



开源协同 全面推进科普信息化

杨建荣

上海市科协党组书记、副主席

近年来,上海市科协在中国科协的指导下,在上海市委市政府领导下,坚持“全员、全程、全时空”,紧盯科技前沿、紧跟社会热点、紧扣公众需求,及时回应社会关切,发出权威声音,在科普信息化方面做了一些工作。

1 构建开放平台

协同各方资源,搭建开放、共享的科普资源大平台,是推进科普信息化的基础。上海科协在构建开放平台方面做了如下工作。

1) 成立专门机构,统筹推进科普信息化工作。依托《上海科技报》成立新媒体中心,统筹推进科普信息化工作,做到有专门机构、有专业团队、有专项保障。目前已形成上海科协网、上海科普网、上海科协微信、上海科协微博的新媒体宣传系列,其中“上海科协”微信号目前设立了“热门题”、“照妖镜”、“科急送”、“微食疗”等栏目,2014年入选上海微信公众号政务及公共服务类“十强”(图1)。

2) 依托“上海公民科学素质工作领导小组”29个成员单位,打造“e科普”联盟平台。整合上海市区2级科协、科研院所、科普场馆、学校、企业、社团等科普产品资源,做精、做强、做大统一的“e科普”多元科普传播平台。搭建“e科普”多元化科普传播平台,推进建立体现科普内涵,适合新媒体、公益广告播放的科普产品征集、制作和传播机制,运用微博、微信、公共场所大屏幕、地铁公交移动终端、楼宇电视、社区电子显示屏等传播渠道,形成“e科普”多元化传播的格局。

3) 依托地铁、商圈、社区等人流密

集场所,打造全方位、立体化的新媒体宣传平台。2014年,上海开通首列“科普号”地铁列车,目前已覆盖14条地铁线路、2万多个地铁公交移动终端;在南京路、淮海路、徐家汇等上海主要商圈,设立200多块户外LED大屏幕,滚动播出科普作品;在区县建立数字科普活动中心(室),依托国家863高性能宽带技术和下一代广播电视网宣传科普;在800多个社区设立科普画廊、楼宇电子屏,在基层居委会开设科普电子阅报栏(图2)。

4) 与新浪、百度、腾讯等合作,拓展网络科普新空间。与百度开展“科普上海”战略合作、与新浪网合作开展公民科学素质知识竞赛、与腾讯大申网合作开展“大众科学奖”评选等活动。在与新浪网合作开展公民科学素养知识竞赛中,2015年6月3—22日参与、阅读网络答题的民众达1600万人次。



图1 上海科协微信

2 实施多元科普

坚持内容为王,顺应互联网时代受众的变化,围绕全民科学素质的提高,不断丰富和完善科普作品的表现形式,确保科普作品的精致、多元和生动,这是推进科普工作信息化的关键。

1) 云科普。在智能手机下载“云中科普在线”,就可以找到需要的科学知识。“寻医问药机器人”栏目聚焦市



图2 地铁人民广场站大型宣传屏

民需求,可以提供包含9500种疾病、8000余种常用药品的信息查询,还收录了“健康养生”等类别的实用科普文摘数10万篇。“云中科普在线”栏目还整合了“上海科协大讲坛”、“科普新说”、“名家科普讲坛”、“新民科学咖啡馆”、“公务员科学素质讲座”等优质科普讲座资源。通过区县社区数字科普活动中心,远程点播上万部科普电影;《十万个为什么》、《科普新说》等大型电视系列科普节目,在国内80多家科协网站和电视台作为常态栏目播放。

2) 可视化科普。运用全息多维信息技术手段,直观演绎科学知识、科学原理,推出大量可视化科普作品。把“嫦娥三号”着陆、“蛟龙号”深海科研作业等科学探索活动制成可视化作品,置入街区时尚科普橱窗;运用多媒体展示巨屏建设院士风采馆(图3),通过播控、自主查询、演示等手段,多点、多层次、多方位展示历年来在上海工作的230名院士的生平事迹、精神风范和科技成就。2014年1月至2015年底,已有全国各地500多批、近10万观众参观了院士风采馆。

3) 展会科普。举办上海国际科学与艺术展,用裸眼3D、动漫等现代信息技术,展示和促进科技与艺术的融合。举办上海国际科普产品博览会,突出“智慧城市”主题,以丰富多彩的手段和

形式促进科技产品科普化、民生化。2015年第二届科博会充分运用多媒体、体验参与及信息技术,围绕“大众创业、万众创新”,促进科普工作专业化、国际化、规模化。

3 形成精准推送

用精准化的科普推送,增强科普传播的针对性、有效性,这是推进科普信息化的根本。

1) 分层分时。面向不同目标人群,按不同层次、不同时段精准推送科

普。在电视、商圈大屏幕和楼宇终端,主推15~30秒时长的作品;在微博、微信,主推1分钟时长作品;在公交移动终端,滚动播出3分钟时长的作品;在社区电子屏和社区服务中心,播放5分钟以上时长的作品。

2) 随处感知。通过立体空间和智能终端,形成“随处感知”的科普机制。促进了从单向灌输转向互动体验的转变,适应了不同群体、特别是适应了“低头族”、“指尖族”青年人的多元化科普需求;通过信息化智能终端,对专题科普场馆设施、楼宇商业空间、地铁公交站点、街道社区等立体空间,完善和优化全方位“随处感知”科普的良好环境。

3) 体验互动。通过线下实地体验、线上宣传互动,提升公众参与科普活动的广度和深度。借助信息化手段,依托新浪微博推广资源,开展“带着微博玩科学”主题活动,串联科普日科普主题活动的前、中、后全程,2015年8月下旬至9月底话题阅读量达到1227.8万人次,讨论数达1.74万人次,长微博阅读数达到34.8万人次,取得了良好的科普传播效应,拉近了科普活动与公众,特别是青年群体之间的距离。



图3 院士风采馆

(编辑 王志敏)