

我国电视科普节目发展进程与途径探索

乐琦¹ 鞠超²

(中国传媒大学, 北京 100024)¹ (中央电视台, 北京 100036)²

[摘要] 电视媒体是目前我国公民获取科学信息的主要渠道, 在充分发挥多种媒体进行科普的同时, 继续发挥电视媒体优势, 大力发展中国电视科普节目, 尝试开拓新的电视科普节目形态, 增强科普节目的互动性、实验性、趣味性, 使科学知识、科学方法、科学理念以轻松活泼的形式出现在电视荧屏, 对增强全民科学素养, 贯彻科教兴国战略方针意义深远。

[关键词] 电视科普节目 发展进程

[中图分类号] N4 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1673-8357(2012)01-0062-05

A Study on the Development Process and Approaches of China's Popular Science TV Programs

Yue Qi¹ Ju Chao²

(Communication University of China, Beijing 100024)¹ (China Central Television, Beijing 100036)²

Abstract: The television is at present the main channel for citizens having access to scientific information. This paper focuses on the new approaches and the development process. The science TV programs should be strengthened more interaction and fun, so that the science knowledge, scientific methods and scientific ideas could be conveyed in a easy way.

Keywords: popular science TV programs; development process; approaches

CLC Numbers: N4 **Document Code:** A **Article ID:** 1673-8357(2012)01-0062-05

1 500年前, 陶渊明《与子俨等疏》云: “开卷有得, 便欣然忘食。”意即打开书本, 就会受益良多。时至今日, 电视已经走进千家万户, 影响着百姓的学习与生活。如何使电视承载“增强全民科学文化素质”的意义, 使电视

实现全民“开‘视’有得”, 为增强全民科学素养、实施科教兴国战略增砖添瓦, 是需要电视人不断探索与创新的课题。

中国科协第八次中国公民科学素养调查结果显示: 87.5%的中国公民选择电视作为获取

收稿日期: 2011-10-13

基金项目: 2010年度国家广播电影电视总局部级社科研究项目“中国电视科普节目创新研究(GD10121)”; 2011年度中国科协科普发展对策研究专项资助项目“中国电视科普节目创新与发展研究(2011KPYJD06)”, 此项目接受中国科普研究所学术指导。

作者简介: 乐琦, 博士, 中国传媒大学讲师, 主要研究方向为传播学, Email: paoapaoqq@163.com;

鞠超, 硕士, 中央电视台编辑, 主要研究方向为媒体运营与管理, Email: juchao@126.com。

信息的渠道,长久以来,电视媒体一直是我国公民获取科学信息的主要渠道,其中,电视科普节目功不可没。由此,我们在充分发挥多种媒体进行科普的同时,继续发挥电视媒体优势,大力发展中国电视科普节目,尝试开拓新的科普节目形态,增强科普节目的互动性、实验性、趣味性,使科学知识、科学方法、科学理念以轻松活泼的形式出现在电视荧屏,对增强全民科学素养、贯彻科教兴国战略方针意义深远。

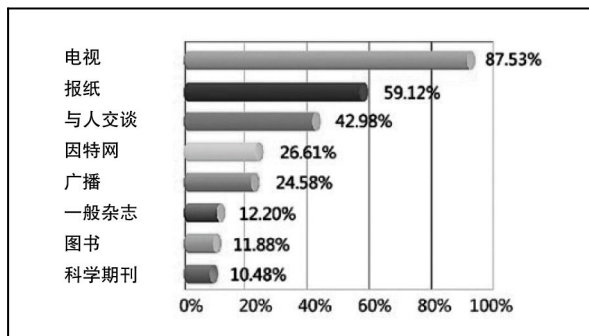


图1 中国公民获取科技信息的渠道

1 我国电视科普节目发展进程

1.1 电视科普节目形成初期

我国电视科教节目经历了近百年的艰难曲折的探索之旅,其雏形最早可以追溯到1918年,上海商务印书馆影戏部拍摄了我国首部科学教育片;1922年,金陵大学农学院引进美国无声电影(配以留声机或口头讲解)宣传科学种植棉花知识;1933年,上海明星电影公司制作了科教片《饮水卫生》;1960年,北京电视台创办《科学知识》和《医学顾问》两个栏目^[1]。然而,由于当时大众传播的滞后性以及电视尚未普及,这些节目的影响力较小,尚未在全国形成规模。1978年,配合全国科学大会的召开,中央电视台创办了《科学与技术》栏目,次年,在该栏目中引进美国“阿波罗”号登月飞行纪录片,反响巨大^[2]。

1.2 科普栏目的设置与科教频道的创建

1995年5月,江泽民同志在全国科技大会上的讲话中提出了实施科教兴国的战略,由此,我国电视科普节目应运而生并逐步发

展。1995年5月8日,全国第一个大型科普电视栏目《科技之光》由武汉电视台创办,随后,在“科教兴国”战略的大背景下,《科技博览》(1997)、《走近科学》(1998)等栏目相继在中央电视台成功推出,成为电视科普节目的排头兵。自此,中国电视节目开始逐渐步入轨道。2001年,中央电视台全面开设了科学教育频道。2002年,《中华人民共和国科学技术普及法》公布实施,其第3章“社会责任”之第16条规定:“新闻出版、广播影视、文化等机构和团体应当发挥各自优势做好科普宣传工作;……广播电台、电视台应当开设科普栏目或者转播科普节目;影视生产、发行和放映机构应当加强科普影视作品的制作、发行和放映……”^①自此,电视科普节目的功能被加以法制化。

1.3 电视科普节目的新进展

2010年底,央视科教频道大幅改版,频道共设立《创新无限》、《状元360》、《走进科学》、《自然传奇》、《原来如此》(由原《科技博览》改版)、《科技之光》、《科技人生》、《绿色空间》、《健康之路》、《我爱发明》等10个电视科普栏目,从生活百科、医疗知识、自然界知识、发明创新、绿色环保等主题进行科学普及,其制作和管理日趋规范。

电视科普节目以“普及科学知识,弘扬科学精神,启迪国民智慧”为目标,其发展经历了“引进国外—科普片—单一科普节目的出现—科普节目的系列化—科普栏目的成立”。作为一个年轻的电视艺术形态,电视科普节目以纪录片、电视讲座、故事化表达、场景实验等为艺术表现形式,使科学的元素融于电视科普节目中,将科学的智慧之光通过电视荧屏向大众传递,使公众认识世界和参与社会生活的能力得以提升。

2 我国电视科普节目的现状与问题

目前,从节目创作的总体情况来看,我国科教电视节目显然不够景气,与全国各级各类

①第九届全国人民代表大会常务委员会第二十八次会议通过,2002年6月29日公布。

电视台一片红火的综艺娱乐类节目、武打言情类电视剧争相上映的火爆场面形成了鲜明的反差:节目形态、题材比较单一,收视率不高,节目份额比重较小(仅医学与健康类节目一枝独秀)……这固然与科普类题材的相对严肃性有所关联,但也不仅于此。在国外,Discovery(探索频道,美国),Beakman's world(《比克曼科学世界》,美国),MythBusters(《流言终结者》,美国),Horizon(《地平线》,英国),C'estca! (《原来如此》,法国)……这些科普类节目具有广泛的艺术感染力和科学影响力,在全球范围内广受欢迎,拥有大批忠实的观众。可见,真正优秀的电视科普节目完全可以占领广阔的收视市场。与此相比,我国科教电视节目普遍存在着一些问题。

2.1 节目形态较为单一

目前,我国电视科普节目主要以“电视栏目”的形态出现,呈现方式主要表现为“讲故事”、“科学讲座”的叙述手法,节奏较为平缓、选题较为单一;此外,医学与健康类节目占据电视科普节目半壁江山,节目质量良莠不齐、缺乏规范化管理,以致出现“养生明星”、“神医”、“绿豆、茄子价格飞涨”等现象。

2.2 节目科技含量不高

以中央电视台科教频道为例,该频道的电视科普节目在宗旨上一直以“解疑释惑”为主,对生活中出现的疑问进行科学推理和解答,虽然节目形式早已突破单一的“讲座”模式,突出了“故事性”、“生动性”,但其内容主要局限于生活上的“解疑释惑”,关于新兴科技、高端科技鲜有突破性的传播。这也是21世纪科技兴盛时代,人们获取的科技信息量与科技含量的迅猛提高的不对等的重要原因。

2.3 节目资金投入不够

国外的大成本制作,既有震撼人心的视觉冲击,又蕴涵对人类命运思考的题材影片,因此显然更加引人入胜。比如,大家熟悉的美国Discovery节目,平均每小时节目成本费用约100万美元,资金投入相当可观,即使是平均制作

经费也都相当可观,一般是我们的10~20倍左右。2009中国国际科教影视展参展影片《当人类消失时》(美国)的投资额为150万美元,而这一费用相当于中国科教节目一年的制作费^[1,3]。就节目制作水平、灯光、摄影、音响、技术而言,我们并不逊色,而和国外科教片出现明显差异的一个重要原因是国内科教片的资金瓶颈。节目资金投入不够,使我国的电视科普节目多从小题材入手,节目多为低成本、小制作,视角多锁定生活中的科学常识,缺乏大制作的鸿篇巨制。

2.4 节目的科学性关照不够

由于国内电视台以收视率指标体系作为评估电视节目的标准,部分电视科普节目为了达标、比拼收视率,采取猎奇手法吸引观众眼球,过于偏重节目的趣味性和故事性,以悬疑剧形式播出了不少关于民间奇人异事、古怪传闻的说法和考证,而忽视了科普节目传播科学知识的真谛,被批“打着科学名义故弄玄虚”,影响了电视科普节目的美誉度和可信度。这种手法,诱发了观众的猎奇心理,在一定程度上暂时提高了收视率,但取而代之的是节目科学性与科学精神的逐渐流失。而电视科普节目作为利用电视进行科学文化传播的具体节目形式,是普及科学技术知识、提高全民科学文化素养的有力武器^[1,3],以悬疑、猎奇的风格取代科学性,无异于“丢了西瓜,捡了芝麻”。

2.5 节目资源较为浪费

目前,我国电视科普节目大多为日播或周播节目。以中央电视台科教频道为例,《走进科学》、《自然传奇》、《原来如此》、《科技之光》、《绿色空间》、《健康之路》均为日播节目(次日重播);《科技人生》、《我爱发明》为周播节目(次日重播)^①。这些节目,需经过前期策划、采编、制作、后期技术、审片等程序,每一期的制作周期都在1个月左右,却大多只在电视上一播而过(首播1次、重播1次),节目资源浪费现象比较严重,没有达到物尽其用。

①见中央电视台科教频道网站: <http://cctv.cntv.cn/cctv10/>。

以上问题已是我国电视科普节目存在的普遍现象,制约着节目的发展和有效传播,也影响着科普类电视节目传播价值——提高全民科学素养的实现。但是,中国电视科普类节目从无到有、从简单的普及科学知识到传播科学方法和科学理念,已经经历了日新月异的变革。尽管目前还面临种种艰难的考验,而其总体发展却已是大势所趋。因此,要实现电视科普节目的“‘趣味性’与‘科学性’齐飞”、实现电视科普节目的有效传播,应该直面这些问题,提出行之有效的策略。

3 我国电视科普节目的发展途径

作为我国公民获取科学信息的重要媒介,电视科普节目的发展对提升我国国民科学素养至关重要,从科学传播的角度而言,其传播价值的实现对于贯彻“科教兴国”的战略方针举足轻重。而其中,需要多种因素共同作用,这既包括电视科普节目制作自身的状况,又包括在特定社会发展情境中人为因素的影响。因此,要解决我国当前科普类电视节目的尴尬处境,需要各方面通力协作,探索新的途径,不断改革创新。

3.1 建立健全电视科普节目制作与研究专业队伍

电视制作团队的水平直接影响电视节目的品质。电视科普节目对制作团队的综合素质要求极强,在思想政治素质、电视业务水平、科学知识水平三方面均有较高要求,缺一不可。应该鼓励电视科普节目制作团队与科技社团、科普机构、科学家建立沟通联系渠道,调动科技社团、科普机构、科学家参与科普节目策划与创作的积极性。同时,加强对科教节目制作人员的培训,逐步建立一支具备科普专业素养和媒体经验的复合型人才队伍。在已有节目类型基础上,提高电视媒体对重大科学事件、公共卫生事件和重大自然灾害等突发事件的反应能力,第一时间邀请权威人士向公众作出准确讲解和点评。

3.2 建立科学合理的电视科普节目评价体系

长期以来,各级电视台以收视率为单一的评价体系,但是,仅靠收视率并不能真正反映

观众的观看需求。节目的科学性、可信度远比片面追求收视率更为重要。第八次中国公民科学素养调查结果显示,截止到2010年底,我国具备基本科学素养的公民比例为3.27%,相当于日本、加拿大和欧盟等主要发达国家在20世纪80年代末的水平^[4]。这一结果令人警醒,国家的繁荣昌盛,离不开高素质的国民,离不开科学精神的浸染——电视科普节目的重要性凸显开来。2011年5月,中央电视台已经启用全新的评价体系,指标包括社会效益、影响力、专业性、收视率4个方面,收视率已不再是唯一的标准。我们应该通过科学深入的调查研究,准确了解电视受众对科教节目的理解和需求,应该鼓励科学含量高、科学性强的节目多多出现在电视荧屏,对电视科教节目质量水平和影响力进行科学准确的评估。

3.3 电视科普节目多元化

从多种媒体并存的现状和科学传播自身而言,电视科普节目需要不断创新,探索多元化发展之路。除了常规节目以外,还要独辟蹊径,比如开设“科普新闻播报”环节,传递全球最新科技讯息。此外,电视科普的目的就是能够有效传播科学知识、弘扬科学精神,因此,时效性是不可忽视的重要因素。在表现形态上,可以采用大型电视科技活动直播和大型科普事件对策研究两种形态。及时、准确、全面地报道最近科技事件及应对措施。此外,还可加大实验环节在电视科普节目中的运用,在主持人的引领下,加大荧屏内外的互动,用一些有趣的实验来揭示日常生活中的各种疑团,把一些抽象的原理,利用小的实验来表现出来,使观众在电视节目中学到更为具体的科学知识。

3.4 电视科普节目传播立体化

这几年,“三网融合”走进了人们的视野。对于老百姓而言,“三网融合”最简单的体现就是“三屏合一”,即手机、电视和电脑屏幕的融合。我们可以在“三网融合”的基础上,成立全国科教影视节目网络资源共建共享平台。这样既降低了制作成本,又可以提高资源利用率,解决了当前许多电视科普节目“一

播而过”的资源浪费窘状。此外,用手机视讯、微博、网络电视、地铁电视、公交电视等各种新媒体来有效地传播科普节目,把科普从单一的电视传播变成网络、手机等各种新媒体的立体化传播,以此增强中国电视科普节目的传播效果。

3.5 建立电视科普节目发展基金

巧妇难为无米之炊,节目制作资金对电视科普节目的质量至关重要。电视科普节目发展基金的基本性质,是以公益性为主的文化产业发展基金,重点是在政府的引导下,通过资金的募集和投入,扶持具有先导性、创新性和科学推广价值的电视科普节目制作团队,加大对科普传播平台的支持力度,吸引更多的海内外社会资源投入电视科普节目制作与传播。它的资金来自于3个方面:(1)政府投入;(2)社会资助;(3)海内外其他基金会的合作和委托。在这一基础上,可以通过积累经验、提高效率,建立中国电视科普节目发展基金会,形成独立的专业科普文化产业投资管理机构。

综上,我国电视科普节目的发展不仅仅是一个纯粹的电视媒介问题、电视传播问题、科普问题,而是事关社会发展的全局性问题。我

们应该积极探索同媒介和跨媒介的各种优秀艺术表现形式,加大电视科普节目的制作投入,不断提高科普节目的可视性并努力实现科普、娱乐和审美的理性结合,把科技节目也办得丰富多彩、动人视听,实现真正意义上的“寓教于乐”,让更多的人发自内心的喜欢电视科普,从而收到事半功倍的效果。具体的发展还需要在实践中不断摸索前行,但是,我们相信,中国电视科普节目,可以为全民插上一双科学的翅膀,使科学方法成为公民的思维习惯,让科学精神成为社会普遍认同的价值观念和无所不在的文化氛围。

参考文献

- [1] 左明章,童宝红.科教电视节目编导与制作[M].湖北:湖北科学技术出版社,2006:3,4.
- [2] 刘民朝,刘斌.中国电视科普节目研究与创新[J].电视研究,2004(8):64.
- [3] 许小溯.小制作难与国外媲美,业内“把脉”——国内科教片还需大投入[N].江南时报,2009-03-25(04).
- [4] 王以芳,房瑞标.中国科协发布——第八次公民科学素养调查主要结果[J].科协论坛,2010(12):30.

(责任编辑 颜燕)

(上接第18页)

- 的理论思考[J].科普研究,2011(3):20-26.
- [2] 杨俊朋.美、英、澳大学科学传播教育发展现状及其对中国的启示[D].合肥:中国科学技术大学,2009.
- [3] 万群,沈扬.高校科普人才培养模式及其对策研究[J].学会,2009(2):43-46.
- [4] 中国科协.中国科协科普人才发展规划纲要(2010—2020年)[EB/OL].[2010-07-26].<http://www.cast.org.cn/n35081/n35488/n12123725.files/n12123726.doc>.
- [5] 任福君.第十三届中国科协年会系列访谈:科普人才的培养与发展[EB/OL].[2011-09-16].<http://www.cast.org.cn/n35081/n35623/index.html>.

- [6] 林海燕.高校培养小学科学教育师资策略的研究[J].宁波大学学报(教育科学版),2008(12):74-77.
- [7] 中国科普研究所.科普人才发展“十二五”规划研究报告[R].2010.
- [8] 任福君,张义忠.打造高效的科普人才培养体系[N].学习时报,2012-02-06.
- [9] 任福君,张义忠.科普人才内涵亟需界定[N].学习时报,2011-07-15.
- [10] 任福君,张义忠.科普人才结构如何合理[N].学习时报,2012-01-08.

(责任编辑 谢小军)