

科技与传播 策略及创新研究



主 编 何苏六 张国平
副主编 程素琴 李 智

Communication of Science & Technology :
Strategy and Innovation Study

中国电视科教节目创作现状与问题分析
新中国成立以来六十年来科教电视节目历程及未来发展策略刍议
新媒体背景下科技传播方式的改变

中国传播论坛
China Communication Forum

中国传媒大学出版社

科技与传播 策略及创新研究



主 编 何苏六 张国平
副主编 程素琴 李 智

中国传播论坛
China Communication Forum

中国传媒大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

科技与传播:策略及创新研究/何苏六、张国平主编. —北京:中国传媒大学出版社,2010.8

ISBN 978-7-5657-0000-2

I. ①科… II. ①何… ②张… III. ①科学技术—传播学—研究
IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 154002 号

科技与传播:策略及创新研究

主 编 何苏六 张国平

副 主 编 程素琴 李 智

责任编辑 王雁来

封面制作 飞 翔

责任印制 范明懿

出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学出版社(原北京广播学院出版社)

社 址 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编:100024

电 话 86-10-65450532 或 65450528 传真:010-65779405

网 址 <http://www.cucp.com.cn>

经 销 全国新华书店

印 刷 北京中科印刷有限公司

开 本 730×988 mm 1/16

印 张 13.75

版 次 2010 年 9 月第 1 版 2010 年 9 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5657-0000-2/G·0000 定 价 38.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

序 言

科学技术的传播是人类社会科学与技术系统得以产生和存续的基本前提,是科技发展的基本条件,是科技工作者进行科学发现和技术发明的基本支持。科技传播是科技和社会的自我发展循环系统,是人类社会进步的阶梯。在当代社会,科学知识比人类历史上以往的任何时候都更加重要,科学技术作为第一生产力对社会发展和人类进步发挥着非常重要的作用。现代社会的发展进步和国家的繁荣昌盛已经越来越多地依赖于创新、传播和应用以现代科学技术为核心的知识的能力和效率。

在此背景下,以提高国民科学素质、促进公众理解科学为己任的当代科普工作理所当然地越来越受到各国政府和社会的广泛关注,与此同时,大众传媒与科学知识的传播和普及工作也联系得越来越紧密。本论文集也是在此背景下诞生的。

2009年由中国科教电影电视协会、中国传媒大学、中国中央电视台科教频道等单位主办的“中国国际科教影视展评暨制作人年会2009”在江苏省会议中心举行。此次会议为国内外科教影视工作者提供了一个高水平的研讨及交流平台。研讨会设置了包括“国外科普纪录片大趋势”、“政府如何扶持科普片和纪录片”、“国民科学素养与电视科普”等多个议

题,还邀请到了前广播电影电视总局电影局局长刘建中、美国国家地理频道副总裁史蒂夫·伯彭斯等国内外众多专家就相关议题展开研讨。

会后,不少业界的一线从业人员、学界的研究人员和教学人员都从自身的角度出发,系统地思考科技发展与媒介传播的相关问题。应该说,国内科技传播研究已有二十余年的发展历程,近些年来发展迅速,正在迈进一个新的发展阶段。从历史的角度来看,科技传播是随着科学技术的进步和时代的发展而发展的,在不同的历史发展阶段中,科技传播的形式、结构、主体和功能都各不相同。进入新世纪以来,科技传播无论是其结构还是功能都出现了进行适应性调适与改进的变革趋势。此次《科技与传播:策略及创新研究》面向科技传播领域的诸多变化与转型,对当代中国科技传播的现状与问题、结构变迁态势以及促进其顺利实现变革调整的方式与手段等进行了不同角度的思考、分析与阐释。

何苏六

2010年7月

目 录

科技传播实务

- 1 新中国成立 60 年来科教电视节目历程及未来发展策略刍议
——基于 2009 年调查数据的研究 / 李 智 丁步亭
- 10 中国电视科教节目创作现状与问题分析 / 陈志宏 黄 洁 王凤亭
- 16 乡村医疗健康内容科学传播的现状与途径探索 / 李 波
- 20 电视讲坛类节目的影像化表达 / 牛慧清
- 27 从《走近科学》看电视科技节目的传播误区 / 曹 飞
- 33 情报声像片的编导与观众:在悖论中共谋 / 蒋陈光
- 38 声像与情报研究传播效果的创新与融合 / 李文庆 吕 坚
- 44 有关动物的电视新闻报道的理念及方式
——人与自然相和谐观念的渗入 / 李沂蒙
- 61 技术与理念的双重更新 / 李 智 余 婧
- 68 “科学”地讲故事 / 杨晓清
- 74 天文类科教电影量少质精 / 段鸣镛

新媒体与科技传播

- 77 新媒体背景下科技传播方式的改变 / 程素琴 郭建光
- 84 科学博客的传播特征分析
——以科学松鼠会博客网站为例 / 曹晚红
- 90 机遇与挑战:媒介融合下的科技传播 / 夏丽丽
- 95 网络技术发展促进纪录片传播策略变化
——以央视网为例 / 李 智 黄 钰

- 100 数字化变革对电视媒体广告经营影响初探 / 谭 笑
- 105 新媒体时代科技传播的路径、特征及挑战 / 于海燕
- 111 新技术对影像科技传播要素的影响分析 / 赵文捷 冀茂远
- 117 新媒体与科技传播 / 韩 平 李湘滨

科技与传播

- 128 数字音乐:由 iPod 引发的产业变革与文化迷思 / 吴炜华
- 133 云计算背景下媒体融合模式初探 / 王 闯俊
- 138 新媒体背景下电视互动形式探析 / 程素琴 王闯俊
- 146 MP3 文化现象批判 / 宋法刚
- 150 网络融合对新闻呈现方式的影响及其未来发展前瞻 / 刘羽丹 李 智
- 155 新媒体技术与新媒体信息形态
——以 2009 年新媒体信息形态的发展为例 / 马忠君 宗 怡
- 159 论电视摄录技术的新发展 / 田维钢
- 163 微博客影响下的传统媒体新闻报道对策 / 程素琴 周晓宇

科技与人文

- 171 科学理念与大众需求
——从语法改革到专业品质提升 / 曾祥敏
- 176 科技的未来抑或人的解放
——《新中国》与《媒介革命》传递的传播科技观 / 曹培鑫
- 184 变化中的隐忧 / 赵立魁
- 188 科学传播不可以缺少视听盛宴 / 王庆璇
- 193 降低与优化
——浅谈农业科教节目中科学概念的密度处理 / 赵 爽
- 200 科技记者:传播科技更需要科学精神 / 丁雅妮
- 206 浅谈如何让农业科技传播片更生动 / 秦汉丽
- 210 趣味·想象
——科教节目制作思考 / 夏丽丽

新中国成立 60 年来科教电视节目历程及 未来发展策略刍议

——基于 2009 年调查数据的研究

李 智 丁步亭

内容简介:科教电视节目是我国电视节目中的一种重要类型,它对于传播科学知识、提高国民科学素质、推动社会进步具有现实而深远的意义。新中国成立 60 年来,我国科教电视节目经历了曲折的发展历程。在国家大力倡导“科教兴国”的背景下,在我国的科普政策从简单科普向“公众理解科学”转向的过程中,重新审视科教电视节目发展历程并且思考其未来发展策略势在必行。

关键词:科教电视 60 年 发展策略

2009 年 3 月,由中国科教电影电视协会、中国传媒大学、中央电视台科教频道等单位主办的“中国国际科教影视展评暨制作人年会 2009”在南京省会议中心举行。本次会议除了为评选出的国内外一系列优秀科教影视作品颁奖之外,还为国内外科教影视工作者提供了一个高水平的研讨及交流平台。

在会议召开后,由中国社会科学院编制了《中国地方电视台科学技术教育节目现状调查》的问卷,中国科协委托中国社会科学院、中国传媒大学电视与新闻学院联合组成调研小组,对全国共计 37 家样本电视台进行数据调查,其中包括了北京、天津等省级卫视频道,也包括山东菏泽、四川成都等城市电视台;此外,课题组还选择了辽宁省庄河县、新疆哈密电视台等地域覆盖面较小或覆盖人群较少的电视台进行样本调查。这样的样本选择,保证了调查的层次和数据的代表性。

经过此次调查,研究人员获得了相关的数据,并针对这些数据进行了较为深入的研究,以下是根据调查数据进行的分析。

关于科教电视节目的界定和种类的划分

对于科教电视节目的界定和种类的划分,历来存在一定的分歧。在本次调查中, 1

首先对电视科教节目的界定和包含的内容进行了统计。其调查情况如图 1 所示：

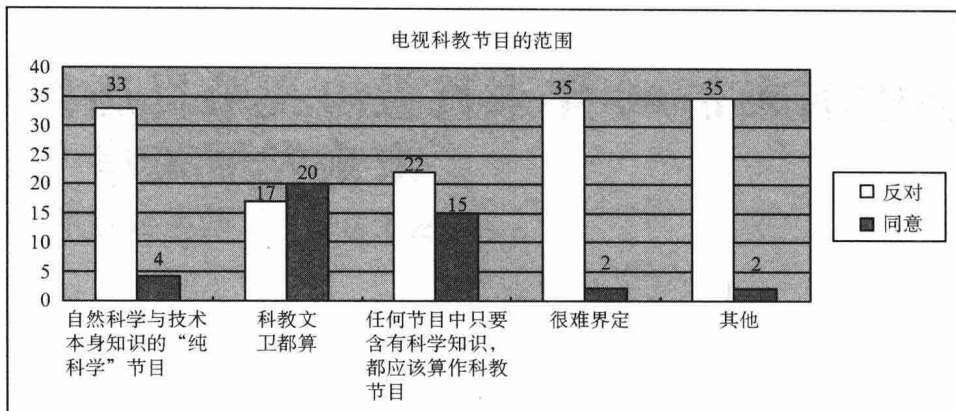


图 1

从本次统计数据来看，赞成将“科、教、文、卫”都算成科教节目的意见不少，并且有较多的受访单位倾向于把“只要含有科学知识”的电视节目，都算作电视科教节目。也就是说，对于科教节目的界定，受访者更加倾向于将内涵泛化。但是，从前三项的选择中也可以看出，对于科教类电视节目的界定，各电视机构仍然存在一定程度上理解的混乱。这样的分歧和混乱，与科教电视节目的发展过程有一定的关联。

纵观中国科教影视的发展脉络，科教与影像媒介的最初结合是通过科教电影的形式。由于电影是早期的视听传播媒介，自然就肩负起传播科学知识并通过传媒进行大众教育的任务。

中国科教电影的历史，可以追溯到 1918 年上海商务印书馆影戏部拍摄的教育片。从这一年开始，商务印书馆前后共拍摄了《女子体育观》、《陆军教练》、《养蚕》等二十余部教育片和风景片。1922 年，金陵大学农学院最早将电影用于教育，从美国引进无声电影（配以留声机或口头讲解）宣传科学种棉知识。1932 年在南京成立的“中国教育电影协会”和 1933 年在上海成立的“全国教育推广处”等行业协会、行业组织，对于科教电影从理念到技法的成熟起到了积极的推动作用。

从当时这些行业协会和行业组织的名称可以看出，科学技术和教育通过媒介的方式进行了结合，但在“教育电影”的名称下包含了大量科技类的影片，当时的成立者并没有单独对其进行界定。

1958 年 4 月 29 日，中央广播事业局在给中宣部、国务院的报告中指出，北京电视台的任务是“宣传政治、传播知识和充实群众文化生活”。虽然在这一时期，已经

明确把“宣传科学技术知识”作为电视传播的一项任务^①,但对科教类节目还是没有给予相对科学地、明晰地界定。

1978年3月,全国科学大会召开,提出了“努力提高全民族的科学文化水平”的号召。邓小平在会上强调指出:“四个现代化,关键是科学技术现代化。”此次会议的召开,标志着科教电视进入了新的历史时期。1978年5月,北京电视台更名为中央电视台后,成立了教育节目部,开办传播地理、历史、文化知识的《祖国各地》栏目,此后又开办了《为您服务》、《神州风采》。这些节目进一步加大了科技传播力度,拓展了科技传播领域,使得科教类节目的内容更加广泛,形式更加多样。此时,对于科教节目的界定和分类更加迫切了。

如果从字面上看,科教类的电视节目是主要涵盖“科学、教育”两方面内容的电视节目。不过,我们其实应该把以传播科学教育信息、介绍科学教育知识为主要目的的电视节目形式,都通称为科教类电视节目。

在分类方面,有不少专家学者对其进行了划分。例如,根据宣传目的和观众对象的不同,《电影艺术词典》将其分成科学普及类、教学类、科学研究类、科学技术推广类和科学杂志类;中国人民大学金元浦教授则按照拍摄目的和特点将其分为科学普及类、技术推广类、教学片和杂志类;中国传媒大学宋家玲教授则认为,按用途可将科教电视节目分为用于影视传播(面向普通观众)的科普类、用于教学(面向专业学生)的教学类和用于科研(面向科研人员)的研究类。

笔者认为应该将科教类节目的覆盖范围扩大,但同时也要对内部的各种节目形态进行详细划分。一方面,覆盖的范围越广,越能更好地对这类型的节目进行总体归属划分;另一方面,内部的细分有利于更好地研究某一类型节目的独特性,更好地找到其传播的独特优势。科教电视节目具体又可分为科技类节目、教育类节目、文化类节目等。

关于电视媒体与科学教育之间的关系

在此次针对电视机构的调查中,有一题涉及了目前各种媒介形态的影响力排名。大多数受访机构在调查中都表示,电视是目前影响力最大的媒体,互联网则作为第二大影响力的媒体紧随其后。而在另一题关于“科学教育领域最有影响力媒体”的调查中,电视仍然是大多数受访机构的选择。

目前,中国的科普政策正从简单科普向“公众理解科学”转向。所谓“公众理解科学”的含义是:“不仅包括对科学实事的了解,还包括对科学方法和科学之局限性

^① 杨伟光. 中央电视台发展史[M]. 北京:北京出版社,1998:320.

的领会,以及对科学之实用价值和社会影响的正确评价。”而我们传统的科普,恰恰只有对部分科学实事的了解,后面部分的强调不够。在从简单科普到“公众理解科学”的转变过程中,迫切需要通过一系列的手段使受众真正地理解,而电视作为大众媒介,其视听语言的生动性和趣味性对受众理解科学大有裨益。

虽然电视强大的传播力和影响力毋庸置疑,不过我们要客观评价其在科学知识传播中的能力,既不要低估,也不要夸大。同时对于其他的媒介,如杂志、报纸、广播等传统媒体在传播科学信息与理念时的作用也不应该忽略。而网络等新兴媒体,由于其传播方式的便捷和高效,也是未来科学教育传播的重要平台。目前需要再深入研究以网络为代表的新兴媒介的传播模式和传播特点,找到能够更好地达到传播效果的通道与方法。

在本次调查中,关于“电视台对于科学传播有不可推卸责任”的观点,绝大多数受访者是认可的,关于“电视台不应该做科学教育节目”的观点,绝大多数受访电视台也表示了反对态度。不过,在另一个问题中,却出现了一个有趣的现象。

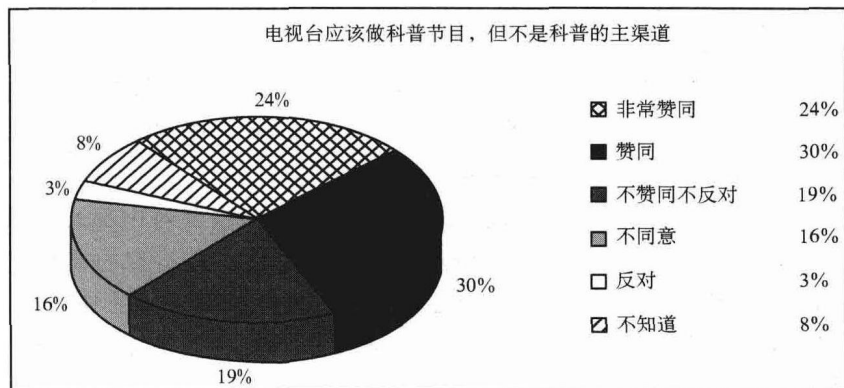


图 2

如上图所示,有超过 50% 的人认为电视可以做科普节目,但不是科普的主要渠道,还有 19% 的受访者既不赞同也不反对。既然电视具有强大的传播力,同时电视工作者也愿意承担相应的责任,为什么受访者又认为电视不应该是科普的主要渠道呢? 在下面的一组调查中,我们似乎可以看到答案。

在关于“电视是市场化的,而科普是公益事业,两者不可兼顾”的调查中,不少受访者认为电视是市场化的媒体,而科学普及是公益性事业,两者之间存在矛盾。具体数据如图 3 所示:

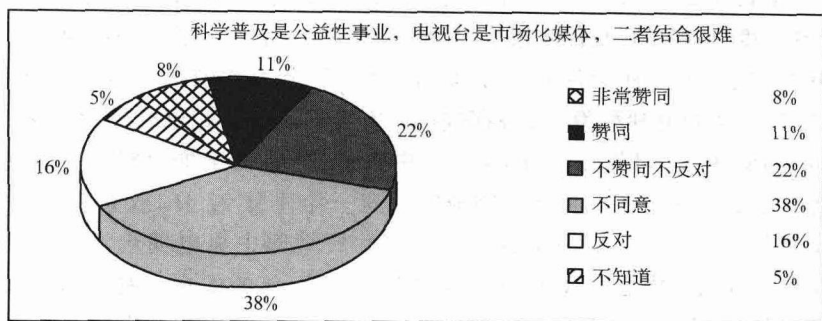


图 3

从这一项调查中可以看到，有接近 20% 的受访者赞同这一观点，还有 22% 的人选择了不赞同也不反对，相当于是保守默认的姿态。这也可以解释为什么很多受访机构认为“电视台应该做科普节目，但不是科普的主要渠道”的原因。

应该说，在我国现行的电视体制下，所有的频道和节目都必然面临在市场化过程中取得平衡的问题。科教节目虽然有公益的性质，是精神文化产品，但同时也是文化市场中的文化产品，不能忽略其市场性。而且，只要处理得当，市场化的运作对于科教节目有积极的促进作用，能够提升科教节目在观众中的影响力，从而更好地达到其传播科学知识的诉求。此次调查也显示，较多的电视从业者对于两者的平衡还是保持一种积极乐观的态度。

中国科教电视节目发展、现状及问题

在此次调查中，受访者普遍认为中国科教电视节目的发展历程并不是一帆风顺的。

的确，从 1958 年开始，北京、上海、哈尔滨三家电视台都先后开设了普及科学技术知识的节目或栏目。1960 年 1 月，北京电视台设立了知识性、服务性兼备的《科学知识》和《医学顾问》两个固定专栏，成为我国最早的电视科普栏目；上海电视台先后开设了《卫生知识》、《科技知识》和《科技讲话》等节目，其中《科技讲话》主要请大学教授、能工巧匠到电视演播室做科技讲座，这在当时也是较为新颖的；哈尔滨电视台相继开办了《卫生常识》、《科学战线》、《科学世界》等节目。这些栏目不论是节目样式还是节目内容都对科教类电视节目的发展起到了奠定基础的作用。但在“文化大革命”期间，这些节目被当做“封、资、修”砍掉了，各地电视台的教学节目一度停办，科普节目或栏目不仅播放数量骤减，而且内容陈旧、选题狭窄。

到了 70 年代初，人们逐步认识到科学文化知识的重要性，北京电视台的科技、卫生、

文化等专题节目才陆续恢复。1978年5月,北京电视台更名为中央电视台后,进一步加大了科技传播力度,拓展了科技传播领域,内容广泛、形式多样的科普节目纷纷创办。

80年代之后,整个社会注重科学的风气日盛,全国范围内一批融知识性、趣味性、可视性为一体的电视科教节目相继播出,内容的表现形式也有较大变化。

1995年,党中央、国务院发布了《中共中央、国务院关于加速科学技术进步的决定》,提出要坚持不移地实施科教兴国战略。这一年4月17日,成立于1960年生产科教电影的专业厂——北京科学教育电影制片厂划归中央电视台,同时设立“中央电视台科教节目制作中心”。1997年初,成立于1978年的中央电视台教育节目部更名为科教节目部,增加了科学类节目的比重。此后,科学教育电影制片厂的资源与电视台不断整合,在经历了一段时间的调整之后,2001年中央电视台科学·教育频道开播,先后推出了《走近科学》、《百家讲坛》等一大批优秀节目。在此示范作用之下,全国不少电视台也纷纷建立类似的频道,科教类节目的数量也有所增加。

目前,电视科教节目整体保持了一定的水平。但此次调查的数据显示,对于目前“科教频道在减少,但是科学类的节目在增加”的观点,答案比较分散。这说明对于现状大家都不是很明确,比较迷茫。应该说,目前电视科教节目的整体趋势是向好的,但在实践中也暴露出了一些问题,影响了科教电视节目的发展。比如,不少科教类节目的同质化现象严重,选题较为近似,创作中一窝蜂地使用悬疑手法,造成了创作手法较为单一等问题。

在此次调查中,关于“科教类节目维持现状就可以了”题目,绝大多数受访机构表示不认同,而关于“电视科教节目必须改革,这样下去没有出路”的问题,受访者的态度如下:

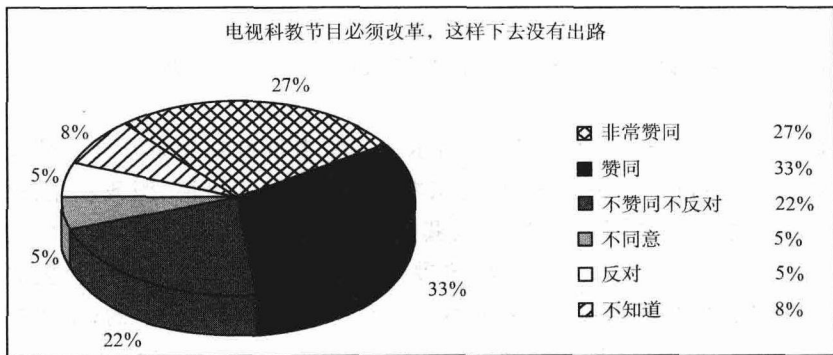


图 4

从该图可以看出,60%的受访机构认为电视科教节目必须改革,而这也成为业

中国科教电视节目未来发展策略探讨

在此次调查中有关未来科教电视节目发展的问题,问卷设计者提出了四种观点,这些观点代表了科教电视节目的不同发展模式。

对于第一项:“中央有关部门应该做硬性规定,每个电视台都应该有科教频道。只有这样才能保证电视科学教育的持续发展”,选择情况如下:

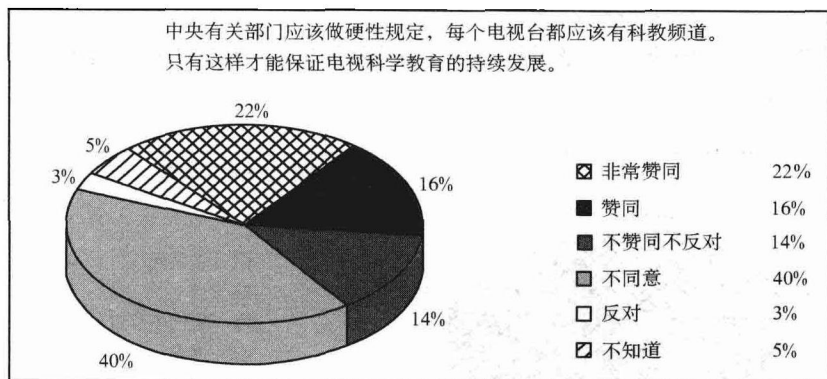


图 5

对于第二项:“中央应该统一协调,制作精品,在中央科学教育频道播放,实现全国100%覆盖,保证科教节目的质量和可持续发展”,选择结果如下:

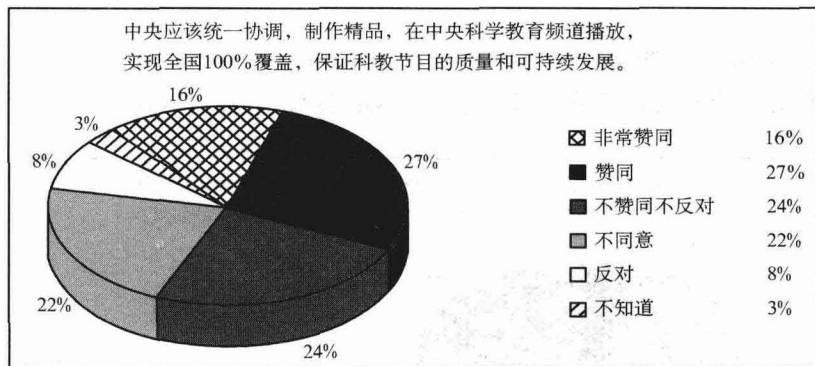


图 6

不管是由中央台制作精品往下输送,还是通过政令的方式强制在每个电视台设立科教频道,都是不现实的。

每个地区的经济发展有快有慢,不同地域电视台发展的速度、所面临的受众状况也不尽相同。而且,科教信息的传播有其独特之处,如果设立科教频道,需要电视

台的节目制作实力足够支撑节目的播出量,同时还要保证节目质量在一定的水平之上。所以,通过中央的统一规定强制让全国各个电视台办科教频道,显然过于武断。

在目前的媒介环境下,的确应该对中央电视台科教节目进行一定的保护措施,优先给予一定的资金和资源支持,重点扶持质量较高的科教节目,形成品牌效应。同时我们也要看到,地方电视台有其在地域上的接近性,对于各地的具体需求更加了解,如果有针对性地开办一些科教电视节目,既能解决当地的问题,也能填补中央电视台在这些领域的空白。这比单纯依靠中央电视媒体的全面覆盖更能够保证科教节目质量并且实现可持续发展。

对于第三项:“中央有关部门只要提供足够经费,电视科教节目就能持续发展”,选择结果如下:

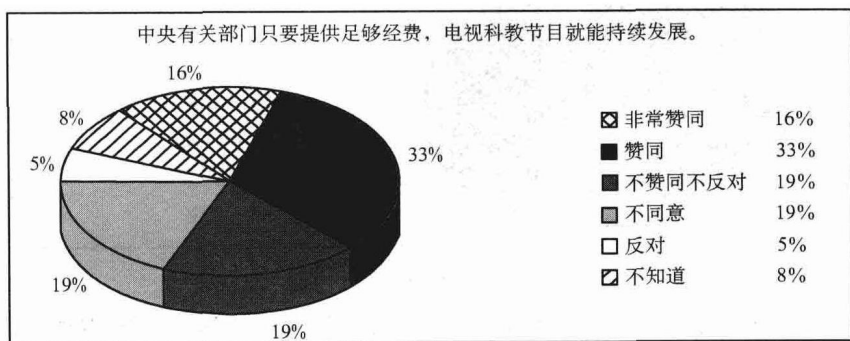


图 7

对于第四项:“应该实行公司运作方式,比如电视节目制作公司,按照市场规律制作节目,然后由电视台播放。只有这样,才能实现持续发展”,选择结果如下:

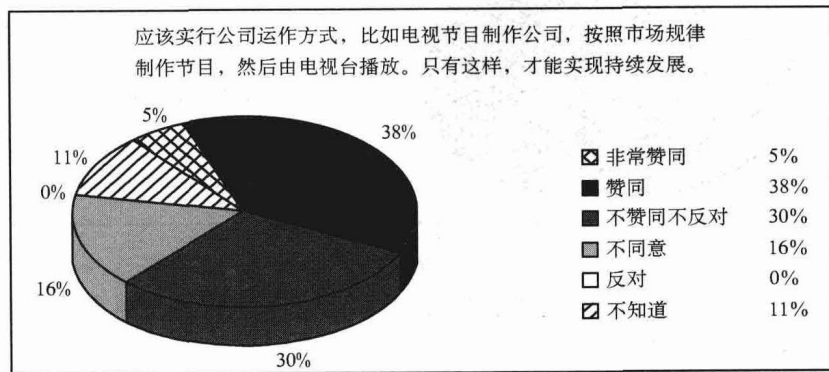


图 8

从第三项的选择结果可以看出,受访者有很多迷茫的成分。随着我国的科普政策从“简单科普”到“公民理解科学”的转向,科普本身并不应该是一个自上而下的简单普及,而应该是上下联通的双向互动。由中央投注更多的经费,当然可以使科教电视节目的创作变得更加自由,也能够操作一些大型的选题。但仅仅依靠拨款是远远不够的。在实际操作中,应该实行也完全可以实行科教电视节目的制播分离,集中民间的资金和智慧,将科教电视的市场性更好地发挥出来,与科教节目中的公益性相得益彰,促进中国科教电视节目更好地发展。

就当代中国来说,让公众理解科学,对于传播科学知识、提高国民科学素质、推动社会进步具有现实而深远的意义。而科教电视节目作为传播科学知识、让公众理解科学的重要渠道,尚需要投入更多的政策扶持和智力支持,需要更好地研究其传播规律,制定良好的策略,才能促使其更加健康地发展。

〔李智:博士,中国传媒大学电视与新闻学院讲师;丁步亭:中国人民大学新闻学硕士研究生〕

中国电视科教节目创作现状与问题分析

陈志宏 黄洁 王凤亭

摘要:新时期中国电视事业的发展是一个实践、认识、再实践、再认识的探索过程。广大电视观众对电视文化不断增长的需求同电视节目数量少、质量差、格调低的矛盾促使我们对电视科教片这一承担着传播知识、文化使命的节目做进一步的研究,通过分析其节目特点并与国外同类节目进行比较,发现其目前存在的弊端,做出必要的改革,以促进我国科教电视事业的发展。

关键词:电视科教节目 电视传播 栏目改革 普及性 互动

中国电视科教节目现状

我国的电视事业经过几十年的发展,从无到有,到目前拥有全世界数量最大的收视群体。当今电视传播,在我国经济、政治、文化、教育、科技以及社会生活各个领域之中,越来越显示出巨大的影响力。展现在当今我国屏幕上的节目,无论其内容还是形式,较之 20 年,甚至 10 年前真是不可同日而语。

但是面对上百个频道的众多节目,却有很多人发出“有文化的人是不看电视的”这样的感慨:哗众取宠的综艺节目都是互相抄袭,极尽噱头之能事,难登大雅之堂;千篇一律的电视肥皂剧只能满足那些空虚的观众,来赚取一些廉价的眼泪和感慨,而这两种节目却是现今电视节目中的两大块。质量的欠缺,令电视沦为单纯的娱乐工具,但电视作为当今传播信息最重要的手段,目的显然不仅仅是娱乐大众那么简单,其主要目的还在于向受众传播信息与知识。从我国目前电视节目的构成来看,承担这部分责任的主要是新闻节目与科教节目。

独具的特点=独具的优势

中国电视科教节目独具的特点使它在纷繁的电视节目中独具优势:

一是知识性。科教节目的首要任务就是向观众传播知识,而且到现在“科学技术是第一生产力”这一提法已经是不容置疑的,电视科教节目正是因为具有丰富的