



深耕5年 从0到70多万粉丝

科普“老药师” 是怎么做到的？

2015年，因为一次偶然的机会做客电台当嘉宾，瑞金医院的药剂科副主任药师石浩强得知不少市民在用药上存在盲区，于是萌发了传播药学科普知识的念头。

2015年正是新媒体高速发展的开始，从0到10万粉丝，这位深耕药剂一线20多年的“老药师”只用了半年。5年来，他几乎每天坚持更新，赢得了72万粉丝，为千千万万的家庭带去了合理用药的理念。

青年报首席记者 范彦萍

初心

“在如何合理用药，安全用药方面，原来有这么多人观念都存在误区！”

1996年大学毕业后，石浩强成为了瑞金医院药剂科的一名员工。从药师到主管药师再到副主任药师，24年的药剂科生涯，他获得的证书、荣誉不胜枚举。近日，在第十二届全国五好家庭暨家庭工作先进集体、先进个人评选中，致力于药学科普工作、疫情期间深入抗疫一线做防疫科普主题宣传的石浩强一家等荣获“全国最美家庭”称号。

他说，自己投身药学科普工作的“原动力”，源于2015年的一次电台直播节目。

当时，在进入电话接听环节时，听众第一句话就是，“石医生，您好，太幸运了，电话终于打通了。”但对方随后问出的一连串问题，却让石浩强胆战心惊，在他看来，这些用药习惯是非常不合理的，甚至“很危险”。

接下来的几位听众的提问也大多比较“低级”。从被推崇的惊喜到听到提问的“惊吓”，石浩强的心情经历了跌宕起伏。这次的连线机会让他看到了民众之间隐藏着的诸多用药“隐患”，用药的简单道理大部分人了解，药物治疗靠自己、靠打听、靠互传。

石浩强颇为感慨：“在如何合理用药，安全用药方面，原来有这么多人观念都存在误区！”事实上，我国每年有250万人因为用错药而健康受损，最终导致死亡的多达20万人之多，竟是全国交通事故死亡人数的2倍，即所谓“药源性”致死，这些触目惊心的数字对他内心产生的冲击不言而喻。就从那一刻起，他下定决心开展药学科普。



网红

“孩子在用药时，不是缩小化的人，不是简单减量就好。孕妇这个群体更不能随意使用药。”

2015年年底，他在微博上开通了“石浩强教你合理用药”。5年，72万粉丝，粉丝数在全国药学界遥遥领先。时常有来自五湖四海的病人向他咨询药专业知识。

其中咨询的最多的一是儿童用药，二是孕妇的用药安全问题。

“这个很好理解，孩子在用药时，不是缩小化的人，不是简单减量就好。孕妇这个群体更不能随意使用药。”石浩强说。

为了将艰深的药学知识转化为通俗的知识。他还动用了积累多年的文学、漫画功底，为患者绘画出一幅幅生动形象的合理用药海报，配合自编、自演、自录的合理用药短视频，图文并茂地介绍关于合理用药的一切知识。

在回答粉丝问题的过程中，他会尽力发现大部分感兴趣的话题。他也会捕捉热点，探究当下公众对用药的关注点在哪里。

当然，在走向“网红”的路上也并非一帆风顺。当初开通微博后，因为前期做了很多准备，粉丝很快涨到10万，但之后有段时间遇到瓶颈期。他需要寻找新的热点来维持热度。

有一次，他以上海市执业药师学会药学科普专委会主任委员的身份受邀做了一期关于药物如何安全存储的抖音。短短一分钟的时长，点击率高达152万。这让他十分惊讶短视频的传播力度。因为他在微博上点击率最高的一篇文章阅读量也只有98万多。“这让我意识到，药学科普的传播模式需要与时俱进。如果仅仅依赖文字，会产生传播瓶颈。”



石浩强认为，做科普要结合一线临床经验。
本版图片均由受访者提供

石说

“神农尝百草，绝不是一个神话。”“要写出好的科普文章，需要到临床一线去，光捧着一本书是写不出好的素材的。”

“同样一款药，说明书上说一天三次，每次一粒。有个问题，一名200斤的男患者，和一名80斤的小女孩患者，他们的用药是一样的吗？”这样的问题显而易见，对于前者来说，一次一粒可能剂量还不够，但对于后者可能剂量太多了。

在石浩强看来，药剂科的工作绝对不是配药那么简单。应当按照个人不同的情况，为每个病人设计个体化的给药方案。尤其是一些高危药，不能光看药效是否明显。而是要在不良反应可控的前提下辩证地用药。“我们要合理用药。不能一味追求药效，而不考虑副作用。即便医生开药的初衷是利大于弊。但随着情况的变化，剂量和方案会发生转变。毕竟个体的差异太大了。”

而药学科普也绝对不是照抄药物说明书，干巴巴的内容老百姓不想看。做药学科普光有理论知识是远远不够的。需要具备临床医生的思维。最好是兼具药学和医学知识的复合型人才。巧合的是，石浩强恰恰是这样的人才。

药知识博大精深，即便对

大部分药物的药理知识较为了解，但他也并非对所有的药物都驾轻就熟。当碰到陌生的药物时，他会查阅相关文献，咨询专科医生、各科室大咖。

如今的他除了发布微博外，还在诸多的纸媒和自媒体平台设立“实话石说”专栏，定期发布药学科普文章。

做了5年药学科普，渐渐地，石浩强也摸索出了经验。他认为，一篇好的药学科普文章，最好能结合切身体会。“倘若有医生自己生过前列腺炎，他在撰写相关科普文时相对会写得比较到位。再比如我自己吃过这个药，在如何控制剂量上，就比较有话语权。再比如我的父母、长辈也会吃一些慢病药物，在做相关药物的指南时，我会比较轻松。神农尝百草，绝不是一个神话。”

在采访中，石浩强笑称自己是一只“土鳖”，已经在药剂科工作24年的他在一线调剂岗位工作有18年，其间在急诊药房工作11年，曾担任过急诊药房组长，经历过SARS、禽流感、新冠病毒等“大考”。常年和医生、患者打交道，能获得第一手的用药反馈。“我们瑞金设有药物咨询窗口和用药专病门诊。有的病人因为用药产生不良反应来退药。我会多一个心眼，知道对方为何会产生反应，到底是因为患者个人原因，还是药物本身的原因。要写出好的科普文章，需要到临床一线去，光捧着一本书是写不出好的素材的。”

对话

持续开展科普是“金光大道”

记者：从事药学科普五年多，你有什么经验之谈？

石浩强：所谓“防病胜于治病”，唯有药学知识的普及才能防患于未然，才能对百姓有帮助。我清晰地认识到个人的力量是有限的，唯有塑造给力的科普团队，创造品牌，持续开展才是做好药学科普工作的“金光大道”。比如我们瑞金药剂科就有一个公众号“瑞金药师讲用药”非常火。

过去的科普，主渠道是通过报刊、杂志的宣传，进而依托课堂讲座的宣讲，当然偶尔也会借助电台、电视台节目的宣教，往往存在宣传涉及面不广、宣传频率不够、宣传持续性不强的问题。而如今，互联网时代的到来，社交新媒体工具的日趋普及，让药师们有了更多的科普渠道和手段，能够让药学科普工作更具活力、更加新颖。

记者：你日常工作非常繁忙，是怎么做到每天都更新内容的？

石浩强：平时我的医教研的工作就很繁重。但我还是抽空平均一天更新两三篇博文。我发表的内容代表了瑞金医院的实力，务必精准。这我在写作时带有很强的使命感，绝不能误导人。