

文/刘佳

从2003年的非典，到近期的禽流感 and 神舟六号载人航天，科技类题材的新闻屡屡成为各大媒体报道的重点，公众也对各类科学话题表现出了极大的关注和兴趣。然而，2004年的最新数据调查显示，我国公众具备基本科学素养水平的比例仅为1.98%，发达国家美国早在2000年就已经达到17%。英国《自然》杂志曾在第三世界国家中做过调查，发现中国人对科学事件的评价在各国中是最低的，远远不及印度人。一方面是公众对于科学的高涨的热情和兴趣，另一方面却显示出我国公民的科学素养有待提高。再联想到在SARS报道中国内媒体的盲目跟风和缺乏专业知识和研究问题的能力，政府发布消息滞后等问题，说明在科技传播领域中国还是较为落后的。只有改变现有的传播模式，才能真正有效的推动科技的传播，使科技服务于社会，并提高我国公民的科学素养。

然而，何谓科技传播？它与我们常说的“科普”有什么区别？中国该如何加强科技传播？

科技传播是过去20年中最新发展起来的一门跨领域研究和实践的传播学分支，目前在国际上发展很快。它的目标是让全社会各个方面都参与到有关科学和科学在社会中的角色这样一个大讨论中来，加强科学界和公众的沟通，让普通大众能够了解和理解科学。科技传播的内容涵盖很广，如科技写作、科技文化、公众对科学的认知和理解，以及科学家和媒体的关系等等。科技传播和我们常说的科普不同。在科技传播中，科技传播者对自身要重新定位——不再是居高临下的教育者、灌输者，而是与公众平等相待、传递知识、引发思考的传播者；不再是“我要告诉你……”你要知道……”而是贴近公众的心理需求和审美趣味，为公众考虑“你想知道……”；在传播的形式和内容上，不再是至高无上地灌输绝对正确的科学知识，而是传播科学技术知识，培养公众的科学精神特别是怀疑精神。事实上，目前世界上许多国家已经不采用科普的概念，用的是科技传播，因为科普这个概念不利于培养怀疑精神。

英国是世界少数几个在科技传播领域做得比较成功的国家之一。早在1985年英国就率先提出“公众理解科学”这一新概念，主张增进公众对科学知识、科学研究的性质和方法、科研与应用的关系等方面的全面了解。这一理念在世界科技传播发展史中具有极重要的地位，它抛弃了以往单向的“科学家将科技知识灌输给大众”的传统模式，强调了双向交流，让科学家与公众进行沟通和对话，消除科学界与公众的距离感，这标志着国家层面上的有意识有组织研究科技传播的开始。

也许，我们可以分析一下英国在科技传播领域的成功经验，并比较中国一下在这些方面的现状，相信会有一些做法是值得中国借鉴的。

第一，政府的支持和角色的转变

英国政府对于“让公众理解科学”给予了极大的支持。在国家科技政策中就包含了“提高公众对科学技术研究及其众多实际应用的认识”。首相、贸工大臣和科技大臣等时常发表言论，批评反科学思潮，鼓励年轻人学习自然科学和工程学，并呼吁科学家应该倾听公众的想法，促成公众和科学家进行更多交流，让公众了解科学家在做哪些科学活动。特别是政府的思维和工作方式也相应发生了改变，让科学内容尽早让公众了解，而不是之后再以政府各项法律法规公告天下。例如在一些与公众切身利益相关的问题上，比如能源供给政策，英国政府在制定相关政策是会让公众广泛参与以后再制定，这样保证了公众的知晓权和参与权，加强了双向沟通。

联想到非典期间我国政府在面对突发性科技危机事件所采取的一些处理方法，比如信息屏蔽、信息失真、对市民没有进行必要的提醒、以及没有建立信息反馈和调节机制等。不难看出，政府还没有很好地掌握传播学的原理与公众进行沟通。传播学研究告诉我们，受众不是被动的接受者，它对信息的注意和理解是有选择的。要想使自己传播的信息为公众注意、理解并接受，政府就必须重视公众心理。在制定任何与公众利益相关的科技政策时一定要让公众提前了解和参与，才能保证实施的顺利。

第二，各类科技组织和学术机构要走出象牙塔，更多的与公众就科学问题进行交流

英国科技传播的中坚力量是活跃的学术界和各类科技组织，他们在让公众理解科学方面起了非常重要的作用。英国最古老的科普组织——英国科技促进会每年的重点工作是组织英国的科学节和科学周。科学节是科技促进会的年会，现在不仅是科学家之间交流信息发表观点的场所，也是科学家向公众介绍自身研究工作的场合。英国科学周从1994年开始举行，主要是为了激发公众对科学的兴趣。有国家科学院之称的英国皇家学会为了提高公众对科学的理解与支持，围绕一些科技上有争议的热点问题作了大量普及工作。如针对一些人对转基因食品、克隆人的忧虑，皇家学会组织科学家专门撰写了面向公众的科普材料，介绍有关技术的应用前景和可能带来的社会影响，引导公众正确

认识和看待科学发展中产生的有争议的问题。英国很多科技组织还专门为科学家提供培训，帮助科学家们有效的和媒体以及大众打交道。课程内容包括在向公众解释科学项目时避免使用晦涩难懂的技术性专业词汇；向不同的受众解释科技成果的技巧；交流和表达训练；以及如何与媒体沟通和准备采访等。

在我国，科学家和公众有很大的疏离感，科学家在老百姓眼中都是一群在象牙塔尖的神秘人物，对于他们在干什么、对人们生活有何影响不清楚不了解。处在公众和科学家之间的各类科学组织也没有起到良好的桥梁作用，或者说大部分的作用还只是将科学知识单方面灌输给大众的单一模式。我们必须建立新型的科学与公众的关系，从公众被动接受科学知识转向科学家与公众交流互动，使公众对科技发展有更多的知情权，理解科技，支持科技，参与科技，监督科技，这些都有利于我国的科技发展和国民科学素养的提高。

第三，新闻媒体要发挥公众和科学界桥梁的作用，提高自身科学素养和专业化。

在英国，新闻媒体是科技传播的主力军。科技新闻在主流媒体中占有相当地位，科学媒体在社会上占有一定的市场，媒体担任了公众与科技界的桥梁。BBC非常重视科技报道，其最大的特色就是自行拍摄科普电视片，以自然历史题材见长。这些电视片的脚本由科学家参与审定或者亲自撰写，保障了内容的严谨。BBC负责科普片摄制的工作人员本身也有很高的科学修养，一些人已经超越了传媒工作者的身份，实质上已经是工作方式较为特殊的科学家。最近在BBC二套热播的Rough Sciences就是一部非常成功的系列科普节目。该节目以情景拍摄的形式让许多真正的科学家或科技传播者真实的置身于相应的情境中去以科学的方式解决科学问题。节目不仅轻松有娱乐性，更同时讲解了科学知识，鼓励了人们投身到科学发现的乐趣中。BBC四套运作多年的Techno Game是一个机器人竞赛节目，通过每周不同级别的家庭式或团队式竞赛向公众传播有关人工智能和机械原理的知识，吸引了很多各年龄层的观众。这套节目也引入了中国，在CCTV7套播出，名为《机器人挑战赛》，收视率也是相当高。英国BBC还有个栏目叫《地平线》，它对科技发展的重大事件都给予了及时的深度报道，现在已成为世界上最具权威的电视科技栏目之一。

英国本土出版的印刷媒体中最重要也是唯一一份专门的科普刊物是1956年创刊的《新科学家》，这本杂志报道各学科的最新进展、前沿技术，并对科学与社会等问题较为关切，全球读者约有70万人。除此之外，全球最大的通讯社路透社所发的电讯中也不乏科技新闻，英国几大报纸如《泰晤士报》等也较为关注健康和生命科学以及环境问题。

科技记者是连接学术界和公众的重要桥梁，科技新闻在提高全社会的科学素养方面起着关键作用。很多现象表明目前我国科技报道还很薄弱。大众媒体科技传播方面的节目和作品数量都不足，质量不高，信息量不大，科普报纸萎缩，报纸的科普版面压缩，不能满足提高公民科学素质的需求。中央电视台的科普节目播出时间仅为9%，且科普节目收视率比较低，不足1%，在很多地方还无法收到。新闻界从事科技报道的编辑、记者的科学素质普遍低下。许多科技版的编辑、记者从来没有受过科学方面的专业教育和训练。科技版编辑、记者本身就不具有科学素质，也就不可能编写出合格的科技报道。只有提高科技新闻从业人员的科学素养和专业化程度，才能保证科技新闻的内容严谨可信性。同时在作品题材和制作技巧上，应该更具有贴近性，选择与人们生活关系紧密相关的题材，才能延长科技新闻的生命力，产生有效的科技传播。

总之，科技传播在国际和国内毕竟还都是新的研究和实践领域，发达国家有成功经验也有失败的教训。我相信随着国家和社会对科学的进一步需求和重视，更多的资源和关注会投入到这门新兴事业中来，传播学和科学的结合也将更加紧密，科技传播的效果会更佳，真正能推动我国公民科学素养的提高。

（作者单位：英国大使馆文化教育处）

相关链接

[美国协调区域发展的经济政策分析及对我国的启示](#)
[从历年美对华的反倾销案看美国反倾销调查的程序](#)
[国外电信不对称管制经验分析](#)
[世界各国法务会计的发展及其启迪](#)
[浅谈英国的科技传播和对中国的借鉴意义](#)

本网站为集团经济研究杂志社唯一网站，所刊登的集团经济研究各种新闻、信息和各种专题专栏资料，均为集团经济研究版权所有。

地址：北京市朝阳区关东店甲1号106室 邮编：100020 电话/传真：（010）65015547/ 65015546

制作单位：集团经济研究网络中心