

《科普时报》创刊+全媒体平台上线

科普大咖怎么看？

□ 科普时报记者 毛梦园

为落实习近平总书记提出的“科技创新、科学普及是实现创新发展的两翼，要把科学普及放在与科技创新同等重要的位置”指示精神，9月15日，由科技日报社主办的全国性科普类报纸——《科普时报》创刊，填补了我国中央媒体中科普纸媒的空白，这更好地推进科学知识、科学方法、科学精神和科学思想面向大众的传播。

随着《科普时报》的创刊，科普全媒体平台也正式上线。这个包含《科普时报》的科普平台将打通纸媒、互联网、移动端的采编环节，组建统一的全媒体采编部门，形成与全媒体相适应的采编流程。这标志着作为中央主流媒体和国家科技舆论喉舌的科技日报社，已经以全媒体形态进军科学传播领域，致力于提升公民科学素养，服务于创新驱动发展战略需要。

正如科技日报社社长房汉廷所说，在全媒体的架构下，《科普时报》将大力推进“互联网+科普”，重点发挥科普新媒体平台以及VR、AR、MR等新技术手段，充分利用纸媒、网媒、移动新媒体、视频直播等多种形式和传播渠道，创新科普宣传手段，丰富科普表达方式，强化科普创作，打造科普相关产品和服务，成为科普工作的政府政策权威发布平台、权威的科普内容发布平台、科普资料内容库以及全民科普教育的常设课堂，最终形成全媒体科普宣传服务创新平台，满足公众对于优质科普内容和需求的需求。

新的起始，新的追求，新的面貌。在2017年全国科普日启动之际，9月16日，《科普时报》创刊暨科普全媒体平台座谈会在中国科技馆举行，众多的科普大咖云集，畅所欲言，对《科普时报》和科普全媒体平台的创建和发展提出了建设性意见和建议。现摘编部分专家学者发言内容，以飨读者。



国家自然科学基金委副主任沈岩院士

去伪存真把握科学性

科普本身是一件非常重要的事情，特别是在今天社会经济快速发展、全媒体信息爆炸的时代，如何把科学的知识普及到老百姓心目中，去伪存真，科普的工作更显得日益重要。

过去《科技文摘报》（《科普时报》前身）的主要受众是科技工作者和知识界，而现在的科普要面向广大老百姓。所以，在把握科学性的最基本要求下，要注意怎么把知识性、趣味性做好，吸引大家关注我们，甚至主动去搜寻我们？我觉得《科普时报》在这里应该扮演非常重要的角色。



中国工程院卢耀如院士

天灾人祸需科学普及

用三个例子说明科普的重要性：一个是前几年看到大天坑和路陷的报道，有人担心要进入世界末日了，其实所谓天坑是喀斯特塌下，不是什么世界末日。第二个是关于台风时渔船都躲进渔港，以为台风过去，船就出来了，结果台风又来了，导致不少死伤。这是因为台风的风眼中间就是风平浪静阳光高照的，如果做好了科普，渔船就不会出来。第三个是常有报道说汶川地震和旱涝等是三峡引起的，其实很多都和三峡没有关系，三峡的确有一些与灾害有关的方面，我们也是早有预计的，这很需要科普宣传。



国家卫计委宣传司司长毛群安

关注健康和医学科普

在去年召开的全国卫生与健康大会上，习近平总书记强调，说提高公众的健康素质，是提高人民群众健康水平最有效、最根本、最经济的措施，总书记用了三个“最”。而目前我国国民健康素养水平确实很低，经常会出现一些错误的信息误导公众。国家卫计委也在会同相关部门和媒体进行大力宣传，通过媒体来向公众传播基本的健康素养和技能。所以，我们期待《科普时报》能够关注健康科普和医学科普，在引领科普、规范科普方面发挥重要作用，同时也期待与《科普时报》加强全方位的合作。



科技部政策法规与监督司副司长冯建

尽快成为具有重要影响力的科普品牌

科技日报社率先创办了首份国家级的科普报纸《科普时报》，并利用互联网+推动传统媒体和新媒体的互动融合发展，着力打造全媒体的科普平台。我们相信《科普时报》的创刊和发展，必将在创新科普传播模式、打造永不落幕的科普活动中担当更重要的使命。

科普是全社会的共同任务，事关国家未来，事关国家复兴。希望《科普时报》以提高全民科学素养、助推国家科普能力为目标，积极发挥科普队伍作用，加大科普创作力度，丰富科普表达方式，拓展科普宣传渠道，尽快成为国内外具有重要影响力的科普品牌。



北京市科委副主任伍建民

更好地讲述科技创新故事

北京市科委将关注、支持《科普时报》的创刊、建设和发展，也愿意以北京的一份力量，推动《科普时报》在中国科普事业的道路上，更多地报道科技创新的人才团队、具有重大影响的原创科技成果。同时，要更好地通过新媒体的传播手段，把科技创新的故事转化成全社会喜闻乐见、通俗易懂的科普故事，使中国的科技创新和科学普及这两只翅膀一样的硬、一样的强健有力，推进我国创新事业发展，飞得更高，走得更远。



国防科工局新闻宣传中心副主任孟华

打造成国家级的标杆

这些年我国媒体越来越重视科技宣传，但是真正以科普为主题的版面和栏目还是非常少的。要想做好科普宣传，既需要有态度、有观点，也需要有情怀、有奉献；既需要一大批具有较高科技水平、科普水平和影响力的专家学者，建立起科普专业队伍，也需要一大批具有扎实的新闻专业素养和良好的科学素养，同时能够静下心来广种深耕的新闻工作者，不断推出有思想、有温度、有品质的作品，既弘扬主旋律也弘扬科学知识。衷心希望《科普时报》早日打造成国家级的权威科普平台，成为旗帜和标杆。



农业部科技司知识产权处处长张宪法

遭遇信任危机更需加大科普

这是一个发展的时代，这是一个变化的时代，这更是一个创新的时代，科普的任务越来越重。特别是在转基因技术发展、基因编辑合成生物学等一些非共识领域，一些革命性、颠覆性技术的发展领域，现在遭遇了信任危机，急需加大科普的力度。以转基因为例，现在诸多专家学者和中央媒体推出了很多科普精品，但传播力度不大，正面宣传科学的声音出不去，而一些不负责任的谣言，却被铺天盖地转载。这就是现在我们的科普工作所面临的困境。期待加强合作，共同为农业科普做点事。



中国工程院办公厅宣传处处长黎青山

把科普富矿传播出去

这些年来工程科学技术的迅猛发展，更彰显了科学普及的重要性，这对《科普时报》以后的发展提供了一个很好的平台和舞台。为了把中国工程院这么多优秀院士的科学知识传播出去，我们现在每个月都有几场面向北京市青少年的讲座。科学家们讲科学，但可能缺乏媒体的素养，而媒体记者则需要多积累科学素养，《科普时报》以后要在在这方面把双方结合发挥好，特别是新媒体、融媒体的发展，是一个很广阔的空间。工程院是院士之家，也是大科普的富矿，希望与《科普时报》进一步加强合作。



中国科技馆党委书记苏青

脱胎换骨才能抓住读者

在互联网时代，纸媒江湖日下的情况下，《科普时报》逆势上扬，确实需要勇气。今天的这个座谈会，与其说是座谈会，不如说是给《科普时报》的壮行会。有这么多人支持，有这么多人充满期待，虽然这条路很艰难，但希望坚定不移走下去，并且踏踏实实，而我也相信一定会走得很好，我们愿意共同把这条路走好。在这里提出两个建议：一是充分利用全媒体平台，比如在版面上添加二维码，让所有发表的文章都能进行延伸和阅读。另外，一定要办出个性、办出特色、脱胎换骨，这样才能抓住读者。



联合国卡林加科普奖中国首位获得者、著名科普专家李象益

搞出自己的风格品牌

办好《科普时报》，希望在两个问题上下工夫：第一是怎么办出特色，特色就是一流。在科普内容上，应该把握住“时代主题、社会热点、科技前沿及贴近生活”，再加上关注形式、手段、风格、技术的完美结合。科普应高举深度教育的大旗，不仅向公众普及科学知识，更要关注让公众掌握科学的思想、方法，对科学的应用张力，以至科学的精神和价值观。第二要把科普搞活，科普常说的科学性、知识性、趣味性，趣味性是激励公众求知欲和探索精神不可或缺的要害，即要搞出自己特有的风格，风格就是品牌。



北京协同创新研究院院长王莫祥

让科学创新成为时尚

世界上有三次最重要的科技革命，其实都成就于偶然。虽然科技创新要靠更加细致的观察、更加全面严谨的科学实验，通过必然的工作放大偶然的可能性，但因为偶然性的存在，光靠科技工作者是不够的，必须有大众的参与。只有全社会都关注科学创新，了解科学创新，才能让科学创新成为一种时尚。科普是一项重大工作，只有把这个工作做好，才能真正实现所说的万众创新的格局。所以《科普时报》和科米直播的成立非常有意义，这也是很有情怀的事。有压力、动力才能做得更好，才能真正创造价值。



北京市科委原副主任朱世龙

围绕热点前沿加强报道

如何办好《科普时报》？我认为要围绕一些热点和发展前沿的问题，来加强宣传、报道和推广。比如，北京的科技资源这么丰富，如何进行有效整合形成合力？科普如何与各个工种和市民实现零距离？我们针对社区和学校活动非常多，但该如何进一步提升科普设施传播能力，促进科普设施的公平，如何进一步健全机制，推动科普人才队伍建设和科普产业发展，动员鼓励全社会参与科普，都值得关注。



北京林业大学副校长骆有庆

共同做大做强科普宣传

科普工作离不开媒体的宣传，向《科普时报》提三点建议：一、要大力促进科普资源的共建和共享，希望借助《科普时报》这个平台，组建科普工作联盟，联手推动相关的科普知识，同频共振，在全社会产生更大更深的的影响。二、大力借助“互联网+”开展科普宣传，从而创新科普宣传的内容和方式，网上网下形成合力，共同推动科普宣传。三、加强科普宣传方面的务实培训。例如定期举办如何做好科普的一些培训会，共同做大做强科普宣传这个。



中国空间科学学会理事长、中科院国家空间科学中心主任吴季

要着力提高民众的科学素养

习主席在去年提出“三步走”要求，但我国目前民众的科学素养状态还有待提高。比如空间知识是前沿领域，每一颗卫星要花几个亿甚至十几个亿，特别希望民众理解我们在干什么并给予支持。但在接受记者采访，总被要求说这个成果有什么用，它是世界第一还是世界第二，就好像普通民众只能听懂世界第二还是世界第二，再多就听不懂了。实际上很多科学内容只要是初中毕业就应该能听懂，但很多人不愿听、不想听。《科普时报》成立，基本目标不仅是要把知识传授给民众，更要提高民众的科学素养。



中国科技新闻学会副理事长、安徽省科协原党组书记、副主席周建强

需新兴的科普产业支撑

随着科学技术发展的日新月异，社会公众对科学知识的需求也越来越大，但科普的有效供给是严重不足的。有些科普作品科学性很强，但是普及性、知识性和趣味性不够，有些很有趣味性的东西，又缺少科学性的诠释。这就需要新兴的科普产业支撑它的发展。最近中宣部和科技部联合发出136号文件，明确了科普产业、科普产品、科普企业积极的支持政策，这对科普有非常强大的推动。《科普时报》创刊后，如能认真落实136号文件的优惠政策和明确方向，是一个很大发展机遇。希望《科普时报》在公益性和市场性之间做出很好的探索，给全国做榜样。