

文章编号:2095-7386(2016)04-0088-03

DOI:10.3969/j.issn.2095-7386.2016.04.017

用户对微信公众号的使用动机与行为

郭玲¹, 杨点晰²

(1. 武汉轻工大学 学报编辑部, 湖北 武汉 430023; 2. 武汉大学 新闻与传播学院, 湖北 武汉 430072)

摘 要:微信公众平台是腾讯公司在微信上推出的重要功能模块,已成为当前重要的营销传播工具。从用户的角度出发,对微信公众号的使用动机与行为进行了阐述,并鉴于微信公众号的良好推送功能及广受用户订阅的大好势头,为能更好地发挥学报作为高校对外交流的窗口作用,提出建立学报微信公众号的建议。

关键词:微信公众号;用户;动机;行为;学报

中图分类号: G 237.5

文献标识码: A

Users' motivation and behavior to the public accounts of WeChat

GOU Ling¹, YANG Dian-xi²

(1. Editorial Department of Journal of Wuhan Polytechnic University, Wuhan Polytechnic University, Wuhan 430023, China;

2. School of Journalism Communication, Wuhan University, Wuhan 430072, China)

Abstract: WeChat public platform is an important function module based on WeChat, made by Tencent Company. Since its launch, the platform has been warmly welcomed and become an important tool for marketing and communication. From the user's perspective, we explore the users' motivation and behavior to the public accounts of WeChat. The suggestions for building of Journal WeChat Public Platform are also mentioned.

Key words: public accounts of WeChat; users; motivation; behavior; journal

1 引言

2011年,腾讯公司推出了具有即时通讯功能的移动社交软件微信(WeChat)。腾讯微信可通过网络快速发送图文及语音视频信息,更支持多人语音对讲等功能,使用户可以通过“朋友圈”作为社交平台与众多好友分享各种信息。2012年3月,微信的使用人数突破了一亿大关,腾讯公司在微信获得良好发展的基础上于2012年8月推出了微信公众平台。此平台可实现消息推送、品牌传播、分享等一对多的媒体行为活动,使其成为重要的自媒体及营销工具。用户可通过订阅微信公众号来获取各类信息

及服务,体验其带来的更为便捷的移动互联网下的生活方式,而公众号的推出方也能够借助微信公众平台为用户提供高度定制化和更具创新性的服务及内容。截至2015年底,微信的月活跃账户已经达到了6.97亿人,同2014年底相比增长了39%^[1]。iiMedia Research(艾媒咨询)在2015年进行的调查数据显示,在所有的微信用户中,有77.4%的用户订阅了微信公众号^[2]。订阅微信公众号已经成为用户在日常生活微信操作中的重要部分,它已全面渗透到人们的生活之中,改变着人们的生活方式,更给公众号发布者进行微信营销带来了新的机遇与持久战。探查用户订阅或取消微信公众号的动机以及

收稿日期:2016-09-30.

作者简介:郭玲(1964-),女,副编审,E-mail:diudiu1994@126.com.

对微信公众号的使用行为能够让我们更好地把握与了解用户的使用心理,同时对微信公众平台有更加直观深刻的认识,从而使运营者能够针对用户的要求与意愿对微信公众号进行改善。

国内众多学者对微信公证号在当今所起的作用提出了研究观点。2014 年黄楚筠和彭琪淋通过实证分析对高校微信公众平台进行了研究,指出用户的主要使用动机是认知动机与习惯动机,二者在使用过程中获得了满足,传播效果已基本达到^[3];程澄对微信公众平台的受众进行了“使用与满足”的行为探究,认为用户和微信公众号运营者之间缺乏深层次的互动交流,用户需求的个性化服务没有得到真正实现,并且用户线下活动的参与程度也还有待提高^[4]。2015 年黄灿和桂学文对微信用户关注公众订阅号的动机从载体层面、媒体层面和用户层面三个角度进行了分析,并通过调查得出用户层面对用户关注订阅号的动机影响最大,载体层面对用户关注订阅号的动机影响其次,媒体层面上在不同媒体上的内容相似,注重内容的用户并不会因为媒体而更改自己的阅读习惯^[5];吴越通过因子分析考察了青年用户微信公众平台的使用动机及其与使用行为的关系,得出青年用户微信公众平台的使用动机包括便捷信息性动机、获利性动机、仪式性动机和新潮性动机,便捷信息性动机、获利性动机以及仪式性动机都对青年用户的使用行为存在着影响,不同青年用户在微信公众平台上的使用行为也存在着一定的差异^[6]。

借鉴众多学者对有关微信公众号用户订阅方面的研究,笔者总结以下几点,了解和把握好微信公证号的推送功能,以利建立学报微信公证号,扩大学报的学术影响力。

2 用户订阅微信公众号的动机^[7-13]

2.1 订阅微信公证号获取信息

信息获取是用户订阅微信公众号最重要的动机之一。微信公众号推送的消息与内容能够保证用户时时留意与跟进。不同用户对信息的关注及获取兴趣各不相同:有每天关注查看央视新闻的微信公众号,以了解当天的各种国内、国际重要新闻信息;有在外读书为获取其所需的相关学习讯息而订阅微信公众号以帮助其更好、更便利快捷地掌握知识;从事与艺术工作相关的用户,关注和订阅微信公众号是为了能够获得启示,引发灵感,从而对自己的艺术创作提供帮助与支持;有年青的女性用户为获取购物

资讯与产品推荐而订阅了所需的微信公众号;还有相当多的用户为获取专业知识、科研工作者为科研课题的需要而订阅了微信公众号,若订阅到相关高校学报的微信公证号,借助这个平台能够获取各种高校科研与学术方面的最新先进信息,从而有利于其科研工作的进行。

2.2 订阅微信公证号获取愉悦

用户在订阅微信公众号中最易表现出的一种动机即是获得愉悦,用户通过发现与浏览微信公众号中感兴趣的内容来获取乐趣,使其从繁忙日常生活与工作中获得纾解,放松自己,缓解压力。

2.3 订阅微信公证号获得酬报

以获得酬报为动机的微信公众号订阅用户,多为与企业或商家有联系的微信营销活动中。如在购买某品牌商品时,关注它的微信公众号并注册为电子会员就能获得商品折扣优惠,并能得到商品时时打折及新品推出的讯息。

2.4 订阅微信公证号获得自我展示

通过分享或评论所订阅的微信公众号推送的信息内容,从而大家构建出自己的个性形象,以此来表达“我是谁”或者“我代表、支持的是什么”,体现着用户的人格与个性,在某种程度上所使用的微信公众号已经成为其生活的一部分。

2.5 订阅微信公证号获得融合与社会互动

为能接触到与自己具有相似意向的其他人交流谈论共同感兴趣的内容,微信公众号为其搭建了一个沟通交流的平台。用户将自己感兴趣并且认为很好的所关注的公众号或其中的内容分享到自己的朋友圈或微信好友群中,来与朋友们共同分享,加以互动,找到与自己认知及兴趣相投的知音。微信公众号的融合与社会互动使用户从中获取某些操作的帮助。如:在金融方面,用户手中有各种银行卡的消费与使用,通过各大银行的微信公众号了解自己卡的消费及各种使用优惠信息;对于移动用户,关注 10086 微信公众号,可向客服进行咨询并执行相关操作;现在各大医院的微信公众号为用户看病带来许多便利,挂号、咨询、挑选专家等一应俱全;各地公安系统也推出了其微信公众号,方便用户办理各种急需事宜。

2.6 订阅微信公证号获得授权

对于“社会关注型”用户对微信公众号推送的内容的分享诉求十分强烈,希望其这种分享能够被大家所认知和接受,从而扩大推送内容的影响力。如:有用户特别会关注“中国食品安全网”、“食品安

全与健康”这类公众号推送的内容,一旦有曝光食品安全问题,会马上分享到朋友圈里,使朋友知道消息后避免所遇的问题。

3 用户取消订阅微信公众号的动机^[8,10]

用户取消微信订阅号的动机主要可分为两类:一类是基于内容,若对其内容产生不满,就会取消对它的关注;另一类是出于对被动订阅行为的摆脱。如微信中经常出现的各种评选活动,若用户参加则必须对其推出的公众号加以关注才能进入到活动中,当活动结束后,用户往往就会取消对其的关注。

3.1 推送内容质量不符合用户期望

有些微信公众号所推内容粗制滥造,或是内容更新跟不上,时效性差,无法满足订阅用户的需求及心理期望,从而被取消订阅。

3.2 商业内容推送频繁

相当多的微信公众号为其自身利益及商业营销的需要会直接推送含商业性质的信息或商品广告,这些商品对用户打扰过多而被用户取消订阅。

3.3 内容来源重复

用户初时会一次关注多个相同类型的微信公众号,经使用挑选后会留下更符合自身需求的公众号。

3.4 内容需求消失

如大学时代关注学业学习、就业等校园微信公众号,毕业后进入社会并开始从事新工作,一些校园公众号就不为其所用,为求订阅号列表里更干净一些而取消订阅。

3.5 被动订阅行为不满

(1)已获报偿而无新需求。这类订阅多来自商家为推销其商品而搞的送赠品或优惠活动而要求用户进行扫码关注其微信公众号,而用户只是单纯为自身利益进行相关操作,而对其公众号并无兴趣关注,当得到即时利益后,就会取消关注。

(2)一些手机应用在操作过程中会连接到用户的微信账号,自动为用户订阅与应用配套的微信公号,而此类公众号往往推送一些用户不想关注的信息,烦不胜烦,因此自然会被用户取消关注。

综上所述,对于微信公众号来说,只有用户产生了订阅行为,公众号才能与用户建立联系,向用户推送信息,以达到推广或营销的目的。而对微信公众号订阅与否的主动权把握在用户的手上,用户能够完全自主地根据需求决定选择订阅或是取消订阅,具有充分的自主权和选择权。

4 与时俱进,建立学报公证号

大学学报是高等院校均应注重并拥有的学术期刊,是学校学术成果的载体和交流平台,是高校对外交流和宣传其教学、科研的窗口。学报作为学校对外宣传的窗口,既是对高等院校成果的展示,反映其教学质量、科研和学术水平的高低,又是将外界先进的科研新理论、新研究方法引进校园的交流平台,并肩负着传播高等院校最新科研成果信息,推动高等院校教学、科研及学术的不断发展促进高等院校教育改革的重要使命,对高等院校各方面的蓬勃发展,发挥着不可或缺的重要作用。

随着计算机网络、通讯技术的迅猛发展以及互联网的广泛普及,各种出版物的传播与发行已向数字化、电子化延伸,这种迅猛发展的势头对高校学报的发展非常有利,这不仅使高校学术资源的检索与利用更加方便、快捷,还使高校学术期刊的影响力和应用率得到更为有效的提升。

借着这般强劲的互联网技术迅猛发展的春风,充分了解和认清微信公众号所起的重要作用,掌握和把握好微信公众号所具有的好的为我所用的推送功能,建立学报微信公众号将会进一步扩大高校学报的影响力,调动广大师生、学者积极参与学术交流的热情及积极性,这为科学研究的不懈探索、进步,具有现实和长远的意义。

参考文献:

- [1] 腾讯控股有限公司. 2015 年报 [EB/OL]. [2015-02]. <http://www.tencent.com/zh-cn/content/ir/rp/2015/attachments/201502.pdf>.
- [2] 艾媒咨询. 2015 中国手机网民微信自媒体阅读情况调研报告 [DB/OL]. [2015-11-06]. <http://www.iimedia.cn/39692.html>.
- [3] 黄楚筠, 彭琪琳. 高校微信公众平台使用动机与传播效果研究——以中南大学微信平台为例的实证分析 [J]. 东南传播, 2014(8): 122-124.
- [4] 程澄. 微信公众平台的受众“使用与满足”行为探究 [J]. 传媒, 2014(10): 50-51.
- [5] 黄灿, 桂学文. 用户关注微信公众平台订阅号动机研究 [J]. 现代情报, 2015(8): 28-34.
- [6] 吴越. 青年用户微信公众平台的使用动机与行为研究 [D]. 长春: 东北师范大学, 2015.

(下转第 94 页)

话座谈等文娱活动。

综上所述,老年人对生活护理中的打扫卫生、医疗保健护理中的各个服务项目的需求处于较高水平,对于精神慰藉中的各个服务项目均有一定的需求。因此应将社区居委会、社区卫生服务中心、社区高校医学生志愿者资源充分整合,发挥其各自优势,为抑郁老年人提供优质的居家养老护理服务,以满足其需求,使他们能安度晚年。

参考文献:

- [1] 杜少英,张艳文,冯智聪,等. 城市居家养老现状及对策[J]. 中国老年学杂志,2013,33(2): 2980-2982.
- [2] 申贞姬. 老年抑郁症的特点及家庭护理进展[J]. 中外医疗,2013,35(29):150-153.
- [3] 孙海燕,孙国. 盐城市不同养老模式高龄老年人的护理需求分析[J]. 护理学杂志:综合版,2012,27(19):89-90.
- [4] 曹梅娟,陈凌玉. 城市独居老年人居家养老服务需求调查[J]. 护理研究:上版,2012,26(6):1469-1471.
- [5] 武佳琳,王君俏,陆美玲,等. 居家高龄老年人照护需求及满足情况调查[J]. 护理学杂志:外科版,2013,28(12):89-91.
- [6] 季建林. 医学心理学[M]. 第4版,上海:复旦大学出版社,2008:230-232.
- [7] 王利. 失眠症思虑过度状态评定量表的构建及与SAS、SDS相关性研究(D). 山东:山东中医药大学,2008
- [8] 刘春辉,刘申,祝璿珠,等. 60岁及以上社区居民老年抑郁量表评分调查分析[J]. 中华全科医师杂志,2010,9(11):783-785.
- [9] 高月霞,徐红,肖静,等. 南通市老年人抑郁状况及其影响因素分析[J]. 中国老年学杂志,2012(1):115-117.
- [10] 袁群,何国平,冯辉,等. 长沙市社区老年人抑郁症状影响因素分析[J]. 中国老年学杂志,2010(6):746-748.
- [11] Palsson S, Skoog L. The epidemiology of affective disorders in the elderly. A review[J]. Int Clin Psychopharmacol,1997;12(1):3-13.
- [12] 王颖,何国平,贺达仁. 空巢老人的健康问题及对策思考[J]. 中国医学伦理学,2007,6(3):106-107.
- [13] 孙秀云. 社区卫生服务机构在社区居家养老体系中的作用[J]. 社区医学杂志,2011,9(5):10-11.
- [14] 袁晓晓,柯永红,吴旻伦,等. 高校资源在社区居家养老服务中应用的可行性探讨[J]. 护理研究,2013,27(6):1788.
- [15] 刘雪梅,孟红旗,蒲凡. 抑郁症的心理护理[J], 佛山科学技术学院学报,2012,30(5): 81-83.
- [16] 张镇,张建新,孙建国,等. 离退休人员社会参与度与主观幸福感、生活满意度的关系[J]. 中国临床心理学杂志,2012,20(6): 865-867.

(上接第90页)

- [7] 王传宝,郭晓航. 微信公共账号传播的机制与策略[J]. 南京邮电大学学报:社会科学版,2014,16(4):6-11.
- [8] 徐姗. 微信公众号用户采纳与使用影响因素研究[D]. 重庆:西南大学,2015.
- [9] 刘宇辰. 微信公众平台用户内容分享行为影响因素研究[D]. 哈尔滨:哈尔滨工业大学,2015.
- [10] 管斌. 微信公众平台用户使用意愿影响因素研究[D]. 武汉:华中师范大学,2015.
- [11] 李晶晶. 微信用户的“使用与满足”研究[D]. 郑州:郑州大学,2014.
- [12] 王潇雨. 微信使用者使用行为及意图探讨[D]. 兰州:兰州大学,2013.
- [13] 刘忠园. 移动社交网络用户的使用动机与行为研究[D]. 上海:上海师范大学,2013.