

培养和提升 科技传播能力

科普期刊和科技类报纸
科技传播能力建设论文集

中国科协科普部 编

1489800

G206
0179



CS1640032

培养和提升科技传播能力

——科普期刊和科技类报纸科技传播能力 建设论文集

中国科协科普部 编



科学普及出版社

• 北 京 •

重庆师大图书馆

图书在版编目 (C I P) 数据

培养和提升科技传播能力 : 科普期刊和科技类报纸
科技传播能力建设论文集 / 中国科协科普部编. -- 北京
: 科学普及出版社, 2011. 12

ISBN 978-7-110-07607-1

I. ①培… II. ①中… III. ①科学技术—传播学—学
术会议—文集 IV. ①G206.2-53

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第244676号

出 版 人 苏 青
责任编辑 杨虚杰 郝 爽
特约编辑 朱艳霞 苏 婧 张 伟
责任校对 林 华
责任印制 马宇晨 李春丽
装帧设计 樊瑞静 刘 静

出版发行 科学普及出版社
地 址 北京市海淀区中关村南大街16号
邮 编 100081
网 址 <http://www.cspbooks.com.cn>
投稿电话 010-62133115
购书电话 010-62103133
购书传真 010-62103349
经 销 全国新华书店
印 刷 北京正道印刷厂
开 本 880mm×1230mm 1/16
印 张 19
字 数 600千字
版 次 2011年12月第1版
印 次 2011年12月第1次印刷
书 号 ISBN 978-7-110-07607-1
定 价 68.00元

前言

科普期刊和科技类报纸（以下简称科普类报刊）是我国报刊的重要组成部分，是科技传播的重要载体，对传播科学思想、普及科学知识、提高我国公民科学文化素质起着不可或缺的作用。“十一五”时期，科普期刊和科技报纸积极贯彻落实《全民科学素质行动计划纲要（2006—2010—2020年）》，加强科技传播能力建设，大力宣传国家科技政策和科技事业成就，宣传广大科技工作者的感人事迹和崇高品质，倡导科学思想，弘扬科学精神，传播科学方法，普及科技知识，为提高公民科学素质，形成讲科学、爱科学、学科学、用科学的社会风尚，推动创新型国家建设营造了良好的舆论氛围。

为贯彻党的十七届六中全会和国务院全民科学素质行动电视电话会议精神，组织引导科技类报纸和科普期刊，认真学习《中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》、《全民科学素质行动计划纲要实施方案（2011—2015年）》（国办发[2011]29号）和《关于印发〈关于进一步加强科技宣传工作的意见〉的通知》（中宣发[2011]8号），增强科技传播使命感，帮助公民提高科学素质，推进新时期科普文化建设，促进国家文化大发展大繁荣，推动创新型国家及和谐社会建设，中国科协科普部于2011年12月举办“科普期刊和科技类报纸科技传播能力建设交流培训会议”，并于会议前期组织开展了科普期刊和科技类报纸科技传播能力建设征文活动。

征文办公室共收到61篇论文，经过组织有关专家进行严格评审，最后确定选择59篇论文结集出版《培养和提升科技传播能力——科普期刊和科技类报纸科技传播能力建设论文集》。论文主要涉及六个方面的内容：一是科普类报刊的发展策略，二是科普类报刊的传播能力建设，三是科普类报刊编辑记者素质与人才培养，四是科普类报刊参与科普资源共建共享的实践，五是科普类报刊的数字化和网络化建设，六是科普类报刊的经营管理与体制机制创新。

论文作者既有来自科普类报刊的一线编辑和经营管理人员，又有科普工作管理人员、高校教师；既有科普类报刊界的专家前辈，也有刚刚加入此行业初出茅庐的生力军。可以说，论文集的出版是大家实践经验的积累和心血智慧的结晶。在此向踊跃提交论文的科普界同仁，向关注和支持科普类报刊发展的朋友们表示衷心的感谢，并希望此论文集内容能够为正处于转型时期的科普类报刊的改革有所裨益。限于编者水平，书中难免存在缺陷，请各方专家批评斧正。

中国科协科普部
2011年11月

目 录

前言	中国科协科普部
----------	---------

专题一 科普类报刊的发展策略

开展公益活动带动科普期刊发展	康玉庆 (2)
以内容为王 以市场为导向 做好做强少儿科普期刊	李晓平 (6)
坚持办刊宗旨 塑造期刊品牌 做强山东冶金科技信息交流 平台	董法龙 袁培燕 卢新宇 崔 明 (11)
扛起公众健康的责任——谈健康科普类期刊的现代使命	郑 燕 (17)
论科普报纸的活动定位与品牌打造——《中国技术市场 报》“科技社区服务季”活动解析	曹括之 (20)
用通俗的语言讲科学,用科学的观点讲故事——《金属世 界》新形势下的发展探索	李忠富 黄冬华 申轶男 佟建国 (27)
国防科普杂志举办大型科普活动的实践探索	张 进 宁 波 赵二刚 俞 敏 (32)
《知识就是力量》办刊实践及思考	白丽娟 (37)
创新之路不止 品牌之路常青	蒋 华 (41)
提升科普报刊影响力 打造科技传播品牌——以黄冈市 《科学素质报》为例	祝四海 (45)
创新科普形式 惠及特殊人群	罗耀民 李育才 (50)
国防科普报刊的现状与未来发展建议	蒋 辉 (53)
论改革背景下科技报如何走出困境	刘珊珊 (57)
与时俱进,做好“传统与现代的对接”——兼谈健康媒 体如何面对“中医热”	郑 燕 (61)
打造品牌专栏 优化科技传播效果——《安徽科技报》打 造科技传播媒体品牌案例	王苏陵 (64)

专题二 科普类报刊的传播能力建设

科普类报刊提高传播能力的理论与实践	郝建新 (69)
科普图文内容的创造性编辑探讨	程忠炎 (77)
提高青少年科普类报纸传播能力的策略	高 桦 曹俊卿 (82)
新闻策划:提升科普类报纸影响力	李世杰 范光年 (93)
试论公共突发性事件中科普类传媒的舆论导向	吴月娥 尹言太 (96)
寻找一个支点,才能撬起地球——科技新闻报道的新闻由 头问题刍议	胡 江 (102)

综合性科普期刊应对突发公共事件的编辑策略·····	程忠炎 (105)
向高尚的人格看齐——优化科普期刊中的榜样教育·····	王咏雪 (110)
农业科技传播的细化与系统·····	范光年 范婧芳 (114)
抓住机遇 提高《家庭健康》杂志发行量·····	侯志强 (119)
科普类报刊如何做好读者服务、开拓发行渠道·····	张化毅 (121)
强化科技新闻的内在特性·····	杨 军 (125)
农业科普类期刊突破专业科技信息传播障碍的方法·····	
·····	白文军 孙 月 杜凤琴 (129)
科普期刊美术设计之我见·····	刘 颀 (134)

专题三 科普类报刊编辑记者素质与人才培养

科普编辑素质浅论·····	王荣伟 (138)
科普类报刊编辑应具备的素质·····	唐 涛 (142)
以科普期刊为平台 大力培养科普传媒人才·····	苏 婧 傅 琨 朱艳霞 (145)
浅议少儿期刊编辑必备的素质·····	李 超 (151)
编辑中心制下强化涉农类专业报科技传播力建设的编辑体 系设计与构想·····	张建胜 (154)
新时期医学科普期刊编辑应具备的素质·····	傅 琨 (159)
论环境科普期刊编辑人员的素质建构·····	江 镭 (162)

专题四 科普类报刊参与科普资源共建共享的实践

科普期刊在中国数字科技馆的共建共享研究·····	林育智 张 倩 (168)
科技传媒资源共建共享的实现路径与运作机制·····	曹俊卿 (174)
科普类报刊参与科普资源共建共享案例分析——山西科技 报刊总社集成科普报刊资源共建共享的探索·····	张素琴 (183)

专题五 科普类报刊的数字化和网络化建设

对山西科技手机报刊快速发展的研究与分析·····	石宝新 (188)
深化“三个认识”做好“三位一体”——运用新媒体开创 科普类报刊发展新局面·····	李立波 (196)
科普期刊应对新媒体挑战的几点思考 ·····	阚 南 刘德生 俞 敏 (203)
新媒体时代科普类报刊公共服务职能的拓展·····	董金艳 (208)
山西科技传媒集团“全媒体”探索实践与思考·····	陈海瑞 (213)
探索电子媒体时代农业科普期刊的运作新模式——以《农	

《家顾问》杂志为例·····	罗亚军 (219)
自媒体时代科技报刊如何突围·····	田 莹 (225)
打造新媒体时代的全方位科技传播平台·····	闫芝莉 (229)
《科学大众》杂志品牌创新工程和数字化建设·····	夏 军 张 洁 葛璟璐 (233)
探寻中国科普期刊的数字化之路·····	江小鸥 (238)
科普报刊数字化网络化发展的形势与对策·····	李 锦 (248)
从微博看新媒体的崛起对科普期刊的影响·····	潘楠楠 (252)

专题六 科普类报刊的经营管理与体制机制创新

科普期刊的经营创新·····	刘泽林 谢艳丽 曹睿姝 (258)
浅谈科普的公益性和报刊的经营性·····	黄 明 (263)
转制期刊出版单位出版资源需求与优化配置研究 ·····	
·····	梁 勇 孙 明 张 伟 (267)
谁来做科技类报刊的“把关人”——从某些部门拟建立	
科学记者“黑名单”说起·····	姜 海 (274)
转变发展方式 努力打造省级科普资源中心·····	孔福堂 (278)
市场经济环境下科普期刊开展多种经营的思考·····	
·····	朱艳霞 张 伟 梁 勇 (282)
初探新时期科普期刊的营销模式 ·····	高 敏 (287)
浅析科普类报刊的体制改革——读《中国科协科技期刊	
发展报告(2011)》的几点思考 ·····	陈冬牛 (291)

专题一

科普类报刊的发展策略

开展公益活动带动科普期刊发展

康玉庆

(天津师范大学期刊中心《青少年科技博览》编辑部, 天津 300074)

摘要: 开展公益活动, 是科普期刊责无旁贷的任务, 开展公益活动, 又是科普期刊扩大影响、提高知名度的有效手段。一本初创期的科普期刊, 在发展受阻的情况下, 开展适合自身特色的公益活动, 可以带动期刊多方面的发展。《青少年科技博览》编辑部的“玉树救灾心理援助专题”活动及“关注‘90后’, 和谐心理进校园”活动带动了期刊多方面的发展。

关键词: 公益活动; 科普期刊; 发展

随着近年来我国经济、社会的不断快速发展, 各种社会问题和由此产生的心理问题日益引起人们的关注, 很多中小學生、家长和老师都迫切需要一本能够对此予以剖析、解读和指导的心理专刊。经过广泛、周密的调研和专家论证, 青少年科技博览编辑部于2009年创办了《少年心世界》杂志。这本以科学的心理干预和指导青少年生活、学习为前提, 致力于青少年心理科学知识、人际交往技巧、科学学习方法等各种相关内容的传播和教育, 为提高青少年心理素质、加强亲子沟通、和谐师生关系的期刊, 在初创期间, 凭借富有特色的专栏、清晰浅易的剖析和指导以及精美的印刷吸引了一大批读者, 得到了大家的支持, 也受到了专家的好评。但随之而来的是发展减慢的瓶颈期, 如何迅速扩大影响, 快速地发展壮大, 更近一步地发挥期刊普及科学知识的作用, 让每一个工作人员陷入了深深的思考。

1 以公益事业促科普期刊发展

回顾青少年科技博览编辑部发展的历史, 我们面前的路应该是明确的。在《青少年科技博览》杂志的发展过程中, 我们一向注重树立自己的良好社会形象, 真情回报社会, 回报读者。始终坚持面向中小學生读者, 为素质教育服务, 为学生办好事, 办实事, 积极参与社会公益事业, 受到了学校、教师、家长及学生的极大欢迎, 取得了良好的社会效益。

从1998年起, 我社开始设立“《青少年科技博览》助学金和奖学金”, 以帮助那些家庭极其困难的学生完成学业, 鼓励那些在科技发明制作以及其他科技活动中取得优异成绩的学生。迄今为止, 杂志社已投入资金20万元, 已有600多名中小學生获奖。2002年, 承办由天津市教委、市科协主办的首届“博览杯”科普知识竞赛, 3万多名中小學生参加。此后每年举办“博览杯”主题科普竞赛, 效果良好。并多年赞助、冠名天津市青少年科技制作与创新大赛。2003年“非典”时期, 全体人员关注“非典”科技动态, 积极捐款捐物, 并在“六一”国际儿童节来临之际, 向战斗在抗击“非典”一线医护人员的子女捐献2000册精品期刊, 以表达对医护人员及其家属的敬意。多年

来,向西部贫困地区学校捐赠科普图书2000多册;资助失学女童;为市区特困家庭和贫困山区学生免费订阅杂志;积极参与科技中心科普项目的研究工作,面向市级重点中学举办大型院士科普报告会,联合市科技活动中心采访报道全国青少年科技创新大赛,使刊物成为天津及全国青少年科技成果展示的重要平台,在中小學生及青少年科普期刊中享有很高的声望。编辑部作为协办单位与市教委德育处共同举办2003年空中夏令营活动,并独立组织具有特色的科技夏令营和科技游活动。2008年和2009年,编辑部发挥自身的优势,依靠本刊这块科普阵地,在科普课题筹划和实施过程中也取得了良好的成绩,其中编辑出版的科普手册《节能减排36计》,进入校园和社区,免费赠送达10万册,宣传环保知识,并成为环境日及青少年科普大赛首选赠品,扩大了本刊的影响,也收到了良好的社会效益;完成天津市青少年科普素养调查;组织、完成“经济有危机,应对有妙招”等大型宣传征集活动。2009年5月,编辑部将包括本刊在内的一批科普期刊和慰问信送到陕西安强县地震灾区,慰问灾区儿童,这一爱心举动受到当地小朋友的热烈欢迎,人民网、新民网、西部网、《今晚报》、天津电视台等媒体都从不同的角度予以报道,成为天津市关注灾区、心灵重建的代表性活动之一。2009年6月,《青少年科技博览》光荣入选国家新闻出版总署“向全国少年儿童推荐的优秀少儿报刊”名单,是为数不多的科普期刊之一。

期刊的发展,成绩的取得,除了期刊编、校、印、发质量的不断提高外,更离不开长期举办公益活动带来的积极社会影响的帮助。显然,对于新办的科普期刊,最快捷、最有效的措施,还是坚持既往的优良传统,从大力举办公益活动开始,带动期刊的良性发展。

以下是我们开展的两项重要公益活动介绍,从中可以看出,活动的开展为编辑部和期刊带来了多方面影响,促进了期刊的进步发展。

2 “玉树救灾心理援助专题”活动

2010年,4.14玉树大地震刚刚过去,我们立即组织专家、学者策划了一期“救灾心理援助专题”稿件,并在2010年第6期及时刊发。随着4 000本《少年心世界》寄到读者手中,这些青少年第一次了解到科学、全面、系统的救灾心理调适知识,大大开阔了眼界,培养了爱心,美好的心灵得到了全面升华。

最为重要的,编辑部急灾区孩子之所急,争时间、抢速度,赶在灾区通邮后的第一时间将有利于解开灾区孩子心结的这本专刊寄到玉树地区,为抗震救灾、灾区重建,特别是帮助当地青少年心理恢复作出了应有的贡献,受到当地领导、老师、家长的好评。

注重实效,发挥科普期刊的公益作用,编辑部同仁又一次体会到自己肩上担子的神圣。能发挥我们的优势,及时为灾区的孩子做有益的工作,让我们每一个科普工作者的内心无比快乐。以下为“玉树救灾心理援助专题”方案。

《少年心世界》是面向中小学生的有助心理健康的科普读物,在玉树赈灾重建的关键时期,出版一期特刊,针对震区孩子、家长、教师刊发心理疏导方面的文章,尽管时间紧,选题策划组稿专家仍要结合方案,尽量安排科学、系统的内容。

特刊拟分三大板块,针对孩子的8~10页;家长的4页;教师的4页。每页1000字左右,最好能配图,使版面活泼,力戒压抑。针对灾后孩子(单亲、孤儿、伤残及存在自闭、忧郁等各种心理问题)进行心理疏导,可举特例,但要特别针对大多数孩子的普遍情况;针对家长的心理辅导,介绍灾后家庭成员心理康复中应采取的原则、对策。为家长采取对策提供指导;介绍灾后教师在教学中应采取的心理减压方法、原则等,特别要介绍一些小游戏、集体疏导活动等。

尽量采取问题解答、小知识、小故事等活泼的形式,要寓意深刻。不是悼念、不要痛苦回忆,要轻松,避免沉重,要把阳光照到灾后孩子们的心中。

3 “关注‘90后’，和谐心理进校园”活动

2009年，天津高考作文的题目是《我说“90后”》，这个作文的提出让人感到耳目一新，又有些无从下手。“90后”到底是什么样的人？这一新人群的特征是什么？这个很现实的问题不能不引起人们的思考。研究“90后”，关注“90后”的心理健康、心理和谐，有其现实的意义和重要性。

1990~1999年出生的人群——俗称“90后”，目前“90后”们大多是在小学和中学学习的在校生，一部分人开始走进大学校门。心理学研究表明，这个阶段的学生情感上的健康发展会对他们认知发展、社会适应、道德形成、潜能开发、个性发展起着极其重要的促进、调节、催化和保证作用。中学阶段（包括大学低年级）是人生历程中心理发展的重要转折时期，是发展到相对成熟的最后时期。正确认识和对待“90后”青少年的心理特点，进而因势利导地开展引导教育活动，不仅有利于“90后”的心理和谐，而且也有利于带动家庭和谐、社会和谐。

心理和谐是其心理健康的重要体现。作为天津唯一一家大学主办的青少年心理健康科普期刊编辑部，关注青少年的心理和谐，为创建和谐社会做贡献是我们义不容辞的责任。我们想借助自身媒体的优势和我校心理与行为研究的科研力量，将活动的视角对准“90后”，活动的范围落脚在我市中小学，开展“关注‘90后’，和谐心理进校园”活动。

3.1 活动内容

我们将通过“打开一扇门”——征集“我心中的烦恼”（亲子共同讲述）、《再说“90后”》征文活动，让“90后”青少年充分表达自己的思想、烦恼，使家长与孩子更深刻地互相了解，再筛选出有代表性的心理问题，由专家分析总结出解决方案，为青少年及家长、老师提供指导原则、应对方法等建设性意见。

通过“拿起一支笔”——征集“画出内心的感悟（烦恼）”主题漫画，引导学生观察和反思生活、宣泄内心的烦恼，抒发情感。通过“翻开一本书”——建议阅读一本有意义的图书：红色经典和励志图书等，用讨论和辩论的形式得出结论，培养美好的情操，树立正确的人生观和世界观。

“提供一个帮助”——将专家的分析、对策在杂志中以专栏的形式分期刊登，每期以图文并茂的形式解决不同类型的问题，这样，采取随刊发行、网上发布及免费赠送相结合的方式，走入学校、社区，将1万份科学应对心理问题的专业化知识送达青少年手中，随之进入1万个家庭。

通过有奖竞赛等活动，让“90后”青少年及家长共同参与，了解科学知识，创新健康的生活方式，做到心理学知识的真正普及应用。

3.2 活动效果

受众人数：通过组织系列活动和期刊的发行，包括自然订户和网络读者，至少可让万人以上的读者直接受益，尤其是天津市“90后”的青少年，间接受众至少达3万人。

活动效果：在两代人之间架起一座和谐的心灵之桥。让“90后”青少年更好地理解父辈、师长对他们的关心与爱护，知道如何反省和自省。同时，也让作为父辈的家长和老师更客观地审视和评价“90后”青少年的所想、所需、所做、所为。学会如何欣赏、理解、沟通和鼓励“90后”青少年。缩小两代人之间的代沟，让彼此在相互理解、信任中和谐共处。培养“90后”青少年的社会意

识和社会责任感,关注生活、关心家庭、关注社会。激发“90后”青少年参与关注自己心理体验的积极性,让他们形成积极的、优良的、符合社会发展需要的人格品质和乐观向上的心态。在中小校园里,通过多种形式宣传和普及心理健康的科学知识,让“90后”青少年掌握正确的、科学的心理健康知识,确保他们形成和谐的心理,以此促进家庭和谐、校园和谐,进而促进社会和谐。通过“90后”青少年给自己的家长、老师宣传正确的、科学的心理和谐知识,从而使他们懂得如何公正地、客观地审视和评价“90后”青少年这一群体。

4 坚持举办公益活动,促进期刊持续发展

实践证明,每次活动都是编辑部加强内部团结、挖掘自身潜能的一次考验,每次的收获也都颇为丰富,经验和教训也十分宝贵。这种关注社会热点,发现问题和解决问题的过程也是大家了解社会、关心社会、增强自身素质、加强责任感和保持创作热情的好机会。同时也对编辑部塑造自身社会形象、普及科学知识、扩大期刊影响范围和推广主办单位的社会知名度,具有深远的意义。

这些活动,对期刊的发展具有多方面的促进。编辑部同仁已经逐渐摸索出办新刊、办专刊的思路,刊物质量明显提高。2010年,我们的刊物《少年心世界》和《青少年科技博览》双双被新闻出版总署评为“向全国少年儿童推荐的优秀期刊”。

一本期刊的发展道路是很漫长的,随着更多的公益活动的开展、各级部门的支持,相信刊物的前景会更加美好。我们将力求在社会效益和经济效益的建设中取得更良好的成绩,继续开展行之有效的公益活动,普及科技知识,服务于和谐社会的建设,服务于素质教育事业。

作者简介

康玉庆,男,天津师范大学期刊中心青少年科技博览编辑部,常务副主编。通信地址:天津市河西区卫津路141号119信箱。邮政编码:300074。电子邮箱:yuqingkang@163.com。

以内容为王 以市场为导向

做好做强少儿科普期刊

李晓平

(中国少年儿童新闻出版总社《我们爱科学》杂志社, 北京 100022)

摘要: 科学对于人类的发展具有至关重要的意义, 少年儿童则是人类的未来, 因而面向广大少年儿童普及科学知识意义重大。面向少年儿童普及科学知识的媒介之一, 就是少儿科普刊物。本文结合笔者工作实际, 论述了如何以内容为王, 以市场为导向, 做好做强少儿科普期刊, 从而能够向广大少年儿童有效传播科学知识, 达到提升少年儿童科学素养和综合素质的办刊目标。

关键词: 内容为王; 少儿科普

要做好一份期刊, 需要有明确的内容和读者定位, 并在此基础上努力打造内容, 以内容为王, 构建刊物的核心竞争力, 从而使刊物能够立足于竞争日趋激烈的期刊市场, 实现传播的功能, 创造良好的社会效益和经济效益。笔者任职于《我们爱科学》, 就结合自己的工作实际, 谈谈自己关于如何以内容为王, 以市场为导向, 努力做好做强少儿科普期刊, 并实现尽可能广泛的科学传播的一些思考与设想。

1 科学地选择科普内容

《我们爱科学》是一份少儿科普期刊, 目标读者群是明确的, 要获得长足的发展, 首先要明确应该普及怎样的科学和怎样普及科学, 也就是要明确选择什么样的内容和如何做好做强内容。选择什么样的内容, 依据是我们所办刊物的办刊目标、刊物自身特点和目标读者群的接受能力、阅读需求。

1.1 明确办刊目的

科学对于人类发展的重要意义早已得到人们的公认。在这样一个背景下, 面向少年儿童普及科学, 努力提高少年儿童的科学素养, 格外受到社会各界的重视。少儿科普期刊是向少儿普及科学的重要媒介, 一份优秀的高品质的少儿科普期刊, 其办刊目标是要对少儿读者起到增长科学知识, 激发对科学的兴趣, 开阔视野, 启迪创造性思维, 提高动手能力, 树立科学生活的态度, 提供解决问题的方法, 增强解决问题的能力, 建立对大自然的热爱之情, 培养乐于探索、不怕困难、敢于质疑和团队协作的精神等作用, 从而达到提升少年儿童科学素养和综合素质的终极目标。

1.2 内容的选择

少儿科普期刊既不是教材也不是教辅，而是少年儿童的课外读物，因而要努力成为少年儿童学校教育的延伸和补充；周期性出版和出版的间隔时间，又决定了少儿科普期刊有别于图书、报纸，但同时又要兼具图书和报纸的优点，就是说，在内容上既要有一定的深度，又要具有一定的时效性。综合以上这些要求，少儿科普期刊在设置栏目、策划选题的过程中应注重选择具有以下特征的知识进行传播：

- (1) 符合少年儿童认知水平，对少年儿童的认知具有普遍意义的科学知识；
- (2) 贴近生活，具有实用性的科学知识；
- (3) 对连续性、系统性要求不强的科技知识，以适应期刊的特征；
- (4) 与热点科技问题、与当下科技发展紧密相关的知识；
- (5) 能够引起少年儿童阅读兴趣、成为少年儿童谈论话题的知识；
- (6) 对课程内容具有补充和外延性作用的知识；
- (7) 对少年儿童具有启发性，能够启发其探索未知世界的知识；
- (8) 能提升少年儿童发现问题、研究问题和解决问题能力的科学知识。

2 做好做强刊物内容

确定了刊物所要重点刊发的内容，接下来就要把这些内容进行科学合理的规划，进行栏目设置，并以适当的体裁、恰当的结构和语言及合理美观的版式表现出来，形成刊物内容，并使刊物凸显少儿特色。少儿科普期刊的核心竞争力是优质的内容，要做好做强内容，营建自己独有的特色，需要我们在以下几个方面下工夫。

2.1 选题注重新奇特

刊物要传播的知识内容，最后要落实在一个个具体的选题上。在策划选题的时候，既要把握好向读者传播基础知识的选题，也要重视那些新鲜、奇特的选题，这样的选题，能够格外吸引富有好奇心的少儿读者的注意，提升阅读兴趣。为捕获新鲜、独特的选题，使刊物有别于其他同类刊物，避免同质化，我们格外重视加强采访工作，挖掘第一手资料，给读者带来全新的知识，这样也可以有效避免同类期刊选题和形式容易撞车的问题，使别人难以模仿。

2.2 知识准确严谨，保证权威性

少儿科普期刊要赢得读者，得到家长、教育者的信任，要严把编校质量关，保证所讲述知识的准确性和权威性。这要依靠编辑部完善的编校管理制度，编辑要具有较高的业务能力和高度的责任心，还要依托具有很强专业知识的作者队伍。

2.3 捕捉热点话题，加强时效性

近年来，随着各种媒体的快速发展，当有重大新闻事件发生时，相关信息就会快速在整个社会广泛传播，形成新闻热点，广受关注。这些新闻热点也会引起少年儿童的关注，并成为他们与伙伴交流的话题，从而使他们产生更深入了解与热点相关的知识的需求。我们要依据自身特点，将少年

儿童不熟悉的科学知识与他们关注的新闻热点相结合，以新闻热点为切入，深入挖掘新闻背后的科学知识，从而既满足读者的需求，也达到有效传播科学的目的。这样的编辑手法在《我们爱科学》上经常得到运用，已成为《我们爱科学》的一大特色。

2.4 增强现场感、体验感

现在的少年儿童，接触各种媒体的机会大为增加，见多识广，但很多刊物中都是依据材料编写的科普文章，甚至存在几家刊物都刊登同一作者相似文章的现象，结果导致内容雷同，对读者丧失了吸引力。为避免这个问题，《我们爱科学》要求编辑既要做个好编辑，也要做个好记者、好作者。编辑努力挖掘第一手资料，不仅可以发现很多新鲜的选题，还可以通过形象生动富有文采的文字表达，赋予文章现场感、体验感。对于作者根据资料编写的稿件，也可以通过用心的编辑，改变写作手法，使用第一人称的写作手法给读者带来一种亲临现场的全新阅读体验。

2.5 编辑手法灵活多变，文章构思要巧妙

为了生动讲述各种知识，帮助读者阅读理解，提升读者的阅读兴趣，使读者在阅读过程中不产生疲倦感，在编辑文章的时候还需要采用灵活多变的手法，使整本杂志的表现形式富有变化。创新编辑手法，应该成为一种常态。这种创新不是为了创新而创新，其动力来源于市场和读者需求的不断发展变化。而编辑创新能力的来源，则是扎实的编辑功力、终身学习的习惯和对同类期刊的关注、比较、分析，对其他媒介形式的借鉴学习。我们的读者是少年儿童，其接受程度有限，所以能给读者介绍的知识是有一定范畴的，因而同类刊物之间选题撞车就是不可避免的，同样的选题，要做出特色就要依靠巧妙的构思，以求达到不同于其他同类刊物的效果。这种巧妙的构思需要作者和编辑具有独特的视角与很强的创新能力、较强的文学底蕴。

2.6 以轻松幽默的语言和丰富的图片实现轻松阅读

现代的少年儿童，课业负担很重，精神压力大，用于课外阅读的时间很少。因而他们渴望轻松、娱乐、幽默。要想成为少儿喜爱的读物，就要满足他们渴望轻松阅读的需求。编辑过程中，我们在保证文字表达严谨准确的基础上，尽量增加诙谐幽默和富有文采的语言，以增强内容的可读性。同时，充分发挥图片的作用，把图片作为文字的延伸和拓展，减少了文字量，但保证了充足的信息量。

2.7 版式精美，赋予杂志具有吸引力的外在形式

一本刊物，其外在的形式，也就是其装帧和版式设计，就像一个人的脸，会给读者留下深刻的第一印象。要想让我们的刊物在众多刊物中脱颖而出，就要重视版式的设计。少儿科普期刊的版式设计有其特殊性，图片、插图要与文字具有很好的对应性，版式的设计要对阅读起到引导作用，突出文章重点，指示阅读顺序，营造文字所表达的情境。所以，我们在版式设计上，努力通过颜色、字体、插图、图片的精心安排和巧妙运用，使呈现出的版面贴合文章内容，并富有设计感和审美情趣，从而为读者带来阅读的愉悦感。另外，通过多种风格不同特色的插图，妙趣横生的人物旁白，来活跃版面，增加趣味性。

3 把握市场需求, 赢得市场

高品质有特色的少儿科普刊物, 要让它实现传播功能, 达到科学普及的目的, 还要努力使它赢得市场, 这样才会获得广泛的订阅。要想赢得市场, 就要充分了解市场需求, 并以市场需求为办刊和营销导向。对于少儿科普期刊, 其市场需求归根结底就是读者的需求。所以在编辑刊物的过程中, 要始终关注和把握读者需求, 发现读者需求的新变化。

3.1 准确的读者定位是满足市场需求的基础

少儿科普期刊的消费者是广大少年儿童, 这个消费群体的特点是处于不断成长变化的阶段, 年龄不同, 在阅读能力、接受能力和兴趣点上都会有所差异。同样的内容, 小学中高年级的学生喜欢, 低年级的学生可能就无法接受。所以刊物的年龄定位一定要进行细致合理的划分, 这样才可能准确把握读者的需求, 刊物才能得到市场的认可。

《我们爱科学》从2004年由半月刊变为旬刊, 分为画报版和少年版, 目标读者由原来的6~15岁细分为5~8岁和9~15岁两个年龄段。由于读者定位更加细致准确, 刊物的编辑更加具有针对性, 两个年龄段的版本都能够依据读者需求形成各自的特色, 从而能更好地适应目标读者的阅读需求。

3.2 通过多种途径了解市场需求

少儿科普期刊的编辑要想把握少儿科普期刊市场的需求, 就要通过多种途径与读者、发行员及家长、教师建立畅通的沟通渠道, 与他们保持经常性的联系。这些途径包括随刊发放读者调查表并对调查结果进行认真分析; 到学校与老师、学生交流; 利用新媒体搭建互动沟通平台, 与读者进行实时互动交流; 经常参与少儿的活动, 关注少儿喜爱的各种事物, 从中体悟少儿的喜好和需求, 及时发现儿童喜好与需求的变化, 及时调整刊物内容和编辑方法。

《我们爱科学》多年来一直都在努力实践这些了解市场需求的途径和方法, 并不断探索新的了解市场的途径。正是这些看似与编辑工作不直接相关的努力, 帮助编辑了解了读者的喜好和需求, 有效促进了编辑工作的提高和刊物内容的调整, 使刊物更加贴近读者, 而不是闭门造车, 脱离读者需求。

3.3 以多种形式扩大刊物的知名度和品牌影响力, 增加市场对刊物的需求

少儿科普刊物要更好、更广泛地向少年儿童普及科学, 谋求更大的发展, 就要不仅以市场需求为导向做好刊物内容, 还要努力扩大刊物的知名度和品牌影响力, 从而增加市场对刊物的需求。比如整合社会多种科普教育资源, 共同策划和举办大型的有影响力的科普活动; 配合学校举办科普讲座; 利用不同媒体、场馆开设面向少儿的科普大讲堂; 与科普场馆、电视台、科普网站等合作开展活动, 共享科普资源和传播渠道; 利用学校、社区设立的宣传设施, 普及科学知识; 将积累下来的科普资源进行二次开发, 参与科普动画片的制作等。

我们还可以以高品质的刊物为核心产品, 联合科普场馆、优秀的科普作家、科普编辑和热心于科普事业的专家、教育工作者、科普工作者、科技产品公司等, 在各地学校设立科普教育基地, 与学校共同组织开展丰富多彩的科学探究活动, 开展科技教师的培训、交流活动; 开发和配售与刊物内容相配合的科学制作材料、科技产品, 使读者能便利地进行刊物中所讲述的动手做的内容。

通过这些方式，整合各种科普资源，为少儿科普教育工作的发展和营造良好的科普大环境提供助力，让更多的少年儿童爱上科学，从而增加市场对少儿科普刊物的需求，谋求少儿科普刊物更大的发展空间，达到更好的科学传播效果。

作者简介

李晓平，女，中国少年儿童新闻出版总社《我们爱科学》杂志社副编审，副主编。通信地址：北京朝阳区建国门内大街丙12号楼中少总社。邮政编码：100022。电子邮箱：supertiger168@163.com。