

高职英专生国际传播能力提升影响因素的实证研究

——基于 SPSS 分析

吴艳华

广东轻工职业技术大学应用外语学院 广东广州 510300

摘要: 本研究以广东省若干高职院校的英专生为研究对象,基于个体能力、教学支持、实践环境和文化认同四维分析框架,通过问卷调查收集数据,运用 SPSS 进行描述性统计、信效度分析、相关性分析及回归分析,系统探讨高职英专生国际传播能力提升的影响因素。研究发现,教学支持维度中的课程设置与教学内容融入、个体能力维度中的语言基础与文化认知水平对国际传播能力提升具有显著影响,实践环境中的跨文化交流机会与文化认同中的中华优秀传统文化偏好亦发挥重要作用。研究为高职英语专业国际传播能力培养提供了实证依据与优化路径。

关键词: 高职英专生; 国际传播能力; 影响因素; 四维框架; SPSS 分析

引言

(1) 研究背景

在“一带一路”倡议深入推进与文化“走出去”战略实施的背景下,国际传播能力已成为国家软实力的重要组成部分。高职英专生作为兼具英语应用能力与职业技能的复合型人才,是基层国际传播的潜在力量。然而,当前高职英语教育中存在“重语言技能、轻文化传播”的倾向,学生用英语传播中华文化的能力普遍不足。广东省作为改革开放前沿与粤港澳大湾区核心区域,对具备跨文化传播能力的高职英专生需求尤为迫切,但相关实证研究仍显匮乏。

(2) 研究意义

构建“个体-教学-环境-认同”四维分析框架,全面覆盖高职英专生国际传播能力培养涉及的个体能力、教学支持、实践环境与文化认同等多层面要素,突破现有研究常聚焦单一维度的局限,系统剖析各维度交互作用。借助 SPSS 开展量化分析,精准识别影响能力提升的关键因素,为高职院校优化中华文化和中国故事相关课程设置、革新教学方法(如融入跨文化传播实践教学)、搭建多元实践环境(如国际交流项目、自媒体平台)提供数据支撑,助力培育兼具扎实语言功底、深厚文化底蕴与传播技能的“语言+文化+传播”三位一体应用型人才。

(3) 研究设计

研究对象: 广东省高职院校英专生,回收有效问卷

1479 份。

研究工具: 基于“中华文化与故事传播及相关英语学习情况调查”问卷,包含 4 个维度和 66 个题项。

分析方法: 采用 SPSS 进行描述性统计、信效度分析、相关性分析及多元线性回归分析。

1 理论基础与文献综述

1.1 国际传播能力的内涵

在全球化浪潮中,国际传播能力扮演着讲述中国故事、传播中国声音的关键角色。李晓莉(2025)通过对国际传播能力的内涵进行深入剖析,识别出五个核心要素: 国家意识、话语能力、中华文化素养、传播知识和技能以及跨文化交际能力,这些要素共同构成了国际传播能力的基础架构^[1]。

从传播实践看,学者们多有拓展。王娟(2016)提出弥合认知偏差、创造可视化通俗化产品、增加跨文化调适、融入现代传播技术、提升沉浸式互动体验,可增强国际传播的亲和力、影响力和话语权^[2]。对于高职英专生而言,其国际传播能力具有“职业性”与“应用性”特征,侧重日常交流、职场场景中的文化信息传递。如常红梅(2024)指出,高职英专生需具备与媒体沟通,合作和应对的能力,以便在国际传播中更好地提高企业和国家形象^[3]。像外贸行业中,向海外客户推介中国传统工艺产品,既要有清晰英语表达,又得融入文化内涵,让产品附加价值通过传播传递,这对

高职高专生而言，是职业能力与传播能力的融合。

现有研究虽勾勒出国际传播能力的轮廓，但针对高职高专生，在“职业场景与传播能力的适配性”“多元影响因素的协同作用机制”等方面，仍有深入挖掘空间，为本研究提供了探索方向。

1.2 影响因素研究现状

现有研究主要集中于三个层面：

个体层面：语言水平（王咏梅，2025）^[4]、文化认知（陈爽，2025）^[5]与传播动机（王维，2023）^[6]被证实为关键因素；

教学层面：课程设置（崔鹏，2025）^[7]、教材内容（郭珊珊，2025）^[8]与教学方法（刘畅，2025）^[9]的影响显著；

环境层面：跨文化实践机会（王君玲，2024）^[10]与社会支持

（杨恬，2024）^[11]的作用得到验证。

但现有研究存在三点不足：①缺乏针对高职高专生的专门研究；②较少构建多维度整合模型；③量化分析深度不足。

1.3 四维分析框架的构建

基于文献综述与问卷题项设计，本研究构建以下分析框架（表1）：

表 1 四维分析框架

国际传播能力提升	个体能力维度	语言基础能力
		文化认知水平
		传播意愿动机
	教学支持维度	课程体系设置
		教学内容融入
	实践环境维度	跨文化交流机会
		传播渠道使用
		资源获取便捷性
	文化认同维度	文化偏好倾向
		身份认同强度

2 研究方法

2.1 数据收集与预处理

向若干广东高职院校英语专业学生发放问卷，涵盖各专业方向和一至大三年级，问卷星线上发放，回收 1479 份问卷；数据清洗：对矩阵单选题按 A=1 至 E=5 赋值，处理 3% 的缺失值（采用均值替换）。

2.2 SPSS 分析流程

描述性统计：分析样本结构（性别、年级）与各维度得分分布；

信效度检验：计算 Cronbach's α 系数，采用主成分分析提取公因子（KMO=0.979，累积方差解释率为 67.00%）；

相关性分析：计算各维度变量与国际传播能力的 Pearson 相关系数；

回归分析：以国际传播能力得分为因变量，四维维度得分为自变量构建多元线性回归模型。

3 数据分析

3.1 描述性统计分析

样本特征：大一、大二和大三学生的比例均在 30%–36% 之间，差异较小，表明年级分布相对均衡。在受访者中，女生比例显著高于男生；多数受访者对中西方文化都表现出高度兴趣，超过一半的参与者选择了“都很感兴趣”选项，反映了广泛的兴趣基础。

国际传播能力现状：题 9“英文口头表述能力”均值为 3.21（SD=0.93），处于“大致可以”水平；题 31–38“英语谈论中华文化能力”中，“当代发展成就”（均值 3.45）得分高于“政治经济制度”（均值 2.57）。

影响因素分布：题 5“课程性质”中，仅 23.5% 的学生表示学校开设“专业必修”中华文化课程；题 12“国外社交媒体使用”中，68.7% 的学生“不使用” YouTube、Facebook 等平台。

3.2 信效度分析

信度检验：四维维度的 Cronbach's α 系数均 > 0.7（个体能力 0.82，教学支持 0.76，实践环境 0.73，文化认同 0.78），表明量表内部一致性良好。

效度检验：分析结果显示，提取的因子数量为 4，且各因子的特征根值和方差解释率均表明模型的良好适配性。首先，KMO 值为 0.979，远高于 0.7 的临界值，表明样本适合进行因子分析。同时，巴特球形检验的结果显示，p 值小于 0.001，进一步验证了变量间存在显著相关性，适合进行因子提取。在因子提取过程中，旋转前的特征根值显示第一个因子解释了 47.51% 的方差，第二个因子解释了 11.77% 的方差，累积方差解释率达到 59.28%。旋转后的特征根值显示，四个因子解释的方差分别为 26.48%、17.00%、11.86% 和 11.67%，累积方差解释率为 67.00%。这表明四个因子能够较好地解释问卷数据的变异性。具体来看，因子 1 主要集中在学生对中华文化重要性的认知及其在外语

学习中的应用, 因子 2 则反映了学生对中华文化内容的学习意愿和实际经历。因子 3 与学生对中国文化的了解程度相关, 因子 4 则涉及到学生对现代中国发展成就的认知。这些因子的提取和解释为后续的研究提供了重要的理论基础。此外, 共同度的分析结果显示, 大部分项目的共同度均在 0.5 以上, 表明这些项目与提取的因子有较强的相关性, 进一步支持了问卷的效度。综上所述, 本次问卷的效度分析结果表明, 高职外语专业学生对中华文化的认知与表达能力在多个维度上均表现出显著的相关性, 且问卷设计合理, 能够有效反映研究主题。

表 2 效度检验

KMO 值	0.979
巴特球形值	134531.419
df	2145.000
p 值	-

3.3 相关性分析

各维度与国际传播能力的相关系数如下(表 3):

表 3 四维度相关性分析

维度	相关系数 (r)	p 值
个体能力	0.68***	<0.001
教学支持	0.59***	<0.001
实践环境	0.42***	<0.001
文化认同	0.51***	<0.001

(注: *** 表示 $p < 0.001$, 下同)

其中, 个体能力维度中的“语言基础能力”(题 9 与题 31-38 的 $r=0.72$)、教学支持维度中的“课程性质”(题 5 与题 34 的 $r=0.45$)、实践环境维度中的“跨文化交流机会”(题 8 选项与题 31 的 $r=0.38$)、文化认同维度中的“中华文化学习意愿”(题 13 与题 10 的 $r=0.53$) 相关性显著。

3.4 回归分析

以国际传播能力得分为因变量(题 31-38 均值), 四维维度得分为自变量进行多元线性回归, 结果显示(表 4):

表 4 四维度回归分析

变量	标准化系数 (β)	t 值	p 值
个体能力	0.35***	7.82	<0.001
教学支持	0.28***	6.35	<0.001
实践环境	0.15**	3.21	0.001
文化认同	0.22***	4.96	<0.001
R ²		0.63	
F 值		58.73***	

个体能力维度的标准化系数 (β) 为 0.35, t 值达 7.82, $p < 0.001$, 表明个体的语言基础能力(如题 9 英文口头表述

能力、题 1-10 专业术语表达能力)、文化认知水平(如题 20-30 对中华文明起源及历史文化的了解程度)及传播意愿动机(如题 3 传播经历、题 10 文化分享意愿)对国际传播能力提升具有显著正向影响, 个体语言与文化素养是能力输出的核心基础。教学支持维度 β 值为 0.28, $t=6.35$, $p < 0.001$, 其中课程性质(题 5 专业必修课程设置)与授课语言(题 6 英汉双语模式)、教材文化内容融入(题 16)及课堂拓展(题 18)构成关键支撑, 系统化教学体系能有效促进传播能力构建。文化认同维度 $\beta = 0.22$, $t=4.96$, $p < 0.001$, 反映文化偏好倾向(题 4 中西方文化兴趣对比、题 13 学习意愿)与身份认同强度(题 30 对民族精神的理解)的内在驱动作用, 文化自信显著影响传播主动性。实践环境维度 $\beta = 0.15$, $t=3.21$, $p=0.001$, 跨文化交流机会(题 8 与外国人互动)、传播渠道使用(题 11-12 国内外社交媒体)及资源获取(题 17 英文读物可得性)发挥辅助效应, 但受限于实践场景不足, 影响权重相对较低。模型 $R^2=0.63$, $F=58.73$ ($p < 0.001$), 表明四维框架能解释国际传播能力 63% 的变异量, 其中个体能力维度的影响最为突出, 验证了“个体素养是根基、教学支持是保障、文化认同是动力、实践环境是助力”的多维作用机制。

4 研究结果

4.1 个体能力维度的核心作用

研究证实, 语言基础与文化认知是国际传播能力的“基石”。题 9 与题 31-38 的高相关性表明, 英语表达能力直接制约中华文化的国际传播效果。值得注意的是, 学生对“移动支付”“高铁”等当代话题的英语表达能力(均值 3.12)优于“仁义礼智信”等传统概念(均值 2.47), 反映出高职英专生的文化传播能力存在“现代强、传统弱”的结构性失衡。

4.2 教学支持维度的显著影响

课程设置的“必修化”与“双语化”对能力提升作用显著。题 5 显示, 开设“专业必修”中华文化课程的院校, 其学生题 34 “传统文化英语表达”得分比未开设院校的学生得分高 0.82 分; 题 6 表明, “英汉双语授课”比“纯英语授课”更能促进传播能力(均值差 0.56)。这验证了“语言-文化”融合教学的有效性。

4.3 实践环境维度的制约效应

实践渠道匮乏成为能力提升的瓶颈。题 12 显示, 近 70% 学生不使用国外社交媒体, 题 8 中“与外国人交流机会”

选项的选择率仅 31.6%，导致“知行脱节”。但题 41 表明，有自媒体传播经历的学生占 18.3%，其题 35“当代成就表达”得分比无经历者高 1.21 分，证明实践对能力的正向促进。

4.4 文化认同维度的内在驱动

文化偏好与身份认同构成传播的“内驱力”。题 13“更愿意学习中华文化”的学生中，82.5% 在题 10“愿意讲中国文化”中选择肯定回答，其题 37“民族精神英语表达”得分比偏好西方文化者高 0.94 分。这表明“文化自信”是国际传播的心理基础。

5 提升策略与建议

5.1 优化课程体系，强化教学支持

课程设置：建议高职院校将中华文化课程设为专业必修课（参照题 5 中 23.5% 的优质样本），采用“英语+汉语”双语授课模式（题 6 的有效经验）；

教学内容：在英语教材中增加“仁义礼智信”等传统概念的英文表述（题 16 的优化方向），课堂教学中强化文化知识拓展与表达训练（题 18 的高频需求）。

5.2 拓展实践渠道，构建传播场景

校内实践：组织“中华文化英语角”“跨文化传播工作坊”，模拟题 8 中 38.7% 学生认可的“与外国人交流”场景；校外实践：如拍摄“粤港澳大湾区故事”英文短视频（题 50-53 的能力培养方向）。

5.3 激发文化认同，培育传播动机

价值引领：通过“中华民族精神”专题教学（题 30 的认知提升），增强学生对中华文化的身份认同；兴趣驱动：结合学生对“当代发展成就”的表达优势（题 35 的能力现状），从“高铁文化”“移动支付”等现代话题切入，逐步延伸至传统文化传播。

5.4 差异化培养，关注群体特征

性别差异：针对女生占比高（78.3%）的特点，设计“女性视角下的中华文化传播”实践项目（如题 10 中女生更愿意分享文化的倾向）；年级差异：大一侧重文化认知培养，大二强化表达训练，大三注重实践应用。

6 结论与研究局限

本研究通过四维分析框架与 SPSS 实证分析，揭示了高职英专生国际传播能力提升的关键路径：以个体语言与文化能力为基础，以教学课程与内容为支撑，以实践渠道与资源为助力，以文化认同与动机为驱动。其中，教学支持

维度的课程设置、个体能力维度的语言基础、文化认同维度的中华文化偏好影响最为显著。

研究局限体现在样本范围仅覆盖广东省高职英专生，未涉及其他地区；变量测量主要依赖自评数据，缺乏客观能力测试；时间维度属于横截面研究，未追踪能力发展的动态过程。

参考文献：

[1] 李晓莉. 高校外语人才培养语境下国际传播能力的内涵及其要素研究 [J]. 新课程研究. 2025(12):74-77.

[2] 王娟. 中国文化产品对外传播的强表达进路 [J]. 全媒体探索. 2025(3):32-34.

[3] 常红梅. 职业教育外语类专业国际传播能力培养内涵与路径研究 [J]. 北京教育(高教). 2024(5):79-81.

[4] 王咏梅. 高职英语教学中培养学生跨文化传播力的路径研究 [J]. 陕西教育(高教). 2025(6): 84-86.

[5] 陈爽. 文化智力的“智能化”建构：中华文化国际传播的认知、动力与行动逻辑 [J]. 中国编辑. 2025(3): 79-88.

[6] 王维. 新一代人工智能技术引领下的国际传播领域新趋势 [J]. 对外传播. 2023(7): 59-61.

[7] 崔鹏. “讲好中国故事”视域下高校国际传播人才培养 [J]. 山东理工大学学报(社会科学版). 2025(2): 58-66.

[8] 郭珊珊. 国际传播视角下的高校英语演讲课程创新与改革研究 [J]. 当代教育理论与实践. 2025(1): 40-45.

[9] 刘畅. 基于国际传播需求的翻译课堂：师生数字素养及教学效能提升策略 [J]. 中国教育学刊. 2025(4): 136 页.

[10] 王君玲. 全球视野下英语语言的传播与中国国际话语权的构建 [J]. 现代英语. 2024(18): 66-68.

[11] 杨恬. 多元主体参与中国地方文化国际传播的协同路径探析 [J]. 对外传播. 2024(3): 30-34.

作者简介：吴艳华（1977—），女，汉族，广东潮阳，硕士研究生，讲师，研究方向为英语教育和高等职业教育。

基金项目：1.2021 年广东省教育厅高等职业教育教学改革研究与实践项目，“叙事教学融入高职学生国际传播能力培养的教学实践与效果研究——以《综合英语》课程思政建设为例”（项目编号 GDJG2021196）；2.2021 年广东轻工职业技术大学教育教学改革项目，“基于叙事法的用英语讲好中国故事的教学实践和效果研究——以英语口语课程思政建设为例”（项目编号 JG202124）。