

科技期刊微信公众号编辑应具备的4大意识*

孔 薇

郑州大学学报编辑部,450001,郑州

摘 要 期刊的竞争实质上是编辑素质的竞争,编辑素质是科技期刊建设发展中至关重要的影响因素。微信公众号是目前科技期刊发展最为迅速的新媒体平台,与传统科技期刊相比,新媒体编辑人员的工作范畴和思维模式均发生了根本性转变。作者对科技期刊微信公众号编辑应具备的4大意识进行了探析,认为公众号编辑需要具备数据意识、创新意识、新技术意识、品牌意识等职业素养,从而有效推动科技期刊的媒体融合发展进程,进一步提升科技期刊的影响力和传播力。

关键词 科技期刊;编辑;微信公众号;融合发展;意识

Four consciousnesses for WeChat editors of scientific journals
//KONG Wei

Abstract The competition of journals is essentially the competition of editors' quality. Editors' quality is a crucial factor in the construction and development of scientific journals. WeChat official account is the fastest developing new media platform for scientific journals at present. Compared with the traditional scientific journals, the work scope and thinking mode of new media editors have changed fundamentally. The author makes an analysis of the four major consciousnesses of the scientific journal WeChat official account editors, and believes that the official account editors should possess such professional qualities as data consciousness, innovation consciousness, new technology consciousness and brand consciousness, so as to effectively promote the development process of the media integration of scientific journals, and further enhance the influence and dissemination of scientific journals.

Keywords scientific journal; editor; WeChat official account; integrative development; consciousness

Author's address Editorial Department of Zhengzhou University, 450001, Zhengzhou, China

DOI:10.16811/j.cnki.1001-4314.2019.06.026

在新媒体时代,科技期刊在出版形式、传播结构以及营销模式等方面发生了深刻的变革,由单一出版模式向多维性知识服务和功能服务演变,呈现数据化和智能化发展趋势,不同类型的媒介通过融合、共享和交互构筑新的传播环境,用户获取信息的渠道逐渐从以往的纸质期刊转移至网站、微博、微信等新媒体平台。其中微信公众号成为科技期刊目前发展最为迅速和应用最为广泛的新媒体平台,许多科技期刊申请开通微

信公众号以期提升信息传播效率和期刊品牌价值。科技期刊微信公众号编辑无论是专职的新媒体编辑还是由传统期刊编辑兼任,均需要以发布高质量的公众号推文和提供贴心的个性化服务为目标。公众号编辑应关注用户体验与交流互动,掌握大数据、碎片化阅读等新技术手段,成为既熟知传统媒体出版流程和生产机制,又具备新媒体思维和技术素养的复合型编辑。

本文对科技期刊微信公众号编辑应具备的4大意识进行了探析,以为科技期刊微信平台的良性运营打下坚实的人才基础,进而为科技期刊在新时期的可持续发展保驾护航。

1 数据意识:公众号编辑必备的核心素养

数据意识涉及数据采集、分析以及数据存储与利用等方面的内容,是公众号编辑职业素养的核心组成部分。传统编辑进行选题策划基本上是依赖个人经验进行的,难以达到稳定、可靠的选题效果。新媒体编辑通过整合不同专业方向的信息资源,对数据进行挖掘分析,可以轻松把控科技前沿领域的知识动态,有助于增强选题策划的前瞻性、科学性和稳定性。科技期刊公众号编辑需要了解数据的本质与规律,识别数据间的联系,能在海量数据之中获取有价值的信息,具备数据监控能力和数据预测能力,能利用大数据思维分析用户在期刊微信平台的阅读行为和习惯,挖掘用户的个性化和多样化需求,不断调整公众号的推文内容和形式,使微信平台的整体运营更加精准和高效。《电力系统自动化》公众号编辑利用关联分析、聚类分析、回归分析等方法,探索基于数据挖掘的微信信息内容深加工,对数据进行标引、甄别、筛选、关联和优化^[1],有效提升了信息服务的效率和质量。

大数据时代,科技期刊的融合发展转型需要编辑具有新媒体的思维模式和逻辑,将各种信息数据嵌入到新媒体架构上。诚然,编辑的数据意识只是需要编辑拥有利用大数据思维解决实际问题的能力,并不是把编辑培养成为精通计算机技术的专家或程序员。

2 创新意识:公众号编辑不竭的动力源泉

创新意识是编辑工作的生命力。科技期刊作为科技信息的载体,其公众号编辑需要具备创新意识才能

*河南省教育厅人文社会科学资助项目(2020-ZZJH-447,2020-ZZJH-452);河南省社科联调研课题项目(SKL-2019-743)

跳出思维定式,从公众号内容、形式到营销模式不断推陈出新,推动科技期刊出版的升级转型和深度融合发展。

2.1 推文创新

2.1.1 标题创新 通过标题可以了解文章的大致内容和主旨,是读者决定是否阅读正文的第一个决定性因素。科技期刊文章的标题往往具有高度的专业性和学术性,阅读起来比较深奥和枯燥。相比母刊窄小的阅读群体,科技期刊微信公众平台的目标受众会更加广泛,尤其对一些科普定位的公众号而言,受众范围无限扩大至普通民众。对于此类科技期刊公众号而言,可以通过设计一些生动活泼且颇具创意性的标题,增强文章的吸引力。

高质量推文的题目是需要有亮点的,新颖、有创意的标题才能吸引受众,也更符合社交媒体平台的传播规律。在推文中灵活运用标题句式能调动读者的阅读情绪,其中感叹句带有浓厚的感情色彩,可以表示惊喜、痛心、悲愤、恐惧等强烈的感情,触目惊心的感叹号容易激起人们的阅读兴趣。《中国实用内科杂志》公众号定位于对普通民众进行慢性病健康资讯的科普,每一篇推文的标题均进行了精心的设计,其中一部分推文内容是对不良生活习惯的警示,因此推文标题中感叹号的使用比较频繁。例如2019年4月15日的推文《夫妻双双手术换掉膝盖!罪魁祸首竟是坚持10年的好习惯!》,阅读量超5万,在看数超230;2019年5月23日的推文《注意!这些药服用后不能晒太阳!一张表全告诉你!》,仅一篇推文标题就使用了3个感叹号,通过这一连串感叹号表达强烈的情感,阅读量超2万,在看数超160。句子中的问号常用于表示疑问、反问、设问,会让人迫不及待地阅读以找到答案解决疑惑。科技期刊公众号的推文内容很多定位于解疑答惑,因此通过问句的方式留下悬念,可以引起读者的阅读兴趣。《机械工程学报》公众号2019年5月11日的推文《中国十大无人工厂,机械化有多可怕?》,以及《药学进展》公众号2019年6月25日的推文《谁会是中国药物领域的任正非?》,都是通过疑问句的方式唤起读者的好奇心,从而点击阅读推文。

科技期刊微信公众平台的标题创意需要适宜、适度,切忌为了提高点击率,在标题用词上故弄玄虚。公众号编辑应积极探索公众号推文被有效阅读的路径,根据目标用户的心理需求设计推文标题。具有高学术性的推文,标题不宜过度夸张;而面向大众的科普性推文,标题宜轻松活泼、接地气。科技期刊公众号编辑应不断提升审美素养和创新意识,预测可能达到的阅读氛围,巧妙增加标题的文化底蕴。

2.1.2 内容创新 吸引眼球的标题容易引起用户的视觉停留,但文章的内容才是最终留住用户的决定性因素。为了获得更高的信息传播力和影响力,科技期刊公众号编辑需要对推文内容进行精心构思和不断创新。

1) 利用节日、节气创新推文内容。此类推文时效性强,更容易引起用户群体的关注。《中国中药杂志》公众号不推送母刊的纯学术性论文,公众号定位于中医药知识和养生讯息的科普,因此公众号编辑特别关注节日和节气的推文内容策划,基本在每个重大节日和节气均会推出原创文章。例如2019年5月12日母亲节的推文《妈妈我爱你!“母”中药大盘点》,该推文对中药圈里带“母”字的中药,如知母、贝母、益母草等中药的药性、分布以及传说故事等进行了大盘点,并配以唯美的图片,整篇推文创意感十足。6月7日端午节,公众号推出3篇和端午节有关的文章:《端午节白娘子盗的仙草究竟是什么草?》《菖蒲青青过端午》《端午雄黄酒,但饮一杯无》,推文除了深入浅出地阐述端午的来历、习俗外,还蕴含着经典诗句、神话传说、中药知识等内容,这些颇具创意且时效性很强的推文也收获了不错的点击量。

2) 利用热点事件创新推文内容。新媒体编辑要注重提高对热点事件的信息敏感度,结合时事热点推出公众号文章是打造高阅读量推文的重要手段。科技期刊公众号的此类推文可以独辟蹊径,从专业性和科学性视角对事件进行解读,从而引发用户对话题的讨论热潮。在美国发生FIU人行桥倒塌事件后,《中国公路学报》公众号针对这一新闻热点发布了推文《FIU人行桥倒塌事故分析》,通过力学计算对该事件进行了学术分析,在推文中提供了人行桥倒塌的视频解读,并通过模型进行了事件图解^[2]。《中国给水排水》公众号针对山西发生的污水泵站检修事故,快速推出文章《4人死亡!山西发生一起污水泵站检修中毒窒息事故!》,对事件的发生过程、原因、预防措施以及逃生急救等进行了阐述。这种追踪热点事件的推文可以降低受众对学术研究感到高深莫测的敬畏心理,给微信公众平台带来巨大流量,进而扩大母刊的知名度和影响力。

3) 对母刊内容进行解构和重组。移动微环境下信息交流呈现碎片式、浓缩化的传播趋势,科技期刊公众号编辑需要对母刊内容进行解构和重组,以适应微信平台用户的阅读习惯,进一步提高母刊论文的显示度和引用率。《电力系统自动化》微信平台通过修改过于严谨的母刊论文标题,减少原文中的铺垫性内容,增加推文阅读的通俗性,使用户能在短时间内获悉论

文的精华所在。实践证明,这种修改后的微文的平均阅读量几乎提升了一个数量级^[3]。科技期刊拥有优质的信息资源,可以将相近主题的各种信息打包到一篇推文中,通过资源整合和多层次加工形成新的信息产品,从而最大限度地体现学术信息的价值。《药学进展》编辑部整合了母刊关于罕见病及孤儿药的相关文章,于世界罕见病日通过公众号发布孤儿药专辑,赢得广泛好评^[4]。这种重组创新,不仅传播了母刊论文信息,而且对母刊内容进行了多方位的延伸。公众号编辑可以通过策划虚拟专题,对母刊优质的信息资源进行盘点和创意编排,满足用户群体的多样化需求。

2.1.3 形式创新 目前大部分科技期刊公众号仅以简单的图文形式发布推文,阅读时略显单调。虚拟现实(VR)、增强现实(AR)等新技术的应用克服了二维时代内容呈现的局限性,可以更逼真地对信息进行表达,使出版内容更具沉浸感。公众号编辑可以根据新媒体特性、传播规律,并辅以新兴技术对推文进行多态加工,融入音视频、超链接等富媒体元素,运用智能化编辑手段设计出交互性和舒适性俱佳的推文,将信息通过创意设计以最佳的传播效果传送给用户。“煤传媒”公众号对母刊论文《ZMK5530TZJ100 型车载钻机的研制》进行了多种形式的创新,提供1段78秒的作者分享科研感悟的讲话视频、9张图片和5段动画视频,制成了增强出版的公众号推文,给读者带来了丰富的阅读体验^[5]。《中国修复重建外科杂志》曾采用问卷形式调查活跃用户对医学期刊微信公众号的需求,结果显示,用户对手术及教学相关视频的关注率为62.9%,专家访谈的关注率为38.1%^[6]。因此,有必要寻找科技期刊与不同媒介、不同技术手段的契合点,为读者提供更加直观和立体化的阅读体验,这也符合新时期出版业融合发展的新方向。例如,建筑机械类科技期刊公众号可以大胆尝试利用3D动态模型、仿真模型、动画等形式来展现设计效果;科普类期刊公众号可以借鉴有声书的形式,通过音频对科普知识进行多元化的传达;学术类科技期刊公众号可以通过链接学术讲座视频、直播专业技术培训等多种媒体表现形式,使用户在多感官的愉悦体验中接受信息,从而增强用户对科技期刊公众号的黏性。

2.2 营销模式创新 科技期刊专业性强,受众人相相对窄小,纸质期刊的发行和广告业务呈持续低迷状态。微信平台发布的广告传播速度快、交互性强、影响范围广,如果公众号的阅读量、在看量、转发量和收藏量数据达到一定数值,自然会吸引广告商的关注。科技期刊除了发布低门槛的流量主广告外,还可以在推文中嵌入广告图片或广告链接。《长江蔬菜》公众号在推

文首尾处均加入多家种业有限公司的广告,点击图片即可进入企业的微官网,给蔬菜关联企业带来曝光度和点击率。此外,通过推文还可以轻松地链接进入《长江蔬菜》的微刊和微商城中,进行杂志订阅和蔬菜种子的购买。《航空知识》微信平台通过承接广告业务和衍生商品的开发实现了创收,在其链接的微店里可以购买空军纪念T恤,以及与歼-20、歼-15相关的模型、手机壳、挂饰、头盔包等。因此,微信平台可以为办刊经费紧张的科技期刊提供新的营销模式和利润增长点。

3 新技术意识:公众号编辑的重要驱动力

加拿大学者 Andrew Feenberg 指出,每一次技术形态的变革,都会在某种程度上重塑着现实世界的结构、秩序以及人们的思维方式^[7]。技术的发展是媒体融合的基础,变革着出版业的传播结构和运营机制,在传统出版与新媒体融合出版的进程中发挥着巨大的驱动作用,成为科技期刊深度融合发展的重要支撑,给传统科技期刊的发展带来了新的契机。科技期刊公众号编辑可以利用云计算、数据分析、用户行为统计等技术进行公众号选题策划和推文发布,将用户需求和新技术紧密联系,以更加前沿且全方位的视角参与媒体融合的发展进程。通过不同信息资源和技术要素的整合,形成一体化的微信平台组织架构和人性化的传播体系;用数据挖掘和深度学习技术对热点事件、专业细分领域进行智能分析,构建满足目标用户需求的出版内容方案,根据用户的偏好和阅读习惯重塑内容的分发机制,对信息进行个性化推送和点对点的精准分发;采用区块链、人工智能(AI)、大数据等最新技术不断优化新媒体出版流程,并提供精细化检索、增值链接、互动平台等服务,打破传统出版边界的限制,使得科技期刊通过媒体融合拥有更广阔的发展空间。科技期刊公众号编辑要树立技术先导理念,积极学习与出版相关的新软件和新技术,例如秀米、小蚂蚁等微信编辑器;易企秀、兔展和 MAKA 等制作 H5 的编辑器;爱剪辑、拍大师、会声会影等视频编辑器^[8]。这些软件功能强大、模板丰富、操作方便,可以轻松提升公众号的信息传播效果。“煤传媒”公众号多次尝试将 H5 巧妙地应用于论文增强出版和组稿宣传中,收到了极佳的用户反馈效果。

实现先进技术与出版内容的深度融合,是科技期刊在移动互联网时代的必然选择。科技期刊公众号编辑应充分利用新技术带来的高效性和便捷性,打造以新技术为支撑的多媒体信息共享、扩散与传播机制,不断提高文本图片处理、音视频制作、信息资源整合等新

技术使用方面的能力素养,增强传统出版业的效能。

4 品牌意识:公众号编辑追求的极致目标

21世纪的媒体之争将是品牌之争。品牌同样也是衡量科技期刊实力和核心竞争力的重要标志。期刊的学术价值、创新水平、特色、影响力等是科技期刊品牌的构成要素。优质、高附加值的出版内容是科技期刊品牌建设的基石^[9]。科技期刊公众号编辑应充分发挥微信平台的优势,依托公众号多样化的数字传播形式实现高质量出版内容的大众化传播。通过保持相对稳定的推送频次和推送时间以培养用户的阅读习惯,寻找科技期刊优势资源与用户兴趣的契合点,根据公众号的自身定位推送适宜的内容,在流量为王的时代,借助微信公众号的运营在目标用户中全方位展示科技期刊的品牌形象。例如:《中国循环杂志》公众号主要推送国内外有关心血管病的前沿科研成果,以其高度的前瞻性视角不断吸引新用户的关注;《中国实用内科杂志》和《中国中药杂志》公众号推文均定位于医药保健知识的科普,但其菜单栏同样可以链接到母刊文章及相关信息^[10]。通过多维度、立体化的传播渠道给用户展示丰富的信息,其良好的微信平台运营效果增加了母刊的曝光率,提升了科技期刊信息传播的整体效应和规模效应,利用新媒体技术促进了期刊显示度和关注度的提高。

面对海量信息资源,科技期刊公众号编辑要去伪存真,担负起在社交媒体进行科技信息宣传的职责,对信息进行甄别、筛选和深度加工,通过学术培训、衍生产品推介、讯息咨询、活动策划等拓宽盈利渠道,延伸科技期刊品牌形象。公众号编辑应结合自身定位借助不同类型活动提升科技期刊公众号的竞争力,进而提升科技期刊品牌的知名度和影响力。

5 结束语

科技期刊公众号编辑需要具备数据意识、创新意识、新技术意识、品牌意识等职业素养。这4种素养紧密关联、相互促进、协同发展,从而有效推进科技期刊在新媒体时代的快速融合发展。科技期刊具有学术化、专业化、小众化的特点,面对媒体融合带来的传播新格局,科技期刊公众号编辑应强化新媒体思维,积极主动地参与融合出版,不断学习新知识和探索新技术,让科技信息在多元化媒介平台中充分交流、互动;熟练

运用微信平台宣传推广科技期刊,打造立体式传播体系,提高期刊的显示度、知名度与关注度,用创意设计和创新精神探索出科技期刊赢利的新模式。期刊竞争力的核心要素是编辑的素质,编辑素质是最活跃的科技期刊生产要素。因此,编辑素质的提升成为科技期刊扩大影响力与传播力的重要手段,从而增强科技期刊在国内、国际科技界的话语权,形成以编辑为纽带的多主体合作共享的科技生态圈。应加快推进科技期刊传统编辑向全媒体型编辑的转型,突破传统媒体根深蒂固的旧模式与编辑角色的局限性,适应期刊媒体融合时代的数字化生产格局,促进传统科技期刊与新兴媒体的深度融合发展,为创建我国科技期刊繁荣发展的新局面作出贡献。

6 参考文献

- [1] 杨松迎,王志鸿,曹荣章.科技期刊数字内容的挖掘与服务:以《电力系统自动化》为例[J].中国科技期刊研究,2017,28(2):145
- [2] 王磊,刘佼,马勇,等.学术期刊微信公众平台的运营策略:以《中国公路学报》微信公众平台为例[J].科技与出版,2019(3):40
- [3] 王志鸿,杨松迎,郭敏,等.基于微信平台的科技期刊内容服务策略及实现[J].编辑学报,2018,30(5):522
- [4] 杨臻崢,李娜,郑民,等.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[J].编辑学报,2016,28(6):584
- [5] 张扬.基于“H5+微信”的科技期刊新媒体融合[J].中国科技期刊研究,2017,28(10):936
- [6] 刘丹,苟莉,王雁,等.医学期刊微信公众号用户需求调查分析:以《中国修复重建外科杂志》为例[J].编辑学报,2018,30(4):406
- [7] 姚建华,郑春风.云技术神话:现实起源、人类生存境况与不确定性的未来[J].新闻界,2017(12):91
- [8] 王雅娇,刘伟霄,王佳,等.学术期刊增强出版的新路径:微信公众平台[J].中国科技期刊研究,2018,29(11):1177
- [9] 郭伟.学术期刊融合新媒体需要解决的关键问题[J].编辑学报,2018,30(2):137
- [10] 程海燕,田艳妮.科技期刊微信公众号运营与其学术影响力关系的实证分析:基于医学期刊数据的研究[J].中国科技期刊研究,2019,30(4):387

(2019-06-28 收稿;2019-09-06 修回)