

形象，并在讲座的过程中以适当形式体现在主屏幕两边的侧屏中。

四、对提高科技馆科普讲座质量的几点思考

当前，我国社会主要矛盾的转化对科普工作提出更高的要求，博物馆必须加快包括科普讲座在内的科普供给侧结构性改革。做好科普讲座需要注意以下几点：

（一）科普讲座要注重品牌效应

目前，我国的科普讲座很多是为了举办而举办，主要考虑的是听众人数，在精心策划讲座内容、打造讲座品牌方面重视不够。实际上，相同的科普内容和讲座专家，在不同的讲座品牌下，其科普效果往往会有很大差异。科普讲座应在策划组织的全过程中，注重品牌打造，以良好的社会形象吸引听众，形成相对固定的听众群。

（二）科普讲座语言要容易被听众接受

听众听讲的积极性和主动性主要依靠专家来调动，讲座现场的氛围也主要靠专家来营造。因此，专家要善于用听众喜闻乐见的生活语言，通俗易懂地传达科技知识，这样才能让听众对深奥难懂的科学内容产生兴趣。在新时代，科技馆要大力宣传科学家精神，引导公众不追明星追科星。只要针对性地引导、培育、托举，专家也可以成为科学明星，也可以成为大众偶像。

（三）科普讲座要适当注入娱乐元素

科技馆要根据听众的实际情况和心理特点策划组织科普讲座，把科学性、知识性、趣味性、通俗性有机融合，才能让科普讲座取得事半功倍的效果。国外一些讲座很注重体现娱乐元素，比如，英国的圣诞科学讲座所呈现的科学主题都是科学家正在研究的或是公众感兴趣的，它主要针对年轻人或儿童观众，具有实验丰富、形式新颖、信息量大和注重娱乐性的特点^[9]。

当下，我国的一些科普讲座也逐渐放下身价，改变“师道尊严”的严肃面孔，积极融入娱乐元素，受到了听众的欢迎。比如，银河二号总设计师周兴铭院士应邀为中学生讲座，他精心设计了“计算机的智慧从哪里来？”等八个环环相扣的问题，像相声演员抖包袱般一个个解开，学生们听得津津有味，受益匪浅^[10]。

（四）科普讲座要接地气

以前，我国的科普讲座过于强调专业性，难免造成曲高和寡的局面。科普讲座要接地气，不能高高在上。“中科馆大讲堂”一直以听众为本，注重服务听众。比如，举办健康类科普讲座时，以患者的角度策划讲座。2018年北京市心理健康体验周期间，“中科馆大讲堂”邀请知名专家开展了13场科普讲座，向听众普及国家及北京市关于心理健康的相关政策和科学知识。此外，联合九三学社朝阳区委开展的“中科馆大讲堂”系列讲座还和义诊结合起来，听众听完相关健康科普讲座后，可以免费向医生咨询。讲座与义诊的有机结合实现了为听众办实事办好事的初衷。

（五）科普讲座要开发配套文创产品

科普讲座因场地限制、时间限制等诸多因素的影响，覆盖面毕竟有限。如何持久地发挥科普讲座的作用，让科普讲座影响更大的人群？依托科普讲座开发文创产品是一种有效尝试。

我国的科普事业以公益性为定位，但也不排斥盈利。2016年11月，国家文物局遴选出中国科技馆等92家单位作为全国博物馆文化创意产品开发试点单位。目前，我国科普讲座普遍没有开发衍生的文创产品。文创产品是科普讲座现场服务的延伸和拓展，也是提升科普讲座可持续发展能力、谋划多元化发展的重要途径。很多知名专家的科普讲座都座无虚席、互动热烈，这意味着如果将科普讲座改编成图书或者光盘出版，将会有大量潜在读者与观众。因此，科技馆可以依托科普讲座，开发系列科普图书，实现观众把科普讲座带回家的愿望。

（六）科普讲座要把握时代脉搏，增强时代感

科普讲座要始终把握时代脉搏，体现鲜明的时代特色，只有增强时代感，才能更好地贴近社会、贴近生活、贴近听众，才能受到社会的肯定和听众的欢迎。比如《流浪地球》系列讲座开讲后立即引起了社会各界的强烈反响，节目视频和图片迅速在微信朋友圈刷屏，广大网友纷纷点赞。2019年2月26日，《焦点访谈》栏目对“带您看懂中科馆首部馆藏电影——《流浪地球》”系列讲座进行了报道。该系列讲座还配合团中央“青年之声”中国科学家校园科普行公益讲座走进了中国石油大学、福建省科技馆、内蒙古突泉县等地。