

以《中国公路学报》为例谈微信平台运营与科技期刊的深度融合*

刘 佼 王 磊 马 勇 张伟伟

长安大学学术期刊管理中心, 710064, 西安

摘 要 为探索学术期刊微信平台运营与办刊融合发展的路径,以《中国公路学报》为例统计分析学术期刊微信公众平台的后台数据,全方位总结评估微信平台运营与办刊深度融合的做法与效果。提出卓有成效的传播力建设路径:打造高影响力的原创文章、专刊出版与宣传、加强多种形式学术交流等。学术期刊应将微信平台运营与办刊深度结合,加强与作者联系,共创优质成果,充分发挥微信的时效性,与专刊的宣传和成果发布互相结合,从多个角度提升学术期刊微信公众平台的传播力。研究成果对学术期刊微信公众平台运营具有一定借鉴意义。

关键词 学术期刊;微信后台数据;微信传播力;《中国公路学报》;新媒体融合

Indepth integration of academic journals' development with its WeChat platform: taking China Journal of Highway and Transport as an example//LIU Jiao, WANG Lei, MA Yong, ZHANG Weiwei

Abstract To explore the integrated development path of WeChat platform with its academic journal, data of WeChat of *China Journal of Highway and Transport* were retrieved and analyzed from all perspectives. We put forward effective ways for dissemination of the journals' contents, including organizing more attractive original articles, planning and publicizing special issues, providing various forms of academic exchanges, etc. Academic journals should deeply combine WeChat operation with the journal, strengthen the communication with all authors, make high-quality achievements, take the advantage of WeChat platform for its conveniency and efficiency, and also combining with the publicity and results release of special issues to improve the dissemination of the journal through WeChat platform. The study may provide reference for the operation of WeChat platform of academic journals.

Keywords academic journal; background data of WeChat; WeChat transmission ability; *China Journal of Highway and Transport*; new media convergence

Authors' address Chang'an University Journal Center, 710064, Xi'an, China

DOI:10.16811/j.cnki.1001-4314.2022.05.018

以微信为代表的新媒体逐渐成为普及率最高的媒体之一,用户日常花费在微信的时间远远超过传统媒

体。面对此趋势,学术期刊逐渐开通微信公众号尝试与社交媒体融合发展。目前一些国外著名期刊如《Science》《Nature》等都在中国开通了微信公众号,拓宽在中国的影响力。反观中国绝大部分学术期刊微信公众平台在实际运营中却显现出一些共性问题:内容单一,缺乏期刊特色与创新性,更新频率不固定,传播意识仍然停留在从读者到粉丝的传统单向思维层面^[1-3]。但也有部分期刊凭借创新的思路、定位、内容、技术,以更快的节奏领跑前沿,如《中国中药杂志》《中国公路学报》《中华护理杂志》等,均是将微信公众号与原有纸刊所在的专业领域深度融合,努力打破传统期刊的运营模式,形成了较高的新媒体平台影响力^[4-8]。

本文从办刊工作本身出发,以《中国公路学报》为例,分析其微信后台数据中显著提升微信关注人数的原创文章特点,对学术期刊微信平台传播力提升的路径进行探讨,提炼出提高微信公众平台传播力的经验,并提出了一些卓有成效的传播力建设路径。

1 微信平台助力学术期刊发展

学术期刊加强与微信平台的融合,能够在以下4个方面促进学术期刊的发展。1) 提高学术期刊影响力。不同于学术期刊论文的专业性、完整性,微信图文紧贴微信用户、通俗易懂,可灵活添加视频、音频等,从多角度满足用户需求,传播面更广泛;同时,学术期刊论文的下载量很难过千,而微信通过手机随时随地传播可在短时间实现数万次的阅读量。2) 提升学术期刊品牌形象。通过学术期刊微信公众号的运营,可加强期刊在目标人群中的曝光和形象展示,较好地在目标受众中塑造品牌形象。3) 提升学术期刊传播效率。学术期刊依托微信高效、丰富的传播形式,可抢先发布一些具有高时效性的研究成果,补充了传统期刊由于定期出版带来的时滞性^[9-10]。4) 提供维护读者和专家的平台。学术期刊可以将微信公众平台作为期刊共同体进行学术交流的平台,发布论文信息、学术会议信息、编委会信息等,同时微信平台也能实现诸如投稿说明、过刊浏览、专刊征稿、作者查稿等功能,在降低编辑工作量的同时也方便了专家、作者、读者^[11-12]。

* 中国科技期刊卓越行动计划(卓越计划-C-154);陕西省出版科学基金(20ASC06);中央高校基本科研业务费专项资金项目(310850154018)

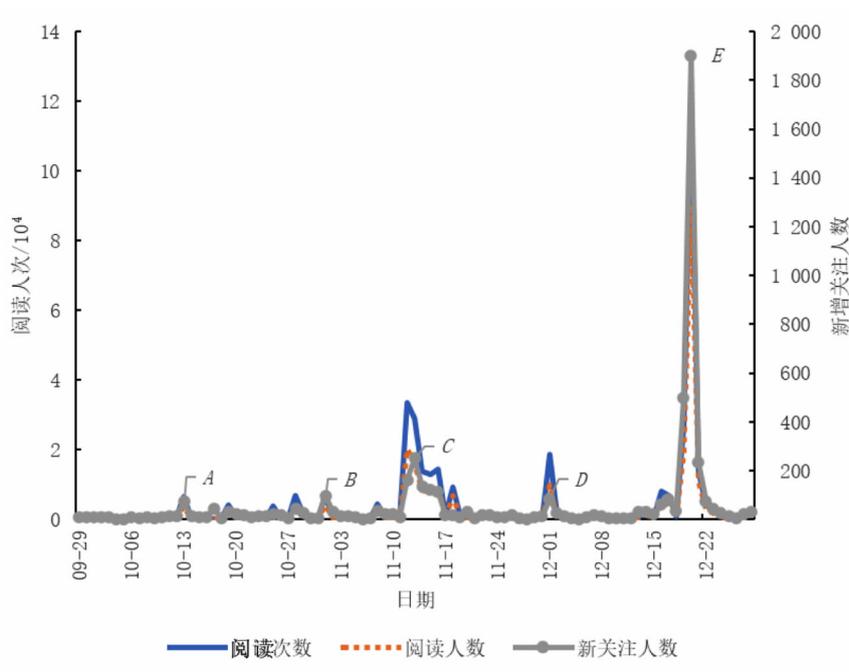
2 微信平台与办刊的深度融合

微信平台对于期刊传播力的提升,不应只聚焦微信本身,而应与期刊的各项办刊举措如优秀原创文章的发布、专刊的策划等相辅相成。本文以《中国公路学报》微信平台为例(下文简称平台),对平台运营管理工作中的具体做法及相应效果进行后台统计与分析,着重探究微信平台传播力提升及其与学报办刊举措的融合促进关系,探究微信传播力建设的路径。

《中国公路学报》影响力指数(CI)在其所在的交

通运输工程类期刊中连续7年居于首位,其微信公众号“中国公路学报”3年内年均发布原创文章100余篇,其中阅读量超过10万的文章有2篇。截至2022年8月关注人数已达到3.9万余人,其后台数据对学术期刊微信公众号的运营具有较高参考价值。

图1显示了平台2021年9—12月阅读人次、新增关注人数随时间的变化。评估一个微信平台运营效果的最重要指标就是关注人数,微信公众平台的关注人数越多说明该微信公众平台的传播能力越强,新增关注人数是体现微信运营情况的重要指标。



数据来源为《中国公路学报》微信公众平台后台统计数据。

图1 2021年9—12月平台阅读人次与新增关注人数随时间的变化

由图1可见,平台发布文章的阅读量与新增关注人数趋势相同,因此在平台发布具有高关注度的微信图文是提高平台影响力的有效途径,即高关注度图文的发布直接带来了新增人数的突增。根据曲线走势,将图1中单日新增关注人数超过75的极值点定义为峰值点,如图1中点A~E所示,因此研究峰值点发布的微信图文就具有重要意义。图1中新增关注人数的各个峰值点表示在该日附近平台的关注人数有较大增长。下面对这些峰值点所在日的发布内容进行统计,如表1所示。

由表1中各个峰值点所在日平台发布原创文章的信息可以看出,图1中出现峰值点A、B是因为发布了专刊的全文信息,专刊有助于吸引特定领域的研究者。峰值点C、D是因为平台发布了线上学术交流会议链接并进行优秀论文及优秀审稿专家评选。优秀论文由

于具有较高的学术价值,在朋友圈吸引了众多感兴趣的研究者;同时,学术交流会议大量的图文转发也大幅提高了微信平台的关注度。峰值点E是收效最为显著的一种提高微信关注度的途径,当日平台发布了一篇阅读量10万+的原创图文,该文章是编辑部衔接时事热点、邀约高影响力作者精心打磨的成果。该文章的高度关注带来了大量的阅读量,也进一步说明提供有价值的内容服务是微信平台传播力提升的根本路径,任何时候都应坚持内容为王的运营策略。

3 多路径提升学术期刊微信平台传播力

3.1 打造高影响力原创文章

高影响力原创文章带来的新增关注人数最多(图1中E点),新增人数是其他峰值点的数倍,E点所在日(2021年12月19日)发布的是一篇阅读量10万+

表1 平台推送原创文章峰值点(图1所示)的信息

峰值点	发布日期	原创文章题目	阅读次数	类型
A	2021-10-13	《中国公路学报》“膨胀土工程特性”虚拟专刊	1 317	虚拟专刊
		《中国公路学报》“功能性路面与绿色铺装材料(一)”虚拟专刊	2 281	
B	2021-11-01	《中国公路学报》2021年第10期(道路固废资源化专刊)目录+全文	3 537	专刊
		“复杂海域服役条件下跨海桥梁关键技术”专刊征稿通知	890	
C	2021-11-12	《中国公路学报》2021年度优秀论文评选邀您参与投票	58 000	线上学术交流、 论文评优
		优秀!《中国公路学报》佳作入选第六届中国科协优秀科技论文遴选计划	1 630	
		《中国公路学报》成功举办“道路固废资源化”专刊线上作者交流会	734	
D	2021-12-01	2021年度《中国公路学报》优秀审稿专家(100人)表彰公告	4 991	优秀审稿专家、 相关文章推送
		哈尔滨工业大学交通学院谭忆秋教授团队助力各地抗凝冰路面建设	1 796	
		【2021最新数据】交通运输工程学科155种期刊影响力指数及影响因子	3 752	
		2021年度《中国公路学报》优秀论文评选结果公示	6 985	
E	2021-12-19	12.18湖北G50沪渝高速花湖互通匝道倾覆事故分析	100 000	热点文章

的文章《12.18湖北G50沪渝高速花湖互通匝道倾覆事故分析》,这类备受关注的优质图文,对于提高平台的传播力以及文章作者的影响力都具有重要意义。事实上,该文作者彭卫兵教授已经为平台贡献2篇阅读量超过10万+的原创文章以及多篇阅读量过万的优质图文,他也是《中国公路学报》的作者和审稿专家,表2列举了其在平台发布的原创图文。

表2 彭卫兵教授在平台发表的原创文章统计

作者	原创文章题目	阅读次数	发布时间
彭卫兵、戴飞	《FIU人行桥倒塌事故分析》	4.5万	2018-03-20
彭卫兵、戴飞	《杭州庆春路车撞人行天桥倒塌事故分析》	1.5万	2019-05-23
彭卫兵、戴飞	《广东河源东江大桥事故倒塌分析》	10万+	2019-06-15
彭卫兵、戴飞	《基于残骸和视频的台湾南方澳大桥事故倒塌分析》	7.5万	2019-10-02
彭卫兵、李翠华	《12.18湖北G50沪渝高速花湖互通匝道倾覆事故分析》	10万+	2021-12-19

表2中文文章的阅读量都上万并且近4年来作者持续在发布,这些微信图文都是很成功的原创作品,对提升平台的传播力意义重大。由表2可以看出,文章的主题都是围绕着桥梁的倒塌/倾覆事故进行专业的力学分析,一方面这个主题紧扣时事热点,桥梁方面的倒塌/倾覆事故一直备受关注,也是新闻争先报道的内容;另一方面文章由该领域深耕多年的学者团队撰写,具备较高的专业性和学术深度,通过查找视频、分析现场残骸照片、绘制桥梁示意图、建模、计算等方式,多角度展开分析,大幅超越了普通新闻的报道深度,发挥了专业学术团队的优越性,因此受到极高的关注。

表2中一系列文章得以发布,是编辑部与作者持续沟通合作的结果。平台发布的彭卫兵教授的第一篇

文章起初并非微信图文,而是论文投稿,编辑部在初审中发现该投稿的主题非常具有学术深度、社会效益以及传播价值,因此在征得作者同意后,把论文中的主体内容以微信图文的形式优先进行发布,同时附上事故现场的视频,这一方面争取到了研究成果的首发权,另一方面大幅提高了微信平台的关注度。自此以后,有桥梁倾覆方面的热点事故发生时,编辑部会第一时间邀约作者进行专业分析并撰写微信图文,如《广东河源东江大桥事故倒塌分析》这篇文章,是编辑部收到新闻报道后立即与彭卫兵教授进行沟通约稿,得到作者的积极配合,作者团队连夜赶赴事故现场拍照、建模、分析,在事故发生次日就完成了文稿,创造了平台第一篇阅读量10万+的原创文章。后续的一系列文章都是类似的形式,编辑部与作者沟通、共同配合,经过作者的不懈努力和编辑部的适时约稿,多篇关于桥梁倒塌/倾覆事故的微信图文诞生并公开发布,作者也因为在一系列桥梁事故中专业和迅速的分析,得到央视新闻频道多个栏目的采访或转播,实现了平台公众号传播力与作者学术影响力的双赢,同时向公众提供了最即时的专业性分析,具有良好的社会意义。

微信图文的成功,首先得益于作者本身扎实的专业学术背景、高效的调研分析与撰写、积极的配合,其次归功于编辑在图文策划中的关注时事、尝试探索、主动邀约。这一系列文章的发布是平台邀约作者进行高影响力文章孵化的一次成功尝试。不管是微信平台还是期刊本身,高质量的内容永远居于首位。今后也可以将这些系列文章邀约的成功经验扩展到其他热点领域和学者团队。在编辑部日常办刊的过程中,应该在初审中兼顾文章微信传播的意义,选择一些有传播价值的文章进行发布;在平时的审稿工作中、学术会议中、与作者沟通中充分挖掘有传播价值的主题和成果,继续孵化高影响力的原创文章^[13-15],为微信平台的传

播力建设提供不竭的动力。

3.2 借助专刊扩大影响力

图1中峰值点B是由于发布了专刊全文、专刊征稿通知,可见专刊相关内容的发布对微信用户的吸引力较高。学术专刊是学术期刊围绕学科领域内某一方向所出的特辑。专刊可以覆盖细分学科的大多数学术热点,展现该学术热点的最新研究成果;专刊作者都集中在某一小的领域,围绕专刊的学术交流可以促进学术共同体的形成;专刊读者可以迅速获取到某一方向的最新研究成果,节约占科研工作量50%以上的检索耗时。

为了对专刊在关注度方面的优势进行数据分析,选取《中国公路学报》2020年全年的论文作为本次研究的论文样本,全年共发表论文241篇。编辑部通过持续参加学术会议,把握学术热点,2020年共策划出版了6期专刊/专栏,主题分别为:交通行为、心理与安全专刊(第6期)、车辆混合动力技术及综合控制专栏(第8期)、特殊路基稳定与加固专栏(第9期)、路面材料力学与仿真专刊(第10期)、重大突发公共卫生事件下交通运输应急管理专栏(第11期)、重大隧道工程关键技术突破及应用专刊(12期)。2020年第10期发表论文24篇,其中包含一篇66页、近14万字、由编辑部邀请多位学者共同撰写的《中国路面工程学术研究综述·2020》,该综述单篇被引34次,下载5169次。此处分析时,为便于比较专刊和正常刊期论文的影响力,暂将此文剔除,因此研究论文样本为240篇。

对2020年《中国公路学报》各期论文的篇均下载量进行统计发现:专刊的篇均下载量整体高于正常期刊,所有论文(240篇)的篇均下载量为457.42,其中专刊论文(134篇)的篇均下载量为527.35,正常刊论文(106篇)的篇均下载量为387.69。因此,增加专刊论文的发表,对于提升微信的传播力具有积极意义。

根据上述分析,学术期刊出版专刊更容易获得较高的关注度。在微信传播力建设的过程中可以充分利用专刊的这一优势,通过微信即时发布专刊征稿信息、全文信息、专刊交流会的信息等,一方面提高专刊的关注度,另一方面促进微信传播力的提升。

专刊成功与否的首要决定因素是专刊选题,《中国公路学报》在专刊选题时,充分吸引专家学者参与办刊,利用申请到的“中国学术期刊卓越行动计划(梯队期刊)”等项目经费聘请了兼职的青年编委和副主编共50余人,他们均是学报各细分研究方向的重要学者,由他们和编辑部商议提出各个专刊的主题范围。对于学术期刊而言,专刊选题一方面要紧扣学术热点

和最先进的研究方向,另一方面要具有重要的研究价值或者与重大工程项目相关,具有前沿性、引领性和创新性。高质量的专刊在提升学报影响力的同时也在微信平台公布,对于微信平台传播力的建设具有显著效果。

3.3 虚拟专刊的策划与宣传

图1中出现峰值点A,是因为发布了2篇“虚拟专刊”的文章目录和全文索引。自2021年8月起,《中国公路学报》在编委团队指导下开创性地组织出版了6期虚拟专刊,包括“混合动力汽车”“改性沥青研究前沿”“盐渍土工程特性”“膨胀土工程特性”“功能性路面与绿色铺装材料”“路面计算力学”专刊,其全部通过微信平台进行发布与广泛宣传。虚拟专刊借助微信平台发布,将学报以往刊发的零散文章按照不同主题集结成一组文章,重新在微信平台推送给读者。

虚拟专刊是对近年内已刊发文章的回顾和整理,充分借助微信平台进行虚拟出版和宣传,利用新媒体的优势提升了读者检索的便捷性和文章的关注度,进一步发挥了期刊的学术服务价值,同时也提升了微信平台的关注度。

3.4 线上学术交流扩大微信宣传

图1中出现峰值点C,是因为发布了《中国公路学报》自办的线上学术交流会议链接,可见学术交流会议的组织对于吸纳学者关注、增强微信传播力具有积极意义。线上交流会利用微信平台进行发布与宣传,邀请专家、作者做专题学术报告,主题紧跟各研究热点。例如,围绕国家碳中和战略召开的“道路固废资源化”线上学术交流会;为响应新冠肺炎疫情,服务于科学的科学有效防控召开的“疫情与交通”线上学术交流会等。

此类线上会议着力打造引领交通创新研究的思想库,借助微信平台对学术交流起到良好的宣传效果,同时保持了微信平台用户的活跃度,进一步提升了微信平台自身的影响力。

3.5 其他举措提升微信传播力

图1中C、D点对应的新增关注人数突增是因为发布了论文评优、审稿人评优以及转发热点图文的相关信息。论文评优和审稿人评优在鼓励优质论文和优化期刊审稿的同时,加入了一定的微信投票与转发权重,同样给平台传播力建设带来了积极影响。在热点图文的转发方面,《中国公路学报》一直对相关领域的微信平台持续跟进与关注,转发和推荐与学报领域相关的微信图文,实现微信平台的三重引流,以自身特色为出发点,开展多路径传播^[16]。

4 结束语

根据前述学术期刊微信平台的成果经验和数据,得到以下几方面微信传播力建设的途径。

1) 重视高质量原创文章的打造。提高微信关注人数的首要路径仍然是高质量的原创文章,万变不离其宗,高质量的内容永远是首要途径。要在期刊的日常工作中善于发现优秀的原创成果,提取出与热点时事相关、传播价值高的文章进行微信推送,实现作者与微信传播力建设的双赢。

2) 加强与作者的联系,共创优质成果。优秀的系列文章首先来源于作者本身的专业性与辛勤付出,编辑的引导与邀约有时候也起到关键作用。在办刊中积累各领域专家学者的专长,遇到一些热点时事可以针对性约稿,与作者积极沟通,协助作者产出优秀的成果。

3) 充分发挥微信的时效性。桥梁事故系列文章的打造过程中诞生了2篇10万+的文章,除了文章内容本身优质外,时效性也是重要的成功因素。不管是学术论文还是公众科普文章,不管是学术期刊还是微信平台,都具有媒体的时效性特征,一定要对微信发文的时效性严格把控,发挥微信平台的技术优势。

4) 有特色胜于大而全。专刊的发布对微信关注度的提升效果显著,即便是只吸引专刊、虚拟专刊所在的小圈子内的粉丝,也比大而全的文章更具吸粉效果,因此期刊要注意突出专业特色、专刊特色,吸引特定领域内人群的忠实关注。

5) 多举措并行提高用户积极性和互动性。学术期刊的用户主要是专业领域内的高校教师、硕博研究生及科研院所的工作人员。编辑部通过与更多的作者、读者展开深度交流与互动,不断改进工作,通过线上学术交流、图文转发与推荐等方式,提升用户使用体验、扩大信息传播渠道,全方位促进学术期刊与微信平台的健康发展。

5 参考文献

[1] 方祎,房玉新.小栏目彰显大品牌:《新媒体之窗》栏目

- 的分析与启示[J].编辑学报,2022,34(2):219
- [2] 谭春林.公众号、视频号与微信群协同推动学术期刊的“主动传播”[J].编辑学报,2021,33(5):549
- [3] 张鑫,马克秀,宋来鹏,等.智媒时代海洋科普期刊智慧出版的发展路径探究[J].编辑学报,2021,33(6):625
- [4] 孔晶晶,李禾.《中国中药杂志》刊媒融合创新发展的理念与实践[J].编辑学报,2021,33(6):673
- [5] 吕冬梅,陈玲,李禾,等.基于微信平台的科技期刊学术论文推广分析:以《中国中药杂志》为例[J].编辑学报,2022,34(2):198
- [6] 周晔,曹作华,李伟杰,等.中文护理科技期刊融媒体建设的探索:以《中华护理杂志》为例[J].编辑学报,2021,33(5):553
- [7] 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
- [8] 栗延文,蒋亚宝,韩景春.科技期刊媒体融合发展的探索与实践:以《金属加工》杂志社为例[J].编辑学报,2022,34(2):131
- [9] 秦思慧.“移动互联网+”时代学术期刊与新媒体融合浅探[J].编辑学报,2022(2):90
- [10] 吴芹.媒体融合环境下学术期刊知识服务生态系统及其优化策略研究[J].中国出版,2020(23):48
- [11] 李柯.出版类期刊微信公众号的运营与实践:以《中国出版》为例[J].媒体融合新观察,2022(2):71
- [12] 刘珊珊,王彬,王浩然,等.打造我国畜牧、动物医学核心期刊数字化品牌[J].编辑学报,2022,34(1):84
- [13] 刘珊珊,刘晓贺,顾静敏,等.热点文章策划组织的实践与思考[J].编辑学报,2021,33(2):210
- [14] 尹欢,李楠,陈文珠,等.科研人员参与期刊运营的探索与实践:以云实习编辑项目为例[J].编辑学报,2022,34(1):105
- [15] 滕延妮.试论融媒时代期刊选题策划的技术支持[J].中国出版,2021(12):64
- [16] 王源.新媒体时代学术传播范式嬗变与编辑主体角色重塑[J].河南大学学报(社会科学版),2021,61(6):150
(2022-05-26收稿;2022-08-21修回)