

学术期刊微信公众号学术友好型内容策划及形式策划*

薛婧媛 游 滨

重庆大学期刊社,400030,重庆

摘 要 媒体融合的背景下,设立微信公众号已成为众多学术期刊扩大传播、提升影响力的重要手段之一。为更好地发挥学术期刊微信公众号的作用,从内容与形式相互依存、相互促进的辩证关系入手,着眼于提高学术期刊微信公众号的学术友好度,探讨有针对性的内容策划和用户友好的形式策划,以微信思维提高传播效果。

关键词 期刊公众号;内容策划;形式策划;学术友好度

Academic friendly content planning and form planning for WeChat official accounts of academic journals//XUE Jingyuan, YOU Bin

Abstract The establishment of the WeChat official account has become one of the important important methods for many academic journals to expand their communication and enhance their influence in the background of media convergence. To better play the role of the WeChat official account, we analyzed the dialectical relationship between content and form of interdependency and mutually reinforcement, and elaborated targeted content planning and user-friendly form planning, for improving the academic friendliness and communication effect.

Keywords WeChat official account of journal; content planning; form planning; academic friendliness

Authors' address Journals Department, Chongqing University, 400030, Chongqing, China

DOI:10.16811/j.cnki.1001-4314.2019.03.021

1 研究背景及现状

2014年8月18日,中央全面深化改革领导小组第4次会议审议通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》。习近平总书记在会上强调,“推动传统媒体和新兴媒体融合发展,……坚持先进技术为支撑、内容建设为根本,推动传统媒体和新兴媒体在内容、渠道、平台、经营、管理等方面的深度融合^[1]”。在国家层面的顶层设计之下,各出版单位进一步统筹推进出版融合发展,制定并逐步落实实施方案。如今,中国用户使用数字媒体尤其是智能手机的时间远超传统媒体,且将在未来进一步提升^[2],从而导致受众阅读时间碎片化,更适合浅阅读,社交媒体短小精炼的内容正与之契合;因此,作为学术出版主要媒

介的学术期刊顺应形势,纷纷利用社交媒体如微博、微信、LinkedIn等拓宽传播渠道、扩大影响力。其中,微信平台的月活跃全球用户数量甚至突破了10亿^[3],设立微信公众号已经成为众多学术期刊扩大传播、提升影响力的重要手段之一。“先进技术为支撑、内容建设为根本”具体落实到学术期刊微信公众号的运营中,便是要同时注重形式和内容的策划。

近年来,学术期刊微信公众号的相关研究成为出版、编辑、传播、评价等领域的热点,主要可归纳为以下几个方面。

1)对学术期刊微信公众号现状及存在问题的调查^[4-6]。调查对象包括中国科学引文数据库来源期刊(CSCD)、中文社会科学引文索引来源期刊(CSSCI)、中国科学院主管主办科技期刊、高校学报、中国科技期刊引证报告收录期刊等,几乎涵盖了我国所有的学术期刊。研究结果显示,我国学术期刊开通微信公众号的数量不断增加,开通比例呈上升趋势。此类研究多着眼于公众号开通与否、认证与否、推送频率、推文类型等,对推文内容、形式等方面有所建议,但解决策略不够深入。

2)对学术期刊微信公众号内容的分析^[6-9]。相关研究十分重视内容生产的重要性,具体分析推送文案的选题策划、写作风格、标题、篇幅等方面,为微信公众号内容的选择提供了有益借鉴。但多数经验集中于特定期刊或特定领域,且对内容的表现形式少有笔墨。

3)学术期刊微信公众号的版式设计^[10-11]。文章讨论了科技期刊微信公众号版式设计中存在的问题,并提出图片选择、封面、内文格式及版面设计等方面的技巧,但未涉及音频、视频等其他呈现手段的形式策划。

4)微信平台对期刊编辑工作方式的影响^[12-14]。相关研究探讨利用微信平台组稿、审稿及加强读者、编者、作者沟通交流的可行性,提出加强作者队伍建设、优化编辑流程、拓展期刊品牌等方面的措施,且反映出学术期刊编辑部复合型新媒体编辑人才缺乏这一现状。

为更好地发挥微信公众号的作用,本文从内容与形式相互依存、相互促进的辩证关系入手,着眼于提高学术期刊微信公众号的学术友好度,重点探讨学术期刊微信公众号的内容策划及形式策划,以微信思维提高传播效果、提升学术期刊的影响力。

* 国家社会科学基金项目西部项目(15XXW001);教育部人文社会科学研究一般项目(14YJAZH100);重庆市社科规划重点项目(2014ZDCB20)

2 微信公众号内容与形式的关系

2.1 精选内容 无论是在纸质出版占主要地位的时代,还是在媒体融合的背景下,我们都应当正视内容在传播中的重要性、实质性。推动传统出版和新兴出版融合发展的重点任务之一为“创新内容生产和服务”,要将传统出版的专业采编优势、内容资源优势延伸到新兴出版,顺应互联网传播移动化、社交化、视频化、互动化趋势,综合运用多媒体表现形式,生产满足用户多样化、个性化需求和多终端传播的出版产品^[15]。可见,内容的生产至关重要,始终是传播的重心、广大受众关注的核心。坚持“内容为王”、创新融合发展成为各种媒体的共识^[16]。对于学术期刊来说,高质量的学术内容必然是深耕之地,依然是提升期刊质量的关键所在。然而,如果学术期刊微信公众号的内容仅仅是纸刊的简单重复,将不能最大化地发挥微信平台的功能和社交扩散效应,需要根据微信平台适宜浅阅读、碎片化阅读等特点,在内容策划时有所选择,深度加工优质稿件,注重期刊品牌建设。

2.2 丰富形式 在媒体融合时代,与呆板的文字相比,多样化的诠释方式如图片、表格、音频、视频等更受读者青睐。动态的音频和视频呈现相当于作者为受众做了一场面对面的报告,比起受众文字阅读时的自我理解来说,作者讲述过程中改变语音语调等以强调文章的创新点、侧重点时,所达到的传播效果将更高效、更易懂。此外,符合读者审美的呈现方式(字体、字号、字符间距、行间距等)更能激发读者对内容读取的兴趣,这也是著作权法中保护版式设计的价值所在。

2.3 内容与形式的统一 单纯地注重内容为王,或是单纯地以形式为重,均有失偏颇。形式与内容相互依存、相互促进、相互影响、相互作用,是一种共生的统一体。再好的内容如果没有适当的形式便无法吸引用户的关注,而再好的形式如果没有内容的支撑也只能是徒有其表、华而不实。因此,学术期刊为最大化地实现传播效能,就不能偏废任何一方。

3 微信公众号的学术友好型策划策略

3.1 提升学术期刊微信公众号的友好度

以学术友好的方式提供学术出版,尽力保证作者、读者、审者对文章内容前沿性、创新性、理论性等方面的需求,同时最大化地从投稿、审稿、读稿等方面为他们提供高质量高效率的期刊服务,是每位学术期刊出版者所共同追求的目标。微信公众号作为学术期刊重要窗口,理应贯彻学术友好理念,在内容和形式的各个环节中贯穿友好的意识,从而提升学术期刊的友好度。

一方面,内容的策划要有针对性,积极了解学者们关注的热点,提炼学术文章的亮点,并以易被接受、被传播的语言整理出来,兼顾文章的科学性和可读性;另一方面,形式的策划要丰富多样、高效便捷,对内容的表现要有所突出有所取舍,各类查询入口分门别类、便于查找,以对用户友好的方式实现需求。

3.2 有针对性的内容策划

3.2.1 针对整本期刊的策划 学术期刊微信公众号的受众大多为某研究领域的学者,便于查阅的期刊信息介绍,包括基本情况、栏目、宗旨、范围、编委会、联系方式、作者指南、审稿说明等,可方便学者们分享期刊名片后对方能快速了解期刊。《纳微快报》《机械科学与技术》《纳米研究》(英文版)等微信公众号在主界面设置了“期刊介绍”“关于我们”板块,方便受众随时查阅期刊情况。同时,要及时推送期刊所取得的成绩、获奖情况等,树立高质量办刊、高品质服务的专业形象。另外,数据库收录情况、影响因子变化情况、高被引文章等也是学者们的关注点,期刊需注重相关内容的更新推广。2018年9月,《纳微快报》的高被引用文章单元依次介绍了该刊所发表的引用次数达到学术领域前1%的6篇文章,且在推文后附上较为详细的作者简介、影响因子、期刊介绍。此外,要及时推送每期新刊目录,便于学者及时阅读最新文章。如《图书情报工作》《第三军医大学学报》《局解手术学杂志》等公众号都会于刊期月初立即推送当期文章目录。

3.2.2 针对单篇文章的策划 目前,很多学术期刊微信公众号推送的内容仅仅是纸版刊发文章的简单重复,且学术论文篇幅较长,难以吸引受众注意,也不利于学者们在相关领域的学术群、会议群、朋友圈进行转发;因此,我们应基于微信利于碎片化、浅阅读的特点,以一种微信的思维来策划,以对受众友好的方式来呈现。在保证学术性和科学性的同时,可以将文章的创新性、前沿性整理浓缩。如《纳微快报》所设精品文章板块,将发表的文章简短精练为本文亮点、内容简介、图文导读几个部分,增强文章可读性,使得信息更容易被传递。还可以请作者增加与论文相关的视频文件,如实验过程、实验补充、失败的测试等相关视频。另外,许多黑白印刷的期刊无法刊发彩色图片,可以增加一些彩图增强视觉冲击力,提高视觉友好度。

3.2.3 打造特色内容 学术期刊是学者们展示学术成果的重要平台,将这一平台延伸到服务学术活动、提供最新资讯、促成交流合作的广度,能极大地提高学术期刊的友好度。期刊微信公众号不同于纸版限制于版面,使扩展内容的丰富性变得可能;因此,学术期刊微信公众号的推送内容可以涵盖一些主编、编委、顶尖专

家等的评论、行业动态、成果新闻等,从满足受众需求的角度打造属于自己的特色。如《激光杂志》开展的技术前沿、行业资讯、高校动态栏目整理推出与学科相关的最新动态,便于读者跟踪学术前沿,开展学术合作。一些医学类期刊还根据自身的学科特色,推出一些科普、保健方面的内容,如《中国药房》的药师说药、药品安全、大众保健等栏目。

3.3 用户友好的形式策划 形式策划的目的,不仅在于吸引用户注意,同时需要增强用户黏度。

首先,在微信平台,学术期刊可以充分利用语音、视频、图片、文字等多种表现形式来引起用户注意。利用语音、视频的形式策划诸如学术大牛、学术新秀面对面等内容,加深学者间的沟通交流,也为培养后起科研人才服务。如《中国激光》杂志社微信公众号的《五分钟光学》栏目,邀请学界大牛以短视频的形式介绍光学知识,生动形象。此外,还可以选择与推送的学术文章密切相关的图片,给受众更直观的感受;设计利于移动端流畅阅读的版面、内文字体、字号、行间距等,使用户乐于完整阅读。

其次,利用微信平台的功能服务增强用户黏度。以简洁方便的界面设置稿件查询、审理、校对等期刊常用功能,实现稿件处理过程的用户友好。创建文章引用格式一键复制等便捷功能,实现后端传播的用户友好。如《兵器装备工程学报》2019年2月依次推出2018年11期、12期、2019年1期中英文文献引用格式,方便读者引用,实践读者友好理念。采取线上互动形式提高用户的参与度,如版式、封面、图片、期刊风格定位、阅读体验等方面的投票活动,加强学者对期刊的“主人翁”意识和责任感。如《中国激光》杂志社的微信公众号于2019年1月推出旗下期刊《Advanced Photonics》创刊号阅读体验活动,并设置活动奖品鼓励用户参与、分享、转发,不但推广了新创办的《Advanced Photonics》,而且将首期论文最大化地推送给相关研究人员研读,增加被引概率,可谓一举多得。

4 结束语

微信公众号的运营和维护对期刊编辑提出了新要求,编辑部需要一批会策划、懂技术、能编辑的复合型人才。根据刊社网站查询及走访调研,笔者发现,推送频率稳定、推文内容丰富的微信公众号大都单独设有新媒体部,新媒体部与编辑部经常沟通,策划推文的内容和形式。而许多刊社还缺乏相应的部门和人才。笔者统计了重庆市学术期刊微信公众号近半年(2018年10月1日—2019年2月28日)推文阅读量,单篇阅读量第1位为《国际检验医学杂志》的“诺贝尔生理学或

医学奖揭晓:负性免疫调节治疗癌症的疗法”,第2位为《局解手术学杂志》的“2018年度《局解手术学杂志》优秀论文评选,你准备好了吗?”,均超过1万次。前者为内容策划的成功案例,后者的投票互动正是形式策划的典型方式。因此,作为期刊人,应充分利用好各种新媒体平台,深耕内容、丰富形式,保有学术友好的理念,努力向建设世界一流科技期刊的目标前进。

5 参考文献

- [1] 李雪昆,赵新乐.《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》审议通过引业界关注:媒体深度融合热潮将至[EB/OL]. [2018-10-15]. <http://www.gapp.gov.cn/news/1656/223719.shtml>
- [2] 全媒派. eMarketer 中国媒体报告:透视媒介市场[EB/OL]. [2018-10-15]. <https://news.qq.com/original/dujiabianyi/meitibaogao.html>
- [3] IT之家. 马化腾:微信活跃用户数全球超过10亿人[EB/OL]. (2018-03-05)[2018-10-15]. <https://www.ithome.com/html/it/349761.htm>
- [4] 王宝英. 中国科学引文数据库来源期刊微信公众号现状调查与分析[J]. 中国科技期刊研究, 2016, 27(1): 85
- [5] 张义,陈怡平. 中国科技期刊微信公众号现状调查及优化建议:以中国科学院主管主办科技期刊为例[J]. 编辑学报, 2016, 28(增刊1): 49
- [6] 李广欣. 科技期刊微信公众号推文内容运营状况调查与分析[J]. 中国科技期刊研究, 2017, 28(12): 1141
- [7] 陈玲,徐丞,杨驰,等. 科技期刊微信公众号文案的撰写分析:以《中国中药杂志》为例[J]. 科技与出版, 2016(6): 20
- [8] 张海东,孙继华. 科技期刊微内容传播的思考[J]. 中国科技期刊研究, 2015, 26(9): 925
- [9] 俞敏,王亚男,武瑾媛. 科技期刊微信公众平台的选题策划研究[J]. 编辑学报, 2017, 29(4): 335
- [10] 周丹,周华清. 科技期刊微信公众号文章版式设计研究[J]. 中国科技期刊研究, 2017, 28(12): 1154
- [11] 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
- [12] 吴彬,丁敏娇,贾建敏,等. 利用微信平台打造科技期刊编辑新方式[J]. 中国科技期刊研究, 2014, 25(5): 661
- [13] 李金丽,王薇. 微信平台与科技期刊作者队伍建设[J]. 中国科技期刊研究, 2015, 26(8): 901
- [14] 王福军,冷怀明,郭建秀. 新媒体环境中科技期刊编辑工作模式的转变[J]. 编辑学报, 2015, 27(5): 464
- [15] 新闻出版广电总局,财政部. 关于推动传统出版和新兴出版融合发展的指导意见[EB/OL]. [2018-11-5]. <http://www.gapp.gov.cn/news/1663/248321.shtml>
- [16] 章映. 媒体融合仍需“内容为王”[J]. 中国报业, 2016(6): 56

(2018-11-21 收稿;2019-03-05 修回)