

Doi:10.3969/j.issn.1672-0105.2019.02.004

运用微信公众号创建大学英语移动学习平台的探索与实践

王盼

(江西农业大学 南昌商学院, 江西 南昌 332020)

摘要: 微信公众号作为新型的信息传播方式, 为移动学习的实践提供了平台与可能。为探索新型信息化教学方式, 笔者创建“商院BCR”公众号, 在为期一年的运营实践基础上, 探讨了大学英语移动学习平台的优势与思路, 为大学英语移动学习提供了实证案例。

关键词: 微信公众号; 大学英语; 移动学习

中图分类号: G642; TP311.52 文献标识码: A 文章编号: 1672-0105(2019)02-0013-04

Research on Mobile Learning for Non-English Majors Based on WeChat Admin Platform

WANG pan

(Nanchang Business School, Jiangxi Agricultural University, 332020, China)

Abstract: WeChat Admin, which is a new way, provides a platform and possibility for Mobile Learning. Thus, the WeChat admin “Business College BCR” was established to explore a new informationized way of teaching. The paper discusses the advantages and inspirations of M-learning for Non-English majors in college on the basis of the one-year running of “Business College BCR” and thus provides an empirical study for English M-learning in college.

Key words: WeChat admin platform; college english learning; mobile learning

根据中国互联网数据平台(CNNIC)第40次《中国互联网络发展状况统计报告》的数据显示,截至2017年6月,中国手机网民规模达7.24亿,网民中使用手机上网人群占比达96.3%。其中,学生占比最高,为24.8%。在线教育规模持续增长,手机在线教育用户规模达到1.44亿,市场迅速发展。在“移动互联时代”大背景下,移动学习(Mobile Learning)因其碎片化、便捷化的优势,受到越来越多的关注。因此,笔者以微信公众号为依托,创建订阅号“商院BCR”(BCR为Business College Radio的简写)移动学习平台,对其构建过程进行数据积累,以期为大学英语移动学习平台的构建研究提供实践数据和实证案例。

一、微信公众平台与移动学习

(一) 微信公众平台

微信公众平台,简称公众号,是由腾讯公司推

出的微信(Wechat)APP的一个媒体平台,旨在为用户提供信息。截至2018年9月,微信公众平台账号分为服务号、订阅号、小程序三种类型,分别进行相应的自媒体活动。三类公众号的服务类型与使用方式可参照表1。

表1 三类公众号服务类型与使用方式

类别	详情	示例
服务号	偏向服务类交互,适用媒体、企业、政府或其他组织。1个月内可发送4条群发消息。	功能类似12315, 114。
订阅号	一种新的信息传播方式,主要功能是在微信侧给用户传达资讯,适用于个人、媒体、企业、政府或其他组织。1天内可群发1条消息。	功能类似报纸,提供信息或娱乐趣事。
小程序	一种新的开放能力,可快速开发、便捷获取和传播,使用体验出色。	功能类似app。

从移动学习支持的角度来看,微信公众平台中的订阅号每日一次群发功能适合英语学习的日常推送,自动回复功能可根据用户指定的关键词进行历史推送的获取,其交流功能也可针对特定用户进行

收稿日期: 2019-02-25

作者简介: 王盼(1987—),女,江西农业大学南昌商学院讲师,硕士研究生,主要研究方向:商务英语与英语教学。

答疑与互动。因此,本研究以微信订阅号的方式为依托,开发大学英语移动学习平台。

(二) 移动学习

移动学习(Mobile Learning)作为远程学习的第三个发展阶段,在2000年由爱尔兰远程教育专家Desmond Keegan引入中国。顾名思义,移动学习是借助移动终端设备和通信网络,兼具情境性和移动性等特征的一种新型学习方式。

为了解独立学院非英语专业本科生英语移动学习的现状和需求,笔者对江西农业大学南昌商学院(简称江西农大)非英语专业的大一137名学生进行问卷调查,分析其对智能手机和微信的使用,并了解其移动学习的现状和需求。调查共发放问卷137份,回收137份,有效问卷135份,有效率为99%,结果如表2所示。

表2 大学生对微信及英语公众号的使用情况调查

问题	是	否
1. 你是否会频繁使用手机?	99人	36人
2. 你是否每天使用微信?	135人	0人
3. 你是否会利用手机学习英语?	30人	105人
4. 你是否关注英语学习公众号?	18人	117人
5. 你是否愿意借助公众号进行英语学习?	89人	46人
6. 你希望通过英语学习公众号了解哪些内容?(多选)	四六级考试(98人)、娱乐时尚(79人)、口语交际(58人)、英语国家文化(43人)、商务英语(32人)	
7. 你喜欢哪些形式的推送?(多选)	图文消息(90人)、视频类(77人)、音频类(53人)、文字信息(9人)	

由表2可见,73%的同学会经常使用手机,并且100%的同学会每天使用微信。但能利用手机学习英语的同学仅占22%,且关注英语学习公众号的同学则更少,只有13%。但有66%的同学愿意借助公众号进行英语学习。对于学习的内容,大部分同学表示对四六级考试、娱乐交际类的内容感兴趣,且偏向图文消息及音频视频类推送形式。

二、基于微信公众号的英语移动学习平台的开发

(一) 板块设计

笔者在以上调查结果基础上,结合江西农大学生英语自主学习课程的内容,申请了“商院BCR”公众号,并对板块内容进行合理设计,如图1所示。

(二) 实践过程

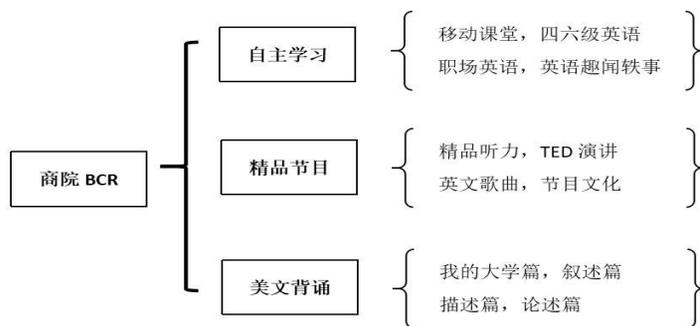


图1 “商院BCR”公众号菜单栏

“商院BCR”公众号的探索与实践包括三个阶段。第一阶段是2017年6月至2017年8月的前期筹备阶段。前期筹备阶段先成立运营团队。“BCR”是江西农业大学南昌商学院外语电台的简称。自2008年江西农业大学南昌商学院进行大学英语改革,取消大学英语听力课程之后,商院外语电台一直承担着大外听力课的功能。电台每天定时播放英语听力,让大家进行听力自主学习。除此之外,还有各种英语节目作为英语第二课堂,丰富同学们的课外学习。因此,我们以商院外语电台为依托创建微信公众号移动学习平台,在电台内部新成立新媒体部,组建运营团队并登陆微信公众平台官网申请账号,账号以商院外语电台的英文缩写“BCR”命名,选择最适合学习需求的订阅号进行注册。在实名认证之后进行具体设置。

第二阶段是2017年9月至2018年1月。此阶段的重点是每天的推送,正式开展公众号的运营。公众号每周周一至周五固定进行推送。推送内容最开始主要是商院外语电台的精品外语节目。推送由教师进行指导,学生团队进行运营。每月根据当月浏览数据进行讨论,优化各板块内容,并从学生的视角捕捉他们感兴趣的内容。同时,也尝试进行创新,加入英文歌点歌平台,可直接在公众号对话框留言进行点歌,吸引了很多同学的目光。经过一个学期的运营,公众号订阅量持续上涨。

“商院BCR”公众号运营的第三阶段是2018年3月至2018年7月。在这一阶段,板块设计基本固定下来,因此,我们把重点放在了提高推送质量上。除此之外,增加关键词检索功能,学生可以按照关键词进行检索,按需查阅历史推送。与此同时,重组运营团队,逐步弱化教师角色,使教师的

重心从内容向审核转移。

(三) 数据分析

1. 订阅用户增长量分析。“商院BCR”从2017年9月正式运营开放至2018年9月,共有订阅用户1655人次,其累计关注人数趋势如图2所示。

如图2所示,平台的用户增长集中在三个阶段:第一个增长高峰是公众号刚开放的2017年9月,此阶段订阅用户200人左右,大部分集中在商院外语电台内部,校内关注量并不高;第二个增长高峰期出现在2017年11月。在这一时期,经过一个多月的运营,在对前期数据进行分析的基础上,调整了板块结构,加入了名人英语演讲、四六级考

试等相关内容,吸引了较多用户的关注,此阶段订阅用户大约800人;第三个增长高峰是2018年3月新学期开学,此阶段的增长主要是新版块“美文背诵”带来的流量。“美文背诵”是江西农大学生英语自主学习课程的一部分,要求非英语专业学生每学期背诵十篇英语美文。为了帮助同学们更便捷地进行美文背诵,我们对背诵文章进行音频录制,附带文本图片进行推送。让同学们可以利用碎片化时间随时随地进行自主学习。5月以后,公众号移动学习平台的订阅用户稳定在1500人次。除了以上三个增长高峰期,还有几个小的增长点,推断是文章转发引起的用户增长。

■趋势图 ②

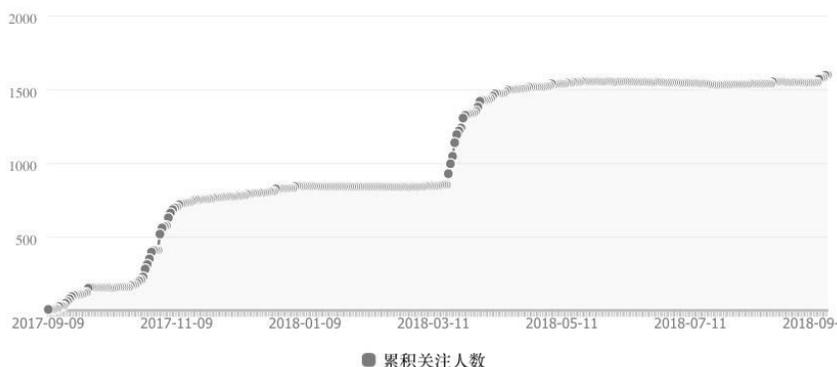


图2 “商院BCR” 累积关注人数趋势图

2. 推送内容分析。“商院BCR”自上线以来共推出图文消息303篇。现按板块及浏览量统计所有数据,如图3所示。在所有栏目中,浏览量较高的分别为英语趣闻、四六级、移动课堂和电台精品节

目。需指出的是,虽然节日推送总阅读量不如前面几个栏目,但由于节日推送总量只有8次,因此单篇浏览量较高。由此可见,学生们对于与自己生活相关的文化方面的英语表达关注度还是比较高的。

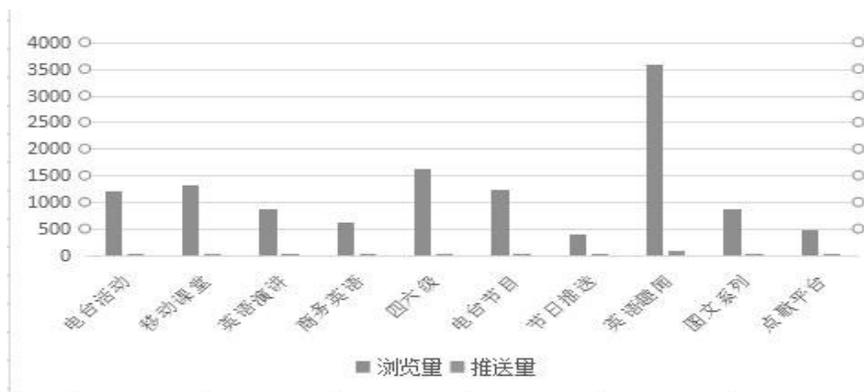


图3 “商院BCR” 各板块浏览量及推送量

3.推送文章阅读来源分析。现从后台截取“商院BCR”运营一年的文章阅读来源数据,如图4所示。数据显示,平台阅读总数为27 215次,阅读总人数为10 852人。除其它之外,大部分用户通过会话方式点开文章进行阅读。由此可见,标题的好坏

直接影响文章的阅读量。从图上数据来看,推送的朋友圈转发和好友转发量较低。因此除了博人眼球的标题外,提高推送内容质量,引发用户的转发,对于移动学习平台的二次传播也至关重要。

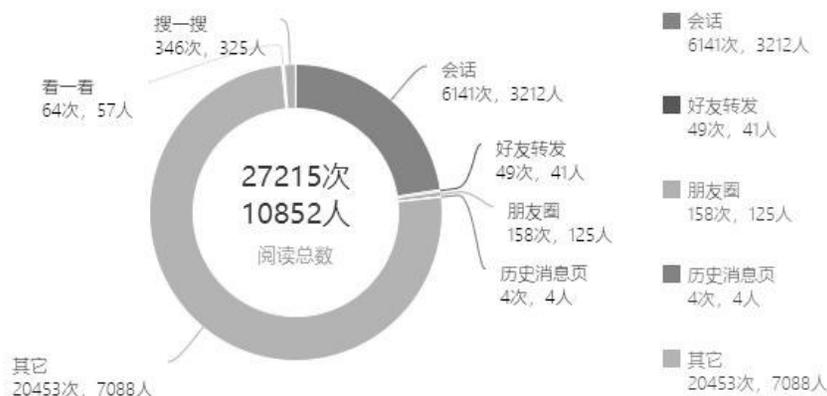


图4 “商院BCR”推送阅读来源

三、研究与实践反思

经过一年的实践,结合“商院BCR”使用数据以及和部分用户访谈情况,可以看出,基于微信公众号的移动学习平台开发符合教育信息化的方向,为大学英语的学习提供了新途径。其优势主要体现在以下三个方面:1.学习素材多样,学习内容趣味性强。通过智能手机微信APP学习,可在一定程度上激发学生的学习兴趣。特别是推文中的一些英语学习素材,图文并茂,比课本更贴近生活,实用性更强。2.学习时间灵活,可进行个性化学习。利用微信公众号推送进行英语学习,打破了传统课堂的时间和空间限制,让学生可以利用碎片化时间,随时、随地地进行学习。此外,学生可以根据具体情

况进行有意识的选择性学习。3.学习方式新颖,可培养自主学习能力。目前,我校大学英语的课程设置为每周2个学时,无法满足学生的英语学习需求,因此使用这种信息化的学习方法为学生提供更多的学习素材可以帮助培养并逐步提高学生的自主学习能力。

同时,在这一年的实践当中,也发现一些存在问题,为后续的研究提供了四条新思路:1.可深入探索大学英语教学的混合教学模式;2.可对具体学习效果的实时检测和互动教学进行进一步探索;3.可将移动学习平台与具体课程相结合进行翻转教学;4.可对新途径下的学习监督模式及考核方式进行探究。

参考文献:

- [1] Keengan, D.从远程学习到电子学习再到移动学习[J].开放教育研究,2000(5):6-10.
- [2] 吕岚.大学英语移动学习的构建研究[J].职教通讯,2017(3):66-69.
- [3] 王萍.微信移动功能的支持功能与设计原则[J].远程教育杂志,2013(6):34-41.
- [4] 徐晓靓.基于微信公众平台的大学英语自主学习模式的开发和建设[J].赤峰学院学报,2016(11):264-265.

(责任编辑:王星远)