

跨文化视角下在华留学生微信使用行为分析

——基于文化适应理论的实证研究

匡文波 武晓立

摘要 随着教育国际化的发展,跨文化适应是日益增多的留学生群体在异国学习生活所面临的首要问题,主要体现在社会文化适应和心理适应两方面。微信作为中国市场最为普及的社交媒体,已成为在华留学生融入中国社会的必备工具。实证研究表明,在华留学生微信使用主要受到同伴压力、文化接受程度等因素的影响;留学生的微信使用分别在语言、交际、学习适应等方面对其社会文化适应有积极影响;同时动机与期望、社会成员态度等均会对其自身的心理适应方面产生一定的正向作用。这也进一步凸显了微信使用对在华留学生跨文化适应的重要性。因此,更好地运用新媒体平台进行跨文化传播,能够对在华留学生跨文化适应提供积极有效的帮助。

关键词 跨文化传播;新媒体;微信;文化适应;留学生

中图分类号 G21 **文献标识码** A **文章编号** 1672-7320(2019)03-0115-12

基金项目 中国人民大学“双一流”建设项目(RMXY2016C020)

随着互联网的发展,以微信为代表的社交媒体已渗透到人们生活的方方面面。大量来自不同国家与地区,不同民族、种族与信仰以及多种母语与文化背景的留学生进入到中国学习生活,随之产生的一大问题就是跨文化适应的问题。而微信作为中国市场使用最为普及的社交媒体,也成为外国留学生了解中国文化、和当地人沟通交流、融入本地生活的重要工具之一。

因此,对于在华留学生的微信使用行为及其影响因素进行分析与研究,探求在华留学生在微信这一特殊的社交媒体平台的使用情况与其跨文化适应之间的关系,不仅有助于今后更好地运用新媒体社交平台进行跨文化传播,而且对丰富和发展相关理论与实践具有重要意义。

一、新媒体环境下的跨文化传播研究现状

微信自 2011 年发布以来,已逐渐成为人们沟通交流、获取信息的主要工具。根据艾媒咨询(iiMedia Research)2017 年的调查数据显示,微信以 9.6 亿用户成为中国市场使用最为普遍的社交媒体^[1]。同时,其功能不再仅仅局限于即时沟通,已逐渐扩展到新闻推送、支付交易、公共服务、游戏等各个领域,在一定程度上方便和丰富了人们的生活。

近些年来,随着中国在文化、政治、经济等方面的飞速发展,越来越多的外国学生选择中国作为其学习深造的留学目的国。根据中华人民共和国教育部所发布的数据显示,2017 年共有来自 204 个国家和地区的 48.92 万外国留学生,在全国 31 个省、自治区、直辖市的 935 所高等院校学习,并且规模持续增长,近两年增速保持在 10% 以上^[2]。预计到 2020 年,在中国学习的外国留学生规模将增加至 50 万人以上。未来的目标是把我国建设成为全亚洲地区最大的留学目的国。留学生大量增加,跨文化适应问题日趋突出。

目前,关于文化适应的相关研究已成为国外跨文化传播学者最关注的焦点问题之一^[3]。然而此项研究在我国的起步较晚,同时在理论研究方面也较为滞后^[4](P98-100)。跨文化适应是指与其他文化相互影响、改变以及融合的过程。在当前全球化背景下,各个国家、民族之间的交往融合所产生的文化适应问题尤为凸显。其中,留学生是面临跨文化适应的一大重要群体。特别是随着新媒体的出现,对于新媒介的使用与跨文化适应之间的关系,已成为了新的研究焦点问题。

检索中国知网 CNKI 相关文献发现,当前对于新媒体环境下的跨文化传播相关研究以定性研究以及策略性研究为主,且鲜有从跨文化适应的角度对外国来华留学生的新媒体微信使用行为及影响因素进行实证分析,并构建相应理论模型的研究。

因此,本文试图从跨文化传播学的视角,对在华留学生的社交媒体使用情况进行研究,在相关文献分析及理论分析的基础上,结合深度访谈结果,定性的初步构建理论模型;并以调查问卷法定量的调查在华留学生微信使用情况及其使用动机、影响因素等;最终,在深度分析在华留学生媒介使用与跨文化适应之间关系的基础上,修正并构建出在华留学生新媒体微信使用行为的跨文化适应相关理论模型。

二、研究综述:新媒体与跨文化适应理论

为了更好地了解和掌握目前对于新媒体与跨文化适应理论相关研究现状,以下将从跨文化适应理论、留学生跨文化适应、新媒体媒介使用与跨文化适应研究等方面进行文献梳理。

(一) 跨文化适应相关理论

文化适应(acculturation)是一个复杂的过程,受到诸多因素的共同影响。文化适应的相关研究也是跨文化研究中的重要部分,并且在社会学、心理学、传播学等领域均有涉及。关于文化适应的定义较多,目前被广泛认可的是由雷德菲尔德(Redfield)、林顿(Linton)、赫斯科维兹(Herskovits)等人类学家在1936年所提出的定义,即“由个体组成,具有不同文化的两个或以上群体直接地、持续地发生文化接触,导致一方或双方原有文化模式发生变化的现象”^[5](P149-152)。

在理论方面,国外的跨文化研究学者也提出了较为丰富的跨文化适应模型,其中被广泛应用的理论模型如下。例如,利兹格德(Lysgaard)在1955年提出了“U型曲线假说(U-curve hypothesis)”^[6](P45-51);Gullahorn等又将此U型曲线扩展为“W型曲线假说”^[7];最具代表性的是美国人类学家奥贝格(Kalervo Oberg)所提出的文化冲击理论^[8];之后Adler又提出了文化适应的五阶段模型^[9];跨文化心理学家约翰·贝利(John Berry)提出双维度的文化适应模型,将文化适应者的态度分为融合、分离、同化以及边缘化四种类型^[10],该模型也是被引用和使用最多的理论模型之一^[11];在此理论模型的基础上,新西兰学者沃德(C. Ward)提出跨文化适应的双维度理论模型,将跨文化的影响因素分为社会文化适应(Sociocultural adaptation)与心理适应(Psychological adaptation)两个维度^[12]。

综上所述,国外研究者已从多种层面对跨文化适应及其理论进行了较为全面的研究。然而当前我国学者在跨文化适应相关理论方面的研究仍有所欠缺。

(二) 留学生跨文化适应问题研究

随着社会的发展,大量的外国留学生、外籍人员进入到中国学习、生活;同时也有越来越多的中国人走向世界,国内的跨文化学者也逐渐开始从不同的角度对跨文化适应及相关理论进行不同程度的评价和研究。

检索相关文献发现,目前我国学者关于跨文化适应的研究主要集中在以下三类人群中:来华的外国留学生,少数民族地区人群以及在海外的华人、中国留学生。

其中,对于在华外国留学生跨文化适应问题的研究最为丰富。目前已有大量的文献针对来自不同国家的学生群体,以不同的研究视角,运用多种研究方法对在华外国留学生跨文化适应问题研究进行分析和探讨,并提出相应对策。但是,当前研究主要是以特定国家或地区的留学生为研究对象,研究的范围

和对象相对的单—与局限,其中最重要的是忽视了相关理论模型的构建。

(三) 新媒体媒介使用与跨文化适应研究

在跨文化适应研究的领域中,一些学者发现,大众媒体在人们适应新文化的过程中扮演着重要的角色。大众媒体的接触程度以及与当地人的人际交往程度是个体获得跨文化适应的两大重要因素^[13]。大众媒体的使用还能够有效提升移民的语言能力,从而帮助移民产生社会归属感和情感依赖^[14]。这在一定程度上可以说明,媒介使用对于跨文化适应的重要性。

而随着技术的发展,在信息化背景下,网络已成为人们认识和了解当地文化的重要渠道^[15]。新媒体所具有的数字化、互动性等特征,为跨文化传播创造了条件。同时,新媒体也成为跨文化适应的重要载体。有研究在对84名在美国的中国学生进行调查研究发现,若学生更多地观看美国电视台播送的新闻以及更多地使用美国新闻网站、社交媒体等平台,能够比不使用上述平台的学生更好地适应美国文化^[16]。可见,新媒体在一定程度上对留学生的跨文化适应方面具有积极的作用^[17]。

目前国内学者对于新媒体使用与跨文化适应方面的研究主要集中在两个方面:一是从社会支持、社会融入等角度,探讨新媒体与跨文化适应之间的关系;二是从留学生的媒介使用与跨文化适应之间的关系及其影响因素等方面进行探讨^{[18][19]}。

总之,通过以上对文献的回顾总结发现,目前已有研究重点关注的是在华留学生新媒体媒介使用与跨文化适应之间的关系及影响因素,并且从不同的视角探讨了跨文化适应问题,但是均缺乏较为完整的关于媒介使用对留学生跨文化适应程度的影响因素及理论模型的构建研究。

因此,本文在已有文献结论的基础上,试图构建在华留学生微信使用的跨文化适应模型。

(四) 新媒体媒介使用相关理论构建

综合以上对已有关于媒介使用与跨文化适应之间关系的文献结论,本文选择以使用与满足理论为基础,将“需求研究-媒介使用-满意度研究-跨文化适应”作为主要分析思路,对当前在华留学生的微信使用行为及其使用意愿影响因素进行探讨,即从受众的角度来考察其媒介使用需求、动机及满意度对心理和行为方面的影响效果。本文认为,微信作为一个重要的社交媒介,已成为在华留学生重要的沟通媒介之一,并且该媒介符合使用与满足理论模型。

而对于新媒体用户媒介接受情况、态度等方面的测量,本文引入目前国际上对于新媒体用户研究中使用最多的技术接受模型为理论依据,并结合跨文化适应的双维度理论模型,综合构建相关理论模型,探究在华留学生在微信这一重要社交媒体平台的使用行为与其跨文化适应之间的关系。

三、理论框架:基于新媒体理论及跨文化适应模型

本文分析在华留学生的微信使用情况,探究以微信为代表的社交媒体在留学生跨文化适应中所扮演的角色,并结合相关理论,构建在华留学生微信使用行为影响因素及跨文化适应相关理论模型。

(一) 研究问题

基于以上对相关文献的系统梳理,本研究提出三个研究问题:1. 在华外国留学生微信使用对其跨文化适应是否具有积极作用? 2. 在华外国留学生微信使用对其社会文化适应方面的情况如何? 3. 在华外国留学生微信使用对其心理适应方面的情况如何?

(二) 研究理论基础

1. 跨文化适应的双维度理论模型:本文拟采用新西兰学者沃德及其同事所提出的跨文化适应双维度理论模型,该理论是在对当代旅居者跨文化适应的实证研究的基础上所提出的,是对于约翰·贝利的理论模型的新阐释。

该理论将文化适应分为社会文化适应以及心理适应两个层面,即分别指代行为层面和情感层面^[12]。社会文化适应是指能够融入特定社会环境或文化的与文化相契合的技能,并且应对生活和工作中各种状

况的能力;心理适应则主要是心理或情感上的幸福感和满意度,以情感反应为基础。

2. 技术接受模型:技术接受模型(Technology Acceptance Model, TAM)为目前国际上在新媒体用户研究方面最常用的理论模型之一^[20]。它主要由六个变量组成,即感知有用性(perceived usefulness)、感知易用性(perceived ease of use)、外部变量、态度、行为意向和使用行为。该理论主要是对用户持续使用信息系统的接受程度进行解释和预测。1996年,戴维斯改进其模型,将其中的态度舍弃。

3. 使用与满足理论:使用与满足理论(uses and gratification theory)由美国传播学者卡茨(Elihu Katz)等人在1974年正式提出^[21](P19-32),如今也是传播学中被广泛使用的流行理论之一。该理论是一种基于受众群体的行为理论,从受众的心理动机和心理需求的角度出发,认为受众群体是基于某种特定的动机来接触媒介,并从中获得需求的满足,从而得到心理和行为上的满足,即受众媒介接触和使用的过程就是满足自己心理需求的过程。

(三) 研究流程及方法

在以上对相关研究梳理、基本理论和模型分析的基础上,结合微信这一特殊的社交媒体平台,本文分别从认知、态度、行为、情感四个维度,初步提取和归纳出以下五个指标,即媒介需求、媒介技术接受、满意度、社会文化适应性、心理适应性。

本文在跨文化适应理论的框架下,结合新媒体技术接受模型和使用与满足理论,并运用深度访谈法初步构建模型;为进一步验证模型的准确性,本文运用调查问卷法,以在华留学生为研究对象,进行量化分析;最终修正模型,提出在华留学生微信使用行为的跨文化适应模型。

四、探索性定性研究:理论模型的初步构建

通过对在华留学生微信使用行为及跨文化适应情况进行探索性研究,可以更好地把握和确认在华留学生微信使用与跨文化适应之间的关系及其影响因素;并在跨文化适应理论框架下,结合新媒体技术接受模型和使用与满足理论,初步构建出在华留学生微信使用行为的跨文化适应模型。

1. 研究方法:微信使用行为以及跨文化适应研究均包含复杂的心理过程。因此,本研究采用半结构化访谈,对研究对象进行15-20分钟的一对一深度访谈,能够有效地了解复杂问题,消除被访问者的群体压力,得到更真实的信息。

本文随机选取了10位在华外国留学生为访谈对象,对其微信使用行为、跨文化适应情况进行访谈。访谈时间为2018年7月20日至2018年7月22日。访谈对象的回答要点记录见表1。

2. 研究假设模型的构建:本文在跨文化研究中的文化适应理论分析框架下,结合新媒体研究中最常用的理论模型——技术接受模型以及使用与满足理论,并参考深度访谈所得回答要点,初步构建出在华留学生微信使用行为的跨文化适应模型,见图1。

五、检验性实证研究:理论模型的验证与修正

本文通过对在华留学生的半结构化用户访谈,初步构建了在华留学生微信使用行为的跨文化适应模型。在此基础上,接下来将对该模型进行进一步的检验性实证研究,拟通过量化研究方法,了解当前在华留学生的媒介使用情况,并确定模型中各因素之间的关系。

1. 研究对象及方法:为了对以上假设模型中的各因素进行验证,本研究采用封闭式调查问卷的形式,以使用微信的在华留学生为研究对象,调查其微信使用行为及跨文化适应之间的关系。

2. 调查问卷的设计:本研究在依据Ward和Kennedy的社会文化适应量表,并参考大量已有研究的经典量表的基础上,综合以往研究结论、深度访谈结果以及模型的初步构建,归纳出本研究的问卷设计问题。我们在大量发放问卷前进行小规模预测试,对问卷进行修正,形成了本调查问卷的最终版本。

表2为在华外国留学生微信使用行为的跨文化适应模型测量指标体系的具体参数和对应问卷的测

表1 受访在华留学生基本信息及回答要点

编号	姓名	国籍	学历	来华时长/ 微信使用时长	回答要点
1	Olivia	荷兰	硕士	1年/1年	免费;方便和中国老师朋友交流;认识新朋友;了解中国文化;支付方便;练习汉语拼音拼写能力
2	Emre	土耳其	硕士	1.5年/1.5年	易用;生活便利;讨论学习问题;和朋友保持联系;练习汉语;还能够学习新兴的网络用语,有趣
3	Natalia	俄罗斯	本科	1年/2年	打发时间;免费;操作简单;认识新朋友;了解中国文化;偶尔参加微信中公益活动;拉近和中国朋友的距离,亲近感
4	David	美国	博士	3年/3年	免费;支付方便;获取资讯;能够快速寻找朋友帮助;微信群聊增进感情;提高汉语水平
5	Philavong	老挝	本科	2年/2.5年	操作便捷;周围朋友都用;和中国的老师同学保持联系;融入中国同学圈子;拉近距离
6	Hassan	巴基斯坦	博士	5年/4年	免费;方便与家人朋友沟通;特别是在学业方面与老师同学交流;一定程度上可以帮助语言提升;关注一些公众号
7	Surbhi	印度	硕士	1年/1.5年	免费;同伴都在用;有社交需求;关注朋友的状态;感觉可以融入中国的生活;消除一定的孤独感;感觉和同学的联系更加便捷亲密
8	Michael	澳大利亚	硕士	1年/1年	免费;操作简单;和中国老师同学保持联系的需求;能够练习和提升中文水平;了解中国文化;微信支付等功能非常方便
9	Caroline	加纳	本科	0.5年/1年	操作简单;为生活提供便利;可以随时找到朋友;探讨学习问题;朋友圈可以娱乐放松并且了解朋友状态;感觉可以融入中国的生活;了解文化习俗
10	Jung	韩国	硕士	1年/3年	免费;了解中国文化;拉近与朋友的距离,并且保持联系;可以关注一些公众号,解决生活问题;支付功能方便

资料来源:随机选择10位在华留学的外国留学生进行深度访谈,并记录其基本信息和回答要点。

表2 在华留学生微信使用情况的跨文化适应模型与量化测量指标

一级指标	二级指标	三级指标	测量指标
认知	媒介需求	媒介依赖性	常用社交媒体
		同伴压力	周围人都在用
	媒介技术接受	感知易用性	免费;操作简单
		感知有用性	获取信息;生活便利;消磨时间;分享生活;社交需求
态度	满意度	文化接受度	开始使用时间;总使用时长;每日使用频率
行为	社会文化适应性	语言适应	提高汉语水平;获取新闻资讯
		交际适应	结识新朋友;和朋友保持联系
		学习适应	与老师讨论问题;与同学讨论问题
		生活适应	解决生活问题;娱乐放松
		文化适应	熟悉中国文化习俗;参与社会活动
情感	心理适应性	动机与期望	融入中国的生活
		社会成员态度	拉近与朋友距离
		社会支持度	加强情感支持
		心理问题	克服思乡之情;消除一定孤独感
个性化特征	预先性因素	人口统计学特征	性别;年龄;国籍;教育情况;来华时长
	选择性因素	微信使用状况	微信好友总数;中国好友占比

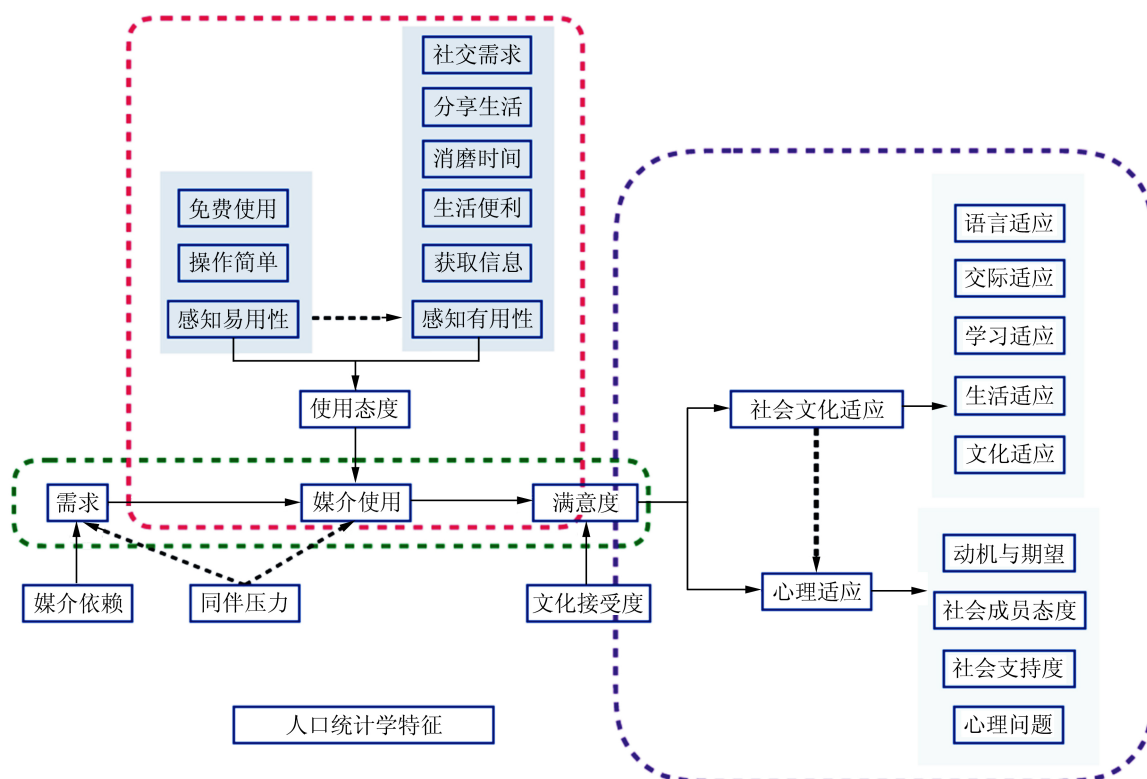


图1 在华留学生微信使用行为的跨文化适应模型(初步构建)

量问题。本研究分别从认知(媒介需求与媒介技术接受)、态度(满意度)、行为(社会文化适应性)、情感(心理适应性)以及个性化特征(人口统计学特征)等五个方面进行跨文化适应的测量;下设具体二级指标、三级指标以及具体测量指标进行量化测量。为了便于科学的验证模型中各因素之间的关系,每一项具体测量指标,均对应调查问卷中具体的测量题项。详见表 2。

3. 问卷调查的实施:本研究运用“问卷星”网站制作调查问卷。为了便于不同中文水平的留学生能够看懂、理解并有效回答问题,本问卷中的问题和选项均采用中文、英文对照的形式编辑。

本研究利用方便抽样与滚雪球抽样法,通过微信平台发放问卷并收集数据。研究对象涵盖北京、上海、南京、大连、重庆等地高校当中的在华外国留学生群体。调查时间为 2018 年 7 月 24 日至 2018 年 10 月 23 日,为期三个月。

在此期间内共计发放问卷 370 份,实际回收问卷 364 份,其中有效问卷为 352 份,有效问卷回收率为 96.7%。我们借助问卷星后台数据统计分析工具,对数据结果进行详细统计,分析留学生选择持续使用微信行为及影响因素,探讨媒介使用与跨文化适应之间的关系。

六、实证研究结果

通过调查问卷法,对所收集的有效数据进行描述性统计分析,有助于全面地了解当前在华留学生微信使用行为及跨文化适应的总体状况。最终根据数据调查结果,对模型进行修正。

(一) 总体情况

以下从多个角度对数据统计结果进行详细阐释,并结合访谈结果综合分析。1. 人口统计学特征:本研究以在华留学生为调查对象,共获取有效问卷 352 份。其中男性占比 59.09%,女性占比 40.91%。年龄主要集中在 23-26 岁和 27-35 岁之间,调查者中没有 18 岁以下的留学生。来自地区以亚洲、非洲的

留学生为主体,而来自北美、南美及澳洲的留学生相对较少。学历方面,所调查对象当中以本科生居多,还有 7.95% 其他教育程度的留学生。所调查对象的来华时间分布较为平均。调查样本的人口统计学描述,详见表 3。

本调查的人口统计学分布,与教育部所公布的我国来华留学生情况统计数据分布基本吻合,即我国在华留学生主要来自于亚洲、非洲、欧洲地区,特别是来自于“一带一路”沿线国家的来华留学生较多,同时高文化层次的留学生群体也逐渐增加^[22]。外国留学生人数不断增长,体现了我国当前对于来华留学生的吸引力在不断增加。

表 3 调查样本人口统计学描述 (N=352)

	比例
性别	男性 59.09%;女性 40.91%
年龄	18 岁以下 0%;19-22 岁 20.45%;23-26 岁 44.32%;27-35 岁 26.14%;35 岁以上 9.09%
来自地区	北美洲 9.09%;南美洲 3.41%;欧洲 19.32%;亚洲 42.05%;非洲 22.73%;澳洲 3.41%
教育程度	本科生 46.59%;硕士生 35.23%;博士生 10.23%;其他 7.95%
来华时间	0-6 个月 17.05%;6-12 个月 25%;1-2 年 21.59%;2-3 年 14.77%;3 年及以上 21.59%

2. 社交媒体及微信使用情况:对于在华留学生的社交媒体使用情况调查发现,来华之前,使用最普遍的社交媒体是 Facebook (85.23%)、Twitter (53.16%)、Instagram (46.59%)。

同时有 61.36% 留学生在来中国之前听说过微信,并且有 27.27% 的留学生在来中国学习之前就在使用微信。而 72.73% 的留学生在来华学习之前并未使用过微信,但是在进入中国学习后,65.63% 的留学生在 1 个月内就安装并使用微信,只有 7.82% 的留学生在来华 3 个月以上才安装和使用微信。

根据《微信 2018 影响力报告》显示,当前微信的使用占中国移动数据流量的 34%,而 Facebook 只占北美移动数据流量的 14.1%^[23]。微信已经具有较为强大的影响力,已在多个国家和地区登陆。

但是,对于留学生的微信好友数量,42.05% 的留学生的微信好友数量不到 50 个,且其中中国朋友的数量低于 10%,占比 43.18%。可见,外国留学生的微信好友数量较少,中国好友的数量比例更低。这也在一定程度上说明,外国留学生因为语言、文化的差异,在较短时间内很难融入到真正的中国学生群体当中。

对于微信的每日使用频率,有 57.96% 的留学生选择使用频繁或较为频繁,而有 5.68% 的留学生使用微信的频率较低,36.36% 的留学生微信使用频率一般。其中留学生运用微信也主要是与中国老师和同学交流。在访谈中大部分在华留学生也提到,其使用微信的主要交流对象是中国老师和同学,内容主要以交流学习和生活为主。而为了便于与亲友沟通,也会推荐在本国的亲友安装并使用微信。

3. 微信的使用目的:对于留学生选择使用微信的原因分析,微信是免费的应用 (64.77%)、操作简单 (70.45%) 以及生活便利 (61.63%)、社交需求 (46.59%) 等方面是留学生选择使用微信这一社交媒体的主要原因,较为突出。而在消磨时间 (4.55%)、获取信息 (26.14%)、分享生活 (14.77%) 等方面对留学生选择使用微信的影响较小。

以上调查数据与深度访谈结论基本相同,也就是说,运用微信这一媒介,能够在很大程度上满足用户对于媒介的有用性和易用性需求。

4. 微信的使用与满足程度的影响因素:对于在华留学生微信的使用与满足影响因素中,周围朋友都在用 (70.45%) 成为其中一项重要原因。这与深度访谈的结论相一致,即来自同伴压力是促使用户积极使用微信的原因。绝大多数的被访者认为,在选择媒介时,主要会受到周围人所使用媒介的影响,成为用户乐意接受和使用的重要因素之一。研究发现,在华留学生微信好友的数量越多,其使用微信的频

率就越高。同时留学生当中也出现了互换微信账号代替互换电话号码的现象,也增加了微信的使用率。

同时,对异国文化接受程度成为选择微信使用的另一大影响因素。在访谈过程中,被访谈者均提到积极选择使用微信在一定程度上能够加深和当地朋友的交流和沟通,愿意主动地接受新媒介。几乎所有被访谈者表示,对微信的使用感到满意或者很满意,认为微信不仅能够满足自己沟通交流的需求,还能够使生活更加便捷,相比于 Facebook,微信的多元化已超出预期。

可见,微信在华留学生当中的用户使用满足程度较高,与调查问卷的结果相吻合,即在华留学生微信的使用频率越高,则对该社交工具的熟悉程度也更高,从而对于媒介的使用满足程度也更高。

5. 微信使用与社会文化适应情况:留学生的微信使用在社会文化适应方面的数据分析显示,其中选择认同最多的为微信能够与老师同学讨论学习问题(80.68%)、锻炼提升汉语水平(72.73%)、与亲朋好友保持联系(62.5%)、了解中国的文化习俗(43.18%)、结识新朋友(57.95%)。与深度访谈的结果相似,大部分受访者认为当他们初到中国时,语言沟通交流能力是应对社会文化适应方面最大的障碍和挑战。微信作为社交媒体,能够与同学、老师讨论学习问题、沟通交流、了解文化,可以提升自己的语言能力,缩小文化差异,了解风俗习惯等。微信为留学生在语言学习和交际方面提供了较好的平台。

但是微信在留学生参与社会活动、公益活动、商业活动,在运用微信解决生活中的问题以及娱乐放松等方面,均没有出现较好的体验。受访者认为,运用微信的主要功能是以社交为主,极少的会关注其他方面的应用。综上所述,在华留学生的微信使用在语言适应、学习适应、交际适应方面均有积极表现。而微信使用对在华留学生的文化和生活适应等方面仍有一定的局限性。

6. 微信使用与心理情况:本题项采用李克特(Likert scale)五级量表,对在华留学生微信使用与跨文化心理情况进行评估和测量。研究数据显示,几乎全部的调查者认为使用微信能够拉近与中国朋友的距离(98.86%)以及微信使用能够积极融入中国的生活(97.72%)两方面具有较为积极的认同态度,而在社会支持度、心理问题等方面较为不认同。

在不同文化的碰撞融合时,留学生能够意识到自己本国的文化与当地文化的差异,从内心中愿意主动积极地接受新的文化。微信作为一个重要的社交媒体,能够在一定程度上拉近与当地朋友的距离,提供一定的社会融入感。

但是当前在华留学生的微信好友中的中国朋友相对较少,也会影响其在异乡融入新的文化社会环境的程度。访谈中有留学生提出,如果不是自身强烈的想练习汉语、了解中国文化的意愿,则没有和中国学生交往的动力,也不会有中国朋友。受访者认为,自己在异国会产生心理上的孤独感,主要依赖网上聊天等方式缓解压力,但因为语言表达的问题,很少有当地的朋友,主要还是与本国好友聊天沟通。而长期依赖网络的沟通,缺乏面对面的人际交流,一定程度上会在心理方面阻碍其跨文化适应。

(二) 模型修正

综上所述,根据以上对于在华留学生的微信使用行为的调查结果,对模型进行一定修正,最终构建出在华留学生微信使用行为的跨文化适应模型,见图2。

七、结论

本文在跨文化适应理论框架下,基于已有相关研究结论和新媒体相关理论以及深度访谈结果,初步构建出在华留学生微信使用行为的跨文化适应模型;并运用调查问卷法,定量测量在华留学生微信使用行为状况及影响因素;最终修正该模型,为今后的新媒体跨文化适应相关研究奠定基础。

(一) 在华留学生的微信使用行为

本文通过问卷调查法,对在华留学生微信使用、动机及行为进行分析。通过数据分析得到以下结论。

首先,微信在华留学生中的普及率较高。大部分留学生来华之前使用的社交媒体主要以 Facebook 为主,但也有少量学生来华前就开始使用微信,这主要集中在来自东南亚、东亚等亚洲地区国家的

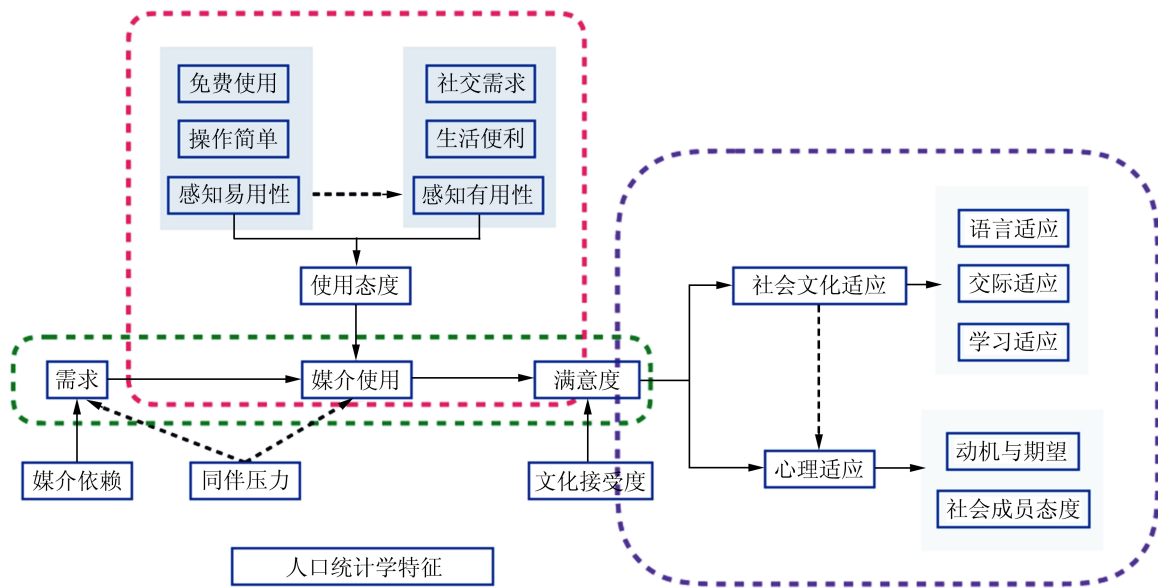


图2 在华留学生微信使用行为的跨文化适应模型(修正模型)

留学生。这可能与当地华人较多、受中国文化影响较深有关。而大部分来自欧美、非洲地区的学生,在来华学习前几乎没有使用微信,甚至从未听说过微信。但是其中绝大部分留学生在来到中国后的较短时间(1个月内)就开始使用微信。这在一定程度上说明,微信已经成为留学生在在中国生活学习的必备沟通媒介。同时,也可以说明,微信这一社交媒介的使用可以满足留学生的媒介需求。

其次,留学生的微信好友数量与其微信的使用频率成正比例关系,即微信好友数量越多的留学生,其微信的使用频率也越高。数据显示,留学生微信好友当中,中国好友的数量占比较低,说明留学生的微信好友群体还是以其他外国留学生及其同伴为主,缺少当地朋友。留学生微信中仅有的一些中国朋友也主要是以授课老师和同学为主,交际圈较小。这在一定程度上也影响到留学生的跨文化适应。

第三,生活便利是吸引留学生持续使用微信的重要因素之一。对于微信的免费、易用性、有用性、同伴压力等均是较为共同认可的原因。其中生活便利,特别是运用微信支付等功能,让留学生群体在中国生活感觉到了极大的便利,同时也成为留学生想要持续选择使用微信的重要原因。

总之,微信不仅能够满足留学生在日常沟通、交流、生活等各个方面的需求,同时也是人们社会交往需求的重要平台,已成为留学生在在中国学习、生活的必备工具。而同伴压力和文化接受度是影响在华留学生微信使用与满足程度的重要因素。

(二) 社会文化适应性

对于跨文化适应当中社会文化适应性的测量,本研究将其分为以下五个具体的指标,即语言适应、交际适应、学习适应、生活适应、文化适应。

首先,微信使用能够较好地帮助留学生提升语言水平。语言能力在社会文化适应当中扮演着重要角色。语言是沟通、交流、学习的基础,语言也是文化的载体。在本文所调查的留学生当中,来自亚洲和非洲地区的学生居多,欧美地区留学生较少,而本科生又占据大多数,同时来华时间也较短,总体来说汉语水平较为一般。只有语言的提升才能更好地了解、理解一个国家的文化,才能够融入社会。这就需要加强语言的学习,需要与当地人交流,不断练习才能够提高。微信作为社交媒体的代表,是一个重要的沟通交流的工具,不仅可以发送文字,还可以包含语音,为留学生的语言拼音打字练习和口语的锻炼提供了较好的条件。

第二,微信使用能够有效促进留学生交际适应能力的提升。微信作为重要的社交媒体,成为当今人们沟通交流的重要平台,运用微信能够在一定程度上扩大留学生的交友范围,不仅可以结识新的朋友,同时还可以与朋友保持联系。特别是微信不仅有通讯功能,还可以运用朋友圈去了解朋友的生活动态以及分享自己的生活、获取资讯信息等内容。培养交际能力,增加外国留学生的中国朋友交际圈,也能够促使外国留学生适应中国的生活环境,融入社会。但是这一切都需要留学生有积极融入中国社会的心态,克服文化的惰性心理。

第三,微信使用成为留学生探讨、交流学习问题的重要渠道。其中,中国的老师、同学也是外国留学生使用微信进行沟通最多的对象。可见,微信不仅仅应用在平时一般的沟通交流中,而有关学习问题的探讨也是其中的重要使用方面。

然而,微信的使用在留学生的生活适应以及文化适应方面的表现不突出。虽然留学生运用微信等新媒体可以获取、了解中国的文化习俗等,但是并没有能够真正融入到当地的文化生活及各类活动当中。因此,媒介使用在这两方面仍具有一定的局限性。

(三) 心理适应性

对于跨文化适应当中的心理适应性的测量,分为动机与期望、社会成员态度、社会支持度以及心理问题等四个方面进行评估。

微信使用能够较好地拉近留学生与中国朋友的距离,同时能够使他们在一定程度上融入中国社会。留学生作为新进中国的特殊群体,尤其需要主动在心理上适应和接受中国文化。由于微信的使用不仅能够满足留学生学业、生活等方面的动机与期望,而且有助于跨文化适应,使留学生感受到社会其他成员的积极态度,尽快接受多元文化,加速建立与周围朋友的亲近感,显著增强跨文化适应能力。

研究还发现,微信的使用并未给留学生带来足够的情感支持,特别是在解决独在异乡的孤独感和思乡之情方面有所欠缺。当个体离开熟悉的环境和家人朋友,来到不同文化环境的异乡,会在心理上感受到社会支持的减少。特别是对于第一次到异国求学的留学生而言,在心理上会出现不适应的现象,会产生孤独感和思乡之情,若无足够的情感支持,可能会陷入到这种情绪中变得更加的封闭。研究发现,大部分留学生微信好友的数量相对较少,语言能力不够,与当地朋友沟通有一定的障碍,导致无法融入当地生活圈子,因此在情感支持方面的获得感有所欠缺,从而存在一定的消极心态。这也是留学生在跨文化适应过程中的一大挑战。

综上,通过深度访谈以及分析发现,在华留学生的微信使用对于提升跨文化适应性方面总体具有积极作用。其中在社会文化适应性方面,微信使用能够较好地提升留学生在语言、交际、学习方面的适应性,但是在生活和文化方面的表现并不突出;在心理适应性方面,留学生的微信使用对动机与期望、社会成员态度适应等方面有积极作用,而在社会支持度与心理问题等方面的影响存在一定的局限性。

总之,在华留学生作为一个特殊的庞大群体,跨文化适应是进入新的国家学习生活所面临的一大重要问题。了解留学生媒介使用对其跨文化适应的影响因素及动机,才能够更好地运用新媒体平台进行跨文化传播,以综合增强留学生的跨文化适应能力。

(四) 研究局限性与不足

当然,本文在研究过程中也存在一定的局限性和不足之处。首先,研究对象的样本量有限。因时间和特定人群选择的限制,本文的研究对象包含 352 名在华留学生的有效样本,涉及到的地区和高校也有一定的局限性,可能会对结果产生一定影响,今后可对样本量进行扩充。其次,在华留学生样本来自亚洲和非洲的留学生占绝大多数,而来自欧洲、美洲、澳洲等地区的留学生较少,可能导致在文化认同和适应方面的结果有所偏差。这虽然与当前在我国学习的外国留学生来源地区的人数分布相匹配,但在今后的研究中还应补充更多国家,特别是文化、宗教差异较大地区与国别的样本。第三,跨文化适应是一

个复杂和多变的过程,受到的影响因素较多。本文在已有相关研究、理论和深度访谈的基础上,构建模型并进行量化验证。但测量指标及其分类方面仍有可能存在一定的遗漏,在今后的研究中可逐步完善。

综上,本文在跨文化适应理论框架下,尝试构建出在华留学生微信使用行为的跨文化适应模型。在今后的研究中,可以从更多的不同的维度对新媒体平台的跨文化适应相关研究进行更加深入的探讨。

(五) 运用新媒体平台提升留学生跨文化适应的策略

基于以上的定性和定量的综合分析结果,本文提出利用以微信为典型代表的社交媒体平台对在华留学生的跨文化适应促进方面的对策及建议。

首先,运用新媒体平台优势提升留学生的语言交际能力是跨文化适应的基础。语言能力是适应不同文化环境的基础。利用新媒体平台的互动性,可以帮助留学生提高语言能力。例如可以利用微信小程序等制作相关汉字游戏,或者利用公众号推送中文学习文章进行学习打卡,或者运用汉语学习微信小组等方式帮助外国留学生加强语言学习。基于网络产生的新兴词汇在新媒体中广泛传播,能够帮助留学生在媒介使用中学习新词汇,增强语言运用的时代感与中国文化的融入感。

第二,运用新媒体平台优势增强留学生的社会融入能力是跨文化适应的重点。特别是在留学生学习中国文化,了解生活习俗以及参与社会活动等方面,新媒体微信平台可以充分利用其个性化特征,推出针对留学生这一特殊群体的版块,通过多媒体的方式,生动形象地展示中国文化与生活习俗,从而促进在华留学生更加直观形象地了解和认同中国文化,较快较好地融入到在华的学习与生活之中。

第三,运用新媒体平台优势拉近留学生与当地朋友的心理距离是跨文化适应的关键。可以通过群组的方式,增加外国留学生的本地朋友,特别是本校的朋友群体,从而拉近中国学生与来华留学生的距离,增强其心理适应性。充分利用新媒体平台开展交互式语言学习,或组织群组内学习研究与讨论等,进一步激发留学生的沟通需求。中国朋友的增加,还将会显著增强留学生的情感支持,有助于他们克服独在异乡的不适感与孤独感,并在一定程度上疏解其思乡之情,从而专注于学习并安心于生活。

总之,随着全球化教育的迅速发展,留学生已成为一个日益壮大的群体。特别是在新媒体时代,各类社交媒体不仅为人类的沟通与联系搭建起极为便利的通道,而且也为信息的传播提供了更加快捷的条件。因此,需要对新媒体技术在跨文化适应方面所具有的独特优势加深认识并提升运用能力,为在华留学生的跨文化适应提供积极而有效的帮助。

参考文献

- [1] 艾媒报告.2017 年全球移动社交市场研究报告. 2017-07-20[2018-11-10]<http://www.iimedia.cn/59751.html>.
- [2] 教育部:2017 年来华留学人数近 50 万,88% 为自费生. 中国日报中文网. 2017-07-20.[2018-11-13]http://cn.chinadaily.com.cn/2018-03/30/content_35947811.htm.
- [3] 李加莉,单波. 跨文化传播学中文化适应研究的路径与问题. 南京社会科学,2012,(9).
- [4] 孙淑女. 我国跨文化适应理论研究综述. 文化学刊,2017,(10).
- [5] R. Redfield, R. Linton, M. J. Herskovits. Memorandum for the Study of Acculturation. *American Anthropologist*, 1936, 38(1).
- [6] S. Lysgaard. Adjustment in a Foreign Society Norwegian Fulbright Grantees Visiting the United States. *International Social Science Bulletin*, 1955, (7).
- [7] J. T. Gullahorn, J. E. Gullahorn. An Extension of the U-curve Hypothesis. *Journal of Social Issue*, 1963,19(3).
- [8] K. Oberg. Cultural Shock: Adjustment to New Cultural Environments. *Practical Anthropology*,1960,7(4).
- [9] Peter S. Adler. The Transition Experience: An Alternative View of Culture Shock. *Journal of Humanistic Psychology*, 1975,15(4).
- [10] J. W. Berry. Acculturation as Varieties of Adaptation//A. Padilla. *Acculturation: Theory, Model and Some New Findings*. Boulder, Co:Westview Press, 1980.
- [11] 杨宝琰,万明钢. 文化适应: 理论及测量与研究方法. 世界民族,2010,(4).

- [12] C. Ward, A. Kennedy. Acculturation Strategies, Psychological Adjustment and Sociocultural Competence During Cross-cultural Transitions. *International Journal of Intercultural Relations*, 1994, 18(3).
- [13] Y. Y. Kim. *Communication and Cross-cultural Adaptation: An Integrative Theory*. Clevedon, UK: Multilingual Matters, 1988.
- [14] M. Anna, T. Stefano. Exposure in Immigrants' Adaptation: The Influence of Length of Stay, Linguistic Competence, and Media. *Cross-Cultural Research*, 2008, 43(1).
- [15] W. W. Huang. The Effects of Internet upon Chinese Immigrants' Cross-cultural Adaptation: Taking Chinese Immigrants in Austin, TX as examples. *Taoyuan Journal of Applied English*, 2009, (2).
- [16] C. Yang et al. Tuning in to Fit in? Acculturation and Media Use among Chinese Students in the United States. *Asian Journal of Communication*, 2004, 14 (1).
- [17] 马红, 刘巍. 新媒体在留学生跨文化适应中的独特优势. 人民论坛, 2018, (10).
- [18] 文雯, 刘金青, 胡蝶, 陈强. 来华留学生跨文化适应及其影响因素的实证研究. 复旦教育论坛, 2014, (5).
- [19] 陈夏瑾. 多元文化影响下留学生微信使用与跨文化适应研究——基于浙江省的实证调查. 科教导刊, 2017, (9).
- [20] F. D. Davis. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*. 1989, 13(3).
- [21] E. Katz, J. G. Blumler, M. Gurevitch. Utilization of Mass Communication by the Individual//J G Blumler, E. Katz (Eds.). *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*. Beverly Hills CA: Sage, 1974.
- [22] “一带一路”沿线国家来华留学生数据增幅明显. 中华人民共和国教育部. 2018-10-21.[2018-11-21]http://www.moe.gov.cn/jyb_xwfb/xw_fbh/moe_2069/xwfbh_2017n/xwfb_170301/170301_mtbd/201703/t20170302_297943.html.
- [23] 微信 2018 影响力报告. 2018-08-20. [2018-11-20]<https://xw.qq.com/cmsid/20180514A1TCXT00>.

An Analysis of Overseas Students' Behavior of Using WeChat in China

An Empirical Study from the Perspective of Intercultural Communication

Kuang Wenbo, Wu Xiaoli (Renmin University of China)

Abstract With the development of globalization of education, intercultural adaptation is the primary problem facing the increasing number of international students studying and living in different countries, mainly including socio-cultural adaptation and psychological adaptation. As the most popular social media in China, WeChat has become an indispensable tool for foreign students to integrate into the Chinese society. The result of empirical research shows that the use of WeChat by foreign students has a positive impact on socio-cultural adaption from the aspects of language, communication and learning adaption. In addition, it also has a positive impact on psychological adaption from the aspects of motivation and expectation, and attitudes from society members. This further highlights the importance of WeChat use for intercultural adaptation of foreign students in China. Therefore, better use of the new media platform can provide effective help for foreign students to adapt to the new culture in China.

Key words intercultural communication; new media; WeChat; acculturation; foreign students

■ 收稿日期 2018-12-17

■ 作者简介 匡文波, 管理学博士, 中国人民大学新闻学院教授、博士生导师, 中国人民大学新闻与社会发展研究中心研究员; 北京 100872。
武晓立, 中国人民大学新闻学院博士生。

■ 责任编辑 何坤翁