

ICT时代大学生社会沟通模式初探 ——以杭州市下沙高教园区本科院校大学生为例

陈燃进

摘 要：ICT时代的信息和通讯技术正前所未有地改变着人们的行为方式，其中信息和通讯工具对青年用户群体的社会沟通行为影响尤为显著。本研究通过定量和定性的数据采集方法，对被试的社会沟通行为及体验数据进行了采集，采用了z分数转化及平移的方法，构建了被试大学生在当代信息通讯社会环境下的社会沟通模式指标，并通过从用户体验和人格变量的角度对该模式的影响因素进行了探索。发现尽管被试处于多重ICT联系通道的社会环境中，被试社会沟通模式表现出了明显的趋势性，具体认同结构和影响因素有待进一步深入研究。

关键词：大学生；社会沟通模式；通道选择性；通道独立性

作者简介：陈燃进，男，助理研究员。（浙江传媒学院 电视艺术学院，浙江 杭州，310018）

中图分类号：G206.2 **文献标识码：**A **文章编号：**1008-6552（2013）02-0055-06

一、引言

信息通讯技术主要包含信息、通信和技术三个要素，国际上通常用信息、通信和技术这三个英文单词的词头组合（Information Communication Technology，简称ICT）来表述。它是信息技术与通信技术相融合而形成的一个新的概念和新的技术领域，不仅对传统的经济形式和增长方式都产生了巨大的影响，而且也已经彻底改变了普通人群的日常生活，尤其是沟通方式。^[1]

社会沟通模式是指人与人在社会生活中的沟通方式。大学生作为青年群体，对新技术的接受能力和使用度相对其他年龄层更高，网络使用就是典型表现。^[2]丰富的网络功能对当代大学生的社会沟通模式产生了重要的影响，利用网络和通讯等多载体、多途径的交往逐渐取代了传统的口头聊天交流和交往模式，网络聊天成为大多数当代大学生的首选方式。因为大学生群体正处于人生观、价值观和思维方式尚未定型的时期，其学习、生活、思维方式、性格形成和心理健康等也不可避免地受到ICT使用行为的影响。本研究的目的是通过研究大学生ICT工具（包括网络，移动电话）所涉及的各种沟通方式的基本使用行为，尤其是沟通的方式、途径、内容、时间、心理状态等行为特点，分析其受大学生人格的影响。

二、研究方法

Gibson提出的承担性理论是人机交互领域根本性的理论。交互设备的承担性指其功能、用户认知及对用户和环境的连接。众多研究对单个交互设备或者某类交互设备进行了承担性分析。本研究则试图采用宏观的视角，考察多种ICT工具综合构成社会交往沟通系统的承担性及其对应的社会沟通模式，并

探索人格变量对该模式的影响是否显著。

本研究将研究目标操作化为以下几个观测变量：沟通工具、沟通对象、沟通内容、沟通体验和人格变量，其中前4个变量用自编问卷收集数据。前3个变量为可观测变量，在观测数据的基础上将进一步构建行为模式指标，以探索当代信息及通讯技术条件下的ICT通讯工具所承担的社会沟通模式。第4个变量则介于行为指标和潜变量之间，用以探索行为模式指标较为深层的影响因素。人格变量则采用成熟问卷，探索人格变量对ICT使用行为指标是否存在显著影响。

本研究共使用了9种问卷，包括ICT工具使用调查，沟通模式调查，SCL90，移动电话依赖问卷与青少年病理性互联网使用量表。被试为杭州下沙高教园区1628名在校大学本科生，分别来自杭州电子科技大学、浙江理工大学、浙江工商大学、浙江传媒学院、浙江财经学院、杭州师范大学、中国计量学院等7所本科院校（具体人数分布如表1所示）。

表1 被试来源及数量分布表

编号	学 校	人 数
1	杭州电子科技大学	252
2	浙江理工大学	248
3	浙江工商大学	230
4	浙江传媒学院	355
5	浙江财经学院	202
6	杭州师范大学	173
7	中国计量学院	168

研究采用随机整群抽样方法和方便抽样相结合的方法选取被试。研究采用被试者间设计，共计1628名被试被划分为5个组，分别进行不同信息通讯工具使用行为模式及相关人格变量的测试。分组及测试情况如表2所示，测试内容后的括号，表示在其中方便取样所进行的某种人格测试，组人数后面的括号，表示在其中方便取样的人数。

表2 研究测试及分组表

分组编号	测试内容	组人数
1	QQ（移动电话依赖）	270（172）
2	Email（APIUS）	444（111）
3	SNS（APIUS）	383（104）
4	Cell phone（SCL-90）	375（122）
5	Telephone（沟通模式）	156（156）

作为一项探索性研究，同时也是多种联系工具对应多种联系人的宏观视角研究，对研究变量进行量表级的测量暂时存在理论和实践操作等多方面的困难，为此采用了综合各观测变量而得到综合行为指标的数据处理方法。按照编码过程与编码表，对问卷中的满意与不满意之处项目进行了编码，用户的回答被编码为数字，并按照上述多项选择题的百分比计算方法，计算了各个编码的百分比，对3个指标的列联表进行了卡方分析，以探索3种分布的差异性，并对各个指标与人格维度进行了相关分析，以

研究 ICT 使用与人格的内在关系。综合行为指标尽管并非潜变量，不足以反映大学生社会联系的心理特质，但是作为观测变量的集合和有机组合，对大学生社会沟通模式还是有所体现的。

三、结果分析

（一）沟通工具与沟通对象的分布关系

汇总原始问卷录入分数，得到联系人—通讯工具得分矩阵，该矩阵的每列来自不同的被试组，暂时不具有可比性。对该得分矩阵进行卡方检验，结果为：卡方值 = 500.745， $df = 24$ ， $p - value < 0.001$ ，说明不同沟通对象之间的通讯工具使用分布存在显著差异。通过 T 检验与方差分析显示，被试的人口学资料变量之间不存在差异。按列加总，得到每种联系人的分布比例。将百分比转化为 z 分数，所得 z 分数大多为负值，不利于观察和分析，对 z 分数进行平移后，结果如下。

表 3 沟通工具与沟通对象的平移 z 分数

联系人	QQ	Email	SNS	Cell Phone	Telephone
家 人	1.08	0.73	0.94	1.21	1.56
亲 戚	0.87	0.65	0.48	1.04	1.24
同 事	0.72	0.99	0.63	0.77	0.69
同 学	1.41	1.44	1.61	1.20	1.09
朋 友	1.39	1.27	1.58	1.17	0.94
老师或领导	0.49	1.14	0.00	0.94	0.52
陌生人	0.62	0.33	0.70	0.41	0.50

从以上统计结果，分析沟通对象和沟通工具之间的关系，与家人、亲戚沟通时的较多采用固定电话、移动电话，与同事、老师或领导沟通时最常用的沟通工具是 Email 和移动电话，与同学、朋友之间沟通时 SNS 和 QQ 是使用率较高的沟通工具。卡方检验的统计检验结果表明，不同沟通对象之间使用的沟通工具存在显著差异。

（二）沟通对象与沟通内容的分布关系

通过对沟通对象与沟通内容的分布进行构建，对得分矩阵进行卡方检验，结果为：卡方值 = 3107.927， $df = 36$ ， $p - value < 0.001$ ，说明不同沟通对象之间的沟通内容分布存在显著差异。

表 4 沟通对象与沟通内容的平移 z 分数

联系人	学习	娱乐	情感	工作	生活琐事	时事新闻	其他
家 人	1.24	0.53	1.01	0.72	1.37	0.73	0.52
亲 戚	0.85	0.49	0.71	0.53	1.14	0.54	0.94
同 事	0.38	0.86	0.54	1.33	0.43	0.80	0.10
同 学	1.20	1.49	1.14	0.93	1.02	1.21	0.64
朋 友	0.96	1.50	1.65	0.84	1.21	1.05	0.52
老师或领导	1.08	0.12	0.27	1.15	0.17	0.94	1.01
陌生人	0.00	0.42	0.15	0.57	0.17	0.93	1.76

分析以上统计结果可以发现，与家人、朋友沟通时沟通内容以生活琐事、学习为主，与亲戚沟通时常见的沟通内容是生活琐事，与同事沟通时最常见的沟通内容是工作，与同学沟通时最常见的沟通内容是娱乐、时事新闻和学习，与朋友沟通时常见的沟通内容是情感、娱乐、生活琐事，与老师或领导沟通时以工作和学习为主，而与陌生人沟通时通常沟通内容是一些其他事项。

总体上看，各沟通对象与沟通内容具有相对固定的模式，只有陌生人的沟通内容起伏起大。这可能与不同 ICT 工具中陌生人定义不同有关。例如，在 QQ 中陌生人是指完全不认识的人，但可能基于地理相近或共同兴趣进行对话；Email 的陌生人是指广告邮件或一次性联系人；SNS 的陌生人是指好友的好友，但并不熟识，或者基于同一地理位置，共同兴趣的小组成员；移动电话与固话的陌生人包括推销、广告和一次性联系人。

（三）沟通工具与沟通体验的分布关系

对于被试对沟通工具的使用体验，数据收集采用开放式问题，要求被试自由回答对沟通工具的满意/不满意之处。回收问卷后，基于基础编码方式，对此问题进行了编码。汇总原始问卷录入分数，对得分矩阵进行卡方检验，结果为：卡方值 = 374. 321，df = 20，p - value < 0. 001，说明不同沟通工具的满意之处存在显著差异。按照上述步骤，得到沟通工具与满意之处的平移 z 分数如下。

表 5 沟通工具与满意之处的平移 z 分数

沟通工具	易用性	费用低	沟通相关	附加功能	独特优势	用户群
QQ	2. 94	2. 33	2. 02	1. 83	0. 00	1. 76
Email	2. 96	2. 02	2. 29	2. 12	0. 36	1. 13
SNS	3. 27	2. 13	2. 18	1. 56	0. 00	1. 09
CellPhone	3. 24	0. 32	2. 13	1. 93	1. 92	1. 13
Telephone	2. 28	3. 09	1. 22	0. 00	2. 45	0. 00

进一步分析表明，QQ 最令人满意的特点为易用性与花费少，即方便使用，操作简单，花费便宜或不收费。Email 最令人满意的特点是易用性与沟通性，说明邮件使用方便，且显得较为正式，信息量大，文字表达有优势。SNS 最令人满意的特点是易用性与沟通性，说明其使用方便，操作简单，且信息量大。移动电话最令人满意的地方是使用方便，操作简单、快捷，另外就是功能丰富，携带方便。固定电话的优点是相比移动电话，花费少，地点固定。

得到沟通工具与不满意之处的平移 z 分数如下：

表 6 沟通工具与不满意之处的平移 z 分数

沟通工具	易用性	花费高	沟通相关	附加功能	固有劣势	用户群	安全免打扰性
QQ	1. 88	1. 84	2. 68	2. 07	0. 00	0. 00	2. 52
Email	2. 48	0. 95	2. 95	1. 85	0. 00	1. 38	1. 91
SNS	1. 71	1. 18	2. 78	1. 41	0. 74	0. 74	2. 95
CellPhone	1. 63	2. 83	1. 92	1. 02	2. 51	0. 00	1. 86
Telephone	3. 09	1. 79	1. 02	0. 00	2. 80	0. 00	0. 00

进一步分析表明，QQ 最令人不满意的地方是想联系的人不一定在线，另外就是捆绑功能、付费功

能多，广告、陌生人或不想联系的人骚扰多，另外其安全与隐私忧患也较为突出。Email 的最令人不满的地方操作相对不便，步骤较多，其次是即时性差，不能随时收邮件，发送邮件也不能确定联系人是否收到。移动电话最令人不满的其花费高，有超过一半的人认为花费过多，其次是辐射大。固定电话最令人不满的地方是操作不方便，受地点限制大，携带不便。

四、综合讨论

综合以上数据发现，在 ICT 快速发展的今天，虽然被试处于多联系通道的社会环境中，但对通讯通道的选择表现出了明显的趋势性，具体表现为：

（一）对象依赖的通道选择性

在多通道并存的社会信息通讯系统中，被试的通讯通道具有联系对象依赖的通道选择性，即不同联系对象的主要联系通道不同。移动电话和 QQ 是与同学及朋友交流的主要通道，移动电话和固定电话是与家人和亲戚联系的主要通道，与同事和老师或领导的交流则以 Email 为主要通道。

从数据分布总体上看，与同学和朋友的沟通强度最高，移动电话与 QQ 使用率最高。与不同沟通对象的沟通通道的选择均呈现出多通道交流模式，且具体通道分布数量和强度略有差异。与同学和朋友的沟通通道分布比较平均，总体分数高，说明与同学和朋友的交流是多通道的强交流模式。同时，与同事的交流也有此模式，但总体分布较少，说明沟通强度较弱。与家人和亲戚的交流以移动电话和固话为主，与老师的沟通以 Email 为主，均可归类于通道较少的沟通模式中。

对此现象的解释可归之于相同的年龄层和共同话题。Haoffman 的研究证明，越年青，教育程序越高的群体的网络和新技术使用率更高^[3]。对大学生来讲，同学、朋友、同事，都是同龄人，生活方式、知识背景、经历等较为相同，对各 ICT 工具的使用率都比较高，因此，与这些联系人沟通时，可选择的共同沟通工具较多。相对来讲，父母、亲戚、老师或领导对 ICT 工具的使用率较低，因此可供选择的沟通工具就较为局限。其中，对老师或领导的沟通主要限于较为严肃的事宜，因而可能会选择 Email、打电话等较为正式的沟通方式。

（二）沟通内容具有联系对象依赖的通道独立性

在大学生们的社会沟通模式中，沟通内容具有联系对象依赖的通道独立性，即沟通内容与联系对象有关，而独立于沟通通道。具体表现为沟通内容的通道无关性和沟通内容的通道合适性。

沟通内容的通道无关性是指通过综合对比结果，可以发现总体上沟通对象与沟通内容分布显现出跨通道的固定模式。与家人、亲戚的沟通以学习和生活琐事为主；与同事的沟通内容以工作为主，其次是娱乐；与同学的沟通以学习和娱乐最为常见；与朋友的沟通以情感和娱乐为主，其次是生活琐事；与老师或领导的交流以学习和工作为主；与陌生人的沟通内容分布较平均。这说明与不同沟通对象与沟通内容分布与通道无关，而只与联系人类型有关。

沟通内容的通道合适性是指不同的 ICT 工具适宜沟通不同的内容。正如 Bryant 等人的研究表明，网络沟通相较起移动电话与面对面交流来说，不太适宜交流私人和亲密的内容^[4]。Mesch 表示，交流内容对选择面对面与线上交流两种沟通方式的影响显著^[5]。因此，与沟通对象在交流不同的内容时可能会选择不同的工具。即时性，正式性，文字表达和语音表达的特点，都是影响沟通内容的因素。综合对比，通过 QQ、SNS 的沟通内容以娱乐、生活琐事、休闲的沟通内容为主。通过 Email 的沟通内容以较为正式的内容为主。而与成年人群体不同的是，大学生通过移动电话的沟通内容多以较为亲密的话题为主，例如情感话题、生活琐事。综合可以得出结论，ICT 工具的沟通特点和普及率等与不同的沟通对象和沟通内容的分布有关。

（三）沟通体验对通道选择性与通道独立性的影响

在大学生们的社会沟通模式中，通道选择性和通道独立性均受沟通体验影响。对被试的 ICT 工具使用体验分析表明，通道独立性的传输内容和传输特点影响了通道选择性，具体体现为对选择通道的正向

或者负向使用体验。易用性和沟通性是影响 ICT 体验的最重要的两个因素。使用方便,操作简单、快捷是被试最常提及的原始关键词。这也与近几年用户体验领域所得出的结论相符,易用性是影响用户体验的重要因素。沟通性主要包括即时性,表达优势,信息量等内容,其中,即时性是最常被提及的因素。这说明在沟通过程中保持沟通的流畅性和良好的互动性会给用户带来积极的体验。相对的,若联系人不能即刻联系,就会产生较明显的负性体验。而被试的用户体验进一步导致对通道的选择性。

结合讨论可知,由于不同通道的沟通特点、用户群、易用性和花费等存在差异,会影响被试联系不同对象时的通道选择,同时影响所涉及的沟通内容。例如,由于 QQ 的体验包括即时性,普及率非常高,用户群以青年为主,且花费低,操作方便等,使得大学生多用其来与朋友和同学交流,内容多涉及娱乐与琐事,但同时其文字交流具有优势等正性体验,和不能保证联系人在线的负性体验,综合起来使得其沟通内容较少涉及正式的内容,因此很少用其与老师或领导沟通。与此相对,Email 具有即时性差,大学生的普及率相对低,操作相对略显不便,不能保证及时反馈等负性体验,但信件格式较为正式,一次性交流的信息量大等体验积极,综合导致其多用于较严肃事宜的沟通,主要联系人为同事与老师或领导。

五、结 论

ICT 的快速发展已经为社会沟通模式带来了深刻的变化,而杭州大学生由于所处城市和学校的具体情况,其社会沟通模式所受到的影响尤为明显。由本文的所得数据和分析可知,基于社会沟通模式的变化,杭州大学生在沟通中产生的认同感也在 ICT 时代表现出了新的特点。杭州大学生在社会沟通模式上的自我认同需求体现,主要是希望通过沟通来展示自我形象,充分表达自我想法,实现与他人的观念交换,从而形成一个连续性的完整的自我。同时也希望通过沟通进行自我创造、自我反思,从而最终建立起自我认同。

首先,这表现为社交圈的扩大。由 ICT 工具的联系人总数可以发现,QQ 与移动电话的联系人最多,普及率及使用频率最高。这说明大学生在日常生活中可接触的人更多,而地处省会城市的杭州大学生,由此进行的沟通也更丰富,由此为认同感的建立带来了新的变化。

其次是多种渠道强化了自我认同的程度。当前社会沟通模式中可使用的渠道很多,除了本研究所涉及的 QQ、SNS 等 5 种外,还包括博客,微博,飞信,MSN 等,由此增加了更多可以自我表达的途径。

再次,非及时通讯工具成为社会认同的新方式。本研究中,Email 是大学生已有社会沟通模式的主要通道。有别有通过行为、对话等传统的社会沟通模式。这是典型的非及时通讯,其最主要的特点是通过正式的信件格式一次性表达大量信息。而文字表达具有一定的掩饰性,且其非即时性的特点允许大学生可以斟酌遣词用句,从而对自己的表现进行一定的润饰。

参考文献:

- [1] Jeskanen Sundstr Öm H. ICT Statistics at the New Millennium—Developing Official Statistics—Measuring the Diffusion of ICT and its Impact [J]. *International Statistical Review*, 2003, 71 (1): 5–15.
- [2] Omotayo B O. A survey of Internet access and usage among undergraduates in an African university [J]. *The International Information & Library Review*, 2006, 38 (4): 215–224.
- [3] Hoffman D L, Novak T P, Schlosser A. The evolution of the digital divide: How gaps in Internet access may impact electronic commerce [J]. *Journal of Computer Mediated Communication*, 2000, 5 (3).
- [4] Alison Bryant J, Sanders Jackson A, Smallwood A M K. IMing, text messaging, and adolescent social networks [J]. *Journal of Computer Mediated Communication*, 2006, 11 (2): 577–592.
- [5] Mesch G S. Social context and communication channels choice among adolescents [J]. *Computers in Human Behavior*, 2009, 25 (1): 244–251.