠道、供需双方的“信息差”,提高对高等教育个体选择行为的预见和控制能力,引导家庭进行合理的决策,降低决策风险,合理配置人力资源。同时也为高等教育政策的制定提供理论和实践依据,促进高等教育和谐、可持续发展。

## 第三节 概念界定

### 一 高等教育个人选择

高等教育个人选择即个人对高等教育的选择。按照可供选择的对象划分,高等教育又可分为受教育机会、教育服务、教育产出。受教育机会的供给主体是各级各类高等教育机构,选择主体是个人;教育服务是生产受教育者素质的一种特殊生产资料,主要表现为教师劳动;教育产

出即携带了人力资本增量的各级各类教育机构毕业生。

本研究称“高等教育个人选择”，是指个体，包括受教育者本人及其家庭在内，对于受教育机会的选择。即个体对高等教育入学机会的选择。这一选择是一种决策过程，既包括对要不要接受高等教育的选择，也包括对接受哪一层次、哪一类别高等教育的选择。

教育经济学理论认为，教育能为人带来投资性收益与消费性收益，因而高等教育的个人选择兼具投资和消费双重属性。所谓投资属性，指受教育者期望通过接受高等教育而在未来获得较高的经济收入，研究者通常按照受较高一级教育的劳动者比较低一级教育水平的劳动者一生所增加的收入来估算这种货币收益。<sup>①</sup>而消费属性则是指受教育者把接受教育当作一种消费而期望获得非货币性收益，以及“改善学生日后生活中的消费爱好和消费质量”<sup>②</sup>等。

## 二 信息、信息不完全、信息不对称

### （一）信息

信息这一概念在不同的研究领域中都有广泛应用。人们根据各自的研究目标对信息有各自的定义和表述。从信息的作用来说，申农在《通信的数学理论》中指出，“信息是能够用来消除不确定性的东西”；从客观世界的角度，也就是从本体论意义上讲，信息是客观事物的本质特征之一，泛指包括物质和精神的一切事物的运动方式。所谓运动方式既有事物内部组织结构，也有外部的联系方式。从直观上看，事物的颜色、光亮、形状、名称等，都可以称为信息；从主观世界的角度，也就是从认识论意义上讲，信息是客观事物本质特征的主观反映，是主观认识的本质特征之一。这两个层次是可以转化和互相联系的，正是因为信息表达了事物的本质属性，且能够为人类所认知，它才可以消除人们认识上的不确定性。<sup>③</sup>

① 张学敏、叶忠：《教育经济学》，高等教育出版社2009年版，第51页。

② [美]西奥多·W.舒尔茨：《论人力资本投资》，吴珠华等译，北京经济学院出版社1990年版，第99页。

③ 陈瑞华：《信息经济学》，南开大学出版社2003年版，第38页。