

# 《中华眼视光学与视觉科学杂志》 运用微信公众平台的实践

贾建敏 季魏红 吴飞盈 毛文明<sup>†</sup>

温州医科大学期刊社, 325035, 浙江温州

**摘要** 探讨通过微信公众平台传播科技期刊的策略,并结合案例分析其对科技期刊的作用,为科技期刊的传播和提升影响力提供思路。

**关键词** 科技期刊;新媒体;微信公众平台;传播策略

**Application practice of WeChat public platform of Chinese Journal of Optometry Ophthalmology and Visual Science** // JIA Jianmin, JI Weihong, WU feiying, MAO Wenming

**Abstract** We discuss the communication strategy of sci-tech journals by WeChat public platform combining the actual cases to analyze the role of WeChat public platform in sci-tech journals. New ideas are provided for the spread and promotion of influence of sci-tech journals.

**Keywords** sci-tech journal; new-media; WeChat public platform; communication strategy

**Authors' address** Department of Periodical, Wenzhou Medical University, 325035, Wenzhou, Zhejiang, China

**DOI:**10.16811/j.cnki.1001-4314.2016.02.025

“新媒体”是当今非常热门的话题,关于新媒体的定义,中外学界也众说纷纭<sup>[1]</sup>。新媒体是传统媒体之后发展起来的新的媒体形态,主要是利用数字技术、网络技术、移动技术,通过互联网、无线通信网等渠道以电脑、手机、平板等终端,向用户提供信息的传播形态和媒体形态<sup>[2]</sup>。现今我们所说的新媒体主要是指微信、微博、网站、数字杂志、数字报纸等。如何充分利用微信、网站等新媒体进行科技期刊的传播,提高期刊在作者和读者中的关注度,扩大期刊的影响力是我们思考的问题。

《中华眼视光学与视觉科学杂志》是中华医学会主办、温州医科大学承办,以广大眼科医生、视光配镜师、眼视光学科研人员为读者对象,以报道眼科学与视光学领域的最新研究成果和临床诊疗经验为主要内容的科技期刊。自2013年7月开通网站和网刊系统后,于同年10月成功注册微信公众号,以广大的读者、作者、编委为主要服务对象,打造一个服务性的微信平台,截至2015年11月已积累用户7000余名。笔者作为微信公众平台的运营者,通过分析微信公众平台推送的实际案例,以期对科技期刊的传播和提升影响力

提供思路。

## 1 科技期刊微信公众平台运用现状

微信作为新媒体的代表,发展迅猛,将移动终端的便携性和易用性完美展现出来,主要通过手机、平板等移动设备即时收发信息,其内容形式包括文字、图片、语音、视频、图文消息等<sup>[3]</sup>。微信公众平台自2012年推出后,受到各行各业的关注,成为传播学领域的热点话题。近几年,开通微信公众平台的科技期刊增长迅速。

钱筠等<sup>[4]</sup>对1998种中国科技核心期刊进行调查统计(截至2014年7月30日),发现已开通微信公众平台的中国科技核心期刊达147种,占7.36%,按照来源期刊的学科分类,61个学科中已有44个学科的期刊开通;但是,重开通轻运营情况较为普遍,许多期刊实际上是跟风,开通后没有继续投入人力物力运营,有些甚至从开通后基本就没有推送过任何消息,处于休眠或半休眠状态<sup>[5]</sup>。

马爱芳等<sup>[6]</sup>对2011年版《中文核心期刊要目总览》的347种自然科学核心期刊进行调查发现,截至2015年1月1日,仅有51种期刊开通了微信公众平台,具有实质性内容且及时更新信息的期刊只有38种,许多期刊还没有意识到微信公众平台对期刊出版及传播带来的好处。

程琴娟等<sup>[3]</sup>对以“学报”“编辑部”“杂志社”为关键词搜索出来的微信公众号进行分析,发现学术期刊微信公众号的命名未能体现期刊品牌、使用偏重科技类期刊、功能与结构参差不齐、信息服务未多样化、内容受制于传统纸版期刊。若能合理利用微信公众平台的新媒体特点,充分发挥微信的优势进行有效传播,将极大地提升期刊的影响力和竞争力<sup>[7-8]</sup>。

## 2 传播策略

**2.1 第一时间发布当期文章** 以往科技期刊从清样到纸质版杂志发到读者手里,首先需要大范围印刷,然后根据用户地址邮递出去,一般需要1~2周甚至更长的时间,有时候有些作者由于没有收到纸质版杂志甚

<sup>†</sup> 通信作者

至都不清楚自己的文章是否已经刊发,或者刊发在哪一期里;而通过微信公众平台,出清样后就能立即推送当期文章,将大大缩短读者阅读到当期文章所需要的周期,同时作者也可在第一时间清楚自己文章的发表情况。

**2.2 与网刊系统相结合** 科研工作者利用闲暇时间在手机或平板上阅读相关论文,将大大提高工作效率;但是,由于手机屏幕尺寸受限制,以及受手机无线网络的制约,从手机上难以阅读到一些论文的全部内容,推送的论文多以题名、关键词、摘要为主,一些篇幅较大的表格或图片需要重新编辑(如横向的改为竖向的)以与手机屏幕相适应。而将微信公众平台和网刊系统结合起来,在推送论文内容的同时,加上该文的全文链接,当用户想阅读全文时便可返回到计算机上进行下载浏览。

**2.3 加强与作者、编委和读者的沟通** 《中华眼视光学与视觉科学杂志》的大部分作者、编委都是一线临床医生,工作繁忙,有时白天可能都无法正常联系。微信支持文字、语音、图片等多媒体的传输,诸如作者查询稿件、咨询问题、稿件校对,编委或审稿专家询问审稿问题、反馈审稿意见等均可通过微信公众平台实现,甚至有些语言难以表达的问题也可直接通过手机拍照用微信上传后清晰、明了地予以解决<sup>[9]</sup>。由于腾讯为了保护用户的隐私,留言超过48 h将不能回复,所以对用户的留言要及时认真地回复,提升服务意识,在加强品牌形象塑造的同时将保留住更多的用户。

对于部分常规的问题,可通过设置子选项或者关键词自动回复进行自动一一回复。设置子选项后,用户可以直接点击微信下方选项来获得相应内容,如设置“在线查询”提供稿件查询,“期刊文章”可阅读当期或过刊的目次和全文,“关于我们”包含期刊简介、投稿指南及联系方式等<sup>[10]</sup>。设置关键词自动回复可丰富更多的查询内容,比如可将“投稿”设置为未全匹配关键词(设置未全匹配关键词时,回复的内容中出现关键词就会回复;而完全匹配关键词,只有回复内容和关键词一样才会回复),当作者回复“如何投稿”“怎样投稿”等时,只要出现“投稿”一词,均会自动回复已设置好的关于投稿的说明。

**2.4 发布同领域国际最新研究内容** 本社《医学参考报·眼科频道》是公开发行的国际眼科学信息参考类报纸,整理报道国际眼科学期刊最新的研究内容。在推送《中华眼视光学与视觉科学杂志》所刊发论文的同时,也会精选《医学参考报·眼科频道》中优秀的报道进行推送,丰富用户的阅读量,吸引更多的用户,增加微信公众平台的用户量,从而扩大期刊的关注度,

进一步提升网刊论文的下载量和期刊的订阅量,提高期刊的影响力。

### 3 传播效果及案例分析

**3.1 提高论文的曝光率** 我们每天会收到各种各样的新闻,而期刊有别于新闻,科技工作者一般都是主动去检索科技论文,对期刊而言就是被动式地被获取内容;而通过微信公众平台推送论文,就将主动权掌握在期刊运营者手中,只要用户关注了微信公众号,都将收到被推送的论文,这将加大期刊的传播量。

以往,一篇文章从作者投稿到最后纸质版出版,编辑部的任务就算完成了;但是要将文章推销出去,让更多的人阅读到这篇文章,还需要编辑的眼光和推介。《中华眼视光学与视觉科学杂志》每期都会邀请相关领域的专家针对相应的研究热点组织一期专题,可能一篇普通文章给读者的印象不够深刻,吸引力不强;但是专题文章肯定更能吸引读者,就算不阅读文章,至少也会对该专题有印象,当再涉及该专题时可能就会回头去搜索该专题的文章。而当一篇优秀的论文被订用户认可,大多数会被朋友圈分享,其朋友圈的用户许多也是同领域的人员,会形成二级乃至多级的传播。通过微信公众号推送当期文章将增加文章的曝光率,增加文章被阅读的概率,可能会增加文章的被引用率。

#### 案例1 不同矫正方式对儿童近视控制的效果

该论文是一篇属于接触镜专题的论著,文章通过比较中国近视儿童配戴单光框架眼镜、角膜塑形镜、硬性透氧性角膜接触镜及渐变多焦点眼镜2年后眼轴及屈光度发生的变化,评估不同矫正方式对儿童近视的控制效果<sup>[11]</sup>。文章的主题不仅是当下眼科领域的研究热点,而且是群众所关心的焦点。这条微信的阅读者达3 636人,图文转化率达176.4%,转发和收藏者达420人,是微信公众平台开通之后推送的第一条影响力较高的微信。同时,在这条微信的推动下,订用户以每天50人的速度快速增长。

#### 案例2 视疲劳诊疗专家共识(2014年)

这是一篇由中华医学会眼科学分会眼视光学组发表的一篇专家共识。由该学组牵头,召集专家讨论,根据专家多年的实践经验和科学研究成果,结合国内外同期研究成果,对视疲劳的定义、临床症状、病因、发病机制及诊治方法及其效果进行归纳总结所得出的视疲劳诊疗专家共识<sup>[12]</sup>。由于国内对视疲劳的定义、临床症状、病因、发病机制及诊治等尚无统一标准,所以这一共识得到了大部分用户的认可。其阅读者达2万310人,图文转化率为539.59%,转发和收藏者达1 128人,是微信公众平台推送的刊发论文中影响力非

常高的一条微信。通过微信公众平台,一篇优秀的论文能扩大期刊的传播力度,提高论文的曝光率,增强期刊的影响力。

**3.2 提高期刊的关注度** 《中华眼视光学与视觉科学杂志》面向的对象大多是眼科医生、眼科科研工作者,以及基层眼科医生、眼视光配镜师等,所以其微信公众号的对象当然也是这部分人群。据文献报道,60年前,我国人口的10%~20%患有近视,而如今,接近90%的青少年和年轻人都患有近视,甚至许多青少年已出现高度近视,由此引发的眼底病变、黄斑病变等高度近视并发症严重威胁着人们的健康<sup>[13]</sup>。近视属于眼视光学领域的难题,是全民都非常关心的问题。由于条件限制,一些基层眼科医生、眼视光配镜师等,难以获取到眼科领域最新的临床技术和研究成果;因此,我们在推送刊发论文的同时,也会推送《医学参考报·眼科频道》国际眼视光学期刊最新的研究内容,将新技术、新成果传播开来,吸引更多的用户,扩大期刊的关注度,提高期刊影响力。

### 案例3 室外活动影响儿童眼轴长度

这是一条摘自本社《医学参考报·眼科频道》中的一篇关于荷兰鹿特丹市伊拉斯姆斯大学医学中心的研究报道, Polling 等对4 059名儿童进行调查研究,认为每天室外活动2 h以上可降低眼轴长度,室外活动对近视具有保护作用。该条消息的阅读量达1万5 119人,图文转化率达454.02%,转发和收藏者达1 689人,是微信公众平台推送的非刊发论文中影响力非常高的一条微信。此条消息发送后2 d内,每天订阅读用户增加近100人。

**3.3 促进作者与读者的交流** 以前论文发表后,读者很少会想到将对论文的看法通过函件发给论文的通信作者,与作者进行学术交流。腾讯在微信公众平台上新推出的评论功能,将能促进作者与读者之间的交流。消息推送后,读者可将将对论文的评论直接回复在论文下方,然后由编辑部作为中间桥梁,与作者取得联系后,将作者的答复通过微信公众平台发给读者,同时其他读者也可在消息下方看到评论。

### 案例4 LaserACE 激光巩膜手术矫正老视

这是发表于《中华眼视光学与视觉科学杂志》2015年第9期的一篇专题论著,作者选择老视患者8例(16眼),文章报道在进行LaserACE激光巩膜矫正手术后12个月的临床效果<sup>[14]</sup>。消息推送后得到用户的广泛关注,其中一位读者对例数和观察时间提出了疑问,编辑部在与作者取得联系后将消息通过微信公众平台反馈给读者。通过编辑部的中介作用,搭建起读者与作者进行交流的一个微信公众平台。

## 4 结束语

综上所述,微信作为新媒体的代表,对科技期刊的传播、提升影响力起到越来越大的作用。如何通过微信公众平台对期刊进行传播和宣传、提升期刊的影响力是一个值得进一步探讨的问题。相信随着越来越多的科技期刊开通微信公众平台,越来越多的用户关注科技期刊的微信,以及腾讯在微信公众平台上开发出越来越多的功能,微信公众平台将会给科技期刊带来更大的发展。

## 5 参考文献

- [1] 廖祥忠. 何为新媒体? [J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2008(5):121
- [2] 陈唯真. 在新媒体时代传统科技期刊如何实现跨越式发展[J]. 中国科技期刊研究, 2013, 24(3):561
- [3] 程琴娟, 闫琼. 学术期刊微信公众号存在的问题与改进策略[J]. 中国科技期刊研究, 2015, 26(4):380
- [4] 钱筠, 郑志民. 中国科技核心期刊微信公众平台的应用现状及对策分析[J]. 编辑学报, 2015, 27(4):379
- [5] 张艳萍. 科技期刊的微信公众号运营模式研究:基于4种核心科技期刊的量化分析[J]. 中国科技期刊研究, 2015, 26(5):524
- [6] 马爱芳, 赵建梅, 王宝英, 等. 我国中文自然科学核心期刊微信公众平台开通现状的调查与分析[J]. 编辑学报, 2015, 27(5):481
- [7] 郑辛甜, 毛文明. 医学期刊微信公众平台的运营现状及影响力提升的分析[J]. 中国科技期刊研究, 2014, 25(5):667
- [8] 宋锦玉, 赵杉林, 陈平, 等. 3G时代科技期刊如何利用微信出版提高影响力[J]. 编辑学报, 2015, 27(4):386
- [9] 吴彬, 丁敏娇, 贾建敏, 等. 利用微信平台打造科技期刊编辑新方式[J]. 中国科技期刊研究, 2014, 25(5):661
- [10] 余溢文, 陈爱萍, 白林雪, 等. 学术期刊微信公众平台的传播策略及案例研究:以《同济大学学报》微信公众平台为例[J]. 编辑学报, 2015, 27(4):388
- [11] 姜珺, 陈云云, 吴戈, 等. 不同矫正方式对儿童近视控制的效果[J]. 中华眼视光学与视觉科学杂志, 2014, 16(2):73
- [12] 中华医学会眼科学分会眼视光学组. 视疲劳诊疗专家共识:2014年[J]. 中华眼视光学与视觉科学杂志, 2014, 16(7):385
- [13] DOLGIN E. The myopia boom [J]. Nature, 2015, 519(7543):276
- [14] 徐婧, 许焯, 李莹, 等. LaserACE激光巩膜手术矫正老视[J]. 中华眼视光学与视觉科学杂志, 2015, 17(9):518

(2015-11-30 收稿; 2015-12-24 修回)