

移动学习视域下中国古典诗文的微信传播

孟祥娟, 王 钰

(北华大学 文学院, 吉林 吉林 132013)

摘要: 古典诗文是中华优秀传统文化的瑰宝, 微信公众平台是现代信息技术的新枝, 二者结合, 为中国古典诗文的传播提供了新的载体和途径。微信公众号进行古典诗文传播, 有着传播主体多元性、内容多媒体性、方式快捷高效性、主客体间即时互动性与经济性等特点, 也存在着内容良莠不齐, 阅读随机性大等问题。由专业团队负责打造丰富多彩的推送内容, 增强与受众的联系, 提高受众的参与程度, 是保证平台质量、吸引更多的关注、提高传播效果、达到移动学习目的的有效手段。

关键词: 移动学习; 微信平台; 诗经; 唐诗; 宋词

中图分类号: I2-1 **文献标志码:** A **文章编号:** 1672-349X(2018)04-0062-05

DOI: 10.16160/j.cnki.tsxyxb.2018.04.011

On the Spreading of Chinese Classical Poetry through Wechat from the Perspective of Mobile Learning

MENG Xiang-juan, WANG Yu

(College of the Humanities, Beihua University, Jilin 132013, China)

Abstract: Classical poetry is a gem of Chinese excellent traditional culture. The public platform of WeChat is a new branch of modern information technology. Therefore, their combination could create a new carrier and method for the spreading of Chinese classical poetry. As a result, it has provided the diversity of the main body of the communication, the multimedia of the content, the fast and efficient way, the instant and economical interaction between the host and the guest. However, it also caused some problems like the intermingling of the quality and poor content, as well as the randomness of reading. Thus, it is an effective means to ensure the quality of the platform, attract more attention, improve the effect of communication and achieve the purpose of mobile learning by building by a professional team pushing various content, strengthening the contact with the audience and improving the audience's participation.

Key Words: mobile learning; WeChat platform; *Book of Songs*; Tang poetry; Song Ci poetry

古典诗文是中华优秀传统文化的瑰宝, 一直深受广大读者的喜爱。近年来, 随着移动网络的发展与智能手机的普及, 信息传播的方式和手段日益丰富, 为中国古典诗文的传播提供

了新的载体和途径。古典诗文不再局限于传统的平面媒体, 如图书、杂志, 而是可以通过网络实现广泛、高效的传播。为适应这种变化, 加强古代诗文的传播与优秀传统文化的弘扬, 微信

基金项目: 吉林省教育科学“十三五”规划 2017 年度课题(GH170097)

作者简介: 孟祥娟(1974—), 女, 吉林大安人, 副教授, 博士, 主要从事中国古代文学研究。

的传播功能与作用不容忽视。

微信是腾讯公司于2011年1月推出的为智能终端提供即时服务的应用程序。一经推出,便迅速成为人们沟通、交流和获取资讯必不可少的工具之一。在此基础上,腾讯公司又于2012年8月推出微信公众号服务。微信公众号通过吸引更多的微信用户的关注与转发,在微信朋友圈中呈辐射式传播,大大加强了信息传播的效率。可以说,微信公众平台为中国古典诗文提供了一种全新的现代化的传播方式和移动学习方式。

一、基于微信公众平台的中国古典诗文传播的特点

“从传播学视角来看,微信传播主要是人际传播和组织传播为主,兼有专业组织对网民的大众传播性质。”^[1]同时,智能手机整合了通信、影像摄制、地理位置服务、智能办公平台等多种功能,具备初步的全媒体性质,又使微信传播体现出交互性、多样性、统一性、复杂性、分众性、融合性、广泛性等传播特征。微信公众平台作为一种全新的现代化的传播和学习方式,对于中国古典诗文的传播,具有其独特的优势和特点,具体体现在以下几个方面。

(一)传播主体的多元性

传统的传播方式下,古典诗文主要通过书籍进行传播,传播主体是古典诗文的编辑者、点校者、解读者以及各级正规出版社。微信公众平台则是私人化、平民化、普泛化、自主化的自媒体时代的产物,其主体可以是机构,也可以是个人。就机构来说,可以是传统的出版社、编辑部,也可以是高校的研究所、教研室;就个人而言,可以是多年从事古典诗文研究的专家学者,也可以是从事古典诗文教学的老师,还可以是古典诗文的爱好者、国学爱好者,等等。另外,兼具社交属性和媒体属性的微信传播,在以人际传播为主要传播特征的朋友圈中,微信用户可以通过分享他人信息,实现从受众到传播主体的身份切换,这符合施拉姆在拉斯韦尔的“5W”线性模式基础上提出的“奥斯古德—施拉姆模式”——它将传播看作是行为者双方对等、

依次担当信息传播者和接收者的过程。因而,微信呈现出多元化的传播生态。

(二)传播内容的多媒体性

与传统的纸质平面媒介主要以文字为主的传播内容不同,微信公众平台可以承载多种形式的传播内容,具有融文字、动画、音乐于一体的多媒体性。为改变传播方式的单一性,传统的纸媒也做出了一些尝试,如配套光盘或者引入二维码,通过光盘读取或二维码扫描实现对音频和视频文件的调取,但前者需要笔记本电脑等设备,后者则需要借助微信的“扫一扫”功能,并不能做到多种媒体因素的融合。而基于现代数字技术的微信平台则可以很便捷地将多种媒体形式融于一体,优美的诗文辅之以形象的图画,以及动听的朗诵、吟唱等音频文件,甚至还可以添加视频短片,从而做到图文并茂、声情兼具,读者不但可以欣赏到诗歌的语言之美,还可以更好地领略诗情画意。这种多媒体融合的传播手段,具有传统纸媒传播不可能具有的生动直观性,可以把古典诗文的魅力通过多种形式充分表现出来。

(三)传播方式的快捷高效性

微信传播首先是一种基于移动网络的人际传播,它以网络这一大众传媒为中介,可以在点对点交流的基础上形成规模庞大的人际网络,从而又可以产生大众传播的效果。传统的纸质媒体的传播方式往往是一对一的、直线型的,而微信传播是辐射型的。传统的纸媒传播方式,有一个短则数月、长则数年的比较漫长的出版周期。一篇文章,从书写完成到展现到读者面前,中间要经过出版、印刷、发行诸多过程,有着较长时间的间隔。而微信传播则可以在创作完成之后即时推送,再通过平台关注者的转发、分享等方式迅速传播开来,实现一对多的、多点开花式的辐射状多级链条传播,从而大大提高传播的效率。

(四)传播主客体间的即时互动性

传统的纸媒传播方式下,作者和读者之间的沟通交流途径单一,即时性的交流几乎不可能。微信公众平台则为文学经典的传播者和接

受者提供了一个可以即时交流的平台,二者可以通过留言直接进行交流,读者可以提出自己的困惑或不同的见解,传播者也可以直接进行回复和解释。微信还“在公众平台页面预设了互动按钮,根据具体公众号运营者的自行设置,可以为用户提供历史消息查询、分类信息推荐、加入共同兴趣社区、信息反馈等功能入口,形成用户端的互动模式”^{[2]20}。“疑义相与析,奇文共欣赏”,可以达到很好的沟通交流效果。

(五)资源发布与获取的经济性

纸质媒体的传播方式主要是纸质书籍,价格往往很高,如果配有彩图,则称得上昂贵。一方面是因为资源发布有出版发行成本,另一方面是资源获取有购买成本。即便是目前的电子书,也需要额外的设备(电子书阅读器)和资源(书籍的电子版)购置费用。而通过微信公众平台进行阅读,则只需在手机上登录微信,就可以通过关注相应的公众号阅读到自己喜好的内容,可谓灵活便捷、节约经济。

二、目前古典诗文微信公众平台存在的共性问题

微信公众平台在体现出强大优势的同时,自内容到传播的各个环节中也都存在不少的问题。为更好的发挥微信公众平台的作用,就需要明确问题的关键所在,从而对症下药。

(一)公众平台鱼龙混杂,内容良莠不齐

微信公众号是由组织或者个人进行申请、建立的自媒体,准入门槛太低,造成了公众平台鱼龙混杂的现象。有些个人申请的平台,可能只是一时兴起;有些机构申请的平台,也可能只是要表明有这样一个平台。这些平台往往形同虚设,却掺杂在众多的平台之中,造成古典诗文爱好者需要花费大量的时间去查找和辨别哪些才是好的、适用的平台,进而降低了学习的效率,甚至影响了学习的兴趣。如公众号“古代历史及文学”,关注后会发现有“古代历史”“古代文学”“反馈”三个菜单,分别点开则“古代历史”下仅有“朝代顺序”一条内容,“古代文学”下亦仅有“别样的乐曲”一条内容,这两条内容都发

表于2016年4月24日,查看历史消息可知,该公众号创建于2016年4月,至2016年12月,共推送26条内容,2017年全年仅有6条,最近的一条上传于2017年9月15日,也就是说,已经半年以上没有更新。而上述问题的存在,还造成了公众平台所推送的内容质量难以保证,有些平台内容单一、质量不高,甚至错误百出。不仅造成读者阅读时间的浪费,有时还会传播错误的内容。

(二)被动阅读造成阅读的随机性与碎片化

美国媒介研究专家马克·波斯特的《第二媒介时代》中将互联网为代表的新媒介时代称为“第二媒介时代”,“在这个时代,由于互联网网状的节点连接方式使信息的传播没有了发布中心,任何一个点与点之间都可以双向交流,因而衍生出集制作、销售、消费于一体的系统,导致了碎片化的传播行为”^{[2]10}。现代的人们每天都处于海量信息包围之中,阅读的主动性降低。手机作为智能终端,以其优越的移动性和便携性成为用户随时随地获取信息的重要渠道,场景的碎片化也随之形成。微信公众平台每天向关注者推送内容,从而引起读者的阅读兴趣,微信用户往往通过对推送内容标题的浏览来决定是否进行全文阅读,从而造成了阅读的被动性、随机性以及碎片化,减少了阅读的系统性。为了吸引读者,一些推送文章往往会费尽心力地去想一些比较吸引眼球的标题,或故弄玄虚,或耸人听闻,虽然暂时提高了点击率,但往往会引起阅读后的失望心理,造成“取关”的后果。

(三)滥用多媒体冲淡了古典诗文的回昧性

安东尼·贝茨认为,对于某些具体的教学目标来说,存在某种媒体的教学效果明显优于其他媒体。施拉姆和余也鲁在《传播·教育·现代化——教育传播的理论与实践》一书中提出过选择教学媒体的九个原则,认为混合使用媒体比只用一种媒体效果好,混合使用媒体来配合教学,十分复杂,且很难做到理想。根据教学目标而确定的学习行为可以分为五类,即学习事实型信息,学习多种事物的识别能力,学习抽象的原理、概念、法则,学习解决某种问题的

程序与方法,学习操作性技巧。中国古典诗文的学习无疑类属于第一种,即学习事实型信息类型。对于这种学习类型,图片、影视和录音等媒体种类所能达到的效能均为MP级,即局部效能,“能部分地完成教学工作任务,但对于有困难的部分,需要加以辅助工作才能完成”^[3]。基于成熟的数字媒体技术和海量资源,微信可以比较轻松地将古典诗文视频化、图形化、动画化,这在古典诗文传播过程中是非常必要的。但若过度滥用,则会挤占古典诗文所具有的想象与回味的空间,粗制滥造的视频与图画更会降低诗文的美感,使古典诗文失去本身所独具的民族特色与文化内涵,使得读者在阅读过程中很难有审美再创造。在这一点上,中国画的留白理论,古典诗文所倡导的“言有尽而意无穷”,都是尤其应该借鉴的。

三、基于移动学习的中国古典诗文微信公众平台建设

为解决上述问题,基于移动学习的中国古典诗文微信公众平台建设成为一个重要的课题,通过目的与对象明确的微信公众平台的建设,可以充分发挥微信平台的快捷传播作用,且能避免上述常见问题。

(一)专业团队负责打造,保证内容质量

与传统媒体相比,虽然用户的需求和传送方式发生了巨大变化,但是“内容为王”的核心价值在运营中依旧十分重要。基于移动学习的目的,由从事古代文学教学与研究的专业人士负责对平台内容的设置与更新,从而做到质量有保证。如微信公众号“风雅弦歌”,是由黑龙江大学刘冬颖教授主持的国家艺术基金资助项目“古典诗词吟唱的新媒体传播”所申请的众多新媒体平台中的一个,负责人为《诗经》研究专家,长期从事《诗经》学及相关研究。其中,“周末跟冬颖老师读《诗经》”栏目的选目、注释、评析均出自中华书局2013年出版的刘冬颖教授所著《中华传统诗词经典:诗经》一书,该书从《诗经》305篇中精选出97篇,详加注解,并从文学、历史、社会生活等不同的角度,对每篇诗作进行了精彩的评述,以此为基础,配上专业的

朗读与吟唱以及图画,提供了较之原书更丰富的品鉴体验,内容质量也更有保证。施拉姆和余也鲁在《传播·教育·现代化——教育传播的理论与实践》一书中概括了有关教育传播的几个原理,其中之一即信息来源原理,认为有权威、有信誉的人说话,总是更容易让人信服,同时,亲朋好友也可能成为受众乐于接受的可靠的信息来源。从这一方面来说,微信公众号的传播,很大程度上依托于好友之间的人际传播,再加上专业团队的打造,更能取得较好的传播效果。

(二)提供丰富多彩的推送内容,吸引更多关注

虽然手机屏幕的尺寸限制了微信平台的菜单数量,但在有限的菜单空间提供更为丰富多彩的内容也是需要考虑的,公众平台的运营者还可以根据后台用户阅读数据统计,根据订阅者较多关注的信息和特点来制定传播内容,只要符合用户的期望和偏好,用户就会形成品牌忠诚,并通过人际传播,影响更多的用户关注。仍以“风雅弦歌”公众号为例,在“诗词吟唱”“品诗赏乐”“投稿”三个主菜单下,又分别有三五不等的子菜单,其中“诗词吟唱”之下,就有“冬颖吟唱”“大家吟唱”“一起吟唱”“宝贝唱诗”等内容可供选择,同是吟唱,但吟唱者的不同也会给听众不同的感受,面向的也是不同的受众,这对吸引不同文化与年龄层次的关注者,无疑会起到重要的作用,并且可以带动更多的诗词爱好者参与其中。另外,该公众号所推介的内容又不局限于《诗经》,而是包括了唐诗、宋词等古代诗词的优秀内容,还常常配合传统民俗节日,吟唱与品鉴不同的诗词,如农历新年唱《诗经·丰年》,正月初七赏《人日思归》,元宵节赏《正月十五夜》,端午唱《楚辞·河伯》,七夕吟唱秦观《鹊桥仙》,中秋佳节跟着李白看月亮,大雪节气便带你去看雪,等等。又如“诗词中国”,这是以中华书局有限公司为帐号主体的微信公众号,是“诗词中国”传统诗词创作大赛组委会官方平台,有“诗词学院”“小妹说诗”“物予生活”三个栏目,基本保持着每日都推送新的内容,尤其在每个节气和时令都会有相关的内容。将推送内容与中国传统的

民俗文化对接,起到了更好的推广效果。

(三)增强编读互动,发挥微信平台即时交流功能

教育传播是师生之间的一个互动的过程。虽然,基于微信公众号的古典诗文传播已经极度淡化了这种师生关系,但以移动学习为目的的微信平台,仍应注重这种互动与交流。自媒体的优势之一便在于即时方便的互动。及时与受众沟通,了解其需求,解释其困惑,传播的同时起到教学的作用,从而发挥移动教学功能。对此,一是要注重一般意义上的留言互动,每天利用固定时间专门用于回复留言,通过互动建立更好的编读关系;二是可以设置读者来稿,这样不仅可以增强受众的参与度,还可以吸引更多的受众参与到平台的建设上来,当更多的受众成为一个平台的建设者,这个微信平台无疑会焕发出更强的生机与活力。

随着人民生活水平的提高,对文化的需求

日益增强。优秀的中国古典诗文一直不乏爱好者,只是这种爱好往往缺乏积极与专业的引导。以强化移动学习为目的的古典诗文微信平台的建设,可以通过最为便捷的方式为更多的读者提供更为专业的知识服务,在弘扬优秀传统文化,树立民族文化自信方面大有可为。相信,更多的专业人士以高度的热情与认真负责的态度加入到古典诗文微信平台的建设中来,定会使整个社会诗声朗朗、风雅不息。

参考文献:

- [1] 李天龙,李小红. 微信传播特征探析[J]. 现代教育技术,2015,25(3):96.
- [2] 程卓. 微信传播特征研究[D]. 武汉:华中科技大学,2015.
- [3] 南国农,李运林. 教育传播学[M]. 北京:高等教育出版社,2005:110.

(责任编辑:李亚平)

(上接第 61 页)队伍,及时发现和解决行政失范行为,保证政府清廉高效,行政人员遵纪守法。最后,要培养行政人员的服务意识,要在行政队伍中加强宣传教育,短期内可采取一定的激励、惩罚措施促成公务人员的服务行为,使公务人员养成为人民服务、以人民为上的思维方式,重塑政府人员形象,提高政府公信力。

2. 重塑政府与公众的良好关系

首先,要拓宽民意表达渠道,为公民社会的发育创造自由的成长环境。要增强社会多元力量的直接联系,实现政府工作的透明化,真正做到政府与公众的信息对称,同时支持公众在法律允许的范围内行使言论自由权,尊重公民的主人翁身份。其次,要鼓励社会组织的独立发展,虚心听取和及时采纳社会组织的声音,发挥社会组织在转型期的规范和建议作用,尊重公众法律允许范围内的自我组织、自我服务。再次,要规范网络环境和媒体行为,防范社会媒体和公众滥用言论自由权,维持和谐规范的舆论环境,使互联网和大众传媒作为政府和公众平等沟通的桥梁而非公信力滑坡的催化剂。

参考文献:

- [1] 沈亚平. 公共行政研究[M]. 2 版. 天津:天津人民出版社,2013:57.
- [2] 朱光磊,周望. 在转变政府职能的过程中提高政府公信力[J]. 中国人民大学学报,2011(3):120-128.
- [3] 邹东升. 地方政府行政诚信检视:传统、失范与重构[J]. 江西社会科学,2005(8):135-137.
- [4] 张旭霞. 试论政府公信力的提升途径[J]. 南京社会科学,2006(7):50-55.
- [5] 王福鑫. 试论政府公信力与社会主义和谐社会的构建[J]. 行政与法,2006(3):7-10.
- [6] 唐铁汉. 提高政府公信力,建设信用政府[J]. 中国行政管理,2005(3):8-10.
- [7] 武晓峰. 近年来政府公信力研究综述[J]. 中国行政管理,2008(5):63.
- [8] H·乔治·弗雷德里克森. 公共行政的精神[M]. 中文修订版. 北京:中国人民大学出版社,2013:162.

(责任编辑:李秀荣)