

# 江苏高校官微推文的文本分析

赵玉<sup>1</sup> 张智杰<sup>2</sup>

(南京晓庄学院 江苏南京 210000)

**摘要:** 随着微信用户的逐年增长, 微信公众号的价值得到探究。高校官方公众号已然成为联系学生和校方的重要渠道, 在发布信息、提供服务、引领思想、团结情感上发挥着重要作用, 对学生的校园生活以及高校工作的开展意义重大。本文以“中国青年报”发布的近三年中国大学官微百强榜为公众号来源, 选取榜单中 12 个优质江苏高校官微。以阅读量为依据, 以 2021 年 9 月 1 日到 2022 年 9 月 1 日为时间跨度, 从各个高校官微中筛选大约 25 篇推文, 形成样本库。运用文献研究法和网络调查法, 从议题、标题、版式三个方面总结优质推文的共有特征, 以期所高校官微的创制提供助益。

**关键词:** 高校; 微信公众号; 传播形式; 传播内容

## 一、高校官微优质推文的议题分析

### (一) 学生本位的议题取向

从以内容作为标准的分类结果来看, 所有类目都直接与学校有关。在一级类目中, 学校展览和学校事务几乎占到了样本的一半 (48.05%) (图 1)。学校展览主要为新近成果和校园风光的宣传; 学校事务则是和学生切身相关的通知和公告。这些都是最贴近学生生活, 学生最关心的议题。

在收集到的推文中, 阅读量在 2.0 万-4.9 万的占比 81.18%, 达到了绝对多数。则阅读量在 5.0 万-10 万+之间的样本则可视作爆款推文。在爆款推文中, 二级类目中占比最多的是校庆相关 (图 2)。容易出现爆款热文的, 依旧是和学生生活紧密联系是议题。

公众号需要关照读者受众, 才能获得较高的阅读量<sup>1</sup>。统计揭示, 高校在议题的选择上, 应以贴近学生生活为原则, 把握学生需求, 围绕校园生活的方方面面取材, 并在这些议题的编辑、排版上多下功夫, 制作学生喜闻乐见的爆款推文。

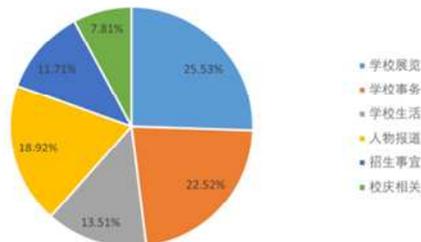


图 1：一级类目占比图

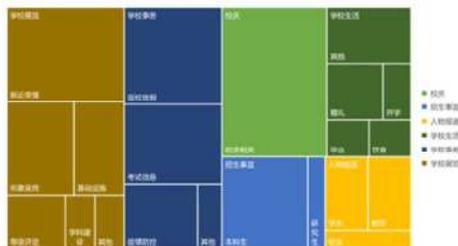


图 2：二级类目热文分析图

### (二) 信息主体的议题特性

媒体的首要功能即是信息传递, 作为新媒体的高校官微公众号也不例外。信息量及其重要性对阅读量的影响举足轻重。以发布信息为主的一级类目“学校事务”占到了 22.52%, 足以证明信息在推文中的作用 (图 1)。首先是重要信息的公布。如“学校事务”中的“返校放假”、“考试信息”、“疫情防控”, 这些信息对学生来说都是必要的, 占到了“学生事务”样本总量的 87.99% (图 3)。其次信息应当紧贴学生。同样是人物报道,

以阅读量为标准入选样本的学生报道在数量上远远超过其他类目 (学生报道: 39; 教师报道: 10; 辅导员报道: 5; 校友报道: 6; 其他: 3)。最后, 把握热点信息。热点信息本身就自带大量关注度。然而从现有样本来看, 没有校园之外的热点类推文入选。所以对热点的报道应当集中在学校之中。在 57 篇爆款推文中, 与校庆相关的有 10 篇, 占比最多 (图 2)。作为校园热点之盛的校庆, 其大力报道、宣传, 往往能收获不俗的效果。

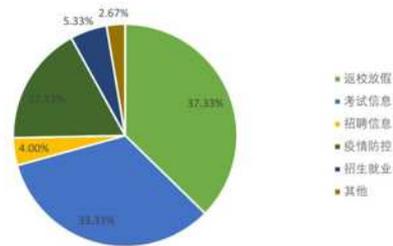


图 3：学校事务

## 二、高校优质推文的标题分析

### (一) 符号选择：富于情感

从标点符号分布情况上看, 在收集到的 303 份样本中, 标题中含有叹号的有 250 份, 占总比为 82.50%。从数量上看, 叹号出现 355 次, 数量最多。并存在一个标题中含有多个叹号的情况。

从上述统计情况来看, 叹号作为传达强烈情感的标点符号 2, 在优质推文标题中备受宠爱。以此反证, 优质标题应当情感充沛, 以此吸引读者。其次, “~”符号通常传达亲昵的情感, 用于轻松愉快的议题, 多用于文末。例如“有颜有料, 矿大专属月饼上线啦! 文末重磅福利来袭~”、“送送送! 期待已久的矿大文创来啦~”和“校庆吉祥物扬扬和立立来啦~速来认领!”。而“@”符号, 在社交媒体中用来呼叫、提醒某人。此用法迁移到微信推文标题中, 其后常跟某一群体, 起到强调的作用, 也有呼唤的感情色彩。例如“@2021 级本科生 | 盼望已久, 今日终相见! 68 岁生日快乐! 南京理工大学校歌《使命》新版 MV 首发!”、“@全国考生, 欢迎报考中国矿业大学!”和“@江大师生, 请返校!”

### (二) 词语表述：强调信息

本文运用 Python 以及 jieba 库, 对收集到的样本标题作中文分词处理。首先对文本进行预处理。预处理包含两部分, 其一为去除标点符号, 其二为设置停用词。本文停用词设计参考马逸纯、马森涛、温惠妮和杨湘穗的论文《微信公众号高阅读量推文标题特征研究》, 将其分为语气词、结构助词、介词及其他无实际意义的虚词和连词三类<sup>3</sup>。其次, 对文本进行分词处理。

根据主题,将出现频率排名前50的分为六类,分别为:时间、学校、地域、事务、人物和其他。统计及分类结果如下:

表2:时间学校地域事务人物其他主题的标题词频统计表

序号	时间	学校	地域	事务	人物	其他
1	2022	南京审计大学	江苏	疫情防控	辅导员	辅导员
2	2022	南京审计大学	江苏	疫情防控	辅导员	辅导员
3	2022	南京审计大学	江苏	疫情防控	辅导员	辅导员
4	2022	南京审计大学	江苏	疫情防控	辅导员	辅导员
5	2022	南京审计大学	江苏	疫情防控	辅导员	辅导员
6	2022	南京审计大学	江苏	疫情防控	辅导员	辅导员
7	2022	南京审计大学	江苏	疫情防控	辅导员	辅导员
8	2022	南京审计大学	江苏	疫情防控	辅导员	辅导员
9	2022	南京审计大学	江苏	疫情防控	辅导员	辅导员
10	2022	南京审计大学	江苏	疫情防控	辅导员	辅导员
11	2022	南京审计大学	江苏	疫情防控	辅导员	辅导员
12	2022	南京审计大学	江苏	疫情防控	辅导员	辅导员
13	2022	南京审计大学	江苏	疫情防控	辅导员	辅导员
14	2022	南京审计大学	江苏	疫情防控	辅导员	辅导员
15	2022	南京审计大学	江苏	疫情防控	辅导员	辅导员
16	2022	南京审计大学	江苏	疫情防控	辅导员	辅导员
17	2022	南京审计大学	江苏	疫情防控	辅导员	辅导员
18	2022	南京审计大学	江苏	疫情防控	辅导员	辅导员
19	2022	南京审计大学	江苏	疫情防控	辅导员	辅导员
20	2022	南京审计大学	江苏	疫情防控	辅导员	辅导员
21	2022	南京审计大学	江苏	疫情防控	辅导员	辅导员
22	2022	南京审计大学	江苏	疫情防控	辅导员	辅导员
23	2022	南京审计大学	江苏	疫情防控	辅导员	辅导员
24	2022	南京审计大学	江苏	疫情防控	辅导员	辅导员
25	2022	南京审计大学	江苏	疫情防控	辅导员	辅导员
26	2022	南京审计大学	江苏	疫情防控	辅导员	辅导员
27	2022	南京审计大学	江苏	疫情防控	辅导员	辅导员
28	2022	南京审计大学	江苏	疫情防控	辅导员	辅导员
29	2022	南京审计大学	江苏	疫情防控	辅导员	辅导员
30	2022	南京审计大学	江苏	疫情防控	辅导员	辅导员
31	2022	南京审计大学	江苏	疫情防控	辅导员	辅导员
32	2022	南京审计大学	江苏	疫情防控	辅导员	辅导员
33	2022	南京审计大学	江苏	疫情防控	辅导员	辅导员
34	2022	南京审计大学	江苏	疫情防控	辅导员	辅导员
35	2022	南京审计大学	江苏	疫情防控	辅导员	辅导员
36	2022	南京审计大学	江苏	疫情防控	辅导员	辅导员
37	2022	南京审计大学	江苏	疫情防控	辅导员	辅导员
38	2022	南京审计大学	江苏	疫情防控	辅导员	辅导员
39	2022	南京审计大学	江苏	疫情防控	辅导员	辅导员
40	2022	南京审计大学	江苏	疫情防控	辅导员	辅导员
41	2022	南京审计大学	江苏	疫情防控	辅导员	辅导员
42	2022	南京审计大学	江苏	疫情防控	辅导员	辅导员
43	2022	南京审计大学	江苏	疫情防控	辅导员	辅导员
44	2022	南京审计大学	江苏	疫情防控	辅导员	辅导员
45	2022	南京审计大学	江苏	疫情防控	辅导员	辅导员
46	2022	南京审计大学	江苏	疫情防控	辅导员	辅导员
47	2022	南京审计大学	江苏	疫情防控	辅导员	辅导员
48	2022	南京审计大学	江苏	疫情防控	辅导员	辅导员
49	2022	南京审计大学	江苏	疫情防控	辅导员	辅导员
50	2022	南京审计大学	江苏	疫情防控	辅导员	辅导员

从统计结果看,事务类词出现总频率最高,为182次。事务类词往往是标题试图突出强调的信息核心。事务类词语在标题中的高频,与推文议题承载信息的信息具有内在一致性。作为媒体的微信公众号,信息仍是其核心竞争力。所以在官微推文标题的制作过程中,应当紧紧围绕事件,将标题的词汇重心向事件倾斜。

(三) 语句风格:丰厚饱满

充盈式标题,意指标题高度概括推文内容,风格为丰厚。其有两种形式,一是对推文内容的直接概括。例如“批了!来南审读博!”和“九价疫苗9份!南理工又双叒成别人家的学校!”。前者是对南京审计大学2023年起招收统计学博士研究生这一事件的报道,标题概括了推文的核心内容。后者是对南京理工大学妇女节开放3000份九价疫苗接种预约,及南理工其他“暖心”行为的报道,标题也概括了推文的核心内容。二是对推文议题的概括。例如“关注!2021年秋季学期返校时间定了”和“闪亮!南审有个超棒的工作室”。二者都没有突出核心信息,前者没有呈现返校时间,后者没有呈现工作室名称,然而读者对推文所要传递的话题却一目了然。

空白式标题,意指标题语义缺失,形成空白,制造悬念,风格为凝练。例如,“寻找你!”、“2月21日15:00!见分晓!”和“浅晒一下~~~”。标题和内容相关度不高,制造出大量空白。通过悬念,吸引读者。

值得注意的是,所谓充盈与空白,只是一个相对的概念。所有充盈式标题中都有无法涵盖的内容,所有空白式标题也都传达了一定信息。本文将空白式标题界定为文章内容可以任意更换而依然使用的标题,以此为基准,其补集即为充盈式标题。

在303份样本中,典型的空白式标题只有18份,占比5.94%。充盈式标题有285份,占比94.10%。充盈式标题成为高校官微推文标题制作的主流。充盈式标题的盛行有其内在驱动力。有学者指出,网络标题的主要作用是吸引点击,并通过直接提示新闻的具体内容来达成目的。对内容的提示与概括,正是充盈式标题的重要特征。

三、高校官微优质推文的版式分析

(一) 视觉传达:统一与变化

布鲁墨认为:色彩对情绪的传达和感受,对生理活动,有着不容忽视的作用。从收集到的样本看,高校官微对色彩的运用主要集中在字体和素材上。在这两方面都呈现出整体的统一和局部的变化。以南京大学为例。南京大学用紫色做字体的强调色,在素材选取上也有紫色为主色调。从宏观上看,特殊话题的推文色彩运用也有变化。在微观上,同一推文中颜色也有变化,形成渐变美。色彩的统一,带来的是直观感知上整体风格的固定和统一。一方面,固定下来的色彩无形中增强了“色彩”与“高校”的象征性联系,成为该高校的品牌形象的有机组成部分。例如南京审计大学的普鲁士蓝、南京理工大学的紫金色、中国矿业大学的焦工蓝等。另一方面,统一意味着修剪掉纷繁复杂的部分,只留下相邻的几种色彩,形成推文色彩运用的秩序。在既定色彩秩序下的阅读会增加读者的理解性,并通过审美体验延长浏览时间。变化带来的色彩微妙的变化,不仅调和了推文同一配色的呆板,还缓解了读者的审美疲劳。使

推文色彩具有流变美,增强了读者的阅读体验。

(二) 结构模式:并列与空行

宏观上,高校官微推文的信息组合并不是无序的,有并列式、结合式、包含式等组合形式。从内容上看,各个小标题统帅的部分从属于整体推文的话题中心。从议题上看,并列式涵盖了所有议题,可见其适用性。

微观上,微信公众号推文段落首行不缩进,段与段之间空行。而在以报刊杂志为代表的纸质传统媒体中,段落首行往往缩进2字符,段与段之间不存在空行。

以报纸为例。大报的通常为4开。具体尺寸为,宽39cm,高540cm。左右边空2cm,上下边空2.5cm,版心尺寸为宽35cm,高49cm。可见,横向排版占比比较大。首行缩进2字符,更有利于读者直接意识到内容进入新段落。并且由于版面有限,为了承载核定的内容,所以一般不轻易空行。

在收集到的样本推文中,几乎没有段落首行缩进的推文。因为微信推文的物质载体通常为手机、平板等移动端产品。而移动端每行占用的字符为14-20个。采用首行缩进反而会降低每行的阅读效率,且会导致两边不对称的现象频繁出现,影响整体美观。

然而,取消段落首行缩进会带来段落与段落之间分割不明的状况。微信公众号推文采取段落之间空行的方式来消除混乱。同时,段落与段落之间也时常插入图片,使分割更加显目。

(三) 发展趋势:长图形式

相较于传统媒体,新媒体的突出特点之一即是多种媒介的交互。在微信公众号推文中,一篇推文,至多会有文字、图片、视频和音频四种媒介共同作用。在图文交互中,有一种现象值得注意。即推文以一张或几张长图作为信息的基础载体,在其上用文字或图片传递主要信息。推文开头通过短短几句话引入主题,接下来以多张图片为基础载体,在其上用精炼醒目的文字和格式图片元素传递主要信息。同样是通过几句话导入主题,以图片及图片之上的文字传递主要信息。这正是图片和文字高度融合的体现。长图是下拉式阅读方式和窄屏化阅读载体共同作用下的产物,有利于增强读者沉浸感。简单的背景图片,搭配大方的字体,极大的提高了阅读效率和审美体验,将成为未来微信推文发展的趋势。

四、结语

从国家和社会发展、从意识形态工作的高度,阐述了社会主义新时期的背景下,新闻宣传面临的重大理论问题和实践问题。现如今,高校官方公众号已然成为联系学生和校方的重要渠道,在发布信息、提供服务、引领思想、团结情感上发挥着重要作用,对学生的校园生活以及高校工作的开展意义重大。运用好微信公众号,不仅可以使大学生更好的认识世界和自我,更能培养学生爱国情怀和担当意识,对青年一代的成长和发展意义非凡。

参考文献:

[1]陈剑.从文本角度浅析微信公众号的“吸粉”策略——以楚天书局微信公众号为例[J].新闻前哨,2020(11):27-28.  
 [2]黄伯荣、廖旭东.现代汉语(下)[M].北京:高等教育出版社,2017:157.  
 [3]徐小立.网络新闻标题与报纸新闻标题比较[J].新闻前哨,2006(Z1):102-103.  
 作者简介:赵玉(1973—),女,汉,江苏丹阳人,博士研究生,副教授,研究方向:文艺学;张智杰(2000—),男,汉,河南新乡人,本科学历,研究方向:文学与新媒体。  
 黄伯荣、廖旭东.现代汉语(下)[M].北京:高等教育出版社,2017:157  
 马逸纯、马森涛、温惠妮、杨湘穗.《微信公众号高阅读量推文标题特征研究》[J]新闻研究导刊,第十二卷第十二期  
 陈剑.从文本角度浅析微信公众号的“吸粉”策略——以楚天书局微信公众号为例[J].新闻前哨,2020(11):27-28.