

本刊记者 李娜

科技社团如何打造百年老字号?

10月17日,2000余名地理科技工作者在北京欢庆中国地理学会百年。

国际地理联合会主席 Ronald F. Abler,中国地理学会理事长陆大道院士、副理事长秦大河院士等高端科学家纷纷到场,会上颁发了首届“全国优秀地理科技工作者”、第二届“中国地理科学杰出成就奖”等四奖项,共200多名地理科技工作者获奖。据悉,此次庆典经费全部由相关地理单位赞助,学会的号召力由此可见一斑。

第三个百年学会——学术交流第一

在我国现有的科技社团中,中国地理学会是继中国药学会(1907年成立)、中华护理学会(1909年成立)之后中国的第三个百年学会。

1909年,中国地学会成立;1934年,中国地理学会成立。此前,这两个学会的负责人和主要组织者互有交叉任职,为此,1949年两学会特合并为中国地理学会。此后,学会发展进入了新的历史阶段。

如今,中国地理学会的会员几乎覆盖我国地理学界的各个领域。中国地理学会秘书长张国友研究员告诉记者,在中国地理学会注册、缴纳会费并获得学会直接服务的会员有7700多人;但如果将各省、市级地理学会的会员都包括在内,会员总数达2万有余。据悉,中国地理学会定期为会员寄送会讯、提供信息;保障会员权益,学会主办的学术刊物对会员实行优先、优惠政策;面向会员设立了大大小小十几个奖项、总会每年组织开展各类活动近50个……

“一个学会发展到百年,在中国来说算老字号了”。谈到中国地理学会的百年立会之本,张国友认为,首先,中国地理学会是真正意义上的学术团体——真正由学者组成。目前,中国地理学会办事机构没有对口的国家政府部门挂靠,这样虽失去一些获得政府资助的机会,却有了足够的自由。地理行业的大事小情基本都由中国地理学会牵头组织,这使得学会的号召力比较强。其次,是中国地理学会的文化传统。张国友表示,“地理学会由于受行政干预不多,并不存在权、利之争,始终以学术交流为要务,多年来形成了良好的学术

氛围和文化传统,才有了今天这样的凝聚力和号召力。”

“学术交流对于学会来说始终是第一位的。”张国友强调。会员在学会发表学术成果能成为最高荣誉吗?

中国的科技社团在科技工作者中的整体影响力和号召力如何呢?

中国农业大学一位教授告诉本刊记者,自己所在的学会对她个人而言,就是每年组织一次学术年会,发发会讯,这些对她个人并无举足轻重的影响,学会的吸引力也并不突出。

对此,中国科协学会学术部副部长杨文志认为,整体上看,中国科技社团的号召力随着创新发展进程在不断提高。特别是最近几年,我们的科技社团的活动能力、服务能力、社会影响力,以及自身的综合实力不断提高,但仍有许多提升空间。

在号召力方面,国外有的学会令人称羡,张国友很推崇的英国皇家地理学会。1830年建立的英国皇家地理学会硬件条件突出,拥有可容纳300人的学术报告厅、几乎囊括本专业全部图书的图书馆和舒适宽敞的阅览室,“那是相当壮观的”。更重要的是,会员以在学会的报告厅发表自己的学术成果为最高荣誉,这种认同感和归属感令国内多数学会难以望其项背。

形成这种差距的原因何在呢?杨文志告诉记者,发达国家的学会历史悠久,“我们的一些学会不仅经历长期的计划经济,而且大多是1978年以后才成立的,与国外学会在各方面都有很大差距”。

从职能方面来看,一些先进国家的学会不仅承担学术交流的功能,而且大多学会具有筹集资金的能力,有资助能力。同时,国外学会还有承担科技奖励的职责,一些技术资格认证、技术标准、规范的制订和实施也常由学会承担。另外,国外的学会工作人员职业化程度也比较高,能为会员提供优质服务,这些外部因素都加强了学会的号召力。

除上述外部因素之外,一些内部因素也不容忽视。国外的科技社团内部民主程度和对外独立程度都较国内的科技社团高,国外科技社团大多是由民间自发成立

的,具有较强的草根性,生命力比较强;而国内的科技社团不少是至上而下建立的,使得社团的民主性根基较浅,生命力较弱。在对科技社团的管理方面,国外的科技社团是问责式管理,而国内的科技社团多为行政式管理。这样,容易使我们的学会形成“领导很生气,后果很严重”的价值取向,而背离以会员为本——“会员很生气,后果很严重”——的原旨。

增强号召力,让科技社团回归本位

学会迎来百年是件好事,但值得庆贺的并非历史长短,而是百年来的文化传统和始终不变的为科技工作者服务的理念。正如一些百年老字号商品,人们更看重的是它们的优秀品质、悠久历史和文化传统。打造科技社团中的优质百年老字号,号召力是一个重要考核指标。只有得到会员的高度认同,科技社团才有存在的意义。

如何才能做到这一点呢?

长期从事学会管理实践和研究工作的杨文志认为,要让科技社团回归本位。

首先,在办会理念上要做到以会员为本,我们的科技社团要彻底由过去的“领导很生气,后果很严重”转变为“会员很生气,后果很严重”,始终关注成员的满意度,切实为成员提供服务,服务对象的定位不能颠倒。

其次,在学会管理上要实施“归核化管理”,坚持有所为有所不为的策略,一方面要拓展业务,另一方面要剔除一些不符合学会宗旨、不适合实际的业务,塑造学会的核心主导服务产品。一个学会不能包揽过多的事物,不分主次。实践证明,学术交流是科技社团成立的原始动机,要给予足够的重视。

再次,要提升学会的活动质量和水平。要克服一些科技社团常常是风风火火“搞”活动,而不计成本和实际效果的做法。应当把“搞”活动转变成有计划、有目标的踏踏实实“做”活动。

另外,在人力资源管理方面,要提升专职服务人员的数量和质量,克服老化现象,现在的科技工作者平均年龄都已经降低到37.9岁了。为科技工作者服务者的年轻化和职业化程度要相应提高。■