

来科技馆学习,实现“削峰添谷”的作用。

毋庸讳言,我国现在的一些科普讲座由于内容设置不平衡、缺乏有效宣传等原因,导致其不符合科普对象的实际需求,出现“叫好不叫座”的现象,部分科普讲座难以发挥它应有的作用,同时也浪费了听众的时间和讲座资源。

#### (一) 科普讲座形式与自然科学传播内容兼容不够

自然科学的内容具有高度抽象性和概括性的特点,需要将晦涩难懂的科学内容具体化和形象化。目前,国内科技馆科普讲座形式大部分都局限于专家通过课件讲授、听众被动听讲的方式。这样的科普讲座不够形象,也普遍缺少互动性,难以很好地普及科学内容。

#### (二) 科普讲座的难易程度与听众理解能力兼容不够

科普讲座听众的科学素质千差万别。从学历层次而言,可能涵盖从小学生到博士生等。因此,听众对于讲座的科学内容接受程度各不相同。一些专家在讲座的过程中会习惯性地使用专业术语,导致生活化和生动化不够。比如,薛群基院士在接受《兰州日报》记者采访时说:“组织了成百上千的学生来听讲座,没想到20分钟后下面就开了小会,校长出面呵斥也不管用……关键是大科学家的学术报告中学生听不懂。”<sup>[6]</sup>这样过于学术化的科普讲座,观众获得感不强,专家则讲得尴尬疲倦、没有得到尊重,出现双方都不满意的结果。

#### (三) 科普讲座的时效性与听众的兴趣点兼容不够

社会热点和焦点事件发生之后,公众科普需求旺盛,希望得到专家的权威解释,尤其是希望能和专家面对面沟通。但是,一场科普讲座需要经历策划选题、遴选专家、宣传推广、组织听众等环节,普遍耗时长达一周。作为科普信息传播的载体,科普讲座应该强调时效性。而在社会快速发展时代,长时间的准备会使热点和焦点事件很快淡出公众的视线,公众也会失去探索的耐心。

#### (四) 科普讲座的覆盖面不能满足公众的需求

目前,国内科技馆科普讲座的地点主要是报告厅、多功能厅、大礼堂和会议室等,可以直接在现场参与的听众数量有限。尤其是科技馆作为公众场所,需要考虑到安保等问题,并限制入场人数。比如,中

国科技馆的报告厅可以提供430个座位,很多地方科技馆仅能提供100个左右的座位。因此,当遇到热门讲座时,经常出现一座难求的情况,甚至有时走道都坐满了听众。

#### (五) 科普讲座的听众数量与听众听课质量难以平衡

我国现在开展科普讲座时过分讲究排场意识。一些人认为,科普讲座现场应该“人山人海”“座无虚席”,唯有如此才能反映出讲座受听众“欢迎”、主办方工作“到位”。在这种排场意识下,很多科普讲座的主办方要千方百计地组织听众,这样就导致很多听讲座的人成为“被听众”。目前,很多博物馆、科技馆为了提高观众参观质量都采取限流措施。其实,科普讲座也要从单纯追求听众数量向追求听众听讲质量转变。

### 三、“中科馆大讲堂”的探索与实践

中国科技馆于2015年1月创办了“中科馆大讲堂”科普讲座,希望搭建专家学者与公众沟通交流的桥梁,激发公众的科学兴趣,促进公众理解科技与社会、科技与人的关系,培养公众养成科学思维方法和科学精神,为提高公众科学素质服务。自创办以来,“中科馆大讲堂”科普讲座逐渐形成了一些比较成熟的做法,希望对其他科技馆举办科普讲座提供借鉴。

#### (一) 面向公众定期定点举办

“中科馆大讲堂”科普讲座通常于每周六上午十时至十一时半在中国科技馆报告厅或多功能厅举办,这样经常参加“中科馆大讲堂”科普讲座的听众就对场地情况更加熟悉,也有利于形成固定的听众群体。

#### (二) 免费公益、不附加任何商业色彩

2015年,中国科协、中宣部、财政部印发了《中国科协、中宣部、财政部关于全国科技馆免费开放的通知》。但是,中国科技馆、上海科技馆等特大型科技馆观众接待趋于饱和,暂未纳入全国科技馆免费开放试点范围。“中科馆大讲堂”科普讲座的地点安排在展厅之外,听众进入讲座场地不用购买门票,因此不以任何形式向听众收取费用。

应该承认,在科普讲座中通过巧妙的广告植入,