

科技期刊借助微信平台拓展服务模式的探索*

——以《药学进展》办刊实践为例

杨臻峥¹⁾ 李娜²⁾ 郑民²⁾ 王明华³⁾ 郑晓南^{1)†}

1)中国药科大学《药学进展》编辑部;2)中国药科大学《中国药学年鉴》编辑部;3)中国药科大学《药学教育》编辑部;210009,南京

摘要 新媒体时代,纸媒期刊所能提供的基本服务已无法满足各类用户对信息的深层次需求和差异化要求。科技期刊如要在这一时代立足,应走与新媒体融合发展的道路,将传统期刊和新媒体各自优势相结合,为读者和作者提供精准服务,并通过互动实现多方共赢。文章介绍《药学进展》编辑部在微信群和微信订阅号运营中的实践经验,旨在为科技期刊利用微信平台服务读者和作者提供思路。

关键词 科技期刊;微信平台;订阅号;服务模式

Exploration on expanding the service mode of sci-tech periodicals by means of WeChat platform: based on the practice of *Progress in Pharmaceutical Sciences* // YANG Zhenzheng, LI Na, ZHENG Min, WANG Minghua, ZHENG Xiaonan

Abstract In the new media era, basic services provided by printed periodicals no longer meet the in-depth and differentiated demands of information by various users. Sci-tech periodicals should integrate with the new media for their own development by combining advantages of traditional journals and new media and providing accurate service for readers and authors, so as to realize win-win situation through interaction. This paper introduces the practical experiences from the Editorial Office of *Progress in Pharmaceutical Sciences* in operating "WeChat group" and "WeChat subscriptions", so as to provide ideas on how sci-tech periodicals provide services for readers and authors by means of WeChat platform.

Keywords sci-tech periodical; WeChat platform; WeChat subscription; service mode

First-author's address Editorial Office of Progress in Pharmaceutical Sciences, China Pharmaceutical University, 210009, Nanjing, China

DOI:10.16811/j.cnki.1001-4314.2016.06.022

在信息爆炸时代,新媒体的出现和盛行,对纸媒造成了巨大冲击。科技期刊作为传统纸媒的一种,所能提供的基本服务对于实现科技信息价值远远不够,已无法满足各类用户的深层次需求和差异化要求^[1]。特别是随着微信平台的广泛应用,人们似乎更加青睐手机上的资讯快餐,大有冷落传统纸媒的趋势。科技期刊完全可以借助新媒体发布快、传播快、互动性强的优势,形成具有特色的服务方式,从而进一步提升刊物

的关注度和影响力。目前已有许多编辑部开始重视微信平台在科技期刊运营中的重要性,建立了读者和作者微信群、申请了微信订阅号,并初获成效。本文介绍《药学进展》编辑部的新媒体实践经验,与编辑同人分享并探讨科技期刊如何借助微信平台更好地为读者和作者服务。

1 建立和运营主题微信群,提供精准信息服务

1.1 根据主题分类建设微信群 与新媒体相比,传统纸媒的缺点之一就是不清楚订户的关注点和诉求,无法将信息准确传递给对它最感兴趣的用户。“群聊”是微信最具吸引力的功能之一,用户借助微信建立“群聊”,由此创造网络交流平台即微信群^[2]。群成员通常有着共同的兴趣和关注点,建立微信群可以快速实现“人以群分”,为精准信息服务提供前提条件。往往举办一场主题活动就可以建成一个微信群,主动加入这一微信群的用户,大多是对其主题有着共同兴趣和诉求的人。

《药学进展》编辑部曾举办“药学前沿高峰论坛”和“糖尿病药物开发新策略专题研讨会”,在电子版会议通知中加入相应的微信群二维码,通过转发或朋友圈分享的方式吸引感兴趣的微信用户扫码入群,分别建立了“药学进展线上线下活动群”和“糖尿病药物专题群”;此外,编辑部还建立了“核心专家群”,邀请具有副高以上职称或在行业内有一定知名度,平时积极为《药学进展》审稿、撰稿的中青年科学家入群。平时,编辑部会甄选有价值的信息资讯,根据其类别转发到相应的微信群中。例如:糖尿病药物研发、糖尿病药物不良反应报告以及刊登在《药学进展》上的糖尿病相关论文等,会优先推送至“糖尿病药物专题群”;学术活动通知、企业家访谈、行业动态等业内普遍关注的内容,推送至“药学进展线上线下活动群”;各研究领域的突破性成果、基金项目申报信息推送至“核心专家群”。

《药学进展》通过学术活动,初步尝试并实现了关注者的分群。笔者认为,上述微信群还应进一步细分,以药学类杂志为例,微信用户可按其关注的学科领域,如药理、制剂、分析、药代动力学、制药工程、医院临床、药事法规、医药经济等进行分类,也可按其关注的疾病

* 江苏省科技期刊研究基金资助(JSRFSTP2015D01)

† 通信作者

领域,如肿瘤、心血管疾病、代谢性疾病、传染病等进行分类,从而确保科技期刊信息服务的精准性。除了通过举办学术活动吸引关注者外,编辑人员还应积极参加本领域内其他单位主办的学术活动,物色行业精英与优秀作者,将其加为微信好友并邀请到相关的微信群中。

1.2 微信群的维护和发展 如上所述,微信群分类越细,信息推送的精准度就越高,从而提高读者对杂志的关注度。需要强调的是,任何事物都有生命周期,微信群也不例外,几乎每一个微信群都会经历萌芽、成长、活跃、衰亡的阶段,唯有精心运营,才能延缓微信群的衰亡速度,有利于科技期刊影响力的稳步提升和信息服务功效的充分发挥;因此,与建立微信群和邀人入群相比,管理微信群、定期策划线上活动更为重要。

《药学进展》制定了相应的“群规”:要求群用户将其昵称统一改为单位+真实姓名,便于群用户之间更好地交流;限定本群可以讨论的话题;未经编辑部许可不得发布任何商业广告,以维持良好的学术交流环境。除了将信息分类推送到相关的微信群中外,《药学进展》会以图文解说的方式在微信群中直播其主办的线下学术活动,让一些没有时间参会的用户也能及时了解到会议中的信息。

将微信群聊策划为专题讨论是维系微信群、提高读者关注度的有效手段。《药学进展》的“糖尿病药物专题群”曾邀请来自企业、高校、医院的专家在群内交流糖尿病发病机制和药物开发研究进展,这一话题也吸引群内许多用户加入到讨论中来,有的用户还向专家提问,短暂的2 h讨论让所有的聊天参与者都感到非常收获。这给予笔者很大启发:编辑部可遴选专业领域中的热点话题,定期开展线上讨论或邀请专家答疑,为读者提供纸媒之外的增值服务,即信息咨询与合作机遇,从而进一步增强杂志社与读者之间的互动,编辑人员亦能从线上活动中获得组稿的线索。线上活动与线下的学术研讨相比,具有不受空间限制、成本较低的优点,只要确定了主题、活动时间、参与话题讨论的专家,提前在微信群中公告即可。

2 全力打造微信订阅号,实现多方共赢

在新媒体广泛应用的今天,各个科技期刊编辑部陆续申请了自己的微信订阅号。微信订阅号的基础功能是向用户推送信息。

《药学进展》编辑部刚申请订阅号时,以转载医药行业新闻资讯为主,旨在为读者提供信息服务。很快,编辑部意识到这种服务方式也存在一些问题:第一,转载信息间接扩大了其他订阅号的影响力,却无法凸显

《药学进展》自身的特色;第二,新媒体信息讲求时效性,一些信息需要向原作者申请授权才能转载,然而获得授权后该消息的新鲜度也随之大打折扣;第三,订阅号推送的信息是按编辑人员的喜好挑选的,只能辐射到有限的用户,并不能让大多数用户产生兴趣并从中受益。针对这些问题,编辑部对微信订阅号的文章内容、选单功能进行了拓展和改进。

2.1 开辟原创内容,丰富推文形式,作为纸媒杂志的有益补充 《药学进展》编辑部尝试将“转载为主”转变为“原创为主”。原创文章主要来源于《药学进展》刊登过的论文:每期杂志出版后,编辑部会精选出一些优秀文章,通过微信订阅号推送,并将文章的作者、题名、出版年、卷号、期号、起止页码等信息整理成参考文献形式,置于微信文章末尾,便于读者将来撰写同类文章时引用此文。此外,编辑部还将此文转发到相关主题的微信群中,同时转发给作者本人,让作者知悉编辑部正在推广介绍他的作品,并鼓励作者把自己的文章分享到朋友圈,作者本人能通过微信文章末尾的阅读量和点赞人数切身感受到编辑部的推广服务,再次为《药学进展》撰文的积极性也会得到提升。

王海燕^[3]指出:微信订阅号是独立于传统媒体之外的“新媒体”,是传统媒体在移动传播平台的品牌延伸;因此,微信订阅号应走出一条独具特色的新媒体运营之路,充分发挥母媒体的专业或地域特色,而不是作为母媒体的附庸进行简单的内容搬运。吕冬梅等^[4]亦指出,科技期刊做新媒体,应该利用学科领域内排他的资源,做一些与传统科技期刊论文有差异化的内容,从而留住读者。

《药学进展》微信订阅号在运营实践中,其推送的原创文章一部分来自已出版的论文,还有一部分来源于编辑部组织策划的线下学术研讨和大型论坛。活动结束后,编辑人员对会议视频及文字速记稿进行加工,制作成微视频和图文报道,向用户传递报告专家的精彩观点。编辑部还计划利用编委专家参会的机会,开辟《专家访谈》栏目。

值得一提的是,《药学进展》编委大多是在医药行业有所建树的优秀企业家以及高校、科研院所领军人物,定期策划线下活动并通过微视频、会议报道、人物访谈等形式进行推广,既是向读者提供启迪科研思路的信息服务,又是为专家提供宣传服务,帮助他们展示个人及企业形象;于编辑部而言,则是进一步扩大了订阅号的关注度和业界影响,从而实现了多方共赢。此外,笔者还建议,编辑人员应多关注同类订阅号,物色优秀的写手,把他们发展为签约作者,充实和丰富订阅号的内容。

2.2 设计功能选单,实现读者和作者自助服务 发布图文消息是微信订阅号最主要的功能;但图文消息的缺点是,读者如需查询以往发布的信息,就要在“历史消息”中查找,特别是较早发布的信息要翻很多页才能找到,非常不便。对订阅号中的信息资源,非常有必要进行分类管理,便于用户查找和浏览。此外,一些能为作者和读者提供自助服务的内容,如“投稿须知”“订阅方法”等,不适合作为资讯推送;但常常有作者和读者致电编辑部询问,因此,此类信息应置于订阅号的醒目位置,有需要的用户可随时点击查看。微信订阅号的自定义选单能满足上述需求,有点类似BBS网站上的“文章置顶”功能。

谢文亮^[5]提出,选单功能建设是学术期刊公众服务的导航,应予以重视。目前,一些科技期刊的微信平台已启用了这个功能,如《同济大学学报》微信平台设置了“在线查询”“期刊内容”“关于我们”3个功能选单,为作者提供“全天候服务”^[6]。

《药学进展》订阅号设置了“关于杂志”“热门推荐”“线上线下”等3个功能选单,每个功能选单还包括若干个子选单。“关于杂志”主要介绍杂志的一些基本信息,如主办单位、官方网站、编委团队、投稿须知、征稿计划、订阅办法等;“热门推荐”则是将《药学进展》刊登过的优秀文章按主题分类,供用户自助查阅,目前在建的主题有“重大疾病”“业界热点”“政策法规”“行业报告”,进入某一主题的子选单后,可看到这一主题下的文章目录,在订阅号下回复关键词即可浏览相应文章;“线上线下”介绍《药学进展》主办过的学术活动、预告即将举办的活动,将读者和专家通过线上联络和线下活动联系在一起,为读者提供信息服务,为专家宣传形象,并为所有参与进来的用户提供合作交流的 platform,是订阅号重点建设的模块。

当功能选单中的内容无法回答读者和作者的疑问时,他们可能会选择直接对订阅号留言。订阅号后台每天都会收到新的用户信息,可见编辑与读者的线上交流是一项长期持久的工作。腾讯出于保护用户隐私,留言超过48 h将无法回复;因此,负责订阅号运营的编辑人员每天应及时查看并回复用户留言,时刻保持处处为作者和读者着想的心态^[7-9]。

3 结合微信平台与互动App,探索服务新模式

随着智能手机的普及,各类以宣传推广、组织活动为目的的手机应用程序(App)应运而生,并渗入到人们的工作和日常生活中。例如“易企秀”,可制作出集图、文、声、效于一身的微场景,现已普遍用于产品推广或会议通知。《药学进展》编辑部除了将这一工具用

于组稿、发布会议通知外,还制作节日祝福微场景^[10],或杂志“下期预告”的微场景,既服务于读者、作者和编委,又宣传了杂志。又如“互动吧”,是一款用于发起活动和参与活动的软件,界面直观,使用便捷,可在微信朋友圈和聊天群中分享,被企业和个人广泛使用。

编辑人员应积极尝试这些有互动功能且与微信平台兼容的App,充分发掘其在服务读者和作者方面的价值。此外,编辑部还可以与有App开发经验的公司合作,根据杂志自身特点开发具有过刊浏览、在线投稿和查稿等互动功能的App,与微信平台相结合并应用于读者服务。中山大学附属第三医院期刊中心《器官移植》编辑部开发了《器官移植》杂志App,并在技术上实现了App与微信订阅号的融合应用,互补二者优势,值得借鉴^[11]。

4 结束语

新媒体的出现与发展是人类科技史与文明史上的一次重要变革,其即时性、互动性和信息量均是传统纸媒无法逾越的^[12]。科技期刊如要在这一时代立足,应走与新媒体融合发展的道路,将传统期刊和新媒体各自的特色相结合,实现对读者和作者的精准服务。

宋锦玉等^[13]提出,科技期刊在了解读者的个性化需求后,可有针对性地整合现有论文资源,再通过微信呈现给有需要的读者,从而借助服务实现论文的二次开发,并建立新的关注度。

《药学进展》编辑部曾整合了《药学进展》和《中国药科大学学报》近2年刊载的罕见病及孤儿药主题原创文章,邀请编委中的“千人计划”专家评述,制作了孤儿药专辑,于2016年2月29日(世界罕见病日)以微信订阅号发布,不仅在从事孤儿药研究的医药工作者群体中获得广泛好评,而且被新闻媒体报道,起到向大众普及科普知识、服务社会公益事业的作用。

这给笔者带来一些启示:科技期刊向来不缺乏优质、权威的信息资源,如果按主题对过刊文章进行分类整合,就形成了新的信息产品,在合适的时机推送给合适的群体,将能最大程度地体现信息的价值。今后,在各类主题日和各种主题活动中,期刊编辑部可以利用已有信息资源进行专题策划,在服务业界的同时又能扩大学术影响,或找到组稿的契机。

需要强调的是,微信早已不再是新生事物,不仅在生活中娱乐方面深入人心,而且各行各业都在使用微信平台进行营销推广,并积累了丰富的经验。以科技期刊为代表的传统媒体一般都具备独立的发布渠道,这也是比自媒体最有优势之处^[14]。目前,新版微信公众平台开放接口已具有支付功能,科技期刊在微信平台