

微信公众号在汉语国际教育专业学生中的应用分析

张钟箫

(郑州大学, 河南省郑州市, 450000)

摘要: 互联网飞速发展的过程中, 诞生了诸多互联网平台, 这些互联网平台中出现无数的创作者, 他们在其中传播、整合各种各样的信息, 为各类群体提供有效资源, 其中学习资源不在少数, 这些学习资源对大学生影响更加显著, 能够自由地获取学习资源使得大学生能够在自身发展中取得更多的自主权, 也能够在学习过程中获得更多的优势。学习资源传播的平台有多种类型, 其中, 视频平台契合学生对学习的需求, 正逐渐兴起, 相比之下微信公众号更多以图文形式来传播信息, 逐渐成为新的教育资源平台, 微信公众号应用于汉语国际教育领域, 更有其不可替代的优势。本文通过分析目前活跃的部分汉语国际教育专业相关的微信公众号数据以及调查新乡工程学院汉语国际教育专业学生使用汉语国际教育相关微信公众号的情况, 来管窥微信公众平台在汉语国际教育学科中的应用手段以及其在本学科发展中产生的作用, 发现当前存在的不足, 为更好地发挥微信公众平台在本学科发展中的作用提出相应建议, 以促进各媒体平台与汉语国际教育学科结合更加紧密。

关键词: 微信公众平台, 微信公众号, 汉语国际教育

一、汉语国际教育相关微信号发展现状分析

国际汉语教育事业的推广带动着国内汉语国际教育专业的培养, 媒体平台的发展也不断与学习资源分享相结合, 以汉语国际教育专业学生为对象的微信公众号应运而生并持续增加。微信公众号的运营者有企业、组织、学校和个人等主体, 这些公众号所推送的内容也与汉语国际教育专业学生息息相关, 在全民学习、终身学习的当下, 不断影响着汉语国际教育专业学生的个人发展。了解汉语国际教育相关公众号在如何发展、如何对读者即汉语国际教育专业学生产生影响, 有助于我们更客观、深刻、清晰地对其发展的优势与劣势进行分析。

(一) 基本情况: 研究不断丰富但发展受限较多

作为受众最广的社交软件, 微信交流已然成为一种生活方式, 截至 2026 年 6 月 30 日, 微信及 WeChat 月活跃用户已达 13.39 亿, 相应的, 微信公众号也受到众多用户追捧, 催生了大量应用于教育领域的微信公众号, 对于汉语国际教育, 最早在 2013 年, 便有学者结合微信公众号对其进行研究, 此后研究数量呈逐年上升趋势, 汉语国际教育领域的微信公众号的研究主要有辅助对外汉语教学研究、汉语国际推广中的应用研究和针对不同主体的研究。

微信公众号辅助对外汉语教学的研究主要是将微信公众号作为教学辅助工具, 从技术层面来挖掘微信公众号的作用, 将其与线上、线下对外汉语教学相结合, 研究者往往选择自主设计、运营微信公众号, 在教学实践中探索新的教学方法, 如微信公众号“口语碎碎念”、“汉语微课堂”等, 这类研究主要面向汉语国际教师与其学生。微信公众号在汉语国际推广中的应用研究则使用数据分析各相关微信公众号的及平台的影响力, 大多从传播学角度来看微信公众号与汉语国际教育相结合的作用。针对不同主体的研究则主要分为以留学生为对象、以国际汉语教师为对象以及以汉语国际教育专业学生为对象的研究。

可以看出, 随着互联网的不断发展, 线上教学需求越来越高, 对汉语国际教育相关微信公众号的研究也不断丰富, 但对于汉语国际教育相关微信公众号账号来说并不尽然。

自 2019 年以来, 受到世界局势的影响, 汉语国际教育专业发展受到一定程度的冲击,

这不仅表现在汉语国际教育专业学生实习困难、国际汉语课堂线下教学开展困难等方面，也表现在汉语国际教育传播推广困难之上，虽说而从近几年已经逐渐回暖，但一些汉语国际教育相关微信公众号停更、更新频率降低的情况来看，汉语国际教育专业发展状况与相关微信公众号发展状态息息相关。

综上所述，科技进步与汉语国际教育专业学生学习的需求推动着相关微信公众号的研究不断丰富，研究范围不断丰富，但汉语国际教育相关微信公众号的运营容易受到客观条件的限制，在相关研究不断丰富的同时，也会受到疫情等其他条件的限制。

（二）账号运营：账号总量繁多但官方优势较弱

微信公众号在创建账号时便被进行严格分类，注册订阅号首先被分为个体户、企业、媒体、政府、个人以及其他组织六个不同主体，由此可以将汉语国际教育相关微信公众号分为个人、企业和官方三大类，不同种类运营主体的账号有其不同的特点。

个人号例如“汉府中文”账号认证主体认证为教育自媒体，推送主要内容有国际汉语教学信息、国际汉语教师教学案例及分析、本学科相关研究追踪以及语言学、中华文化相关知识，内容面向的主体范围主要面向国内汉语国际教育专业学生和国际中文教师，针对留学生的内容较少，除此之外，此类公众号也会发布较多关于汉语国际教育专业学生个人职业发展的内容例如孔子学院招聘信息、《国际中文教师证书》考试相关内容、汉语国际教育专业考研信息。

企业号例如“CTCSOL”账号认证主体为汉考国际教育科技（北京）有限公司，其以“专注国际中文教育与教师成长”为公众号简介，推送内容主要为全世界汉语国际教育专业相关资讯播报和国际中文教师教学方法课程信息，主要关注国际中文教师成长，同时也发布大量有关《国际中文教师证书》考试有关的课程、名师讲座内容，聚焦国际汉语教师考试，提供信息、资料是其主要内容。

官方号以“孔子学院 Confucius Institute”为首，还包括世界各地的孔子学院、各高校有关专业的公众号，此类公众号所针对的服务对象范围较狭窄，以该学校的留学生、教职工为主，推送内容也大多是新闻资讯播报，展现孔子学院发展状态。

由此可以看出，在互联网学习资源类账号不断涌现的背景下，汉语国际教育专业相关的微信公众号数量也与日俱增，但不同运营主体的公众号推送内容及服务群体尤其不同的特点，官方类公众号作为最权威的媒体，其服务对象范围、推送内容明显在汉语国际教育专业学生专业素养培育上优势较弱。

（三）文章推送：内容比较丰富但侧重点不均衡

微信公众平台中学习资源推送内容丰富，不同主体的汉语国际教育相关微信公众号所推送的内容也有一定差别，综合来看，所推送的文章内容大致可以分为汉语国际教育资讯信息类、汉语国际教育专业学生发展类、汉语相关语言文化知识类，三类推送又可以细分为孔子学院资讯信息、汉语国际教育学生升学、就业类等等多个小类，足以看出相关微信公众号推送内容的丰富程度。

值得注意的是，内容丰富的同时，各部分内容占比并不均衡，各类公众号都有汉语国际教育资讯信息类内容，但官方类公众号推送内容以其为主，占比最大。而汉语国际教育专业学生发展类推送、汉语国际教育相关知识类推送在个人、企业账号都有，但汉语国际教育专业学生发展类推送最多，也有标题显示知识类推送，内容则借语言文化知识来引出其汉语

国际教育专业学生发展的意图，例如“汉府中文”2023年4月2日发布的推送中一则推送标题为——“‘弄（lòng）堂’还是‘弄（nòng）堂’？4月份《国际中文教师证书》笔试题题分享”以汉语语言知识分享为标题，打开推送内容则主要是推荐《国际中文教师证书》考试相关付费线上课程，此类推送则应归纳为汉语国际教育专业学生发展类推送。

选取“汉府中文”“CTCSOL”“孔子学院 Confucius Institute”三个不同类型的微信公众号2023年3月份推送数据来看，汉语国际教育资讯信息类推送共计43篇，汉语国际教育专业学生发展类推送共计73篇，汉语国际教育相关知识类共计6篇。

综上所述，汉语国际教育相关公众号推送内容足够丰富，但各类型推送数量分布不均衡，其中汉语国际教育专业学生发展类最多。

二、微信公众号应用于汉语国际教育专业学生培养的优势与不足

（一）优势

1. 用户基数大

微信公众号依托微信的“国民性”，使用微信公众号中学习资源的用户数量明显高于其他平台大部分大学生了解微信公众平台上有汉语国际教育相关资源，了解是使用的第一步，因此使用微信公众平台学习的汉语国际教育专业学生不在少数，这也就在最大程度上推动了微信公众号在汉语国际教育专业学生培养上的作用，大量汉语国际教育专业学生使用微信公众号寻找教学资源，用户之间相互影响，促进了微信公众号和汉语国际教育相结合。

2. 学习资源丰富

微信公众号中的汉语国际教育相关学习资源不仅包括文化知识，还有大量就业、升学信息资源，这些学习资源不仅能够增多汉语国际教育专业学生专业知识储备，还能为汉语国际教育专业学生提供就业、升学建议以及信息渠道。

文化知识相关推送包括汉语和中华文化相关内容，这些推送往往能够结合案例，对知识的讲解更加的生动有趣，有效地利用了汉语国际教育专业学生的碎片化学习能力，往往在不知不觉中提高汉语国际教育专业学生的知识储备，为其考试、考研、考证等自我提升过程提供助力。还有很多汉语国际教育专业相关微信公众号发布大量招聘、考研、考证信息，分享名师课程及学习资料，这些学习资料有付费也有免费内容，能够对学生学习所需要的知识内容进行整合，方便学生了解各级各类信息，避免信息差干扰学生就业升学，同时，在知识付费的大环境下，大多数个人和企业账号都利用付费课程及资料来填补自身运营成本，学生获得学习资源，公众号运营主体获得一定收益，这是一个双赢的过程。

3. 使用便利

相比于其他学习资源传播平台，微信公众号文章大多数以图文推送的形式出现，读者在使用公众号阅读文章时能够根据自己的选择，快速筛选文章中自己所需要的信息，而其他平台例如经常被用于寻找学习资源的“哔哩哔哩弹幕网”则更多是以长视频的形式存在，诚然，视频学习资源学习有助于调动学习者的感官，但是也存在着不能够自由筛选有效信息的弊端，而微信公众号推送则有效的避免了这一弊端。

除此之外，学习者在使用微信的同时，微信公众平台便能够自动为用户推送订阅号更新的信息，服务号的信息则能够直接以消息的形式在用户消息列表中显示，能够更直观地吸引读者，这也就进一步的增强了微信公众号学习资源使用的便利性，使学习者以最快速度看到专业知识相关的信息，以此来提高知识获取的效率。

（二）劣势

1. 推文形式单一

微信公众号推送形式有图文、音频和视频三种，推送形式并不单一，在微信视频号上线之后，视频类的推送形式也占了公众号推送的半壁江山，但纵观三类汉语国际教育相关的微信公众号还是以图文推送为主视频类的推送大多出现在官方类的微信公众号。笔者认为，究其原因音频、视频类的推送制作成本、技术含量较高，而图文推送制作、运营成本、技术含量低，所以大部分个人和企业微信公众号推送形式选择以图文为主，官方类的公众号出于宣传的需要，包含一定量的视频和音频推送，但是，根据调查结果来看，学生对学习资源的获取主要来自于个人和企业公众号，学生的反馈中也可以看到，推文形式也是吸引其浏览文章的重要原因之一，因此，推文形式单一，便不容易吸引学生浏览，况且在短视频日渐流行的时代，单纯的图文已经不能够完全满足学生对学习资源类账号的要求。

2. 推送内容无新意

前面考察中发现，汉语国际教育专业学生对相关微信公众号的需求主要是在学习教学方法、中国文化、学术讲座等专业知识、获取教学资源，如教材、PPT、教学软件、教学技术等，而经过前边统计学生最需要的内容反而是数量最少的，大多数的个人和企业类账号中所推送的内容以职业资格发展和就业招聘类的消息最多，而官方类的微信公众号则以专业发展资讯消息为主。所以，虽然汉语国际教育相关微信公众号推送内容较为丰富，但并没有真正符合学生的需求，同时，在“内容为王”的自媒体时代，许多企业和个人微信公众号过于追求盈利，所发出的推送内容原创程度低，转发类的消息较多，这就导致推送内容千篇一律，被盈利性的推送占满。

然而根据调查结果来看吸引学生浏览该类文章或公众号地原因中“内容质量好，值得看”“标题新颖”占比最大，而该类微信公众号推送内容实际情况则是原创内容少、推送千篇一律没有新意，形式也没有创新，基本都是通过直接科普的图文推送来展现，没有太丰富的设计内容，容易使人产生阅读疲劳阅读体验变差从而减少公众号使用的频率。

2. 推送广告太多

前文已经谈到，汉语国际教育相关微信公众号推送内容并不能满足用户需求，很大程度是因为此类微信公众号中实习或求职就业类推送较多，根据调研结果来看学生反馈此类推文中存在着广告太多的问题，这与其推送内容与运营策略息息相关，个人和企业类的微信公众号并不只是单纯的进行学习资源分享，更多是出于流量变现和盈利的要求，因此大量的广告充斥在关于实习或求职就业类的推送文章之中，多数以卖线上视频课程、资料为主，在知识付费的背景当下，用学习资源进行盈利本身并没有错误，但是盈利和内容不应该背道而驰，如果单纯为了盈利就放弃了优质内容的输出，显然是本末倒置的情况。这也是汉语国际教育相关微信公众号推送内容中的问题，广告太多影响读者阅读感官，从而也会影响此类微信公众号对汉语国际教育专业学生培养的作用。

三、汉语国际教育相关微信公众号发展建议

（一）深耕内容，提高推送质量

汉语国际教育专业发展需要与时俱进，无论是汉语国际教师、汉语国际教育专业学生还是留学生，对此类微信公众号的需求都很大，需求必然能够推动汉语国际教育专业相关微信公众号发展运营，但依靠低质量的推送内容发展并不符合信息时代“坚持原创、内容为王”

的要求，不能做出使读者真正受益的内容，账号文章的吸引力将不断下降，活跃粉丝也会快速流失。

提高推送质量首先就必须和过去的运营方式割席，摒弃旧的排版、写文方式，首先应当向高质量学习资源分享类微信公众号学习排版、撰文技巧，取其精华，发展自身。其次是摸索形式、内容上的创新，形式上的创新可以从平衡音频、视频在推文中的比重为切入点，微信公众号有着多元的推送方式，然而过去大部分微信公众号仅依靠图文结合的推送方式已经造成一部分读者阅读疲劳，因此，相关微信公众号应该从提高团队的技术水平入手，图文和音视频形式并重，必然能带给读者全新的视听感官。其次，内容上也不能再拘泥于过去生硬刻板的知识科普、广告推送，可以将对外汉语教学案例、留学生文化适应案例等与内容结合起来，也可以采取访谈、调查等方式充实内容。

（二）多方联动，官方同时助力

在微信公众平台上活跃的微信公众号数量庞大，汉语国际教育相关的微信公众号运营主体主要有官方、企业和个人，可以概括为官方和民间两大种类，根据上面的调查，可以看出汉语国际教育专业学生更多依赖民间运营的、能够提供更多汉语国际教育专业学生学习资源的微信公众号，官方类的公众号因其代表性，大多是信息通讯。但是无论哪种新媒体平台官方账号，影响力往往是最大、最不可忽视的，这也是官方类公众号实际上的关注人数与民间类公众号关注人数持平的原因，主要是其官方身份的影响。但是，学习资源更多的放在民间类的公众号也导致了许多问题不可避免地发生，诸如平台管控个人账号力度不够、民间类微信公众号投放广告较多、信息较为杂乱容易误导学生等问题。因此，官方类公众号应该和民间类公众号进行多方联合，互相汲取经验，官方类公众号借此扩大自己的受众群体，不将自己限制于某一孔子学院或国际教师或留学生群体，多多在面向汉语国际教育专业本科生，在其培养工作上发挥更大的“领头羊”作用。如和民间类有一定影响力的公众号联动，共同推出更精彩、更实用的推文内容，以此来促进汉语国际教育和微信公众平台的结合。

（三）挖掘需求，明确主体对象

目前，汉语国际教育相关微信公众号推送的内容基本能够涵盖国际中文教师、汉语国际教育专业学生以及留学生等几大主体，根据这几大主题打造不同的板块和内容，内容主题较为丰富，但多数微信公众号眼光太过狭窄，内容局限比较大，看似内容繁多，实质上并没有真正的挖掘读者的需求，就目前来说，汉语国际教育专业本科生应是这几类群体中数量最庞大的群体，但是针对于他们的内容往往质量较差、实用性不足，这是相关微信公众号整体主体对象不明确、没能深挖用户需求所导致的。因此，各级各类汉语国际教育相关的微信公众号应当在订阅号或服务号的菜单栏中多设置与读者进行观点沟通的板块，加强公众号与读者之间的交互性，听取读者的意见与建议，深挖读者需求，明确推文内容与方向，也可以开设读者留言板块，定期收集读者留言，同时，也可以打造自己的账号 IP，不止在微信公众号上，还有其他互联网媒体平台上，充分利用各方平台的优势做出更有用的内容，推动汉语国际教育专业学生素养的提升，读者真正从中受益，才能吸引更多读者关注公众号，运营才能更加长久。

本文通过对汉语国际教育专业相关微信公众号发展现状的分析，发现其呈现出：研究不断丰富但发展受限较多、账号总量繁多但官方优势较弱、内容比较丰富但侧重点不均衡的特点。可以发现，相关微信公众号有户基数大、学习资源丰富、使用便利的优势，也有推文形式单一、推送内容无新意、推送广告太多的劣势，这些优缺点使得汉语国际教育专业学生不

能够完全信任、依赖相关微信公众号所推送的学习资源资源,究其原因可以发现,汉语国际教育相关微信公众号想要在学习资源分享领域长足发展,必须坚持深耕内容,提高推送质量;多方联动,官方同时助力同时挖掘需求,明确主体对象,须知在“内容为王”的大环境下,读者的需求是自媒体账户应永远追求的目标,而学习者与资源分享者之间关系是密不可分的优质的内容帮助汉语国际教育专业学生发展成长,同时获益的学生也会给相关微信公众号进行宣传,最终实现“双赢”。

参考文献

- [1]陈祥辉.关于汉语国际教育借鉴新媒体传播中华优秀传统文化的初探[J].汉字文化,2023(06):79-81.
- [2]高青龙.汉语国际教育中的文化传播方式与传播效果分析——评《汉语国际教育视域下的跨文化传播》[J].中国教育旬刊,2023(02):110.
- [3]陈璐.汉语国际教育的文化传播使命研究——评《中国当代文化传播与汉语国际教育》[J].中国油脂,2022,47(12):161.
- [4]阎亚矛.新冠疫情下国际汉语线上教学探索与实践——以北京开放大学为例[J].大众文艺,2022(19):181-183.
- [5]全婷婷.汉语国际教育“云教学”的设计与实现[J].中关村,2022(09):112-113.
- [6]党媛媛.基于“互联网+”背景的汉语国际教育评价体系创新变革[J].中国新通信,2022,24(16):155-157.
- [7]肖燕雪.后疫情时代汉语国际教育硕士专业实践现状调查研究[D].山东大学,2022.
- [8]孙隽杰,陈碧泓.汉语国际教育专业“融媒体+国学双语”文化传播形式的研究与实践[J].互联网周刊,2022(08):20-22.
- [9]徐安安,易萌,胡强.后疫情时代下国际中文教学平台建设探究——基于微信公众号视域下[J].豫章师范学院学报,2022,37(01):69-73+82.
- [10]张一晗.汉语国际教育微信公众平台使用情况调查研究[D].吉林外国语大学,2021.
- [11]刘静.汉语国际教育领域微信公众号在汉语国际推广中的应用研究[D].北京外国语大学,2020.
- [12]祝雪.汉语国际教育专业硕士研究生使用相关微信公众平台情况调查[D].沈阳大学,2019.
- [13]严跃灵.基于微信公众平台的汉语国际教育研究[D].西南科技大学,2019.

Analysis of the Application of WeChat Public Website among Chinese International Education Students

Zhang Zhongxiao

(Zhengzhou University, Zhengzhou / Henan, 450000)

Abstract: The rapid development of the Internet has given birth to many Internet platforms, in which countless creators have emerged to disseminate and integrate all kinds of information and provide effective resources for all kinds of groups, among which there are few learning resources, which have a more significant impact on university students, and the ability to freely access learning resources enables them to gain more autonomy in their own development. The free access to learning resources allows students to gain more autonomy in their own development and to gain more advantages in the learning process. There are various types of platforms for the dissemination of learning resources, among which video platforms are gradually emerging to meet the needs of students for learning, compared to WeChat public websites, which disseminate information in the form of graphics and texts and are gradually becoming a new platform for educational resources, and WeChat public websites have their irreplaceable advantages when applied to the field of Chinese international education. In this paper, we analyse the data of some active WeChat public numbers related to Chinese international education and investigate the use of WeChat public numbers related to Chinese international education by students of the Xinxiang College of Engineering, in order to get a glimpse of the means of application of WeChat public platforms in the discipline of Chinese international education and their role in the development of the discipline, discover the current shortcomings, and provide an opportunity to better play the role of WeChat public platforms in the development of the discipline. It also identifies the current shortcomings and makes suggestions for the better use of WeChat public platforms in the development of the discipline, so as to promote closer integration between various media platforms and the discipline of Chinese international education.

Keywords: WeChat Public Platform, WeChat Public, Chinese International Education