

三网融合与中国科普电视的新生

赵致真

1 误了月亮，不能再误了太阳

中国电视一直辜负着广大公众的期望，没有很好承担起普及科学的社会责任。2000年，科技界和知识界曾经做过一次可贵的努力，呼吁由中国科协牵头，筹建一个专门的科技电视台。但尽管做到了人大提案、媒体推动，直到副总理批示，最终却落得功败垂成。许多有识之士至今仍耿耿于怀。十年过去了，社会实践证明，中国科普错失了一次宝贵的机遇。

和十年前相比，世界已经发生了炫目的变化。电视开始从峰巅回落，互联网却扶摇直上，以至于把历史推进到“网络时代”。如果说电视台曾经是电视节目送达受众的唯一渠道，今天的互联网上却汹涌着视频的洪流。一个 YouTube 网站，随时有数百万人盘桓流连，每天播放 20 亿条视频，每分钟上传 35 小时电视节目。连 BBC、CBS 等大牌电视台也纷纷把自己的新闻贴上去以广招徕。国内视频网站同样争荣并茂，领跑者优酷网、土豆网的注册用户都超过 7 000 万，正在并驾齐驱申请海外上市。许多公众特别是青年一代，已经越来越疏离电视和亲近网络，而这一趋势才刚刚开始。随着宽带和高清技术的迅猛发展，互联网必将进一步成为电视节目畅行无阻的通衢大道。

2010 年 1 月 13 日，国务院常务会议确定了电信网、广播网、互联网三网融合的总体方案，为中国信息产业发展扫清了法律障碍。这一战略决策的深远意义也许很多年后才能充

分认识。尽管目前还存在着体制缺陷和行业壁垒，但时代潮流已不可逆转。7 月 1 日，中国三网融合第一批试点城市名单正式公布，几年之内，互联网上的视频将和各大电视台的节目处在相同的起点上，平等进入寻常百姓家里的电视机。公众把 2010 年深情称为三网融合的“元年”，寄托了对未来的无限信心。

历史就这样创造了一个新机遇。今天重提科技电视台，十年前那种“电视高攀不上，互联网不成气候”的境况已经改观了，十年前的方案也已经陈旧过时。立足于互联网的科技电视台不仅能绕过复杂的体制关系，而且不再再有 0 秒制准点播出的压力，不再有黄金时段概念，不再担心版面“喂不饱”和“挤不进”，不再发愁好节目昙花一现便束之高阁，不再畏惧“重装备，高投入”的上星和落地。而观众则彻底改变“准点约会、一过性观赏”的被动地位，自主享受直播、点播、搜索、上传等“全功能服务”。这便是新生产力带来的恩惠。

中国科协开办网络科技电视台，一祛十年之痒，实现公众夙愿，如今正是“为可为于可为之时”。但其意义绝不止于此。

中国打造高速度、大容量、多媒体的信息网络究竟做什么？“路宽车少，渠大水小”已经成为突出问题。中国科协开办网络科技电视台，是在以实际行动为三网融合提供最有价值的信息资源，是在重大社会产业变革的历史关头站在时代潮头。但其意义也绝不止于此。

收稿日期：2011-01-31

作者简介：赵致真，中国科技新闻学会副理事长，中国科教电影电视协会副理事长，中国作家协会会员，中央电视台大型科普栏目《科技之光》主编，原武汉广播电视局局长、武汉电视台台长，长期从事科普工作，Email: zhizhen_zhao@hotmail.com。

一个严峻的现实是,中国科普电视目前正跌落到改革开放以来的最低谷,处于存亡绝续的危急关头。作为国家的责任部门,中国科协应该以敏锐的洞察力果断出手、有所作为。开办网络科技电视台便是挽救和重振中国科普电视的战略性措施。

2 中国电视“体检”的“假阴性”和“假阳性”

对中国电视科普现状的评价应客观、清醒,而不应该含混而暧昧。

十年来,我们的国民经济增长了许多,公路延伸了许多,高楼修建了许多,汽车生产了许多,电话销售了许多,电视频道“翻番”了许多。相形之下,科普电视非但没有按比例同步发展,反而每况愈下,日渐萎缩和边缘化。这已经是不争的事实。

“科学的春天”之所以令人难忘,是因为怀念一种社会氛围和精神状态。1987年在丹东举办全国科技电视研讨会后,各地方电视台便纷纷开办科技栏目。1990年上海科技界制作的6集电视片《世纪钟》在人民大会堂召开新闻发布会,并在中央电视台隆重播出。1992年,最当红的电视剧《渴望》女主角凯丽为武汉电视台和北京《少年科学画报》主持了《凯丽阿姨讲科学》100集,时任国务委员宋健对这部“简易”的科普片大段题词,时任中宣部常务副部长徐惟诚亲自召开专题座谈会热情肯定。中央电视台当年轻有2个频道,却反复在暑假为孩子们播出。这样的事今天都不再会发生了。商品化和市场化的大潮为我们卷来了无尽财富,同时也卷走了许多价值。电视台成了“全民娱乐”的第一推手,各地荧屏上的科技节目相继凋零,所剩无多者也沦为“娱乐大合唱”的一个“声部”。主流电视屏幕上再难看到《科学照亮人生》、《走出迷雾》这样的科普系列片,而耸人听闻甚至装神弄鬼的节目只能使人远离科学,看去更像《初刻拍案惊奇》。2010年上海世博会期间,中国科协重点扶植的原创性大型科普系列片《世博

会的科学传奇》只能“衣锦夜行”,勉强在中午1点草草播出,因为黄金时段都给了“黄金”。类似事例不胜枚举。毋庸讳言,当今中国荧屏上,科技节目已经失去了话语权,唯独娱乐享有话语特权和话语霸权。

因此,如果中国电视“体检”的“化验单”上,“科普合格率”一项为“阴性”,那么只能说是“假阴性”。其危险在于掩盖了病情,自欺欺人,放心地拒绝及时疗救。

“收视率”常常成为挤兑科技节目最“雄辩”的理由,却很少认真考察“收视率”乃何方神圣。一方面,时下的“科技节目”许多是“没有文化的人办给没有文化的人看的”冒牌货,根本不能体现真正的科技片收视率;另一方面,中国拥有超过5亿台电视机,而提供收视率最权威的央视—索福瑞系统在全国的调查总样本才5000户,每户代表10万家,而且许多分布在城乡结合部。更不要说还有收买样本客户和伪造数据的现象了,再好的科普片也只会沉埋不彰。让这样的“收视率”牵着中国电视的鼻子走、决定着节目的生杀予夺,说到底还是广告商只认“收视率”惹的祸。

因此,如果中国电视“体检”的“化验单”上,“科普收视率”一项为“阳性”,那么只能说是“假阳性”。其危险在于谎报了“病情”,自相惊扰,无辜地错杀健康细胞。

然而话说回来,一个电视台究竟对科普投入多少力量,毕竟是自己的“内政”。尽管《科普法》盖有年矣,但至少并没有规定大众传媒“违法”的硬性条款。电视台各有自己的中心工作、经济利益、人才局限和考绩标准。因此,呼吁或批评虽属必要,却不能逼着对科学缺乏兴趣又缺乏素养的人,勉为其难去干力不胜任的“苦差”。按照社会角色分工,科协才是科普的责任部门,可见问题出在“垄断”体制上。既然“管”科普,就应该能直接或间接“管”电视科普的“地”,组织起爱科学、懂科学的人,愉快而有尊严地耕耘。只准科协办科技馆、大篷车和平面媒体,而

对最强大、最先进的科普手段电视却无权染指、不能施加丝毫影响。这是违背责权统一原则的。

在播出平台、收视人群和创作队伍三者之间，播出平台无疑居于核心和首位。有了播出平台，才能凝聚和“养活”创作队伍，让“耕者有其田”，让科普电视作品找到需求和出路；有了平台，才能培植和吸引广大观众，让“饥者歌其食”，让慨叹电视“无聊而浅薄”的人群另有选择和去处。皮之不存毛将焉附？可以说，没有一个播出平台，就没有科普电视的一切。科协对科普责无旁贷，却把科普电视的“责”完全“贷”给电视台，事实证明是靠不住的。科协对科普“守土有责”，却没有一寸电视的“土”可守，这也是情理难容的。

寄人篱下不如自营一窟，临渊羡鱼不如归而结网。尽快创建一个全心全意的网络科技电视台，让“科普人”主动办电视，而不单靠“电视人”被动办科普，中国科普电视才能起死回生、转瘁为荣。

3 睁开眼睛看世界

胡佛在 1928 年总统竞选时承诺，要让美国的“每个锅里有只鸡，每个家里有辆车”。1967 年尼克松在签署《公共广播法》时则发表讲话说：“我们的国家目标远不止物质财富，远不止‘每个锅里有只鸡’。当我们每天制造新产品和创造新财富时，我们最重要的追求是丰富人的精神。”而贯彻《公共广播法》的主要行动则是 1969 年组建了非商业化的公共电视台（PBS），由国会和总统亲自任命公司董事会，国家财政和地方税收拨款。40 年来 PBS 对普及科学文化的职责忠奉不渝。《芝麻街》作为“妈妈最信任的儿童教育节目”播出 4 000 多集，影响几代人的成长；1974 年开办的《新星》系列节目成为世界科普电视的楷模。美国国家航空航天局（NASA）1980 年起开办电视台，如今拥有 4 个频道每天 24 小时播出。英国的“百年老店”BBC 是科技电

视的鼻祖，40 多年历史的《明日世界》、《地平线》系列科普专题片有数千部之多。欧洲、加拿大、澳大利亚、日本一直是科技电视节目的丰产区，德国电视台的科学节目历来高居收视率榜首。1985 开办的探索频道（Discovery），1995 年开办的历史频道（The History），1997 年开办的国家地理频道（National Geographic），1992 年开办的科幻频道（Sci-Fi），都迅速发展为影响巨大的跨国公司。各种规模的民间科技电视制作机构更多不胜数。一年一度的世界科技制片人大会已经召开了 18 届，科学节目在发达国家电视中早已不是小片种，约占电视台节目总量的 20%，正在成为空前繁荣的国际性行业。

不妨再把眼光移向发展中国家，文盲率 10%、科学素质 PISA 测试在 57 个国家中名列第 53 位的巴西“知耻而后勇”，拿出国民生产总值的 1.5% 发展科技教育事业。1997 年开办第一个全天候播出的科教频道《未来》，赢得 3 300 万观众。新世纪到来前，全球三大传媒巴西环球电视网和圣保罗商会共同斥资 3 300 万美元，组织数百人团队，制作科普电视系列片《远程 2000》，巴西著名的影星、歌星、球星都纷纷参与拍摄，环球电视网还提供价值 6 600 万美元的播出版面。巴西决心在 2022 年独立 200 年之前实现 5 项刚性的全民科普教育指标。

拥有多位诺贝尔科学奖获得者的印度，素来以教育成功为自豪。1961 年便在德里地区创办电视科技教育节目。1975 年对 6 个邦、2 333 个村庄播放科教电视，2000 年元月开通全国电视科教频道并很快实现 24 小时播出，其中的 23 小时为本土自制。印度科普工作者古普塔的 362 集低成本电视短片《废品制作玩具》享誉遐迩，总统卡拉姆亲自到现场和儿童们一起赏玩。印度科学传播学会开办了 1 年和 3 年学制的科学记者专业课程，为各媒体输送合格人才。最近，印度凭借高科技数字化优势制作了第一部虚拟明星 3D 太空科幻片《雷加和雷扎》，已经直追《阿凡达》

的风采。

韩国科技部和 YTN 于 2007 年开办了覆盖全国的科技电视台，每天 24 小时播出，已经拥有千万观众。他们的宗旨是展示国家科技形象，增强国家竞争实力；迪拜酋长国的《认识未来》已经成为世界第一流的科技新闻，每周播出半小时，用数字特技动画展示全球最新科技成果。2006 年 11 月播出以来，在北非和中东 35 个国家赢得了 4 000 万观众；不妨顺便一提，非洲小国加纳从 1993 年起便在电视台组织中学生科学—数学知识竞赛，2010 年 10 月 23 日星期六早上播出的决赛让举国上下倾倒和痴迷，甚至超过了对世界杯足球赛的狂热程度。

反观中国，如今已成为全球第二大经济体，同时也是电视“超级大国”。去年生产电视剧 13 000 集，各色电视娱乐节目更不计其数，绝对位居世界首位。唯独科技电视的差距却越拉越大。中国颁布了世界独一无二的《科普法》，制定了《全民科学素质行动计划纲要》，我们从来不缺少口号，症结在于行不践言。和发达国家相比，今天中国的科技电视已经完全不在一个数量级上。这种落后主要还并非产品数量、制作技巧和资金投入上的，而是中国从来没有一个科学独享、“非科勿扰”的园地，同时也从来没有形成一个稳定的、具有基本规模和素养的科普电视队伍。

当中国的女孩能熟记韩剧男星的生日、星象和血型却不知道钱学森、袁隆平时，当中国的男孩出现“伪娘”现象而为教育家所忧虑时，不应该一味责怪孩子。文化是塑造人的模具，中国电视的策源作用和导向作用难辞其咎。2010 年 11 月 25 日发布的第 8 次中国公民科学素养调查报告显示，我们比日本落后 20 年。然而正是日本的经济战略家大前研一却疾呼，日本电视的“低俗无聊”已经导致公众“白痴化”，使人蜕变成“拿手机的猴子”，将日本带进“集体不思考，集体不学习”的“低智商社会”。不能不折服日本知识精英的忧患意识，如果奉献过无数优秀科普节目的

日本 NHK 等电视台尚要受到如此的当头棒喝，中国的“同仁”们就更应该羞愧难当和无地自容了。电视是社会的缩影，搜遍今天的中国荧屏，几乎处处是粗说俗笑、插科打诨、名车豪宅、型男酷女，这绝非是太平景象和盛世福音。

我们的民族经历了多少苦难，如果刚刚吃了几天饱饭就忘乎所以、不思进取、沉湎于声色犬马和浮糜奢华，而且到了积非成是、众枉难矫的地步，这实在是一种悲哀。罗马帝国的狂欢纵欲、宋代的醉生梦死，都是应该永远记取的历史殷鉴。

我们一直在讨论中国为什么得不了诺贝尔奖。而诺贝尔奖的果实需要树干、树根、土壤乃至环境和气候。

世界上总有人对中国的崛起百般阻挠，其实只要我们办好自己的事，一切干扰都不足为虑。倒是在充满变数的国际竞争中，愚昧和落后确实具有极大的危险性。

后人一定会清醒评价中国文化史上这段“泛娱乐化”的弯路，而我们今天身在歧途则应保持基本的清醒。与其牢骚和抱怨，不如看看能改变什么。中国科协开办起网络科技电视台，既是对中国核心价值观“康复”的一剂良药，也是对世界大势的一个应答。

4 今天播种明天开花结果的事业

当电视频道如满天星斗、互联网站如恒河之沙的时候，中国科协开办网络科技电视台，必须有国家级的大格局和大手笔，并充分发挥独特的优势与核心竞争力，成为中国科普电视真正的龙头和旗帜。

首先应该充分调动整个中国科技界倾情投入。虽然科协是科普的责任机构，但“天下姓‘科’是一家”。所有科学部门都有义务向公众普及相应知识，让纳税人了解钱都花在了何处。即使科学界从“自私”的角度出发，也应该利用电视媒体争取社会的容纳和支持。汶川地震后许多公众谴责地震局“失职”，但地震工作者在委屈之余至少应该承认一种“失职”，

便是平时没有很好普及地震知识,包括“短临预报”为什么是世界难题;当三峡工程不断遭到环保人士质疑时,水利工作者至少也应该检讨,为何没有及早向公众讲述从孙中山起几代中国人的梦想和清洁能源的环保价值。网络科技电视台还将成为中国科学大军的随军记者和时代记录员,为历史留下丰富而珍贵的视频档案文献。过去中国科学受电视的青睐太少,就像一个穷人家的孩子从小到大没有几张照片,实在可惜极了。

网络科技电视台的经费应该来自财政拨款和各界捐赠。走遍天下,科普都是花钱的事而不是赚钱的事。为提高百姓的科学素质,国家有银不在此处用更待何处?商业化操作注定无法确保科普的目标纯正。况且这笔账是一目了然的,投入的资金摊到如此庞大的网民和电视观众头上,人均成本实在微乎其微。而更大的“便宜”在于,办起网络科技电视台,等于一夜间让几亿人的电脑和电视机乃至国家多年建成的通讯网络都具有了“科普设施”的属性,和这样天文数字的所得相比,投入的只能算“鱼饵”钱了。还要说破的一点是,网络科技电视台每年的花销都没有蒸发,播出的节目能够“颗粒归仓”和随时重复使用,并变成越滚越大的科技电视数据库,其增值潜力不可

限量,庶几会价值连城。

至关重要的是,网络科技电视台应该有充满活力的全新运行机制,决不能戴上行政化、机关化的枷锁。在风高浪急的数码海洋中,新兴传媒必须适应激烈竞争和复杂环境,没有简约高效的管理方式和灵活机动的应变能力将无法生存;特别需要强调人才立台。遍览国外科技电视机构,无不是饱学深思之士云集的地方,从来没有科盲和门外汉担任科技节目编导。公开透明招贤纳士,从头组建一支热爱科普、文理兼优、吃苦耐劳、眼界开阔的年轻科普电视团队,是一切美好愿望的前提。没有先进的机制和优秀的队伍,只会把好事办砸,播下龙种而收获跳蚤。

在中国开办科技电视台,已经是一件必然要发生的事,问题只在于何人、何时、按何种方式来做。中国科协挺身挑起担子,可谓顺理成章和水到渠成。

十年来,曾经有过不少关于科技电视台的梦,中国科协常常是“梦中人”,今天应该让公众“好梦成真”了。

许多经历会让我们变得冷漠和麻木,但心中总有一块最柔软的地方,那便是对孩子的爱和对未来的憧憬。开办网络科技电视台,就是今天播种明天开花结果的事业。