

疫情背景下举办医药专业在线学术会议的实践与思考 ——以《中国药房》杂志为例

段思怡 李劲 马劲[†] 邹小勇 胡晓霖

重庆大学附属肿瘤医院《中国药房》编辑出版中心,400042,重庆

摘要 医药专业学术会议是医药行业学术交流的重要平台,但在2020年新冠肺炎疫情的影响下,传统线下学术会议举办受到了极大限制。为顺应形势,《中国药房》改变传统思维,寻求突破,自2020年4月起,成功策划并举办了多场在线会议,包括“医院药事热点”主题系列专家圆桌论坛和“药学e论坛”在线专题研讨会等,在线参会人数累计达十几万人次。本文从良好的线下会议品牌口碑和丰富的办会经验、凝聚当前行业热点和难点的科学选题、贴近线下会议氛围的展现形式和紧凑的议程安排、技术过硬的播放平台支持和良好的会议宣传、医药企业的赞助和支持等方面阐述疫情背景下举办医药专业在线学术会议的成功要素,并分析其成效与不足,旨在为科技期刊通过在线学术会议这一途径承担起学术传播、信息交流的重要职责提供借鉴和参考。

关键词 医药科技期刊;在线学术会议;新冠肺炎疫情

Practice and thinking of holding online academic conference on medicine under the background of epidemic situation: taking China Pharmacy as an example//DUAN Siyi, LI Jin, MA Jin, ZOU Xiaoyong, HU Xiaolin

Abstract Academic conference is an important platform for academic exchanges in the pharmaceutical industry. However, under the influence of the Novel coronavirus pneumonia in 2020, the traditional academic conference was greatly restricted. In order to adapt to the situation, we have changed our traditional thought and sought breakthroughs. We have successfully planned and held a number of online meetings, including the series of “Expert Round-table Forums on Hot Topics of Hospital Pharmacy Affairs” and “Pharmacy e Forum” since April 2020. The number of online participants exceeded 100 000 person/times. This paper expounds the successful factors of holding online academic conference of pharmaceutical specialty under the background of epidemic situation from the following aspects: 1) good offline conference brand reputation and rich experience in organizing the meeting, 2) scientific topic selection focusing on current hot and difficult points, 3) exhibition form close to the atmosphere of offline meeting and compact agenda arrangement, 4) excellent broadcast platform support and good conference publicity, and 5) sponsorship and support from pharmaceutical enterprises. The purpose of this paper is to provide reference for scientific journals to undertake the important responsibilities of academic communication and information exchange through online academic conferences.

Keywords medical scientific journals; online academic conference; Novel coronavirus pneumonia

Authors' address Editorial and Publishing Center of Chinese Pharmacy, Cancer Hospital Affiliated to Chongqing University, 400042, Chongqing, China

DOI:10.16811/j.cnki.1001-4314.2020.06.022

医药专业学术会议是传递医药行业最新信息、交流从业人员工作经验、提升医师和药师等职业素养的重要平台。然而2020年伊始,随着新型冠状病毒肺炎(COVID-19,简称“新冠肺炎”)疫情的蔓延,为尽快遏制疫情的发展、减少人群交叉感染风险,从国家到地方各级政府均出台了相应文件,规定了减少、限制甚至取消非必要的人群聚集性活动^[1-3]。因此,各类专业学术会议的举办计划纷纷搁置或取消。

《中国药房》杂志作为一家药学综合类学术刊物,自1990年创刊以来,便致力于为全国医疗机构、医药高等院校及研究院(所)的医药行业人员提供学术交流平台,每年坚持组织举办数场全国性、地方性专业学术会议及相关行业培训。然而受此次全球性疫情的影响,《中国药房》也取消了相应线下会议及培训的安排。面对新冠肺炎疫情的肆虐,为继续向临床一线医、药、护工作人员提供获取治疗方案、用药信息和专家建议等专业资讯的交流平台,《中国药房》自2020年4月起,成功策划并举办了多场在线会议,包括“医院药事热点”主题系列专家圆桌论坛和“药学e论坛”在线专题研讨会等。现将相关经验介绍如下,为新冠肺炎疫情背景下科技期刊举办学术会议、扩展学术服务内涵等工作的开展提供参考。

1 疫情背景下举办医药专业类学术会议是科技期刊顺应形势的必然选择

学术交流有利于扩大科学视野、检验研究成果、纠正错误认识、相互学习探讨、启迪创新思维、激发创新活力,是科学研究不可替代的一环^[4]。专业类学术会议就是学术交流最重要、最主流的一种形式。在新冠肺炎疫情的影响下,医药类科技期刊势必要顺应形势,改变传统思维,寻求突破,继续为医药行业从业人员提供及时的学术信息和工作经验的交流平台。一方面,

[†] 通信作者

学术会议能有效地传递医药行业的权威学科信息,特别是新冠肺炎相关的研究信息。自疫情暴发以来,各类医药期刊、重点数据库以及丁香园、微博、微信公众号等网络媒体已刊登与疫情相关的海量文章,这也给临床医药工作者带来了筛选和辨识的难度。而通过专业学术会议,能将最新、最有价值的研究成果和观点高密度性地传递给参会人员,帮助指导其临床实践工作。另一方面,学术会议能加强参会人员的学术和情感交流。医药行业从业人员在疫情防控工作中背负着多方面的巨大压力,因此更需要同行之间的交流和鼓励。在千头万绪的新冠肺炎疫情防控工作中,捐赠药品的管理、医院消毒管理的规范、患者情绪的疏导以及医务人员职业防护的加强等都是医药专业人员需要面对的挑战。在参会期间,他们不仅可就工作中的存在问题和解决办法等进行经验分享和情绪交流,共同为当前疫情防控工作群策群力,还可为将来学科合作和项目实施等搭建通畅的信息沟通渠道、奠定良好的情感基础。

2 疫情背景下举办医药专业在线学术会议的成功要素

在医药专业学术会议成为“刚需”的背景下,为突破当前疫情防控工作中线下会议等聚集性活动受限的“瓶颈”,《中国药房》自2020年4月起,已成功举办了6场“医院药事热点”主题系列专家圆桌论坛和3场“药学e论坛”在线专题研讨会(正在进行中)等在线学术会议,取得了显著的社会效益,这主要是基于以下几方面的因素。

2.1 良好的线下会议品牌口碑和丰富的办会经验

在当前期刊界竞争日渐激烈的背景下,特色会议作为期刊的终端价值之一,其品牌效应的影响尤为明显^[5]。《中国药房》自1990年创刊以来,经过31年的实践积累,从一家经营性期刊逐渐向学术服务性期刊转型,并已经在业内树立了口碑良好的学术会议品牌。期刊每年均举办1~2次全国性的专题研讨会,例如,“全国医院药剂科管理工作研讨会”“全国医院用药分析与趋势预测研讨会”等^[6]。近10年来每年举办的全国性和地方性学术研讨会、专题论坛和培训班等的数量进一步增加,如近两年的“全国加强医院药事管理与转变药学服务模式专题研讨会”(2018年3月,泰兴)、“全国医院超药品说明书用药的风险与防范专题研讨会”(2018年7月,大理)、“全国药物治疗管理模式与合理用药专题研讨会”(2019年3月,西安)、“互联网+药学服务创新论坛”(2019年4月,深圳)以及“重庆市药学综合知识与技能培训班”等,足迹遍布重

庆、成都、济南、天津、杭州、合肥、深圳、珠海、兰州、泰州、连云港等多个大中城市,参会人次累计已突破4万人次,行业影响力不断扩大。期刊编辑及相关工作人员因此积累了丰富的办会经验,对会议主题、会场地址、会议时段的选择以及参会人员食、宿、行的安排等方面均有独到的心得。

以《中国药房》在疫情期间举办的6场“医院药事热点”主题系列专家圆桌论坛线上会议为例,当会议的首轮通知在微信朋友圈和微信群等渠道发布后,就有很多编委、作者、读者等纷纷响应,主动向编辑询问会议召开的时间、内容、主讲人等相关事宜,表现出强烈的参会热情。在因疫情原因而涌现出不同期刊(社)竞相举办线上学术会议的环境下,《中国药房》举办的在线会议仍然凭借深厚的行业影响力基础和精细化的运营操作,赢得了很高的关注度,使药学类从业人员不仅愿意且喜欢参加会议。

2.2 凝聚当前行业热点和难点的科学选题

学术会议成功的前提之一是有针对性和实践指导价值的科学选题。会议主题选得好,就会引起广泛共鸣,从而吸引更多关注^[5]。根据当前行业最新的政策、法规以及话题性事件等,再结合科技期刊本身的专业领域特长,可以科学地设计并筛选会议主题。

在此次疫情期间,最受关注的莫过于新冠肺炎的诊断和治疗等相关话题。《中国药房》从药学类综合期刊的自身专业优势出发,在重点关注新冠肺炎疫情防控相关药学工作的同时,将话题延伸至加强医疗机构药品配备管理、强化药品合理使用、拓展药学服务范围、加强药学人才队伍建设等方面的热点和难点,策划了6场“医院药事热点专家系列圆桌论坛”在线会议,于2020年4月23日正式在网络平台启动,每周一个主题,均在周四晚上7:00准时开播。每一场论坛均有一个明确的主题,分别为“应急公共卫生事件下的医院药事管理和药学服务”“新医改形势下的药事管理应对策略”“面向未来的临床药学人才培养模式与策略”“临床药师新型服务模式的构建”“慢病的药物治疗管理模式与效果”“医院绩效考核下如何强化合理用药管理”。每场论坛的主题既各有侧重,也相互关联:应急公共事件背景下更能凸显科学规范的管理流程以及优秀药学人才的重要性;人才培养如何与未来的药学服务模式发展趋势相适应;要使药学人才充分发挥才能的同时促进合理用药,又涉及绩效管理考核等现实问题。此外,每个主题论坛既有如“方舱医院信息药学服务的创新实践”“新型冠状病毒肺炎及常见合并症药物治疗与药学监护”“疫情期间百姓居家药物治疗合理用药管理与指导”等与抗疫主题紧密

相关的专题报告,也有如“互联网处方审核与智慧药房”“医院合理用药精准管控策略与实践”“临床药学服务技能的规范化培训”“临床药师培养模式创新”“慢病管理——药师大有可为”“后疫情社会药学服务演化思考”“医院绩效考核下的药事管理策略与实践”等抗疫工作之外,但又与医院药学和临床药师服务等实际工作息息相关的专题报告,兼顾了当前学科热点和日常工作重点。

除上述系列圆桌论坛外,《中国药房》从2020年6月起,筹备并陆续上线举办了3场“药学e论坛”,分别以“医院药学服务转型与发展要点”“医院药事管理与临床合理用药(营养篇)规范”“医疗机构血液制品管理及临床合理应用”等为主题,有针对性地关注医院药事管理、药学服务、药物治疗管理模式等各方面问题,进行了多角度的学术交流和探讨。目前,该系列论坛仍在持续筹备和运行当中,并将继续随当前药学热点问题的变化而设计相应主题。

2.3 贴近线下会议氛围的展现形式和紧凑的议程安排

当前,各种在线学术会议大多采用某位专家独立讲座的形式,即仅有一位专家(或其报告ppt)出现在屏幕画面中进行主讲。而《中国药房》为了更贴近线下会议“坐而论道”的氛围,在举办的“医院药事热点专家系列圆桌论坛”中选择了在线圆桌会议的屏幕展现形式,即在会议一开始就将全部报告专家以及会议主持专家的实时画面同时呈现在屏幕前,由主持专家致开幕辞并全程掌控会议进程的节奏,各报告专家依次进行专题报告。在全部报告结束后,所有的专家画面再次同时出现,并进行在线讨论。相比其他常规在线会议常见的“一人窗口”模式,在线圆桌会议的形式有助于增加参会专家的参与感、专注度和互动性。

此外,在线会议的议程也比线下会议更紧凑。线下会议的时长一般为一天甚至几天,而在线会议往往只有2~3h,时间非常有限。为避免因衔接不当可能造成的临时冷场而影响会议效果,《中国药房》在所有线上会议开播之前,都会与每个报告专家就其所负责讲座的题目、内容、时间和时长进行提前沟通并反复确认,同时与当期会议的主持专家将上述会议流程和安排进行全程梳理。在会议的前一天还安排了一段集中的时间,让参会的主持专家和报告专家同时上线,对整场会议的流程进行彩排,调试报告ppt的播放和专家主界面的切换等。通过以上措施,较好地确保了会议过程的流畅和顺利,有效避免了其他在线会议中常见的诸如专家未能较好控制报告时间、不清楚流程未能及时到位、不熟悉直播操作而未开画面/麦克风等

现象。

2.4 技术过硬的播放平台支持和良好的会议宣传

线上学术会议除了要有“硬核”的内容,还离不开强大的播放平台的技术支持。目前使用较多的云会议平台主要有ZOOM在线视频会议平台、会务通学术会议服务平台、广电云直播平台、腾讯会议平台等。不同的会议平台的播放承载量、信号传输效果各有差异,相应的费用也有高低,各刊(社)有必要根据自身经费预算和播放量需求选择适合自己的平台。《中国药房》在会前通过预估每场会议的点击量并通过不同平台的试播效果比较后,选择相应的适合平台进行会议直播。例如,在“医院药事热点专家系列圆桌论坛”系列会议中,采用了可以多窗口同时在线的ZOOM在线视频会议平台,旨在模拟线下“圆桌”形式。并且在会议直播过程中,由相应播放平台的技术人员配合会务组负责人员对播放效果进行全程监测;在会后,对出现的技术问题进行及时总结和修正。此外,在每一次的直播会议之后,《中国药房》都面向内部工作人员以及编委微信群等,针对播放过程出现的细节性问题进行意见收集,例如讲课专家个人信息标注不明确、直播中网络断线如何应急处理等,并根据反馈意见调适后续会议的技术操作环节,有效提升了会议播出效果。

在完善平台等技术性操作的同时,为了确保有更多的人能在线观看会议直播,《中国药房》通过各种渠道进行会议宣传。一方面,通过在微信朋友圈、编委微信群、期刊界微信群等渠道发布数轮通知,为会议提前预热;另一方面,与承办会议的会务公司合作,通过官网、短信等多种渠道进行宣传。通过多方努力宣传和动员,再加上《中国药房》的品牌效应,最终“医院药事热点专家系列圆桌论坛”的在线观看人数都超过了场均20000人次,“药学e论坛”的会议观看人数则达到了场均15000人次。

2.5 医药企业的赞助和支持

举办学术会议需要大量的经费,仅靠办刊单位的经费远远不够,需要动员社会力量参与办会^[7]。《中国药房》作为药学类综合期刊,为医疗机构、医药学大专院校/研究院所以及医药企业等提供信息传播平台,自创刊以来就一直与医药企业维持着良好的合作共赢关系,从栏目协办、广告发行到学术会议协办等多方面引入企业资源的赞助^[6]。因此,在举办线上学术会议时,依然邀请企业参与进来,例如“医院药事热点专家系列圆桌论坛”的几场会议分别由5家与《中国药房》有着良好合作基础的医药企业参与协办。这种做法,一是可以保证期刊办会经费的充足,比如可以选择技术更好的直播平台等;二是企业也可凭借其在医疗机

构及医师、药师中的人脉资源和信息渠道,协助扩大会议前期的宣传范围。这不仅可为会议的实际运行解决很大一部分经费和人力方面的后顾之忧,还能为医师、药师提供更多的药品信息和用药选择,也为企业提供了一个展示其践行社会责任等良好形象的机会,可谓科技期刊、医师/药师、医药企业的三方共赢。

3 疫情背景下举办在线医药学术会议的成效与不足

3.1 成效

《中国药房》在新冠肺炎疫情期间策划并举办的“医院药事热点专家系列圆桌论坛”“药学e论坛”等多场在线学术会议很好地克服空间和时间的限制,弥补了线下会议取消后学术交流平台短缺的“空白”。这一系列会议的举办,一方面及时传递了抗疫工作相关的最新观点和临床实践经验,另一方面降低了各地人员参会的经济成本和时间成本,扩大了会议传播的受众面。在每场会议直播期间,当全部报告结束后,参会专家会在线回答线上提问,并进行互动讨论;会后,在官方微信平台(《中国药房》官方微信号:china-pharmacy)提供会议全程回看视频,供参会者会后查看学习。以“医院药事热点专家系列圆桌论坛”的6场会议为例,其一经直播便引起了业界的高度关注和热烈讨论,不仅在直播时达到了总计23万人次以上的在线播放量,而且其回看视频播放率累计也已达4 000多次。

随着多场在线学术会议的成功举办,《中国药房》也在医药行业界继续扩大了自身行业影响力,巩固了会议品牌美誉。每场会议结束后,总编和编辑人员都会通过邮件、短信、微信群等收到来自编委、作者和读者的反馈和感想,大家一致认为专题报告主题突出、内容丰富实用;同时,也收到了很多关于会议选题方向、直播中需要改进的细节等方面的中肯建议。除了医药界人士外,科技期刊界同行也纷纷来电或发信息,对会议的成功举办表示祝贺,并咨询很多在线直播会议的问题。此外,陆续有多家医药企业主动上门联系,要求协办接下来的相关会议,并希望期刊就会议选题、专家邀请等提出更多专业性的指导意见。通过在线学术会议的成功举办,专家学者以及参会人员会对《中国药房》的行业凝聚力、学科发展方向把握度、议程安排的专业性有更多深刻的认识,同时产生了更多的情感连接,这不仅有利于吸引优质稿源,提升期刊学术质量^[7],同时也有利于赢得医药企业的关注和信任,获得更多企业赞助支持的机会,从社会效益和经济效益2方面提升期刊的行业影响力。

3.2 不足

在取得了一定成绩的同时,在线学术会议也有其短板。一是参会人员听课的专注力可能不如线下会议集中。在线直播时,由于无法像线下会议一样与医药学同行共同聚在一个相对封闭的空间集中学习,所以参会的氛围相对松散,容易影响参会者听讲的沉浸度。二是在线会议的互动交流形式较为单一,参会者多以文字评论等方式与报告专家进行互动,而且参会者彼此之间也无法实现良好的沟通和交流,对彼此的感性认知不如线下会议的效果。

4 结束语

在当前举国关注、全民参与防控疫情形势下,科技期刊,尤其是医药类科技期刊应该以实际行动发挥自己的专业特长,积极应对这一前所未有的突发公共卫生事件,履行科技期刊的社会责任担当,为科技期刊同行作出表率^[8]。因此,在未来这一疫情持续时间暂不可预计的很长一段时间内,《中国药房》都将通过在线学术会议这一途径承担起学术传播、信息交流的重要职责,践行作为一家学术服务性期刊的社会责任。医药科技期刊未来也应在在线学术会议作为传统学术会议的有力替补,持续为医药专业人士及大众提供学术资讯传播的服务。

然而,在疫情催生了对在线学术会议巨大需求的同时,也提出了要如何在一总在线会议中“突围”的课题。对此,本文建议医药科技期刊:一方面应审度期刊的专业优势和学术资源,结合国家当前医药政策和医药事件的热点和难点,精准设计会议主题和报告题目,确保在线会议核心“硬件”的质量和特色,避免同质化竞争;另一方面,应与市面上运作成熟的会议直播公司合作,并充分吸引企业办会资源,多方合作、整合资源、互取所长,从会前宣传的全面铺开,到网络直播过程中的技术支持,全程确保在线会议“软件”的顺利运行。此外,还应该直播工作实践中不断发现、总结并解决问题,通过直播技术更新、功能增设以及在线互动形式多样化等多种途径,将传统学术会议的优点吸纳进来,不断弥补当前在线学术会议的不足,为医药学工作者以及关注健康卫生事业的大众提供更多学习和交流的平台,拓展自身学术服务的深度和广度。

感谢《第三军医大学学报》编辑部冷怀明编审对本文给予的帮助和指导!

5 参考文献

- [1] 国务院应对新型冠状病毒感染肺炎疫情联防联控机制关于做好新冠肺炎疫情常态化防控工作的指导意见[EB/

- OL]. [2020-07-05]. http://www.gov.cn/zhengce/content/2020-05/08/content_5509896.htm
- [2] 关于印发近期防控新型冠状病毒感染的肺炎工作方案的通知[EB/OL]. [2020-07-05]. http://www.gov.cn/xinwen/2020-01/28/content_5472795.htm
- [3] 重庆:所有小区严格实行封闭式管理严禁聚集性活动[EB/OL]. [2020-07-05]. http://cq.cqnews.net/html/2020-02/08/content_50805427.html
- [4] 马素萍,陈丹丹,马瀚青,等.科技期刊知识服务新模式:在线学术研讨会[J].编辑学报,2019,31(4):424
- [5] 陈敏,张玉琳,张昊,等.创立医学期刊会议品牌的实践:以《中华消化外科杂志》为例[J].编辑学报,2012,24(6):594
- [6] 马劲.创立并利用杂志品牌开展多种经营[J].编辑学报,2004,16(1):69
- [7] 吴开宝.科技期刊举办学术会议的实践[J].畜牧与兽医,2010,42(12):1
- [8] 蒋亚宝,栗延文,韩景春,等.面对重大突发公共卫生事件科技期刊如何履责担当:以金属加工杂志社新冠肺炎疫情报道为例[J].编辑学报,2020,32(2):138
(2020-07-27收稿;2020-09-07修回)

[上接第672页]

- 践[J].中国科技期刊研究,2017,28(9):861
- [6] 康银花,郑晓南.提升选题策划质量是期刊不变的主题[J].编辑学报,2017,29(4):394
- [7] 邹昕.选题策划:科技期刊市场化的制胜法宝[J].中国科技期刊研究,2010,21(3):376
- [8] 韩景春,蒋亚宝,曹胜玉,等.提高选题策划质量提升行业期刊品牌影响力:以金属加工杂志社实践为例[J].中国科技期刊研究,2020,31(7):816
- [9] 喻国明,赵文字.算法是一种新的传播观:未来传播与传播学的重构[J].西南民族大学学报(人文社科版),2020(5):145
- [10] 凤凰财经网.自媒体创始人“干货”分享:10w+爆文背后的秘密[J].营销,2018(12):11
- [11] 习近平.在科学家座谈会上的讲话[N].人民日报,2020-09-12(2)
- [12] 陶克菲.浅谈精品力作与品牌建设的关系[J].中国编辑,2018(6):65
- [13] 廖坤,崔玉洁.网络时代学术期刊数字出版模式探析[J].编辑学报,2017,29(2):116
- [14] 喻国明.变革传媒:解析中国传媒转型问题[M].北京:华西出版社,2005
- [15] 蒋亚宝,栗延文,韩景春,等.面对重大突发公共卫生事件科技期刊如何履责担当[J].编辑学报,2020,32(2):138
- [16] 刘函瑜.我如何半年内把一个小众公号从0做到25万的?[EB/OL]. [2020-08-20]. https://mp.weixin.qq.com/s/6x4Y_bke66OrsYkTqrh7lg
- [17] 王焜文.增加科普内容 突出报纸实用性[J].新闻研究导刊,2017(6):164
- [18] 宋旭,陈瀛,李晨曦.行业期刊提升选题策划质量的途径:以《中国环境管理》的实践为例[J].中国科技期刊研究,2017,28(12):1186
(2020-09-16收稿;2020-11-18修回)

[上接第676页]

- [5] 周华清.“学术中国”对学术期刊微信公众号运营的启示[J].中国科技期刊研究,2017,28(4):332
- [6] 徐诺,苗秀芝,程建霞.科技期刊微信公众号内容设计及推广策略[G]//刘志强.学报编辑论丛.上海:上海大学出版社,2019:356
- [7] 吴昔昔,季魏红,吴飞盈,等.利用微信公众平台打造学术期刊服务新模式[G]//刘志强.学报编辑论丛.上海:上海大学出版社,2019:329
- [8] 钱璐,越明瑞.学术期刊微信公众号的知识服务模式探析:以新闻传播类期刊为例[J].今传媒,2019(7):73
- [9] 舒安琴,姚雪,廖薇薇,等.新旧媒体融合背景下基于“二次传播”的科技期刊影响力提升实践[J].天津科技,2019,46(9):82
- [10] 魏金戈.基于服务用户提高微信公众号活跃度:以“兰大e校通”微信公众号为例[J].传媒论坛,2018,11(24):170
- [11] 李丽.科技期刊微信公众号建设的调研与实践:以《化工学报》微信公众号为例[J].编辑学报,2018,30(增刊1):95
(2020-08-27收稿;2020-09-09修回)