

微信推广:让“枯燥”的学术期刊生动起来

——以《航空学报》微信公众号为例

张广萌 李世秋 葛建平[†]

北航文化传媒集团学术期刊事业部,100083,北京

摘要 根据《航空学报》微信推广实践,介绍利用微信扩大学术期刊影响力可以采取的措施,包括合理精准定位,实现期刊品牌延伸;推送专业化、个性化内容,形成独特风格;重视编发技巧,吸引用户眼球;等等,力求让枯燥的学术期刊生动起来,通过微信推广实现期刊品牌效应的延续,促进学科发展。

关键词 《航空学报》;微信推广;影响力;品牌效应;学科发展

Use WeChat promotion to show the academic journal's inner vitality: the practice of Chinese Journal of Aeronautics // ZHANG Guangmeng, LI Shiqiu, GE Jianping

Abstract Combined with the WeChat promotion practice of *Chinese Journal of Aeronautics*, we introduce the measures for expanding the influence of academic journals by using WeChat promotion, i. e. reasonably and accurately positioning to realize brand extension of journals, providing professional and personalized content to form unique style, and paying attention to the editing skills to attract users. By trying best to show the academic journal's inner vitality, the journal realizes brand extension and promotes subject development by WeChat promotion.

Keywords *Chinese Journal of Aeronautics*; WeChat promotion; influence; brand effect; subject development

Author's address Academic Journals Division, Cultural Media Group of Beihang University, 100083, Beijing, China

DOI:10.16811/j.cnki.1001-4314.2016.05.023

腾讯公司于2012年8月在微信的基础上新增了功能模块——微信公众号。由于它具有内容精炼、功能丰富、成本低廉、操作简练、分享无限、影响广泛等传播优势,自推出以来发展迅猛,现已成为非常重要的信息交流媒介^[1-2]。

《航空学报》编辑部于2014年5月顺势推出“航空学报微信公众号”(HKXB 1956),目的在于加强编辑部与读者之间的互动,展示前沿科技动态,巩固期刊品牌效应,提升期刊影响力,从而促进航空航天行业的科技进步。在办刊宗旨“反映中国航空航天领域科学技术发展水平,交流国内外科技新成果,促进学术进步和人才成长,推动新理论、新技术的发展”的引领下,编辑部充分利用微信这一新媒体形式,打造专业化、个性化、集约化的期刊信息发布平台。航空学报微信公众号设置“期刊在线”“行业动态”“航家天下”这3个

一级选单,其下又包括在线检索、期刊动态、热点文章、行业专家、会议信息、重点实验室等二级选单,清晰引导用户定位需求内容,实现纸刊、网站、微信新媒体平台三合一的多样化传播。我们积极探索科技期刊的新媒体发展道路,以微信传播的强大生命力增强学术期刊的显示度,提高期刊的学术影响力,让“枯燥”的学术期刊生动起来。

1 合理精准定位,实现期刊品牌延伸

1.1 突出航空航天专业特色 由于网络环境舆情复杂,如果不对微信公众号进行合理的专业定位,就可能影响期刊原有的品牌效应和影响力^[3-4];因此,微信公众号的合理定位至关重要。

《航空学报》在近50年的办刊历史中一直是航空航天领域公认的旗舰期刊,紧密跟踪国家重大航空航天专项课题,出版以“国产大型飞机研究技术”“高超声速”“飞机总体设计”“航空航天材料”等为主题的专刊,成为推动我国航空航天科技发展的最重要的产学研一体化平台。鉴于其航空航天专业特色突出,品牌效应显著,决定以“航”为航空学报微信公众号的定位点,辐射整个航空航天行业,强调专业细化,深度挖掘专业信息,以吸引业内人士的广泛关注。

1.2 挖掘核心用户群体 衡量微信公众平台影响力的重要标志是关注人数;但是不仅要关注用户群体的数量,而且要重视用户的黏性^[5]。作为航空航天类学术期刊,用户群主要为航空航天专业的高校教师、硕士研究生、博士研究生及广大科研院所的科技工作者。在这一定位理念下,编辑部积极对核心用户进行一对一邀请,同时,在期刊封面印刷微信公众号的二维码,抓住科技论文讲座、专业学术会议等众多机会进行宣传,辐射更多的作者和读者,从而增加订阅量和粉丝数量,实现期刊影响力的节节攀升。

2 推送专业化、个性化内容,形成独特风格

微信公众平台内容必须有可读性,将传统纸质期刊电子化照搬到微信中是不可取的^[6],而且读者用于阅读朋友圈分享和订阅号推送内容的停留时间不会太久,这就要求期刊必须秉持“内容为王”的理念,设计

[†] 通信作者

足够吸引人的推送内容;同时,学术论文比较枯燥、晦涩难懂,期刊推送内容必须形成特色,让枯燥的学术期刊生动起来,切实提高推送内容的阅读量,进而提升期刊的影响力。在内容推送方面,本刊编辑部做出了下列卓有成效的探索。

2.1 及时推送热点文章、发布论文阅读量榜单 微信平台内容不是纸刊电子化的照搬,编辑部精心对纸刊内容进行甄选,注重原创性、创新性和针对性,定期对纸刊内容阅读量进行数据汇总,精选高阅读量的文章,进行热点文章推送,并及时发布论文阅读量榜单,见图1。这既提高了热点文章的显示度,又提升了作者投稿的积极性。



图1 热点文章推送和论文阅读量榜单发布示例

2.2 追踪学术前沿动态 针对大部分从事航空航天研究的科研工作者用户群体,编辑部定期对行业资讯和学术前沿动态进行搜集整理,并积极推送航空航天

知识科普文章。例如2015年火遍全网的纪录片《穹顶之下》,引发了大家对环保话题的关注,其中提到航空业排放问题。编辑部紧跟时事热点,以中航商发《航空发动机的绿色环保之路》为题,对航空发动机的制造和使用过程进行科普宣传,赢得了用户群体的关注,增加了核心用户的黏性。

2.3 搭建编辑部与作者、读者的互动平台 低头看稿,抬头看路,为开阔编辑视野,编辑部定期举办与高校和科研院所的学术交流活动,并将学术交流活动的编辑成文,通过公众号向读者发布,让读者及时了解期刊现状,提升了读者对期刊的认同感。

定期举办专家座谈,并及时通过公众号广而告之,使大家了解最新科研进展,促进编辑部与作者、读者之间的交流,为今后的审稿、约稿和组稿打下坚实的基础。图2为学术交流和专家座谈发布示例。

2.4 开设栏目指导作者论文写作 编辑部积极提供全方位的知识服务,于公众平台开展“SCI小灶系列”和“航空学报小编课堂”等推送,内容涉及投稿注意事项、参考文献著录、英文润色及文章通过复审的秘诀等。栏目一经推出,得到了作者的积极反馈,纷纷在后台留言,表示不仅投递了一篇稿件,还学习了论文的写作秘诀,得到最优质的增值服务。编辑部成员在参加学术会议遇到投稿作者时,作者们表示“航空学报微信公众号”为其提供的知识服务非常有效,切实提高了论文写作的技能,纷纷为编辑部的这一创新举措点赞。编辑通过个人转发朋友圈,也获得了积极的反馈。这无形中提升了编辑的影响力以及广大读者对期刊的认同感。图3为论文写作服务栏目示例。



图2 学术交流和专家座谈发布示例

2.5 编委及编辑团队风采展示 编委作为相关专业领域的学术带头人,是编辑部发展的核心动力智囊团,

对编辑部的发展起着至关重要的作用。《航空学报》第9届编委会共有中国工程院院士6位,中国科学院

院士13位,编辑部定期将编委的介绍汇编成文进行推送,给读者一次近距离接触专业学者的机会,赢得了订阅者的广泛关注。



图3 论文写作服务栏目示例

为加强编辑与作者之间的相互了解,微信公众号积极推出“航空学报小编风采系列”和“编辑部的故事系列”,给读者一次近距离了解编辑的机会。例如:通过《掀起编辑部的盖头来》一文,作者们了解了各编辑负责的专业领域,不仅使作者对编辑闻其声,更见其人;《号外号外!航空学报小编风采之三月跳神来袭》一文,展示了编辑部成员的风采,增强了编辑部的亲和力。

3 重视编发技巧,吸引用户眼球

巧妙的微信编发技巧好比擦窗户、贴窗花:窗户擦亮了,期刊的动态资讯就能清晰、明快地映入读者的眼帘;窗花贴好了,推送的信息就能更形象、生动地传递到读者心间。

1) 图文并茂,图片贴合主题。航空学报微信公众号按照“专业”和“有趣”的选择标准,认真对图片进行甄选,对学术成果等推送内容进行深入浅出的诠释。“专业”体现为图片需与论文正文内容紧密相关,贴合主题,体现专业特色;“有趣”体现为采用生动的图片将专业性的内容生活化、科普化,吸引读者的眼球。如《我国新一代载人飞船概念研究》一文,选取“猎户座”、“天龙”号、波音CST-100、“追梦者”、俄罗斯PPTS等经典飞船图片,以专业化的视角展示了国内外载人飞船研究的进展。对于论文写作指导等推送内容,在图片选取上则力求轻松化、生动化和生活化,使读者在

轻松的阅读氛围中学到知识。

2) 题名生动、夺人眼球,以吸引读者阅读全文^[4]。对题名的拟定力求简练,体现活泼与趣味,强化读者印象。例如:论文指导系列文章题名《让首次相亲成功——稿件初审退稿几大理由》《文章过复审之“孙子兵法”》《科技论文,想说爱你不容易》等;热点文章推送系列题名《小荷才露尖尖角 九天揽月“船”媒捎》《航空发动机领域的颠覆性技术》《中国的高超声速飞行器难道要逆天了?》等,以简练、生动的题名激发了读者阅读的兴趣。

4 结束语

微信公众平台的出现与发展,使得科技期刊的发展进入了微时代。《航空学报》编辑部在对自身合理精准定位的基础上,通过推送专业化、个性化的内容,重视微信编发技巧,力求让枯燥的学术期刊生动起来,形成了自己独特的微信公众号风格,在新媒体发展道路上取得了可喜的阶段性成果。今后,将继续积极探索扩大用户群体数量的推广方式,对内容的推广范围进行跟踪,关注数据分析,培养编辑的新媒体素养,使得微信公众号切实服务于期刊的发展和科研人员的需求。

5 参考文献

- [1] 张学颖,罗萍. 科技期刊微信订阅号的设计与运营推广[J]. 出版发行研究,2015(12):48
- [2] 徐小敏. 略论微信在学术期刊中的运用[J]. 中国编辑,2015(7/8):13
- [3] 裴俏. 微信公众平台与期刊发展的关系[J]. 新闻传播,2014(7):71
- [4] 肖昕宇. 科技期刊微信公众号定位与编发技巧探讨[J]. 科技传播,2015(3):123
- [5] 罗敏,张阳,石建光. 民族高校学术期刊官方微信公众平台建设推广探析[J]. 西南民族大学学报(自然科学版),2015,41(5):657
- [6] 喻菁. 微信在学术期刊影响力提升中的应用[J]. 编辑学报,2014,26(增刊1):33

(2016-03-30 收稿;2016-05-13 修回)

感为人作嫁并与编辑同仁共勉

周桂莲/西北农林科技大学《麦类作物学报》编辑部,712100,陕西杨凌

莫道吾曹空自忙,为人作嫁又何妨。
潜心练就裁云技,惊破霓衣和羽裳。