

医学期刊应践行“互联网+精准健康科普”的社会责任*

代 妮

《中国癌症研究》杂志编辑部,100142,北京

摘 要 “互联网+”时代新媒体越来越多地成为公众和医学专业人士获取健康信息的主要来源,医学期刊在作为学术交流平台的同时也肩负着推动“互联网+精准健康科普”的社会责任。医学期刊投身健康科普,通过微信、微博、今日头条、抖音等新媒体传播平台,充分地实现医学专家和医学研究成果等学术资源的科普价值,更精准地做好健康知识普及工作,弥补大众媒体和自媒体学术性和科学性方面的不足,有助于满足公众对高质量健康知识传播的需求。同时,医学期刊坚持内容为王的理念,通过打磨专业化的原创内容,使用高可读性的表现方式,采取个性化和分众的信息推送方式,增强互动和人性化服务意识等策略,从而更好地满足公众和医务人员对健康信息的精准需求,有助于改善医患关系和医疗环境,在推动健康科普、提高全民健康素养、推进健康中国建设中发挥更积极的作用。

关键词 医学期刊;互联网+;新媒体;健康科普;健康素养

Significance and strategies on popular science of precision health with internet as the social responsibility of medical journals//DAI Ni

Abstract New media has become the primary source of health information for not only public, but even most medical professionals. Therefore, medical journals shoulder the obligation of promoting health knowledge dissemination besides as an academic communication platform. Assisted by new media such as WeChat, Blog, Headlines Today and TikTok, medical journals can make great contributions in health knowledge popularization by providing precise and correct scientific-based health information, which is just the weak point of public- and we-media, based on academic achievements of medical experts, and can meet the growing needs for high quality health knowledge in the public. In doing so, medical journals should firstly focus on high quality content and improve the readability. Information should be individualized according to different group of population, and be interactive and user-friendly. The aim is to better meet the precise requirements on health information for medical practitioners and the public, facilitate in building a harmonious environment for both doctors and patients, and contribute in advancing public health literacy and promoting the construction of a healthy China.

Keywords medical journals; internet plus; new media; popularization of health knowledge; health literacy

Author's address Editorial Department, Peking University Cancer Hospital & Institute, 100142, Beijing, China

DOI:10.16811/j.cnki.1001-4314.2022.02.006

《健康中国行动(2019—2030)》将普及健康知识列为重大专项行动之首,提出有针对性加强健康教育,让健康知识、行为和技能成为全民普遍具备的素质和能力,并强调传播健康知识是全社会的共同责任^[1]。对于报刊的要求是运用“两微一端”及短视频等新媒体,推动“互联网+精准健康科普”。健康与医疗已成为我国网民关注科普主题搜索的热点,而网络健康科普乱象丛生的现象仍然存在,缺乏科学依据的伪科普信息误导公众、损害其健康。医学期刊作为医学研究成果发布和交流的平台,兼具学术权威和媒体传播属性,宜积极探索新媒体形式健康科普工作,发挥医学专家和医学研究资源优势,为提高全民健康素养、推进健康中国建设作出贡献。本文以笔者所在期刊《中国癌症研究》(以下简称本刊)为例,对新媒体时代医学期刊健康科普的意义和策略进行探讨。

1 开展健康科普的重要性和必要性

1.1 有助于提高全民健康素养

公众的总体健康素养,包括掌握必备的健康知识和技能、早诊早治科学就医,以及公众甄别和应用健康信息的能力,亟待提高^[2]。心脑血管病和癌症等慢性病导致的死亡占总死亡人数88%,严重危害人民健康。我国心源性猝死抢救成功率不到1%^[3],不到5%的卒中患者有机会及时溶栓^[4],癌症早诊早治率很低,这些都与公众健康知识缺乏、疾病管理能力低、未及时施救自救和就诊错过救治时间窗有关;因此亟需加大医学科普力度,提高公众防病意识和急救技能。随着公众对健康科普信息需求的日益强烈,加强医学科普有助于满足公众对健康知识的需求,提高全民健康素养,降低心脑血管病和癌症等疾病带来的健康威胁和疾病负荷。

1.2 有助于打击伪科普和虚假信息

“互联网+”时代自媒体的泛滥,助长了伪科普、虚假信息和健康谣言的传播^[5]。普通民众缺乏对健康信息的甄别能力,容易被伪科普和健康谣言误导反使得健康受到危害。医学专业性强,由医务工作者进行的专业科普可以捍卫医学科学的严肃性,哪些是患者和公众最需要了解的、有研究证据支持、对疾病防控和诊治最关键的知识,医务工作者最清楚。医学期刊

* 中国科技期刊卓越行动计划资助项目(卓越计划-C-146)

拥有临床医生专家资源,可充分发挥资源整合优势和专业媒体职能,以学术权威性纠正虚假健康认知,打破惑众谣言,还原医学科学真相。

1.3 可满足医务工作者的科普需求

面向医务工作者的医学科普有助于提高其临床诊疗水平,从而为患者带来福祉。医学分科细,医生每天要阅读大量文献才能跟上本学科进展,还要涉猎其他专业领域知识。以肿瘤诊疗为例,不仅肿瘤科室,其他科室如呼吸、消化、普外科等涉及肿瘤诊疗的医务人员,都需要及时更新肿瘤领域新进展、新理念、新技术、新规范等。将专业领域的研究进展、指南共识、热点争鸣和行业动态,以新闻速递和深度解读形式精准地推送给医务人员,可帮助他们节省浏览海量文献的时间和精力,满足其快节奏、碎片化、实时性的阅读需求,达到比较好的精准医学科普效果。

1.4 有助于改善医患关系和医疗环境

信息不对称是造成医患关系紧张的重要原因^[6],患者和家属对疾病缺乏合理的认知和预期,往往很难理解医生关于疾病诊断、治疗转归、医疗行为等的解释,会将关于疾病进展和不可治愈性、医疗手段和疗效局限性的解释认为是推卸责任,产生对医生的误解和不信任,从而导致医患矛盾甚至冲突。通过科普可以提高公众对这些知识的认知,从而提高患者和家属的健康素养,有助于对临床决策的理解,减少焦虑不适,提高依从性,有利于改善临床转归,也有助于降低沟通成本、减少医患矛盾、改善医疗环境。

1.5 有助于体现医学期刊的责任担当

医学期刊发表经同行评议的研究论文,是医学工作者了解同行工作成果的主要渠道,也是大众科普工作的重要理论依据和参考^[7]。国外知名医学期刊《JAMA》《Lancet》等都十分重视科普,积极利用自媒体和大众媒体普及医学知识、研究进展和通俗易懂的科学新闻^[8]。国内医学杂志也进行了有益尝试,但总体参与度和活跃度还有待提高。积极开展科普工作,向大众和医务人员传播医学知识和健康信息,是医学期刊履行社会责任和担当的体现。

2 “互联网+精准健康科普”的现状

微信、抖音等新媒体越来越成为大众获取疾病相关信息的第一选择,但有些新媒体科普内容存在商业化严重、缺乏原创、内容质量不高、误导大众、缺乏策划制作、更新不及时、可及性差等乱象。

2.1 新媒体形式健康科普的优势

与纸质报刊等传统媒体相比,网络、微信、微博、客户端及短视频等新媒体具备跨时空、跨地域、大容量、

个性化和交互性等特点。新媒体科普在易操作性、传播高效性、全方位可覆盖性、主体推送、用户定制、即时互动、形式多样和内容丰富性上有独特优势,更符合人们碎片化阅读习惯和实时互动的需求。在传统媒体的基础上,开展新媒体健康科普,可实现健康科普的立体化传播,扩大科普的受众人群,提高健康传播的影响力和效果。针对国内的一项调查显示,新媒体已成为国内医学专业人士获取信息和进行科普宣传的主要途径,47.66%的医生会通过新媒体进行科普,71.23%的医生会在新媒体上宣传健康信息^[9]。应用手机和平板推送通知可为患者和公众及时提供健康信息,更有效地进行健康教育。图文、漫画、音频视频等形式可提升阅读体验,产生更好的传播效果。

2.2 “两微一端”新媒体形式科普

健康科普类App的下载量和使用率不高,粉丝数较多的机构认证新浪微博,其圈粉和活跃度略低于个人认证微博。越来越多国内医学期刊开通了微信公众号等新媒体平台,推送目次、重要研究、论文查询等,但内容停留在复制纸刊,WCI指数整体不高^[10]。多数期刊没有做到固定时间和频率规律性推文,或只推送期刊目次不推送科普文章,或缺乏服务用户及与用户互动,或缺乏与其他平台合作及多渠道推广的尝试。医学期刊微信公众号的传播力未达理想状态,运营方面的投入和管理存在不足。调查显示,专业医学期刊读者希望期刊公众号推送健康科普资讯^[11]。少数期刊进行了新媒体健康科普的有益尝试,如《中国实用内科杂志》通过发布医学知识科普文章,维持了微信公众号很高的阅读量和关注度,将微信公众平台打造成粉丝量巨大的服务、交流和传播平台^[12]。

2.3 音视频新媒体形式科普

抖音、快手、B站等短视频新媒体在传播内容和形式以及用户活跃度都有区别于微博和微信的特征。短视频的直观性和生动性使其更具传播优势,成为健康科普信息传播的重要媒介。健康中国发布的《2019年健康科普视频洞察报告》显示:中国8.5亿触网用户中88.8%是视频用户;超9成被调查者曾看过健康科普视频;91.4%的医生对健康科普视频内容制作有兴趣^[13]。医生的专业医学科普是用户的重要知识来源,年轻人群对这类健康知识有较大需求。针对公众关注的健康话题几十秒内阐明医学原理并给出科学建议,可以达到很好的健康科普效果。开通抖音的医学期刊,短时间内也会有较大的粉丝量和短视频播放量。越来越多的医学从业人员投身视频类科普内容创作,他们的加入增加了科普内容的严谨性和科学性,尤其是涉及医学知识背后机制的有深度的科普作品,可更

好地满足公众对健康知识的深度需求。

3 做好精准健康科普的策略

本刊在做好专业期刊的基础上,积极尝试开展新媒体精准健康科普工作,于2014年开通了科普微信公众号,并进行了网站、App、微博、头条等多平台的健康科普实践。

3.1 坚持内容为王,打造专业化的原创科普

医学期刊可充分发挥医学论文、医学专家和医学编辑3方面的资源优势,从选题、素材搜集到成文或制作完成,每一步都由专家和编辑进行把关,打造出专业、有价值、有深度的原创高品质医学科普作品。对笔者所运营科普微信公众号的浏览量统计分析发现,单篇浏览量达万数量级的文章选题,集中在新药上市、新检测方法、年度进展和统计数据、重大行业研究、致癌物清单、生活方式与癌症关系、疫苗接种等受众较广的内容方向。这些方向的原创性科普文章,一般需跳出专业期刊的内容框架,围绕医生和目标受众真正想了解的医学知识和进展,结合时下热点、用户需求、数据反馈等,围绕知识性、实用性和针对性进行策划制作,方能在目标受众圈内引起广泛关注,同时达到比较好的精准科普效果。

针对肿瘤领域的重大进展,我们邀请我国临床肿瘤学开拓者和肿瘤内科奠基人之一、本刊荣誉主编孙燕院士撰文或专访进行深度解读,其中《孙燕院士:解读美国癌症统计数据》《孙燕院士解读最新 ASCO 肿瘤学研究进展报告》《孙燕院士:解读中美癌症死亡率趋势》等文章,都成为向医学界和公众传递的最权威声音和最有指导意义的参考。有临床指导价值和公众科普意义的研究,我们会邀请编委进行审校把关、述评解读或专访撰文,便于医生和公众更科学、更准确地理解和应用,更好地指导临床实践和丰富健康认知。这些权威专家科普文章的阅读和转载量及科普效果,较普通撰文提高了几倍到几十倍,也是医学期刊发挥专家资源优势的体现。

中国医学科学院肿瘤医院、国家癌症中心赫捷院士和全国肿瘤登记中心主任、本刊副主编陈万青教授,在国际著名杂志《CA: A Cancer Journal for Clinicians》发表了2015年中国癌症统计数据,我们第一时间联系陈万青教授,请他对编辑撰写的科普文章进行审校评述,随即发布了题为《国际著名 CA 杂志发布 2015 年中国癌症统计数据》科普文章,令人惊喜的是文章发布后 1 h 内阅读量突破 8.1 万,被各媒体和机构广泛引用和转载,为医学界和公众及时了解我国癌症发病和防治及癌症登记项目提供了权威参考和专业科普。

类似需要做出第一时间响应的新闻热点,也是医学期刊发挥医学编辑优势的好时机,具备迅速编撰和访谈能力的编辑可以成为实时科普的中坚力量。

2021年9月,“一针120万的CAR-T疗法使癌细胞清零”的新闻刷爆网络,我国首款获批的CAR-T疗法因其高昂的治疗费用引发公众关注和争议。而我们早在2017年CAR-T疗法元年就开设CAR-T专栏,4年时间里进行了专项系统科普。内容涵盖国内外CAR-T疗法临床试验和上市获批情况、新型CAR-T疗法研究进展、CAR-T疗法不良反应及成本效益分析等,全方位立体化地将CAR-T疗法这一新型肿瘤疗法向医学界和公众进行了科普,帮助医学工作者和公众及时更新对CAR-T疗法的认知、更客观地解读疗效和效费比、更理性地避免研究和选择上的误区,对推动该疗法的研究和诊疗发挥了非常积极的作用。这种利用医学论文优势制作专业可靠的医学科普,将专业领域内重要的研究进展向学界和公众进行传递和推介,既有助于医学研究实现临床转化和社会价值,也可帮助患者和公众提高科学决策和疾病防控能力与素养。

3.2 提高精准性,采取个性化和分众的科普推送

个体对健康信息的需求是有特殊目的性和个性化的,树立用户思维,充分利用移动终端大数据优势,针对不同个体的健康素养水平、阅读能力等进行精准的目标客户定位,选择适合不同受众个体特征的方式进行科普,有助于实现精准健康科普。通过开放合作来实现精准传播,与权威机构和专家、公众媒体合作,借助多种平台进行借势传播^[14],可增加科普信息传播的广度和深度,更好地满足个性化和分众化内容精准推送的需要。

如同本刊一样,国内较多的医学期刊编辑部就设在医院,期刊和科普内容可通过医院OA、网站、微信公众号等多平台精准发布给医院的医生和研究人员。我们面向医生的科普文章会通过OA发送给本院医生和研究人员,每期60篇文章涵盖2周内肿瘤领域最新研究进展和动态,每期发送3714封OA邮件,年发送89136封,及时精准地为他们提供了更新专业研究和先进理念的资料宝典,科普文章累计总字数在2000万字左右。国内其他医院的医生和研究人员,也能通过我们定期发送的邮件接受精准专业科普,每期发送5321封邮件,已累计发送1596300封。而接受推送的编委和专家还会向身边的医生和学生推介,这有助于在目标受众圈内更深入广泛地精准传播。从开通科普微信公众号之初,每期面向患者和公众的科普文章都会更新到医院官网,浏览医院网站的患者和家属可以实时阅读到实用的科普文章。2019年和2020

年我们发布在医院网站科普文章的浏览量总计1 083 655和809 644次,从2014年开通至今浏览量约568万次。微信公众号等新媒体的科普文章,我们还及时与医院办公室负责科普宣传的同事及医院的《癌症康复》杂志的同人分享,并通过医院的多个媒体平台、《癌症康复》杂志的新媒体平台、人民日报健康客户端、腾讯网、搜狐网等公众媒体,进行针对患者和家属的个性化传播和涉及公众的广泛传播。

3.3 以用户体验为根本,增强互动和人性化服务

健康科普能可持续性发展,用户体验是根本,针对不同受众选择适合的内容、以悦读的形式进行呈现,是提高用户黏性和科普效力的关键。对于不具备医学专业背景的公众,甚至不同专业的医生,如果只是将未科普化加工的医学论文简单呈现,往往难以达到好的传播和科普效果。衡量医学科普文章的一个很重要的指标就是可读性,国外医学科普机构除了由医师编辑团队从医学角度审核内容准确性外,还聘请医学编辑和内容专家对文章通俗性进行把关。

针对我们微信公众号后台的留言内容分析发现,79%的留言为针对科普文章的评价讨论,或针对所提及药物、检测等的询问,这些询问中以患者和家属为主。分析了相关数据后,我们对选题方向和撰文要求进行调整。重要的科普选题策划,需要查阅大量参考资料进行提炼总结,找到适合读者理解的角度,用通俗易懂的语言撰写成科普文章。如《癌症筛查的真正获益在哪》《HPV疫苗或许接种一针就可以》《75万人数据显示,每周适量运动降低多种癌症风险》《粪便移植后,他们的肿瘤治好了!》等文章,都是对医学研究进行科普转化写成的通俗易懂、可读性较高的科普作品。

新媒体本质上都是社交媒体,达到好的传播效果需要积极与用户互动。抖音高互动率的视频被自动判定为优质内容并推送到更大的流量池,给评论点赞、置顶评论、回复评论,营造评论区的互动氛围可提高粉丝黏性。微信公众号在开通之初,我们更多地注重内容生产,对留言互动并未足够重视。在设置了杂志介绍推送和自动回复消息功能,完善了微信公众号的留言互动机制并及时回应用户的需求和意见后,我们发现用户量和黏性都有所增强。通过新媒体后台以及邮箱反馈,获得了更多的目标用户阅读偏好和兴趣点,在更好地服务用户、建立起信任关系的同时,可结合用户偏好针对性地策划选题,提高科普内容的精准性、可读性和传播力。

4 结束语

医学期刊要积极探索搭建新媒体精准健康科普平

台,以权威、专业、可靠、可及的医学科普满足公众日益增加的对健康知识的需求,帮助医务工作者在日常诊疗和医学科普工作中发挥更积极的作用。对利用微信、抖音等新媒体形式科普的积极探索,医学期刊有望更好地履行“互联网+精准健康科普”的社会职责。医学期刊同人要统一思想、提高认识、积极探索、务实开拓,积极投身新媒体健康科普工作,为实现提高全民健康素养水平、全面推进健康中国建设作出应有的贡献。

5 参考文献

- [1] 健康中国行动推进委员会. 健康中国行动(2019—2030年)[EB/OL]. (2019-07-15)[2021-09-23]. http://www.gov.cn/xinwen/2019-07/15/content_5409694.htm
- [2] 科普中国. 2017年度中国网民科普需求搜索行为报告[EB/OL]. (2018-04-17)[2021-09-23]. http://www.kepuchina.cn/more/201804/t20180417_584253.shtml
- [3] SHI H T, GE J B. Improving public defibrillator use in China[J]. *Lancet*, 2016, 388(10050): 1156
- [4] FEIGIN V L, NGUYEN G, CERCY K, et al. Global, regional, and country-specific lifetime risks of stroke, 1990 and 2016[J]. *N Engl J Med*, 2018, 379(25): 2429
- [5] 新媒体时代的健康科普之路[EB/OL]. (2015-10-28)[2021-09-23]. <https://news.sciencenet.cn/htmlnews/2015/10/329959.shtml>
- [6] 李娜, 刘洋, 李玉乐, 等. 临床医学期刊在健康科普中的作用[J]. *编辑学报*, 2020, 32(2): 177
- [7] 吴彬, 徐天士, 丁敏娇. 科技期刊增强科普功能建设面临的问题与路径思考[J]. *编辑学报*, 2019, 31(5): 556
- [8] 周海鹰, 田甜. 科技期刊服务浙江区域创新资源科普化研究[J]. *编辑学报*, 2018, 30(1): 13
- [9] ZHOU H R, ZHANG J, SU J. Internet access, usage and trust among medical professionals in China: a web-based survey[J]. *Int J Nurs Sci*, 2020, 7(Suppl 1): S38
- [10] 侯玉婷, 沈志忠. “家庭医生”对医学科普期刊微信公众号运营的启示[J]. *中国科技期刊研究*, 2021, 32(2): 230
- [11] 刘丹, 苟莉, 王雁, 等. 医学期刊微信公众号用户需求调查分析: 以《中国修复重建外科杂志》为例[J]. *编辑学报*, 2018, 30(4): 406
- [12] 俞敏, 王亚男, 武瑾媛. 科技期刊微信公众平台的选题策划研究[J]. *编辑学报*, 2017, 29(4): 335
- [13] 超半数用户愿为健康科普视频付费!《2019年健康科普视频洞察报告》出炉[EB/OL]. (2019-12-13)[2021-09-23]. https://www.sohu.com/a/360239637_162422
- [14] 贾建敏, 丁敏娇, 毛文明. 新媒体时代高校医学期刊实施健康科普的意义及举措[J]. *编辑学报*, 2020, 32(3): 334

(2021-10-12收稿;2022-02-26修回)