

分类号\_\_\_\_\_

密级\_\_\_\_\_

U D C \_\_\_\_\_

编号 10741

兰州财经大学

LANZHOU UNIVERSITY OF FINANCE AND ECONOMICS

硕士学位论文

(专业学位)

论文题目 诗歌类微信公众号传播机制研究  
——以“为你读诗”为例

研究生姓名: 张 祺

指导教师姓名、职称: 黄建军 副教授

学科、专业名称: 新闻与传播

研究方 向: 网络与新媒体

提 交 日 期: 2021 年 5 月 20 日

## 独创性声明

本人声明所呈交的论文是我个人在导师指导下进行的研究工作及取得的研究成果。尽我所知，除了文中特别加以标注和致谢的地方外，论文中不包含其他人已经发表或撰写过的研究成果。与我一同工作的同志对本研究所做的任何贡献均已在论文中作了明确的说明并表示了谢意。

学位论文作者签名：张祺 签字日期：2021. 6. 1

导师签名： 签字日期：2021. 6. 1

导师(校外)签名：任秀娟 签字日期：2021. 6. 1

## 关于论文使用授权的说明

本人完全了解学校关于保留、使用学位论文的各项规定，同意

(选择“同意”/“不同意”)以下事项：

1.学校有权保留本论文的复印件和磁盘，允许论文被查阅和借阅，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存、汇编学位论文；

2.学校有权将本人的学位论文提交至清华大学“中国学术期刊(光盘版)电子杂志社”用于出版和编入CNKI《中国知识资源总库》或其他同类数据库，传播本学位论文的全部或部分內容。

学位论文作者签名：张祺 签字日期：2021. 6. 1

导师签名： 签字日期：2021. 6. 1

导师(校外)签名：任秀娟 签字日期：2021. 6. 1

**Research on the Communication  
Mechanism of Poetry WeChat Public  
Account  
-- Taking *The Poem For You* as an  
Example**

**Candidate :Zhang Qi**

**Supervisor:Huang Jianjun**

## 摘 要

科技水平的迅猛发展,促使的不仅是整个现代社会的政治、经济和文化的飞跃,更重要的变革则是改变了人们的日常学习、工作和生活的方式。

微信公众平台的出现使得其在很短的时间内就成为用户获取信息的主要入口和场所。另诗歌文化在当下社会的关注度越来越高,诗歌类的文化产品也层出不穷,涌现出许多以传播诗歌文化为内容的微信公众号,“为你读诗”便是诗歌类微信公众号的佼佼者。

本文主要通过对“为你读诗”公众号的控制传播、内容传播、渠道传播、受众使用情况和传播效果等方面研究,运用相应的研究方法,研究出“为你读诗”公众号传播机制的特征和规律,通过对“为你读诗”传播机制的探究,挖掘出其传播带来的诸如用户、行业、社会以及文化等多方面的价值。随后结合文章的研究和用户使用情况调查,分析出此公众号目前发展所遇到的一些问题和短板,提出公众号的发展优化策略。研究“为你读诗”的传播机制和优化策略,期望能对“为你读诗”公众号及相关的诗歌类微信公众号给予相应的建议,使得这些公众号能够更好的发挥自身的传播理念和价值,为用户提供质量更高的内容,继续传播优秀的诗歌和传统文化,产生更加长远的传播效能。

**关键词:** 传播机制 传播策略 微信公众号 “为你读诗”

## Abstract

The rapid development of science and technology promotes not only the political, economic and cultural leaps of the entire modern society, but the more important change is to change the way people study, work and live daily.

The emergence of the WeChat public platform has made it the main entrance and place for users to obtain information in a short period of time. In addition, poetry culture is getting more and more attention in the current society, and cultural products of poetry are also emerging one after another, and many WeChat public accounts with the content of dissemination of poetry culture have emerged. *The Poem For You* is the WeChat public account of poetry. Outstanding.

This article mainly studies the control dissemination, content dissemination, channel dissemination, audience usage and dissemination effect of *The Poem For You* official account, and using corresponding research methods to study the communication mechanism of the *The Poem For You* official account. Through the exploration of the communication mechanism of *The Poem For You*, the characteristics and laws of *The Poem For You* have unearthed the value of users, industry, society, and culture brought by its communication. Then combined with the research of the article and the user survey, some problems and shortcomings encountered in the current development of this official

account were analyzed, and the development and optimization strategy of the official account was proposed. Research on the communication mechanism and optimization strategy of *The Poem For You*, and hope to give corresponding suggestions to *The Poem For You* public account and related WeChat public accounts of poetry, so that these public accounts can better exert their own communication Concept and value, provide users with higher quality content, continue to spread excellent poetry and traditional culture, and produce more long-term communication efficiency.

**Key words:** Communication mechanism; Communication strategy; WeChat official account; *The Poem For You*

# 目录

<b>1 绪论</b> .....	1
1.1 选题背景和意义 .....	1
1.1.1 选题背景 .....	1
1.1.2 选题意义 .....	2
1.2 文献综述 .....	2
1.2.1 传播机制研究综述 .....	2
1.2.2 诗歌类微信公众号研究综述 .....	4
1.3 研究思路和研究方法 .....	6
1.3.1 研究思路 .....	6
1.3.2 研究方法 .....	6
1.4 创新点 .....	7
<b>2 诗歌类微信公众号发展现状及传播特征</b> .....	7
2.1 诗歌类微信公众号现状 .....	8
2.2 “为你读诗”的创建与发展 .....	10
2.3 诗歌类微信公众号仪式化传播特征 .....	11
2.3.1 社会文化的继承 .....	12
2.3.2 互动仪式的构建 .....	12
<b>3 “为你读诗”的“把关”运营模式分析</b> .....	13
3.1 团队构成及运营理念 .....	13
3.2 “把关”运营模式的构建 .....	15
3.2.1 分工“把关”——明确组织目标和规则 .....	16
3.2.2 内容“把关”——切合主题，内容为王 .....	17
3.2.3 反馈“把关”——维护整体运营效果 .....	18
<b>4 “为你读诗”传播内容发布规律</b> .....	19
4.1 发布时间稳定——契合用户生活规律 .....	20
4.2 内容板块细化——提升内容推送质量 .....	21

4.3 诗歌类型多样——满足不同用户阅读需求 .....	22
4.4 名人效应鲜明——提高内容的扩散度 .....	23
4.5 节目策划新颖——彰显品牌独特创新 .....	24
<b>5 “为你读诗”全方位的传播渠道.....</b>	<b>27</b>
5.1 PC 端+移动端——拓宽用户使用和分享渠道.....	28
5.2 多媒体矩阵共同推进——全面发展传播效能 .....	28
5.3 周边产品协作联动——打造多方位文化生活平台 .....	29
<b>6 “为你读诗”用户调查与传播效果分析.....</b>	<b>31</b>
6.1 问卷设计 .....	31
6.2 问卷发放及回收 .....	31
6.3 用户特征分析 .....	32
6.3.1 广泛性 .....	32
6.3.2 高粘性 .....	33
6.4 传播效果分析 .....	35
6.4.1 认知层面：丰富用户知识储备 .....	35
6.4.2 态度与行为层面：积极参与传播扩散 .....	36
<b>7 “为你读诗”公众号传播价值体现及发展策略 .....</b>	<b>39</b>
7.1 传播价值 .....	39
7.1.1 用户价值 .....	39
7.1.2 行业价值 .....	39
7.1.3 社会价值 .....	40
7.1.4 文化价值 .....	41
7.2 存在问题 .....	42
7.2.1 诗歌主题和类型分布不均 .....	42
7.2.2 用户互动参与较弱 .....	43
7.2.3 广告投入偏多 .....	43
7.2.4 传播形式固化 .....	43
7.3 优化策略 .....	44

7.3.1 优化传播内容 .....	44
7.3.2 创新传播形式 .....	44
7.3.3 提高用户参与 .....	45
7.3.4 拓宽用户市场 .....	46
7.3.5 减少广告投入 .....	46
<b>结语</b> .....	48
<b>参考文献</b> .....	49
<b>后记</b> .....	52
<b>附录</b> .....	53
附录 1：“为你读诗”内容监测整理表 .....	53
附录 2：调查问卷 .....	66

# 1 绪 论

本文研究的主要内容是诗歌类微信公众号的传播机制，选取的案例为“为你读诗”公众号。绪论章作为文章的开头部分，主要用以阐述论文的选题缘由、前期准备情况和明确相关的写作思路。主要包含选题的背景和意义、相关研究方向的文献综述、研究思路、研究所使用的方法以及文章的创新点等几个方面。

## 1.1 选题背景和意义

### 1.1.1 选题背景

#### (1) 微信公众号的稳定发展

截止 2020 年第三季度末，腾讯微信及 Wechat 月用户达到了 12.1 亿人次。微信公众号以其多样的功能，涵盖订阅号、企业号、服务号等多种呈现模式。自上线以来，就受到用户的大力推崇。从各种类型的公众号中获取信息、办理相关生活的事务，已然成了许多微信用户的日常习惯。到目前为止，微信公众号的注册数量已超过 2000 多万，今年是微信公众号创设的第 8 年，其发展态势已经趋于稳定，市场也从一开始的流量市场转到了存量市场。发展至今，公众号已经成为一个成熟的媒体平台，其应用价值不容小觑。

#### (2) “全民阅读”的大环境

“全民阅读”理念是中宣部、中央文明办及新闻出版总署提出的主要宣传举措，活动最早提出于 2006 年，在国家的文化部门、教育部门以及共青团等多家单位联合的倡导下在各地广泛开展。这一倡导的普及，意在提高人民群众的阅读能力，丰富民众的精神世界，从而提高国民的素质，产生更加和谐文明的社会氛围。在这一大环境的熏陶和电子读物飞速发展的今天，微信阅读兼得便捷性和海量的知识储备，已成为用户获取精神食粮的重要途径。

#### (3) 诗歌传播的平民化热潮

诗歌对于大多数人来说，并不是一种十分亲民的文化形式。在多数人眼中，诗歌似乎显得不那么接地气，不那么通俗易懂，人们更愿意去接受那些更加浅显

易懂的信息或者娱乐方式。但是近几年来，诗歌类的文化产品层出不穷，例如“诗歌大会”、“经典咏流传”、“诗歌之王”等相应电视节目的推出，与此同时越来越多的诗歌类微信公众号的诞生，让了解、阅读和分享诗歌的用户越来越多，逐渐形成了全民读诗的热潮。这种积极的传播势态，不仅对于传播媒介是一种助推式的帮助，更能使得诗歌文化在这个过程中得以传播和推广。

微信诗歌的阅读方式区别于传统媒介，它将多种形式的传播内容融合在一起，丰富了用户体验。诗歌类公众号的呈现形式也越来越多样化，有专门纯做诗歌推送的公众号如“陆地诗词”，再有就是像“为你读诗”、“十点读诗”这种多种包含文字音频图画等多种艺术表现形式的诗歌公众号。

#### (4) “为你读诗”成功创办的影响力

到目前为止，“为你读诗”已在其微信公众平台发布了超过 2600 期的推送内容，它所涵盖的用户数量已远超 1000 万人次，其推送内容的头条日均阅读量能在半天之内达到 10 万多次。“为你读诗”正以一种正向的传播的姿态，为用户创造一种极具内涵和人文意义的诗意生活模式。它独有的传播理念和传播形态，不仅赢得了用户的喜爱，更为整个诗歌类微信公众号甚至整个公众号行业带来了可借鉴的经验。

### 1.1.2 选题意义

通过对“为你读诗”公众号的研究，得出“为你读诗”公众号传播机制的特征和规律，挖掘其传播带来的多方面价值。随后结合文章的研究和用户使用情况调查，罗列出公众号目前发展所遇到的一些问题和短板，提出相应的发展优化策略。期望能够呼吁人们多接触有意义的知识获取途径，也希望同类型的诗歌微信公众号能学习优秀公众号的建设，为用户提供质量更高的内容，继续传播优秀的诗歌和传统文化，产生更加长远的传播效能。

## 1.2 文献综述

### 1.2.1 传播机制研究综述

“机制”属于传播学的外来词。“机制”一词的原意指的是事物内部组织和

运行变化的规律，引用到新闻传播领域就是“传播机制”。大多数对于传播机制的研究，主要集中在传播活动的各个环节、过程等要素的相互关系和特征研究之上。广义的传播机制，囊括了社会学、生物学、医学、物理学等多个领域的研究，但本文出发点主要着眼于新闻传播领域的研究。

将选取的关于传播机制研究的相关文献进行分类和解读，发现传播机制的研究主要分为三大方向：媒介自身的传播机制研究、媒介产品的传播机制研究以及信息内容的传播机制研究。从这三个方向出发，可以发现关于传播机制相关的研究方向呈现出宏观到微观的层次递进性：媒介-媒介产品-产品内容。也就是从宏观的媒介机制研究再到各类媒介产品（手机 APP，网站、平台、节目）等传播机制的研究，接着是具体的媒介产品的信息生产内容的机制研究，具体到某一事件、网络热词或者某一文化的传播机制研究。

#### (1) 媒介自身的传播机制研究

首先界定这里的传播媒介指的是新闻传播领域中的大众传播媒介，是信息传播的渠道和工具。关于媒介自身的传播机制研究，在早期的研究中，大多数学者都是围绕广播、电视等传统媒体。近年来随着技术的飞跃，移动互联的普及，传播媒介的机制研究开始逐渐转向手机等移动终端，例如夏光富和李建秋在《手机传播机制与受众文化心理》中就对手机的传播机制做了解读，并得出手机媒体的传播机制是普适性、放射性以及“碎片化”的。

#### (2) 媒介产品的传播机制研究

相较与媒介本身宏观的传播机制研究，学界大多着手于媒介产品的具体研究，例如相应的视听节目、APP、网络平台等依附于媒介载体的各式媒介产出品。对于媒介产品的传播机制研究，大多数学者从其运营角度、传播过程及模式出发，解析相关的机制特征、发展现状并提出其发展优势和相关不足。戈嘉怡在《赋权与融合：短视频新闻生产与传播机制研究——以“梨视频”为例》中就从“赋权”和“融合”角度对梨视频这一媒介产品的新闻的生产与传播机制展开了研究，并提出相关的发展建议。同样吕冰冰在《电子竞技直播平台传播机制研究》中也同样从其生产方式、传播要素及传播模式等方面解析了电子竞技直播平台这一媒介产品的传播机制，并提出相关发展策略。再有就是关于传统媒介产品的各类电视节目的传播机制研究。

### (3) 信息内容的传播机制研究

如果说媒介本身和媒介产品的研究多建立在运营技术和策略之上,那么在这一方向的传播机制研究中,学者们更多的着眼于媒介产出的信息内容之上,例如在某一媒介平台中产生的舆论事件、网络热词、某一现象或者某一时段类产生的亚文化(丧文化、奶茶文化等)的相关传播机制的研究。如刘杰在《网络流行语的传播机制研究》中以拉斯韦尔传播 5W 模式和布雷多克传播 7W 模式为研究思路依托,从不同的研究方面对网络流行语进行梳理,分析网络流行语的发展变迁趋势,聚焦网络流行语的传播过程,归纳网络流行语的传播规律。

再有研究是根据自身具体的内容依据不同的理论基础或者视角去研究。例如《公共传播视角下的微公益传播机制研究》中就依托于公共传播的理论视角,研究微公益这种依靠于新媒体的全新公益形式的传播机制,讨论了“微公益”的特征和内涵等;再有部分研究内容是针对当下发生的舆论事件的传播机制,且是依托于某一特定的媒介产品。如《微博中食品风险舆情的传播机制研究——以“港荣蒸蛋糕丙二醇超标”事件为例》以及《新媒体环境中公众情绪传播机制研究——以“辱母杀人案”为例》,都是从特定的舆论热点事件出发,探讨相应的信息传播机制,这些切入点大多涉及健康传播、受众研究、谣言等不同领域,视角较为广泛。

综上所述,对传播机制的研究涉及到新闻传播领域的宏观和微观的每一个方面,可以说只要涉及到传播活动,必然就有传播各要素之间的相互联系和制约,因为传播活动本身就是一个系统和整体。在对媒介产品的传播机制研究中,对受众反馈和传播效果方面的研究略有缺失,与此同时因为传播机制概念本身没有一个确切的界定,文献的研究也大多是基于对传播过程中各要素和传播模式的研究之上。

## 1.2.2 诗歌类微信公众号研究综述

从字面意思来讲,诗歌类微信公众号即“传播诗歌的微信公众号”,广义的诗歌类微信公众号还同时指传播与诗歌相关联内容的文化类公众号。诗歌类公众号对于娱乐性很强的公众号来说,相对小众化。但随着近年来诗歌文化的传播热潮,越来越多的优秀诗歌类微信公众号异军突起,成为后起之秀。现有的文献对

诗歌类微信公众号的研究相对较少，主要的研究分为两个方向：宏观视角下的传播现状研究和诗歌类微信公众号的传播环节及策略研究。而在第二个大方向中则又包含基于相关模式的运营特征研究、传播内容研究以及受众及策略研究三个具体的研究方向。

#### (1) 宏观视角下的传播现状研究

这一方面的研究主要体现在对特定的诗歌公众号做的现状解读，以及和同类型的公众号做的相关对比研究，以此得出公众号所呈现出特点或者不足，最后提出优化的发展建议。

例如郭莹在《诗歌微信公众号的传播现状及存在问题》一文中就选择公众号“为你读诗”、“读首诗再睡觉”和“诗刊社”等为研究对象，探究诗歌公众号的传播现状及存在的问题。她从诗歌微信公众号的传播现状入手，用内容分析法分析其现状特征，得出诗歌微信公众号存在的问题，最后从传播价值的角度提出合理的解决办法。这种方向的研究是从宏观的视角切入，着重分析诗歌公众号当下的势态，例如发展情况、传播的范围等，并针对相应的问题提出解决方案。

#### (2) 诗歌类公众号的传播环节及策略研究

关于诗歌类微信公众号的传播环节及策略研究，主要分为三大方向：基于传播模式角度的运营特征研究、传播内容及策略研究以及受众及策略研究。这三个方向的研究同样呈现出递进的形式，从传播模式到传播的具体环节最后到受众和策略的研究方向。

##### ① 基于相关传播模式的运营特征研究

这一方向的研究，主要从相应的传播学经典模式出发，对诗歌类公众号的要素进行分析，研究相关传播规律。蒋瑞东在其论文《基于微信公众号的经典文化传播模式及效果研究》中借鉴了拉斯韦尔等人的传播模式，以微信公众号的经典文化传播为研究对象，采用相应的研究方法对公众号的经典文化的传播模式进行了研究。最后得出诗歌类公众号只有做到传播主体的严格化，传播内容形式的多样化以及受众精准化，才能达到良好的传播效果。

##### ② 传播内容及策略研究

在这个研究方向中，较多文献在对公众号内容解读和策略分析后认为“内容”是公众号发展最关键的取胜之道，“内容为王”这一观点不管在曾经的传统媒体

### ③受众及策略研究

受众研究一直是新闻传播领域的热门研究领域,可以说一个产品或者信息的传播过程,最后的目标都是受众,无论是采取任何形式的传播形式和传播何样的内容,最终的传播效果的体现都是在受众身上,他们能直接反应一个公众号的传播效能和质量。张欣、姬悦在《从“为你读诗”析诗歌类公众号的用户策略》的论述中就以微信公众号“为你读诗”为例,通过质化分析的方法,探究“为你读诗”的用户特点和采用的策略,研究其产业链开发上的思维模式,为诗歌类微信公众号更好地聚集用户提供建议。认为歌类公众号用户的三大特征:追求内容质量、追求符号消费、潜在用户数量大。并从这些特征提出相应的公众号用户策略:利用多渠道联动增加用户、对用户体验感的关注以及深耕原创内容增强用户粘性。

通过对相关文献的分析,可以得出,诗歌类微信公众号的研究主要集中在传播现状以及具体公众号各要素的运营特征和策略之上,缺乏较为全面的系统性的研究,比如公众号在完整传播过程所体现出的传播规律或者发布特征等,以及必要的受众反馈研究和传播效果研究。

## 1.3 研究思路和研究方法

### 1.3.1 研究思路

文章的主要研究思路是从传播学经典的5W模式出发,对“为你读诗”公众号的控制传播、内容传播、渠道传播、受众情况和传播效果等环节进行研究,研究“为你读诗”公众号传播过程中的机制特征和规律,总结出其传播价值,然后指出现阶段的不足并提出未来发展的优化策略。在研究“为你读诗”公众号的传播内容发布规律时,要对“为你读诗”公众号的生产内容进行长期的监测和记录,随后用相应的表格或者图表形式直观的呈现其发布规律。与此同时在对用户情况和传播效果的调查中,需设置相应的问卷调查,用数据和调查结果来反映相应的问题。

### 1.3.2 研究方法

#### (1) 个案分析法

本文选取“为你读诗”公众号为研究案例，“为你读诗”属于诗歌类微信公众号中的优秀公众号，从其创设时间、稳定的发展情况以及优秀的产出内容来说，十分具有诗歌类微信公众号的代表性。且其用户面广大，阅读量和知晓度也十分可观，故而选取此公众号为案例，研究公众号传播过程中的机制特征和规律，总结出其传播价值，提出现阶段的不足并提出未来发展的优化策略

## (2) 问卷调查法

问卷调查法主要用于“为你读诗”公众号的受众情况和传播效果的调查，首先确定需要调查的内容，设置相应的问卷内容和逻辑，随后选用问卷调查平台“问卷星”进行问卷的发布和回收，发布渠道主要涉及微信、QQ、新浪微博等社交平台，通过链接的发布和扩散，调动更多的用户参与调查。最后通过对调查问卷的整理和分析，用图表和数据来反映相关的调查情况。

## 1.4 创新点

诗歌类公众号作为较为小众化的公众号类型，虽然零星被其他研究对象的文章中提到过，但并没有一个较为系统和完整的传播过程的研究，与此同时，诗歌类微信公众号所体现的传播价值也未有较为深入的研究。因此本文的创新点就是以诗歌类微信公众号“为你读诗”为研究对象，研究前人未曾全面涉猎的传播机制方向，对公众号进行系统整体的分析，在运用相应的研究方法对其传播的各环节进行研究的同时，得出其体现的各方面的传播价值，最后提出公众号在发展中的不足之处和相应的优化策略。

## 2 诗歌类微信公众号发展现状及传播特征

当下越来越多的诗歌类微信公众号以其多样化的呈现方式让了解、阅读和分享诗歌的用户越来越多，逐渐形成了全民读诗的热潮。诗歌类微信公众号“为你读诗”以其独有的传播理念和优质的传播内容，不仅赢得了用户的喜爱，更为整个诗歌类微信公众号带来了丰富的建设性经验，更能使诗歌文化产生更大范围的传播。

## 2.1 诗歌类微信公众号现状

诗歌毫无疑问是人类发展过程中文明成果的鲜明体现。无论国内国外，诗歌都是人类精神文明的象征，是对人类日常生活生产和思想的描述及显现，也是人类在继承和学习文化遗产进程中重要的组成部分。

诗歌，是一种抒情言志的文学体裁。是用高度凝练的语言，生动形象地表达作者丰富情感，集中反映社会生活并具有一定节奏和韵律的文学体裁，诗歌本身就是用来传递精神世界的思想和性情的文学体裁。诗歌一开始就是诗与歌的统称，在古代，诗与乐曲以及各种舞蹈形式合在一处，即为诗歌。诗歌从古至今都是人类文明发展历史上璀璨的明珠，无论是我国早期的《诗经》还是古希腊的《荷马史诗》，都是十分优秀的历史文化遗产。在社交媒体日益发展壮大的当下社会，诗歌的传播也有了新的方式和载体。

微信公众号内容从诞生以来，已其丰富性、精准性等特点符合新一代用户的接受心理与交流习惯，至今保持着异常火热的状态，各种类型的公众号争奇斗艳，纷纷出现在用户的信息列表之中。在这个队列中也包含着强劲发展势头的诗歌类微信公众号，诗歌类微信公众号主要泛指那些传播与诗歌内容相关的公众号。诗歌是一个国家和民族文化中浓墨重彩的一部分，较之娱乐性强的大众文化，诗歌文化是相对小众的。在被快节奏的生活驱使的当今社会中，在物质文化丰富多彩的情况下，人们对于精神文明的追求愈加强烈，于是，在日趋强大的新媒体平台的技术支持下，诗歌逐渐走向了大众化的传播。在这其中，有许许多多承载诗歌文化和内容的公众号雨后春笋般崛起，进入了人们的视野，成为人们获取诗歌信息的主要渠道和入口。比如“为你读诗”、“诗刊社”、“读首诗再睡觉”等一些优秀的诗歌公众号。

从清博大数据显示来看，截止 2020 年 11 月份，键入“读诗”，共有 297 个。键入“诗歌”，共显示 1462 个。诗歌类微信公众号的发展已经达到相对成熟的水平，优质的诗歌类微信公众号对用户获取和了解诗歌知识和文化、满足用户需求以及对诗歌文化的传播和精神文明的提升都有很大的现实意义。

## 2.2 “为你读诗”的创建与发展

到目前为止，“为你读诗”已在其微信公众平台发布了超过 2600 期的推送内容，它所涵盖的用户数量已远超 1000 万人次，其推送内容的头条日均阅读量能在半天之内达到 10 万多次。“为你读诗”正以一种正向的传播的姿态，为用户创造一种极具内涵和人文意义的诗意生活模式。

“为你读诗”公众号由潘杰客先生创立于 2013 年 6 月，其创设机构为 Be My Guest（尚客私享家），公众号的运营团队为尚客圈（北京）文化传播有限公司。公众号的创立初心是分享经典人文艺术作品，传达诗意生活内容与服务，其传播理念——如图 2.1 所示：为你读诗，给灵魂片刻自由。每晚十点，从这里开始我们的诗意生活。



图 2.1 为你读诗传播理念

“为你读诗”从创办到现在，已经推送了超过 2600 期内容。每期都会邀请一位或者多位不同领域的知名人士来读诗，受邀嘉宾分布在政治、文化艺术、教育科技、语言艺术、演艺娱乐、体育、商业等领域。“为你读诗”专业的制作团队，为受众创建了一个文艺又温情的诗歌平台，让诗歌文化以优雅的方式走进了大众的生活。人们在忙碌一天之后，在万家灯火的夜晚，静下心来，听一首温暖而舒缓的诗歌，无疑是给生活添上了一抹诗意的色彩。“为你读诗”自成立以来就产出了许多优质的内容和有意义的活动，达到了十分良好的传播效果。

在“为你读诗”成立一周年之际，丹麦女王玛格丽特二世与国家主席夫人彭丽媛女士为孩子们朗读的家喻户晓的童话《丑小鸭》于 2014 年 4 月 20 日在平台播出。2017 年 3 月，“为你读诗”推出首个线上付费专辑，由资深主持人卫东携手平台设立。2019 年 9 月，“中国之声”与“为你读诗”共同推出“共和国

功勋模范”为你读诗”项目。此次项目的读诗人都是“共和国功勋模范”的获得者，包括袁隆平、叶培建、高铭暄、王蒙、王文教等联合“为你读诗”平台，共同参与读诗互动，以这种特别的形式向新中国成立 70 周年致敬。

2020 年新冠疫情期间，“为你读诗”曾创办了多期“以诗战疫”的节目，邀请了在疫情期间奋斗在一线的医生和志愿者等相关人物，同时联合相关领域的著名人士举办了多期特别节目，为一线奋斗的英雄们加油打气。在这期间，选取的相关诗歌或温情或澎湃，还有一些专门创作的诗歌用来传递疫情期间人性的伟大。比如在 2020 年 3 月 1 日，“为你读诗”在头条文章推出了《三月，望你我珍重，因为人间值得》的内容推送，诵读的诗歌题目叫《天使故事 FM》，本次节目是“为你读诗”联合央视网共同推出的疫情期间的特别节目，主播为主持人卫东，讲述人是演员倪妮、孙红雷和宋佳，他们用自己的声音讲述着抗疫过程中发生的伟大而平凡的医生的故事，用以传递抗疫医生的伟大品质，体现人间的真情和温暖，向人们传递正能量。“为你读诗”还曾联合眼科医生陶勇先生，用诗歌表达其励志人生故事，他参加诵读的节目《世事无常，而你是暗夜里的光》是“为你读诗”2020 年度最佳阅读推送。根据清博大数据的统计，2020 年，“为你读诗”发布天数为 366 天，发文篇数为 1797 篇，头条文章 366 篇，出勤率达到 100%，传播指数较去年增加了 0.19%。

在推送页面设置中，主页面主要除了日推内容区域外，设置了包含 APP 下载、文艺学堂以及文创产品三大矩阵板块。每个板块里都链接了相应的内容，包括一些活动的征集、往期搜索、商务合作等，同时也推出了付费的知识课程和诗集等相应的附属板块。

## 2.3 诗歌类微信公众号仪式化传播特征

诗歌作为人类发展中宝贵的文化遗产，它对人类的文明发展起着十分重大的影响。诗歌类微信公众号作为公众号中极具鲜明特色的类型，与其他公众号不同的就是具有鲜明的诗歌文化仪式感。

如何界定“仪式”一词？这个词汇体现在生活中大多都是围绕一些比较重大的节日或者庆典，比如结婚仪式、升学仪式及毕业典礼等。这些形式包含许多人

们日常生活的场景，诸如换届活动、结婚典礼以及开学仪式等都是正式的、规定性的程序。从古代的祭祀活动到现代生活中的某些典礼等，它更多象征一种庄重感与重要性。

在传播学中关于仪式的相关研究即“传播的仪式观”。在美国学者詹姆斯·凯瑞看来，一个正常的传播过程，它所传递的信息并不仅仅局限于表面的叙述和表达，信息的机械化传递仅仅是传播目的中的一部分，而更加深远的意义在于能够通过这一信息传递的行为，从而构建和设立一个更加有意义的丰富的文化领域。换句话说，所谓的“仪式”就是指用户在接收某种信息的时候，这个过程并不是简单的信息接收的过程，不是简单枯燥的直线传递，而在很大一定程度中，在用户接收特定的信息内容时，他更像是参与了一场具有特殊意义的仪式活动。就像“为你读诗”的诗歌传播过程，就是通过传播诗歌内容从而使得所有接收内容的用户身临其境，仿佛置身于一场盛大的典礼。诗歌类微信公众号所体现的最大的传播特征便是社会文化的继承和互动仪式的构建。

### 2.3.1 社会文化的继承

传播学奠基人之一的拉斯韦尔曾这样定义传播之于社会文化遗产的继承功能：人类社会的发展是建立在继承和创新的基础之上的，只有将前人的经验、智慧、知识加以记录、积累、保存并传给后代，后人才能在前人的基础上做进一步的完善、发展和创造，传播是保证社会遗产代代相传的重要机制。<sup>①</sup>

在当下的新媒体的传播环境里，以诗歌类公众号为代表的诗歌类节目层出不穷，有收视率极高的《中国诗词大会》、《诗歌春晚》、《朗读者》等优质的电视类节目，更有像“为你读诗”、“十点读诗”、“陆地诗词”等关注度很高的诗歌类公众号。诗歌类微信公众号借助微信和公众号平台对诗歌文化进行了传播，能让用户在快节奏的工作过后，通过阅览诗歌内容，获得短暂的宁静。与此同时，作为世界历史文明的见证和集大成者，诗歌这种优秀的文化，能让人们在获得信息和知识的同时得到心灵的熏陶和慰藉，带来极高的正能量和精神文化享受。几乎每一个定位推送诗歌类信息的微信公众号，其内容方面都极具仪式化，他们会精心选取经典优秀的诗歌内容进行推送，再配上合情境的内容或者插图等附加内

<sup>①</sup>[美]哈罗德·拉斯韦尔. 传播在社会中的结构与功能[M]. 何道宽译. 北京: 中国传媒大学出版社. 2013

容，能让用户们收获到良好的效果呈现，感受到诗词的纯粹与文化的美好。所以说微信公众号在满足受众的信息接受需求的同时，也十分贴切地履行着对诗歌文化和经典文化的传承功能，其传播特征显现出强烈的社会文化继承性。

### 2.3.2 互动仪式的构建

“互动仪式”的提出人是来自于美国的社会学家兰德尔柯林斯。在他出版于2003年的一本名为《互动仪式链》的书中

首次将“互动仪式”做出了相关的说明。他设定了一个固有的社会活动内涵，即互动者通过资本和感情交换而进行的日常程序化的活动，被称为互动仪式，而互动仪式是扎根于人类社会发展过程中的一种现象。<sup>②</sup>

无论是以何种传播载体或者形式进行的诗歌文化的传播活动，究其本质都是群体参与仪式的体现，从仪式互动理论出发，仪式社会化过程中产生意义的最大的前提就是互动参与和共享。诗歌类微信公众的传播在一定程度上就是一种互动仪式的体现。

诗歌类微信公众号的用户作为信息内容传播中的参与者，他们处在公众号设立的特定的情景中，在这个特定的环境中，用户们大都有相对集中和共通的意义空间和相关统一的话题亦或是关注点——对诗歌共同的热爱和获取诗歌信息的需求。此外，微信得天独厚的社交属性，比如传播和分享的渠道，可以最大限度上为用户们提供自由的交流场所，随着用户间互动的进行以及共同的关注点的集中，用户间的情感连带便产生了。

诗歌类公众号给诗歌爱好者提供了获取诗歌信息的便捷平台，用户们通过自己的喜好选择关注或者订阅不同类型的诗歌公众号，进而更好的获取信息，使诗歌爱好者参与到诗歌的仪式传播的互动中。

<sup>②</sup>[美]兰德尔·柯林斯. 互动仪式链[M]. 林聚任,王鹏,宋丽君译.北京:商务印书馆.2009

### 3 “为你读诗”的“把关”运营模式分析

微信公众号的建设离不开团队的协作和运营，不论是对推送内容的选择还是信息发布的各个流程，都要确保其能正常运转。在这一章节中，将着重分析“为你读诗”公众号的控制研究，也就是其幕后的运营团队的“把关”控制。本节分为两大部分：团队的构成及运营理念以及团队“把关”运营模式的构建。并在第二部分中细致阐述“为你读诗”在不同环节中的“把关”情况。

#### 3.1 团队构成及运营理念

“为你读诗”的创始人是潘杰客，同时也是 Be My Guest 创始人。另一位创始人是张炫，自 2017 年开始任“为你读诗”总裁，2019 年 1 月起担任“为你读诗”CEO。“为你读诗”的联合发起人包括陈鲁豫、邓中翰、黄怒波、姜昆、朗朗、李彦宏、吕思清等在专业领域的知名人士。如图 3.1 所示



图 3.1 “为你读诗”联合创始人

“为你读诗”运营是一个团队，其内部分工明确，微信是其最重要的发布平台，以下的团队构成是整体的分工。如图 3.2 所示，“为你读诗”团队的运营构成主要由视觉创意+产品运营+客户营销+技术开发+文案编辑等组成；部门则划分为付费部、编辑部、商务部、电商部、技术部、嘉宾部、版权部、视频部等多个功能部门。每一个板块里有相应的分工人员，例如营销编辑、责任编辑、广告经理、产品经理、版权专员等。

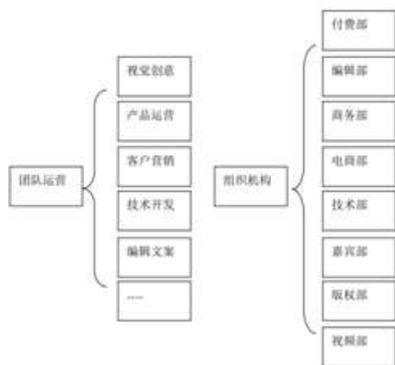


图 3.2 “为你读诗”运营团队构成

“给灵魂片刻自由”是“为你读诗”宣传的宗旨和方针，从这一宣传的宗旨出发，“为你读诗”的团队意在通过不同形式的文化表现内容，为用户和大众传达兼具知识性、高审美和温暖情感的一种诗意生活的方式。

#### (1) 推动诗歌以及中国文化进入大众日常生活场景

诗歌很大一部分程度上属于精神文化的内容，因为其具有特殊的文化属性，不同的诗歌所蕴含的寓意和内容不尽相同，同时也相较于通俗易懂的主流大众文化显得曲高和寡，给人一种晦涩难懂的感觉，大多数人把诗歌认为是精英文化的代表。这就使得在日常生活中，人们更愿意去读那些便于理解的，具有娱乐性的信息，而很少去主动涉猎诗歌内容。对诗歌以及关于文化传播的一些内容没有接受兴趣，造成诗歌和文化在大众的日常生活中变得缺失，而在当下快节奏和信息爆炸的时代，人们接受的信息五花八门，很多都是无意义的信息，人们需要接受一些具备正能量以及优质的内容信息。

与此同时，我国传统的文化也是历史发展中的宝藏，在当下的社会中，尤其是在青年人中，对传统文化以及本土文化的关注和涉猎变得越来越弱，以至于过分的去崇尚国外的节日和文化而渐渐淡忘了本土文化。在这种背景环境下，“为你读诗”期望能够用自己的策划和传播，借助微信平台及其他媒体矩阵，推动诗歌文化及中国文化进入人们的日常生活中。

#### (2) 以诗歌和中国文化，在国际上进行连接和交流

文化自信相较于其他力量，更加基础和广泛，从国际的文化软实力去看文化自信的意义尤为深远，也是国家发展中的必然要求。在这种情况下，更需要将我国优秀的文化产品推送到国际社会，一方面能起到国际文化交流的作用，另一方面也能彰显我国文化的魅力。诗歌是人类社会的精神文化产物，它和其他的

文学体裁一样，能跨越国家和民族，能够感染不同地域和肤色的人，所以以诗歌为纽带，沟通国际的文化桥梁，在传播我国诗歌文化的同时，引进别国的诗歌，能够达到国际文化的交流合作，促进诗歌文化的发展。

### (3) 保护人的感觉力、审美力以及爱的能力

当下社会，由于各种原因，一些人呈现出精神层面的病态，例如极度的精神涣散、价值观的扭曲、信念的缺失和浮夸的拜金主义等社会问题。信息化时代的给人们生活带来了丰富多彩的世界的同时，又遭受着各种不良信息的侵蚀。在这种情况下，人们的感觉力、审美能力和爱的能力不知不觉间变得退减和扭曲，人们似乎对于好多事物变得麻木和无情。

“为你读诗”期望用诗歌去治愈和改观人们的感知和审美，引导人们形成正确的鉴别能力和欣赏美的能力，远离消极和负能量的事物，重新回归和看到世界和生活中美好的东西，真挚的朗读、优美的配乐，赏心悦目的配图和文字，每一期“为你读诗”的推送内容都体现出美好的呈现方式。

## 3.2 “把关”运营模式的构建

微信公众号是现代生活中重要的信息获取渠道，但是即便公众号具有十分强大的传播能力，每一个公众号所提供的信息肯定都是有限的，这就会根据每个公众号的定位、宗旨还有受众群体的不同来设置自己的传播风格和内容，这也是当下拥有众多不同类别的公众号的主要原因。

事实上，微信公众号的运营团队所承担的角色就是信息的“把关人”关于“把关人”一词的提出，最早是来源于一次政策宣传。在第二次世界大战期间，当时美国著名的心理学家库尔特·卢因担任着为美军缩减战争开支，从而号召民食用牛下水的宣传任务。在他的宣传和调查中，发现了一个有趣的现象，那就是除非能够说服一个家庭中承担制作食物的主妇去买牛下水，不然再怎么宣传，其他家庭成员是不会选择主动去食用的。他在这个过程中发现家庭主妇扮演的其实是一种“把关”的角色。

1950年，传播学者怀特将这个概念引入到新闻研究的领域，他强调：社会上存在着大量的新闻素材，动中传媒的新闻报导不是也不可能是有闻必录，而是一个取舍选择的过程，在这个过程中，传媒组织形成了一道关口，通过这个关口

传达到受众那里的新闻只是众多新闻素材中的少数。<sup>③</sup>

新闻传播中的把关人理论同样适用于微信公众号的传播，如图 2.3 所示，在“为你读诗”的公众号传播者（这里主要指信息最早的发布者）的运营过程中，体现的就是把关的模式。把关的实质就是选择怎么样的传播信息并且以怎么样的方式进入传播环节之中。图 3.3 所体现的把关主要分为三个方面：团队分工把关、传播内容的把关以及对反馈信息的把关，在这里最主要的是对内容的把关，内容的把关涉及对传播宗旨的体现和对发布主题的呼应等。分工把关、内容把关和信心反馈的把关构成了一个完整的传播内容的把关流程，从传播源头的规则制定到传播内容的删选，最后到用户反馈，每一个环节都体现着把关的思想，这种把关的构建是为了产生更好的传播效果和更加高质量的传播内容的必然途径。

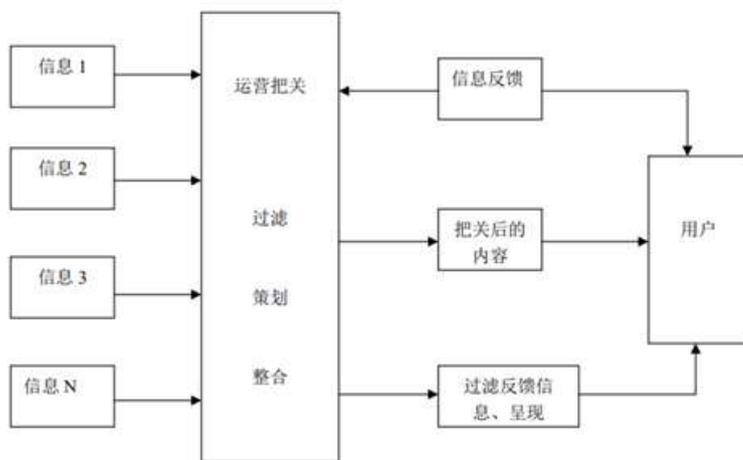


图 3.3 “为你读诗”团队“把关”流程

### 3.2.1 分工“把关”——明确组织目标和规则

作为“为你读诗”的运营者，幕后的创作团队无疑担任着“把关人”的角色，监督和控制相应的传播流程，明确组织的运营目标和规则制度，使得信息发布和传播的全过程处于严谨和高效的状态，必须具有较强的专业性和高度的敏感性。这样生产和制作出来的信息才产生更加广泛的传播效果。

传播过程的信息的具体性质和方向大多都是取决于传播主体，因而传播主体的严谨的产出至关重要，它所选择传播的内容将直接影响到传播效果的呈现。公众号想从海量的竞争者中胜出，传播主体的内容制定以及它的定位便是成功路

<sup>③</sup>郭庆光. 传播学教程[M].北京：中国人民大学出版社.2011

上的主导因子。“为你读诗”的运用团队除了从广泛且海量的诗歌信息中把关挑选精品，还根据自身的定位和价值取向，选择最佳匹配的诗歌内容，作为发布的对象，这些都是一个公众号运营团体必须掌握的技能。

从媒介角度考虑，和其他传播活动的运营者一样，“为你读诗”团队是传播活动的组织者，传播学里，组织在一定程度上指的是“人们为实现共同目标而各自承担不同角色分工，在同一意志之下从事协作行为的持续性体系”。<sup>④</sup>从这个定义出发，“为你读诗”运营过程中都有一定的组织分工，他们有专业化的部门分工、例如决策部门、管理部门和职能部门等；有职业分工和岗位职责；有组织系统的阶层划分和制度。这些明确的不同层级的分工，都有一个目的，就是确保“为你读诗”这个组织的正常运营。故而这个分工的目的就是为你更好的行使传播的把关职责。

“为你读诗”分工把关包括内容生产的选择（这一点将在下一节单独阐述），同时还包括内部管理把关、危机公关把关等一系列过程。内部的管理把关包括目标的下达、实施、监督、检查等，确保在运营环节能够正常的运行，确保是围绕组织的方针和各项政策的规定；危机公关的把关，主要是针对媒介突发事件，能够及时有效的进行管控和把关，尽量将媒介和公众影响力的损失降到最小，这也是媒介运营把关中很重要的一部分。

对分工的把关和管控，能够让团队明确组织的目标和规则，能进一步贴合传播方针政策，选取和发布优质的内容，达到相应的传播效果。这个不仅仅是“为你读诗”团队的专属，同时也是大多数新媒体共有的运营必需品。

### 3.2.2 内容“把关”——切合主题，内容为王

“为你读诗”的微信内容制作团队由责任编辑（兼文学编辑）、音乐编辑、录音指导与音频制作、兼职撰稿等组成，承担着信息发布环节中极为重要的生产部分。

每一期作品的制作都包含着众多信息内容的把关，包括诗歌的主题设定、具体诗歌的选择、配图的审定、配乐的选取等等，在每一个负责的板块都要进行相应的把关和判断，力求所选取的内容是符合国家的政策方针和公众号自身的定位

<sup>④</sup>郭庆光. 传播学教程[M].北京：中国人民大学出版社.2011

及宣传宗旨。内容是任何一个媒体想要长期生存的王者之道,所以在“为你读诗”的把关中,内容的选取是十分挑剔和重要的,它决定着自身传播价值的体现和用户的使用体验。

比如本期的主题设置若与亲情相关,其内容的把关则就要侧重在“亲情”这一关键词之上,选取的诗歌要与亲情有关,其配乐也要切合主题,尽量使用温暖亲切的曲调,除此之外,头图和插图的选取也是,要选用以反映家庭为主旨的绘画等。一切围绕所选定的主题,当然也不必完全拘泥其中,在充分围绕主题的同时做到随机应变。

与此同时,对内容的排版以及嘉宾的选定都有相应的把关程序,以确保排版工整清晰,在此基础上,还要注意选取的诗歌要与读诗人有较高的契合度,已达到最好的呈现效果,正是这种精益求精的“把关”态度,才使得“为你读诗”能够产出优质的内容。

### 3.2.3 反馈“把关”——维护整体运营效果

反馈作为信息传播过程中十分重要的环节,它能反应传播的效果和偏向,在“为你读诗”公众号最能体现反馈把关的就是读者评论区,同时还会有读者来信以及特定的投稿邮箱等接收反馈的方式,但是能够比较清晰反应反馈把关的就是评论区。

评论区是用于读者发表自己言论和编者交流的区域,也是公众号能起到互动作用的体现,但是评论区的留言信息和内容发布一样,并不是全部显示,它是通过把关之后显示出来的,也就是说,在用户读完公众号的内容之后,留言在评论区,会有专门的审核人员将留言信息进行审核和整理,将符合节推送内容主题或者价值较高的用户留言显示在评论区,过滤掉大部分的无效或者雷同的用户留言,并由编辑人员在审核后做以回复,虽然这种操作,并未完全体现用户的言论自由的互动性,但是在一定的程度上能保护推送节目的主题和传播效果,防止一些恶意低俗留言和负面消极的言论影响传播的取向中在反馈信息中把关,也是传播者在运营环节中必不可少的操作。

## 4 “为你读诗” 传播内容发布规律

如果说一个完整的传播过程，传播者是传播的先行者，那么传播者传播的内容必然是整个传播流程中最核心的组成部分，所有的传播要素都是围绕着传播内容而开展的。上节中我们提到了“为你读诗”的传播者也就是运营团队的相应情况，在本章中，我们则将重点探究“为你读诗”整个机制中的“传播内容”环节，探究其传播内容的发布规律。

当下公众号和其他信息发布平台的发展中，内容绝对是十分重要的组成部分，因为内容是吸引用户和确保媒体质量的保障。为了探究“为你读诗”公众号的内容发布规律，更加细致的了解传播特征，比如每天推送时间分布、头条诗歌的类型、读诗人的职业分布等一系列的情况和特征，在这里将对选定的公众号内容进行研究剖析。

研究的目标设定为探究“为你读诗”内容的发布规律，总结其内容呈现的特征，研究的总体是“为你读诗”公众号推送的头条内容，在这里为了简便和清晰，将设定以下几个分析维度：发布时间、诗歌类型、诗歌国家、读诗人职业以及特别策划占比等等。

“为你读诗”公众号从 2013 年创立以来，截止目前已经推送了将超 2600 期内容，为了研究其最新的内容发布规律，特此抽取 2020 年 3 月 1 日-2020 年 11 月 31 日共 275 期公众号发布的节目内容，作为抽样研究的对象，进行分类并做好相应记录，如图 4.1 所示。记录表格由序号、期数、日期、具体发布时间、题目、诗歌名（头条）、诗歌作者、读诗人职业、诗歌类型、诗歌国家、是否特别节目、总阅读量和备注等要素组成。通过对抽样的 275 期节目的内容记录相应的整理分析，部分分析结果将用图表化的呈现方式表现出来，方便直观的反应其发布规律。

序号	期数	具体发布时间	题目	诗歌名(头条)	诗歌作者	读诗人	职业	诗歌类型	诗歌国家	是否特别节目	总阅读量	备注
1	2415	21:35	望你我珍重, 因为人间值得	天使故事 FM-战“疫”一线的	供稿	倪妮/孙红雷/宋佳/卫东	演员、主持人	现代诗歌	中国	是	10w+	疫情特别节目
2	2416	21:35	有爱的家, 春天正拼命发芽	向晚	路也	陈建斌	演员	现代诗歌	中国	否	10w+	
3	2417	21:38	唯你, 我愿意	爱的十四行诗	聂鲁达	周涛	主持人	现代诗歌	智利	否	10w+	
4	2418	21:56	以一颗初心, 安静地慢煮生活	五味	汪曾祺	汪朗	作家(汪曾祺长)	现代散文	中国	是	10w+	纪念汪曾祺先生
5	2419	9:58	每个早晨都是一个愉快的邀请(惊蛰)	散步二十四节气——惊蛰	供稿	黄轩	演员	散文	中国	是	10w+	
6	2420	21:28	你要像风一样, 去过自在的人生	或许, 风可以再柔软一些波	佚名	曹曦文	演员	当代诗歌	中国	否	10w+	
7	2421	21:26	这些美好都给你, 别把笑容丢掉	笑	林徽因	李兰迪	演员	现代诗歌	中国	否	10w+	
8	2422	21:28	别以爱之名, 束缚自由的心	别把我束成一捆	新川和江	王璐丹	演员	当代诗歌	日本	否	10w+	
9	2423	21:29	多想奔走在春日阳光里	我感受到了阳光	王小妮	吴倩	演员	当代诗歌	中国	否	10w+	
10	2424	22:02	心存微光, 生活总会峰回路转	人生是一个含泪的微笑	供稿	卫东/荻菲菲/徐涛	主持人/配音演员	小说演播	美国	是	10w+	疫情特别节目
11	2425	21:28	你这么美, 美得让人心旷神怡	被一朵花卡住	窦凤晓	蒋梦婕	演员	当代诗歌	中国	否	10w+	
12	2426	21:27	我的心爱着世界, 草木初盛时尤爱	致大自然	荷尔德林	李光洁	演员	古典诗歌	德国	否	10w+	
13	2427	21:26	爱和被爱, 都不如相爱	最美的生活	王志国	李易峰	演员	当代诗歌	中国	否	10w+	

图 4.1 发布内容记录节选

通过对 275 期的发布内容进行整理和统计后, 发现“为你读诗”的内容发布有一定的规律和特征, 包括稳定的发布时间、细化整齐的内容板块、多样化的诗歌类型、读诗嘉宾的名人效应和创新的节目策划等。也正是因为有这些发布性的规律, 才构成了“为你读诗”独特且较于其他诗歌类公众号更加优质的传播内容和社会反响。

#### 4.1 发布时间稳定——契合用户生活规律

从研究结果来看, “为你读诗”公众号呈现出稳定的时间发布规律, 如图 3.2 所示公众号的基本发布时间都设定在晚上 9:25-9:35 之间, 个别的发布时

间跳跃较大是由于“为你读诗”会根据二十四节气的具体时间来发布相应的特别节目，这也是其内容传播中比较新颖和仪式感的体现。发布时间设定在晚上九点多，比较符合受众的阅读和收听规律，白天人们大多处于快节奏的学习或工作状态，在这个时候，人们大多不会去过多的关注比较慢节奏的内容，而等到从工作中抽出回归到放松状态时便会去接收相对缓和一些的信息，这个时候的发布内容更能迎合受众的习惯：下班吃完晚饭之后，准备睡觉之前，刚好是阅读和收听的最佳时机，因为这个时候用户就有空闲下来的时间去翻阅手机，所以这个时间发布，更能提高阅读量。从诗歌的传播感情色彩来讲，夜晚更能引起读者的共鸣，有助于受众的良好体验的产生。

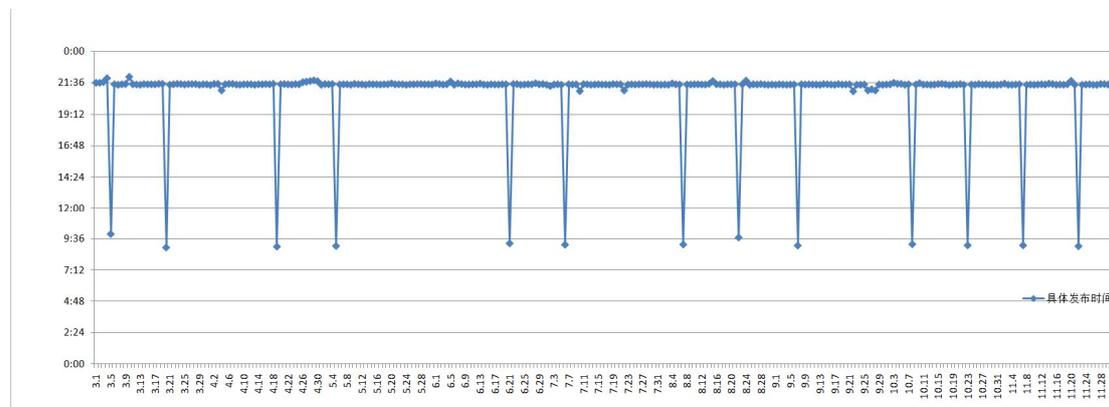


图 4.2 发布时间分布

## 4.2 内容板块细化——提升内容推送质量

公众号每期板块的设置通常与节目安排有关，并不是固定不变的，除了公众号必备的标题正文之外，每期的内容由图记、读诗（朗读+配乐+诗文+诗歌作者简介）、札记、诗意的人、特别推荐、预告等几部分组成，最核心的内容是读诗部分。“为你读诗”设置的板块呈现出精细化的特征，内容上具有逐步递进性，符合受众线性的接受信息传播的日常习惯，与此同时，公众号每一期设置的内容也十分符合公众号宗旨初衷和宗旨。

如图 4.3 所示，推送页面首先呈现出的是“头图”板块，在这个板块中，每一期会推送一幅与所朗读的诗歌主旨相呼应或者有关的图画，值得说的是，每一期所选用的图画都有其代表的独特含义，作为内容的先行者，具有视觉冲击性的美图能够迅速的抓住用户的注意力。

“读诗”板块是公众号推送内容的重点，这里包括推送的嘉宾朗诵诗歌的音

频、诗歌的文字稿以及诗人简介，清晰的板块设置能够满足用户的视听需求。

“札记”板块是读诗板块的延伸，呈现的是有关诗歌鉴赏评论，包括诗歌创作背景、表现的内涵以及对读诗嘉宾的相关采访等，同时也是对诵读诗歌内容的进一步补充。富有哲理的文字，旨在为用户传达诗歌体现的内容和思想，满足用户求知欲。

“诗意的人”和“预告”板块内容相对简单，主要为配乐介绍、读诗嘉宾的个人简介以及第二天推送诗歌的预告，主要起到介绍和预告的作用。细致的板块安排，可以让用户全面的了解每一期所设置的主题诗歌的内容，让用户在视听享受中学习，在学习中又得到精神境界的提升。



图 4.3 “为你读诗”内容排版节选

### 4.3 诗歌类型多样——满足不同用户阅读需求

在对 275 期内容推送的分析和整理后发现“为你读诗”推送的诗歌类型呈现多样化的特征，诗歌类型包括当代诗歌、现代诗歌、古典诗歌以及散文等，由此可以看出，“为你读诗”公众号选用的诗歌种类较为丰富，作品涵盖不同的诗歌种类。其分布主要呈现以当代诗歌为主，其他类型诗歌交替出现的规律。

从 275 期记录中还能发现，公众号选用的头条诗歌国家也有多样性，并不拘泥于单一的诗歌类型，而是包括了国内外的当代诗歌、现代诗歌、古典诗歌、散文等其他形式的诗歌作品，能迎合不同受众群体的需求，于此同时，诗歌的也不

仅仅选用中国本土的作品，也会选用和邀请国外的诗歌作品及名人诵读。但从总体看，绝大部分诗歌选用的是我国本身的优秀作品，占大一部分比例，形成了国内诗歌为主，国外诗歌为辅的发布规律。

诗歌体裁本就是多种多样的，用户喜爱的种类也千差万别——有人喜欢古典诗词的底蕴，有人喜欢现代诗歌的明朗，有人偏爱国内诗歌，有人钟情国外的作品。诗歌类微信公众号既然是为诗歌爱好者们提供方便的诗歌获取平台，所以其所推送的诗歌类型也必须切合不同受众的口味和需求。

#### 4.4 名人效应鲜明——提高内容的扩散度

所谓的“名人”是具有较广泛的社会认知基础，或具有较高社会知名度，同时具备相当美誉度和影响力的人士。名人的行为与喜好同其他人相比，更具有影响力，会引起人的广泛关注，这也就是在企业或者品牌的营销中，热衷于寻找明星来代言，从而达到较好的宣传效应和经济效益的原因。在“为你读诗”的诗歌推广过程中，名人效应更是十分明显，可以说是其品牌十分鲜明的构成部分，利用名人的影响力来传播诗歌文化更具有社会价值和公益性价值。

如图 4.4 所示，在 275 期节目中，“为你读诗”邀请的读诗嘉宾几乎都是各行各业的翘楚和资深人士。有家喻户晓的荧幕工作者，例如演员或者主持人，也包含在本行业出类拔萃的艺术家、教授、学者等等。研究发现在读诗嘉宾中，职业为演员、歌手、主持人以及学者的比例高达 77.83%。

高质量的传播内容加上名人效应的加持，必然会产生十分良好的传播效果，有助于内容的关注度和扩散度。在用户调查环节里，有一项是关于用户关注“为你读诗”的原因调查，其中有很大一部分比例的调查者选择的是“名人读诗的吸引”（这一点将会在后续的受众研究中具体阐述），也就是说名人效应已然成为“为你读诗”内容的一个亮点所在。不同于名人效应的商业化特征，“为你读诗”的名人效应的价值更多的体现在社会价值和公益价值之上，是积极而正向的。

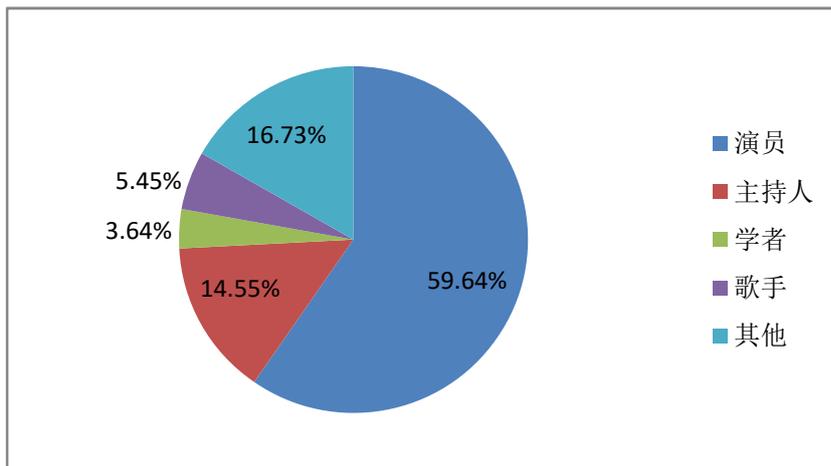


图 3.4 读诗人职业分布

#### 4.5 节目策划新颖——彰显品牌独特创新

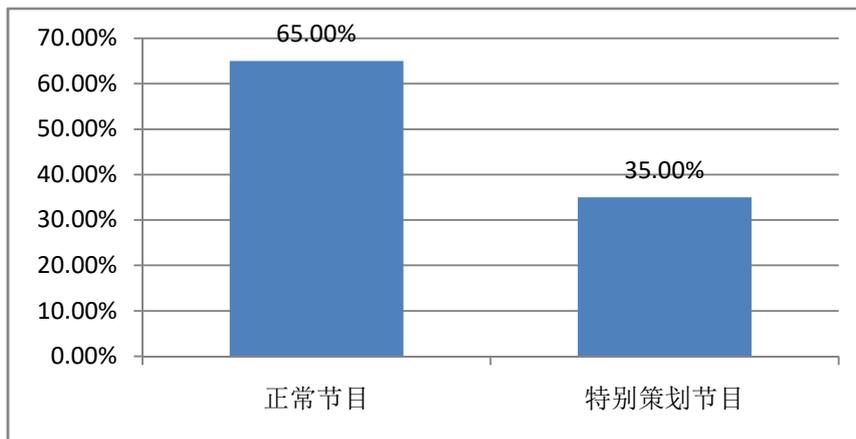


图 4.5 节目类型分布

如图 4.5 所示，在选取的 275 期节目里，有近 100 期的特别策划节目，特别策划的占比达到 35% 左右，这里面包括特殊节日、传统节日以及世界共通的节日、24 节气以及不同主题的系列节目等，如《散步二十四节气》、《Love Radio》系列等。

比较有特点的特别节目当属《散步二十四节气》系列。在每到一个节气时，“为你读诗”就会推送一起特别策划节目，值得注意的是，其内容的发布往往不是经常发布的时间节点，而是会根据具体的入节时间卡点发布，这一点具有很强的仪式感和创新意识。在节气策划内容中则采用节气书写、独白以及背景音乐演奏的形式来进行，经常会邀请多位嘉宾共同来完成，并没有拘泥于单一职业的嘉宾。如图 4.6 所示，在最近一期的立冬节气里，“为你读诗”就邀请到演员高伟

光、中央美院教授周令钊以及笛箫埙演奏家张维良共同完成。每次节气推送的内容之后都会在并在文后插入散步讲堂的推荐内容，方便感兴趣的用户进一步了解相关信息。



图 4.6 “为你读诗”第 2666 期立冬特别节目

还有比较特别的策划就是《Love Radio》系列，见图 4.7。每个月都会有一个不同主题情人节特辑；再比如《自然为本》系列策划，它是联合相关单位（联合国环境策划署，QQ 音乐等相关合作方）推出的公益环保节目。

而同样在诗歌类微信公众号中比较出彩的“诗刊社”则在节目的创新上略显单薄，其内容大多是对诗歌的搬运和呈现，并为有太多的栏目策划，更多的是对诗歌本身的推送，形式相当于单一。与同行业的公众号相比，“为你读诗”的节目具有十分鲜明的创新性，不仅彰显名牌的品质，同时更能为用户提供丰富多彩的内容信息。



图 4.7 特别策划《自然为本》和《Love Radio》

## 5 “为你读诗”全方位的传播渠道

传播媒介是具有多义性的,在不同的环境中代表着不同的含义,日常生活中,我们所接触的许许多多的事物都是媒介——我们可以说语言、文字是传播媒介,可以说计算机、书、报纸、广播、电视等是媒介,与此同时,我们也可以说报社电视台是媒介。故而媒介并没有一个完全固定的解释,在传播学领域媒介主要有两种含义:第一、它指的是信息传递的载体、渠道、中介物、工具或技术手段;第二,它指从事信息采集、加工制作和传播的社会组织,即传媒机构。<sup>⑤</sup>

在本文的阐述里,我们主要研究“为你读诗”公众号的传播媒介中的第一层媒介含义——传播渠道。对于一个媒介平台来说,做好内容的同时,想要扩大影响力和传播力度的化,就必须多方面入手,拓展业务渠道。只有扩宽渠道,才能从多个方向增宽受众面,才能提高用户粘性和体验度。所以无论是公众号也好,其他新媒体平台也罢,多渠道的协同发展是根本。

在飞速发展的新媒体时代里,若想要在用户市场上占领一席之地,就必须不断适应市场的变化和用户更迭的需求。要利用新产品、新渠道去尽可能全方位地发挥自身优势,扩大传播渠道的广度和深度,更好的宣传自身品牌和内容。

现实生活中的用户有不同的生活背景和生活环境,所以对信息的获取方式并不相同,在渠道拓展的过程中,要能瞄准大多数用户的信息获取入口,同时更要利用“长尾理论”多角度的考虑小众化的市场。这一理论表明大部分企业 80%的利润并不是来自前边那 20%的热门产品,而是得益于后面那条由大量多样化、个性化需求累积而成的集合市场形成的长尾。所以说在产品的影响拓展中,在注重大众的传播入口的同时,也要涉猎于小众用户市场。

“为你读诗”在自身的发展过程中极为重视渠道运营,除了在微信公众平台坚持推送精品内容,又主动入驻各大媒体平台进行内容分发,形成全媒体矩阵平台,后又成立“为你读诗”的专用 APP 并且开始经营线下实体零售和相关文创产业,可以说在渠道运营上进行了全方位覆盖。

<sup>⑤</sup>郭庆光. 传播学教程[M].北京:中国人民大学出版社.2011

## 5.1 PC 端+移动端——拓宽用户使用和分享渠道

阅读这一长期占据人们生活中重要部分的获取信息的方式，随着互联网的高速发展，也随之发生了巨大的变化。相关数据表明，截止到 2020 年 3 月，我国网民规模已经达到 9.04 亿，互联网普及率高达 64.5%，手机网民规模达 8.97 亿，占国民网民规模的 99.3%。

从上述数据出发，可以推断当下移动互联已经是人们日常接入媒介的必备入口，用户在生活和生产中，选择信息的获取工具也更倾向于电脑和手机设备。从这一点出发，媒介产品在技术层面的设置就必须具有兼容电脑 PC 端和移动产品两个端口的性能。

PC 端主要包括电脑、笔记本等，对于诸多以电脑为工作用具的人至关重要，这些用户虽然属于不同的行业，却需要使用相同的 PC 端获取资讯。而“为你读诗”除了入驻微信外，同时也涉猎了微博、电台、网站等的不同端口，而这些平台都拥有 PC 入口，便于 PC 端用户的使用。

毫无疑问的是，当下信息传播的主要端口在不断的向移动端倾斜。因为智能手机的全面普及，基本所有的手机用户都能使用应用软件或者平台来获取信息，加之网络的更新换代及克服了电脑不便携带的弊端，使用户能随时随地获取互联网信息。所以，“为你读诗”的主要传播端口就是手机，这个渠道涵盖了大多数用户的内容传播平台。现在“为你读诗”的移动端产品包括微博、微信公众号、微社区、电台、APP 等，这些产品的特点满足了不同用户的个人需要，也在逐渐扩大用户关注量，增加用户的使用黏性。

时至今日，仅“为你读诗”一个微信公众号就拥有 3000w+的用户，号称国民读诗大号。“为你读诗”的传播渠道不仅包含 PC 端和移动端，还包括从早期便推出的线下活动，如举办“为你读诗”交流会、粉丝见面会以及出版图书等，以此来增加用户黏性。种种措施用以打造立体化传播渠道，将不同的渠道优势尽可能发挥出来，各个传播渠道的互相关联，以此汇聚起更大的用户群体。

## 5.2 多媒体矩阵共同推进——全面发展传播效能

在探索运用新平台发展上，“为你读诗”一直都是积极主动的。截止到 2020

年，“为你读诗”打造的新媒体平台矩阵，如图 5.1 所示，“为你读诗”媒体矩阵包含了微信、微博等社交平台、同时涵盖了网易云音 QQ 音乐等音乐平台，于此同时又入驻喜马拉雅、荔枝、腾讯、哔哩哔哩等音视平台，可以说形成了一个多方位的媒体矩阵。重视极致化的内容产品和服务范围，引领着融合文化与生活的场景化阅读方式，形成属于自己独有的文化品牌力量。

利用不同的传播平台，可以全方位的传播自身的信息产品，每一个媒介产品都有自身的受众群体和使用者，这就为扩大品牌的影响力提供了很大的先决条件，就像长尾理论谈到的，可能除了“为你读诗”的大量受众群体的入口集中于微信公众号，但在长尾里，更大的市场是其他的媒介入口，每一个媒介平台里的用户都有可能加入另一个媒介平台用户的队伍，而最早关注的用户群体因为品牌的影响力或者自身的需求，会同时关注多个媒体平台，这样一来，即扩展了品牌的影响力，又增加了多个媒体平台的受众和用户，形成了多方位的媒体联动，促进行业有效和积极的发展。



图 5.1 “为你读诗”媒体矩阵

### 5.3 周边产品协作联动——打造多方位文化生活平台

除了内容的生产渠道多方位传播之外，“为你读诗”还包含多个周边附加产品，例如诗集、精品课程以及各种文创产品。与此同时，还有线下传播活动从艺术雅宴、文艺沙龙到主题音乐会、生活节等。利用一切可能的传播方式，宣传品牌的文化理念，同时也能带来更好的传播价值。

“为你读诗”设置的文艺学堂板块主要包括诗集、国学课程、艺术课程等相关的付费知识平台，方便不同的受众人群。文创产品的展示放置在诗意空间里，它属于一个购物平台，里面的产品都是和“为你读诗”相关的产品，包括文艺精致的食品、家居、服装、个护、文创、书籍等等一系列周边产品，极大的扩宽了品牌的产业链。

周边产品的共同联动，将“为你读诗”打造成高质量多方位的文化生活平台，满足人们诗意生活的需求，进一步拓展了品牌的传播渠道，增加用户粘性和增加用户的基数。

## 6 “为你读诗”用户调查与传播效果分析

为了更加详细的了解“为你读诗”用户的使用情况和传播效果，特此展开了关于诗歌公众号“为你读诗”的使用情况调查，问卷的调查平台使用的是“问卷星”App。为了方便调查者的填写和高效的完成相关问题的调查，问卷总共设置了15道问题，问题的设置逻辑包含调查者的性别、年龄、职业等，同时包括其对诗歌类公众号及“为你读诗”的使用情况。对“为你读诗”使用情况进行调查和分析，有助于解读“为你读诗”的传播情况，能有效的体现出“为你读诗”的传播优势或者在传播过程中出现的不足，以便提出对应的传播策略，对其和诗歌类微信公众号的发展都有借鉴意义。

### 6.1 问卷设计

本次调查问卷的维度主要设置了三个方面，包括“为你读诗”用户的基本情况、用户特征以及公众号影响力。

用户的基本情况为主要的调查目标，共设置了7道题，其中有4道是针对关注群体，包括性别、年龄、职业、喜爱的诗歌类型等；其余3道的设置目的是调查关于未关注群体的情况，包括不关注的原因与更愿意关注的其他公众号类型。对用户粘性的调查设置了4道题，包括关注原因、时长、阅读频率、是否转发互动以及是否愿意继续关注等问题。对公众号的影响力主要设置了3道题目，包括关注度和公众号的价值体现，于此同时，影响力还能通过对前两个维度的问卷结果的分析得到加深。剩余1道是关于用户对“为你读诗”提供的发展建议。

### 6.2 问卷发放及回收

本次问卷发放周期为25天，发放渠道主要通过微信、微博、QQ等相关社交平台，通过转发扩散的方式发布问卷链接，参加问卷调查的人员分散在各行各业，能保证数据的分散性和相对准确性，此次问卷共设置15道题，参与问卷调查的人数为454，最后回收有效问卷共454份。

## 6.3 用户特征分析

通过对问卷的回收和调查结果的分析，得出在受访 454 的人中，关注“为你读诗”的人员达到 166 人，也就是说公众号的影响范围相对广泛，在受访全部人数中约占 36%。在关注了诗歌类微信公众号的人群中，关注“为你读诗”的用户占比高达 72%，也就是说在十个关注诗歌类微信公众号的人中，就有 7 个人关注了“为你读诗”，这个比例还是相当可观，足以说明“为你读诗”的关注度和影响力。问卷除了显示出“为你读诗”的关注度，其用户情况呈现以下两方面的特征：

### 6.3.1 广泛性

在参与调查的人中，关注“为你读诗”的用户职业属性分布多元化——有学生、公务员、企业员工、自由职业者和退休人员等，如图 6.1 所示，问卷调查中“为你读诗”公众号的学生用户共 41 人，占 24.7%；公务员有 48 人，比例为 28.92%；企业员工为 32 人，占比为 19.28%；自由职业人员有 18 人，占比 10.84%；退休人员 14 人，占 8.43%。其他人员职业人员 13 人，占比为 7.83%。从这些数据来看，用户并不是集中在某一职业，而是广泛分布于社会各个行业。

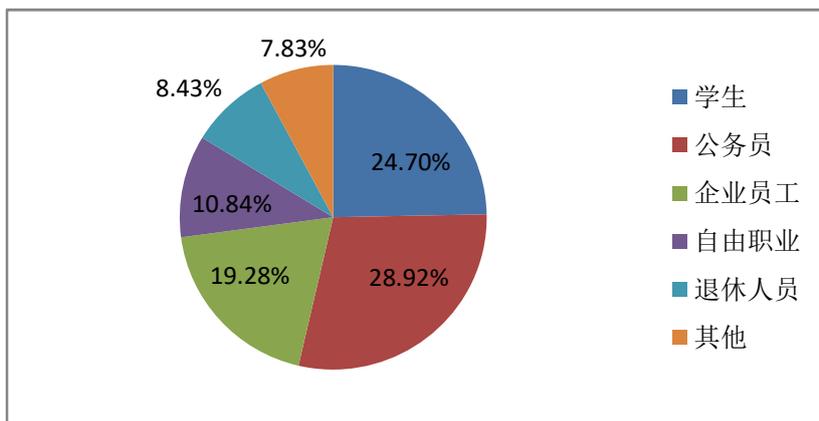


图 6.1 用户职业分布

再来研究用户的年龄分布，如图 6.2 所示，调查结果显示年龄在 18 岁以下的用户共有 3 人，占总调查用户的 1.81%；19 岁-30 岁的用户有 89 人，占总用户的 53.61%，超过用户总人数的一半占比；31-45 岁的用户占 18.07%；45 岁以上的用户比例为 26.51%。从用户的年龄分布来看，用户分布在各个年龄层次

中，比例最高的为 19-30 岁的年龄群体。

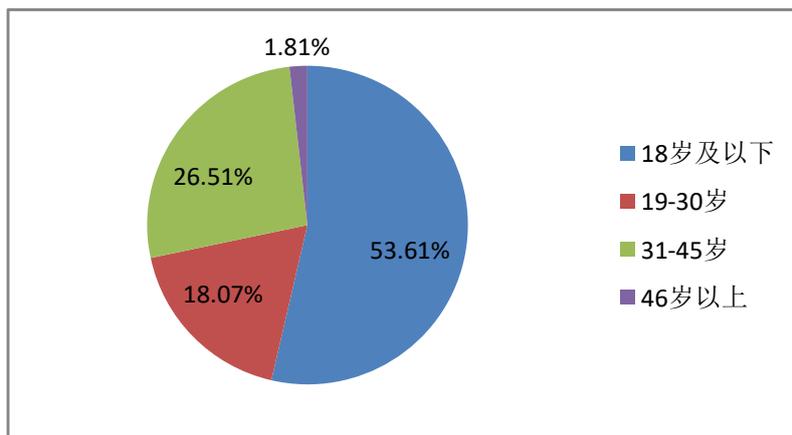


图 6.2 用户年龄分布

而在关注用户的性别占比分析中，如图 6.3 所示，显示在关注的 166 名用户里，男性用户有 71 人，占总人数的 42.77%；女性用户有 95 人，占总人数的 57.23%。女性用户的占比略高于男性用户，总体来说是分布较为均匀的。

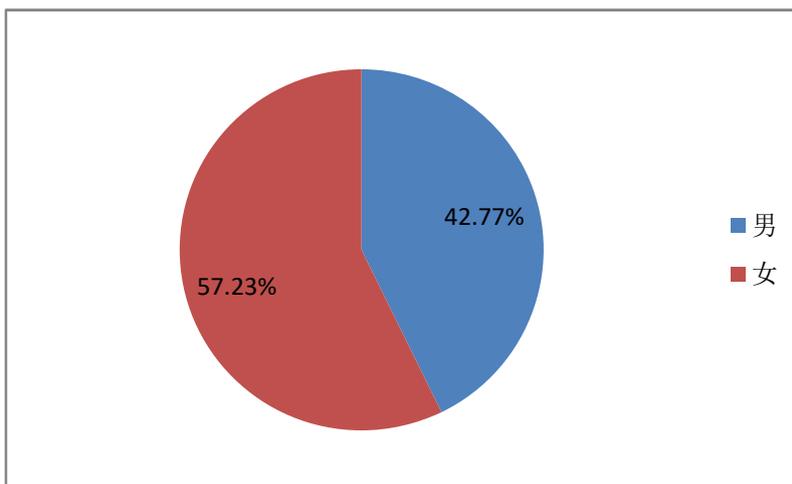


图 6.3 用户性别分布

从用户的职业、年龄和性别调查中分析可以得出，“为你读诗”的用户特征是具有广泛性的，并且在广泛性中有略微的偏向性。

### 6.3.2 高粘性

关于用户粘性的问题，在国内是杨伟庆先生最先提出的。他指出网站流量不是衡量网站的惟一指标，而是从本质上给网站用户粘性以特殊的地位。而衡量用户粘性的指标就是使用时长和使用频率。

通过对问卷结果的研究发现“为你读诗”的用户具有较高的用户粘性，首先

体现在用户的关注时长上，图表 6.4 显示的是用户的关注时长的分布，在 166 位用户中，关注时长在 7 个月以上的人数占到 35.54%，在这个数据中，关注 2 年以上的用户占到了关注总用户的 24.1%。从关注时长来说，用户的粘性还是处于较高的一个水平。与此同时，有 60.71% 的用户表明分享过“为你读诗”的内容，同时在调查中，有近九成的用户表明会继续关注“为你读诗”。

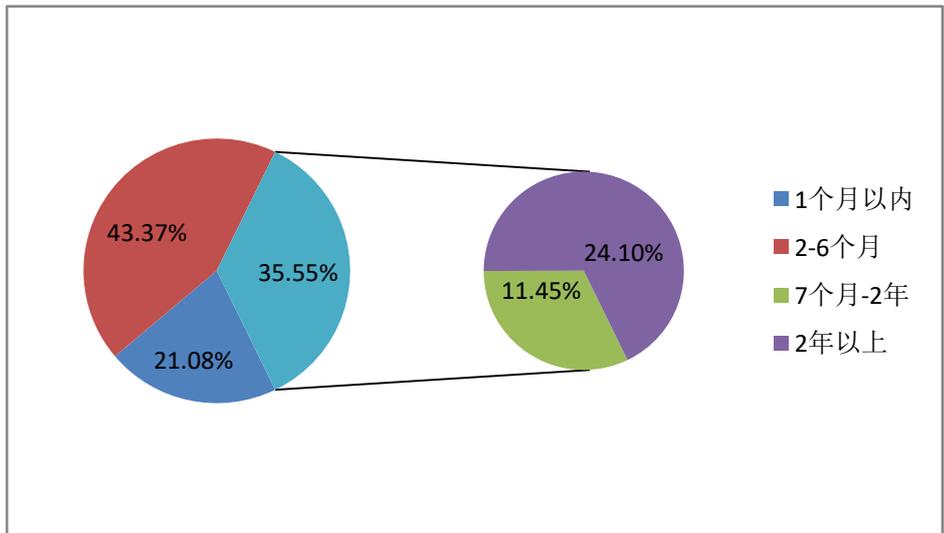


图 6.4 用户关注时长占比

再来分析一下用户的阅读频率，在用户粘性的判断指标定义中可以得出用户的阅读频率越高，其关注度就越高，也是在说明用户对公众号的喜爱程度较高。用户的使用频率的调查显示，“每天都读”和“经常阅读”的用户占总用户的 52.45%，见图 6.5。超过一半的用户都是公众号的忠实“粉丝”，其阅读频率是呈现出一个较频繁的规律。超出调查中使用用户的一半人数，故而“为你读诗”用户的粘性是非常高的。

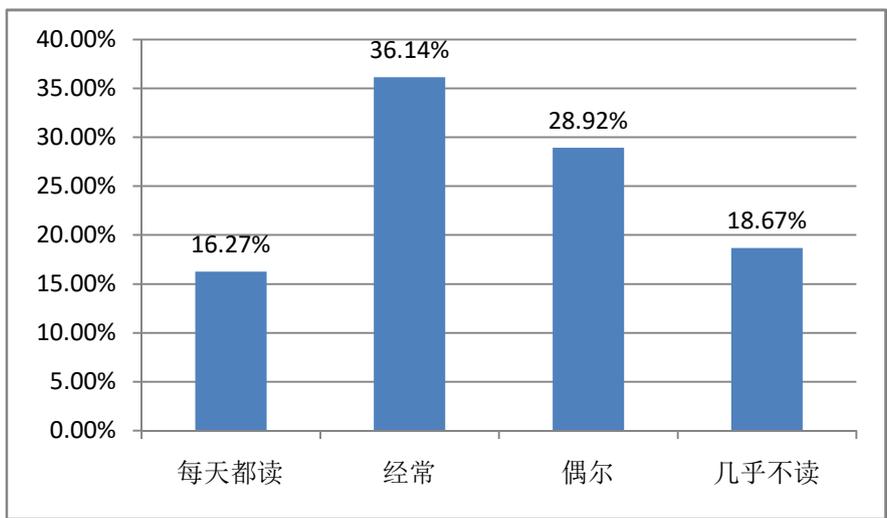


图 6.5 用户阅读频率

## 6.4 传播效果分析

传播效果在传播学领域包含两层含义：第一，它指带有说服动机的传播行为在受传者身上引起的心理、态度和行为的变化。第二，它指传播活动尤其是报刊、广播、电视等大众传播媒介的活动对受传者和社会所产生的一切影响和结果的总体，不管这些影响是有意的还是无意的、直接的还是间接的、显在的还是潜在的。传播效果又可以分为三个不同的层面，按照其发生的逻辑顺序或表现阶段分为认知层面；心理和态度层面；行动层面。<sup>⑥</sup>

传播者基于一定的传播意图开展传播活动，并且希望它的意图能够被受众认可、能够指引其行为。所以，如果受众在参与传播过程后，改变了自己的认知、态度和行为，那么就等于传播者的传播意图得到实现——即产生了相应的传播效果。上一小节只是对调查问卷中的数据进行初步分析，而本小节将在其基础之上进一步对其传播效果进行总结。

### 6.4.1 认知层面：丰富用户知识储备

在《现代汉语词典》中，认知被解释为“通过思维活动认识、了解”，<sup>⑦</sup>是人们对外部世界认识的一个心理过程。这种过程在诗歌类公众号的传播中同样存在，即人们在接触公众号内容的推送后使得自己知识量得到增加以及知识结构发生改变的过程。

反应在认知层面的效果是隐性的，它无法用具体的数据或者形式呈现出来，但是可以通过其他的数据来侧面反应。对于“为你读诗”的用户群体来说，最能从侧面反应其认知效果的指标就是用户粘性。因为用户在一个产品上消耗和使用的时间越长，对产品的了解度和认知度肯定是呈正相关的。

上文在对用户粘性的分析中就用相关数据证明了“为你读诗”的用户呈现出高粘性的特征，也就是说用户的使用时长和使用频率都比较高，这就说明“为你读诗”的用户所花费的时间和动机比较高，所以在一定的时间内，他们所接受的知识信息量必然是随着关注的时长和频率递增的。

与此同时，用户对于知识的获取是有相应的需求的，并不是一味地接收，也

<sup>⑥</sup>郭庆光. 传播学教程[M].北京：中国人民大学出版社.2011

<sup>⑦</sup>现代汉语词典第七版[H].中国社会科学语言研究所编辑室.北京：商务印书馆.2018.

就是说他们的知识储备也与自身的喜好有关，是有选择性的。在调查中发现，用户们并不是全然喜欢特定的推送内容，而是有着不同的诗歌类型偏好。也就是表明，在认知层面的知识获取，用户选择动机也起着很大一部分作用，故而在一定程度用户会选择那些自身所感兴趣的内容从而丰富上自身的知识量或者强化某一方面的知识量。

总的来说，微信公众号作为普及文化知识的工具，对于那些经常阅读的用户来说，他们的知识量在一定的程度上肯定是增加的，那么也就产生了相应的认知层面的效果。

#### 6.4.2 态度与行为层面：积极参与传播扩散

作用于人们的观念或价值体系而引起的情绪或感情的变化，属于心理和态度层面的效果。“为你读诗”在诗歌文化的传播过程中，是有自身的传播意图和价值的。而这些如何在用户中体现传播效果的呢？就要看这些传播的思想有没有引起用户在态度上的变化。

在调查问卷中，设置了关于此方面的问题，分别是用户关注“为你读诗”公众号的原因以及是否愿意继续持续关注的意愿度。在第一个问题中，许多用户表明自身关注“为你读诗”的原因包括对诗歌的爱好、推送的内容文艺、有名人读诗等相应的原因，而这些原因都是由于“为你读诗”本身的定位和价值设定，在调查中，除了用户们对诗歌的爱好这一主观因素之外，有 37.95%的用户关注公众号的原因是因为其优质排版，10.24%的用户是认为是名人读诗这一形式吸引了他们的关注。也就是说在一定的程度上，用户是肯定“为你读诗”的创办宗旨的；第二个问题在调查中也表明，几乎 85%的用户表明自己是愿意去继续关注“为你读诗”公众号的，见图 6.6。这也就说明，“为你读诗”的传播效果在用户的心理和态度方面是成功的，正向传播效果是比较明显的。

在态度层面的效果反应，在一定程度上是对第一层认知效果的加深和递增，人们在接受了“为你读诗”传递的信息之后，得到了知识量的增加，丰富了自身的知识储备，进而开始在自身形成一个态度和心理的价值判断，在态度上反应出对传播信息的接受程度，放在本次调查中，就是对“为你读诗”公众号的认可度和是否愿意继续关注的意愿。

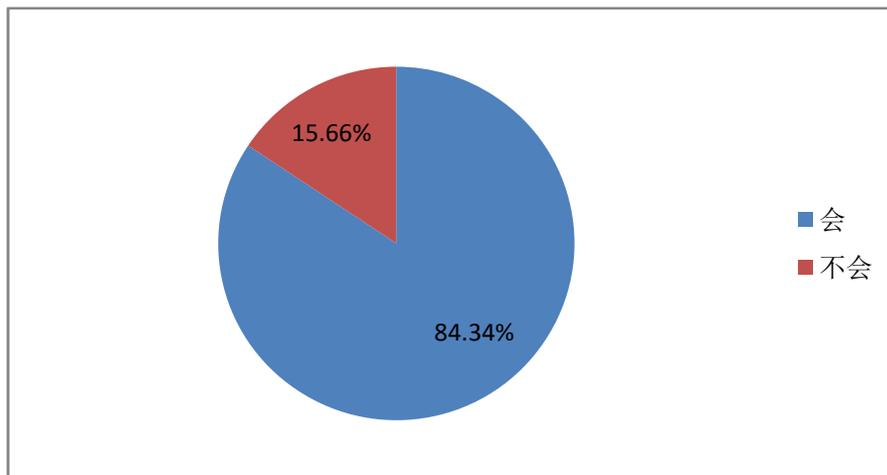


图 6.6 继续关注的意愿

不同于认知层面和态度层面相对于隐形的特点，用户在行为层面的效果确是显而易见的——人们接受了相应的传播信息，经过认知和态度判断之后，会通过人们的言行举止表现出来，也就是成为行动层面上的效果。

通过问卷结果可以看出，在“为你读诗”公众号的传播中，在传播行动上的效果也是十分明显的，包括转发“为你读诗”的内容、向他人推荐“为你读诗”公众号以及会给“为你读诗”提出相应的建议等等行为，都是传播效果的体现。

如图 5.7 所示，在问卷结果中，有 49.4% 的用户表明分享过“为你读诗”的内容，表明在用户接收到信息并在自身态度中做出判断，然后定义其为比较优质的内容之后，会选择分享给其他受众群体，从一点看，用户的行为层面的传播效果是显而易见的。

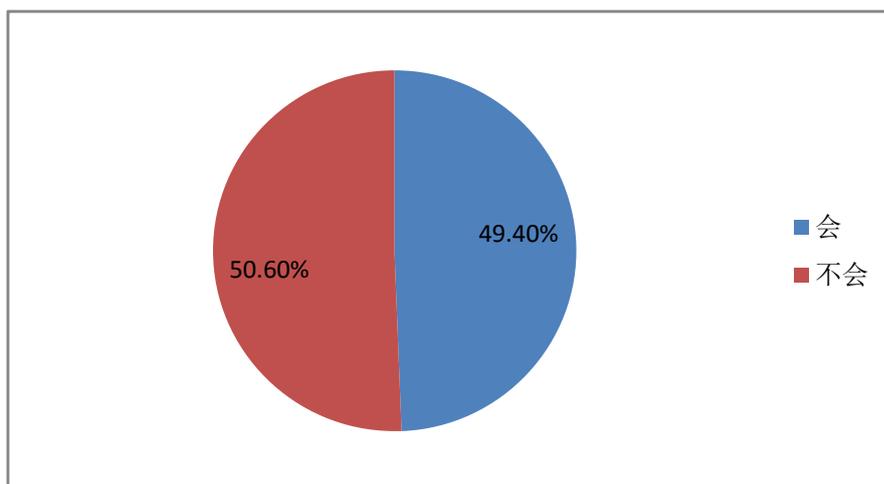


图 6.7 分享情况分布

且在对“为你读诗”关注原因的调查中表明，25.9% 的用户是通过他人推荐来认识和关注到“为你读诗”的，见图 6.8。这就说明“为你读诗”已经在用户

的行动方面产生了效果，因为自身觉着“为你读诗”公众号是有传播价值的，所以会推荐给其他具有社会关系的用户。

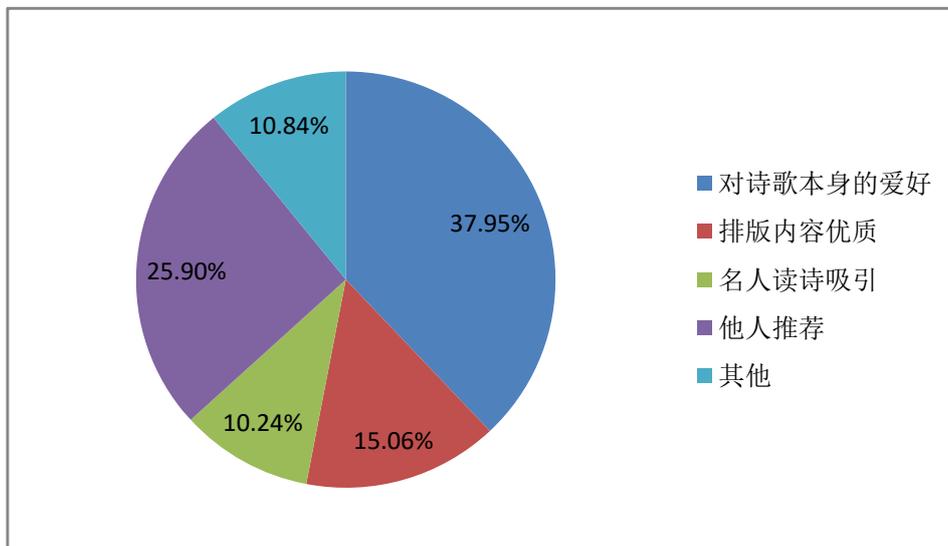


图 6.8 关注“为你读诗”的原因

问卷还设置了对“为你读诗”的建议，有将近 25% 的用户提出了相关的建议和自身的看法，这也能反映出“为你读诗”是在行动层面产生了良好的传播效果，进而会使得人们在群体间进行推广。

通过上文的分析，“为你读诗”的传播信息确会对用户的认知、态度和行为产生显著的影响。“为你读诗”通过对相应内容和价值的宣扬，用户会通过自身的需求去关注其传播内容，产生一定的知识量的增加，然后在自身的态度层面有一个关于“为你读诗”的态度和心理判断，进而转发、推荐相应的内容。这些行为体现了十分显著的传播效果——用户量的持续增加，从相关数据网站可知，“为你读诗”公众号的活跃用户已经达到了超过 1000 万人。

## 7 “为你读诗”公众号传播价值体现及发展策略

通过对“为你读诗”公众号的各环节的研究以及受众和效果的调查，“为你读诗”公众号在方方面面都能体现出良好的示范作用以及优质的内容传播机制，它在对用户自身、诗歌类微信公众号及新媒体行业、社会影响和对文化的传播方面都存在着许多的传播价值。但任何一个传播活动都不是完美的，“为你读诗”在内容的传播和运营过程中也存在着一些问题，比如选取诗歌的类型分配不均匀、内容呈现形式待改进、用户互动性低、广告投入过多等一系列问题。若想要“为你读诗”公众号得到更好的发展和更多的受众群体，就应当针对这些问题，做出革新和优化措施，只有这样才能得到更加长远的发展，发挥应有的传播价值。

### 7.1 传播价值

#### 7.1.1 用户价值.

“为你读诗”的传播价值在用户中体现为丰富用户的知识储备、满足使用需求。用户在接收“为你读诗”传播的诗歌内容的过程中，不仅是一个接受的过程，更是一个学习的过程，在这个过程中，用户不断的接受和加工信息，将这些信息变成自己的内部知识储备，用于生活的方方面面。这一点也是任何一个信息传播平台所具备的传播价值，传播是有目的信息传达活动，而其目的就是让用户接受自己所传递的信息、观念或情绪。对于用户而言，这些都是丰富自身知识储备的途径，相较于信息社会琳琅满目的信息传播产品，“为你读诗”所传递的信息更为优质，无论是它的诗歌选择还是推送给用户的内容都能有助于用户更好的增加自身的知识素养。

#### 7.1.2 行业价值

在信息技术迅猛发展的今天，技术的革新不仅仅是对人类时代社会和经济的进步，改变最大的必然是对人们的生活和生产方式的更新和改变。人们日常的阅读习惯由原来的纸质阅读变成了如今的电子阅读，现在的社会阅读趋势呈现出“碎片化”、“浅表化”的特点，而忽略了更深层次的文化诉求，大量低俗化、

博眼球的信息涌进人们的信息获取渠道之中。而“为你读诗”公众号成功的传播模式和优质的传播内容则是公众号行业中教科书般的存在。优质的内容生产过程对同行具有较高的借鉴意义，“为你读诗”良好的传播机制能给众多公众号提供一个标杆。

借鉴优质和成功的公众号，可以帮助其他同行业的平台发展其传播效力。对运营方式、传播环节中的优秀模式的学习，能够很快的帮助公众号找准自身的定位，达到更好的传播效果。

与此同时，在诗歌类微信公众号整个行业中，产生优秀的公众号能够激励更多的新兴公众号或者已有的亟需改善的公众号完善自身的信息传播模式，此外，具有正能量的传播能改善行业的各种不正风气，给用户提供一个良好的传播环境，获得更好的用户体验。

### 7.1.3 社会价值

法国著名社会学家涂尔干认为，倘若一个社会要正常的发展和运转，有一个十分必要的操作就是需要时刻强化集体之间的情感凝聚力，加深社会各成员间的共同情感。<sup>⑥</sup>

“为你读诗”的诗歌内容在传播的环节中，主要体现出来的就是一种强化用户情感的聚拢性和互动性。这种聚拢性源于用户之间的情感凝聚力，他们之间通过共同维系的兴趣或者相同的爱好等因素汇集在一起。而负责将不同的用户粘连起来的粘合剂就是所传播的诗歌内容，用户间的共同爱好使得它冲破时空和阶层，串联起用户间的紧密感情。在这个由共同爱好搭建起来的交流场所中，用户们可以暂时放下社会中的各个角色的束缚，进入自己所憧憬的诗歌海洋中，传递和交流自身的情感，获得知识的同时也能得到内心的慰藉，这也是“为你读诗”公众号所传达出来的十分积极的社会性价值。

“为你读诗”公众号建立的这种仪式化诗歌传播具有积极的正能量，是一种正确价值观的引导性行为。该公众号通过诗歌这一种高尚的文化来达到陶冶情操，洗涤心灵的效果。反关现在有些公众号为了增加自身流量而发表低俗趣味和不符合当今社会正确价值观的内容来吸引眼球，给与用户错误的引导，这种行为是不

<sup>⑥</sup>黄莹. 诗歌文本的仪式化传播研究 [D]. 辽宁大学, 2015: 28

可取的。

#### 7.1.4 文化价值

何为文化？文化一词在《现代汉语词典》里有三层含义：1. 人类在社会历史发展过程中所创造的物质财富和精神财富的总和，特指精神财富，如文学、艺术、教育、科学等。2. 考古学用语，指同一个历史时期的不依分布地点为转移的遗迹、遗物的综合体，同样的工具、用具，同样的制造技术等，是同一种文化的特征，如仰韶文化、龙山文化。3. 指运用文字的能力及一般知识：学习文化、文化水平。

⑨

从以上三个方面表明文化对于一个国家来说，是极为重要的组成部分，它是民族灵魂的构成，也是国家的象征，文化的深厚程度直接代表着一个国家软实力的强弱。文化一直是我国综合国力不可或缺的重要组成部分。无论是我国传统的经典文化亦或者当代的先进文化，都具有鲜明的传播意义。文化也是全球不同国家不同民族的共同财富，语言和肤色是不同的，但是文化的传播价值是无限的，在信息全球化时代，优秀文化的共享和交流已然是当下国际社会的新共识。

在信息爆炸的当下，铺天盖地的信息充斥在生活的各个方面，快餐式和低俗化的信息时时刻刻霸占着我们获取信息的渠道。与此同时，快节奏的生活和工作节奏使得越来越多的人无法将过多的实际放在文字和其表达的深层含义之上，碎片化阅读已成为当下的一种流行的趋势。当越来越多的用户被充斥满屏的娱乐化信息所包围时，厌倦了浅层阅读和过度娱乐化信息的用户便会产生新的文化精神需求，开始对自我、对世界产生疑问，寻求新的答案。“为你读诗”准确抓住了时代和大众文化精神需求，用品牌的理念和优质的传播内容正唤醒着人们对传统文化滋养的自觉。

“为你读诗”选取的诗歌内容，不仅包括我国优秀的文化诗歌作品，同时还包含海外的优秀作品，让不同地域和国家的文化进行融合和传递。“为你读诗”对诗歌文化的传播，成功地缔造了文化传承和传播的情感纽带，强化了人们对文化的认同，展现着传播优秀文化的示范引领作用。

⑨中国社会科学院语言研究所编辑室.现代汉语词典第七版[H].北京：商务印书馆.2018.

## 7.2 存在问题

### 7.2.1 诗歌主题和类型分布不均

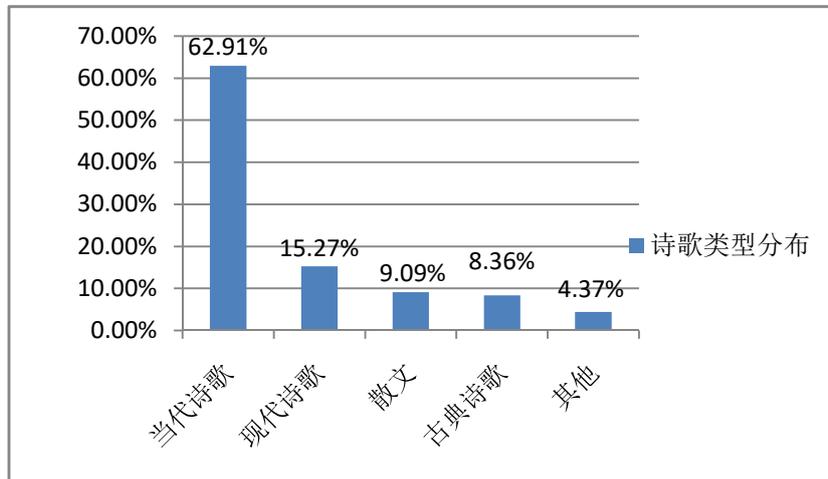


图 7.1 诗歌类型分布

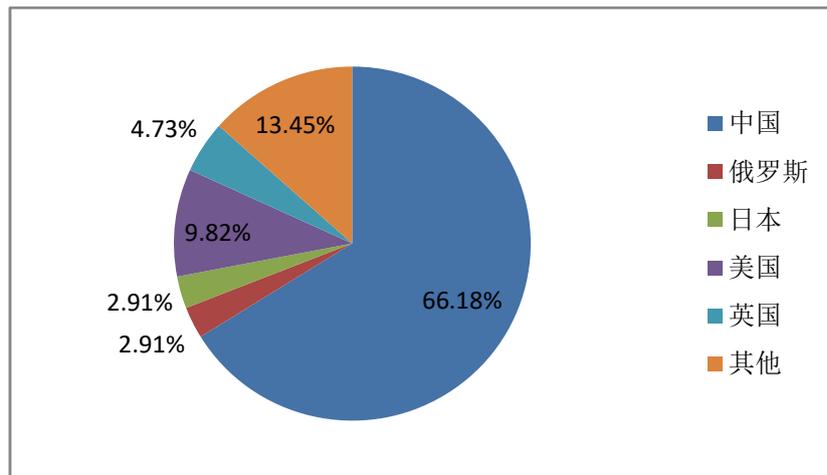


图 7.2 诗歌国家分布

虽然“为你读诗”所选读的诗歌类型和主题具有多样性，但在相应的分布上同样存在偏差，例如诗歌的主题存在不平衡性，以及中外古今的诗歌的选读比例不尽相同等。这种不平衡性会丢失一些偏爱某一类特定类型和风格诗歌的用户群体。在对“为你读诗”的内容推送分析的过程中发现，如图 7.1 和 7.2 所示，国内诗歌的选用占比达到 66.18%，其他国家的诗歌数量为 33.82%；在诗歌类型的占比中，当代诗歌占比达到 62.91%，其他类型诗歌占比达到 37.09%，在这其中，古典诗歌的占比只有 8.36%，也就是说，诗歌的类型分布不匀，对传统的诗歌的选用比重偏小。

### 7.2.2 用户互动参与较弱

匡文波在《新媒体概论》中提到，在传播领域，任何传播行为，尤其是大众传播都应该是双向的，只有及时获得受众反馈才有可能获得理想的传播效果。

<sup>⑩</sup>

互动性应该是新媒体产品的优势所在，但是在“为你读诗”公众号的传播中，这种互动参与性则略显薄弱，例如虽然公众号设置有留言区域，用户可以随时留言发表自己的观点，但在一定程度上由于反馈信息把关的原因，能够出现在留言区域的评论并不多，且能被编辑回复的评论也少之又少，用户在一定程度上还是属于被动的接受推送信息的状态，而不是参与信息的互动。除此之外，读诗嘉宾也大多是名人大V，用户自身参与读诗的情况相对少见。用户参与度不活跃会造成传播的偏离，导致公众号称为填鸭式的被动传播过程，久而久之，用户厌倦了没有互动性的内容推送，会丧失很大的用户群体。

### 7.2.3 广告投入偏多

在“为你读诗”用户使用情况的调查中，有用户表明，“为你读诗”公众号的广告有投入过多。虽然相较其他纯营业性质的媒介产品，“为你读诗”公益性质更强烈一些，但是在传播过程中，对广告的投入还是略有偏多的迹象。“为你读诗”的广告多为自身文创和周边产品的推广，一般置于头条推文的最后或者除头条之外的其他推文里，有时会直接在标题里出现广告字样。广告是商业性媒体产品的收入来源的一部分，但是若加入太多的广告推销，会使得用户产生厌烦心理，与此同时，广告的过多投入会影响内容的推送效果，使得原本文艺高雅的诗歌氛围被打破，极大程度上降低用户体验。

### 7.2.4 传播形式固化

“为你读诗”目前的内容推送采用诗+画+乐+文的多样形式，这也是当下许多微信公众号所经常使用的信息推送模式。但在当下信息传播方式快速更迭，层出不穷的情况下，微信公众号若一直保持传统的图文传播模式，也会引起受众审

<sup>⑩</sup>匡文波.新媒体概论[M].北京：中国人民大学出版社.2015

美疲劳，进而降低用户使用度和粘性。“为你读诗”的推送相较于多数公众号的内容推送，传播形式相对于全面，多媒体融合会带来更好的传播效果，但是在此基础上可以更加创新传播形式，可以进一步加入可视的元素，丰富传播的形成和深化效果

## 7.3 优化策略

### 7.3.1 优化传播内容

传播内容是一个公众号的灵魂所在，也是其赢得市场和用户的最重要的武器，若一个公众号的内容选取一直处于固定不变的状态，久而久之则会使得用户产生审美疲劳，导致用户的基数越来越小。优化相关传播内容，考虑到更多用户的个性化需求，就必须进一步优化内容生产，扩展更多的内容收集渠道，设定不同风格的传播内容。

解决传播内容的问题，公众号可以多选用不同主题和类型的诗歌，以便迎合更多需求的用户，平衡所选的诗歌体裁和风格等属性，有助于留住不同群体和爱好者的受众群体，增加用户的粘性。在对用户使用情况调查的过程中，许多用户表示比如可以多增加传统诗词的朗读占比，虽然在特别策划里有卫东老师的古诗词特辑，但同时建议在日常推送可以增加古诗词的占比，作为中国文化的精髓，传统诗词的地位和重要性不言而喻，多推送此类节目，对于传统文化的弘扬也非常有意义。

### 7.3.2 创新传播形式

微信公众号是新媒体平台中的主力军，其传播方式不仅可以通过文字信息的传播，更多的是可以通过视频音频以及图片的方式来进行传播。诗歌类微信公众号亦是如此，所以应该在保证内容传播质量的前提下，多创新挖掘其他的传播形式，有益于提升客户的体验。“为你读诗”的特色是朗读式的传播结合文字和图画配乐，但长此以往不禁会使人感到乏味和枯燥。

可以在读诗策划中加入视频元素，例如可以以视频形式呈现读诗者或者呈现一些有关于诗歌主题的相关视频，也以很好的增加节目的活力和创新力度，丰富

原有的呈现形式。这一能使传播形式不再局限于文字和音频，可以让用户获得更好的体验。

但在更新传播表现形式方面也面临这样一个问题，大多数的用户群体选择的接收信息的终端都是手机媒介。所以在对推送形式的规划中必须将用户的手机使用成本考虑进去，这里的手机使用成本指的是手机终端接入互联网的数据流量。若进行内容推送时，是用新的视频推送方式代替或者替换了之前的音频和文字内容，这时就会遇到一个很大的问题——用户若是没有处于 WIFI 覆盖的区域时，就意味着要损耗大量的流量去观看视频推送，造成流量成本的损耗。所以考虑到用户的信息接收成本，运营者应当更新和整合内容的推送形式，在内容推送中使用不同的形式，更多的满足使用者的接收环境的需求。划分出不同的信息接收形式，通过整合和归类使用户可以依据自身所处实际情景来选取合适阅读或收听方式。例如可以划分出图文、视频、音频等不同的区域板块，满足用户的不同场景的使用需求。

### 7.3.3 提高用户参与

互动性是新媒体的特性之一，它打破了原有单一的传播形态，用户不再是单纯的信息接收者，同样也是新媒体中信息和舆论的传播者。互动是拉近平台和用户之间距离的桥梁，增强平台的互动性，才能使其更加有活力，才能增加用户的粘性。

在“为你读诗”公众号中。最能体现用户参与度的板块就是评论区，长期的精选评论和较弱的回复留言的状态会逐渐降低用户参与互动的热情，因而需要改进一下评论区的建设，多调动用户的积极性，使他们能够主动的加入互动的行列。

另一方面，在读诗嘉宾的选择中，可以多安排一些素人参与读诗或者选择公众号的热心听众，可以设置一期专门由素人用户读诗的活动，或者可以策划一场读诗的海选活动，动员用户或者社会各界的人来参与到读诗活动中，层层挑选，最后将优质的作品呈现出来，这样可以多方面有效的提高用户参与度，而不是单靠评论区来参与互动。

### 7.3.4 拓宽用户市场

在现实意义上说,目前海量的公众号在根本上更偏向某种兼具导向性的信息传播入口。从这一思路出发,便抛给公众号一个十分重要的问题——那就是怎么样让用户接受和学习到更优质更靠谱更能满足自身需求的内容。毫无疑问,公众号的受众群体就是个人用户,想要达到更好的传播效果,就必须结合自身的实际情况,整合信息,找准定位并且进一步扩大受众市场。

在这一目标基础上,给用户提供什么样的内容和服务同样要从自身出发,进行市场调研和利用大数据技术分析用户阅读习惯和兴趣点,进而选择性的进行推送和投放。反过来亦是如此,不容易引起用户关注和分享的内容也需要要尽量酌情减少或者摒弃,但是尽管要尽量贴合用户的阅读习惯和口味,也不能全然放弃自身的发展定位和宗旨,一味的讨好用户的口味,丧失了自身的独特性,反而适得其反。故而公众号运营者要懂得兼顾各方面因素,从自身出发,细分受众市场,才可以在众多的公众号中脱颖而出获得更多的用户和流量。

“为你读诗”作为诗歌文化的推广公众号,其受众群体虽然是广泛存在的,但是也是有相应的社会属性,大多是集中在文化层次较高的人群中。这就要求运营者对受众群体细分规划,提供针对不同用户群体的内容推送或者不同渠道的输送方式,利用多媒体矩阵,满足各类人群的需求,此外,运营者还应把目标放在未关注“为你读诗”的潜在用户群体,因为若能达到让诗歌普及进大众的日常生活中,就必须进行更为广泛的受众调查和细分,而不是仅仅局限于处于社会文化接受层级较高的人群里。

### 7.3.5 减少广告投入

微信公众平台是用户获取资讯的重要途径。微信公众平台由于其传播形式多样、对象精准、安全私密、传播干扰较少及互动性强等优势为广告的投放提供了最佳温床,受到了各大广告主的青睐。

在公众号的内容推送中少量的广告植入确实可以起到宣传的作用,但是频繁的广告推送或者是占用大量信息板块的广告都会引起用户的不适,反而得不到应有的广告宣传效果,还会因为对广告的抵触从而取消对公众号的关注,造成公众

号的用户流失。

“为你读诗”公众号的广告推销大多是对自身周边产品的宣传，但也确实有越来越多的趋势，若需要广告推销，可以使用其他的途径来帮助产品的销售，不必经常出现在诗歌的内容推送主页里，影响受众的阅读体验。对诗歌的传播是对文化的传播，是属于公益性较高的传播活动，所以，希望“为你读诗”能在以后的发展中多注重公益性的发展理念，尽量减少广告的投入。当然也并不是说全权否定其广告的商业价值，建议能适时适量的进行植入，不要影响用户体验。

## 结 语

从古至今，人类的信息传播方式经历了几次大的变革，微信和微信公众平台的诞生，使得信息的呈现方式在不断改变，人们获取信息的工具也发生变化。作为人类文明成果的诗歌搭上新媒体的快车，使得诗歌文化走向了更大范围的用户群体，让更多的人了解诗歌文化，同时也涌现出了许多优秀的诗歌类微信公众号。

在对“为你读诗”传播机制的研究过程中，由于研究方法和自身知识储备的欠缺，在研究环节中还是存在着许多需要改进的地方。例如由于诗歌类微信公众号研究文献相对较少，因而在对诗歌类公众号的研究领域和情况的了解较为模糊，没有形成完整的认识；再者由于调查问卷发放的范围和人数的限制，用户的属性呈现出较为集中的情况，若能扩大调查的范围，所体现的相关数据应该会更加精准。

“为你读诗”作为诗歌类微信公众号的优秀先行者和代表，以其优质的传播内容和传播形式给用户提供着良好的受众体验和优秀的行业榜样。研究“为你读诗”的传播机制和优化策略，期望能对“为你读诗”公众号及相关的诗歌类微信公众号给予相应的发展建议，使得这些公众号能够更好的发挥自身的传播理念和价值，传播更加优秀的诗歌文化，产生更加长远的传播效能。

## 参考文献

### 专著:

- [1]郭庆光.传播学教程[M].北京:中国人民大学出版社,2011.
- [2](美)哈罗德·拉斯韦尔.传播在社会中的结构与功能[M].何道宽译.北京:中国传媒大学出版社.2013.
- [3](美)哈罗德·伊尼斯.传播的偏向[M].何道宽译.北京:中国人民大学出版社,2003.
- [4]匡文波.新媒体概论[M].北京:中国人民大学出版社.2015.
- [5](美)兰德尔·柯林斯.互动仪式链[M].林聚任,王鹏,宋丽君译.北京:商务印书馆.2009.
- [6](美)马歇尔·麦克卢汉.理解媒介——论人的延伸[M].何道宽译.北京:商务印书馆,2000.
- [7]王易.微信营销与运营:策略、方法、技巧与实践[M].机械工业出版社,2013.
- [8](美)詹姆斯·W.凯瑞.作为文化的传播:“媒介与社会”论文集[C].丁未译.北京:中国人民大学出版社出版.2019
- [9]中国社会科学语言研究所编辑室.现代汉语词典第七版[H].北京:商务印书馆.2018.

### 期刊文章:

- [1]蔡雯,翁之颖.微信公众平台:新闻传播变革的又一个机遇——以“央视新闻”微信公众账号为例[J].新闻记者,2013,7.
- [2]胡游.从媒介论角度谈诗歌微信公众号的传播偏向——以“为你读诗”“诗刊社”为例[J].新媒体研究,2018,01
- [3]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.
- [4]厉思璇.从微信公众号“为你读诗”运营看文化类微信公众号的传播规律.中国记者.2018,11
- [5]刘景景,杨淑娟、沈阳.2014年传统媒体微信公众号分析[J].新闻与写作,2014,12.

- [6]隆梅. 浅谈传统纸媒微信公众账号的运营[J]. 新闻研究导论, 2014, 4.
- [7]任重. 浅析微信公众号在新闻传播中的应用. [J]. 新闻研究导刊, 2016, 06.
- [8]夏光富, 李建秋. 手机传播机制与受众文化心理[J]. 重庆社会科学, 2012, 11.
- [9]张欣, 姬悦. 从“为你读诗”析诗歌类公众号的用户策略. [J]. 新闻世界, 2019, 10.
- [10]章淑贞, 郑施. 用“诗歌”打造一个文化平台——专访“为你读诗”联合创始人、总策划人张炫 [J]. 新闻与写作, 2015, 07.
- [11]朱瑜. 微信公众平台的危机与挑战 [J]. 中国科技信息, 2014, 08.

### 学位论文:

- [1]戈嘉怡. 赋权与融合: 短视频新闻生产与传播机制研究 ——以“梨视频”为例[D]. 苏州大学, 2019.
- [2]郭莹. 诗歌微信公众号的传播现状及存在问题 [D]. 陕西师范大学, 2016.
- [3]侯倩颖. 微博中食品风险舆情的传播机制研究 ——以“港荣蒸蛋糕丙二醇超标”事件为例[D]. 河北大学, 2020.
- [4]黄晓丹. “罗辑思维”微信公众号运营策略及其效果研究 [D]. 暨南大学. 2015.
- [5]黄莹. 诗歌文本的仪式化传播研究 [D]. 辽宁大学, 2015.
- [6]贾书敏. 诗歌微信公众号“为你读诗”内容的传播策略研究[D]. 新疆大学, 2019.
- [7]蒋瑞东. 基于微信公众号的经典文化传播模式及效果研究 ——以“为你读诗”和“十点读书”为例[D]. 郑州大学, 2017.
- [8]李福琦. 移动短视频对新闻生产与传播机制的变革[D]. 山东师范大学, 2018.
- [9]李亚东. 基于长尾理论视域下众筹新闻的生产传播机制研究[D]. 西南大学, 2017.
- [10]刘杰. 网络流行语的传播机制研究 [D]. 北京邮电大学, 2019.
- [11]马欣欣. 互联网时代公众议程的设置[D]. 山东师范大学, 2015.
- [12]梅君莹. 微信公众号运营策略研——以“新世相”为例 [D]. 安徽大学, 2017.
- [13]王曼霖. “浙江日报有风来”微信公众订阅号运营方案 [D]. 浙江大学, 2015.
- [14]兀妞. “三联生活周刊”微信公众号运营策略及效果研究[D]. 陕西师范大学, 2017.

- [15] 徐田娣. 微信的传播特性探究[D]. 吉林大学, 2015.
- [16] 阎识玉. 公共传播视角下的微公益传播机制研究[D]. 辽宁大学, 2017.
- [17] 于晓欧. 人民日报微信公众号研究 [D] . 辽宁大学, 2015.

## 后记

“岁月不居，时节如流”，从前对这句话的理解只限于惜时的名言警句，而此刻的我用键盘敲出“后记”二字的时候，才顿时深觉其中的无限感慨。如何形容硕士三年的时光呢？亦或者说如何形容人生中每一段富有意义的桥段呢？我觉着应该是幸运和感动，幸运于所有的相遇，感动于所有的收获。

三年时光荏苒，感谢在三年中指导我学业和指引我生活的恩师黄建军老师，感谢您给予我论文和每一次学习成果细心和专业的指导，您谦和的为人和高水平的学术造诣是我一生都会称赞和尊敬的品质，您对我的教导我会时刻铭记！

八年前离开故土，开始了异乡求学的旅程，家就成了我内心中最惦念的地方。感谢爸爸妈妈对我的不求回报的养育之恩，感谢你们时刻挂念着远行的我，感谢我的姐姐陈霖对我一直以来的支持。

感恩那些一路陪我成长和奔跑的人，谢谢玲、哲哲、骊还有琼，还有 24 小时避风港的粥粥。谢谢亦师亦友的孙琳老师，您给我太多宝贵的人生财富。感谢给我带来最真诚陪伴的 311 舍友们。此刻我眼前浮现的还是那几只彩色的画着专属记号的暖水瓶，那些畅聊夜晚窗外飘来的喇叭声，那些夏天傍晚一起玩滑板的温热空气以及那些和你们在不同角落定格过的照片……，谢谢你们的身影始终充斥着所有快乐的记忆。

论文的写作的初衷源于大二，那时偶然接触到“为你读诗”公众号，顿时就被它文艺气质和优质的内容所吸引。因为怀揣着对这个公众号喜爱的初心，所以在准备选题的时候，我就想着去把对它的热爱融合进我的学术成果中，去更加深入的了解和研究它。这里还要感谢所有帮助我填写和扩散问卷的朋友，是你们的热心和帮助让我能够完成选题的研究和写作，谢谢你们！由于自身的能力和知识储备的不够完善，论文还是存在许多待改进的地方，我会在以后的研究中继续努力！

此刻我坐在三月下旬的图书馆，写完这篇后记，千言不足以表达思绪的万分之一。只愿在这三年中所有的相遇都能成为人生沉甸甸的财富，愿未来可期，愿生活可爱。

2021 年 3 月 24 日晨

## 附 录

附录 1：“为你读诗”内容监测整理表

序号	期数	具体发布时间	题目	诗歌名(头条)	诗歌作者	读诗人	职业	诗歌类型	诗歌国家	是否特别节目	总阅读量	备注
1	2415	21:35	望你我珍重,因为人间值得	天使故事FM	供稿	倪妮/孙红雷/宋佳/卫东	演员、主持人	现代诗歌	中国	是	10w+	疫情特别节目
2	2416	21:35	有爱的家,春天正拼命发芽	向晚	路也	陈建斌	演员	现代诗歌	中国	否	10w+	
3	2417	21:38	唯你,我愿意	爱的十四行诗	聂鲁达	周涛	主持人	现代诗歌	智利	否	10w+	
4	2418	21:56	以一颗初心,安静地慢煮生活	五味	汪曾祺	汪朗	作家(汪曾祺长)	现代散文	中国	是	10w+	纪念汪曾祺先生
5	2419	9:58	每个早晨都是一个愉快的邀请(惊蛰)	散步二十四节气——惊蛰	供稿	黄轩	演员	散文	中国	是	10w+	
6	2420	21:28	你要像风一样,去过自在的人生	或许,风可以再柔软一些波儿	佚名	曹曦文	演员	当代诗歌	中国	否	10w+	
7	2421	21:26	这些美好都给你,别把笑容丢掉	笑	林徽因	李兰迪	演员	现代诗歌	中国	否	10w+	
8	2422	21:28	别以爱之名,束缚自由的心	别把我束成一捆	新川和江	王珞丹	演员	当代诗歌	日本	否	10w+	
9	2423	21:29	多想奔走在春日的光里	我感受到了阳光	王小妮	吴倩	演员	当代诗歌	中国	否	10w+	
10	2424	22:02	心存微光,生活总会峰回路转	人生是一个含泪的微笑	供稿	卫东/荻菲菲/徐涛	主持人/配音演员	小说演播	美国	是	10w+	疫情特别节目
11	2425	21:28	你这么美,美得让人心旷神怡	被一朵花卡住	窦凤晓	蒋梦婕	演员	当代诗歌	中国	否	10w+	
12	2426	21:27	我的心爱着世界,草木初盛时尤爱	致大自然	荷尔德林	李光洁	演员	古典诗歌	德国	否	10w+	
13	2427	21:26	爱和被爱,都不如相爱	最美的生活	王志国	李易峰	演员	当代诗歌	中国	否	10w+	
14	2428	21:29	诗人杨牧纪念特辑	诗人杨牧纪念特辑	杨牧	张艾嘉/刘嘉玲/刘若英/桂纶镁	导演/演员	当代诗歌	中国	是	10w+	杨牧先生于2020.3.1
15	2429	21:28	就让一场雨,把动荡的心妥善安放	雨来	李小建	李泽锋	演员	当代诗歌	中国	否	10w+	
16	2430	21:28	世界日益模糊,但你的爱永远清晰	抗疫家书-《致孩子:我愿以母爱去爱世人》	阴其玲	蒋雯丽	演员	书信	中国	是	10w+	疫情相关作品
17	2431	21:28	想要的都拥有,得不到的都释怀	不再回来	托马斯·塞戈维亚	刘琳	演员	当代诗歌	西班牙	否	10w+	
18	2432	21:30	人可以不作诗,但不可无诗心	顾随先生-古典诗文世界	文艺学课堂供稿	季小军	主持人	散文随笔	中国	否	10w+	

19	2433	21:30	后来我常常想，这样便是幸福了	笑笑机	胡续冬	刘耕宏/王婉霏/小泡芙	演员(一家人)	当代诗歌	中国	是	10w+	3.20为国际幸福日+春分
20	2434	8.56	且待春和款款行	散步二十四节气---春分	北岛	朱一龙+北岛+杨雪霏	演员/诗人/古典吉	散文	中国	是	10w+	春分+幸福日+疫情相关
21	2435	21:26	用力活着，向春而生	特别节目-为你读诗-春天诗歌月VOL.1-在困顿中，向春而生	抗疫作品+故事演播	卫东	主持人	作品	中国	是	10w+	疫情相关
22	2436	21:28	你迟到了多年，可我依然为你的到来高兴	特别节目-为你读诗-春天诗歌月VOL.2-傍晚的光线金黄而辽远	阿赫马托娃	张颂文	演员	现代诗歌	俄罗斯	否	10w+	
23	2437	21:30	以草木之心生活，怡然自得	特别节目-为你读诗-春天诗歌月-越来越像一株忘忧草	白兰	左小青	演员	当代诗歌	中国		10w+	
24	2438	21:29	雨下了很久，在我心里却仿佛一瞬	特别节目-为你读诗-春天诗歌月-《听雨》	韩东	李宗翰	演员	当代诗歌	中国		10w+	
25	2439	21:27	有一扇门为你等候，有一个人始终相守	特别节目-为你读诗-春天诗歌月-《山居或旧事》	林莉	黄璐	演员	当代诗歌	中国		10w+	
26	2440	21:29	一定有人在时间深处	特别节目-为你读诗-春天诗歌月-《现在让我们去爱一个老人	黄灿然	刘奕君	演员	当代诗歌	中国		10w+	
27	2441	21:29	越是简单，越是心安	超级市场	西西	查可欣	唱作人/双语主持人	现代诗歌	中国		10w+	
28	2442	21:29	万物有灵且美，都值得温柔以待	最初	陈育虹	安悦溪	演员	当代诗歌	中国			
29	2443	21:26	谢谢你，用生命守护生命	特别节目-为你读诗-春天诗歌月-生命是这样的年轻，一切都在开始	供稿	刘凯/王冰/吴怡颖	医生/护士	文章	中国	是		国际医师节-疫情相关
30	2444	21:28	我好想你，想见你	有一种力量来自于你	嘉励	柯佳嬿	演员	当代诗歌	中国	是		热剧《想见你》女主角
31	2445	21:28	我们没那么完美，也会为你所爱	凡人之心	供稿	狄菲菲/徐涛/卫东		文章	中国			
32	2446	21:25	四月，活得真实，爱得亦诚	黄晓明为你读诗新的一天---有时候生活真会欺骗你	黄灿然	黄晓明	演员	当代诗歌	中国			热播剧-鬓边
33	2447	21:30	被眷顾的，是永远主动去爱的人	特别节目-武汉的春天(组诗)	伊莉雅/牛璟和/邓悠然	伊莉雅/牛璟和/邓悠然	小学生	当代诗歌	中国	是		疫情特别节目
34	2448	21:30	数不尽的怀念，留在这个春天	提问	杨澜	杨澜	媒体人/作家	随笔	中国			
35	2449	21:00	生命就是一边流泪，一边欢笑	散步二十四节气-清明	供稿	陈建斌	演员	散文	中国	是		清明节气
36	2450	21:28	有朝一日重逢，定会深深地相拥	赠友人	非亚	李锐	主持人	当代诗歌	中国			
37	2451	21:30	这不确定的世界上，有我爱的人	去爱别人沉重的十字架	帕斯捷尔纳克	康辉	主持人	现代诗歌	俄罗斯			
38	2452	21:30	你也和我一样，在看月亮吗	我们把月亮弄丢了	舒丹丹	蒋欣	演员	当代诗歌	中国			
39	2453	21:27	重启，是我们久违的约定	面朝大海，春暖花开	海子	李宇春	歌手	当代诗歌	中国			武汉解封
40	2454	21:26	你是人间的四月天	你是人间的四月天	林徽因	陈数	演员	现代诗歌	中国			

41	2455	21:28	这世上所有温暖的事，都让我想起你	父亲所不知道的	米亚·科托	米亚·科托/柯蓝	诗人/演员	当代诗歌	莫桑比克			
42	2456	21:28	在爱面前，我想做个冲动的人	急需	埃乌热尼奥·德·安	查可欣	创作人	当代诗歌	葡萄牙			
43	2457	21:28	无法重来的一生，好好爱自己	孤独	蒂丝黛儿	陈鸿宇	独立音乐人	现代诗歌	美国			
44	2458	21:26	只有成为自己，才会被岁月厚待	桃花里的春天	亚楠	檀健次	演员	当代诗歌	中国			
45	2459	21:28	所有坎坷，终成坦途	莫激动，莫哭泣	帕斯捷尔纳克	王鸥	演员	现代诗歌	俄罗斯			
46	2460	21:28	这样幸福，宛如重生	为何我早早醒来	玛丽·奥利弗	沈傲君/爱新觉罗·瑞丰华	演员	现代诗歌	美国			
47	2461	21:29	我们能诚诚恳恳地生活就很好	正直的人	博尔赫斯	任鲁豫	主持人	当代诗歌	阿根廷			
48	2462	21:28	生活如海汹涌，而我始终靠岸	相容性	陆忆敏	陈宥维	歌手	当代诗歌	中国			
49	2463	21:30	苏轼：诗酒趁年华	定风波	苏轼	卫东	主持人	中国古典诗词	中国			
50	2464	9:00	谷雨过后，新夏就要来了	散步二十四节气-谷雨	供稿	冯唐/郭京飞/常静	作家/演员/古筝演奏家		中国	是		谷雨节气
51	2465	21:28	晴日里出门走走，总有好事发生	眼前的春天	帕斯	郭静	歌手	当代诗歌	墨西哥			
52	2466	21:29	工作这件事，其实有点像谈恋爱	劳作	冯娜	姜超	演员	当代诗歌	中国			
53	2467	21:28	唯有在你生命美丽的时刻，世界才是美丽的	这个世界	玛丽·奥利弗	李光洁	演员	当代诗歌	美国			
54	2468	21:27	读书不觉春已深	暗淡蓝点	卡尔·萨根	董卿	主持人	当代诗歌	美国	是		世界读书日
55	2469	21:29	因爱着某些瞬间，我爱着整个人生	一天已经过去	菲利普·拉金	吴越	演员	当代诗歌	英国			
56	2470	21:28	等待一场雨，想象你从雨中走来	四月（节选）	供稿							
57	2471	21:38	我也愿意相信天色温柔，日子会很好	劝诫	戈麦	张楠	主持人	当代诗歌	中国			
58	2472	21:40	相爱，是平凡人生的奇迹	转眼时间到了很多年以后	林珊	马頔	音乐人	当代诗歌	中国			
59	2473	21:43	我想过一种人生，充满无数可能	我居于可能之中	艾米莉·狄金斯	叶祖新	演员	美国现代主义诗歌先	美国			
60	2474	21:46	即使时光倒流，我仍会选择成为这个自己	应该	安娜·布兰迪亚娜	刘奕君	演员	当代诗歌	罗马尼亚			
61	2475	21:42	当你爱着生活，岁月也就温柔许多	从容的快板	辛波斯卡	喻恩泰	演员	当代诗歌	波兰			
62	2476	21:26	五月，耕耘自己	有时候，好人不得好报	海桑	王骆勇	演员	当代诗歌	中国			

63	2477	21:29	能够这样活着，多好	能够	多多	车永莉	演员	当代诗歌	中国			
64	2478	21:28	我活得是自己，独立又自由	我是自由的风	巴尔蒙特	高叶	演员	现代诗歌	俄罗斯			
65	2479	21:29	敞开心怀，遇见宽广的世界	写在沙上	赫尔曼·黑塞	王锵	演员	现代诗歌	德国			
66	2480	9:03	夏天来了，平凡又可爱的日子也来了	散步二十四节气-立夏	供稿	王凯/朗朗/王立平	演员/钢琴家/作曲		中国	是		立夏
67	2481	21:27	别忘了，要温柔，要快乐	温柔的光	雷蒙德·卡佛	彭坤	主持人	现代诗歌	美国			
68	2482	21:28	整个夏天，我都想这样自在的度过	完美的天气	黄灿然	高梓淇	演员	当代诗歌	中国			
69	2483	21:28	我喜欢你笑起来的样子	微笑	吉皮乌斯	程枫	演员	现代诗歌	俄罗斯			
70	2484	21:26	所有的温柔，都要对你可见	致我的母亲	歌德	段奕宏	演员	古典诗歌	德国	是		母亲节
71	2485	21:30	繁枝容易纷纷落，嫩蕊商量细细开	千秋万岁名——发刊词：杜甫和我们的危机时代	文艺学堂	卫东	主持人	演播稿				
72	2486	21:28	活着，就是遇到一切美妙的事物	活着	谷川俊太郎	叶蓓	独立音乐人	当代诗歌	日本			
73	2487	21:28	但愿日子清平，所遇都是柔情	几乎是一首情歌	夸西莫多	宋志芳	护士长	现代诗歌	意大利	是		护士节
74	2488	21:26	幸有所爱，不畏山海	写给你的信	寺山修司	徐开聘	演员	当代诗歌	日本	是		玫瑰情人节
75	2489	21:29	感到悲伤的时候，就去看看大海	归来	多多	冯波	演员	当代诗歌	中国			
76	2490	21:28	深情不及久伴，厚爱无需多言	缓慢的爱	唐力	王铮亮	演员	当代诗歌	中国			
77	2491	21:28	有时觉得好累，多想抱抱你	我什么都没想	费尔南多·佩索阿	梁靖康	演员	现代诗歌	葡萄牙			
78	2492	21:27	这个夏天，让我们重新开始吧	树	飞利浦·拉金	李凯馨	演员	当代诗歌	英国			
79	2493	21:28	我需要的不多，甚至还可以再少	我一生的需要	纯子	黄雅莉	歌手	当代诗歌	中国			
80	2494	21:28	爱你，不是今日限定，而是来日方长	对阳光的赞美	范小雅	汪卓成	演员	当代诗歌	中国			
81	2495	21:32	留一份清淡的余地，给喜欢的事物	散步二十四节气-小满	供稿	黄轩/康震	演员/教授	散文	中国	是		小满
82	2496	21:28	你是夏夜的晚风，一吹来我就原谅了所有	夏日	路易斯·塞尔努达	春夏	演员	现代诗歌	西班牙			
83	2497	21:28	像最后一刻那样呼吸，像诀别一样地去爱	落日赋	李元胜	郭静	歌手	当代诗歌	中国			
84	2498	21:28	兜兜转转，想要的就在身边	失而复得的城区	博尔赫斯	林永健	演员	现代诗歌	阿根廷			

85	2499	21:26	但凡强求都是辛苦，有人惦念才是幸福	幸福	黄灿然	陈嘉桦	歌手	当代诗歌	中国			
86	2500	21:28	我们，平凡又珍贵的普通人啊	只不过是人	获兰·托马斯	查可欣	唱作人	现代诗歌	英国			
87	2501	21:28	用自己喜欢的节奏，不紧不慢的生活	时间之间	余世存	余世存	诗人/学者	散文	中国			
88	2502	21:29	我错过了你，但已不再感伤	海风	木心	郭晓婷	演员	当代诗歌	中国			
89	2503	21:29	多年后才懂，有时相爱不如相忘	城市	特德·修斯	郝平	演员	当代诗歌	英国			
90	2504	21:28	我多想做个夏夜的梦，我们再梦里相见	夏日睡梦	加布里埃拉·梅里内	丁禹兮	演员	当代诗歌	罗马尼亚			
91	2505	21:28	无论如何，我们都要有笑得出来额勇气	光阴谣	汤养宗	邱泽	演员	当代诗歌	中国			
92	2506	21:27	不念过往，不惧前方	打谷场的麦子	余秀华	王洛勇	演员	当代诗歌	中国			
93	2507	21:32	我会永远相信，在爱的时候也被爱着（为你读诗七周年特别节目（小错误，写成了七周）	低语为你读诗七周年特别节目（小错误，写成了七周）	雷武铃	咏梅、陶勇、张亚勤、张国	演员、眼科医生	当代诗歌	中国	是		为你读诗七周年
94	2508	21:29	山月在，你我在，已是最好的安排	夏夜的要素	席慕蓉	刘芳菲	主持人	当代诗歌	中国			每一首诗歌后有一篇解读主
95	2509	21:27	慢慢喜欢你，慢慢地老去	慢	川美	张峻宁	演员	当代诗歌	中国			
96	2510	21:28	你就安心走自己的路，会有人看见你的光	味道	张静雯	赵露思	演员	当代诗歌	中国			对读诗嘉宾的采访（对当期
97	2511	21:41	我唯一的事，是爱这个世界	自然为本（芒种和环境日节日特辑）	晓弦	李冰冰、李晨、段奕宏、吕	演员、小提琴家	当代诗歌	中国	是		世界环境日、芒种
98	2512	21:26	无论怎样，我都会继续温柔美丽	下雨了	蓝蓝	许芳依	演员	当代诗歌	中国			
99	2513	21:32	没有永恒的黑夜，只有临近的黎明	黑夜，在海滩上	惠特曼	季小军	主持人	古典诗歌	美国			
100	2514	21:29	我们爱着，更需要彼此懂得	父亲	黄亚洲	黄澜	制片人	当代诗歌	中国	是		父亲节
101	2515	21:27	我能够爱别人，也足够爱自己	我是我	谷川俊太郎	思文	脱口秀演员	现代诗歌	日本			
102	2516	21:27	一个人的世界不大，但也可以很热闹	劝告	普吕多姆	耿乐	演员	古典诗歌	法国			
103	2517	21:28	你是一颗星星，就会有人循光而来	黑夜里一个孩子	伊丽莎白·简宁斯	丁当	歌手	现代诗歌	英国			
104	2518	21:28	万物有灵，以朴素是之心看待自我	森林之诗（森林篇-自然为本系列节目）	舒丹丹	李冰冰	演员	当代诗歌	中国			
105	2519	21:31	喜欢是离不开，而爱是不离开	所有真正爱过的都不会消失	舒丹丹	北海爷爷	话题人物	当代诗歌	中国			
106	2520	21:27	从没有简单的生活，我相信好事多磨	篇章	韩东	王潮歌	导演	当代诗歌	中国			

107	2521	21: 26	不图时时圆满，但愿事事甘心	每个季节都有该做的事情	卢文丽	陈立农	歌手	当代诗歌	中国			
108	2522	21: 28	你一定也是某个人翘首以盼的惊喜	微笑	黄灿然	金莎	歌手	当代诗歌	中国			
109	2523	21: 27	我有许多平凡日常，想与你一起度过	浮生六记之闺房记乐	沈复	宝木中阳、袁明喆、韩啸	演员	古代诗歌	中国			
110	2524	21: 27	你依然要勇敢清醒，不卑不亢等风再来	这青年人	周鱼	芦芳生	演员	当代诗歌	中国			
111	2525	21: 28	如欲相见，我在来日等候	白色上的白色	安德拉德	海陆	演员	现代诗歌	葡萄牙			
112	2526	21: 28	爱在当夏，总有一人守护着你	多年父子成兄弟-节选	汪曾祺	汪朗	汪曾祺长子，作家	当代散文	中国	是		父亲节
113	2527	9: 15 (上午)	江边：今夏宜勇敢，宜乘风破浪（夏至）	散步二十四节气-夏至	为你读诗	余世存、江边、赵晓霞	诗人、配音导演、古			是		夏至
114	2528	21: 29	我们未必非凡，但始终温柔有光	我是一个牧羊人	费尔南多·佩索阿	西川	诗人	现代诗歌	葡萄牙			
115	2529	21: 29	我们都不善言辞，连离别都悄无声息	辨认	余秀华	李霄峰	导演	当代诗歌	中国			
116	2530	21: 26	相遇何其有幸，相知又何其漫长	我们总是需要时间	江汀	李梦	演员	当代诗歌	中国			
117	2531	21: 27	我知道往事只能回味，也明白未来总会来到	今日更应有所畏惧的恬淡	嘉励	秦昊	演员	当代诗歌	中国			
118	2532	21: 28	你对我来说，亲近又特别	海-海洋篇	海桑	黄轩	演员	当代诗歌	中国			
119	2533	21: 28	等这些日子过去，一切会好起来吧	等那些时间过去	林宛瑜	大橘子	插画师	当代诗歌	中国			
120	2534	21: 33	但愿历经千帆，终能得偿所愿	大路之歌-节选	惠特曼	任鲁豫	主持人	现代诗歌	美国			
121	2535	21: 28	人生的万千拥有，最珍贵在此时此刻	有一个瞬间-空气篇	周公度	李晨	演员	当代诗歌	中国			
122	2536	21: 29	每得浮生半日闲，便又感叹人间值得	鹧鸪天。林断山明竹隐墙	苏轼	卫东	主持人	古代诗歌	中国			
123	2537	21: 26	往事已过，万物可期	你	谷川俊太郎	张颂文	演员	当代诗歌	日本		10w+	
124	2538	21: 20	这一刻起，我要努力活出自己	太阳照常升起	玉珍	袁文康	演员	当代诗歌	中国			
125	2539	21: 27	要在有限的生命里，做一些永恒的事	好吧，我们聊聊蝴蝶-昆虫篇	李元胜	段奕宏	演员	当代诗歌	中国	是		自然为本特殊栏目
126	2540	21: 28	嘘，别说话，让我在快乐里躲一躲	闲暇	泰戈尔	史彭元	演员	现代诗歌	印度			
127	2541	21: 26	爱是坦诚相待，不是卑微与占有	我是一个任性的孩子-节选	顾城	荣梓杉	演员	当代诗歌	中国			
128	2542	9: 09	把心安放的那一刻，好事就会发生	小暑已至，心神安定--小暑	供稿	李沁、张维良	演员、乐器演奏家		中国	是		小暑
129	2543	21: 28	我坐在台阶上想你的时候，只有月亮经过	哪里有什么孤独	池莉	田原	演员	当代诗歌	中国			

130	2544	21:27	人生每步都算数，江河万里甘苦自知	火车跑着跑着天就亮了	陈年喜	陈年喜	诗人、前爆破工人	当代诗歌	中国			
131	2545	21:28	所有值得拥有的，都值得等待	夏日	熊培云	宋洋	演员	当代诗歌	中国			
132	2546	20:57	遥远的不是时间，而是不可挽回的事	恳求-冰川篇	路也	吕思清	小提琴演奏家	当代诗歌	中国	是		
133	2547	21:29	世事多变，我只想随遇而安	不煞风景	梁平	晓雪	时尚主编	当代诗歌	中国			
134	2548	21:28	只愿每次回忆，对生活都不感到内疚	新生	戈麦	李光洁	演员	当代诗歌	中国			
135	2549	21:26	遇见就是恩泽，错过就要释怀	如何感谢这样的相遇	余秀华	丁禹兮	演员	当代诗歌	中国			
136	2550	21:27	做最温柔的梦，盛满世间行色匆匆	苏幕遮，燎沉香	周邦彦	卫东	主持人	古代诗歌	中国			
137	2551	21:28	我们走在一起，就胜过千言万语	沿河散步	娜夜	芦芳生	演员	古代诗歌	中国			
138	2552	21:27	相遇的那刻起，我就明了我心所属	让你感受到我的爱	鲍勃·迪伦	陈牧场	演员	当代诗歌	美国			
139	2553	21:27	你不经意的一句话，我却记了好些年	永远	张静雯	沈梦辰	主持人	当代诗歌	中国			
140	2554	21:26	一眼见你，万物不及	七月	谷川俊太郎	田馥甄	歌手	当代诗歌	日本			
141	2555	21:29	总想起漫天星辰，和眼里有光的你	追星星的人-节选	特丽莎·海涅	郝景芳	科幻作家	当代诗歌	英国			
142	2556	21:28	做喜欢的事，过有趣的生活	趣说汉字	供稿	卫东	主持人			是		
143	2557	21:28	在有限的陪伴里，给你无尽的爱	小月亮	第一次的离别片尾诗	凯丽比努尔、艾萨	小朋友	当代诗歌	中国	是		影院复工后上映的第一部作
144	2558	21:00	此时最深的渴望，是在这一刻安居-大暑	散步二十四节气-大暑	供稿	周涛、鲁璐	主持人、箜篌演奏家			是		大暑
145	2559	21:26	恰恰是一切都过去了，我才想念啊	未打扰的时光	舒丹丹	阿朵	歌手	当代诗歌	中国			
146	2560	21:28	一个人走一走，也有意想不到的邂逅	有一回，我漫步丛林中	于坚	曹骏	演员	当代诗歌	中国			
147	2561	21:27	怕什么人人来人往，一个人也是全世界	一个人生活	路也	刘同	作家	当代诗歌	中国			
148	2562	21:28	只要终点是你，一路跌跌撞撞也值得	漆黑的午夜	陆亿敏	黄璐	演员	当代诗歌	中国			
149	2563	21:28	我一生最美妙的事，就是在途中与你相遇	相遇	张静雯	张子贤	演员	当代诗歌	中国			
150	2564	21:29	从前快乐很简单，现在简单很快乐	歌	威廉·布莱克	黄龄	歌手	古典诗歌	英国			
151	2565	21:28	我想我会一直很爱你	晚年	埃弥尔·柏依松	卫东	主持人	当代诗歌	挪威			
152	2566	21:26	爱不过就是一城两人，三餐四季	总会有一种普普通通的生活吧	阿赫马托娃	张峻宁	演员	现代诗歌	俄罗斯			

153	2567	21:27	没关系，是心动啊	爱情里正在下雨	布劳提根	杨九郎	相声演员	当代诗歌	美国			
154	2568	21:26	八月，拨开云雾见月明	写给八月	张静雯	钟楚曦	演员	当代诗歌	中国	是		特别节目，新的一天
155	2569	21:27	有时突然想起那些人事，眼泪就掉下来	我愿意独自在南方	路易斯·赛尔努达	彭坦	乐队主唱	现代诗歌	西班牙			
156	2570	21:26	人生海海，撑稳自己的伞	三十而已合辑	北岛、骆一禾、林徽	童瑶、江疏影、毛晓彤	演员	现当代诗歌	中国	是		三十而已电视剧主要演员
157	2571	21:32	如果能重来，我要选李白	行路难，其一	李白	卫东	主持人	古代诗歌	中国	是		诗意的人
158	2572	21:28	这世界太喧闹，我只要一个安静的角落	让我告诉我怎样生活	黄灿然	李泽锋	演员	当代诗歌	中国			
159	2573	21:27	我们的全部往日，是一生最美的珍藏	我们的全部往日	博尔赫斯	猴子	乐队主唱主唱	现代诗歌	阿根廷			
160	2574	9:10	你来了，世界一片清亮明朗-立秋	散步二十四节气-立秋	供稿	倪妮、网关、晓弦	演员、竖琴演奏家			是		立秋
161	2575	21:27	你今天过得怎么样	日子	罗伯特·洛威尔	查可欣	唱作人	现代诗歌	美国			
162	2576	21:27	有些想念，是用来回味的	夜读	李元胜	黄澜	制作人	当代诗歌	中国			
163	2577	21:28	无论多么晚，爱会来到，光会来到	光的到来	马克·斯特兰德	陈牧场	演员	当代诗歌	美国			
164	2578	21:28	我知道你很累了，就这样坐在一起好吗	废弃的信	叶青	卜冠今	演员	现代诗歌	中国			
165	2579	21:27	一想到你啊，便觉得世界又温柔几分	月亮，你	嘉励	施柏宇	演员	当代诗歌	中国			
166	2580	21:27	好想你，也好想忘了你	为了想起	寺山修司	沈月	演员	当代诗歌	日本			
167	2581	21:30	像孩子那样感受，像大人一样思考	答案	谈健霖（海宝）	谈健霖（海宝）	小诗人	当代诗歌	中国			
168	2582	21:43	再等一等吧，秋天要来了	午后	王寅	高杨	演员	当代诗歌	中国			
169	2583	21:28	你给我的心动，胜过所有读过的诗	写一首诗的过程	梁秉钧（也斯）	黄璐	演员	当代诗歌	中国			
170	2584	21:28	岁月忽已晚，努力加餐饭	行行重行行	佚名	卫东	演员	古代诗歌	中国			
171	2585	21:26	放下昨日执念，醒来不问过往	菩提树下	周梦蝶	郭采洁	演员	当代诗歌	中国			
172	2586	21:28	寻常生活，就是有滋有味，有你有我	一点生活	张执浩	涂松岩	演员	当代诗歌	中国			
173	2587	21:28	我想要的不多，只是和别人的不一样	尽你所能	卡瓦菲斯	何晟铭	演员	现代诗歌	希腊			
174	2588	21:28	星光不问赶路人，时光不负有心人	愿望	菲利普·雅格泰	福祿寿	音乐人	现代诗歌	美国			
175	2589	9:42	离离暑云散，袅袅凉风起-处暑	散步二十四节气-处暑	供稿	王千源、吴彤、晓弦	演员、跨界音乐家			是		处暑

176	2590	21: 28	热爱一如既往, 可抵岁月漫长	这就是时光	李琦	张晞临	演员	当代诗歌	中国			
177	2591	21: 45	现在就很好, 不必等来日方长	惊奇	李元胜	卢庚戌	歌手	当代诗歌	中国			
178	2592	21: 26	爱你, 不论七夕还是朝夕	七夕合辑	海子、徐红、罗尔夫	张新成、杨玏、袁文康	演员	当代诗歌	中国	是		七夕
179	2593	21: 28	有时想想, 两个人相爱是多么幸运	在某处或者某个地方	克里斯蒂娜·罗塞蒂	李鸿其	演员	古典诗歌	英国			
180	2594	21:27	物是人非, 但我依然爱你	如果日子是火柴, 我会把一盒擦尽	菲利普·拉金	徐开骋	演员	当代诗歌	英国			
181	2595	21: 29	路再长再远, 我们终会得偿所愿	河流	卡罗尔·安·达菲	孔一蝉	乐队主唱	当代诗歌	英国			
182	2596	21: 27	一世闲云平淡好, 人间又逢秋	秋凉晚步	杨万里	卫东	主持人	古代诗歌	中国			
183	2597	21: 26	众生皆苦, 只能努力让生活甜一点	用一首诗	林婉瑜	彭坤	主持人	当代诗歌	中国			
184	2598	21: 27	但见秋风起, 令人思往事	想起	杜涯	郭倍倍	乐队主唱	当代诗歌	中国			
185	2599	21:26	九月: 等一个回应, 许我一场秋	九月	林珊	查可欣	唱作人	当代诗歌	中国	是		
186	2600	21: 28	做个温柔的人, 让幸福降落	礼物	鲁西西	官鸿	演员	当代诗歌	中国			
187	2601	21: 27	告别一些事, 才能与更好的自己相逢	陌生的我	陈敬容	宋洋	演员	当代诗歌	中国			
188	2602	21: 26	错过了春夏, 我们秋天见吧	歌颂时令的流逝	奥黛丽·沃德曼	唐艺昕	演员	现代诗歌	美国			
189	2603	21: 27	不是所有痛苦都能分担, 但感谢你在身边	我两在一起, 但彼此都孤独	耶胡达·阿米亥	包贝尔	演员	当代诗歌	以色列			
190	2604	21: 27	喜欢与你散步, 在秋意未浓	与你散步	马克·斯特兰德	李九霄	演员	当代诗歌	美国			
191	2605	9: 05	白露知秋心, 人生当珍惜-白露	散步24节气-白露	供稿	邵大箴、陈数、王	美术史学家、演员、			是		白露
192	2606	21: 28	无论何时, 都要成为自己的光	我与光一起生活	阿多尼斯	李亚楠	摄影师	当代诗歌	叙利亚			
193	2607	21: 27	长途跋涉后, 但愿我们都还是可爱的人	死亡诗社-节选	供稿	任鲁豫	主持人	电影节选				
194	2608	21: 28	感谢心灵, 感谢它的温柔、喜悦与恐惧	生之颂	华兹华斯	盛一伦	演员	古典诗歌	英国			
195	2609	21: 27	很久未见, 别来无恙	赠卫八处士	杜甫	卫东	主持人	古代诗歌	中国	是		卫东古诗词
196	2610	21: 27	经历了那么多, 还是会为一个瞬间心动	我任然可以热爱生活	韩东	吴昊宸	演员	当代诗歌	中国			
197	2611	21: 26	明里暗里, 心里有你	爱情是灯塔	李南	杨子姗、吴中天	演员	当代诗歌	中国			
198	2612	21: 29	知或不知, 你已在我杯中	恋人	保尔·艾吕雅	杨英格	模特	现代诗歌	法国			

199	2613	21: 28	生活很难, 但我会紧紧握住你的手	失去的	叶青	孔雁	演员	现代诗歌	中国			
200	2614	21: 27	别担心, 生活有时悲伤, 有时快乐	如何变得完美	罗恩·帕吉特	卢靖姗	演员	当代诗歌	美国			
201	2615	21: 26	我想自己决定, 怎么爱, 怎么活	要生活的惬意	蒙田	林栋甫	演员	古典诗歌	法国			
202	2616	21: 29	千言万语说到底, 还是珍重珍重	我握着她的手就像握着一片月光	马永平	周成刚	企业家	当代诗歌	中国			
203	2617	21: 27	世事浮云何足问, 不如早睡且加餐	酌酒与裴迪	王维	卫东	主持人	古代诗歌	中国	是		
204	2618	21: 27	不觉已过了好多年, 还是容易想起你	片段	林珊	王晓晨	演员	当代诗歌	中国			
205	2619	21: 28	独而不孤, 一个人就是一个世界	独自一个人	黄礼孩	袁文康	演员	当代诗歌	中国			
206	2620	20: 56	你是秋, 是心头那份静水流深的喜悦	散步24节气-秋分	供稿	黄璐、孙颖、晓弦	演员、钢琴家			是		
207	2621	21: 26	人间忽晚, 山河已秋	夏日就这样悠悠即逝	塔尔科夫斯基	茅子俊	演员	现代诗歌	俄罗斯			
208	2622	21: 26	秋风即使带凉, 亦漂亮	等待一个秋天的日子	亚当·扎加耶夫斯基	杨童舒	演员	当代诗歌	波兰			
209	2623	21: 27	我也是被爱的, 被整个世界所爱	世界的孩子	林婉瑜	刘芳菲	主持人	当代诗歌	中国	是		草木之心特别策划
210	2624	21: 00	光阴缓缓, 寂静欢喜	你能想象吗	玛丽·奥利弗	海清	演员	当代诗歌	美国			
211	2625	21: 05	望穿秋水, 相逢会有时	在哪里能遇见你	余秀华	黄圣依	演员	当代诗歌	中国			
212	2626	21: 00	人生短短几个秋, 自己快乐才最重要	棱镜的诗	最果夕日	金晨	演员	当代诗歌	日本			
213	2627	21: 27	长的是磨难, 短的是人生	张爱玲百年诞辰	供稿	麦子	导演			是		
214	2628	21: 26	阴晴圆缺都休说, 且喜人间好时节	但愿人长久千里共婵娟	供稿	蒋欣、王力宏、周涛	演员、主持人			是		
215	2629	21:27	十月; 秋色连波, 好事成双	释放	舒丹丹	郭京飞	演员	当代诗歌	中国			
216	2630	21:28	想和你去很多陌生的地方, 就我们两个人	旅程	梁秉钧	彭冠英	演员	当代诗歌	中国			
217	2631	21:35	想和你谈谈近来的生活, 牵手看秋天的日落	如下所述	张静雯	黄尧	演员	当代诗歌	中国			
218	2632	21:30	像孩子一样自在单纯, 去生活, 去爱	孩子们的歌	RS托马斯	查可欣	唱作人	现代诗歌	英国			
219	2633	21:30	不管过去未来, 至少今天是幸福的	明天	罗贝尔·德斯诺斯	柯力亚、佟丽娅	企业家、演员	现代诗歌	法国			
220	2634	21: 26	今人不见古时月, 今月曾经照古人	把酒问月	李白	卫东	主持人	古代诗歌	中国	是		
221	2635	21:28	我们在一起, 所有的日子便盈满了光	曙光正在铺展	舒丹丹	贾乃亮	演员	当代诗歌	中国			

222	2636	9:11	天寒露重,望君珍重	散步24节气-寒露	供稿	尹吉男、阿雅、苏畅、晓弦	书画鉴定家,主持人,古筝演奏家	当代诗歌	中国	是		
223	2637	21:27	人就是在漫长的旅途里,寻找各自的光	里程	多多	尹昉	演员	当代诗歌	中国			
224	2638	21:33	摇摇晃晃的日子里,让我们握紧彼此的手	白百合	路易斯·格丽克	路易斯、格丽克、卫东	诗人、主持人	当代诗歌	美国	是		
225	2639	21:27	相遇总是不期而至,离别确实蓄谋已久	相逢	黄灿然	孙阳	演员	当代诗歌	中国			
226	2640	21:27	生命是时时刻刻不知如何是好	生命中有很多时刻	戈麦	卢庚戌	歌手	当代诗歌	中国			
227	2641	21:26	想与你同路,栉风沐雨	歌,世界的重量节选	艾伦·金斯堡	杨格英	模特,音乐人	当代诗歌	美国	是		
228	2642	21:27	一世多艰,存心如秋水	秋兴	杜甫	叶嘉莹	教育学家	古代诗歌	中国			
229	2643	21:29	你我之间,会有全新的开始	诗意的安宁	供稿			散文				
230	2644	21:30	在内心的风暴中,我体会另一种生活	生活在别处	姚风	李泽锋	演员	当代诗歌	中国			
231	2645	21:28	山海皆可平,难平是人心	岁月从你到我	保罗·策兰	杨子姗、吴中天	演员	现代诗歌	德国			
232	2646	21:25	喜悦的是,我们一起虚度的那些夜晚	清晨四点	为斯拉瓦·辛波斯卡	彦希	演员	当代诗歌	波兰			
233	2647	21:27	幸福的人,每一天都不辜负生活的馈赠	秋词	刘禹锡	戴建业	教授	古代诗歌	中国			
234	2648	21:27	已经很冷了,给我个拥抱好吗	秋日感怀	张执浩	刘璇	演员	当代诗歌	中国			
235	2649	21:29	这一瞬间我已经等了七十七年	水草拔河	余光中	王克举、李立宏	教授	当代诗歌	中国	是		
236	2650	21:26	我想走慢一点,但是走远一点	成功的故事	马克·斯特兰德	顿河	制片人	当代诗歌	中国			
237	2651	9:06	我在秋末储存浪漫,想在冬天馈赠你-霜降	散步24节气-霜降	供稿	蓝盈盈、郎邵军、张钟中	演员、竹笛演奏家	散文		是		
238	2652	21:27	人间点滴温暖,都值得我前进	痛与希望	陶勇	陶勇	医生	当代诗歌	中国			
239	2653	21:26	后来的日子你能快乐,这是我最想的	边境	阿尔·珀迪	陆思宇	演员	当代诗歌	加拿大			
240	2654	21:29	把悲伤省下来,留点力气给更好的未来	在劳动的边缘	特朗斯特罗姆	吴吞	乐队主唱	当代诗歌	瑞典			
241	2655	21:27	只觉天渐凉,不觉已深秋	盛年不重来,及时当勤勉	供稿	卫东	主持人	散文	中国			
242	2656	21:28	你的一切都印在我脑海里,使我快乐又惆怅	傅雷家书	傅雷	吉璟津	老师	书信	中国			
243	2657	21:26	深秋与你共黄昏,晓看天色暮看云	完美的黄昏	舒丹丹	王晓晨	演员	当代诗歌	中国			
244	2658	21:26	历经世事万千,愿你依然温暖明亮	还是那个小小姑娘	路也	叶露盈	讲师	当代诗歌	中国			

245	2659	21: :26	这是最后的秋天，该抓紧去幸福的日子	穿过	冯娜	李晓峰	演员	当代诗歌	中国			
246	2660	21:27	十一月：人间烟火又一秋，及时拥有眼前人	十一月的客人	弗洛斯特	张丽	演员	现代诗歌	美国			
247	2661	21:31	寒夜只有一瞬，来日请继续向前	希望是一种奇怪的发明	艾米丽·狄金森	查可欣	唱作人	当代诗歌	美国			
248	2662	21:26	晚秋去散步，我愿意和另外一个我多待些时间	晚秋林中	陈超	王弢	单簧管演奏家	当代诗歌	中国			
249	2663	21:26	但愿这会是美的结束，新的开始	致秋天	路易斯·格里克	彭坤	主持人	当代诗歌	美国			
250	2664	21:27	平生多少事，来去了无痕	我的告别	戈麦	章宇	演员	当代诗歌	中国			
251	2665	21:28	跟我说说他吧，使我幸福的心变得芬芳	跟我说说他吧	蓝蓝	宋佳	演员	当代诗歌	中国			
252	2666	9:06	冬日可爱，你也可爱-立冬	散步二十四节气-立冬	供稿	周令钊、高伟光、张维良	教授、演员、演奏家	散文	中国	是		
253	2667	21:26	心之所向，即为光芒	明亮的鸟	陈慧芳	姚大伟	记者	当代诗歌	中国			
254	2668	21:27	没有一种爱会浪费，没有一种生活不值得过	十月的第一首诗	林珊	龚蓓苾	演员	当代诗歌	中国			
255	2669	21:26	哪能事事如意，师院心中自在	咏贫士	陶渊明	卫东	主持人	古代诗歌	中国	是		
256	2670	21:27	在冬天，安心做一个简单知足的人	是这样的，你曾快乐	简·和斯菲尔德	张楠	主持人	当代诗歌	美国			
257	2671	21:28	就算错过了一些故事，也还会有新的故事	日出	路易斯·格里克	羽仙KiKi	唱作人	当代诗歌	美国			
258	2672	21:27	从那以后，经过那盏路灯我都会想起你	面包店	梁炳钧	梁大维	演员	当代诗歌	中国			
259	2673	21:31	初冬，有你的日子都很隆重	当我想及爱情	林婉瑜	郑希	配音演员	当代诗歌	中国	是		
260	2674	21:29	寒夜里，手捧温暖，赠予那个恰好的人	寒夜	杜末	刘劲	演员	古代诗歌	中国			
261	2675	21:26	人生匆匆如流水，想来浮生似一梦	蝴蝶	罗恩·帕吉特	罗恩、帕吉特、季小军	诗人、主持人	当代诗歌	美国			
262	2676	21:27	不要说抱歉，我们都已用尽全力	对将来的自己说	昆鸟	吴谨言	演员	当代诗歌	中国			
263	2677	21:26	最好的是，冬雪初至，你我相逢	相逢	帕斯捷尔纳克	谭凯	演员	现代诗歌	俄罗斯			
264	2678	21:28	希望你遇见，像我一样爱你的人	致杰西卡，我的女儿	马克·斯特兰德	刘璇、王弢	演员、教授	当代诗歌	美国			
265	2679	21:44	找到自己的节奏，持续年轻吧	少年	席慕容	张宥浩	演员	当代诗歌	中国			
266	2680	21:26	冬日天寒，待你用雪来款待我	慢慢地等一封信来	王志国	万玛才旦	导演	当代诗歌	中国			
267	2681	9:02	小雪，会有一场命中注定的遇见	散步二十四节气-小雪	晓弦	王立平、海清、李祥霆	书法家、演员、古琴	散文	中国			

268	2682	21:26	天已经黑了，请与我在梦中相见	仙人掌	罗贝托·波拉尼奥	白举纲	歌手	当代诗歌	智利			
269	2683	21:27	想到你，便觉冬日也是温热可爱的	虞美人，寄公度	舒亶	卫东	主持人	古代诗歌	中国	是		
270	2684	21:28	想去一个喜欢的城市，慢慢生活	深圳的颜色	余钢	余钢	公务员	当代诗歌	中国			
271	2685	21:26	聚散无常，愿所有的爱都有着落	晚祷	舒丹丹	郭京飞	演员	当代诗歌	中国			
272	2686	21:26	我们在一起，这样就很好	像天空一样辽阔	黄礼孩	瞿颖	模特	当代诗歌	中国			
273	2687	21:29	简单的美好，本就是心之所向	我喜欢一切简单的东西	潘洗尘	李威	演员	当代诗歌	中国			
274	2688	21:29	思量永远是风，是你的风	颂	沈从文	彭冠英	演员	当代诗歌	中国			
275	2689	21:27	看清世界荒谬，会心一笑	卡夫卡的旧笔记	木心	周子陽	导演	当代诗歌	中国			

## 附录 2：调查问卷

### 关于诗歌公众号“为你读诗”的使用情况调查问卷

各位正准备填写这份问卷的朋友，您好！非常感谢您能在百忙之中抽出时间来填写此份问卷，这份问卷是关于诗歌类公众号和“为你读诗”公众号使用情况的调查，希望大家能提供你们的真实选择，您填写的问卷将会对我带来很大的帮助，谢谢您的支持和配合，（此问卷为匿名填写，不会泄露您的隐私，请放心填写）。

第 1 题：您是否关注过诗歌类微信公众号或者与诗歌相关的公众号(若选否，请直接跳到第 13 题) [单选题]

是 否

第 2 题：您是否关注了为你读诗公众号(若选否，直接跳到 13 题) [单选题]

是 否

第 3 题：您的性别 [单选题]

男 女

第 4 题：您的年龄 [单选题]

18 岁以下    19-30 岁    31-45 岁    45 岁以上

第 5 题：您的职业 [单选题]

学生    公务员(或事业单位)    企业员工    自由职业    退休人员    (其他)

第 6 题：关注为你读诗的时长 [单选题]

1 个月以内    2-6 个月    7 个月-2 年    2 年以上

第7题：阅读为你读诗内容的频率 [单选题]

每天都读 经常 偶尔 几乎不读

第8题：关注为你读诗的原因 [多选题]

对诗歌的爱好 推送排版文艺好看 有明星名人读诗 他人推荐 (其他)

第9题：您喜欢读的诗歌类型 [多选题]

古典诗词 现代诗歌 散文诗 (其他)

第10题：是否转发或者分享过为你读诗的内容 [单选题]

是 否

第11题：会继续关注为你读诗吗？ [单选题]

会 不会

第12题：对为你读诗的建议 [填空题]

第13题：你关注的其他公众号类型 [多选题]

文学类 娱乐类 新闻类 政务类 服务号 (其他)

第14题：不关注诗歌类公众号的原因(已关注的不用填写) [单选题]

不感兴趣 内容晦涩 其他

第15题：不关注为你读诗的原因 (已关注者不用填写) [多选题]

不喜欢 不知道它的存在 取关了 其他

