

思政教学信息资料,有利于学生及时查看思政教学信息,做好课前预习和课后复习的工作;钉钉平台具有较强的沟通互动优势,教师利用钉钉平台进一步了解学生对思政课程的掌握程度,当学生未及时阅读教师所发送的阅读信息时,教师通过“钉一下”的手段提醒,由此可见,利用钉钉软件,思政课线上教学效果更显著,思政教师有更多的精力和时间提升思政课程教学质量,同时也在与学生和家长的及时沟通中获取了职业幸福感。

## 2、将师生间沟通交流延伸至课外

思政教育工作的创新不仅仅在于课堂上教师引导下所开展的思政教育活动,同样应注重课外师生间沟通交流的加强。在互联网背景下,学生普遍拥有智能手机,对互联网信息技术有着一定程度的了解,微信、QQ、微博等社交平台被广泛运用,体育运动学校思政教育工作的开展也可充分运用这些社交平台,将思政教育工作延伸至课外。教师可通过微信公众号、QQ群、微博等发布积极正向的网络信息,有意识的对职业院校学生的思想加以正向引导,帮助学生建立积极向上的人生观、世界观和价值观。用网络社交平台加强与学生之间的沟通,有助于优质师生关系的构建。体育运动学校内部的学生具有热情的特点,在交友方面保持较高的积极性,但部分学生也表现出了强烈的叛逆心理,教师就应当根据学生的个性化特点,优化思政教育工作的环

境,在互联网信息技术的支持下,广泛应用社交平台加强与学生的课下沟通。教师应保持以人为本的真诚态度,以平等的姿态与学生开展沟通和交流,师生间良好关系的建立有助于教师充分了解职业院校学生内在的想法,并从学生方面得到优化思政教育课程内容的反馈,这对于教师思政教育工作水平的提升有着促进作用。

## 三、结束语

随着信息科技的不断发展,体育院校内部的学生已经学会从媒体网络中广泛获取信息知识,各种思想文化不断碰撞,校方应当对这一问题加以重视,要基于互联网时代背景,通过将互联网技术融入思政教育工作中、将师生间沟通交流延伸至课外这两项措施,创新学校的思政教育工作,逐步提升学生的思想政治水平。

## 参考文献

- [1]朱志强.体育运动学校学生思想政治教育探索[J].产业与科技论坛,2019,18(01):146-147.
- [2]曹坤.互联网时代背景下体育运动学校思政教育的思考和创新[J].当代体育科技,2018,8(36):70-71.
- [3]朱晓菱.普通高校公共体育课程与思政教育融合探析[J].内江科技,2017,38(11):75-76+53.

# 微信公众号爆款文案写作研究

祝贺

(长春理工大学文学院广告系 吉林 长春 130022)

**【摘要】**微信公众号文案成为爆款的底层逻辑是通过合理的选题利用写作技巧对其标题、开头、正文和结尾进行迎合受众心理的实用性撰写最终实现阅读量的几何式增长。本文将从选题策略、标题的拟定、开头的引入、正文的布局、结尾几个方面探讨一篇爆款文案的具体写作方法。

**【关键词】**微信;公众号;爆款文案;写作

微信公众号是微信公众平台的另一称谓,是微信为个人、企业和组织提供业务服务与用户管理能力的全新服务平台。个人、企业和组织可以利用该平台进行一对多的媒体性行为活动。

微信公众号的爆款文案通常是指包括普通文章、广告软文等在内的在朋友圈拥有高分享率和高转发率的点击阅读量达10w+的文章。爆款文案的写作主要由选题策略、标题、开头、正文、和结尾组成:

## 一、选题策略

选题对于一篇文案能否成为爆款至关重要,很多时候选题直接决定了文案能否成为爆款,一个好的选题是成功的一半,有很多人还没动笔就注定要失败,这与写作能力无关,主要原因是选题失败。一个优秀的选题必须具备三个要素:

### (一)大众性

首先,选题一定是适合大众传播,具有高度的流通性。虽然受众是按圈层进行划分的,但像社交类、情感类、科普类、饮食类等选题都具有大众属性,因此可以实现全圈层覆盖。如公号姜茶茶的《疫情期间互联网相亲实录》。

### (二)话题性

话题性是指一个选题能掀起受众讨论的广度和热度,受众在阅读后能积极自发的参与和该选题相关内容的讨论,并形成一定的影响。如公号小声比比的《成为网红的财富密码》。

### (三)独家性

独家性可分为两个层面来理解。一是指该选题在全网中只出自一个公众号之手;另一个是指该选题被某个公众号以独有的角度写出来。如公号小声比比的《负债者罗永浩们》。

## 二、标题的写作

由于现代人的生活节奏加快,加上人们的注意力已被过剩的信息抢占殆尽,一篇方案能否被点击阅读取决于标题是否足够吸引人,因此一个标题能够决定一篇文案的生死,一般来说一个吸引人的标题具有两个标准和三个方向:

### (一)两个标准

#### 1.具有冲击力

一个标题要具有冲击力,表现在标题中要包含具有人们共同认知的文字信息,如“C罗”“耐克”等广为人熟知的著名人和事物,这些信息会有效地吸引受众的注意,进而产生点击阅读的欲望。另外好的标题还要擅于制造冲突,这种冲突是用来制造出乎意料的效果,如“小罗出狱后不会为钱来中超”,类似这样的标题就会具有很强的吸引力。

#### 2.适合分享

分享是人类的天性,互联网时代人类的信息传播速度更快,微信公众号爆款文案的底层传播逻辑就是通过让受众自发的分享所读内容最终形成阅读量的几何式增长。受众分享的动机之一是借分享以示自己对该观点的认同,也会出现受众不认同该观点但也转发的情况,如同道大叔的《女人真正爱一个男人是什么样子的?》;有时候受众分享内容是想和朋友就文中感兴趣的话题进行讨论,这些受众可能更关注文案以外和该话题相关的内容并和朋友交流观点和感受,如公号文案情报局情感类的《后来,你是我最大的遗憾》;还有一种情况是受众借分享文中的观点来认同自己的某种身份,借此强化自己在他人眼里的印象,如公号新世想的《重要通知:今天我不想假扮大人了》。

### (二)三个方向

在满足上述两个标准的前提下,一个吸引人的标题还要找准三个方向:

#### 1.蹭热点

蹭热点即将标题和热点事件联系起来,热点本身被舆论引爆过,自带流量,因此,只要能找到要写内容和热点相关联的点就可搭上热点的快车迅速的吸引受众。如文案君的《卧底摆摊群后,我总结了一套实操指南》。

### 2.说好奇

用这种方式起标题的诀窍在于标题里的内容要利用人们的认知局限性,即一半是受众知道的一半是不知道的,目的就是要激起受众的好奇心从而达到阅读量的增长,如《红海为什么是红的?》。

### 三、开头

如果标题成功的将受众引入正文,但开头乏味就同样不能起到增加阅读量和提高分享率的效果。因此,开头一定要做到新颖。有两种方式的开头写作可以有有效的吸引受众深入阅读,分别是情景型和悬念型:

#### (一)情景型

所谓情景型就是以故事的方式切入。如果有一篇为演讲口才课程而写的广告文案,可以用美国总统工资的故事引出。“在人们印象里美国作为最富有的国家,他们的总统自然也是有钱人,然而事实并非如此。历史上有几位美国总统卸任后生活拮据,更有人面临生存危机。但随着全球化的进展,美国前总统赚钱的机会越来越多。经常在外面演讲的克林顿,每场演讲费都是六位数”。说到这里就可以引出演讲口才的重要性进而托出相关的课程广告,这样受众也会更容易接受。

#### (二)悬念型

20世纪美国“艺术派”创意大师李奥贝纳提出广告要有“戏剧性”,悬念型的开头就要先提出问题引起受众的兴趣,然后给出答案,如推文《你为什么留在上海》开头就提出问题“你为什么留在上海?”然后在文中给出答案“时间会给你最好的答案”,这其实是这篇文案为一款手表写的软文,答案与问题结合巧妙又自然流畅,起到了“情理之中,意料之外”的“戏剧性”效果。

## 四、结尾

开头和正文是写的好,同样也少不了一个完美的结尾收官。为了避免虎头蛇尾,一个完美的结尾不仅能让受众阅后有一种完整感,结尾往往还具有点睛的作用,以下三种方式可用作结尾:

### (一)照应式

这种方式是在结尾处重申主题,和前文相应,起到扣题的作用,这样收尾前后衔接紧凑结构完整,能够帮助受众加深对全文主题的印象。如公号李叫兽的《这届新中产阶级,想要什么?》的结尾“总之,对这些新一代消费者来说,金钱不再是最大的成本,他们更加愿意为注意力和时间付费”。

### (二)提问式

这种方式是通过前面正文的写作充分调动起受众的兴趣,然后以开放性的收尾方式提出一个问题,随着受众参与回答讨论的人数不断增加进而使该篇文案的热度持续下去。

### (三)引申式

这种方式的结尾可以将全文的观点提升到一个更高的层次,起到升华主题,统领全篇的作用。

以上从选题策略、标题、开头、正文和结尾几个方面总结了微信公众号爆款文案的写作方法,并结合了多个案例的分析,这些实用的方法与技巧值得其他致力于推出爆款文案的公众号创作人员借鉴。

作者简介:

祝贺(1984.3),男,汉族,吉林长春人,长春理工大学,传播学硕士,讲师,从事传播学、广告学研究。