

科技期刊借助政府资源的实践

——以《家庭医药》举办健康科普活动为例

罗耀民

《家庭医药》杂志社,530022,南宁

摘要 争取政府和社会资助,是期刊社期待的。本文探索在目前文化体制改革的形势下,借助政府资源举办健康科普活动,实现政府、公民、杂志社“三利”的路子和办法。

关键词 科技期刊;《家庭医药》;政府资源;科普活动

Practice of sci-tech journals using government resources: taking popular health science activities organized by *Home Medicine* as example//LUO Yaomin

Abstract Funding from government and society is expected by journals. This paper explores the ways and means of achieving mutual benefit of the three parties, i. e. the government, the citizens and the journals, using government resources to organize popular health science activities under the situation of current culture system reform.

Key words sci-tech journal; *Home Medicine*; government resource; popular science activity

Author's address Home Medicine magazine, 530022, Nanning, Guangxi, China

1 基本认识

选题策划已成为提高期刊质量、扩大影响和增强市场竞争力制胜的法宝,受到传媒和出版业的普遍追捧。科技期刊选题策划的重要性已被同行们认知,不少同人对选题策划的原则、方法进行了有益的探讨^[1];而在选题策划的类型中,借助政府资源更具有实践指导意义,但目前少有探讨。

2009年,家庭医药杂志社根据形势发展和社会的需要,在抓好期刊质量、发行、广告,继续打造医药品牌期刊的同时,借助政府资源积极开展规模大、影响广、效果好的公益性健康科普活动,受到公众和社会的好评,提高了杂志社的知名度和影响力,促进了期刊的发展。

目前我国进行的文化体制改革,以及期刊出版由传统的纸质出版模式向网络出版、手机出版方向发展,对于科技期刊是一场革命,是机遇也是挑战。科技期刊作为公益性事业的组成部分,如何通过一定的方式和办法得到巩固并发展,做大做强,是期刊同人高度关注、积极谋求的事,也是政府关注的事。笔者通过实践体会到:期刊借助政府资源开展活动是可行的,作用是明显的;政府有关部门也想通过一些途径和一定的方

式支持期刊的发展,营造文化氛围,建设有中国特色的社会主义;科技期刊开展公益性的活动,为公众服务,既是自身的责任和义务,也是社会和政府所希望的,更是建设文化强国的需要。

2 主要做法

2.1 根据期刊的性质和业务范围,围绕社会的热点和政府的关注点,找准切入点 《家庭医药》是广西科协主管,面向全国发行(在新加坡同步上市),以全国3亿家庭就医选药实用指南、促进公众健康为宗旨的公益性科普期刊。目前有上旬的《就医选药》、中旬的《快乐养生》和下旬的《医药论坛》专版,热忱服务于公众的身心健康,是广大读者的健康益友,是全国健康保健类品牌期刊。

工作中我们深刻认识到,在目前以人为本、建设有中国特色社会主义的实践中,公民的健康问题,既是国家高度关注的,也是公民自身迫切需要的,是富国强民的基石。为了国民的健康,国务院早在1995年就颁布了《全民健身计划纲要》,并在2006年颁布的《全民科学素质行动计划纲要》主题中明确提出“要保障公民的安全健康”。可以说,我们的国家和公民从来没有像现在这样重视和关注健康问题。这正是《家庭医药》的最佳切入点。我们牢牢抓住作为热点、焦点的健康话题,精心策划开展公益性科普活动。

2.2 积极争取政府的资金支持 既然是公益性活动,就应依靠政府的支持和帮助。我们根据公益活动的性质——健康类科普活动,积极向主管单位和科技、卫生等政府有关部门申报开展有关活动,阐明活动的目的、意义和作用,争取得到支持,特别是资金的支持,为开展公益性活动打下基础。通过申报,广西壮族自治区科协领导审时度势,欣然答应支持开展健康科普活动并作为活动的主办单位,广西科技厅、卫生厅、贵港市人民政府也同意作为活动的主办单位并给予经费支持。家庭医药杂志社作为承办单位,具体组织开展活动。这样,整个健康科普活动就能顺利开展,并且活动的规格高,影响大。

2.3 精心策划和组织,确保效果

一是抓好主题内容,要求高质量、高水平,听众感

兴趣。5月的“名家名医谈健康”的主题内容是高考考前心理健康与膳食指南,12月的主题内容是“公务员膳食与健康”,很有针对性和实用性,受欢迎。

二是人力保证。主办方派专人负责,杂志社领导亲自挂帅,并抽调得力骨干人员,组成强有力的团队。

三是选择好时机。将健康科普活动选择在科技活动周、广西十月科普大行动等全国及广西重大科技节日期间举办。

四是主办、承办方通力合作,分工协作,确保活动取得预期效果。例如:5月在广西科技馆举办的名家名医谈健康科普讲座,广西壮族自治区科协、科技厅、卫生厅的领导出席,500多名学生、干部参加,效果好,中央及广西10多家媒体作了报道;12月在广西贵港市平南县举办的“膳食与健康”科普讲座,800多名公务员聆听了中国营养协会副理事长、中山大学教授苏宜香的精彩演讲,到场的市、县领导和其他干部普遍反映“从来没有受到这么好的健康养生教育”,“会场从没有这样安静”。大家对活动给予很高评价,并希望以后多开展此类活动。活动后,苏教授与贵港市及广西科协的领导进行了座谈,就广西和贵港市的健康科普教育提出了很好的意见和建议,广西科协及贵港市领导高兴接纳。

家庭医药杂志社承办的2项健康科普活动,效果好,深受群众欢迎。广西壮族自治区科技厅、科协分别在全国科技活动周和广西十月科普大行动中都给予表彰奖励,希望《家庭医药》今后多开展健康养生等公益性科普活动,为公民的健康作贡献。健康科普活动的开展,提高了《家庭医药》杂志的知名度,进一步打造了《家庭医药》品牌。

3 前景展望

借助政府资源举办的健康科普活动,至少实现了“三赢”:一是党和政府有关部门做了他们想做的事;二是群众受到科学、实用的健康教育;三是杂志社不用自己掏钱就做了公益性活动,同时宣传了自己,提高了

《家庭医药》的知名度,进一步打造了品牌,为今后的品牌价值链延伸^[2]打下基础。此举利国、利民、利己,值得继续开展。

通过2009年的活动,广西壮族自治区科协及政府有关部门的领导希望《家庭医药》2010年继续开展此类活动,并将这些活动作为造福八桂的常规活动。《家庭医药》已做好扩大活动规模和影响的计划,以此为公民的身心健康作出更大贡献。

笔者认为:作为公益性的科技期刊,要进行多种形式的探索,寻找到可持续发展的路子和办法。在目前的文化体制改革中,在漫长的建设文化强国、科技强国过程中,科技期刊借助政府资源开展公益性活动,是有好处的,前景是广阔的。

4 结束语

科技期刊是我国文化、科技事业的重要组成部分,是公益性事业,事关我国文化、科技的发展。期刊为了扩大影响,拓展品牌,就必须借助这个有形和无形的平台开展各种活动,从而加强编读联系,让受众在期刊内外感受到期刊的公信力和感召力^[3]。科技期刊在开展好正常业务的同时,根据自身的特点,借助政府资源适当开展公益性活动,既能补充办刊经费的不足,又是期刊宣传自己、提高知名度、扩大影响力的有力举措,同时很有可能通过活动的开展找到新的发展契机,值得大力开展并作深层次的探索与实践。

5 参考文献

- [1] 付国彬. 科技期刊选题策划的社会热点切入式[J]. 编辑学报, 2009, 21(3): 198
- [2] 吴薇薇. 科普类期刊品牌经营的调查分析[EB/OL]. (2010-02-14)[2010-04-11]. <http://www.kexuejixunzns.com/library/showcontent-20090720095481.html>
- [3] 王自立. 期刊编辑策划: 下[EB/OL]. (2010-02-14)[2010-04-11]. <http://hi.baidu.com/ideastore/blog/item/d28f1e3ffbdf89cc9f3d62c1.html>

(2010-05-10 收稿; 2010-06-11 修回)

注意正确使用“百分点”

百分点(1百分点=1%)的使用现在越来越多,但不少媒体用错了。例如某期刊中说:“2007年产量为100万t,2008年达112万t,增加了12个百分点。”

百分点是一个新的基础数学概念,它只用于比较采用百分数形式表示的数值的增减,例如个人存款的年利率从3.25%降至2.25%,可以说降了1个百分点,

但决不能说降了1%。如果是降了1%,则新利率应为 $3.25\% - 3.25\% \times 0.01 = 3.2175\%$ 。可见,上述年产量的增加应该用百分数表示,即说“增加了12%”。

百分点是一个单位,书写时其前面的“个”应删去,正如“5小时”“10厘米”不应写作“5个小时”“10个厘米”一样。

(郝欣)