

新疆科普微电影的创作特点

刘文博^{1*} 王庆福²

(上海立达学院传媒学院, 上海 201609)¹
(上海外国语大学新闻传播学院, 上海 200083)²

[摘要] 近年来, 新疆科普微电影获奖甚丰。文章对较有代表性的新疆科普微电影进行分析, 发现其有如下创作特点: 采取不同于传统媒体的新媒体科普影像传播方式取得较好的科普效果; 以可爱的“萌娃”形象为科学知识代言, 做到了科学知识的软性传播; 借新疆特色美食使科普“脍炙人口”, 巧妙地实现了寓教于乐, 让人们在娱乐氛围中获得科学知识; 与新疆科普事业的推进相结合, 真实地展现新疆科普事业发展进程。

[关键词] 新疆科普微电影 “萌娃”形象 特色美食 科普事业 创作特点

[中图分类号] J904 **[文献标识码]** A **[DOI]** 10.19957/j.cnki.kpczpl.2021.02.008

新媒体背景下, 爱奇艺等视频网站, 中国科普网等专门的科普网站, 甚至抖音等短视频 app, 日渐成为科普传播的重要途径。在“互联网+科普”的新形势下, 国内科普微电影出现了诸多优秀之作。仅在 2019 年, 由中宣部宣教局等单位联合组织开展的第三届社会主义核心价值观主题微电影征集展示活动中, 新疆科普作家协会报送的 3 部微电影获奖。其中, 微电影《大风车》获 15 分钟类优秀作品一等奖,《大篷车》和《我有五双眼》获 30 分钟类优秀作品三等奖。除此之外, 科普微电影《远山的歌唱》荣获国际微电影最佳影片“金螺奖”等多项大奖。获奖之后, 这些科普微电影以其独特的艺术特色, 在微博等网络平台和微信等移动互联网平台上进行多

次传播, 得到人们的分享与广泛关注。作为一种新的传播形态, 新疆科普微电影所取得的成功经验, 值得进一步总结。

一、采取不同于传统媒体的新媒体科普影像传播方式

从传播渠道上看, 新疆科普微电影的播出平台均为新媒体而非传统媒体。在新媒体环境下, 科普影视所面对的受众就不再是传统意义上的科普影视受众, 而是受互联网熏陶长大的新媒体观众, 这个群体特征分明, 偏向年轻化, 性格活跃, 他们对居高临下的“说教式”和毫无创意的“填鸭式”科教片容忍度较低。一部科教片如果生硬地进行说教, 势必会使观众感到枯燥

*通讯作者: 刘文博, 上海立达学院传媒学院助教, 编剧, 研究方向为影视剧本创作研究。1612322178@qq.com。

乏味。循规蹈矩就等于放弃观众。科教片的创作者如果过于关注科教片的“科”，就会忽略一个“普”字，总希望把科学知识交给观众就可以了。但是，事实是，将深邃生涩的科学知识放在观众的面前，观众往往会被其生涩无趣吓跑，这就失去了科教的意义。刘咏在《谈科学普及片的艺术处理——在全国科教片会议上的发言》中提出科教片创作需根据不同的题材和内容来对影片进行艺术处理。不同科教片的艺术要求是各不相同的，需做到恰如其分地进行艺术表现^[1]。赵立魁在《也谈科教片的“姓”》中认为科教片具有一个复姓“科影”。他认为：“科教片，顾名思义就是‘科’的内容通过‘片’（即‘影’）的形式，达到‘教’的目的。”“‘科’与‘影’这两个因素分开来各自具有独立的广泛意义，只有结合在一起才构成了特有的一种艺术形式——科教片。”^[2]因此，为了达到科学知识普及的目的，新疆科普微电影增强其艺术性，通过创作者抒发内心情感，使观众在感性的艺术表现中学到科学知识。科教片在不违背科学知识的前提下，通过感性艺术表现的形式即情节设计和人物塑造的手段来揭示科学知识，只要处理得当，就能够取得更好的科普效果，这样也更加适应新媒体受众群体的特征。

而且，科教片还应该忘记那个居高临下的“教”，使观众在感性的艺术表现中，在与创作者平等的信息和情感交流中，得到科学知识。科学知识普及便可以从“灌输”转化为“启示”，给人知识，让人从“被动接受”转为“主动掌握”。在“互联网+科普”的新形势下，《大风车》《大篷车》《我有五双眼》《远山的歌唱》等新疆科普微电影通过将科学知识普及与艺术化的表达

方式相结合，使得科学知识普及从“灌输”转化为“启示”，让观众看了科教微电影后有所感，主动去查找科学知识，从而了解甚至将其掌握，之后借助微信、微博等新媒体第一时间分享，通过转发和评论表达自己的感受，再次传播科普知识，形成网络围观现象。对于新媒体受众来说，他们或在线观看或缓存下载，在移动状态欣赏微电影，填补了他们琐碎的时间。他们转载微电影或发表影评，则间接为微电影做了推广，成为微电影二级传播的重要环节^[3]。这便彻底改变了传统科普模式中“你播我看”的格局，走向了由单向传播向双向传播发展的道路。新疆科普微电影这种结合了科学知识普及与感性艺术的“启发”式比之简单粗暴的科学知识“灌输”来说，效果更为有利。但是，也要记得科教片的主要任务是揭示科学内容，而不在于通过创造故事情节，塑造艺术典型，否则就混淆了科学知识传播的目的与手段。如果创作者持唯艺术论、唯我论观点，科教片便失去了其存在的意义。

二、以可爱的“萌娃”形象为科学知识代言

新疆科普微电影运用感性的艺术手段来科普生硬枯燥的科学知识，不仅有故事、有情节，还有可爱的“萌娃”为科学知识代言。比如《我有五双眼》讲述双目失明的小姑娘帕提古丽在漫长的等待角膜供体过程中，时刻用海伦·凯勒（Helen Keller）的事迹激励着自己，坚强等待了6年终于等到角膜供体。但当她知道其他人更加需要角膜移植时，毅然把自己的供体让出来，让其他4个孩子重见光明。这4个孩子和帕提古丽的妈妈，一起成为帕提古丽的5双眼睛。影片

不仅通过帕提古丽这样一个可爱美丽的小女孩的故事,普及了眼角膜移植的科学知识,同时呼吁更多人成为眼角膜的捐献者,为患者带来光明。《远山的歌唱》也是科普微电影通过感性艺术表现传播科学知识的成功之作。该片通过讲述一位身患葛雷克氏症(俗称“渐冻人”)的小男孩东东,怀着美好的希望和梦想,不畏山高路远,在父母的陪伴下找寻救助过自己,并给了自己坚定精神支持的高原老师哈那提的故事,向公众普及了葛雷克氏症的基本知识,并且起到了倡导人们关爱“渐冻人”这一特殊群体的积极作用。两部影片都是通过复杂的剧情和生动丰富的人物形象,尤其是可爱的“萌娃形象”塑造,来实现科学知识的普及,通过小童星为科学知识代言,做到了科学知识的软性传播。

小童星的形象塑造来源于明星制。明星制是 20 世纪初在好莱坞逐渐形成的一种制度,以强调演员为手段,以此获得更多的观众。这些明星,也包括小童星。以小童星为主角的影片大多涉及儿童成长及教育,对观众尤其是儿童观众能够起到增长知识、陶冶性情、锻炼意志、培养个性的作用。《我有五双眼》中,小演员赛米热·阿西木拥有大大的眼睛、长长的睫毛、甜美的笑容,符合所谓的“萌娃形象”。她本人可爱的形象与她所饰演的帕提古丽这样一个双目失明、外表甜美、可爱坚强、善良且富有同情心的小女孩形象合二为一,为生硬枯燥的科学知识代言,使得科学知识可触可感,讨人喜爱,影片在讲述一个感人至深的故事的同时,科普了眼角膜移植的科学知识。创作者处理手法细腻,使观众在感动中获得知识,这比只是生硬直接地揭示眼角膜移植的科学知识要有效得多。而且影片中的

人物不是游离于科学知识之外,小演员的外形条件更不是为了美化画面,而是紧紧环绕科学知识的普及,使人物与科学知识的普及紧密结合。这比枯燥说教、生硬灌输科学知识要更为有效,正是这种生动的形象塑造,为作品赢得了诸多奖项。获奖之后,这些科普微电影以其独特的艺术特色,在微博等网络平台和微信等移动互联网平台上进行多次传播,得到人们的分享与广泛关注,实现了科普知识的有效传播。

三、借新疆特色美食使科普“脍炙人口”

“科教+娱乐”即寓教于乐。“寓教于乐”一词,出自《诗艺》。贺拉斯(Horatius)认为“寓教于乐,既劝谕读者,又使他喜爱,才能符合众望”,并强调“你自己先要笑,才能引起别人脸上的笑”^[4]。就新疆科普微电影而言,其娱乐化倾向是通过趣味性的题材选择、戏剧性的结构方式来实现。科普微电影《红柳情》讲述了新疆籍大学生艾迪力在古城西安创业、开红柳烤肉店的动人故事,并借助新疆特色美食“红柳烤肉”普及红柳方面的科学知识,具有一定的娱乐趣味性。

美食方面的影视内容在娱乐方面具有天然的优势。关于美食方面的中国电影家喻户晓的有李安导演的《饮食男女》,周星驰导演的《食神》,叶伟民导演、谢霆锋主演的《决战食神》等。《红柳情》取材于新疆特色美食,红柳更是中国荒漠地区的重要固沙植物,用途多样。影片中唐晓夏和艾迪力合伙创业,卖新疆美食红柳烤肉。经过一年的时间,红柳烤肉风靡古城的大街小巷,红柳烤肉餐馆遍地开花。但是,他们偶然看到了一则新闻:“这种红柳是一种沙漠中极其出色的防风固沙的灌木,他们以每根三毛钱的价

格从新疆快递过来。在我们大快朵颐的同时，有没有想过这会对当地生态环境造成影响？”艾迪力深受影响，为了保护环境，决定不再做红柳烤肉。为此，合伙人唐晓夏特意从南疆请来了知名的红柳专家赵局长进行讲解，艾迪力这才得知家乡的生态环保有了很大的改善，自己的红柳烤肉生意不仅不会影响家乡的环境保护，而且帮助了家乡的百姓脱贫，有利于家乡的经济发展，问题才迎刃而解。《红柳情》中美食的呈现和曲折的情节为影片带来了观看的趣味性。艾迪力对外国客人说：“我们这个红柳烤肉啊，是用红柳枝串成的，这种红柳枝遇热后，会分泌出一种神奇的汁液，这种汁液不仅能祛除羊肉的膻味，最重要的是吃起来还有一种独特的芬香。”红柳烤肉这样的美食呈现诱惑着观众的味蕾，也让观众对红柳和南疆都充满了好奇。当然，如果只是呈现食物，仅停留在吃喝层面，则会使影片显得过于单薄，内容上也会缺乏人文精神。《红柳情》通过典型人物新疆籍大学生艾迪力，采用故事化的叙事方式，将艾迪力个人的人生际遇和新疆美食红柳烤肉、环保知识与经济发展政策相关联，讲述平凡人的平凡事，这使得红柳知识的普及显得通俗易懂、亲切近人。在娱乐大众、普及知识的同时，主题也得到了升华。

尼尔·波兹曼（Neil Pozmann）在其著名的《娱乐至死》（*Amusing Ourselves to Death*）一书中就曾振聋发聩般地呼喊道：“我们将死于我们所热爱的东西！”^[5]一味地娱乐可能会导致媚俗与堕落。但是我们也要看到，合理的娱乐化对于打开市场是一条重要的道路。“科教+娱乐”的道路需要不断探索，观众的口味需要培育，只要科教电影根据市场需求合理调整，“科教+娱乐”

的发展道路就会使科教片走出更大的发展空间。

四、与新疆科普事业的推进相结合

新媒体背景下，新疆科普微电影贴近现实生活，与新疆科普事业的推进相结合，使得科学知识的普及变得可触可感，吸引受众。在中国，科教片被认为是“以传播科学知识和推广新技术经验为基本目的的，范围广泛的电影类别”^[6]。科教片提供科学知识，解决生产生活中急切需要解决的问题。它是直接满足工农业生产和人民生活需求而产生的。新疆科普微电影展现新疆科普事业推进的过程，跟人们的日常生活息息相关。《大篷车》是我国首部反映中国科协科普工作队在新疆基层农牧区开展科普宣传的影片，通过科普大篷车工作人员下基层时一路上发生的故事，表现出新疆基层群众对科学技术的迫切需要，以及新疆科普工作者的牺牲奉献精神。其采用现实主义的表现手法，影片一开头，伴随着科普路上新疆独特地域风景的是吴佳佳的内心独白：“我叫吴佳佳，这是我第一次离开家参加科普大篷车，没想到这份工作就是长途颠簸，一晃十几天这么艰苦地跋涉，我实在受不了。”接着，大篷车在行车过程中遇到羊群，缓缓而行，坏在了激流险滩处，吴佳佳一行人半夜忍着寒冷在河边烧水休息。这样的话语和画面迅速展现了现实中科普工作队在新疆基层科普宣传的艰难与不易。而一位新疆村民骑着马拦住大篷车，要给科普队一只羊，希望科普队给救了村民弟弟的小朋友哈伦别克放科普电影。这样的情节则展现了新疆当地的村民和小朋友们对于科学知识的渴望与追求。吴佳佳在科普路上得知老科普队员陈延胃部肿瘤检验报告显示为恶性，急需治疗，仍然在坚持科

普时，才终于明白了在新疆进行科普工作的意义，千千万万科普工作者在新疆的坚守，以及这份工作的神圣。影片以现实主义的表现手法，在大篷车科普宣传的路程中展现美丽的新疆自然风光，真实地反映了新疆大篷车工作人员中的新队员吴佳佳的内心成长：从不适应大篷车下基层颠簸劳累时的小情绪，到深刻认识到新疆科普工作的重要意义。除此之外，司机师傅的隐忍，老队员陈延下基层生活艰苦患有恶性胃部肿瘤依然坚守岗位的奉献精神等，也都真实感人。

科普微电影《大风车》同样运用了现实主义表现手法。影片讲述了新中国成立以来，新疆各族科技工作者建设新疆，在新疆科技事业发展史上留下了一笔浓墨重彩的事迹，以此科普新疆风力发电事业发展进程。影片开头展现了 20 世纪 50 年代新疆风沙大、行路难的困境，一家人出行遇风沙，伤了孩子，跑了驴，坏了车。赵东风和小伙伴去上学，为了不被风刮走，每人抱着一块独属于自己、写着自己名字的石头，低着头，逆风而行去上学。为了克服困难，20 世纪 70 年代，新疆农村青年赵东风不畏艰险在屋顶上尝试着用风力发电失败，被大风吹下屋顶。到了 20 世纪 80 年代，妻子春苗晚上生孩子，屋里

太暗，遇危险，赵东风在黑暗和大风中爬上屋顶终于利用风力发电成功。影片从一个普通人家的故事入手，表现了老中青三代科技工作者从 20 世纪 50 年代到今天在推进新疆风力发电事业进程中不畏艰难、勇于攀登的科学精神，从小人物的角度出发，科普了这群人投身国家建设、致力于新疆风力发电事业的英雄事迹。科学知识的普及贴近新疆人民的现实生活，使得科普本身充满了新疆地域特色，展现了新疆人民的风貌。

五、结语

新疆科普微电影创作特征显著，在新媒体科普影像传播方式上进行较好的尝试与探索。其中，《我有五双眼》《远山的歌唱》借鉴好莱坞明星制的方式，通过形象可爱俊美的小童星为科学知识代言；《红柳情》借新疆特色美食，将主人公的人生际遇和红柳烤肉相关联，讲述创业者的际遇，使得红柳知识的普及通俗易懂，趣味横生；《大风车》《大篷车》贴近现实，真实地展现新疆科普事业发展进程。这些新疆科普微电影具有较大的观赏与研究价值，作为科普的“轻骑兵”，同时达到科学知识普及与传播民族文化、弘扬科普工作者奉献精神的作用。

参考文献

- [1] 刘咏. 谈科学普及片的艺术处理——在全国科教片会议上的发言 [J]. 电影艺术, 1962(06): 38-41.
- [2] 赵立魁. 也谈科教片的“姓” [J]. 电影通讯, 1980(12): 26-27.
- [3] 许娅. 新媒体环境下的微电影 [J]. 电影文学, 2012(17): 27-28.
- [4] 王确. 西方文论选读 [M]. 长春: 东北师范大学出版社, 2004.
- [5] 尼尔·波兹曼. 娱乐至死 [M]. 章艳, 译. 北京: 中信出版集团, 2015.
- [6] 许南明. 电影艺术辞典 [M]. 北京: 中国电影出版社, 1986.

(下转第 96 页)

情观与婚姻观，它能让我们每个人更了解自己，也更了解异性的欲望与需求；它能让我们选择最合适的求偶行为，也能让我们在各种约会场景——无论是青春期的邂逅、大学的联谊会还是工作后的相亲——免于挫败与无助；它能让我们克制冲动，解开疑惑，也能让我们化解冲突，调和彼此。

基因本身是冷酷无情的，但它可以孕育出温暖人心的情感。在这个世界上总有一些夫妻，他们无论经历怎样的崎岖坎坷、面对何种疾病困苦都能始终相濡以沫，就像他们的婚姻誓词：“对你忠实，直到永远。”两个原本没有血缘关系的个体，却能够将各自的资源汇集在一起，相守一生，这是人类情感史上最伟大的壮举。在两性关系中，我们不仅仅是依靠对方来满足

自身的某些需要，而是共同创造出新的成就，携手摘取人类择偶策略的胜利果实。关于择偶策略的知识则可以助推我们达到这种完美的和谐状态。

从最早的单细胞生物开始，地球已经走过了三十多亿年变幻莫测的生命征程，在历经了无数的偶然、幸运和巧合后，人类开出了这个地球上独一无二的智慧之花。人类复杂的头脑其实也是基因为了自我延续而“创造”出的手段，但如今，我们却可以利用头脑来反思和揭示这一创造过程本身。《欲望的演化》一书，正是我们反思成果的体现。正如书中多次强调的，两性关系是人类历史的活化石，探索 and 了解择偶策略，不但能让我们知道自己从何而来，也能让我们为自己设计出更美好的未来！

.....
(上接第 72 页)

The Features of Popular Science Micro Films of Xinjiang

Liu Wenbo¹ Wang Qingfu²

(College of Communication, Shanghai Lida University, Shanghai 201609)¹

(School of Journalism and Communication, Shanghai International Studies University, Shanghai 200083)²

Abstract: Recently, popular science micro films of Xinjiang have won numerous awards. This article analyzes the representative micro films of Xinjiang and finds that they have the following common production features: adopting alternative media promoting channels for better outreach; using the lovely image of “Adorable Baby” as the representative image of scientific knowledge so as to gain the effect of “soft dissemination”; using the special cuisine of Xinjiang to add flavor to popular science, bringing fun to education to the public; integrating with the cause of popular science of Xinjiang to reflect its development faithfully.

Keywords: Popular Science Micro Films of Xinjiang; the image of “Adorable baby”; special cuisine; the cause of popular science; production features

CLC Numbers: J904 **Document Code:** A **DOI:** 10.19957/j.cnki.kpczpl.2021.02.008