

Research on the Cognition and Influencing Factors of WeChat Social Mutual Aid Behavior among College Students

Ying Xiao

Guangdong Women's Polytechnic, Guangzhou, Guangdong, 511450, China

Abstract

Contemporary college students are a generation growing up with the one-child family environment and the emerging media of the Internet, their special growth environment and media contact mode have endowed them with distinctive personality habits and social forms, and they are often labeled as individualism, egoism and lack of collectivism, which brings certain challenges to the ideological and political education work in colleges and universities. Therefore, this paper is devoted to studying how college students view moral qualities such as mutual assistance behavior in group communication in the process of WeChat social communication, as well as the influencing factors and motivation factors that promote mutual assistance behavior in online social communication. It is found that the nature of help-seeking information, the relationship orientation between help-seeking and assistance, the balance between cost and gain in mutual assistance behavior, and group pressure are the main factors that affect the social mutual assistance behavior of contemporary college students on WeChat.

Keywords

WeChat social interaction; mutual assistance; motivation; influence factor

高校大学生微信社交互助行为认知与影响因素研究

肖英

广东女子职业技术学院, 中国·广东广州 511450

摘要

当代大学生是伴随着独生子女家庭环境、互联网新兴媒介而成长的一代,其特殊的成长环境、媒介接触方式赋予了其与众不同的性格习惯与社交形式,也常被贴上个人主义、利己主义而集体主义缺失的标签,为当下的高校思想政治教育工作带来了一定挑战。因此,论文致力于研究当下大学生在微信社交过程中,是如何看待群体交往过程中的互助互惠行为等道德品质,以及促成线上社交互助行为的影响因素和动机因子。研究发现,求助信息的性质、求助与施助的关系取向、互助行为中成本与收获的权衡以及群体压力是影响当代大学生微信社交互助行为的主要因素。

关键词

微信社交; 互助; 动机; 影响因素

1 引言

当代高校大学生,是典型的“00”后、在独生子女家庭环境中成长的一代,相比传统多子女家庭,从小接受父母更多的关心与宠爱,其个人主义、利己主义明显,而集体主义、群体观念相对较为缺乏,对传统的互助美德、分享美德、利他行为则感受较少。同时,当代大学生是随着互联网而成长的一代,网络社交尤其是微信社交已成为其主要的人际交往方式。根据中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的第52次《中国互联网络发展统计报告》,截至2023年6月,中国网民规模达到10.79亿,互联网普及率达76.4%,其中手机网民规模达10.76亿,其年龄结构上,中国网民以青少

年、青年和中年群体为主^[1]。可见,高校大学生作为中国的数字原住民和互联网主力军,深受数字媒介时代的影响,而微信目前成为网络用户最为集中的社交平台,相比于传统的现实社交,探索大学生在网络社交世界对于中国传统互助美德、互助行为的认知与感受意义重大,为进一步研究高校大学生在线上社交空间呈现的道德修养与情感表征提供了范式参考。就如学者丁元竹所言,网络互动所形成的“互惠”与“支持”不仅停留于虚拟的网络社交,还会进一步延伸至现实世界并对人们的社会关系产生影响^[2]。

2 研究方法

本研究主要采用问卷调查和半结构访谈相结合的研究方法,向810名高校大学生发放调查问卷,截至2023年12月18日,本次研究共收集有效问卷808份,共访谈17名高校大学生。

【作者简介】肖英(1995-),女,中国江西萍乡人,硕士,助教,从事思想政治教育研究。

2.1 问卷调查描述性统计分析

本研究样本在学历层次涵盖专科、本科、硕士、博士四大群体，其数量分别为 585 位、156 位、64 位、3 位，通过保证抽样对象学历的多样性，从而避免网络互助或网络利他行为在学历层次上的倾向性。在调查对象的身份上，从两个方面抽取样本：第一个方面的抽取样本是微信社交中最基本的社交空间——微信群（抽样对象之间的交流偏向线上）。其包括四大微信群：一是高校学生的宿舍群（500 人），其群员之间最基本共性是同性别；二是同院系群（250 人），群员之间最基本共性是同院系；三是公开课学生群（273 人），最基本共性是同校。四是群员彼此互不相识、没有特定联系的微信群，即由于某种偶然原因而组成的“文献搜集交流群”（381 人）。第二个方面的抽取样本，来自广东地区某高职院校的在校大学生（抽样对象之间的交流线上线下都有）。

对问卷收集整理发现，在微信社交实践中，大学生求助信息接触的频率整体较高，65.59% 的人偶尔接触到这类信息。同时，有 65.84 的调查者表示她们自己也偶尔会在微信社交过程中，发送此类求助信息，期望获得他人的帮助，9.44% 的调查者会经常在微信平台开展求助行为，24.72% 的人从不会在微信中发布求助信息。可见调查结果显示，大多数高校大学生都有在微信中求助和施助的经历，微信互助是微信社交过程中的常态。

2.2 半结构访谈深度分析

在问卷调查的基础上，论文还采取了半结构访谈法进行更为深入的研究。利用微信语音聊天以及线下面对面访谈的方法，与 17 位高校学生进行访谈并录音，其中女性 12 人，男性 5 人，访谈时间平均达 30 分钟。访谈过程中发现，所有人员表示此前都接触过微信中的互助行为，这也将更有利于访谈的进一步深入。整个访谈围绕两大核心问题展开：一是如何看待微信社交过程中的这类求助信息；二是有哪些因素会影响自己对这类求助行为采取积极的回助措施。

3 互助行为认知

3.1 相信信息的真实性

关于对微信社交中此类求助信息的看法，大多数被调查者表示会凭借自己的经验判断信息的真伪，但大体上是相信求助信息的真实性。被访谈者提到诸如求砍价、求投票等求助信息确实是日常生活中都会遇到的，相信没有人会故意散播此类信息，但不排除求助者自己无法辨别信息真假而偶然发布了这类消息。例如，有参与者提到：“我一般会自己辨别求助信息的真假，如果是假的，那我不会去帮助。有次一位朋友私发一篇文章，提到金庸先生去世的消息，说只要群发这篇文章就可以免费得到一套金庸先生的书籍，我当时觉得不太可信，觉得没有不劳而获的东西，就主动提醒朋友这应该是假的，结果他最后确实没有拿到奖品，所以我虽然对微信求助信息持信任态度，但也会自行判断某些虚假信

息。”整体来看，参与者还是认同此类求助信息的真实性。

3.2 求助行为出自他人真实需求

当问及对微信中的求砍价、求赞、求投票等求助行为的态度时，大部分参与者也表示对此行为基本认同而不反感，整体上相信此类信息出自他人真实需求。参与者提到，譬如求砍价以及求车票助力等行为自己平时也遇到过，在现实生活中遇到此类问题是常态，并且互帮互助是中华民族的传统美德，顺手帮助一下无妨，并且现在采取网络求助尤其是微信求助是最常用的方法，相比 QQ 和微博，微信求助的获助率更高，因为微信是基于熟人社交，并且用户颇多，其人群活跃度高于自己的 QQ 社交。因此，高校大学生对于微信中的求助以及施助行为表示认可，既有利于他人问题的解决，也有助于在社交媒体或者网络空间形成互帮互助、礼尚往来的良好氛围。

4 互助行为影响因素

前文主要提到参与者是如何看待微信社交中的求助信息以及求助行为，那么又有哪些因素会影响人们的微信社交互助行为，根据问卷调查和深度访谈发现，求助信息本身的性质、互助双方的关系取向、互助行为产生的得失以及伴随社交过程的群体压力是主要的影响因素。

4.1 求助信息的性质

大部分参与者将求助信息的性质作为影响自身参与互助行动的原因之一，如信息的真假、信息的类型。如果依据自己的判断，认为求助者发布的信息不实，信息低俗、无聊，那么是不会予以帮助的。有参与者提到：“即使是同一种求助类型，像求投票，我自己也会有不同的看法的。对于比较正规且严肃的比赛，有投票这个环节，我还是会去帮一下。但是像宝宝大赛这种投票，我是不太喜欢的，也不会去投，觉得没什么意义。”无疑，在互联网时代，海量信息犹如汹涌波涛向我们扑面而来，信息真假难辨。微信当中出现的各种各样的求助信息也是鱼龙混杂，加上商家花样百出的营销手段，用户难免会因一时利益的引诱而选择相信且将其散播出去，所以求助信息的性质和类型会直接影响求助者是否能顺利获得帮助，即关系微信社交互助行为的要素之一。

4.2 关系取向

在中国情境里素有“人情社会”“关系社会”的说法，“关系”在中国传统文化以及人们的日常生活中扮演着重要角色。学者佐斌认为中国人具有“关系取向”，他指出“关系取向是人们以关系作为对自己和对他人认识的依据或线索并依此对自己的角色进行界定和作出相应的行为反应的一种心理倾向和行为风格。“关系取向”既是一种心态，又是一种行为模式。”^[3]在本次研究中，同样发现关系取向是影响微信社交互助行为的重要因素之一。在关系观念取向上体现为，受访者表示在不考虑求助信息性质时将以人为中心，即以求助者的身份为中心，而西方国家则相对重视物，

以个体为中心；在关系行为取向上又具体表现为，在人际交往过程中讲究人情回报，互帮互助，留下良好印象以维持人情来往。参与者均指出，微信社交中互助的程度取决于自己与求助者之间的关系，是熟人还是陌生人，而关系较好的基本不会拒绝求助。例如，自己的同学、老师、朋友发的求助信息，自己便积极予以帮助。正如一位参与者提到：“有一位学姐经常给我私发拼多多求砍价的信息，我一开始还怀疑信息的真实性，但是我跟她比较熟，以前考研的时候她也帮了我不少，所以我还是每次都帮她砍价了。”因此，基于关系取向决定是否开展互助行为是参与者面对求助信息时考虑的关键因素。可见，关系取向对人们的认知以及行为有较大的引导作用，对于微信社交互助的影响也可见一斑。正如学者所言，虚拟化社区的人际交往形态，表现为互不相识的人通过虚拟社区展开双向及多向互动，而网络的虚拟性、匿名性和开放性，增加了在线建立信任的风险，因此网络人际信任成为影响网络利他行为的重要变量^[4]。

4.3 付出与收获的衡量

微信从问世以来就成为人们进行社会交往的重要平台，而社会交往的过程实质就是进行社会交换的过程。20世纪60年代，学者霍斯曼最早提出社会交换理论，而布劳则在其基础上进一步深化，从社会学的视角研究社会交换行为。社会交换理论认为，在社会交往中个体的各类社会行为都是商品交换的结果。如果个人认为获得的报酬高于相互交换的成本，就会发生交换。如果相互交换的成本较高，交换就不会发生^[5]。即我们在进行社会交往的过程中会对自己将要付出的成本和得到的报酬进行分析与平衡，那些能够给予我们最大收获的人或事将会更加吸引我们。当然，有报酬就要有付出，只有我们付出一定的成本才能得到相应的回报，这也是社会交换的基本原则。因此微信社交同样遵循社会交换的理论路径，对于微信互助，我们也有付出与收获的衡量。在微信社交中面临他人的日常求助（求砍价、求投票、求车票助力等）时，我们需要查看求助信息并且按照其指示完成操作，整个求助过程无疑也需要付出一定的时间和精力成本，而我们能从其中得到相应的报酬，如经济上求助者给出的微信红包以及熟人关系之间人际情感的进一步提升或者陌生群友之间被感激的情感体验。

4.4 群体压力

微信与社交媒体微博相比是偏于熟人社交的相对封闭的圈子，其群体内部活动伴有“群体压力”的存在。“所谓群体压力，即群体中的多数意见对成员中的个人意见或少

数意见所产生的压力。在面临群体压力的情况下，个人和少数意见一般会对多数意见采取服从态度。”在微信社交互助过程中，这种群体压力也是影响参与者是否对求助者予以帮助的原因之一。例如，有人提到“有的时候自己帮不帮会受到其他人的影响，像我身边的同学、朋友都帮了，我不援助一下就有点不好意思，也不是说跟风，就是会有一点压力。”参与者表示，是否对别人予以帮助本来是个人选择，但是微信社交当中有大量的熟人在，不论是在微信群还是朋友圈，其行为轨迹基本是互相知晓的，因此微信互助行为发生的背后有群体压力或从众效应的推动。

5 结论

论文通过调查问卷和深度访谈法，探讨在线上的社交实践中，高校大学生是如何看待虚拟世界的求助行为以及具体影响其互助行为的关键因素。研究发现，大部分高校学生对网络社交中的求助信息和行为持积极看待，冷漠忽视的属少数。且求助行为的性质、双方之间的关系取向、人际交往中的利益交换原则以及网络社会交往中的群体压力是影响大学生微信社交互助的主要因素。而网络尽管是各种虚拟关系的聚合体，但仍然属于社会生活的范畴，现实的社会交往规则和互动框架同样能够解释人们的线上线下一线行动逻辑^[6]。因此，探讨数字化背景下大学生的互助行为与积极的互惠实践，对于进一步引导培育当下大学生的集体主义、群体观念与深层次的家国情怀提供了一定思考路径。

参考文献

- [1] CNNIC中国互联网络信息中心:<https://www.cnnic.net.cn/n4/2023/0828/c88-10829.html>.
- [2] 丁元竹.超越现实与虚拟:网络环境下的新社会形态及其治理研究——以微信读书社群为例[J].电子政务,2022(4):29-40.
- [3] 佐斌.中国人的关系取向:概念及其测量[J].华中师范大学学报(人文社会科学版),2002(1):74-80.
- [4] 滕国鹏,张青杨.虚拟社区感对大学生网络利他行为的影响:网络社会支持和网络人际信任的链式中介作用[J].中国健康心理学杂志,2023,31(5):727-733.
- [5] Organ, D W, Konovsky M. Cognitive versus affective determinants of organizational citizenship behavior[J].Journal of Applied Psychology,1989,74(1):157-164.
- [6] 梅洁,柯增金,杨新国.网络自我呈现与积极互惠行为的关系:线上积极反馈的中介作用[J].杭州师范大学学报(自然科学版),2023,22(3):255-261.