

27 种肿瘤学科技核心期刊微信公众号应用现状分析

杨文燕,王瑶,张晶晶,孙娜,孔春燕

(山东省医药卫生科技信息研究所 山东省医学科学院,山东 济南 250062)

摘要: [目的] 了解肿瘤学科技核心期刊微信公众号的应用现状,为国内科技期刊微信公众平台的发展提供参考。[方法] 分析 27 种肿瘤学科技核心期刊公众号的应用情况。[结果] 27 种肿瘤学核心期刊中,有 15 种期刊开通了微信公众号,开通率 55.6%。其中服务号 5 个,订阅号 10 个;9 种杂志自行管理公众号平台,6 种委托传媒公司维护。菜单设置中,用户导航栏目一般包括期刊介绍、编委名单、主编介绍、投稿须知、联系方式 5 种,信息发布一般包括文章目录的推送、杂志最新消息、会议列表、广告信息等。互动交流部分一般是受众与编辑部的互动模块。15 种开通微信公众号的期刊中,8 种提供摘要推送,7 种提供过刊全文的阅读。[结论] 约半数的肿瘤学核心期刊开通了微信公众号,但有不少流于形式,微信公众号功能少,更新不及时,缺少特色。建议期刊编辑部重视微信的经营,及时更新杂志内容,细化功能分类,增加与受众的互动性,增强特色。

关键词: 肿瘤学;科技期刊;微信公众号;传播

中图分类号:G237.5 文献标识码:A 文章编号:1004-0242(2017)07-0578-03

doi:10.11735/j.issn.1004-0242.2017.07.A015

Application on WeChat Public Platform of Core Cancer Journals in China

YANG Wen-yan, WANG Yao, ZHANG Jing-jing, et al.

(Shandong Institute of Medical and Health Information, Shandong Academy of Medical Sciences, Jinan 250062, China)

Abstract: [Purpose] To survey the application on WeChat public platform of core cancer journals in China. [Methods] The application status on WeChat public platform of 27 Chinese core cancer journals was analyzed. [Results] Among all 27 cancer journals, 15 (55.6%) opened WeChat public platform, with service systems in 5 journals and subscription systems in 10. The WeChat public platform was managed by journals themselves in 9 and by media companies in 6 journals. In the settings menu the user navigation columns generally included journal introduction, list of editors, the chief editor, submission guidelines and contact information. The information delivery generally included the contents, the latest news, conference information and advertisings. The communication part contained the interaction between the readers and the editorial office. Among 15 journals with WeChat application, 8 provided the abstracts, and 7 provided full text of back issues. [Conclusion] About half of the core cancer journals in China have WeChat public platforms, but the application status is not completely satisfactory and still has rooms for further improvement.

Key words: oncology; scientific and technical journal; WeChat public platform; communication

随着网络的普及和数字技术的发展,一些新的传播手段也不断出现,传统媒体与新媒体之间的界限越来越模糊。人们的阅读习惯也逐渐地从报纸、期刊等传统媒体向新媒体上转移,传统媒体的生存空间正在受到挤压。科技期刊作为传播科技知识的载体,其受众主要面向特定学科的专业人员,其传播方式应具有互动性、即时性^[1]。微信公众号作为一种新的传播方式,其受众广、时效性强,且能够以一对

一交流的方式完成期刊和作者、读者的双向互动。积极利用新媒体技术,可以提高科技成果的传播速度,实现传播渠道的多元化,提高科技期刊的影响力。本文以 27 种肿瘤学科“中国科技核心”期刊为例,调查了其微信公众平台的应用情况,以期为国内科技期刊微信公众平台的发展提供参考。

1 资料与方法

1.1 关注期刊微信公众号

选取 2015 年版《中国科技期刊引证报告:核心

收稿日期:2016-11-08;修回日期:2017-01-11

基金项目:山东省艺术科学重点课题(1506026、1607069);山东省医学科学院医药卫生科技创新工程

通讯作者:杨文燕, E-mail: gwyx_yang@163.com

版》肿瘤学科分类中的27种肿瘤学科核心期刊^[2],在微信公众号搜索栏内搜索其期刊名,若能搜索到微信公众账号,添加关注。未搜到公众账号的,查看其官网是否附有微信公众号信息。若附有,重新搜索添加。

1.2 分析期刊微信公众号的应用

进入已开通的期刊微信公众号,分析其公众号的类别、菜单的设置、是否有期刊文章的推送、稿件采编系统的应用等情况。

2 结 果

2.1 微信公众号开通情况

截至到2016年3月,27种肿瘤学核心期刊中,有15种期刊开通了微信公众号,开通率55.6%。其中服务号5个,订阅号10个;杂志编辑部自己管理公众号平台的有9种,委托其他传媒公司帮助其维护公众号平台的有6种。

2.2 菜单设置

菜单设置中较为常见的包括用户导航、信息发布与互动交流。其中用户导航栏目一般包括期刊介绍、编委名单、主编介绍、投稿须知、联系方式5种。信息发布一般包括文章目录的推送、杂志最新消息、会议列表、广告信息等。互动交流部分一般是读者和作者与编辑部的互动模块,可以发起话题,向编辑部咨询和交流,编辑部在后台可以进行交流回复。

2.3 全文推送

15家开通微信公众号的期刊中,提供摘要推送的有8种;提供文章目录推送的有9种;5种提供当期全文的阅读,7种提供过刊全文的阅读。还有5种杂志具备检索功能,可以通过搜索文章题目、作者姓名和稿号检索全文。

2.4 稿件采编系统

4种杂志的微信公众平台具有稿件采编系统,可满足作者微信查询稿件状态,其中2种杂志具有专家审稿功能,可满足专家移动审稿的需求。

3 讨 论

3.1 微信公众号在期刊传播中的作用

微信是一种即时传播载体,作者利用手机可以

随时随地接收杂志社通过公众号发出的最新动态和信息通知,打破了时间和地理区域的限制^[3]。首先,学术期刊微信公众平台为学术期刊的信息发布、文章发布、优先出版、移动投稿查询、审稿人审稿、编辑加工、读者关系维护等提供了功能强大的服务平台。学术期刊无需花费大量经费,即可在线申请帐号,对期刊微信公众号的功能菜单、界面等进行个性化建设,并利用高级开放接口,将期刊已有的官方主页、采编系统、期刊微博等融合到微信公众号中来^[4]。第二,相比于传统纸媒,微信公众号传播速度快,信息传播速度呈几何级增长,具有随时、随地、全媒体传播的特点,有利于扩大学术期刊的宣传力度^[4,5]。同时微信公众号对信息的传播具有海量性、立体性的特点,依托现代先进的技术手段,一改传统媒体只能提供单一信息的特点,将各种信息形式(音频、视频、图片、文字等)杂糅融合在一起,然后发送到作者手机上。其传达的信息是立体性、多样化的,表现形式灵活、丰富^[6]。第三,微信公众号的受众广泛,且具有互动性。受众关注微信公众号操作简单、费用低廉甚至无收费,其受众比传统纸媒更加广泛^[7];且交互性极强,大大缩短了信息间交互传播的速度,甚至实现了编辑部和读者之间的“零时间”交流互动,相比之下传统媒体信息的制作、发行和反馈都需要大量的时间保障,其在时效性上已不敌微信平台^[7]。

3.2 肿瘤学科技核心期刊微信公众平台的应用现状

科技期刊微信公众号重开通轻运营的情况较为普遍。虽然很多科技期刊经营者重视微信公众号的开通,但大多没有重视其运营,开通后并没有投入相应的人力和物力进行运营,公众号活跃度不高,相当一部分微信公众号处于休眠和半休眠状态,成为“僵尸号”。有研究表明科技期刊微信公众号中“僵尸号”高达44.28%,并没有很好地发挥其跨媒体传播的优势^[8]。

本研究也发现了类似现象。27种肿瘤学科技核心期刊只有约半数开通了微信公众号(55.6%),且在15种开通微信公众号的期刊中,有不少流于形式,微信公众号功能少、更新不及时,无法帮助作者、读者和审稿专家获取有用信息,也无法通过微信及时获取反馈。微信公众号可以分为微信服务号和订阅号。服务号主要为用户提供服务,而订阅号则侧重于为用户提供各类信息和资讯,让用户获得更多的

信息。15种开通微信公众号的杂志中,有10种选择了使用订阅号传播信息。在公众号的管理方面,9种期刊选择自己管理,6种期刊的管理权外放,委托其他传媒公司帮助其维护微信平台。从用户体验上来看,委托专业公司维护的微信平台内容更全面,信息量更大、更丰富,但容易陷入模式化、统一化,较难体现杂志自身的风格和特色。科技期刊微信公众号的管理包括公众号的定位、设计策划和编辑等多个方面,涵盖领域较为专业,其运营是长期的过程,所以科技期刊如果具备专业的资源,可以在现有团队中整合资源建立专职的微信公众号运营团队,以发挥科技期刊的学科和专业优势。如果受到办刊资源的限制,则可以委托其他传媒公司帮助维护。

3.3 对国内肿瘤学科技期刊的建议

科技期刊为适应市场和作者、读者的需要,应尽早开通微信公众平台且投入一定精力对其进行维护^[9]。可以建立专职的微信公众号运营团队,也可选择正规传媒公司协助打理。然而在公众号创办初期,期刊编辑部应与传媒公司做好沟通,并给予传媒公司设计大纲,以免平台流于模式化、大众化。同时,期刊编辑部应对公众号进行合理定位。只有定位合理,才能发挥微信公众平台的作用,吸引目标群体,增强受众的黏性,在激烈的竞争中提升期刊的学术影响力。对期刊微信公众号的定位可以从专业基础、受众对象、竞争对手等各个方面进行考虑^[10]。另外,需要及时更新公众号推送,同步上传杂志当期内容。科技期刊由于科研成果需要急切报道的特殊性,要追求时效性。与此相对,期刊编辑部也应尽可能多地上传过刊,帮助作者对杂志有更多的了解。

除同步更新杂志内容外,微信公众平台功能分类应更加细化。如设立检索功能,帮助读者在文献“海洋”中快速分类、精准定位,同时设立稿件采编系统,帮助作者和审稿专家随时随地查看稿件状态,对文章进行编校、审读,方便他们利用零散时间,提高工作效率。

在微信公众平台上,读者已不再只是信息的旁观者和被动接受者。他们可以在公众平台上自由发表观点,并第一时间反馈给期刊编辑部,期刊编辑部也可第一时间为其答疑解惑、解决问题。既实现了期刊编辑部与读者之间的即时互动,又能帮助期刊编

辑部及时传达信息,起到宣传自身的作用^[7]。

微信公众平台是一种新的媒介形式,肿瘤学科技期刊已不能再完全依赖“纸张”推广自己,而应顺应时势,了解微信公众平台等新型传播形式的特点并用心经营,积极投入人力、精力、财力尝试传播媒介的二次开发,为用户提供更加人性化、多元化的信息服务,提升杂志的影响力、竞争力。

参考文献:

- [1] Ji HT, Guo YM, Guo XL. Convergence of academic periodicals and new media: opportunities, challenges and countermeasure[J]. Acta Editologica, 2015, 27(5): 412-415. [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): 412-415.]
- [2] Institute of Scientific and Technical Information of China. Chinese S&T journal citation reports: 2015 core edition[M]. Beijing: Science and Technology Literature Publishing House, 2015. [中国科学技术信息研究所. 2015年版中国科技期刊引证报告: 核心版[M]. 北京: 科学技术文献出版社, 2015.]
- [3] Feng SD. Characteristics of WeChat communication and methods of public opinion guiding [J]. Journals of News Research, 2015, 10(6): 27. [冯韶丹. 微信传播特点及舆论引导方法研究[J]. 新闻研究导刊, 2015, 10(6): 27.]
- [4] Xie WL. Service innovation of academic journals' micro-message public numbers in the mobile internet era [J]. Chinese Journal of Scientific and Technical Periodicals, 2015, 26(1): 65-72. [谢文亮. 移动互联网时代学术期刊的微信公众号服务模式创新 [J]. 中国科技期刊研究, 2015, 26(1): 65-72.]
- [5] Zhu JH. How the print media operate WeChat public media? [J]. Media Review, 2015, 5: 64-66. [朱建华. 纸媒如何玩转微信公众号? [J]. 传媒评论, 2015, 5: 64-66.]
- [6] Wang YL. Analysis of the spread of traditional media WeChat public accounts [J]. Audio-visual Monograph, 2015, 8: 23-26. [王亚丽. 传统媒体微信公众账号的传播分析[J]. 视听专论, 2015, 8: 23-26.]
- [7] Luo LQ. An analysis of the current situation and problems of the WeChat public accounts operation of traditional media—a case study of CCTV News, People's Daily [J]. Journals of News Research, 2015, 12 (6): 13-14. [罗利琼. 传统媒体微信公众号的运营现状及问题探析——以“央视新闻、人民日报”等为例[J]. 新闻研究导刊, 2015, 12(6): 13-14.]
- [8] Zhang YP. Research on the operation mode of scientific journals' WeChat public number: quantitative research on the four kinds of core scientific journals [J]. Chinese Journal of Scientific and Technical Periodicals, 2015, 5: 524-531. [张艳萍. 科技期刊的微信公众号运营模式研究——基于4种核心科技期刊的量化分析[J]. 中国科技期刊研究, 2015, 5: 524-531.]
- [9] Wang HY. Analysis of the editing and operation strategy of WeChat in traditional media [J]. Editors' Friend, 2015, 2: 85-88. [王海燕. 传统媒体微信公众号编辑与运营策略分析[J]. 编辑之友, 2015, 2: 85-88.]
- [10] Xiao XY. Discussion on the WeChat public location and application skills of scientific and technical journals [J]. Science and Technology Communication, 2015, 6: 123-125. [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, 6: 123-125.]