

法律新媒体的“术”与“道”： 从中国法律评论微信公众号谈起

摘要：本文以中国法律评论微信公众号为例，从新媒体运营的“术”与“道”出发，就用户界面设计及媒体运作做初步的总结与分析，试图探索新媒体的运营之道。本文认为，在法治新媒体的探索中，应当坚持党的领导，研究把握现代新闻传播规律和新兴媒体发展规律，强化互联网思维和一体化发展理念，从而不负于新时代的机遇与挑战。

关键词：全媒体时代 法律新媒体 用户设计 品牌效应

文 / 董 飞

从早期的信息化、网联化的建设，到近期的“互联网+”的火热，以即时通信、物联网和大数据为指标的数据化革命已经到来。基于神经网络、GPU 芯片和海量数据运算的进步和普及，所谓大数据的革命就是以此为基础，对海量数据进行再生产、再加工和再利用，以认知、交互、分享等方式对社会再构造。

根据中国互联网络信息中心（China Internet Network Information Center, CNNIC）于2020年9月29日发布的第46次《中国互联网络发展状况统计报告》，截至2020年6月，我国网民规模为9.4亿人，较2020年3月新增3625万人，互联网普及率达67%，较2020年3月提升2.5个百分点。我国在线政务服务用户规模为7.73亿，占整体网民的82.2%。围绕政府、平台、社会的多元协同治理体系正在加速形成；在线政务服务日趋成熟，国家政务服务平台建设成效凸显。

另据新榜统计，2020年元旦前全网被纳入新榜样本库的981144个公众号，其中可以正常访问的公众号为801529个。在这80万+统计样本中，2019年有监测推文的活跃公众号为573235个。可以说2018年至今，微信公众号内容数量爆发式增长的同时，内容广度也在不断扩大。传播方式的变革带动了内容生产的活力。算法机制大规模进入内容分发当中，实现了内容的个性化定制，重塑了传播方式，客观上提高了

定制内容的生产力、内容的曝光力和到达率。

本文以中国法律评论公众号为例，从新媒体运营的“术”与“道”出发，就用户界面设计及媒体运作做初步的总结与分析，试图探索新媒体的运营之道，求教于各位。

一、法律新媒体的“术”：以公众号的用户界面为例

新媒体的“术”，是指在媒体运营中实操的技巧与流程。它始于微信公众号系统后台对于新媒体的理解，体现在不断升级更新的后台编辑工具；它止于公众号的受众特点与阅读需要，体现在特定公众号用户对于内容的理解与反馈。如果有法律新媒体的“术”，那一定是在法律新媒体呈现的内容特点和受众需要的前提下，对于新媒体运营提出了更有秩序感、更富逻辑性的呈现形式要求。本文以其中最为重要的用户界面[（user interface）UI设计]为例，做一简单探讨。

用户界面是介于用户和硬件而设计彼此之间交互沟通的平台，目的是使用户能够方便有效的进行操作，从而达到双向的互动。在时间的轴向上，用户界面有早期电脑、当下计算机、人机互动和未来虚拟现实阶段。通常用户界面设计有三个原则为业界所承认：界面置于用户的控制之下；减少用户记忆的负担；保持界面的一致性。公众号的输出端口目前通常是智能手机（PC端现在也可以用，但不是主流），

从UI设计出发,在最终界面呈现,中国法律评论微信公众号一直以来注意以下几个方面。

(一) 标题

标题的导向性词、句式是影响微信阅读量的重要因素。目前影响微信阅读量的因素众多,比如,二次传播信息时,转发者的影响力和知名度、信息发布的时间等。但是,从标题的角度来看,导向性词、句式是影响微信阅读量的重要因素;通过否定词、程度副词、导向及劝导性词,疑问、感叹等句式吸引读者点击浏览,是提高阅读量的重要因素。标题要有叙述性策略。在媒体传播中,有一种说法是,传播的本质是情绪,或许有的时候传播者是谁并不重要,重要的是用户找到了同声相应、同气相求的价值归属。另外,微信标题字数的系统上限是64个字,但是一款5英寸屏的手机16号字一行标题大约容纳18个汉字,而标题通常不能超过两行,两行之内字数的排列不能显得特别拥挤,所以,通常情况下标题字数应在30字内。

(二) 视觉

中国法律评论微信公众号整体颜色风格与纸刊logo颜色相近,为具有可识别性的“法评红”。其具体色号为青(C/3.52%)、洋红(M/98.05%)、黄(Y/85.55%)、黑(K/15.23%)。正文中最多三种颜色,以两种颜色为宜。重点文字为“法评红”,正文为浅灰色。

(三) 正文

在手机端阅读文章,从某种角度来看,其实是让自己的注意力和思考力在有限的区间内被反复刺激的过程。而从人体工程学的角度来看,一个封闭区间里进行一种强烈的、有规律的重复,大脑会产生某种快感。在这里有必要引入一个UI概念——垂直阅读节奏。在手机端的阅读中,垂直阅读节奏之所以重要,是因为它允许访问者更容易、方便去阅读内容。当节奏一致的时候,可以减轻用户的记忆负担,保持界面的一致性,这样一方面去掉了访问者在阅读时视觉上的变形和阻碍;另一方面在思考和接受信息的过程中会和作者保持相似的节奏而产生共鸣,从而就会创造出一个更好的全程体验。具体行文的思考节奏在此不做讨论。虽然题材多样,但中国法律评论微信公众号多是严肃的讨论和思考,对于“垂直阅读节奏”的考虑就更为重要了。学术论文需要拆散骨架,分段成文;正文目次可以先让用户知悉,从而掌握阅读进度;相关专题以超链接的形式作往期回顾,使讨论内容置于用户的控制之下。形式上保持界面一致性和友好性。

(四) 时间

微信公众号的更新时间规则是:一是公众号有长按置顶

的功能,置顶后,公众号更新一直在最顶端。二是未置顶的公众号,谁后发谁就会显示在上面,也就是说显示顺序是,谁最后、最近更新,谁就排在最顶端。而在主界面中,订阅号界面显示的也是最后一条更新的公众号内容。微信公众号的运营,必须做到精准推送,即把有价值的信息,在对的时间,在对的地方,推给正确的人。因此,公众号更新的时间,对于用户阅读习惯的养成非常重要。稳定的时间推送,是培养忠诚用户的方式之一,同时也是公众号反馈给用户的稳定期待。目前,国内公众号专业数据平台以大量的数据分析,结合用户反馈,给出的时间方案细分有两种,一种是媒体平台型,适合在早晚推送,也包括中午11点至12点的黄金时间;一种是企业平台型,适合在下午5点以后推送,黄金时间是下午5点半到6点半。

根据后台用户数据反馈,目前,中国法律评论微信公众号的推送时间主线在11点半到12点半之间;视频类选题推送时间在5点半以后;合作会议综述一般在接到稿件的当天凌晨,大型会议综述一般在接到稿件次日的11点半到12点半之间。

二、法治新媒体的“道”:公众号运营规律,需要做对什么

法律新媒体的“道”,是在党的新闻舆论工作职责使命之内的“道”,究其意涵概指宣传思想工作要把握大势,做到因势而谋、应势而动、顺势而为。在政法舆论环境中,“坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,坚持正确的政治方向、舆论导向,以深化宣传阐释习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大精神为主题主线,紧扣党和国家工作大局、政法工作实际,着力做新做强政法正面宣传,着力打赢政法领域网络意识形态斗争,着力提高政法宣传舆论传播力引导力影响力公信力,为新时代政法工作迈上新台阶提供强有力舆论支撑”^[1]。在此前提下,媒体运作规律,是指新媒体运用应以导向为魂、移动为先、内容为王、创新为要,在体制机制、政策措施、流程管理、人才技术等方面加快融合步伐,建立融合传播矩阵,打造融合产品。立足形势发展,坚定不移推动媒体深度融合。推动关键核心技术自主创新不断实现突破,探索将人工智能运用在新闻采集、生产、分发、接收、反馈中,用主流价值导向驾驭“算法”,全面提高舆论引导能力。本文拟从用户与内容两个最为关键的部分出发,以中国法律评论微信公众号为例,初作梳理。

(一) 用户

与微博裂变式传播模式不同,微信公众号基于群发推送、

自动回复、一对一交流等功能设定,其传播形式主要为信息推送和用户互动。如果我们把用户以相同的兴趣爱好聚合在一起视为弱关系,把用户之间通过现实生活的联系聚合在一起视为强关系,那么,微信从最初的强关系逐渐转变为两种关系的叠加,其既强调分享和个性化定制的理念,又会提升用户在公共领域的认同感、参与感。用户数据是公众号的基本产出之一。除了系统产生的有关性别、地域、语言、终端、机型分布之外,通过对订阅者的用户资料、信息获取习惯、阅读行为、信息提取关键词等数据的挖掘,可以更好地了解订阅者偏好,从而用于微信公众号影响力评估、广告、舆情分析等。但从经验上来看,除非有有效的问题设置和足够多的数据采集,否则直接的调查问卷效果是有限的。在此可以考虑的是,在公众号的运作中感知和采集用户的背景信息,并通过内容推送的反馈来校正相关判断。

(二) 内容

如前所言,公众号用户形成了一种以内容为核心、以社交关系为纽带,注重分享和互动的移动阅读新模式。从不同场合的用户反馈来看,中国法律评论微信公众号已经以内容为核心,在法律类、学术类领域形成了品牌效应。

以公众号专业数据平台“新榜”的搜索服务为工具,笔者以“疫情(新冠肺炎疫情)”,“立法(全国人大、立法法)”,“民法典”,“认罪认罚”,“司法改革”,“大数据(算法、人工智能)”,“会议议程(议程)”,“学术”,“律师(辩护)”为关键词搜索(初步先以以上词语作统计),搜索条件为严格匹配(标题与正文同时搜索,一次性条件约束是要求序列中每个位置的字符最多只能使用一次),搜索起始时间为2019年9月1日至今。尽管其结果在数量上会有重合,但以关键词的权重区分,其分布状态在一定程度上可以描述一年以来中国法律评论微信公众号的热点选题。

以“疫情”搜索的结果为146条,“立法(全国人大、立法法)”的搜索结果为442条,“民法典”的搜索结果有169条,“认罪认罚”的搜索结果为69条,“司法改革”的搜索结果有69条,“大数据(算法、人工智能)”的结果有99条,“会议议程(议程)”的搜索结果为86条,“学术”的搜索结果有665条,“律师(辩护)”的搜索结果有216条。

在尚不能穷尽的前提下,结合用户消息反馈,一年以来中国法律评论微信公众号的热点选题应该是“立法(全国人大、立法法)”。

中国法律评论微信公众号作者单位或者合作单位的分布,也可以用“号内搜索引擎”来搜索,提供参考信息。需要指出的是,从逆向来看,下述搜索结果也包含了各单位在

中国法律评论微信公众号上的影响力因子:“全国人大(法工委)”的搜索结果为244个,“最高人民法院”的搜索结果为191个,“清华大学”的搜索结果为145个,“北京大学”的搜索结果为225个,“中国人民大学”的搜索结果为171个,“中国政法大学”的搜索结果为197个,“中国社会科学院法学研究所”的搜索结果为44个,“应用法学研究所”的搜索结果为11个,“西南政法大学”的搜索结果为72个,“华东政法大学”的搜索结果为102个,“武汉大学”的搜索结果为70个,“西北政法大学”的搜索结果为33个。

三、结语

我国新媒体发展迎来了技术与内容的双维爆发式发展,保持着生机勃勃的行业活力。内容生产活力被全面激发,技术为内容生产提供了全新可能,并重塑着传播模式。同时,技术的发展给内容生产带来了前所未有的挑战,行业生态格局的快速变革也为行业治理和可持续发展带来了考验。

2019年初,中共中央政治局在人民日报社就全媒体时代和媒体融合发展举行第十二次集体学习,内容是全媒体时代和媒体融合发展。习近平总书记在主持学习时强调,传统媒体和新兴媒体不是取代关系,而是迭代关系;不是谁主谁次,而是此长彼长;不是谁强谁弱,而是优势互补。我国媒体融合发展要坚持一体化发展方向,加快从相加阶段迈向相融阶段,通过流程优化、平台再造,实现各种媒介资源、生产要素有效整合,实现信息内容、技术应用、平台终端、管理手段共融互通,催化融合质变,放大一体效能,打造一批具有强大影响力、竞争力的新型主流媒体。要运用信息革命成果,推动媒体融合向纵深发展,做大做强主流舆论,巩固全党全国人民团结奋斗的共同思想基础,为实现“两个一百年”奋斗目标、实现中华民族伟大复兴的中国梦提供强大精神力量和舆论支持。

有道无术,术尚可求;有术无道,止于术。在法治新媒体的探索中,应当坚持党的领导,研究把握现代新闻传播规律和新兴媒体发展规律,强化互联网思维和一体化发展理念,从而不负新时代的机遇与挑战。

参考文献:

[1] 中国法院网. 政法新媒体“三四五六”创新举措[EB/OL].[2020-08-25]. <https://www.chinacourt.org/article/detail/2018/05/id/3316887.shtml>.

(作者单位系《中国法律评论》编辑部)