

国际传播力建设背景下大学生出国留学意愿影响因素研究

——以浙江某高校外语人才培养为例

邹璐莎

宁波大学科学技术学院, 浙江 宁波

收稿日期: 2024年7月13日; 录用日期: 2024年8月15日; 发布日期: 2024年8月22日

摘要

全球化时代, 国际传播力的建设对于提升国家的软实力和竞争力具有重要意义。作为国际传播的“生力军”, 高校外语专业学生的培养及其出国留学意愿成为关注的焦点。本文主要使用定量研究方法, 探讨国际传播力建设背景下大学生出国留学意愿的影响因素。研究发现, 家庭背景、主观禀赋、文化交流以及国际传播因素均对外语专业学生的出国留学意愿产生影响, 其中个人学术成就、家庭经济支持、跨文化交流能力和国际传播意识是最为显著的因素。本文的研究成果有利于正确探析学生出国留学选择背后的驱动力, 帮助高校优化外语专业人才培养模式, 助力国际传播效能提升。

关键词

国际传播力, 大学生, 出国留学意愿, 影响因素

Research on Influencing Factors of University Students' Aspirations to Pursue Overseas Education under the Background of International Communication Capabilities Construction

—A Case Study of University Students Specializing in Foreign Languages in a University in Zhejiang

Lusha Zou

College of Science & Technology, Ningbo University, Ningbo Zhejiang

Abstract

In the era of globalization, the enhancement of international communication capabilities holds immense significance for bolstering a nation's soft power and competitiveness. As a pivotal force in international communication, the cultivation of university students specializing in foreign languages and their aspirations to pursue overseas education have garnered significant attention. This article primarily utilizes quantitative research methodologies to delve into the factors that influence the willingness of college students to study abroad, particularly in the context of building international communication capabilities. The study reveals that family background, personal endowments, cultural exchange and international communication dynamics all contribute to the motivation of foreign language majors to pursue overseas studies, with personal academic achievements, familial financial support, cross-cultural communication skills, and international communication awareness emerging as the most influential factors. The findings of this research provide valuable insights into the underlying motivations behind students' decisions to study abroad, enabling universities to refine their training programs for foreign language majors and further enhance the efficacy of international communication.

Keywords

International Communication Capabilities, University Students, The Aspirations to Pursue Overseas Education, Influential Factors

Copyright © 2024 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

党的二十大报告指出：“加快构建中国话语和中国叙事体系，讲好中国故事、传播好中国声音，展现可信、可爱、可敬的中国形象”。现代国际传播对国际关系具有全面积极的影响，且两者间联系紧密。加强国际传播能力建设，增强我国对外文化交流合作水平，促进中华文明和世界文明的交融互动，是提升国家文化软实力、树立大国形象的关键途径，更是弘扬优秀传统文化、坚定文化自信的直接体现[1]。

作为国际传播的“生力军”，高校外语专业学生肩负着推动跨文化交流、增强国际传播力的重要使命，其行为与意识对于我国国际传播力的提升与发展起到重要影响作用。他们是语言的传递者、文化的传播者，是中国与世界对话交流的活动主体，在国际舞台上展现着中国青年人的风采。出国留学作为一种重要的学术深造和国际交流方式，对于提升外语专业学生的综合素质和国际竞争力，推动中国故事的讲述以及中华文化的传播具有重要意义。因此，关注当代外语专业学生的出国留学意愿有着重要的理论价值与现实价值。

已有研究对大学生出国留学意愿的影响因素进行了广泛探讨，但多数研究侧重于个体层面的分析，如家庭背景、个人能力等，而忽视了在国际传播力建设背景下，这些因素是如何交织作用并影响学生出国留学决策的。本研究旨在弥补这一不足，不仅关注个体层面的因素，还从国际传播力的角度出发，分

析这些因素是如何相互作用并共同影响学生出国留学决策的，为理解外语专业学生出国留学意愿提供新的理论框架和实证依据，推动高校优化外语人才培养模式，提升国际传播效能。

2. 概念模型构建与研究假设提出

在国内外现有的关于大学生出国留学意愿的研究文献中，存在现代化理论、经济全球化理论、人力资本理论、推拉理论等理论。考虑到出国留学实际上包含出国留学与留学归国两个方面的内容，人力资本理论和推拉理论成为本文研究出国留学活动的更具有参考价值和意义的理论框架。在这两个理论模型中，前者强调教育投资作为家庭提升子女养育质量而具备的人力资本投资属性，侧重于家庭因素和教学质量、就读成本、支付能力、消费动机对大学生出国留学意愿的影响；后者则强调留学目的国的“拉力”因素和本国的“推力”因素及两者中间环节和留学生内在动机的影响，侧重于经济全球化和高等教育国际化的大环境及留学生自身经验、能力、意识与感受对出国留学意愿的影响[2]-[4]。

通过对回顾国内外文献和分析留学现状，可以将影响大学生出国留学意愿的因素归纳为家庭背景、主观禀赋以及国际传播三个方面：家庭背景因素包括该学生父母的文化程度、职业类型以及家庭年收入等；主观禀赋因素包括学业成绩、学术成就以及负担感受；国际传播因素包括对外交流项目参与、跨文化传播课程学习、国际传播力提升培养以及国际传播意识等。

基于此，本文提出如下研究假设：

首先，从人力资本理论的基础框架出发，作为家庭进行的人力资本投资与家庭因素紧密关联。学生所处的社会阶层和家庭条件对其出国留学意愿有不可忽视的影响。学生自身的家庭环境和相应社会阶层会天然影响其对与教育资源和机会的获取，优势阶层学生在获取入学机会、接触优质教育资源和负担教育支出等方面存在优势[5]。不难理解，家庭经济条件与社会阶层相对优越的学生会更具承担出国留学前期风险、过程投入与后期回报不稳定的能力，其父母也会因较高的文化程度而在情绪理解和规划助力方面提供更多的保障。

H1：家庭背景会正向影响外语专业学生出国留学意愿。

第二，外语专业学生的学术条件，包括他们的语言水平、学科成绩、学术研究和论文发表情况等，是评价其学习能力和潜力的重要指标。学生自身的学术条件越强，往往意味着他们具备更强的学习和适应能力，这为他们出国留学提供了坚实的基础。在留学申请时，优秀的学术成绩和丰富的学术背景能够提升申请者的竞争力，增加他们获得优质教育资源的机会。

H2：学生自身的学术条件会正向影响外语专业学生出国留学意愿。

第三，跨文化交流经历对于外语专业学生来说具有特殊的意义。通过参与国际交流项目、海外实习或留学等活动，学生能够亲身体会不同国家的文化、教育和生活方式，拓宽视野，增强跨文化沟通能力。这种经历不仅能够提升学生的综合素质，还能够增强他们对国外教育体系的了解和认同。拥有跨文化交流经历的学生往往更加明确自己的留学目标和动机，也更容易适应国外的学习和生活环境。

H3：跨文化交流经历会正向影响外语专业学生出国留学意愿。

第四，在全球化背景下，国际传播力成为衡量国家软实力的重要指标之一。外语专业学生作为国际传播的重要参与者，需要具备跨文化交流、国际传播和媒体素养等多方面的能力。因此，培养学生的国际传播力具有重要的现实意义。通过系统的课程学习、实践活动和项目合作等方式，学生能够深入了解国际传播的理论和实践，提升自己的国际传播能力。这种能力的培养不仅能够增强学生的职业竞争力，还能够激发他们出国留学的兴趣和动力。

H4：国际传播力培养会正向影响外语专业学生出国留学意愿。

3. 国际传播力建设背景下大学生出国留学意愿影响因素的统计分析

3.1. 数据来源

本研究使用的数据来源于 2023 年浙江某普通高等学校外国语学院本科毕业生出国留学意愿调查。该项目按照随机抽样的原则面向学院在读本科生发放线上问卷，开展抽样调查，反映学生的基本人口学信息、家庭经济背景、主观学业禀赋、文化交流行为、国际传播力培养等情况。问卷调查的总样本量为 1188 人，经过数据筛选，删除无效数据后，最终获得有效样本 1058 人。

3.2. 变量测量

本研究的因变量是学生的出国留学意愿。根据意愿的强弱程度，将“无意愿”赋值为 1，“弱意愿”赋值为 2，“中意愿”赋值为 3，“强意愿”赋值为 4。“出国留学意愿”的得分越高，代表着该生的出国留学意愿越强烈。

在自变量测量方面，基于文献回顾以及调查问卷设计，本研究将作为影响因素的自变量依照五个维度——基本人口学因素、家庭背景因素、主观禀赋因素、跨文化交流因素、国际传播因素进行划分。基本人口学因素，包含性别、户口类型；家庭背景因素，包含父辈文化程度、父辈职业类型以及家庭收入水平；主观禀赋因素，包含学业成绩、学术成就以及负担感受；第三，文化交流因素，侧重于文化的输入，包括文化交流课程学习、文化交流项目参与以及文化交流意识培养；第四，国际传播因素，侧重于文化的输出，包含国际传播课程学习、国际传播项目参与以及国际传播意识培养。相关变量的具体操作化过程见表 1。

Table 1. Operationalization of relevant variables and descriptive statistical results
表 1. 相关变量的操作化及描述性统计结果

	变量及赋值情况	频数	相关统计
因变量	国外深造意愿		1.00 (1.57) 均值(标准差)
自变量：人口学因素			
性别	女性 = 0	902	85.3%
	男性 = 1	156	14.7%
户口类型	农业 = 0	529	50.0%
	城镇 = 1	529	50.0%
自变量：家庭背景因素			
父辈文化程度	中专及以下	629	59.2%
	大专	185	17.5%
	本科	213	20.1%
	硕士研究生	23	2.2%
	博士研究生	8	0.8%
父辈职业类型	父母双方均在体制外	851	80.4%
	父母一方体制内	110	10.4%
	父母双方均在体制内	97	9.2%

续表

家庭收入水平(年)	5 万以下	191	18.1%
	5~10 万	282	26.7%
	10~20 万	333	31.5%
	20 万以上	252	23.8%
自变量：主观禀赋因素			
学业成绩	45% 以后	390	36.9%
	30%~45%	211	19.9%
	15%~30%	230	21.7%
	5%~15%	138	13.0%
	前 5%	89	8.4%
学术成就	无发表	697	65.9%
	有发表	361	34.1%
负担感受	没有负担	42	4.0%
	有较小的负担	166	15.7%
	有一定的负担	506	47.8%
	负担很重	344	32.5%
自变量：文化交流因素			
文化交流课程	参与 = 1	583	55.1%
	没有参与 = 0	475	44.9%
文化交流实践	参与 = 1	159	15.0%
	没有参与 = 0	899	85.0%
文化交流意识	弱	458	43.3%
	一般	256	24.2%
	强	344	32.5%
自变量：国际传播因素			
国际传播课程	参与 = 1	215	20.3%
	没有参与 = 0	843	79.7%
国际传播实践	参与 = 1	367	34.7%
	没有参与 = 0	691	65.3%
国际传播意识	弱	138	13.0%
	一般	894	84.5%
	强	26	2.5%

3.3. 描述性分析结果

统计结果中可以看出,学生国外深造意愿强度最高得分为 4.00,最低得分为 0,平均得分为 1.00,中位数为 0。整体来看,想要出国深造的同学人数较少,表现出相对弱意愿的特征。这意味着,大部分外语专业同学在读研深造时,更多地还是倾向于选择国内的高校,而非出国留学。

性别比例方面,样本数据中超过 80%的调查对象为女性,符合普通高等学校外语专业男女比例特征。在户籍分布方面,样本数据中户籍为“农村”和户籍为“城镇”的对查对象各占 50%,从占比上无法体现出差异性。

家庭背景因素方面,样本数据中“父辈文化程度”为“中专及以下”的占比最高,达 59.2%,文化程度为“研究生及以上”的占比较小,仅有 3.0%。可见调查对象群体的父母文化程度相对较低,高学历情况相对较少。就“父辈职业类型”而言,样本数据中“父母双方均在体制外”占比达 80.4%,意味着大多数调查对象的家庭主要从事体制外的,诸如个体户、经商、务工、务农、自由职业等方面的工作。“家庭年收入”的各个选项分布较为平均,家庭年收入水平位“10 万~20 万”的占比最高,达 31.5%，“5 万以下”占比最少,为 18.1%,可以看出,调查对象群体家庭经济大多属于中等水平,按照一年 30 万至 40 万的出国留学费用计算,对于家庭的收入水平而言,出国留学费用负担是相对较大的。

主观禀赋因素方面,学业成绩排名位于专业“45%以后”的学生最多,人数为 390 人,占比 36.9%;学业成绩排名位于专业“前 5%”的学生最少,人数为 89 人,占比 8.4%。学术成就方面,有学术成果发表的学生人数为 361 人,占比 34.1%,更多的学生没有学术成果发表,占比 65.9%。负担感受方面,“有一定负担”与“负担较重”的占比最高,分别占 47.8%与 32.5%,由此可见,大部分调查对象对于出国留学这一选择颇感压力,一方面可能是经济压力,通过前文的数据比较,可知出国留学的花销对于大部分学生家庭而言是一笔不菲的支出;另一方面可能是心理压力,出国深造对于学生而言充满未知,在全新的语言环境下学习,会让学生倍感焦虑,进而影响出国留学意愿。

文化交流因素方面,参与文化交流课程的学生人数为 583 人,占比达到 55.1%,可见大部分学生愿意参与文化交流类的课程,通过课程的学习,进而对国外的文化、历史、社会等方面有更深入的了解。相比之下,没有参与文化交流课程的学生人数为 475 人,占比 44.9%。这部分学生可能由于各种原因(如时间安排、兴趣导向等)没有参与课程。参与文化交流实践的学生人数为 159 人,仅占 15.0%。这一数据相对较低,表明文化交流实践的机会可能相对有限,或者学生对此类活动的参与度不高。在文化交流意识方面,有 458 名学生表示自己的文化交流意识较弱,占比 43.3%,这可能与学生接触国外文化的机会较少有关;有 344 名学生表示自己的文化交流意识较强,占比 32.5%,这部分学生可能对国外文化有浓厚的兴趣,并愿意主动了解和接受外部文化的输入。

国际传播因素方面,参与国际传播课程的学生人数为 215 人,占比仅为 20.3%。这一数据相对较低,表明相较于文化交流课程,国际传播课程的参与度不高。这可能与学生对国际传播课程的认知程度、兴趣程度或课程本身的设置有关。参与国际传播实践的学生人数为 367 人,占比 34.7%。相较于国际传播课程的参与度,实践活动的参与度有所提升,这表明学生可能更愿意通过实践活动来了解和体验国际传播。在国际传播意识方面,有 138 名学生表示自己的国际传播意识较弱,占比 13.0%。这可能与学生接触国际传播的机会较少有关;有 894 名学生表示自己的国际传播意识一般,占比高达 84.5%,这表明大部分学生对于国际传播有一定的认识,但尚未形成强烈的兴趣和需求;仅有 26 名学生表示自己的国际传播意识较强,占比仅为 2.5%,这部分学生可能更具备在对外交往过程中输出中华文化的实践经历和意愿。

3.4. 信度与效度分析

信度分析是用来检查研究中所采集的数据是否可靠的过程。量表的信度越大,则说明测量的误差越

小。通过表 2 对问卷中各维度以及量表总体的信度分析,可以看出:除人口学因素维度外,其余所有变量的 α 值均大于 0.7,具有较高的可靠性,且量表总体的 α 值为 0.789,说明整个问卷的指标内部具有较强的一致性。

Table 2. Reliability analysis

表 2. 信度分析

维度	Cronbach 信度	维度	Cronbach 信度
人口学因素	0.621	文化交流	0.703
家庭背景	0.859	国际传播	0.721
主观禀赋	0.831		

效度是衡量量表或工具测量变量准确性的关键指标,通过效度分析确保研究结果的可靠与准确。本文重点关注结构效度,以评估数据的效度水平。利用 SPSS 22.0 进行探索性因子分析以检验变量的结构效度,包括 KMO 检验与巴特利特球形检验,最终发现问卷设计的 16 个指标的 KMO 值均大于 0.5,显著性为 0 的概率小于 0.01,说明变量之间存在因子结构,可以进行因子分析。

使用主成分分析法对问卷涉及的 16 个指标进行的因子分析,从分析结果来看,从 16 个指标中提取出了 5 个特征值 > 1 的因子,累计的方差贡献率达到 72.653%。经过旋转后得到的旋转平方和载入得到同样结果。经过旋转发现,同一变量控制的诸多指标,其最大负荷存在聚积性,但不排除有少数因问卷样本有限产生的误差。这也说明,多个测量指标所对应的同一因素,相对于其他因素来说具有最大负荷,且没有横跨因素的影响。因此可得出结论,本研究采用的问卷具有良好的收敛效度和区分效度。

3.5. 回归分析

由于因变量国外深造意愿为数值型连续变量,因此本研究主要采用多元线性回归模型对影响出国深造意愿强弱的因素进行验证分析。模型公式如下所示:

$$y_a = \beta_0 + \beta_1 x_{1a} + \beta_2 x_{2a} + \dots + \beta_k x_{ka} + \varepsilon_a$$

在模型公式中, y_a 为国外深造意愿强弱, β_0 为常数项, ε_a 为随机误差项, x_{ka} 表示第 k 个影响国外深造意愿强弱的自变量, β_k 是自变量的回归系数。为保证量化分析结果的稳健性,对估计模型的标准误进行了稳健调整,同时按照 5% 的显著性水平临界值,选取通过显著性水平的变量重新进行最小二乘法估计模型运算,最终选取拟合最优的四个估计模型进行数值分析,见表 3。

Table 3. Analysis of factors influencing the intent to study abroad among foreign language majors (multiple linear regression model)

表 3. 外语专业学生出国留学意愿的影响因素分析(多元线性回归模型)

自变量	模型 1	模型 2	模型 3	模型 4	模型 5	
	B	B	B	B	B	
人口学因素	性别(1 = 男)	0.132 (0.132)	0.143 (0.131)	0.252* (0.127)	0.189 (0.114)	0.163 (0.095)
	户口类型 (1 = 城镇)	0.318**** (0.0176)	0.068*** (0.103)	0.041*** (0.097)	0.029*** (0.094)	0.021** (0.084)
家庭背景因素	父辈文化程度		0.161** (0.093)	0.091* (0.053)	0.100 (0.049)	0.093 (0.041)
	父辈职业类型		0.103 (0.083)	0.106 (0.095)	0.086 (0.077)	0.083 (0.071)
	家庭收入水平		0.279**** (0.055)	0.083** (0.058)	0.041** (0.047)	0.031* (0.039)

续表

主观禀赋因素	学业成绩	0.197**** (0.032)	0.185**** (0.031)	0.181**** (0.033)		
	学术成就	0.132**** (0.058)	0.129**** (0.028)	0.125**** (0.027)		
	负担感受	-0.588**** (0.059)	-0.376**** (0.057)	-0.329**** (0.036)		
文化交流因素	文化交流课程 (1 = 参与)		-0.136 (0.062)	-0.123 (0.038)		
	文化交流实践 (1 = 参与)		0.089*** (0.078)	0.071* (0.063)		
	文化交流意识		0.237** (0.108)	0.189** (0.093)		
国际传播因素	国际传播课程 (1 = 参与)				0.198*** (0.356)	
	国际传播实践 (1 = 参与)				0.328*** (0.291)	
	国际传播意识				-0.411**** (0.103)	
	常数项	0.808**** (0.071)	-0.097**** (0.153)	1.163**** (0.334)	2.410**** (0.324)	3.210**** (0.298)
模型检验	Chi-square (F)	6.875****	12.539****	18.944****	30.577****	41.577****
	Nagelkerke R ²	0.013	0.056	0.112	0.243	0.418
	N	1058	1058	1058	1058	1058

注：(1) + p < 0.07, * p < 0.05, ** p < 0.01, *** p < 0.005, **** p < 0.001。(2) 括号内为标准误。

数据分析一共涉及五个回归模型。如表 3 所示，模型 1 分析了外语专业学生的人口学因素变量对出国留学意愿的影响，也将其作为控制变量来分析。模型 2 至模型 5 则依次加入家庭背景因素变量、主观禀赋因素变量、文化交流因素变量以及国际传播因素变量进行分析。通过卡方检验可以得出，四个模型的显著性水平都小于 0.05，模型均是显著的。从回归模型的分析结果可以看出，不同因素对外语专业学生出国留学意愿的影响效应存在差异。

在纳入基本人口学因素变量分析的所有模型中，结果表明，户籍因素具有稳健的显著影响。外语专业学生的出国留学意愿存在明显的城乡差异，从户口类型来看，具有城镇户口的学生更可能具有较强的出国留学意愿。模型 2 分析了家庭背景因素对出国留学意愿的影响。从父辈文化程度、父辈职业类型以及家庭收入水平的综合分析结果来看，父辈或者说是学生家庭所拥有的文化资本与经济资本越雄厚，学生越有可能拥有较强的出国留学意愿。模型 3 在模型 2 的基础上加入了主观禀赋因素对学生出国留学意愿的影响，结果表明，主观禀赋因素对出国留学意愿强弱影响显著。学业成绩排名越靠前，学术成就越丰富的学生，其具有较强出国留学意愿的可能性越高；对于出国留学心理负担越大的学生，其具有较强出国留学意愿的可能性越低。模型 4 在模型 3 的基础上加入了文化交流因素分析其对出国留学意愿的影响。可以看出，参与文化交流实践对于出国留学意愿具有显著的正向影响；具有更强文化交流意识的学生更有可能具备较强的出国留学意愿，即每增加 1 个单位的文化交流意识，学生出国留学意愿增加 0.189 个单位。模型 5 在模型 4 的基础上加入了国际传播因素分析对其出国留学意愿的影响，分析结果显示，参与国际传播课程以及国际传播实践能够显著提升出国留学意愿；具有更弱国际传播意识的学生更有可能具备较强的出国留学意愿，即每增加 1 个单位的国际传播意识，学生出国留学意愿降低 0.411 个单位。可以发现，学生的文化交流意识与国际传播意识对于出国留学意愿的影响具有完全相反的作用，文化交

流侧重于西方知识的输入，国际传播侧重于中华文化的输出，一个可能的解释是，当前具有较强出国留学意愿的学生群体特征是“文化输入型”的，即希望出国留学能够接触和体验更多元的外部文化，而尚未形成较强的“讲好中国故事，传递中国声音”的国际传播意识，这一点与研究假设存在差异。

整体来看，在五个检验模型当中，国际传播因素模型的拟合度最高。从模型 4 到模型 5 拟合度提高了 0.175；其次为文化交流模型，从模型 3 到模型 4 拟合度提高了 0.131；再次为主观禀赋模型，从模型 2 到模型 3 拟合度提高了 0.056；拟合度提升最小的模型为家庭背景因素，从模型 1 到模型 2 拟合度提高了 0.043。五个模型对于外语专业学生出国留学意愿都具有一定的解释力，其中国际传播因素成为影响外语专业学生出国留学意愿的核心因素。

4. 研究结论

本文基于 2023 年浙江某高校外国语学院本科毕业生出国留学意愿调查数据，重点从与学生出国深造意愿紧密关联的“基本人口学因素 - 家庭背景因素 - 主观禀赋因素 - 对外交流因素 - 国际传播因素”五个维度，对影响外语专业学生出国留学意愿的各方面因素进行实证分析。主要研究结论如下：

第一，出国留学意愿与家庭背景显著相关，实证结果验证了研究假设 1，即父辈具有较多文化资本与经济资本的外语专业学生，更可能具有较强的出国留学意愿。当父辈拥有丰富的文化资本时，他们往往能够为子女提供更加广阔的教育视野和更加丰富的教育资源。这些子女在接受外语专业教育的过程中，更容易接触到国外先进的教育理念、教学方法和学术氛围，从而激发他们出国留学的意愿。而经济资本丰富的家庭能够为子女提供充足的资金支持，使得他们无需过多担忧留学费用、生活费用等问题，能够更加专注于学业和个人的全面发展。这种经济上的安全感，无疑会增强外语专业学生出国留学的意愿。因此，在推动出国留学事业发展的过程中，我们需要充分考虑到家庭背景的影响，为不同背景的学生提供更加公平、公正的教育机会。

第二，出国留学意愿与主观禀赋显著相关，实证结果验证了研究假设 2，即学生个人学术能力、身心承受能力越强，越有可能具有较强的出国留学意愿。具备较强学术能力的学生，通常拥有较为深厚的专业知识储备和较高的研究素养，这使得他们在面对国外先进的学术环境和丰富的学术资源时，更加容易产生强烈的求知欲和探索欲。此外，这些学生在国内的学习过程中，往往已经积累了丰富的科研经验和实践能力，这些经验和能力使他们更加有信心和能力去应对出国留学的学术挑战。出国留学对于每一个学生来说，都是一次前所未有的挑战和考验，学生需要面对陌生的文化环境、语言障碍、学术压力和生活压力等多方面的挑战。如果学生的身心承受能力较弱，很难适应这些挑战，甚至可能出现心理问题和适应障碍。因此，我们还需要充分考虑到出国留学学生能力的匹配以及心理的调试。

第三，出国留学意愿与跨文化交流显著相关，实证结果验证了研究假设 3，即学生的跨文化经历越丰富、跨文化交流意识越强，越有可能具有较强的出国留学意愿。跨文化交流的经历有助于学生深入了解不同文化背景下的思维方式、价值观念和生活方式，从而增强他们的跨文化适应能力和全球视野。当学生具备这样的跨文化经历时，他们更容易认识到出国留学的重要性和价值，进而产生强烈的出国留学意愿。因此，在推动出国留学事业发展的过程中，我们应该注重培养学生的跨文化交流能力，为他们提供更多的跨文化交流机会和资源，以激发他们出国留学的意愿和动力。

第四，出国留学意愿与国际传播行为显著相关，实证结果部分验证了研究假设 4，即学生的国际传播能力、行为与出国留学意愿存在显著的正相关关系，学生的国际传播意识与出国留学意愿存在显著的负相关关系。学生在社交媒体上分享的国际新闻、参与国际论坛讨论的活跃度等，都是其国际传播能力的一种体现。这些行为不仅能够帮助学生拓宽视野、增强跨文化交流能力，还能够为他们提供更多的出国留学信息和机会。因此，我们可以认为，学生的国际传播能力和行为对其出国留学意愿具有积极的促

进作用。然而，数据分析结果还呈现了另外一种结果：学生的国际传播意识与出国留学意愿存在显著的负相关关系。这似乎与前面的观点相矛盾，但实际上，这里所说的“国际传播意识”更多指的是一种对国际传播的认知和态度，而非实际的行为和能力。部分学生可能过于关注国际传播的负面影响，如文化冲突、信息泄露等，从而对出国留学产生担忧和疑虑。但值得注意的是，这种担忧和疑虑并不等于否定国际传播本身的价值和意义，而是需要我们在推广国际传播时更加注重其正面效应和积极影响。因此，在推动学生出国留学的过程中，我们不仅需要注重培养他们的国际传播能力和行为，还需要关注他们的国际传播意识，引导他们正确看待国际传播的价值和意义，培养他们在世界舞台上“讲好中国故事”“传递中国声音”的文化自信。

5. 讨论与建议

在全球化的浪潮下，加强国际传播力的建设对于提升国家的软实力和竞争力具有至关重要的作用。作为国际传播的“生力军”，高校外语专业学生的教育培养及其出国留学意愿需要被关注，且值得被关注。本研究通过实证分析，探讨了国际传播力建设背景下大学生出国留学意愿的影响因素，发现家庭背景、主观禀赋、文化交流以及国际传播因素均对外语专业学生的出国留学意愿产生影响。其中，个人学术成就、家庭经济支持、跨文化交流能力和国际传播意识是最为显著的因素。

本研究的现实意义在于，它为理解外语专业学生出国留学意愿提供了新的理论框架和实证依据，有助于正确探析学生出国留学选择背后的驱动力，帮助高校优化外语专业人才培养模式，助力国际传播效能提升。在此基础上，本研究提出以下政策建议：一是加强家庭背景因素的重视，为不同背景的学生提供更加公平、公正的教育机会，特别是关注家庭经济条件相对较差的学生，提供必要的经济援助和心理支持；二是注重学生个人学术能力的培养，鼓励学生参与学术研究，提升他们的学术成就，为出国留学打下坚实的学术基础；三是加强跨文化交流的实践机会，鼓励学生参与国际交流项目、海外实习或留学等活动，拓宽他们的国际视野，增强跨文化沟通能力；四是加强国际传播意识的培养和引导，通过系统的课程学习、实践活动和项目合作等方式，提升学生的国际传播意识和能力，使他们能够在国际舞台上讲好中国故事、传播好中国声音，向世界展现真实、立体、全面的中国，助力提高国家文化软实力和中华文化影响力。

参考文献

- [1] 王凯. 新形势下留学人员国际传播能力建设路径探析[J]. 上海市社会主义学院学报, 2023(4): 91-100.
- [2] 杨素红, 范皓皓. 中国一线城市高中生出国留学意愿调查研究[J]. 教育学报, 2023, 19(3): 154-169.
- [3] Beine, M., Noël, R. and Ragot, L. (2014) Determinants of the International Mobility of Students. *Economics of Education Review*, **41**, 40-54.
- [4] Stuen, E.T. and Ramirez, S. (2019) The Effects of Social Networks on the Flow of International Students. *The World Economy*, **42**, 509-529.
- [5] Lucas, S.R. (2001) Effectively Maintained Inequality: Education Translations, Track Mobility, and Social Background Effects. *American Journal of Sociology*, **106**, 1642-1690.