

虚拟专题在科技学术期刊新媒体平台中的探索与实践

胡前进

《指挥控制与仿真》编辑部,222061,江苏连云港

摘要 为了提升“智汇杰瑞”新媒体平台的传播影响力,本文采用内容和数据驱动模式,将多源信息与虚拟专题的理念相结合,首先构建科技学术期刊新媒体知识服务平台;其次重点聚焦虚拟专题在新媒体知识服务平台的策划与传播实践;最后对虚拟专题在科技学术期刊新媒体知识服务平台中的实践成效进行总结,并对新媒体融合环境下,虚拟专题如何发挥优势更好地为科技期刊服务进行了探讨。

关键词 虚拟专题;新媒体;知识服务平台

Research and practice of virtual topic in new media platform of scientific and technological academic journals//HU Qianjin

Abstract In order to enhance the influence of the new media integration service platform of *Command Control & Simulation*, this paper adopts the content and data driven model, combines the concept of multi-source information and virtual topics, and first constructs a new media knowledge service platform for scientific and technological journals; secondly, it focuses on the planning and communication practice of virtual topics in the new media knowledge service platform; finally, the paper summarizes the practical effects of virtual topics in the new media knowledge service platform of scientific and technological journals, and discusses how to take full advantages of virtual topics in the new media integration environment to better serve scientific and technological journals.

Keywords virtual topic; new media; knowledge service platform

Author's address Editorial Department of Journal of Command Control & Simulation, 222061, Lianyungang, Jiangsu, China

DOI:10.16811/j.cnki.1001-4314.2022.06.018

目前,随着移动互联网、大数据技术、机器学习、人工智能等技术的发展,新媒体不断提升科技期刊知识服务的广度和深度^[1-3]。以微信公众号、视频号、抖音号为载体的新媒体如何与传统的科技期刊进行媒体融合,提升期刊影响力得到越来越多学术期刊编辑部的关注。

1 “智汇杰瑞”新媒体知识服务平台

《指挥控制与仿真》(以下简称《仿真》)的微信公众号于2017年4月开通,关注人数与期刊每年的投稿数量呈正相关,期刊每年平均来稿的总数区间在320~400篇,微信公众号通过自然增长的方式,平均每年新增关注的人数区间同为320~400人。2022年2月,《仿真》的微信公众号改名为“智汇杰瑞”,利用主

办单位“杰瑞”品牌在防务行业领域的影响力,整合期刊和主办单位的优势资源构建“智汇杰瑞”新媒体知识服务平台。“智汇杰瑞”不断在新媒体传播环境下对期刊存量资源进行开发利用,同时聚焦国外多源信息进行虚拟专题编译汇聚,为用户提供高质量的国防科技动态信息服务,提升平台的用户黏性和影响力。

1.1 平台围绕特色和优势资源寻求差异化发展定位

笔者通过对国防科技领域内的“中国指挥控制与学会”“战略前沿技术”“学术plus”“海洋防务前沿”“电科防务”等多个行业类新媒体平台进行分析,提炼出平台聚焦特色和优势资源,寻求差异化发展定位。

《仿真》的特色是聚焦海军武器和作战系统领域,尤其是在水面舰艇、水下装备、无人作战、指挥控制等新兴技术领域具有资源优势 and 行业特色。“智汇杰瑞”新媒体知识服务平台通过对期刊的存量文献数据和智力资源进行开发再利用,同时对国外的防务智库、防务企业、国防部和军队官网、国外军事媒体、行业学会、高校及研究机构的多源信息进行针对性选择、翻译及虚拟专题汇聚,构建与期刊和主办单位研究领域关联性较高的国防科技动态信息新媒体知识服务平台。

“智汇杰瑞”新媒体知识服务平台的发展策略是通过优势内容带动特色发展。平台针对海军领域的水面舰艇火力控制、潜艇指挥控制、无人作战体系、两栖作战、水下攻防、模拟训练体系等特色资源不断进行虚拟专题的策划和汇聚,并期望能够获得其他影响力较大的新媒体转载,来多维度提升关注人数和阅读次数以及平台和期刊的影响力。

1.2 “智汇杰瑞”新媒体平台的框架构建

2022年,笔者将虚拟专题拓展到“智汇杰瑞”新媒体知识服务平台,在虚拟专题融合广度和深度层面进行不断的探索与实践。内容为王是新媒体知识服务平台的核心策略。“智汇杰瑞”新媒体知识服务平台聚焦国防科技领域的特色资源和文献推荐阅读数据进行虚拟专题的策划、解析重构和知识呈现。

“智汇杰瑞”新媒体知识服务平台由《仿真》的数字出版系统、《仿真》富媒体文献系统、外文国防科技动态系统、虚拟专题系统、精准推送系统等构成,以信息和数据的重构为核心。新媒体知识服务平台需要和传统期刊进行优势互补,优化媒体融合结构及其之间

源国防信息进行的数据分析表明,无人机、无人艇、无人车、无人蜂群等无人作战方向的学科交叉研究逐渐成为行业新的研究趋势。笔者通过对知网、万方、维普等国内学术平台和行业内的新媒体平台进行无人作战方向关键词检索,发现相关文献和发表的文章很少,关于海军领域的就更少,从而确定将海军领域的无人作战方向作为平台的特色虚拟专题。《仿真》及其主办单位在海军武器系统和作战系统领域具有优势资源,为了加强资源的整合效应,形成平台的特色方向,平台在无人作战方向的策划聚焦在国外海军领域,关注海军领域的无人架构、无人集群、有人/无人协同、无人机等方向的国防科技动态。

无人作战特色虚拟专题属于多学科交叉新兴研究领域,自由来稿较少,因此无人作战专题原创文章采取定向约稿、广泛征稿的方式进行策划。通过对《仿真》作者群体和专家群体的研究方向进行分析,选取与无人作战方向相关性高的作者和专家展开约稿,同时通过主办单位的科研部门了解无人作战方向项目和基金的承担单位,对项目和基金的负责人重点展开跟踪约稿。为了扩大征稿的范围,《仿真》和“智汇杰瑞”新媒体平台协同展开无人作战方向的征稿宣传,发布了无人作战10个方向的专栏征文通知,获得了10篇原创类无人作战方向的文章。10篇文章陆续通过《仿真》和“智汇杰瑞”新媒体平台刊发。

对于国外无人作战方向的国防科技动态,重点聚焦美国海军的无人作战体系,同时跟踪英国海军、法国海军、俄罗斯海军等多个国家海军的无人方向技术和产品动态。对于无人作战方向的英语和俄语国防动态,应用“智汇杰瑞”新媒体信息流程,通过编译、翻译校对、责任编辑、审核等流程确保翻译质量,并注重时效性即时发布。“智汇杰瑞”新媒体平台发布了多个国家的无人水面艇、无人系统整合优化方案、无人系统的作战模式、无人/有人系统协同作战场景、多款新型无人装备和产品,成了“智汇杰瑞”新媒体平台的特色栏目,在国防科技新媒体领域无人作战方向领域具有一定知名度。

无人作战虚拟专题的原创文章和国外多源国防科技动态的多篇文章被“中国指挥与控制学会”“战略前沿技术”“无人争锋”“AI致胜未来”“智能巅峰”“网信前沿观察”“海上智能与体系工程”等多个新媒体平台转载,无人作战方向的发文获得了行业的极大关注。以平台发布的《海战场无人作战体系协同运用与指挥控制设想》一文为案例,通过“智汇杰瑞”微信公众号发布,获得了1661次阅读量,同时被国防科技领域影响力较强的“中国指挥与控制学会”微信公众号头条

全文转载,并且被“战略前沿技术”“无人机”等3个公众号转载,新增7789次阅读量和300人关注,指标效果提升显著。

2.2 挖掘优势资源,策划热点跟踪虚拟专题

《仿真》在海军作战系统领域有着丰富的内容积累和专家智力资源,新媒体编辑通过对存量优势资源进行挖掘,经过分析,作战系统数字化概念较热,尤其是数字孪生技术,便开始策划热点跟踪虚拟专题。新媒体编辑首先从期刊的作者群、专家群进行定向约稿,成功纽约原创文章《美海军作战系统数字化的发展与启示》。《美海军作战系统数字化的发展与启示》通过“智汇杰瑞”微信公众号发布,获得了1380次阅读量,其中91人进行微信朋友圈分享,分享产生了近1000次阅读和31人关注。

依据推送数据分析,编辑认为对于热点跟踪虚拟专题策划的方向是国防科技行业热点研究领域,随后对期刊的内容资源和国外其他国家海军的作战系统进行整合分析,发现有相关文章2篇,其中1篇是数字孪生技术方向,另外1篇是俄罗斯潜艇作战系统领域文章。编辑随即对俄罗斯潜艇作战系统领域的文章进行编译,同时对期刊的数字孪生技术文章进行新媒体编辑。

“智汇杰瑞”新媒体平台发布俄罗斯潜艇作战系统和数字孪生技术方向2篇文章以后,笔者对传播效果进行持续跟踪,文章转载传播扩散效果证明了上述挖掘优势资源,策划热点专题策略的有效性。俄罗斯潜艇作战系统类主题文章被船舶军工集团的重要智库《船舶军工快讯》202期全文转载,并下发多家军工研究所,新增关注人数81人,“智汇杰瑞”微信公众号在船舶行业领域得到了较好的曝光度;数字孪生技术主题文章被“战略前沿技术”“数字孪生体实验室”“数字孪生 DigitalTwin”“全球技术地图”等9个微信公众号转载分享,产生了6110次阅读量,新增287人关注,指标提升效果超出编辑的预期。

2.3 他山之石可以攻玉,以转载目标为导向的虚拟专题策划

笔者持续关注“中国指挥与控制学会”“战略前沿技术”“海洋防务前沿”“电科防务”“学术plus”等几十个与“智汇杰瑞”新媒体平台存在较高相关性的学术新媒体平台文章的推送情况。笔者通过综合分析上述学术新媒体平台的文章主题选择、阅读次数、转载等情况,即时调整和完善“智汇杰瑞”新媒体平台国外多源国防科技动态的编译和原创文章的选择优化。结合“智汇杰瑞”新媒体平台和《仿真》的现状,笔者将平台提升工程围绕转载目标为结果导向,认为只有编译和

原创出优质的内容,才能吸引行业内影响力强的新媒体平台的关注和转载,从而实现“智汇杰瑞”新媒体平台关注人数和阅读次数等核心指标的跨越式增长。

结合上述转载目标导向的虚拟专题策划思路和行业内学术新媒体平台的推文分析,“智汇杰瑞”新媒体知识服务平台相继策划了系统装备、外军动态、新兴技术、仿真训练、战略规划、重磅发布等6个国防科技动态虚拟专题。紧跟行业类学术新媒体的推文动态,“智汇杰瑞”新媒体平台在行业类新媒体平台讨论俄乌冲突时,即时推文《某局部冲突中无人机作战运用及启示》,获得1 253次阅读量,并被“战略前沿技术”“无人机”“云脑智库”3个微信公众号转载;行业类新媒体平台在推文发送无人机主题时,“智汇杰瑞”新媒体平台即时编译《全球首款潜射四轴无人机问世》并进行推送,获得1 422次阅读量,并被“智能巅峰”微信公众号转载;行业类新媒体平台在推文发送无人机蜂群主题时,“智汇杰瑞”新媒体平台即时推文《无人机蜂群对海作战概念研究》,获得1 000次阅读量;行业类新媒体平台在推文发送人工智能对于作战模式影响时,“智汇杰瑞”新媒体平台即时跟进推送《智能规划:未来战争智权之争的关键》,被“战略前沿技术”和“云脑智库”全文转载,新增1 007次阅读。

围绕行业类多个影响力强的学术新媒体平台的推文模式进行数据研究分析,并即时提炼推文的主题及相关性信息,进而动态调整“智汇杰瑞”新媒体平台的国外国防科技动态和原创文章的优化选择,这个虚拟专题策划策略经过编辑部6个月的摸索与实践,证明是一个切实可行的方案。

3 虚拟专题策划的成效分析

3.1 平台关注人数和转载率数据分析

“智汇杰瑞”新媒体平台发布原创类和外军国防科技动态8类虚拟主题共137篇文章,其中63篇文章被行业具有较大影响力的“战略前沿技术”“中国指挥与控制学会”等17个新媒体平台转载。2022年3—10月,“智汇杰瑞”平台新增关注人数2 155人,相比2021年同期的564人,增长了2.82倍。笔者对“智汇杰瑞”平台按月关注人数进行统计分析,2022年10月新增关注人数最多,达到了620人,是2021年同期新增关注人数的12.65倍。

3.2 平台阅读量数据分析

2022年3—9月和2021年同期相比,“智汇杰瑞”新媒体平台最低阅读量由1 845次提升到3 348次,平台最高阅读量由3 404次提升到14 000次,虚拟专题的策划和实践对于平台阅读量指标的提升有明显

效果。

3.3 期刊传播影响力提升数据分析

“智汇杰瑞”新媒体平台发布《仿真》的原创文章15篇,依据新媒体管理后台数据显示,其中9篇文章被行业类多个新媒体平台全文转载,在其他新媒体平台新增阅读量23 050人次,提升了《仿真》在行业新媒体平台的曝光度,一定程度上提升了期刊的品牌和传播影响力。

3.4 平台网络社群传播数据分析

“智汇杰瑞”新媒体平台的55篇被转载的外军国防科技动态文章,鉴于文章版权问题,在文章发布时,选择的是编译非原创类别。上述发布方式的不足是行业微信公众号转载文章时,并没有显示“智汇杰瑞”微信公众号的名片和链接,而是选择文字标注微信公众号名称,微信公众号的更多和其他渠道来源阅读是用户通过搜索“智汇杰瑞”微信公众号名称来完成关注和阅读。

对2022年9月和2021年9月的“智汇杰瑞”微信公众号阅读量次数、渠道、来源进行对比分析,通过微信朋友圈、微信社群分享、微信公众号搜索等其他渠道的网络社群传播数据有着明显提升,其中朋友圈分享的次数提升了7.83倍;微信社群分享的次数增长了3.03倍;微信公众号搜索次数增加了6.02倍。上述数据说明,通过虚拟专题策略,从行业其他微信公众号吸引来的关注人数成功地留了下来,并且通过朋友圈、微信社群分享和转发“智汇杰瑞”微信公众号的文章,和平台进行交互,用户黏性进一步提高,这说明虚拟专题的实践是有价值和意义的尝试。

3.5 扩大期刊稿源,优化期刊专家团队建设

“智汇杰瑞”新媒体平台吸引了大量国防科技领域研究人员和专家学者的关注,《仿真》借助于平台的传播影响力,策划了新的专题征文通知,获得了1 800次阅读量,为吸引优质稿源提供了前提。《仿真》在平台发布青年编委招募通知,获得了565次阅读量,并成功吸引学术潜力强、为期刊服务意识高的40名青年学者参与期刊投稿和审稿,成立青年编委会,优化期刊专家团队建设。

4 结束语

本文以“智汇杰瑞”新媒体平台为案例,以平台的关注人数和阅读量增长为目标,通过优质内容差异化定位策略,通过多个虚拟专题的策划与实践,成功吸引多个行业新媒体平台的关注和内容转载,提升了平台和期刊的传播和影响力。围绕平台与期刊的深度融合

[下转第681页]

多冲击淘宝、微信冲击微博、App端冲击PC端、网络直播冲击传统电商等事件正在频繁上演,仅跟随旧有模式将难以获得互联网红利。对此,如能对当今互联网行业的最新业态进行借鉴,将有助于把握明天、占得先机。科技期刊还需加大对私域流量、信息投喂、流量社群等模式的探索,以寻求新的机遇。

6 参考文献

- [1] 新华社. 两部门印发关于推动传统出版和新兴出版融合发展的指导意见[EB/OL]. (2015-04-09)[2022-06-23]. http://www.gov.cn/xinwen/2015-04/09/content_2844294.htm
- [2] 周华清, 郑骋, 王冰云. 新媒体传播下学术期刊知识网红学术运营可行性分析[J]. 编辑学报, 2021, 33(6): 669
- [3] 蒋亚宝, 栗延文, 吕建新, 等. 科技期刊微信公众号传播力及运营策略研究[J]. 编辑学报, 2020, 32(3): 257
- [4] 尹欢, 孔敏, 张彤, 等. 英文学术期刊学术社区的探索与思考: 以《园艺研究》为例[J]. 中国科技期刊研究, 2021, 32(8): 1040
- [5] 王一俊. 出版业私域流量运营初探: 以“华理日语”新媒体矩阵为例[J]. 现代出版, 2021(2): 85
- [6] 孔薇. 科技期刊微信公众号编辑应具备的4大意识[J]. 编辑学报, 2019, 31(6): 689
- [7] 陈建华. 媒体融合环境下我国科技期刊转型发展的困境及对策[J]. 编辑学报, 2020, 32(2): 150

- [8] 辛亮, 黄雅意, 黄锋. 媒体融合背景下科技期刊的思维转型[J]. 编辑学报, 2019, 31(2): 156
- [9] 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
- [10] 顾艳, 崔金贵, 郭欣, 等. 科技期刊离大众传播有多远: 从学术论文到科学新闻[J]. 编辑学报, 2019, 31(2): 152
- [11] 吴朝平, 张海生. 学术期刊与第三方平台融合发展: 动因、现状、机制与生态链构建[J]. 编辑学报, 2019, 31(3): 267
- [12] 欧梨成, 张帆, 陈培颖. 传播学视域下科技期刊短视频平台运营策略探析: 以抖音、哔哩哔哩和微信视频号为例[J]. 中国科技期刊研究, 2022, 33(1): 58
- [13] 宋启凡. 学术期刊抖音短视频平台的发展与探索[J]. 中国科技期刊研究, 2021, 32(3): 365
- [14] 李艳, 陈鸿, 朱美香, 等. 媒体融合背景下学术期刊发展及改革思路[J]. 科技与出版, 2018(1): 109
- [15] 曹会聪, 居跃琳. 一流期刊建设背景下科技期刊融媒体发展研究: 以科技期刊短视频发展为例[J]. 出版广角, 2021(16): 49
- [16] 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): 1180
- [17] 中国科学技术协会. 中国科技期刊发展蓝皮书(2021)[M]. 北京: 科学出版社, 2021: 12
(2022-08-19收稿;2022-10-07修回)

[上接第676页]

和数据转化,尤其是基于用户画像^[9]的虚拟专题精准推送将是“智汇杰瑞”新媒体平台后续研究和关注的重点方向,以提升用户画像的精确度,推送匹配的虚拟主题内容^[10]。

5 参考文献

- [1] 王欣. 学术期刊媒体融合新体系构建与运行机制[J]. 中国科技期刊研究, 2019, 30(7): 693
- [2] 郝临晓, 周素坤, 郑素萍. 《CCS Chemistry》新媒体平台传播体系的构建与运行[J]. 编辑学报, 2021, 33(4): 440
- [3] 夏登武. 大数据环境下科技学术期刊内容生产与传播逻辑变革[J]. 编辑学报, 2021, 33(1): 95
- [4] 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
- [5] 张福颖, 沈丹, 倪东鸿. 基于用户增长的科技期刊微信

公众平台运营实践: 以《大气科学学报》为例[J]. 编辑学报, 2019, 31(5): 542

- [6] 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
- [7] 周心玉, 郭焕芳, 郑爱莲. 微信公众号对提升英文科技期刊影响力的影响: 以“药学学报”微信公众号为例[J]. 中国科技期刊研究, 2018, 29(11): 1171
- [8] 向映姣, 张强, 恽海艳, 等. 新媒体环境下学术期刊传播服务模式探讨: 以“JME学院”学术平台为例[J]. 编辑学报, 2022, 34(3): 325
- [9] 韩云惠. 基于用户画像的学术期刊精准服务研究[J]. 编辑学报, 2021, 33(2): 142
- [10] 杨郁霞. 科技期刊精准推送优化策略[J]. 编辑学报, 2021, 33(2): 147
(2022-09-09收稿;2022-11-07修回)