



幼儿教育类微信公众号对家庭教育的影响

何秀华, 凌小欢

(肇庆学院教育科学学院, 广东肇庆 526061)

摘要:随着微信的广泛使用和微信公众号的兴起,一大批幼儿教育类微信公众号得到用户关注。依据运营者的类别,幼儿教育类微信公众号可分为政务类、企业类、媒体类、幼儿园类和个人类,每种类型各有其特色和优势。它们为家长搭建了一个便捷的网络学习平台,从观念和方法两方面提升育儿质量,有助于解决“权威失声”的问题,让家长走出商业垄断的意见圈子,并为个人搭建了相对自由的发声舞台。为提高微信公众号对家庭教育的正面影响力,建议提高微信公众号的质量并加强监管;通过多种途径进行家庭教育指导;引导家长将“碎片化学习”与“系统化学习”相结合;加强对优质个人公众号的推介。

关键词: 微信公众号;幼儿教育;家庭教育

中图分类号: G610

文献标识码: A

文章编号: 2095-770X(2017)05-0035-05

PDF 获取: <http://sxxqsfxy.ijournal.cn/ch/index.aspx>

doi: 10.11995/j.issn.2095-770X.2017.05.008

The Influence of WeChat Public Platform of Early Childhood Education on Family Education

HE Xiu-hua, LING Xiao-huan

(School of Educational Sciences, Zhaoqing University, Zhaoqing 526061, China)

Abstract: With the widespread of WeChat and the popularity of WeChat public platform, a large number of WeChat public platform of early childhood education get increasing attention from the public. The WeChat public platforms can be sorted into different types, including government owned, enterprise owned, media owned, kindergarten owned and individual owned according to the operator, each of which has its characteristics and advantages. They set up a convenient online learning platform for parents, improve the quality of childcare from two aspects of ideas and methods, help solve the problem of "absence of authoritative voice" and let the parents go out of business-monopoly opinion circle, and build a relatively free expression platform for people. In order to strengthening the positive influence of WeChat public platform on family education, the paper suggests improving the quality of WeChat public platform and strengthening supervision and believes that family education should be guided through a variety of ways, and "fragmented learning" and "systematic learning" should be combined together; and high-quality individual public platform should be publicized.

Key words: WeChat public platform; early childhood education; family education

一、引言

作为拥有活跃账户高达5亿的即时通讯软件,微信已经深深扎根于大众生活中,其中微信公众号的数量也迅速增多。“iiMedia Research(艾媒咨询)

数据显示,2016年中国微信公众号数量超过1200万个,相比2015年增长46.2%。52.3%网民使用微信公众号获取最新资讯。艾媒咨询分析师认为,网民已将公众号内容作为了解信息主要途径之一。”^[1]。微信公众号的兴起让大众获得一种快速便

捷的了解咨询信息的方式。近年来出现许多跟幼儿教育相关的微信公众号,数量种类繁多,风格特色各异。微信公众号的兴起,可为幼儿家庭教育提供新的指导方式,产生深刻的影响。幼儿家庭教育是指“父母或家庭里的其他年长者自觉或不自觉地、有意或无意地对儿童实施的教育和影响”^[2]。由于儿童从出生开始就接受家庭教育,在学前期,家庭教育对儿童成长的影响更大,因此研究微信公众号对幼儿家庭教育的影响具有较重要意义。

二、幼儿教育类微信公众号的现状

(一)微信公众号的含义及特点

微信公众号是指在微信公众平台上申请的应用账号。微信公众号主要分为订阅号和服务号。订阅号是任何个人都可以申请开通的,服务号则针对组织和企业。微信公众号将信息定时推送到用户手机上,在线状态下用户可以方便阅读^[3]。微信公众号功能众多,人们可以随时随地浏览文字、图片、视频等,可以运用语音聊天,还可以分享网络连接、进行在线游戏等。

微信公众号主要有以下几个特点:(1)一对多传播,信息传达效率高。微信公众号运营者(为“一”)可以向该微信公众号的关注者(为“多”)迅速而高效地传播信息。企业可以运用服务号,快捷地给客户提供在线服务,高效地向客户传达企业消息,及时地为客户解决问题。个人可以通过订阅号,随时向关注者分享信息。(2)突显新媒体的特色。微信公众号的关注者只要有移动网络或者无线网络的地方,就可借助手机、平板电脑等载体接收和浏览讯息。(3)碎片化学习。读者可以“利用碎片化时间,在碎片化的空间对碎片化的内容进行学习”^[4]。

(二)幼儿教育类微信公众号的分类和特点

幼儿教育类微信公众号数量众多、种类繁多,依据运营者的类别来归类,大致可以分为政务类、企业类、媒体类、幼儿园类和个人类。每种类型各有其特色和优势。

第一,政务类微信公众号主要由政府机构或其旗下组织运营,主要目的是为了公开政务和发布信息,方便与民众沟通,为民众提供服务等,属于非盈利的性质,具有官方权威性。一般而言,不会推送广告或营销信息,会推送有关幼儿家庭教育的信息,但是数量较少,同时信息更新速度并不频繁,为需求而

更新。如联合国儿童基金会于2016年3月31日发出了一则“联合国儿童基金会关于疫苗的知识问答”的信息,是针对2016年3月中国互联网上出现“疫苗恐慌”新闻做出的反应。

第二,企业类微信公众号由运营商企业单位拥有和经营。此类微信号主要有三个特点:首先,更新速度快,信息量大,内容新颖。其次,“企业的目的是获得利润,因此其主要任务是产品的推广”^[5]。此类公众号经常会发出大量的广告或宣传,这容易降低用户的体验满意度。其三,由于公众号代表本企业的形象,因此信息的质量、可信度、有效度会有一定的保证,但是或多或少难免带有企业品牌推广的色彩,需经过用户的判断和筛选。

第三,媒体类微信公众号主要包括传统媒体和新媒体,如报纸、网站、电视节目等。它们经常传递新鲜丰富的教育咨询、独家的教育观点和多样化的线上线下活动。作为欲令大众信任的媒体,因此传递的信息具有可信度。但如果当个别媒体追求“眼球经济”而不能还原信息本真,就会导致信息的质量下降,这也是需要用户自行辨别的。

第四,幼儿园微信公众号则是由各类各色的幼儿园经营的,旨在达到“家园共育”,是幼儿园与家庭沟通的便捷窗口。“微信公众平台成为了新型家园互动平台,这不仅是从幼儿和家长的实际需要出发,也是幼儿园与时俱进的做法”^[6]。公众号会向家长传递幼儿园的资讯,传递有关育儿和家庭教育的信息,更新的内容、速度和信息的质量因幼儿园而异。

第五,个人微信公众号由个人经营,人人皆可经营,属“自媒体”的一种。其中又分为教育名家、名人类微信公众号和其他个人微信公众号。教育名家、名人类微信公众号是由在社会上拥有一定知名度和影响力的教育名家,特别是幼儿教育专家运营的。教育名家、名人类公众号往往会传递更专业、更有理论依据的教育信息,信息中也会包含专家的个人思想特色。除此之外,还有为数众多的、热心于教育信息推广和分享的个人微信公众号。当中不乏有一些质量上乘、用心运营的个人公众号,但是由于没有限制,有些个人公众号的质量也是难以得到保证的。因此,个人微信号是所有类微信公众号中最“灵活”的。

各种不同类型的幼儿教育类微信公众号的比较如表1所示。

表1 不同类别幼儿教育类微信公众号的比较

类别	运营者	特点	举例
政务类	政府机构或其旗下组织运营	无盈利的性质,具有官方权威性,信息更新速度一般,因需要而推送	联合国儿童基金会、联合国教科文组织、广州市南沙区教育局、深圳市学前教育协会等
企业类	企业单位	更新速度快,信息量大,内容新颖,信息带有较强的企业宣传和品牌引导性	金宝贝总部、爱和自由(孙瑞雪教育机构)、新东方家庭教育、萨提亚家庭研究院、蒲蒲兰绘本馆等
媒体类	传统媒体和网络媒体	信息可信度高,活动丰富,参与性较强	中国教育报、学前教育网、超级育儿师,积木育儿等
幼儿园类	各种各样幼儿园	新型家园互动平台,具体内容和服 务因幼儿园不同而各异	这类公众号是幼儿园官方微信公众号,由于数量过多,因此不列举。
个人类	拥有一定影响力的教育名家,幼儿教育专家	信息专业,有一定的理论高度,较强的专家个人思想特色	崔玉涛的育儿园、钱志亮工作室、鲁鹏程家庭教育、云晓家庭教育(孙云晓)、英华兰的 DrBing 等
	其他热心人士	灵活,数量众多,因经营者而异,不乏精品,但需要根据个人情况筛选	快活慢养、呵护育儿、爸妈堂、爱读童书妈妈小莉、杨杰的妈妈圈、年糕妈妈、创意盒子 touchbox、i 陪娃

三、微信公众号对幼儿家庭教育指导的形式

自幼儿教育类微信公众号出现后,对幼儿家庭教育而言,意味着一种新颖的指导方式出现了。通过社会组织或机构组织实施家庭教育指导活动,这是以往常见的幼儿家庭教育指导形式。然而微信公众号的指导方式由原来家庭处于被动学习的位置变成主动学习的位置,家长须通过自己主动查询和接收才能获得有关幼儿家庭教育的信息,赋予家长很强的主观能动性。这种指导方式有其独特的形式,主要有以下几种。

(一)家长主动获取信息

家长通过在微信公众号点击自己感兴趣的话题或内容,学习有关教育幼儿的知识。这也表明对家长来说,自己有主动筛选和过滤信息的过程,使得学习更有针对性。

1. 浏览微信公众号推送的文章

比如,家长今天想学习关于幼儿敏感期教育的知识,那么可以点击微信公众号“爱和自由”来获取知识。

2. 观看视频讲座,收听微课

比如,微信公众号“云晓家庭教育”就有“视频讲座”专区,上传了孙云晓老师的精华讲座。再如,微信公众号“积木育儿”设立了“听微课”专区,家长可以在这个专区收听到许多育儿知识。

(二)家长参与活动

1. 线上活动

不少幼儿教育类微信公众号会不定时举办线上的幼儿家庭教育指导活动。线上活动形式主要有微课直播、网络讲座直播等。微课直播以教育专家的讲座或者讲课为主。例如,“爱和自由”公众号举办的“孙瑞雪老师微课直播”活动,家长可以通过观看微课的直播来获得家庭教育指导的知识。

2. 线下活动

线下活动形式也是多种多样的,由微信公众号运营者组织并提供资源,像讲座、家长交流与讨论会、家庭教育分享会、亲子活动等。如“蒲蒲兰绘本馆”公众号定期组织亲子故事活动。微信公众号消息传播速度快,而且有良好的“用户粘性”^[7],能较有效地吸引家长参加线下活动。

3. 在线咨询交流

交流可以帮助家长解答一些困惑,吸取经验,共享资源等。参与家长可以在微信公众号上与在线的教育专家、幼教从业者或微信公众号运营者进行交流学习。“在线咨询”或者“在线交流”板块可以满足家长的需求。

4. 有指导的家长互动

借助公众号的平台,家长可以进行育儿信息的交流。较好的形式是有专业指导下的家长互动,达到交流前提下的共同提升。如“蒲蒲兰绘本馆”公众号里组织《那些年,绘本里感动过你的一句话》系列活动,由编者选取家长推荐的优秀绘本进行推送,至

今已持续进行了近一年时间。较常见的形式是参与“兴趣部落”或“微信群”交流,分享教育心得或者教育困惑等,达到家长间的情感支持、信息交流的目的。

四、微信公众号对幼儿家庭教育的影响和建议

(一) 微信公众号对幼儿家庭教育的影响

1. 为家长搭建一个便捷的网络学习平台

对于家长而言,微信公众平台作为一种“非正式学习”形式,成为了一个轻松便捷的学习园地,特别是通过幼儿教育类微信公众号,家长不仅可以随时随地学习育儿知识,还可以进行在线交流,获得丰富的幼儿家庭教育经验。

“网络技术的时效性促进了新的家庭教育理论的有效传播,从而使家长能够学习到新的家庭教育理论并运用到家庭教育中去”^[8]。微信公众平台传播信息效率高、交流简易。通过微信公众号将新的幼儿家庭教育理论传播给家长,家长在家庭教育中坚信新的教育理论,这样使得家长的教育观念得到丰富、教育素质提高,在育儿的过程中获得育儿的经验与智慧。

2. 从观念和方法两方面提升育儿质量

如何通过有效的途径和方式,使“无证上岗”的“自然型家长”成长为“持证上岗”的“专业型家长”,是当下教育的重要任务之一。幼儿教育的微信公众号,针对家庭教育中常见的问题,给予家长丰富的信息冲击的同时,也为家长介绍了更多正确的育儿观念,为解决育儿过程中的问题提供了正确的方向。

除了教育观念以外,有许多微信公众号可以在教育行为和技能上给予家长更多的支持和启发,这类公众号使得家长从中获得不少创意元素和形式。如微信公众号“创意盒子 Touchbox”中有介绍艺术创作的文章《春天就要‘色’,多爱小手工做起来!》,也有引导家庭进行美育教育的文章《10种简单方法,和孩子在家轻松玩艺术》等。

3. 有助于解决“权威失声”的问题,让家长走出商业垄断的意见圈子

电视、电台、报刊等传统媒体,形成传统媒体的产业链,当中涉及到商业利益而形成的垄断,我们经常看到权威机构和专业人士对于教育问题的意见往往是滞后的、平面化的,发言是受到限制的,而商业

垄断传播的观念则是铺天盖地、立体化的,家长很难不受到影响。微信公众号传播速度广泛而宽广,对于权威机构及专业人士而言,它也是一个很好的“发声平台”,使得其话语能被迅速传播。在过去很长一段时间里,家长被奶粉广告所充斥,奶粉广告渗透着一种“奶粉促进婴儿智力发展,奶粉能取代母乳”的观念,权威的失声使我们无法对这一观念的正误进行分辨。而如今,“联合国儿童基金会”这类公众号使更正确的育儿观念唾手可得,《各国应加大力度支持和保护母乳喂养,制止母乳代用品不当营销》等文章的呼吁,有助于家长在商业运作的洗礼中去伪存真。《对“爸爸去哪儿4”的三问》,也针砭时弊,结合热点提出未成年人保护的议题。又如,幼教市场上盛行着一个关于“世界四大幼儿教育理念”的说法,为此德国儿童学者 DrBing 就在她的公众号“英华兰的 DrBing”以几篇文章介绍了国外华德福、蒙台梭利教育的现状,为我们全面认识这几个教育模式提供了非商业运作的视角。

4. 为个人搭建相对自由的发声舞台

微信公众平台的出现给予了人们充分发声的机会,即通过这一平台可以相对自由地说出心声、各抒己见。微信公众号的一大魅力在于人人都可以申请创建属于自己的微信公众号形成“自媒体”,这为广大对幼儿教育感兴趣的人搭建了一个发声的平台。微信公众号为不同身份、来自不同领域却志同道合的人提供了发出自己的言论声音的渠道,因此存在着不少的个人的与幼儿教育和家庭教育相关的微信公众号。例如,微信公众号“爱读童书妈妈小莉”由广州全媒体中心记者方洁莉女士运营,主要分享与女儿一起读童书的经历和心得。这会对家长如何与孩子共同阅读有所启示。浙江大学医学硕士“年糕妈妈”则通过她的微信公众号“年糕妈妈”分享实用的育儿知识。与上述类似的且具有个人特色的微信公众号数不胜数,对于幼儿家庭教育指导方面可谓是开辟了新的领域。

(二) 提升微信公众号对幼儿家庭教育影响的建议

1. 提高微信公众号的质量并加强监管

微信公众号数量庞大、质量良莠不齐,非科学信息容易对教育实践产生误导。

由于缺乏监管,有关幼儿家庭教育的微信公众号中也会存在不科学的信息。主要有两方面的问

题。第一,信息的真实度和准确性有待考证。一些微信公众号为了获取更好的点击率,会在信息标题上夸张地描绘来“夺人眼球”。如某微信公众号推送的信息《急!这种盐可能导致孕妇流产、儿童智力低下!》、《只需30秒就足以改变孩子的一生,你确定不看?》。第二,信息“软文”化。一些微信公众号(尤其是企业类微信公众号)将育儿信息与商业推广捆绑制作成“软文”,或者先对受众进行育儿观念的“洗脑”,再利用用户粘性进行商品的销售。

以上两个出现的问题说明信息的科学性和正确性都值得鉴定,家长不能盲目相信,以免对家庭教育的实践产生误导甚至不良后果。微信运营团队应形成行业自律,同时政府相关部门应加强对微信公众号运营的监管,如要求“软文”标明“广告”字样。^[9]

2. 通过多种途径进行家庭教育指导

虽然微信公众号对幼儿家庭教育指导形式多种多样,但这仅是一种可能性的存在,主要的指导形式仍然是文章的推送,这种学习的针对性、互动性都有所局限。一方面,家长不应该只依赖线上学习这一种方式,家长应该主动参与,将各种形式综合运用;另一方面,微信公众号运营者也应更有意识地开辟互动平台以及线下学习的平台,将线上与线下相结合,“单边接收”与“双边交流”乃至“多边互动”相结合,各种各样的指导方式有利于使家庭教育指导更加具有针对性和全面性。通过多管齐下,对症下药,使家庭教育指导在实践中获得更好的成果。

3. 引导家长将“碎片化学习”与“系统化学习”相结合

微信公众号对幼儿家庭教育的指导作为一种非正式学习,有其存在的优势,但作为一种碎片化学习,这种指导不利于家长系统育儿理论的形成,不利于知识和经验的迁移。因此,微信公众号运营者应有意识地引导家长将“碎片化学习”与“系统化学习”相结合,例如引导家长线下查阅学习相关理论著作;对同一公众号的相关文章,以建立思维导图等方式进行概括和总结;鼓励家长进行学习知识的检验,弄清它与已有知识之间的联系,促使碎片化知识的巩固和迁移。^[4]

4. 加强对优质个人公众号的推介

微信公众号为幼儿教育爱好者搭建了发声的平台,提供了交流的圈子,通过各抒己见来碰撞思想的

火花,形成了一个新时期的“百家争鸣”的态势。不同特色的幼儿教育类个人微信公众号会让读者丰富自身的幼儿教育思想和家庭教育思想,获取不同的育儿方法,增加了与幼儿教育爱好者沟通交流的机会。但是有一些优质的个人公众号由于不擅运营,订阅数和阅读量较少,基本处在“孤芳自赏”的状态。因此,建议影响力较广的公众号、幼儿园类公众号在独立运营自身公众号的同时,可以善用网络资源,同时善于发掘、推介这类优质个人公众号,以便形成更适宜的家庭教育导向。如“中国教育报”公众号在栏目推送时,经常有“自媒体精选”栏目,推送优质公众号的文章,这就是一个很好的尝试。

微信的出现改变了人们的生活沟通方式,微信公众号也丰富了人们的接受信息的方式。微信公众号的丰富性、广阔性、及时性和便捷性对于我们的幼儿家庭教育指导来说,无疑是一种新的体验。家长可以运用这种方式获得幼儿家庭教育指导,同时“扬长避短”、“去粗取精”,使得幼儿家庭教育指导更具有科学性和合理性。

【参考文献】

- [1] 艾媒咨询. 艾媒报告 | 2016年APP与微信公众号市场研究报告[EB/OL]. <http://www.iimedia.cn/46539.html>.
- [2] 祝士媛,唐淑. 幼儿教育百科全书[M]. 上海:上海教育出版社,1989:26.
- [3] 吴中堂,刘建徽,唐振华. 微信公众号信息传播的影响因素研究[J]. 情报杂志,2015(4):122.
- [4] 张美芬. 基于微信公众平台的碎片化学习研究[J]. 中国教育信息化,2016(18):27-29.
- [5] 黄楚新,王丹. 微信公众号的现状、类型及发展趋势[J]. 新闻与写作,2015(7):6.
- [6] 何秀凤. 微信公众平台在幼儿园管理中的运用和开发[J]. 学前教育研究,2014(11):58.
- [7] 闫晶. 企业微信营销的用户粘性影响因素研究[D]. 长春:吉林大学,2016:5-6.
- [8] 张瑛. 网络技术在家庭教育中的应用研究[D]. 长沙:湖南大学,2007:15.
- [9] 陈雪柠. 微信公众号发“软文”得标明“广告”[N]. 北京日报,2016-09-12(1).

【责任编辑 朱毅然】