

科技期刊微信公众平台与纸刊融合的关键点*

辛亮 黄雅意[†] 黄锋

重庆交通大学《应用数学和力学》编辑部,400074,重庆

摘要 微信公众平台作为科技期刊“借力”新媒体转型发展的主要途径之一,给科技期刊带来了新的刺激点。针对微信公众平台和纸刊各自的特点,结合运营经验,提出了两者融合的3个关键点:找准定位——因势利导、办出特色;思维创新——打破常规、敢于“出格”;人才培养——以人为本、铸牢基石。

关键词 微信公众平台;融合;科技期刊

Key points for the integration of WeChat public platform and sci-tech journals//XIN Liang, HUANG Yayi, HUANG Feng

Abstract As one of the main ways of transformation and development of “leveraging” new media, the WeChat public platform has brought new stimulating points to sci-tech journals. According to the characteristics of WeChat public platform and the sci-tech journals, combined with the operation experience, three key points are proposed as follows: 1) finding the right position—to guide the situation and to make the characteristics; 2) thinking innovation—breaking the routine and dared to be “out of order”; 3) personnel training—people-oriented and stable footstone.

Keywords WeChat public platform; convergence; sci-tech journal

Authors' address Editorial Department of Applied Mathematics and Mechanics, Chongqing Jiaotong University, 400074, Chongqing, China

DOI:10.16811/j.cnki.1001-4314.2018.04.022

随着互联网和数字化技术的发展,传统媒体和新媒体的融合已经成为一种不可阻挡的历史潮流,给传统媒体行业带来很大的机遇和挑战^[1]。微信公众平台具有受众面广、互动性强、用户体验好、营销成本低等特点,被各行各业广泛采用。大多数科技期刊也将其作为进入新媒体阵地的平台,以响应来势汹汹的媒体融合浪潮。

然而,目前多数科技期刊微信公众平台的运营并不顺利,未能达到预期的效果。大多数存在关注人数少、认证少、阅读量和点击量低等问题,严重打击了运营者的积极性,最后产生了许多“僵尸号”,影响力甚微^[2-3]。科技期刊微信公众平台与纸刊的融合已经成为编辑部的关注点和阵痛点。目前针对微信公众平台的研究仍主要局限于运营现状的讨论与分析^[4-6],部分学者也讨论了微信公众平台的选题策划研究^[7]、选择策略分析^[8]、头像分析^[9]、应用与推广^[10]等,但并没

有深挖微信公众平台与纸刊融合的关键点。微信公众平台打破了传统纸刊的运营模式,传播方式从单向传播转为双向传播,传播速度由慢变快,内容由相对固定变为丰富多彩,盈利模式由单一转为灵活多样,给编辑部带来了新的刺激点。为此,笔者从微信公众平台与纸刊的特点入手,结合运营微信公众平台的经验,探索了微信公众平台与纸刊融合的3个关键点,以为编辑同人提供参考,促进科技期刊的数字化转型。

1 找准定位:因势利导,办出特色

“善战者,因其势而利导之”,科技期刊应综合考虑自身的行业特点、编辑部的优势与不足、微信公众平台与纸刊的差异,因势利导,找准定位,办出特色,以吸引用户的兴趣,促进微信公众平台与纸刊的融合。找准定位在微信公众平台与纸刊融合中起关键性作用。

1.1 专业定位 科技期刊是报道学术进展和学术应用的媒介,具有很强的专业性。科技期刊微信公众平台可选择专业定位模式,以科技期刊为核心,以增强期刊品牌竞争力为宗旨,并辅助科技期刊开展各项工作。如《航空学报》微信公众平台抓住“航”这个专业定位点,辐射整个航空航天领域,在内容上及时推送热点文章并紧跟行业的前沿动态,并辅以“SCI小灶系列”和“航空学报小编课堂”等特色内容指导作者写作^[11]。这种有选择性的推送热点论文、前沿动态,并配合特色内容的组合,规避了一般期刊微信公众平台单一转发论文和转载一般性资讯的局限。不仅如此,《航空学报》微信公众平台还大力宣传定期举办的专家论坛,展示编委及编辑团队风采,提升了广大用户对期刊的认同感;在行业资讯中植入了招聘和宣传会议的软广告,实现了一定的广告增值服务。

1.2 科普定位 科技期刊不仅是科技论文的把关者,也是科技知识的传播者。科技期刊微信公众平台可选择科普定位模式,以科技期刊为切入点,进行科学普及和大众教育,扩大期刊的影响力,实现一定的经济效益。如《中国中药杂志》微信公众平台打破传统期刊推送当期目录、优秀论文的桎梏,以“中药”这个主要特色为切入点,在内容上科普中药、养生医疗,并在时令、节气发布与之关联的健康知识,大幅提高了传播效果^[12]。不仅如此,《中国中药杂志》微信公众平台还

* 重庆市高校期刊研究会科研项目;2017年度重庆市出版专项资金资助项目

[†] 通信作者

利用“中药”这个主要特色,发展与之有关的衍生物,如开设微店售卖姜茶和中医药科普书籍等衍生商品,刊登广告等,不仅大幅度地提高了期刊的收入,还实现了期刊微信公众平台与纸刊的深度融合。

2 思维创新:打破常规,敢于“出格”

媒体融合的关键在于运营者思维的转变,绝不能局限于传统媒体思维,把微信公众平台视为纸刊的延伸和补充,当作锦上添花的工具。运营者应用互联网思维来思考,打破常规、敢于“出格”,让微信公众平台具有鲜明的互联网属性。这主要体现在用户思维和平台思维上。

2.1 用户思维 与传统媒体的单向传播方式不同,微信公众平台是双向选择的,读者也变成了用户。以用户思维运营微信公众平台,运用“同理心”理论,换位思考,走进用户的内心世界,建立情感的黏性,以扩大微信公众平台影响力。

首先应坚持“用户体验至上”,着眼于每个细枝末节,给用户带来惊喜。如提供易读性的文章更符合移动端用户碎片化阅读习惯,更能吸引用户的兴趣;图文并茂、图片贴合主题的文章,更能对推送内容进行深入浅出的诠释。除此之外,运营者还应综合运用线条、样式、音频、视频等手段进行内容展示,适当“标题党”,丰富用户的阅读体验。研究表明^[6],3~5条信息图文推送最受用户欢迎,定点定时及在18:00—20:00和20:00—22:00这2个时段推送最容易保证用户的黏性。运营者应注重用户的体验,形成公众平台的“资深粉”群。

其次应“兜售参与感”,加强运营者与用户的互动。运营者不仅应该充分开发被添加自动回复、关键词自动回复、消息回复等功能与用户进行互动,而且还要利用微信公众平台扩展新的互动交流。如定期举办行业会议或者名家讲坛,并及时通过微信公众平台广而告之,使大家了解最前沿的研究进展,促进编辑部与作者、用户之间的交流,为今后的审稿、约稿和组稿打下坚实的基础。如展示编辑部和编委风采,开通栏目指导作者写作,让编辑部鲜活地展现在用户面前,这样不仅可以拉近编辑部和用户的距离,也能提高公众平台的影响力。

2.2 平台思维 “人力有时而穷,善用众力才可以无敌于天下”。微信公众平台建设要具有平台思维——开放、共享、共赢,利用一切可以利用起来的力量,加快新媒体发展。

首先可以利用各种媒体集群。运营者应建立一种多媒体协同推广模式,搭建纸刊、网站和微信公众平台

之间的桥梁,形成媒体传播矩阵。如在纸刊、网站添加微信公众平台的二维码,在微信公众平台推送当期目次、添加网站链接、售卖纸刊,实现纸刊、网站和微信公众平台的协同传播。

其次可以构建平台型媒体。平台型媒体是指既拥有媒体的专业编辑权威性,又拥有面向用户平台所特有开放性的数字内容实体^[13]。科技期刊可以根据自身行业特色,组建一体化平台型媒体,组织各编辑部进行内容生产和出版经营,形成巨大的行业影响力和号召力。如中华医学会以期刊集群为基础,进行资源整合,创建医学期刊数据标准,构建了集编辑出版、内容管理、信息发布于一体的多功能平台型媒体,在行业内具有相当大的影响深度和广度^[14]。

3 人才培养:以人为本,铸牢基石

编辑部现有的人才结构和管理方式还不能适应融合发展的需要。人才,不仅是融合发展的主体,也是融合发展的对象。微信公众平台与纸刊的融合归根到底是人才的融合。编辑部应以人为本、铸牢基石,为科技期刊微信公众平台与纸刊融合提供根基。笔者根据目前微信公众平台与纸刊的特点,建议编辑部培养人才主抓以下2个重点。

3.1 建设队伍 从媒体融合的发展实践中不难发现,建设一支具有互联网思维、适应新的传播业态、信得过、用得上的媒体人才队伍,是建成强大传播力和影响力的新型期刊的关键因素^[15]。队伍建设,成为了能否战胜媒体融合这一挑战的核心因素。如《中国药房杂志社》于2015年9月成立新媒体中心,以“构建媒体立体网络”为核心,以微信公众平台为中心,逐步建立起集研发、采编、推广于一体的专业技术人才队伍,实现了关注人数超过10万和年营销收入超过百万,成功做到了通过微信公众平台实现赢利和转型。

3.2 深挖潜力 青年编辑与新媒体具有共同的基因,是期刊发展的源动力。编辑部应鼓励编辑人员特别是青年编辑参加新媒体有关的研修和培训,借鉴其他期刊微信公众平台的建设经验,研究新媒体有关的选题、策划和二次加工技巧等。通过压任务、给机会,最大程度地激发年轻人的创造力,培养既精通传统媒体又懂新媒体的融合型编辑,以适应新时代下媒体融合的发展潮流。

4 参考文献

- [1] 吉海涛,郭雨梅,郭晓亮. 学术期刊与新媒体的融合:机遇·挑战·对策[J]. 编辑学报, 2015, 27(5): 412
- [2] 黄雅意,辛亮,黄锋. 科技学术期刊微信公众平台问题