

学术公众号应如何有效发挥学术传播作用

黄思捷 李青阳 周 雪 刘符雅婷 李娇娇

山东师范大学 山东济南

摘 要: 微信公众号在我们生活当中的应用非常广泛, 微信公众号最早出现于2011年, 其出现为现代信息传播打开了新方式。并且自2012年起, 微信公众号的应用已经传播到旅游服务文化学术等多个方面。学术公众号也应运而生、层出不穷, 但统计表明, 学术微信公众号的发展并不十分顺利, 由于存在功能单一、内容枯燥、缺乏互动推广等问题, 其学术影响力传播度始终差强人意, 如何提升学术公众号的有效运营、增强它的活力和学术传播作用, 扩大其影响力, 成为亟待解决的重要问题。

关键词: 学术公众号; 有效运营传播

一、学术公众号的优势

随着新媒体的不断发展, 学术类微信公众号应运而生, 为学术推广提供全新的线上渠道。由于其依托互联网、大数据平台, 跨越了时间空间和载体的限制, 在学术分享、交流借鉴方面展现出了极大优势。

1. 学术公众号具有实时性

传统学术知识分享发表需要依靠纸媒载体, 因此从稿件完成到完整的印刷发表制作周期较长, 如果任一环节出现问题, 则需要耗费更多的时间去解决, 往往发表出来已经离成果研究进展相隔较长时间。在网络飞速发展的时代, 信息知识迭代更新极快, 过时的知识已无法满足读者的阅读需求。而学术公众号因其具有实时性, 不受时间和地点限制, 可以非常迅速分享学术专业领域的最新前沿成果, 保证了内容具有时效性, 更加精确细致。

2. 学术公众号具有互动性

传统学术文章与作者的沟通形式十分有限, 仅有信件传递或当面沟通的途径, 而往往受距离的限制无法开展或进展较为缓慢困难, 对于内容方式的讨论更多则是以线下见面、研讨会的形式展开。作者和读者、读者与读者之间无法建立便捷、实时的联系, 在漫长的时间损耗中, 也限制了双方思维的碰撞交流, 降低了交流反馈的积极性。而微信公众号发布的内容在查看后可以在评论区、后台留言, 作者也可以分享自己的想法, 大大增强了平台与读者、作者的互动性; 分享与在看功能可以使读者看完通过线上链接, 马上将相关内容分享给他人

进行具体的探讨, 实现了作者和读者之间“零距离”的交流互动。

3. 学术公众号具有先进性

微信公众平台依托现代先进的技术手段, 依托现代“互联网+”模式, 将传统学术与网络结合, 顺应时代潮流和科技发展。同时一改传统媒体单一的表现形式, 将文字、图片、音频、视频多元素融合在一起, 给读者以全新、多方位的阅读体验, 将书面学术知识可视化丰富化, 以多样化形式进行输出推广。

二、学术公众号发展现状及存在的问题

在新媒体数据信息飞速发展的时代, 许多期刊、学者已经意识到微信公众号在学术交流传播中的便捷性优势, 又因微信公众号运营成本、准入门槛和技术性水平要求较低, 微信学术公众号数量迅猛式增长, 种类繁多覆盖专业领域各个方面, 但从现有的学术微信公众号总体情况和团队自建的学术公众号运营情况来看, 存在着如下问题:

1. 内容零散, 缺乏统一方向与规划

内容推送的实时性和便捷性是学术公众号的显著优势, 也是公众号吸引用户、保证用户的重要前提。但在调查中我们发现, 许多学术公众号只是因为一时兴起而注册, 注册后内部管理并未形成有效可行的内容推送计划, 甚至于对于内容的方向规划都没有清晰的认知, 并未将文章内容按照公众号简洁清晰的特点来加以改造, 而只是将原文内容照搬, 没有任何创新, 在流量到达低谷后就轻易放弃了经营。此做法虽然保留了学术文章的专业性、完整性, 但却忽略了微信公众号内容输出区别于传统标准学术传播的特点, 削弱了微信公众平台作为

大学生创新创业项目: 微信公众号的打造与营销——以“新经济40人”为例(2022030109)

新媒体的特性和优越性,大量长文章的出现使阅读体验感下降,易使读者产生疲劳感,而学术论文报告一旦总结出来即刻转发推送,缺乏计划性,公众号的内容推送时间间隔总是飘忽不定,长久以往读者因失去兴趣耐心或公众号因无研究成果而长时间未更新,将导致大量活跃读者的流失。

2. 内容复杂,难以理解

大部分学术公众号关注者都是想通过微信平台获取与自己息息相关的各类信息或是利用闲暇时间对自身知识面进行扩展。关注需求在于获取知识的时间短、易理解的便捷性,但是在运营公众号过程中,仅仅将期刊文章、学术观点全文照搬复制,完全丧失了这一关注需求的优势地位。且这些文章专业词汇过多,大部分内容冗长复杂而又枯燥,大大提高了读者的门槛,花费较长的时间阅读却无法获得与自身需求切实相关的信息知识,读者的关注兴趣自然而然也就降低。

3. 信息推送延迟

公众号的及时推送是区别于传统媒介极大的竞争优势,推送越频繁、活跃度越高吸引的读者越多,关注度越多,传播量也越大。但部分学术公众号存在内容更新延迟的问题。例如,一些专业领域最新的学术成果并没有被及时的推送到微信公众号中。还有一些学术期刊的内容已随时间的推移失去了实效性,出现了新的结论但在公众号上未及时更新迭代,传播了不完善的研究理论。这些低推送频率的微信学术公众号,完全没有利用好平台的巨大优势,使学术公众号线上的及时性优势丧失殆尽,造成了信息的滞后,随着热度流量的下降,已有的读者都很难留住,更别说吸引更多的订阅者。

4. 缺乏互动性

微信公众号区别于传统学术传播载体的另一大优势是互动性强、自由度高,各方用户可以在评论区和后台自由的发表对自己的看法和结论,但是在调查中发现,一些学术公众号关闭了文章的互动模块,因此读者无法在平台上表达自己对文章的看法和建议,而对于推送文章的一些改进建议和看法也就无从获得。还有部分学术公众号仅仅只在形式上做到了互动性,对评论和消息回复的不及时,甚至置之不理表现出对读者意见的不重视,令读者对于公众号的期待落空也就失去了部分用户,降低了公众号传播活跃度。

三、有效提升学术微信公众号传播度策略及运营方式

微信公众号是新媒体时代依靠微信平台产生的学术

传播新途径,已经成为吸引读者和服务读者的重要载体,这不仅能够增强读者和作者之间的互动交流,更重要的是可以进一步提高学术的社会影响力和知识传播度,让人们在日常时间里也能接触到优质的学术内容。优秀的微信公众号运营,不仅要注重推送内容的高质量吸引读者用户,同时还要采用高效的运营推广策略,以此提升微信公众号的关注度和活跃度,以此达到有效传播学术的目的。经过充分的梳理分析我们总结出以下提升公众号有效性经营及知识传播度的方法策略:

1. 加强微信运营团队建设

现在很多学术微信公众号仅靠业余零星人员兼任,并没有形成系统化的专业人才团队对推送的内容、排版等方面进行审核修改和创新。繁琐或毫无吸引力的内容即使推送出去也很难引起人阅读下去的欲望,因此,要想打造一个运营情况良好,并被越来越多的作者(读者)所认可的微信公众号,一支优秀专业的微信运营团队是必要的,推动学术期刊与新媒体的深度融合。这支队伍除了对专业领域的学术知识有所了解外还要熟悉对新媒体的排版设计和内容创作,同时具备一定的新媒体知识,深谙平台流量阅读机制,有计划性地将流量长效化。总之,拥有一支专业的设计规划团队,是成功运营出一个有影响力的微信公众平台必不可少的基础条件^[1]。

2. 内容编辑日常化趣味化

学术论文传阅的有限性有很大一部分在于内容的专业化和学术性,大量学术名词描述晦涩难懂,篇幅长输出知识多,往往需要花大量的时间进行阅读和理解而与之相悖的是随着社会经济高速发展,人们的生活节奏也在不断加快,往往都是闲暇休息时间才在智能设备上简单浏览,两者之间无法适应,无法满足读者的阅读需求,许多读者也就“知难而退”,草草掠过。因此公众号在推送内容时应根据文章的专业度和难度进行合理的二次修改,对整体内容进行简单的总结,在保证严谨性的同时挑出重点和与日常生活有关联性的内容用通俗化的语言描述,也可以运用比喻、拟人、举例等方法配合生动有趣的图文,让专业知识“落地”,保证无论是领域人才还是平民百姓都能在短时间内理解文章所要传递的核心内涵。

值得注意的是在文章二次修改加工的过程中,要注意保护学术论文作者的权益,谨防内容的篡改和抄袭,否则可能会丧失有学术研究基础的人对公众号和平台的信任,导致读者(作者)流失,甚至严重者会造成行业乱象和学术不端的恶劣影响。

3. 实施个性化的时新内容推送

当前,微信公众平台的数量不断增多,要想让用户对平台产生黏性,就必须以读者的需求为中心。运营人员可以根据微信公众号后台数据了解各个文章的阅读量、点击量及反馈,从中分析出读者特点、兴趣所在等方面。结合这些特征细化分区有针对性的向用户提供相应的文章内容。同时结合最新的时事热点或学术成果,做到平台内容及时更新,确保读者能第一时间了解到自己想要的知识,增强用户对公众号信息的依赖,利用碎片化时间阅读汲取信息,发展长期用户以维持公众号稳定的内容传播度和曝光度。

4. 强化公众号各方互动性

部分活跃读者在了解信息知识后,出于交流或陈述观点的目的会在文章评论区发表观点,我们需要明确的是除了先期的知识接收和学习,后期的思想碰撞也至关重要。因此,公众号运营过程中需要对这些评论意见进行回复,在此基础上统计分析反馈,也为后续内容调整提供了重要的参考。在评论区鼓励各抒己见,交流讨论,也可以请文章作者进行相关答疑,实现公众号编辑、作者、读者三方互动性沟通,提高微信文章的点击量和期刊的学术影响力。同时,公众号也可利用在讨论过程中产生的争议话题或得到的灵感,就此组织线上学术互动交流,并对后续的进程结果进行实时跟进、推送记录,如果热度进一步提升还可以将线上互动发展至线下,如此一来不仅能提高读者的阅读积极性和学术传播度,还能吸引更多的专业性关注度,与作者达成一些长期作品引用、推送、交流合作。

5. 加大平台宣传力度

微信公众号宣传度的增加一部分是靠优质内容的稳定输出保证老用户的黏性,另外一部分还要靠持续不断的宣传推广,以吸引新用户的加入,单一的微信公众平台并不能完全满足传播推广需求,必须通过多种渠道推广微信公众号,吸引跨平台流量才能进一步扩大其影响力以下分为两个部分:

(1) 微信平台内宣传,巩固发展用户

一、微信社群运营。建立公众号读者群,在日常推送常规内容的基础上,分享学术期刊全文和相关领域学术会、其他成果信息满足专业人士及时获取信息的要求。

定期在群内开展答疑分享活动并在朋友圈发布预告,吸引群内用户转发,以此扩大公众号的影响力和传播。

二、设立有奖性活动。适当开展小部分抽奖或免费礼品活动,如转发点赞至15人送学术总结免费资料包、小挂件或小程序拼团3人免费获取相关资料等活动提升学术公众号内容转发量,大范围吸引读者。

三、加强二维码推送。与期刊文章作者、其他公众号建立合作,在朋友圈、其他公众号推文中推送学术公众号二维码,建立便捷链接,增加公众号订阅关注度。

(2) 跨平台宣传,吸引新用户

一、在纸质期刊的封面、官网、宣传册等比较显著位置印制期刊公众号的二维码,也可以将公众号推送的以往内容进行书面设计总结合集形成宣传书籍,在书籍中印上二维码,线下活动交流赠送,将纸媒用户转变为公众号用户^[2]。

二、在公众号运营编辑获取最新内容期间,通过参与学术交流会、分享会上提及推广学术公众号的运用,严明好处以吸纳更多研究型人员读者。

三、利用小红书、哔哩哔哩、抖音等平台,根据其平台的流量特点创设账号,个性化定制推文,引流跨平台用户的关注。

综上所述,在现今新媒体技术不断发展,微信公众号为传统学术内容传播推广提供了一个全新的途径,为读者、作者在专业知识的传递之间搭建了新的桥梁。如今,许多学术平台都已经开通了相应的微信公众号,各专业领域也有不同偏重的公众号不断产生,借助微信公众平台即时性、互动性优势,弥补了传统媒介载体耗时长、程序繁琐等问题,加强微信公众号内容的编辑加工,提升互动性、利用多平台有针对性地进行推广,实现学术知识与网络媒体的结合,增强学术辐射度,提升社会影响力具有重要意义。

参考文献

- [1] 马睿. 学术期刊微信公众号运营现状和提升策略研究[J]. 广东轻工职业技术学院学报, 2020, 19(04): 77-80. DOI: 10.13285/j.cnki.gdqgxb.2020.0063.
- [2] 胡英. 学术期刊微信公众号传播策略研究[D]. 中南大学, 2022. DOI: 10.27661/d.cnki.gzhnu.2022.004767.