

# 中国留学生微信公众号传播中的文化差异与对策

魏亿祺

吉林外国语大学国际传媒学院, 吉林 长春

收稿日期: 2023年11月10日; 录用日期: 2023年12月7日; 发布日期: 2023年12月18日

## 摘要

微信公众号作为中国新媒体的代表之一, 已经成为一个重要的信息传播平台。随着全球化进程的加快, 越来越多的中国学生选择出国留学, 他们在国外接受到不同文化的熏陶, 形成了独特的思维方式、行为习惯以及兴趣爱好。国外的中国留学生对国内的时事比较关注且相对于国内的大学生反而更容易发出自己的声音, 这些文化差异对微信公众号的运营和内容创作带来了挑战。因此, 以大学生为受众的微信公众号, 在进行文化传播时需要考虑到中国留学生的文化差异, 才能获得受众的喜爱, 提高传播效果。本文首先分析了中国留学生与国内受众之间的文化差异, 对微信公众号传播的影响。接着, 提出了处理包括语言沟通、内容定位以及文化适应等方面的中国留学生文化差异的有效策略。希望通过本文的分析, 为微信公众号处理文化差异提供参考。

## 关键词

微信公众号, 传播, 中国留学生, 文化差异

## Cultural Differences and Countermeasures in WeChat Official Accounts Platform for Chinese Students Studying Abroad

Yiqi Wei

School of International Communication, Jilin International Studies University, Changchun Jilin

Received: Nov. 10<sup>th</sup>, 2023; accepted: Dec. 7<sup>th</sup>, 2023; published: Dec. 18<sup>th</sup>, 2023

## Abstract

As one of the representatives of China's new media, WeChat official accounts platform has become

an important information dissemination platform. With the acceleration of globalization, more and more Chinese students choose to study abroad, where they are influenced by different cultures and form unique ways of thinking, behavioral habits and interests. Chinese overseas students are more concerned about current affairs in China and are more likely to express their own voices than college students in China, and these cultural differences bring challenges to the operation and content creation of WeChat official accounts platform. Therefore, WeChat official accounts platform with college students as their audience needs to take into account the cultural differences of Chinese students in their cultural communication in order to gain the popularity of the audience and improve the communication effect. This paper first analyzes the impact of cultural differences between international students and domestic audiences on WeChat official accounts platform. Then, it proposes effective strategies to deal with the cultural differences of international students including language communication, content positioning and cultural adaptation. It is hoped that the analysis in this paper will provide a reference for WeChat official accounts platform to deal with cultural differences.

## Keywords

WeChat Official Accounts Platform, Communication, Chinese Students Studying Abroad, Cultural Difference

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

随着全球化的推进和中国留学生人数的增加，到国外学习的中国学生规模越来越大。中国留学生不再是小众人称，而是一个规模庞大的群体。因此，中国留学生也越来越受到各个行业的重视。微信公众号作为传播信息的工具，必须考虑到每一个受众群体，自然更不能忽略掉中国留学生这一庞大的用户群体，在进行信息传播时不得不考虑不同学生之间的文化差异。只有处理好中国留学生与国内受众的文化差异，才能够更好地提高传播效率，达到微信公众号信息传播、企业盈利等具体的目标，但是很多微信公众号的运营者并没有意识到自己需要处理文化差异或者不知道如何处理，导致公众号的运营迟迟无法取得成效。通过本文的研究，可以为微信公众号处理中国留学生的文化差异提供具体途径，帮助微信公众号的运营者更好地获得用户喜爱，提升传播效率。

## 2. 相关概念

### 2.1. 微信公众号传播特点

微信公众号是腾讯公司推出的一款集消息推送、品牌传播、分享功能于一体信息生产、集聚、分发平台。个人或者企业为了实现与特定用户群体的文字、图片、语言、语音、视频等全方位的沟通和互动，都可以在微信公众平台申请应用账号。目前的微信公众号主要分为两种：一种是订阅号，另外一种和服务号。订阅号可以为媒体和个人之间提供新的信息传播方式，构建与读者之间的新型的效率更高的沟通和管理模式；服务号可以帮助企业和组织提供强大的业务服务与用户管理，帮助企业更好地完成用户服务和内部管理。

微信公众号传播具有社交性强、多媒体丰富、传播速度快、定向推送、商业化运营等一些特点。由

于微信是一个社交平台，用户通过微信公众号可以与其他用户进行互动，通过微信朋友圈和好友分享，公众号的内容可以迅速传播。此外，微信公众号支持图文、音频、视频等多种形式的内容发布，使得信息更生动、更具吸引力。也可以通过定向推送功能，根据用户的兴趣和行为进行个性化的信息推送，提高内容的精准度和用户满意度。同时，微信公众号不仅是信息传播的平台，也是商业化运营的工具。通过公众号可以进行商品推广、广告投放、粉丝运营等，实现商业价值[1]。

## 2.2. 中国留学生对微信公众号的依赖性

中国留学生虽然离开了中国，但对国内的新闻、时事政治都非常关注[2]。中国留学生身处异国他乡，可以获取国内一手信息的渠道非常有限，而微信公众号依靠纵向人际传播形成的信息覆盖面，让中国留学生可以在国外也能够获取自己关心的国内信息。同时，随着越来越多的企业和职能部门通过微信公众号发布信息，提供公共服务，中国留学生在处理国内事务时通过微信公众号的渠道更加的便捷。因此，在国外的中国留学生对微信公众号的使用频率非常高，有较大的依赖性。据统计，有 78% 的中国留学生需要通过微信公众号获取信息，习惯使用微信公众号来获取想要的信息、处理国内相关事务等。

## 3. 中国留学生与国内受众的文化差异

### 3.1. 语言和表达方式的差异

语言是社会的产物，是人类历史和文化的结晶。它凝聚着一个民族世代相传的社会意识、历史意识、风俗习惯等各方面人类社会所有的特征，不同的文化背景和文化传统使不同的国家在语言结构、词汇意义上都有很大的差异[3]。我国的语言系统博大精深，存在大量的多义词，具有较高的概括性和综合性，势必造成表义的模糊。而印欧语系的多义词非常少，文字的表义精确性比较高。西方国家表达方式整体比较直接、简洁，人与人之间沟通交往非常外向，善于用语言表达；而中国的传统文化是委婉的、含蓄的，讲求“意会”，有的时候会用一些比较有深意的语言，需要仔细揣摩的语言表达情感。比如朱自清的《背影》，文中描绘了父亲过铁轨买橘子的情景，尽管“爱”字从未出现，但读者却从中感受到了一位父亲的爱，这些差异就导致中国留学生的不适应，无法正确接收到信息的真正内容，可能造成的传播障碍以及理解上的困难。

### 3.2. 价值观和思维模式的差异

据统计，到国外留学的中国学生中，有超过 70% 的学生留学目的地是欧美。以欧美为例，欧美国家的人崇尚自由、坚持自我，享受当下的生活，在人际交往的过程中更重视隐私和尊重彼此，保持应有的边界感，中国留学生在国外生活的过程中，会逐渐适应东道国的文化，思想上更加独立、自我，个人主义逐渐觉醒。但是我国的传统文化讲究的乐于助人、努力奋斗、团结协作，集体为上这与国外的文化相差甚远。不同的文化背景下生活的人价值观和思维模式都会有很大差异，比如新冠疫情爆发期间，我国民众都积极配合各级政府，非必要不外出，严防死守抗击病毒，为集体利益作出自己的贡献；而西方国家个人主义盛行，民众并不愿意为了社会和国家去牺牲自身的自由，疫情期间很多人甚至不愿意戴上口罩，西方的个人主义与我国的集体主义形成了极为鲜明的对比[4]。

### 3.3. 文化习俗和符号的差异

不同的文化背景下的人会因为文化差异而有不同的文化习俗和符号，以最常见的几个颜色符号为例。红色在中国的历史文化中常常与喜事连在一起，代表着喜庆和吉祥，看到红色就寓意着顺利和成功，比如“开门红”、“满堂红”等；但是在西方文化中，红色多有贬义色彩，象征着“暴力”和“犯罪”。

白色在中国象征着悼念和恐怖，人们也会把白色同带有贬义的事物联系起来比如“白眼狼”、“吃白食”等；但是在西方的文化中，白色象征的是纯洁、神圣，颜色符号背后的意义相差甚远。长期生活在国外的中国留学生，会被动地接受东道国社会主流文化的熏陶，同时为了更好地融入到东道国的社会中，更好地与周围人相处，中国留学生还会主动去了解东道国的文化，产生文化适应效应，逐渐接受东道国的文化，一些文化习俗和符号也会随之改变。

## 4. 中国留学生与国内受众的文化差异对微信公众号传播的影响

### 4.1. 对微信公众号内容的影响

中国留学生与国内学生之间存在着显著的语言和表达方式的差异，对微信公众号的内容传播产生了深远的影响。中国留学生更倾向于使用英语或其他外语来表达自己的观点，而国内学生则更自然地使用中文。这种语言的差异直接影响了微信公众号内容的准确传达；中国留学生和国内学生在生活方式和消费习惯上可能存在一些差异，这可能会影响到公众号内容中与生活、消费相关的信息的传播效果。此外，还需要留意中外文化差异可能带来的表达误解，以确保内容不会因为语言的不当使用而引起不必要的误解。

### 4.2. 对微信公众号话题的影响

由于中外文化背景的不同，中国留学生与国内学生在关注的话题上存在差异，一定程度影响微信公众号内容吸引程度。例如，许多中国留学生对于一些国际热点、国际组织、跨文化交流等话题可能更感兴趣，而国内学生则更关注国内时事和本土文化[5]。对于一些敏感的社会、政治或文化议题，中国留学生可能持有更加开放、国际化的观点，而国内学生可能受到国家、地域文化的影响，持有不同的看法。在公众号内容的制定中，需要谨慎处理这些敏感话题，避免引发不必要的争议，确保内容不会因为价值观差异而产生负面效果。

### 4.3. 对微信公众号传播性的影响

中国留学生和国内学生的社交圈子有所不同，对微信公众号内容的传播渠道和推送策略产生了影响。远在海外的中国留学生更依赖微信作为社交媒体与国外朋友和家人保持联系，而国内学生则有微信、微博、电话等多种选择，更倾向于与同学和国内社交圈子的互动。运营微信公众号时，需根据目标受众的特点调整内容策略，如面向中国留学生可针对性增加社交互动性，设立投票、问答环节等，提高内容的参与度，促进留学生积极参与。

## 5. 处理中国留学生与国内受众文化差异的有效策略

中国留学生与国内受众之间的文化差异给微信公众号的信息传播带来了较大的负面影响。首先，影响公众号的传播效率，无法获得中国留学生认可的公众号必然无法获得较多的粉丝量和阅读量，降低公众号信息的传播效率。其次，降低信息的传播质量，不对文化差异进行合理方式处理的内容会因为无法获得中国留学生的认可而无法完成内容的输出。针对这种情况，微信公众号的运营者必须采取适当的策略来处理中国留学生的文化差异，更好地完成信息传播。

### 5.1. 适应中国留学生表达差异

公众号的内容作为“碎片化阅读”的一部汉语言文学方面的教学其实包含多个不同的小分支，如现代汉语、古代汉语以及现当代文学等都属于汉语言文学的教学范畴。由此就可以看出，在日常教学中教

师应该对与汉语言文学相关的多方面知识进行延伸,比如说文学典故、文学历史、作者简介、文学作品的创作背景等。只有学生对这些信息都有了足够清晰地了解,学生对于汉语言文学的理解才能更进一步。教师在教学中理应利用自己的知识储备、图书馆的资料以及网络文献等来帮助学生了解这些拓展内容,从而增加学生的见识,提升汉语言文学教学的广度。但在实际的汉语言文学教学中,教师显然更加注重对于课本知识的讲解,将知识讲得更深一些,而不是合理地利用教学资源来开阔学生的眼界,使学生更加地了解汉语言文学在当前时代的应用,以至于学生对汉语言文学的认知还不够全面。

大部分受众是利用生活中一些碎片化的时间来阅读的,因此必须做到简单易懂且个性鲜明。首先,内容的表达要简单易懂。以图文并茂的方式完成内容的输出,同时避免出现俚语或者晦涩难懂的表达方式。要做到这一点,就要树立“读者”意识。要站在读者的角度,考虑读者的文化背景能不能很好地理解文章所要表达的意思,不能让留学生群体觉得公众号输出的内容难以理解。其次,文字表达要有深度、有温度、有态度。对于远在祖国之外的中国留学生来说,带有浓厚家乡色彩的表达形式无疑会勾起他们内心的情感,会让身在异国他乡的学子们感受到“乡味”。和用户建立起情感连接,也会增加用户粘性。同时,可以选择加入注释,对于一些地域文化属性较强的表达,要添加注释,让不同文化背景的读者都能够领会到内容所要表达的意义。

## 5.2. 适应中国留学生思维差异

每个公众号都有自己的目标受众,以中国留学生为目标受众的公众号运营者应当明确自身定位,深刻把握受众的文化特点。首先,要对目标受众所处的文化环境进行分析,包括所生活国家的主流价值观、宗教文化等;充分掌握相关的语言语义,包括俚语、各种文化等;深刻了解文化习俗和符号,尤其是中西方的文化差异。其次,在了解受众文化背景的基础上,了解留学生群体的文化适应现状。通过大数据对受众群体进行调查分析,了解目标留学生目前的文化属性,是否完全适应和接受东道国文化,有了完全的文化差异;还是实现了两种文化的跨文化融合,在保留自身文化属性的基础上吸收了东道国的部分文化习俗。最后,明确受众所能够接受的语言形式、文化符号等,并且经过不断的进行内容的输出,数据反馈及内容调整,更好地被受众所接受。

## 5.3. 做好内容定位和创新

定好方向,方得观众。在做公众号的内容选择时,必须要做好账号的定位。敏锐洞察目标群体的需求,根据用户需求制定内容方向。首先,要选择中国留学生经常关注的信息,并且针对一个领域纵向深耕,比如中国留学生比较关注的国内就业情况。中国留学生因为生活在国外,无法对国内的就业情况有直接的认知,获取就业信息的渠道有限,因此针对就业情况分析的公众号就非常具有吸引力,同时由于留学生多数想要到一线城市就业,且中国留学生普遍对生活环境、工作过程中的人文环境关注较多,公众号就可以更新大城市的工作行情、外企和国企的工作关系分析、最新的休假政策等,甚至可以专门定位为北京或者上海,更精准地吸引中国留学生群体[6]。其次,文章的内容可以保持适度的娱乐性。在展示专业素养的同时,采用轻松诙谐的语言,满足用户浏览文章的放松需求,同时可以定期增加一些互动类的文章或活动,互动形式多种多样,可以是粉丝投票、知识问答、在线课程,或是一些有奖游戏,有效增进企业与用户的了解与信任,帮助企业了解用户需求,从而更好地提升自己的服务。

## 6. 总结

中国留学生与国内民众因为生活在不同的文化背景下,受到不同社会主流价值观的影响,因此在较多的方面都存在文化差异。例如语言表达、文化符号和思维方式等。微信公众号作为中国留学生高度依

赖的信息传播平台, 在进行信息传播时必须牢牢把握中国留学生群体的文化适应和文化融合现状, 了解中国留学生所处国家的文化特点, 通过采取合适的策略, 如语言沟通的改善、内容定位, 有效提高中国留学生对于公众号的关注度和参与度, 同时还需考虑每个中国留学生的个体差异性。

中国留学生的文化差异对微信公众号的文化传播提出了新的挑战 and 机遇。通过更好地满足他们的需求, 微信公众号可以促进跨文化交流, 加强中国留学生与国内的联系, 并提高文化传播效果。同时, 这也有助于拓宽中国大学生的视野, 增进他们对多元文化的理解。因此, 微信公众号在文化传播中的角色至关重要, 应充分认识并适应这一特殊受众的需求。

## 参考文献

- [1] 杨丽雅, 安妮. 全媒体传播体系建构策略研究——以“浙江宣传”微信公众号为例[J]. 传媒论坛, 2023, 6(17): 30-33.
- [2] 韩婧怡. 微信公众号在小学心理健康教育中的应用——以心理韧性的培养为例[J]. 中小学心理健康教育, 2023(26): 65-67.
- [3] 宋淑英. 浅析信息传递的发展历程[J]. 采写编, 2023(8): 175-177.
- [4] 刘阳阳, 刘俊升, 马莉, 成丹丹, 金一兰, 张怡赫. 来华留学生文化适应压力与孤独感的关系: 中介和调节模型[J]. 教育生物学杂志, 2023, 11(4): 303-309.
- [5] 李大鹏, 刘显含. 跨文化适应障碍成因及适应途径研究[J]. 边疆经济与文化, 2023(7): 127-130.
- [6] 杨茜. 新媒体时代传播研究的社会科学范式研究[J]. 新闻研究导刊, 2023, 14(14): 17-19.