

# 科技期刊社会职能拓展的有益实践

袁 长 江

(中国学校卫生杂志社, 233000, 安徽蚌埠)

**摘 要** 通过对《中国学校卫生》杂志在拓展社会职能 6 个方面有益实践的总结, 得到了如下认识: 科技期刊参与科学研究, 是其社会职能进一步向专业化方向的拓展; 科技期刊将专业知识转化为科普知识, 是其社会职能进一步向普及化方向的拓展; 科技期刊积极主动应对重大突发事件, 是其社会职能进一步向社会公益性方向的拓展; 科技期刊加强媒企合作, 是其社会职能进一步向市场化方向的拓展; 科技期刊拓宽服务领域, 抢占优势市场, 是其社会职能进一步向个性化服务方向的拓展; 科技期刊进行强强联合、优势互补, 是其社会职能进一步向为读者服务方向的拓展。

**关键词** 科技期刊; 社会职能; 实践

**Practice of sci-tech journals' social functions // YUAN Changjiang**

**Abstract** The practices of expending social functions by *Chinese Journal of School Health* magazine are summed up as follows: participating in scientific researches, converting the special knowledge to pop sciences, actively dealing with the emergency events, strengthening the cooperation with medium industry, broadening the service fields and occupying more markets, and uniting with other sci-tech periodicals to serve the readership better.

**Key words** sci-tech journal; social function; practice

**Author's address** Press of Chinese Journal of School Health, 233000, Bangbu, Anhui, China

科技期刊的主要社会职能是传播科技信息<sup>[1]</sup>, 在社会主义市场经济不断完善的今天, 科技期刊还应充分利用拥有一批本专业的专家队伍、较为完善的发行网络等优势, 以适应市场发展的需要, 提高社会效益和经济效益。中国学校卫生杂志社在努力办好杂志的前提下, 积极探索适应《中国学校卫生》杂志自身发展的路子, 在拓展社会职能方面进行了一些有益的尝试, 取得了一定的实效。现就《中国学校卫生》杂志在拓展社会职能方面的实践和体会作如下总结。

## 1 参与课题研究, 提高编辑素质

科技期刊参与科研课题研究, 是提高科技期刊编辑不断完善和充实专业知识的有效措施。有学者提出, 我国科技学术期刊的编辑应走学者化的道路, 其中一条有效的、可行的途径是参加科学研究, 以提高业务水平<sup>[2]</sup>。科技期刊参与科研课题研究, 也是科技期刊编辑了解和掌握学科发展及学术动态的有效措施。

《中国学校卫生》杂志自 2006 年来, 大胆尝试, 通过独立承接、联合申报、承接子课题等形式, 完成和正在完成的国家级、省部级科研课题 5 项, 分别是: 1) 2006—2007 年度独立承接的教育部课题项目——全国教育系统校医、保健教师、健康教育教师现状及需求调查; 2) 2006—2007 年与合肥工业大学联合申报的国家艾滋病防治办公室资助的社会动员项目——皖北艾滋病流行(高发)地区青少年预防艾滋病知识展教; 3) 2006 年承接的安徽医科大学申报的国家自然科学基金资助项目子课题——早产儿青春发育期心理行为研究; 4) 2007—2008 年承接的安徽医科大学申报的卫生部学校卫生标准项目子课题——儿童青少年伤害监测评估标准的研制; 5) 2007—2008 年承接的安徽医科大学申报的国家高科技研究支撑项目(国家 863 计划项目)子课题——儿童青少年亚健康多维量表评定方法研究。参与上述科研课题的研究, 进一步拓宽了科技期刊向专业化方向发展的社会职能。

## 2 专业知识科普化, 科普知识产业化

科技期刊将原始科技信息存储化、载体化和社会化, 在发展科学技术和推动科技进步方面发挥着不可替代的作用<sup>[3]</sup>; 然而, 由于受众面较窄, 只能给科技期刊的消费者带来效益<sup>[4]</sup>, 许多科研成果不能让更多的大众所了解, 因此, 及时、有效地将专业知识(科研成果)转化为科普知识, 并形成科普产品, 是科技期刊社会职能向普及化的方向拓展的有效实践。

中国学校卫生杂志社早在 20 世纪 90 年代来就开始了有益的尝试。主要是将专业知识转化为科普挂图、科普展板、科普图书和科普知识画页, 先后编辑出版《学校健康教育系列挂图——良好行为的养成、常见病防治知识、青春期教育、饮食与营养教育、环境与安全教育(共 6 个部分)》以及《学校预防艾滋病健康教育》《拒绝香烟、健康成长》《学校预防传染病健康教育》《预防近视, 保护视力》等学校健康教育挂图 6 套 100 余张, 编辑出版《学校健康教育墙报集锦》《学校常见食物中毒及其防治知识》等科普图书 2 册, 编辑出版《中小学生常见传染病防治知识要点》等科普知识宣传画页 4 种, 使《中国学校卫生》杂志的受益人群从订阅杂志的 1 万余人增加到近 1 000 万人, 有效地扩

大了社会效益,增加了经济效益。随着科普产品开发的增多,中国学校卫生杂志社已将科普产品的开发向产业化发展,现正在为中国科协流动科技馆进校园开发儿童青少年健康教育方面的科普资源包。

### 3 积极参与并有效应对重大突发事件

科技期刊在社会重大事件中作出的反响越迅捷、越大,其影响力和感召力往往就越让社会、让读者震撼,其举措才会得到更多、更广泛的关注<sup>[5]</sup>。

在2008年4—5月我国发生的2次重大突发事件中,《中国学校卫生》杂志反应迅速,除及时刊发相关学术论文外,还充分利用自身的优势,配合教育部体育卫生与艺术教育司、中国科协青少年科技中心大力开展突发事件后儿童青少年相关科普知识的宣传工作。4月,安徽阜阳发生由肠道病毒EV71型引起的儿童手足口病大流行,造成20多名患儿因并发脑水肿等疾病而致死亡,而且疫情很快波及全国许多省市自治区。为积极应对儿童手足口病疫情,在没有疫苗的情况下,加强对易感人群及其监护人的健康教育尤为重要。为此,中国学校卫生杂志社应中国科协儿童青少年科技中心和教育部体育卫生与艺术教育司的要求,立即组织编辑了《倡导健康生活方式,积极预防手足口病》科普知识宣传画页,仅用1周的时间编辑、印刷、寄发了50万份,为有效防控儿童手足口病这一突发公共卫生事件作出了相应的贡献。5月17日,在四川汶川特大地震发生后的第5天,接中国科协有关领导的指示,要从速编印灾后儿童青少年心理行为调适宣传材料,以帮助地震灾区儿童青少年尽快走出灾难阴影、度过心理难关。为此,在不到1周的时间内,编辑、印刷并向受地震灾害影响严重的四川、陕西、甘肃、重庆等省市寄发了50万册《度过心理难关,走出灾难阴影——地震灾后儿童青少年心理自我调适》科普知识宣传册。这在专业心理咨询师、治疗师严重不足的情况下,及时、有效地帮助灾区儿童青少年进行自我心理调适,并使他们尽快走出心理困境、提高心理自救能力无疑会产生一定的作用。上述2项工作的有效开展,进一步拓展了科技期刊的社会公益性职能。

### 4 加强媒企合作,努力实现双赢

加强科技期刊与相关企业的合作,是科技期刊拓展市场职能的有益实践。虽然有专家认为科技期刊只能传播学术水平高的科研论文,甚至还有一些学者认为“学术期刊不能做广告”,认为学术期刊刊登广告会“玷污圣洁殿堂”<sup>[6]</sup>;但是,在我国社会主义市场经济不断完善的今天,科技期刊要想得到进一步发展,应摒

弃传统的计划体制下的观念,像世界知名的《Science》和《Nature》一样积极开展科技期刊与企业的合作,不断提高自身的经济收益。著名的英国医学期刊《柳叶刀》主编理查德·霍顿曾在一次国际学术会议上明确指出:我们创刊就是为了盈利。美国和英国的一些学者并不认为完成学术使命与获取利润是水火不相容的<sup>[6]</sup>。

《中国学校卫生》杂志近几年来除大力开发广告业务外,还与相关企业开展合作,双方均取得了较好的收益。2006年,杂志与上海中天视力宝科贸公司合作,除刊登全年广告外,还联合开展“预防近视,保护视力”有奖科研论文征集评选活动。合作1年后,杂志社除获得应有的收益外,还成为该公司生产的学生学习台灯的代理商,上海中天视力宝科贸公司也获得了丰厚的回报,生产和销售的中天视力宝牌学习台灯已在全国成为热销产品。2007年,杂志与利乐(中国)公司合作,由利乐(中国)公司出资,在《中国学校卫生》杂志开辟《饮奶与健康》专栏。2008年,杂志与合肥龙科马药业有限公司合作,除刊发全年广告外,还将联合举办学校结核病监测与防控学术会议。目前,正在洽谈中的合作伙伴有宝洁(中国)公司、中国肯德基餐饮健康基金办公室等,合作意向有联合办刊、联合开展科研工作、联合编印科普读物等。

### 5 拓宽服务领域,抢占优势市场

台湾出版界的邱炯友认为:学术期刊的核心竞争力系指编辑出版专业人员调运与运用各方面资源而产生战略优势和潜能,此核心竞争力展现在政策规划、组织架构与品质效率等重要方面,从编辑、制作、发行等务实过程中,长期且持续激发核心竞争力,并不断地追求经营理念的创新,其力量之强弱则影响出版机构之活力与存续。它既是学术期刊出版机构在学术领域中的精神象征,亦是学术期刊出版机构参与市场竞争的主要成败关键<sup>[7]</sup>;因此,科技期刊应充分利用自身的品牌优势,品牌优势就是科技期刊参与市场的核心竞争力的体现<sup>[8]</sup>。拓宽服务领域、抢占优势市场,是科技期刊社会职能在个性化服务领域的有益拓展。

《中国学校卫生》杂志充分利用品牌优势,准确把握国家政策、法规,不断拓宽服务领域,及时、成功地抢占了一些优势市场。为帮助青少年掌握科学用眼知识和方法,降低青少年近视率,成立了中国学校卫生杂志社爱眼科普办公室,除免费向中小學生及其家长开展预防近视眼知识咨询和视力检查外,还向疑似近视眼和低年龄组近视眼患者推荐使用视力矫治方面的新技术和有效的方法。推出的产品均经专家鉴定、正规厂

家生产,且被大样本实验证明为对防治学生近视眼有效。许多患有中低度近视的中小学生在采用了中国学校卫生杂志社爱眼科普办公室推荐的综合防治近视眼方法后,视力明显提高,有的学生摘去了眼镜。目前,该办公室已展现出品牌效应,与上海、北京、宁波、广东、新疆等地相关单位签订了授权使用“中国学校卫生杂志社爱眼科普办公室”品牌合约,力争实现这一品牌在全国的连锁经营。为进一步开展个性化服务,我们还在杂志所在地安徽蚌埠成立了“蚌埠市科卫儿童青少年健康服务部”,为当地中小學生提供健康咨询、常见病防治、特色培训等个性化服务。为进一步抢占优势市场,我们于2008年3月被批准成立了“中国学校卫生杂志社学生健康体检站”,将为杂志所在地的中小學生开展健康体检业务。事实证明,科技期刊的品牌优势和人才优势是科技期刊在市场经济条件下生存与发展的巨大资本。

## 6 积极为读者服务

学术类科技期刊的发展,多年来一直在“普及”还是“提高”、是为作者服务还是为读者服务等讨论声中缓步前行。虽然期刊界一些专家大力呼吁学术期刊应以读者服务为主<sup>[6]</sup>;但由于国内期刊的评价体系中仍以影响因子、基金论文化、国际著名数据库收录情况、SCI总被引频次等为主要分析指标,因此,我国学术类期刊的办刊人很少有所超越。《中国学校卫生》杂志也是如此。但要发展,必须认真对待广大读者的呼声。当读者普遍反映你所编的杂志学术水平太高、看不懂时,也就意味着你将丢失这些读者。《中国学校卫生》杂志的读者绝大多数是校医和保健教师,他们对较深奥的学术研究并无兴趣,所需的是指导和帮助他们如何上好健康教育课和做好校医工作的技术和方法。要想确保《中国学校卫生》杂志学术地位不降低、发行量不下降,就必须及时有效地解决读者所面临的问题。为此,我们与北京市疾病预防控制中心商洽,决定联合创办内部刊物,免费赠送给校医和保健教师,一方面可以满足校医、保健教师的实际需求,另一方面也是帮助提高读者专业知识水平的有效方法。经有关部门批准,由北京市疾病预防控制中心和中国学校卫生杂志社联合主办的《学校健康教育资讯》(内部资料,季刊)已于2008年3月创刊,收到了较好的反响。这种强强联合、优势互补、创办新刊的有益实践,是科技期刊为读者服务职能的有效拓展。

## 7 结语

作为一个自收自支事业单位的中国学校卫生杂志社,自2000年起就已“断奶”;但我们不等不靠,充分发掘自身优势,积极参与市场竞争,不断拓展社会职能,取得了一些成功经验,取得了良好的社会效益和经济效益。我们在拓展社会职能、走向竞争中一直立足根本,确保《中国学校卫生》杂志的学术地位和编辑质量不断提高。近几年来,《中国学校卫生》杂志多次被评为行业及省部级优秀期刊,其中获省部级优秀期刊一等奖1次、二等奖1次,获行业学会(中华预防医学会)优秀期刊一等奖3次;被中国科协2次确定为“择优扶持基础研究与高科技研究期刊”,是中国期刊方阵的“双效期刊”;被国内外许多著名检索类杂志和数据库收录,其中有《中国学术期刊文摘》(中英文版)、波兰《哥白尼索引》、俄罗斯《文摘杂志》等。我们将不断总结经验,努力探索,积极参与市场竞争,为我国科技期刊的网络化、国际化、集团化和市场化<sup>[9]</sup>发展继续大胆尝试。

## 8 参考文献

- [1] 张小强,张苹,吕赛英,等.从信息传播角度看科技期刊编辑出版过程及其优化[J].编辑学报,2007,19(3):161-163
- [2] 沈林.科技期刊编辑学者化的途径[J].编辑学报,2005,17(5):385-386
- [3] 方岩.竞争优势与科技期刊的价值链分析[J].中国科技期刊研究,2006,17(4):541-543
- [4] 李鑫,陈冠华.科学技术期刊在信息社会中的作用[J].编辑学报,2006,18(4):247-248
- [5] 杜月英.关于科技期刊科技文化吸引力谋略的思考[J].编辑学报,2007,19(6):408-409
- [6] 蔡玉麟.为读者服务:我国科技期刊的软肋[J].中国科技期刊研究,2006,17(5):689-693
- [7] 邱炯友.学术传播与期刊出版[M].台北:远流出版事业股份有限公司,2006:29
- [8] 高森,任延刚.积极实施品牌战略 提高科技期刊发展力[J].编辑学报,2006,18(增刊):119-121
- [9] 中国科学院科学期刊编辑研究会研究小组.影响科技期刊发展的因素及有关政策的调研与分析[J].中国科技期刊研究,2007,18(2):213-219

(2008-06-11 收稿;2008-08-12 修回)