

Research on Intersubjective Communication of Students via New Media in Course-based Ideological and Political Education

Guoqing Luo

Jiangsu University of Technology, Changzhou, Jiangsu, 213001, China

Abstract

On the basis of student-centered course-based ideological and political education research, this paper further explores the issue of intersubjectivity in this aspect. Students evaluate the videos of translators named “Home and Nation Feelings in Translation” on five media, including Tiktok, put forward suggestions for modification, publish user comments, and then modify the videos to show their own thoughts and gains. Observations and data analysis over the past year have shown that the new media dissemination of ideological and political education in translation courses has broken through the limitations of time and space in the classroom, achieving equal and harmonious two-way interaction between students, that is, between subjects. The paper has pioneered a new format of course-based ideological and political education.

Keywords

course-based ideology and politics; intersubjectivity; new media

课程思政的学生主体间性新媒体传播研究

罗国青

江苏理工学院, 中国·江苏常州 213001

摘要

在以学生为主体的课程思政研究基础上, 论文进一步探索课程思政的主体间性问题。学生在抖音等五个平台上对名为“翻译的家国情怀”的翻译家、案例视频进行评价、提出修改意见, 发表用户评论, 再修改视频, 展现自己的思考、收获。近一年的观察与数据分析表明, 笔译课程思政的新媒体传播, 突破了课堂的时空限制, 完成了学生与学生之间, 即主体与主体间平等、融洽的双向互动。论文开创了课程思政新业态。

关键词

课程思政; 主体间性; 新媒体

1 引言

以学生为主体的课程思政, 截至 2024 年 7 月 12 日, 知网上搜索有 11 条结果; 另有笔者指导的大创论文, 以英汉笔译课程为例, 尝试建设了 153 份案例(含文字报告和视频作品)素材库。但是学生的感受与观点局限在他自己, 加上讨论课时有限, 课程思政效果范围太小, 因此克服有限课时, 在案例库的基础上找到新的途径扩大学习范围就成为新

【基金项目】江苏理工学院教学改革研究课题“《英汉笔译》课程思政素材库建设研究”(教〔2021〕46号 11610211443)的阶段性成果。

【作者简介】罗国青(1968-), 男, 中国江苏常州人, 硕士, 副教授, 从事翻译理论与实践、汉英对比、文体对比、笔译课程思政研究。

课题。论文受主体间性理论的启发, 采用新媒体传播的方式, 打破时空局限, 进行一次尝试, 旨在开创课程思政的新业态。

2 研究思路

2.1 课程思政教育中的主体间性

“主体间性”是西方现象学哲学大师胡塞尔^[1]的一个基本概念, 涉及认识主体之间的关系, 认为主体性指向“自我”, 而主体间性指向“我们”。海德格尔^[2]站在本体论的视角, 加深了对主体间性的论述, 认为: “此在的世界是共同世界, 他人的世界之内的自在就是共同存在。”哈贝马斯进一步站在交往行为理论的视角, 提出“交往合理性”这一重要概念, 真正的交往是主体间相互理解的交往。“交往行为的总体是在生活世界的视域内达成共识, 交往共同体的成员能够把个人(其他主体)的主观世界与主体间共同的生活世界区分开来。”^[3]

在教育领域, 中国从 20 世纪 80 年代讨论“教育过程

中师生主客体关系”到90年代“教育主体性”和“主体性教育”的理论研究和实验研究，而后主体教育理论陷入了发展的困境，继而开始向主体间性拓展。郭湛^[4]认为主体间性是两个或两个以上主体的关系，超出了主体与客体关系的模式，是人与人之间交互主体关系。岳伟和王坤庆^[5]提出主体间性是当代主体性教育的价值诉求。冯建军^[6,7]指出：“主体间性为教育理论提供了新的哲学范式和方法论原则，之于教育是对本真的一种追溯，是教育本性的要求，具有本体意义。”简单说来，主体间的交互关系可以建构主体的知识，因此如何提供学生主体间的交互途径以完成学生主体间的交互知识建构就非常重要。

2.2 课程思政中的主体间性途径

随着新媒体的出现，这一问题可以得到解决。网络交流不受时间空间限制，新媒体平台提供了点赞、留言、评论、转发、关注等功能，实时交流还可以开通弹幕功能，正好解决了线下课程思政活动面临的问题。为观察不同平台上课程思政活动的效果，以及取长补短，论文开通了抖音、微信视频号、微信公众号、微博、B站共5个新媒体平台，注册账号均为“翻译的家国情怀”，上传了153份学生作为主体的翻译（家）视频。

2.3 数据收集与处理工具及方法

论文根据笔译课程开设学期，挑选2021级4个本科班分别在微信视频号、微信公众号、微博、B站，2022级3个本科班在抖音平台进行两个学期的学生主体间性评论研究，学生人数共计251人，要求围绕文字报告、视频分析评价、提出修改意见，包括学习到的知识、受到的思想触动、对翻译的认识是否有所拓展或深入以及配图、配乐、配音等视频制作，以用户评论的方式发布在抖音等各平台上，每位同学填写每个视频作品评论的统计表。

语料处理工具为微词云（<https://fenci.weiciyun.com/>），该工具支持多语言分词与分析，并包含多种分析方法，如词频统计、共词分析、主题分类等，可以作出优质专业的文本数据分析报告。

分析方法是定性与定量研究，分三个方面进行：一是知识收获，关注学生从视频观看与评论中学到了什么，分高频词与专业术语两部分，前者反映学生的关注热点，有些是关于视频题材信息的词语，每个学生都会提及，从而形成高频词，但并不完全表明学生的收获，后者表示学生在视频中学习到的专业知识，比如某个翻译家翻译的什么流派作品，什么翻译方法以及对国家、社会什么方面做出什么贡献。二是学生的情感分析，关注学生在观看视频以及其他同学评论后的感受、感悟、触动。三是对视频制作的评价，这虽然不是课程思政本身的表达，但能表明学生思考如何更好表达视频主题思想、视频知识架构，也是实现主体与主体间交互的最明显、最简单的突破口。

3 数据分析

3.1 各平台评论数据基本情况

课程思政素材分为五大类：社科翻译、宗教翻译、文学翻译、哲学翻译和科技翻译，截至2023年4月16日，各平台评论数据统计具体如图1所示。

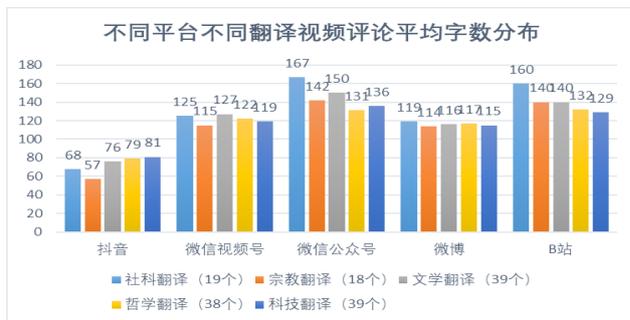


图1 不同平台不同翻译视频评论平均字数分布

可以看出不同平台（即班级）评论字数有一定差距，原因是：①抖音目标受众是22级新生，当时规定评论20~30字就可以，虽然知道评论会有计分，但是还没有字数竞争得分的意识，因此与21级相比较少；②不同班级学生对待课程思政任务的态度不同，如21英语4S班（微信公众号）比较卷，字数就写得比较多；③微博（21英语3S班）对部分敏感词进行过滤，不显示某评论。

3.2 各平台评论数据原因分析

3.2.1 非题材原因评论字数差异

各平台不同题材翻译视频的评论之间存在差异，根据调查，翻译视频题材外的原因存在于：

①视频的发布时间及要求不同。抖音：杨宪益翻译《红楼梦》，由于是第一学期文学部分最后一个任务，学生存在懒散、怠慢情况，故字数最少。微信视频号：初期学生刚开始接触视频，感悟比较少；第二阶段明确要求，且增加了对视频制作的评价。微博：期末周观看视频，因为其他科目学习任务繁重，学生对课程思政任务学习意愿降低。B站：社科前8个视频发布于活动初期，而后11个视频发布于活动的后半期，且处于寒假期间，学生多少会存在倦怠心理。

②视频观感。视频质量越高，学生越会在知识收获和情感方面有感而发；视频质量越低，学生则更关注于视频制作方面的评价。如微信公众号，社科字数最多的三份视频内容详尽，对当时的社会环境和国际环境都有涉及；字数最少的两份视频（康有为的社科翻译，郭大力翻译的《资本论》）没有配有字幕，导致学生观看时有困难，观看感不佳。宗教字数比较少的“景教中国化（阿罗本）”与内容相关的“景教中国化（景净）”相比，配图单一，配音重叠，制作冗长，没有配有字幕，影响了观感。其他平台也有这种情况。

3.2.2 题材原因的评论字数差异

对翻译家、翻译内容越了解，以及翻译作品对我国的

影响程度越熟悉，字数越多。

①社科翻译：微信视频号，字数最多的是“以《毛选》为例的政治文献翻译”（5594 字），其次是“胡适的白话翻译与直译”（5493 字），最低的是“冯承钧的史地翻译”（3961 字），原因是人物的熟悉程度不同。

②宗教翻译：字数起伏很大，与学生介绍的宗教名目的熟悉程度有关，如抖音，9200 字的蒙古族的视频条理非常清晰，通俗易懂，使学生较好地吸收蒙古族咱雅班第达的翻译，因此有话可说，评论较多；而摩尼教因离学生生活且晦涩难懂，使学生无话可说，学生只是知道了这一宗教的存在。

③文学翻译：字数较宗教翻译明显增多，最大的因素是题材的熟悉程度，如抖音，耳熟能详的余光中、杨绛、钱钟书字数较多；朱海观翻译《老人与海》，朱生豪翻译莎士比亚的作品，虽然学生对翻译家本身了解得不多，但翻译的作品是学生熟悉的，亦能引发学生兴趣，使学生有话可说。

④哲学翻译：最大的因素一是对哲学家的熟悉程度，如师范生必知的皮亚杰；二是对相关哲学思想的了解，学生对辩证唯物主义相关内容较容易理解，因此推动马列主义传播的恩斯特·马赫，尊重客观规律的萨特，西方马克思主义的研究者卢卡奇学生感悟更多。三是相关思想用我国熟悉思想对比进一步说明，如介绍胡塞尔的视频采用王阳明和胡塞尔的“心学”比较分析，学生更易理解。

⑤科技翻译：学生对翻译家越了解，评论字数越多，如在以往课堂上，学生对罗河清、李善兰、王鹏飞翻译家的作品甚少接触，而他们的部分作品晦涩难懂，学生较难理解，导致评论时字数偏少。

3.2.3 评论内容定量与定性分析

这里以抖音平台社科翻译“贺麟”为例，挑选学生不是很熟悉的翻译家、翻译案例，对学生的知识收获、情感分析和视频评价三方面进行定量与定性分析，以此观察本研究的效果。

总词云、前 10 高频词与其他有意义的词如图 2、表 1 所示。



图 2 社科翻译“贺麟”评论词云图

表 1 社科翻译“贺麟”评论前 10 高频词表

单词	词性	次数
视频	名词	156
翻译	动词	100
先生	名词	80
哲学	名词	74
清晰	形容词	65
配音	名词	64
黑格尔	人名	63
内容	名词	56
丰富	形容词	54
制作	名动词	45

知识收获：前 10 高频词中，有些显然是无效词，如“视频”“翻译”“先生”“内容”“制作”，其他词如“哲学”“清晰”“配音”“丰富”是视频制作上的建议；“哲学”“黑格尔”是知识上的收获。

专业术语：通过词频表检查，可以发现相关专业术语有“哲学”“黑格尔”“中国化”，学生通过视频学习到很多专业术语，并且“哲学”“黑格尔”处于前 10 高频词中，表明大多数同学都注意到这方面知识的学习。

情感表达：先通过中文情感分析，比较有代表的情感词语有“贡献”“优美”“很好的”，表明学生受到了感染。

视频制作：从词频表数据来看，有关该视频制作评价的关键词有“清晰”“配音”“丰富”“背景音乐”“图文并茂”。

从上述定量与定性分析可见，学生对视频的制作给出了从内容、配音、到配图等评价，激发了学生的学习兴趣，对提高视频质量方面给出建议，也体现了学生的主观能动性。

4 主体间性分析

4.1 平台用户交互情况

4.1.1 抖音平台

于 2022 年 3 月 8 日发布第一条视频，至 2024 年 4 月 23 日已有 469 位粉丝，5047 点赞量，主要受众为 2022 级 3 个英语师范本科班 110 个学生，粉丝中 50 岁以下占 36%，其次是 50 岁以上占 34%，近一个月仍有 4987 播放量，呈增长趋势。

4.1.2 微信视频号

2022 年 9 月 4 日开始上传视频，受众主体为 2021 级英语 1S 班的 38 个学生，2023 年 6 月粉丝数量达到 170，后台视频播放量累计达到 8W+，评论累计达到 5000+，最高单视频播放量达到 2000。截至 2024 年 5 月，视频播放量仍在增加，该账号有一定的影响力。除学生群体，也存在少量社会人士间互动、交流。

4.1.3 微信公众号

微信公众号主要受众为 2021 级英语 4S 班 33 个学生，截至 2024 年 3 月 26 日，平台粉丝数共有 91 人，侧面反映了平台粉丝包含了除实验对象外的社会人员，其中女性用户占较大，共计 67 人，18 岁到 25 岁的年轻用户最多，有 62 人，

26岁到35岁的用户有4名,46岁到60岁的有1名,表明除目标用户还产生了一定的社会影响。从粉丝的年龄分布来看,平台受众并不局限于学生。

4.1.4 微博平台

受众主体为2021级英语3S班35人,目前有50个粉丝关注,单个视频评论数约34条,单个视频阅读量从500多次到5000多次浏览不等,视频累计获得5737个转赞评,累计播放量为5.3万。

4.1.5 B站(即哔哩哔哩)

创建于2022年5月,于同年8月开始运营,第一个视频发布于2022年8月28日。目标受众为2021级英语2S班,前期34人,后期35人,截至2024年2月1日,平台账号粉丝总人数达115人,远超于参与研究的学生人数,其中男性居多,占53%;16~25岁人群居多,占52%;粉丝群体活跃阶段为晚上21:00、22:00,占13%,该账号至今仍有一定的影响力。

4.2 课程思政主体间性

上述实证数据表明,传统传播方式局限于受众之间的互动不够充分,其背后的哲学思想是单向主体接受,体现的是接受者的被动关系^[8],而新媒体传播具有强大的交互性,与传统媒体相比,它能够实现双向的信息传递和互动,用户可以通过新媒体平台与内容创作者以及其他用户进行实时的交流和互动,因此新型传播方式注重主体间互动,传播文本(文字、视频)创作者与接受者处于双向互动关系,体现的是平等交流^[9],而且新媒体最大的特点是可以打破时间和空间的限制,这可以大大加强主体间充分的互动交流,更加有效地、随时随地地保证文化传播的效果,这是现代传播方式的哲学基础与政治基础^[10]。

5 结语

目前课程思政模式在不断创新,根本目的还是效果问题。论文在以学生为主体的前期研究基础上,进一步探讨主体间性问题,就是为了更好地实现课程思政的效果,应该说达到了以下目的:①克服了课程思政传统线下模式被动接受、互动不充分的缺陷,由单向主体接受转为主体间互动;②创新了课程思政活动形式,将课程思政与新媒体融合更利于学生接受,且突破了时空限制。

存在的问题如下:

①研究中学生对于视频的评论是强制性的,互动存在真实性的问题。对于这一点,我们必须明确:课程思政与课程知识学习是结合的,本身也具有“必修”的性质,同时,思政教育在任何国家都具有一定的强制性,所以完全自由的主体间性是不存在的,这并不影响我们的研究设计及其结果。当然任务不能过重,会打击学生积极性。

②主体间互动的最终效果有待进一步观察。课程思政的最终目的是与课程学习相辅相成,此次课程思政活动提高了学生对翻译的认识和兴趣,但是否促进了对笔译课程本身的学习,还需要进一步观察,所以课程思政教育与课程本身的结合效果需要进一步研究。

论文开启了课程思政的新业态,上述问题将进一步开展实证研究。

(因篇幅所限,原始数据未充分展示,有需要的读者可联系作者访问全部数据内容。)

参考文献

- [1] 胡塞尔.现象学与哲学的危机[M].北京:国际文化出版公司,1988.
- [2] 海德格尔.存在与时间[M].陈嘉映,王庆节,译.上海:生活·读书·新知三联书店,1999.
- [3] 哈贝马斯.交往行为理论(第1卷)[M].曹卫东,译.上海:上海人民出版社,2004.
- [4] 郭湛.论主体间性或交互主体性[J].中国人民大学学报,2001(3):32-38.
- [5] 岳伟,王坤庆.主体间性:当代主体教育的价值追求[J].华东师范大学学报(教育科学版),2004(2):1-6+36.
- [6] 冯建军.以主体间性重构教育过程[J].南京师大学报(社会科学版),2005(4):86-90.
- [7] 冯建军.主体教育理论:从主体性到主体间性[J].华中师范大学学报(人文社会科学版),2006(1):115-121.
- [8] 周建军.试论大学生思想政治教育中的主体间性[J].黑龙江高教研究,2008(3):107-109.
- [9] 张宏艳.新媒体传播技术的发展[J].西部广播电视,2023,44(9):231-233.
- [10] 安世遨.人物主体间性:主体间性理论的突破及其教育意蕴[J].现代教育管理,2023(3):11-17.