

社交媒体的使用对中国高中生英语口语的影响

翟健

新东方教育科技集团山东省域人力资源部企业文化中心, 山东 济南

收稿日期: 2023年4月10日; 录用日期: 2023年5月12日; 发布日期: 2023年5月30日

摘要

社交媒体已经成为人们娱乐和休闲的重要平台, 用户可以使用社交媒体来聊天、购物、展示自己和获取知识。社交媒体突破了时间和空间的限制, 使全球不同国家的人们能够随时进行交流, 这也使得外语学习和练习变得更加便利, 比如社交媒体提供了语言运用的真实场景, 增强了外语学习者的语言运用能力。然而, 社交媒体在外语学习方面的影响并非都是积极的, 使用社交媒体学习外语的弊端也很明显, 例如社交媒体中存在的未经证实的知识, 以及可能会导致外语学习者口音被误导的口语学习资源。为了研究社交媒体对中国高中生英语口语的影响, 本研究采用实验法进行探索。通过实验设计和数据收集来了解社交媒体的使用对英语口语产生的影响。此外, 本研究还进一步探索了如何正确地利用社交媒体来辅助英语口语学习。

关键词

社交媒体, 中国高中, 英语口语, 高中生

The Impact of Social Media on Chinese High School Students' English Oral Proficiency

Jian Zhai

Corporate Culture Center of Shandong Provincial Human Resources Department of New Oriental Education & Technology Group, Jinan Shandong

Received: Apr. 10th, 2023; accepted: May 12th, 2023; published: May 30th, 2023

Abstract

Social media has become a significant platform for entertainment and leisure, offering users opportunities for chatting, shopping, self-expression, and knowledge acquisition. It transcends the constraints of time and space, enabling people from different countries to communicate at any

time. This convenience has also made foreign language learning and practice more accessible. For instance, social media provides opportunities for authentic language use and enhances learners' language proficiency. However, the impact of social media on foreign language learning is not always positive, as it may contain unverified misinformation and potentially lead to issues with achieving native-like pronunciation for language learners. In order to examine the influence of social media on the English oral proficiency of Chinese high school students, this study employs an experimental approach. Through experimental design and data collection, the study aims to understand the effects of social media usage on English oral skills. Additionally, this research also explored effective ways to utilize social media for supporting English language learning.

Keywords

Social Media, High School in China, Oral English, High School Students

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

社交媒体的发展正不断更新着我们的日常生活，包括信息传递、知识交流和文化传播等方面[1]。如今，全球有 29.5 亿社交媒体用户，社交媒体的获得与使用也越来越容易，吸引着无数年轻人把社交媒体作为主要的沟通交流方式[2]。在过去的十几年间，社交媒体的发展变化也为外语学习带来了许多革命性的方[3] [4]。

外语学习是一个非常漫长的过程，在这个过程中，外语学习者需要慢慢去了解新的语言知识、熟悉新的语言规则，同时还需要不断去寻求语言使用的机会，与同学和老师不断进行互动，通过及时的学习反馈来巩固现阶段的学习效果，达成现阶段学习效果之后才可以进入到下一阶段的学习。然而，社交媒体平台的发展可以使得外语学习更加具有趣味性，外语学习者可以使用社交媒体来获取各种各样的外语学习资源，也可以获得文化交流的机会，更重要的是社交媒体可以为外语学习者提供使用外语交流的真实场景[5] [6] [7] [8] [9]。

在社交媒体平台上，外语学习者可以不受时间和地点限制地进行学习合作、知识分享和问题讨论，同时，社交媒体上还有无数以经验为基础的学习材料，这些都可以很好地帮助外语学习者习得外语，并更好地理解相关外语背后的文化[10]。

从外语学习的具体环节来看，在社交媒体中，外语学习者可以通过状态更新、评论、即时消息、邮件和博客文章等来练习写作。社交媒体上好友发布的新动态也可以激发外语学习者的阅读兴趣，这大大增加了外语学习者主动阅读的动机[11]。社交媒体的用户录制一些音频或者视频进行上传的过程可以帮助外语学习者进行口语的练习，社交媒体上的音视频资源也是很好的听力练习材料，此外，社交媒体的即时通讯功能还可以帮助外语学习者进行即时的对话练习，在与母语人士的通话中提高听口能力[12] [13]。

社交媒体对外语学习的影响也不一直都是积极正面的，在社交媒体中的外语学习资源也会出现一些语法、发音甚至是拼写错误，同时还会遇到一些发音不够纯正的母语人士，这些错误资源和不够专业的母语人士都会对外语学习者产生很大的负面影响。所以，对于社交媒体的使用，必须得到各方的规范与支持，比如，专业的工作室可以帮助外语学习者来遴选恰当且适合的社交媒体资源，政策制定者可以通过制定一系列的规定来规范用于外语学习的社交媒体资源，这样才能够使得外语学习者更加充分且准确

地使用社交媒体来辅助外语学习[14]。

2. 研究假设

社交媒体的使用对中国高中生英语口语有积极影响。

社交媒体中充斥着世界各国用户发布的信息，英语为母语的用户发布出来的信息可以成为中国高中生学习英语的资源，中国高中生也可以与英语为母语的用户通过社交媒体进行即时聊天，这种形式可以锻炼中国高中生的英语口语表达能力，从这些方面来看，社交媒体可以从内容和形式两方面对中国高中生的英语口语产生积极影响，但内容是否准确以及形式是否恰当又让社交媒体在中国高中生英语口语方面的影响保守质疑，所以此次研究需要重点验证的假设就是社交媒体的使用对中国高中生英语口语有积极影响。

3. 方法

3.1. 参与者

本次研究采用实验法，选择正在学习托福的 15 名中国高中生作为实验参与者，所有参与者的母语都是中文，且第二语言都是英语，目前的托福口语分数小分在 2.8~3.1 分之间(托福口语分数小分满分为 4.0 分)；这 15 名高中生均来自于本地高中国际班，其作息时间基本保持一致。

3.2. 分组

通过随机分组将 15 名学生分成 A、B、C 三组，每组 5 名学生。

3.3. 实验工具与设备

15 名学生均持有可以上网的智能手机，且其智能手机上面均装备了社交媒体，比如微博、微信、Bilibili 以及线上即时聊天工具等。

3.4. 测试材料

使用“新东方托福 Pro”APP 中的口语评分功能，随机选择套题中的 Task 1 作为测试内容，得出总分(见图 1)，满分 4.0 分，分数精确到小数点后 1 位；以及各技能点得分(见图 2)，每个技能点满分 4.0 分，分数精确到小数点后 1 位。

测试得分式样如下：



Figure 1. Oral English score

图 1. 口语总分



Figure 2. Skill score
图 2. 技能点得分

3.5. 实验设计

A 组作为对照组，所有的学习和生活习惯都保持不变。

B 组同学在原有的学习和生活习惯中加入一项强制变化：在实验期间，必须保证每天使用社交媒体至少一小时，且社交媒体的内容必须是英语，比如可以看 B 站的英语学习视频，也可以使用社交媒体与母语为英语的好友聊天。

C 组同学在原有的学习和生活习惯中加入一项强制变化：在实验期间，每天晚上的九点到九点半观看 B 站 APP 中“哔哩哔哩纪录片”用户发布的英文纪录片，并且在观看过程中要用英语发布至少 3 条弹幕；每天晚上的九点半到十点使用微信或其他即时聊天工具与英语为母语的好友聊天。纪录片观看或聊天任务只要有一天中断任何一项任务，都视为退出该实验。

该实验持续四周时间，实验开始前，使用“新东方托福 Pro”APP 中的口语评分功能对每一组的每一位学生进行测试，得出原始分数；然后每两周进行一个测试，确保每个同学分到的测试题目都跟之前的测试题目不同，确保分数的客观性。

3.6. 数据收集

15 名学生均顺利完成实验，每一组中每一位同学的总分和各技能点(流利度、发音、词汇、逻辑、语法)得分分别记录在数据表中；同时，每一组的总分和技能点得分也进行了均分处理，各组平均分也一并记录在数据表中。

Table 1. Data of group A students

表 1. A 组学生数据

时间	维度	学生 A1	学生 A2	学生 A3	学生 A4	学生 A5	A 组均分
实验开始前	总分	2.9	3.0	3.0	2.9	3.1	2.98
	流利度	3.5	3.5	3.0	3.5	3.5	3.4
	发音	3.0	2.5	3.0	4.0	3.5	3.2
	词汇	3.0	3.0	4.0	3.0	3.5	3.3

Continued

实验开始前	逻辑	1.0	2.0	1.0	1.0	1.5	1.3
	语法	4.0	4.0	4.0	3.0	3.5	3.7
实验开始两周后	总分	3.0	2.9	3.1	2.9	3.1	3.0
	流利度	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5
	发音	3.0	2.5	3.0	3.5	3.5	3.1
	词汇	3.5	3.0	4.0	3.5	3.5	3.5
	逻辑	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0	1.2
	语法	4.0	3.5	4.0	3.0	4.0	3.7
	总分	2.9	2.8	3.0	3.1	3.1	2.98
实验开始四周后	流利度	3.5	3.0	3.5	3.5	3.5	3.4
	发音	3.0	3.0	3.0	4.0	3.5	3.3
	词汇	3.0	3.0	3.5	3.0	3.5	3.2
	逻辑	1.0	1.0	1.0	1.5	1.0	1.1
	语法	4.0	4.0	4.0	3.5	4.0	3.9
	总分	2.9	2.8	3.0	3.1	3.1	2.98

Table 2. Data of group B students
表 2. B 组学生数据

时间	维度	学生 B1	学生 B2	学生 B3	学生 B4	学生 B5	B 组均分
实验开始前	总分	2.9	3.0	2.9	3.0	3.0	2.96
	流利度	3.0	3.0	3.5	3.5	3.5	3.3
	发音	3.5	3.5	3.0	3.0	3.5	3.3
	词汇	3.0	4.0	3.0	3.5	3.0	3.3
	逻辑	1.0	1.0	1.0	1.0	1.5	1.1
	语法	4.0	3.5	4.0	4.0	3.5	3.8
实验开始两周后	总分	2.9	3.2	2.9	3.0	3.1	3.02
	流利度	3.0	3.5	3.5	3.5	3.5	3.4
	发音	3.5	3.5	3.0	3.5	3.5	3.4
	词汇	3.0	4.0	3.0	3.0	3.0	3.2
	逻辑	1.0	1.5	1.5	1.0	1.5	1.3
	语法	4.0	3.5	3.5	4.0	4.0	3.8
实验开始四周后	总分	3.0	3.3	3.1	3.1	3.1	3.12
	流利度	3.5	3.5	4.0	3.5	3.5	3.6
	发音	3.5	3.5	3.0	3.0	3.5	3.3
	词汇	3.0	3.5	3.0	3.5	3.5	3.3
	逻辑	1.5	2.0	1.5	1.5	1.5	1.6
	语法	3.5	4.0	4.0	4.0	3.5	3.8

Table 3. Data of group C students
表 3. C 组学生数据

时间	维度	学生 C1	学生 C2	学生 C3	学生 C4	学生 C5	C 组均分
实验开始前	总分	3.1	3.0	3.0	2.9	3.0	3.0
	流利度	3.0	3.0	3.5	3.5	3.0	3.2
	发音	3.5	3.5	3.0	3.0	3.5	3.3
	词汇	4.0	4.0	3.5	3.0	4.0	3.7
	逻辑	1.0	1.0	1.5	1.0	1.0	1.1
	语法	4.0	3.5	3.5	4.0	3.5	3.7
实验开始两周后	总分	3.1	3.3	3.0	3.1	3.1	3.12
	流利度	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5
	发音	4.0	3.5	3.0	4.0	3.5	3.6
	词汇	3.0	4.0	3.0	3.0	3.0	3.2
	逻辑	1.5	1.5	2.0	1.0	1.5	1.5
	语法	3.5	4.0	3.5	4.0	4.0	3.8
实验开始四周后	总分	3.3	3.4	3.5	3.3	3.3	3.36
	流利度	4.0	3.5	4.0	4.0	3.5	3.8
	发音	3.5	3.5	3.0	3.5	3.5	3.4
	词汇	4.0	4.0	4.0	3.5	4.0	3.9
	逻辑	1.5	2.0	2.5	1.5	2.0	1.9
	语法	3.5	4.0	4.0	4.0	3.5	3.8

4. 讨论

整体来看, A 组均分(见表 1)在实验开始前是 2.98 分, 实验开始两周后是 3.0 分, 实验开始四周后又恢复到了 2.98 分, 整体涨幅为 0 分; B 组均分(见表 2)在实验开始前是 2.96 分, 实验开始两周后增长到 3.02 分, 实验开始四周后增长到 3.12 分, 整体涨幅为 0.16 分; C 组均分(见表 3)在实验开始前是 3.0 分, 实验开始两周后增长到 3.12 分, 实验开始四周后增长到 3.36 分, 整体涨幅为 0.36 分。

社交媒体的使用对中国高中生英语口语有积极影响, 通过遴选出来的社交媒体内容以及规范清晰的社交媒体使用形式对中国高中生英语口语的积极影响要远大于只规范社交媒体使用时间的形式。

从技能点来看, 社交媒体的使用对于中国高中生英语口语中的逻辑产生的积极影响最大, B 组学生的逻辑均分(见表 2)从实验开始前的 1.1 分增长到了实验开始四周后的 1.6 分, 涨幅为 0.5 分; C 组学生的逻辑均分(见表 3)从实验开始前的 1.1 分增长到了实验开始四周后的 1.9 分, 涨幅为 0.8 分。反观 A 组的学生, 逻辑均分(见表 1)则从实验开始前的 1.3 分逐步降低到了实验开始四周后的 1.1 分。

英语口语的逻辑表达与中文口语的逻辑表达存在巨大区别, 15 名学生在实验开始前的逻辑分数大幅低于其他技能点的得分, 通过社交媒体的使用, B 组和 C 组学生的逻辑分数(见表 2、表 3)都有大幅提高, C 组学生的逻辑分数(见表 3)提高幅度最大, 说明规范地使用社交媒体确实可以帮助中国高中生提高英语口语的逻辑表达能力。

流利度是紧随逻辑之后的受到社交媒体积极影响的技能点, B 组学生的流利度均分(见表 2)从实验

开始前的 3.3 分增长到了实验开始四周后的 3.6 分, 涨幅为 0.3 分; C 组学生的流利度均分(见表 3)从实验开始前的 3.2 分增长到了实验开始四周后的 3.8 分, 涨幅为 0.6 分; A 组学生的流利度均分(见表 1)基本没有变化, 从实验开始前的 3.4 分增长到了实验开始两周后的 3.5 分, 然后又下降到了实验开始四周后的 3.4 分。

社交媒体中的即时聊天功能可以帮助学生在短时间内提高英语口语表达的流利度, 但需要长期坚持且要使用恰当的聊天工具, 选择口语表达比较流利的母语人士, 所以 C 组学生的英语口语流利度提高幅度(见表 3)要大过于 B 组学生的流利度提高幅度(见表 2)。

包括发音、词汇和语法在内的其他技能点则没有受到太大的来自于社交媒体的积极影响, 甚至 C 组学生在实验开始两周后词汇均分(见表 3)出现了 0.5 分的下降, 从 3.7 分下降到了 3.2 分, 然后在实验开始四周后又迅速增加到了 3.9 分。学生 C1 表示使用社交媒体跟母语人士交流时发现母语人士在词汇使用方面与之前自己学到的词汇使用规范有一些区别, 在习惯用语方面也有一些区别, 所以实验开始两周后的测试出现了词汇使用混乱的情况, 在时间紧急的情况下无法快速准确地选择出应该使用的词汇; 但随着交流增多, 很多词汇的使用规范得到了重塑, 而且跟母语人士学到了比较多的新词汇, 所以在实验开始四周后的测试中词汇得分又恢复到了 4.0 分。

5. 结论

社交媒体的使用确实可以提高中国高中生的英语口语分数, 这也就意味着我们此次研究的假设得到了积极验证。本次研究除了验证研究假设, 还深入探索了社交媒体可以积极影响中国高中生英语口语的具体技能点, 口语表达的逻辑和流利度都可以通过社交媒体的规范使用得到大幅度的提升。但是在词汇、语法和发音方面, 社交媒体对于中国高中生的英语口语学习没有太大的积极影响。此外, 社交媒体的使用应该得到严格的规范, 相关部门应该给出可以用于中国高中生英语口语学习的社交媒体频道和内容, 中国高中生也要通过不断地交流为自己选择合适的母语人士作为社交媒体上的交流对象, 只有内容和形式上都有了严格规范和恰当选择, 社交媒体才能够在中国高中生的英语口语学习上发挥出更大的积极作用。

参考文献

- [1] Rieger, D. and Klimmt, C. (2018) The Daily Dose of Digital Inspiration: A Multi-Method Exploration of Meaningful Communication in Social Media. *New Media & Society*, **21**, 97-118. <https://doi.org/10.1177/1461444818788323>
- [2] Li, M. and Croucher, S. (2020) Effects of Social Media Use on Cultural Adaptation. In: Rings, G. and Rasinger, S., Eds., *The Cambridge Handbook of Intercultural Communication*. Cambridge Handbooks in Language and Linguistics, Cambridge University Press, Cambridge, 504-520. <https://doi.org/10.1017/9781108555067.037>
- [3] Poláková, P. and Klímová, B. (2019) Mobile Technology and Generation Z in the English Language Classroom—A Preliminary Study. *Education Sciences*, **9**, Article 203. <https://doi.org/10.3390/educsci9030203>
- [4] Klimova, B. and Polakova, P. (2020) Students' Perceptions of an EFL Vocabulary Learning Mobile Application. *Education Sciences*, **10**, Article 37. <https://doi.org/10.3390/educsci10020037>
- [5] Benson, V. (2008) Is the Digital Generation Ready for Web 2.0-Based Learning? In: *The Open Knowledge Society. A Computer Science and Information Systems Manifesto*. WSKS 2008. *Communications in Computer and Information Science*, Vol. 19, Springer, Berlin, Heidelberg, 443-447. https://doi.org/10.1007/978-3-540-87783-7_56
- [6] Doolan, M. (2007) Using Web 2.0 Technologies to Engage with and Support the Net Generation of Learners. *Proceedings of the 6th Conference on eLearning, ECEL 2007*, Copenhagen, 2007, 3-6.
- [7] Duffy, P. (2007) Engaging the YouTube Google-Eyed Generation: Strategies for Using Web 2.0 in Teaching and Learning. *Proceedings of the 6th Conference on eLearning, ECEL 2007*, Copenhagen, 2007.
- [8] Mondahl, M., Rasmussen, J. and Razmerita, L. (2009) Web 2.0 Applications, Collaboration and Cognitive Processes in Case-Based Foreign Language Learning. In: Lytras, M., Ed., *Visioning and Engineering the Knowledge Society. A Web Science Perspective*. WSKS 2009. *Lecture Notes in Computer Science*, Vol. 5736, Springer, Berlin, Heidelberg, 98-107.

https://doi.org/10.1007/978-3-642-04754-1_11

- [9] Mondahl, M., Razmerita, L. and Rasmussen, J. (2009) Social Software, Thinking Styles, Personalization and Case-based Foreign Language Learning: The Quest for New Pedagogical Models in Higher Education. *The 8th European Conference on e-Learning*, Bari, 29-30 October 2009, 383-391.
- [10] McLoughlin, C. and Lee, M.J.W. (2010) Personalised and Self Regulated Learning in the Web 2.0 Era: International Exemplars of Innovative Pedagogy Using Social Software. *Australasian Journal of Educational Technology*, **26**, 28-43. <https://doi.org/10.14742/ajet.1100>
- [11] Kabilan, M.K., Ahmad, N. and Abidin, M.J.Z. (2010) Facebook: An Online Environment for Learning of English in Institutions of Higher Education? *The Internet and Higher Education*, **13**, 179-187. <https://doi.org/10.1016/j.iheduc.2010.07.003>
- [12] Klimanova, L. and Dembovskaya, S. (2010, September) Facebooking a la russe: Cross-Cultural and Pedagogical Challenges of Social Networking in the Russian (L2) Classroom. *EuroCALL 2010 Conference*, Bordeaux, 2010, 12-15.
- [13] Mills, N.A. (2009) Facebook and the Use of Social Networking Tools to Enhance Language Learner Motivation and Engagement. *The Northeast Association for Language Learning Technology (NEALLT) Conference*, New Haven, 2009, 17-20. <http://www.scribd.com/doc/44308722/>
- [14] Jwaifell, M., Abu-Omar, R. and BaniAbdel-Rahman, M. (2020) Schools Teachers' Experiences of Social Network Sites in Relation to Improving the Skills of Arabic Language Acquisition: Impact, Strengths, and Weaknesses. *International Journal of Higher Education*, **9**, 153-166. <https://doi.org/10.5430/ijhe.v9n5p153>