
重庆高校官方微信公众账号发展现状及策略研究

文秋萍¹

(重庆工商大学舆情研究中心, 重庆 400060)

【摘要】:随着微信成为时下最受欢迎的一种移动社交工具,众多组织、机构、团体等纷纷利用微信公众平台进行线上宣传和推广,重庆市的高校也不例外。本文以《中国青年报》每周一推出的全国高校微信公众号排行榜为参考依据,选取了重庆大学、西南政法大学、西南大学、重庆邮电大学、重庆交通大学和重庆工商大学六家影响力较大,具有一定代表性的高校微信公众号作为研究样本,对这些样本从2015年12月15日至12月31日这半个月时间内推送的信息,从推送时间、推送内容、推送形式等方面进行统计、分析,进而探讨重庆市高校微信公众号的发展现状、存在的问题及发展策略。

【关键词】:重庆高校;官方微信;发展策略

【中图分类号】:G2062 **【文献标志码】**:A **【文章编号】**:1674-8883(2016)02-0208-01

一、重庆高校官方微信公众账号发展现状分析

继微博后,微信公众平台成为高校的重要宣传阵地。目前,重庆市已建立起官方微信公众账号的高校数量颇多,但各高校微信公众号的运营策略却大相径庭,传播效果也参差不齐。

(一)发展情况

1. 推送频率及时间

信息推送频率方面,统计数据显示,重庆高校官方微信公众账号的信息推送频率有高有低,除重庆大学和西南政法大学每天都推送信息外,其他高校的推送频率相对较低,重庆邮电大学和重庆交通大学半月推送4条,西南大学更少,半个月推送2条。推送时间上,除西南政法大学的推送时间相对规律,几乎都在18点至19点30分,其他高校的推送时间不固定,主要集中在下午和晚上。究其原因,可能与学生团队的运营和学生为主要受众有关。

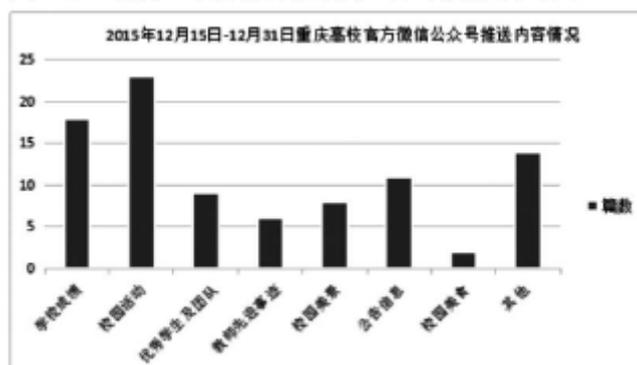
学生团队是高校官方微信公众账号的主要运营者,学生群体则是其主要受众群,学生的作息时间表必然会影响到信息的搜集、编辑和推送时间,因而高校官方微信公众账号推送信息的时间也只能集中在学生课后的休息时间。

2. 推送内容及形式

作为高校发布信息的官方平台之一,高校官方微信公众账号基本能满足师生群体的信息需求。重庆高校官方微信公众账号所推送的信息主要涵盖学校成绩、师生动态、校园活动和校园环境等,内容较丰富。从12月15日至12月31日,六家高校的官方微信公众账号一共推送91篇文章(如下图所示),以校园活动和学校成绩类信息为主,各达23篇、18篇。公告信息和介

¹作者简介:文秋萍(1992-),女,重庆巫溪人,重庆工商大学舆情研究中心硕士研究生在读,研究方向:传播学。

绍优秀学生及团队的信息次之，分别为 11 篇和 9 篇。讲述教师先进事迹的文章有 6 篇，介绍校园美景的文章 8 篇，介绍校园美食的文章共 2 篇，其他类文章 14 篇。重庆高校官方微信公众号推送信息的方式较为单一，主要集中于文字加图片的推送方式。六所高校官方微信公众号中，仅西南政法大学和重庆交通大学的官方微信公众号使用了除文字和图片以外的推送形式。91 篇文章中，将文字、图片、视频和音频中任意三种形式相结合进行推送的信息仅 5 条。



3. 功能设置

目前，高校官方微信公众号的功能设置分为智能回复和菜单功能。^[1]智能回复主要是“关键词回复”，即直接在对话框内输入需要查询的关键词，系统针对该关键词做出相应回复。菜单功能则是存在于会话界面的一种导航式服务，供用户浏览新闻、查询信息、娱乐社交、用户反馈、链接其他等。重庆各高校官方微信公众号功能的设置和栏目的建构都基于传播学校动态，发布校园信息，搭建服务师生交流沟通平台的宗旨。

除关键词的智能回复外，大部分高校(除西南大学外)设置了菜单导航功能。在这些功能中，5所高校官方微信公众号均设置了信息查询功能，设置浏览信息功能的有 4 个，设置娱乐社交功能的有 4 个，具备其他链接功能的有 4 个，设置用户反馈功能的仅有 1 个。这说明，重庆高校官方微信公众号对与用户的互动重视程度不高，信息的传播还停留在单向传播阶段。

(二) 存在的问题

经过不断的探索和发展，重庆部分高校官方微信公众号已取得了一定的成绩，在信息内容、推送时间和推送形式上也形成了自己的固定风格。但是，重庆大部分高校官方微信公众号的运营仍然存在一些显著的问题。

1. 运营团队相对松散

重庆高校官方微信公众号多由学校宣传部门统筹管理，专门的老师主管负责，学生承担具体的信息收集、编辑和发送工作。但由于缺乏相应的管理体系，运营机制和培训、考核机制也不完善，再加上学生的流动性强，运营团队中的成员大多数为兼职，导致运营团队相对松散，不利于高校官方微信公众号的持续发展。

2. 推送时间不固定，形式单一

重庆六所高校中仅一所高校官方微信公众号推送信息的时间较为固定，其他高校推送信息的时间稍显随意，多集中在下午和晚上。这种无规律的推送时间会减少受众对官方微信的私性，不利于培养忠实受众群。另外，文字、图片、视频和音频相结合进行推送，原本是微信的一大特色，然而目前重庆高校官方微信公众号并未对该优势加以利用，还是以传统的文字加图片

的方式推送信息。

3. 互动性不足

高校官方微信公众号的互动分为3种:一是运营方与用户之间的互动,二是用户与用户之间的互动,三是官微与其他媒体的互动。重庆大部分高校官方微信公众号缺少与用户互动的窗口,也未提供用户与用户互动的平台,在与其他媒体互动方面也稍显劣势,既未与其他校园媒体形成“校园全媒体联盟”,也很少与社会媒体合作,这不利于实现官方微信的传播效果,也不利于其影响力的扩大

二、重庆高校官方微信公众号发展策略探讨

(一) 构建专业运营团队,完善相关体系机制

一支专业的运营团队是保障高校官方微信公众号高效高质运转的基础。在现有的管理模式下,充分利用高校优质资源,集中构建一支由专业老师牵头负责,由擅长系统平台开发和维护的学生,具有信息敏锐度的专业学生记者,具有良好排版、编辑技巧的优秀学生编辑,熟悉网络环境和社交媒体的资深学生网民等组成的优秀运营团队。

团队组建成功后,通过邀请相关研究者、专业技术人员等对其进行培训、指导,加强对这些优秀团队成员的专业培训。同时,制定并完善相关的管理体系和运行机制、考核机制等,坚决保证不出现账号“休眠”或“停摆”的情况。

(二) 立足师生群体需求,打造精品实用内容

新闻报道讲究贴近性,高校官方微信公众号推送的信息也不例外。广大师生是高校官方微信公众号的主要受众,因此高校官方微信推送的信息一定要立足师生,以师生需求出发,尽可能贴近师生生活,满足师生的工作、学习和生活需求。

至于高校官方微信公众号的推送时间和推送频率,有研究者曾通过统计《南方周末》“中国高校微信排行榜”2015年1月4日至5月18日期间排名周榜第一的高校官方微信推送的信息,得出高校官方微信公众号推送信息的频率和数量“控制在每天发布2条信息,每天发布1次信息较为适宜”,^[2]虽然该结果不能一概而论,但也可做适当参考。

(三) 增强互动意识,形成校园全媒体联盟

加强运营方与用户的互动已经成为重庆高校官方微信公众号发展的一个迫切命题。微信特有的一对一私密性为官方微信公众号与用户之间的交流提供了便利,两者可自由实现双向互动。高校官方微信公众号应当充分利用留言功能或者活动互动等渠道,及时对用户意见进行回复,实现为师生服务的目标。西南政法大学的“法律诊所”就是一个典型的例子,它通过一对一的私人法律咨询服务,与用户展开良好互动。

加强与其他媒体的互动是高校官方微信公众号扩大影响力的重要一步。浙江大学已开发微信微博联盟,通过浙大官方微信“互动交流”中的“新媒体联盟”就能看到各学院、各社团的微信、微博,这种“连成一片”的宣传方式,既能增加彼此的关注度,也能扩大自身的影响力^[3]除了加强与其他校园媒体,如校园电视台、广播台、校报等的合作外,重庆高校官方微信公众号也应当进行类似浙江大学官微“新媒体联盟”的尝试和探索。

参考文献:

[1] 欧阳世芬, 蔡雨娟. 高校官方微信公众平台的现状和运营策略探析[J]. 视听, 2015(07):150.

[2] 彭丽娟. 关于高校官方微信公众平台的现状与思考[J]. 新闻知识, 2015(07):84-86.

[3] 韩妹. 框架理论下重庆三所高校官方微信的内容分析[J]. 重庆第二师范学院学报, 2015(06):115-118.