

公众对食药科普知识：关注多，了解少

“如何更好地传播科学知识，这对于我们来说是一门课程。这个调查告诉我们，科学知识的普及也要讲科学。”国家食药监总局新闻宣传司司长颜江瑛近日在发布《全国食品药品科普状况调查（2017）》时指出。

科普内容须精准化

《全国食品药品科普状况调查（2017）》由食药监总局新闻宣传中心委托尼尔森网联媒介数据服务有限公司开展，历时6个月完成。调查发现，绝大多数人都有着较高的食品药品安全意识，会关注相关安全知识，但真正了解食药安全知识的人并不多。

食品领域94%的受访者关注安全知识，但相关知识了解者只有48%。药品领域关注安全知识的受访者占89%，但了解者只有29%。保健食品领域关注安全知识的受访者占59%，但了解者只有18%。

这种高关注度与低了解度之间的反差，反映出科普的不足。调查显示，公

众对食药科普内容的满意度偏低。他们认为，科普知识虽然较多，但是过于杂乱，不知道该信哪个；而且太专业、枯燥，实用性差，针对性弱，经常找不到需要的信息。“公众更喜欢明确、直观、简单的科普内容，过于庞杂的内容让他们无所适从，难以判断。”参与调查的尼尔森网联媒介数据服务有限公司副总裁牛存有告诉记者。

面对多而杂的科普现状，颜江瑛认为，亟须提高科普工作的针对性和科学性，推行精准科普。“内容精准、传播精准、人群也要精准，将专业性的语言翻译成接地气的百姓语言。针对中老年人、青少年、婴幼儿、女性等不同群体，以及各地区经济社会发展不同水平，制作更多针对性强、实用性好的科普作品。”她说。

政府发声要注意技巧

在互联网时代，信息的传播变得更多元，这也给食药科学知识的传播带来机遇和挑战。根据调查，铺天盖地的网

络信息中，公众对政府部门官方网络渠道的接触率只有8.21%。政府宣传重在权威发布与内容制作，较少与社会媒体合作，导致其推广效果相对有限，权威声音淹没在复杂的网络媒体环境里，不能及时传播给更多人。

除了传播渠道，传播形式也要改善。调查显示，尽管公众对科普宣传片的接触率只有文字科普形式的一半，但满意度高居第一。而且，公众认为视频形式的科普可信度更高，尤其是真人实拍的科普短片。这一心理甚至被别有用心者抓住，利用真人实拍的短视频和直播形式传播食品谣言，如塑料紫菜谣言。

食药监管部门也意识到了这个问题，目前正在拓展新媒体渠道和内容展现形式，并与各大视频网站等互联网平台合作，如与百度百科合作，制作并投放科普视频。“我们正在制作一部讲述‘吃货’故事的网络情景剧，通过妙趣横生的故事，让公众了解一些科学知

识。”颜江瑛告诉记者。

此外，食药监总局还将推动建立相关政府部门间的协同联动机制，实现信息共享、沟通协作、快速联动反应，共同对错误信息的传播进行权威辟谣。

审核科普专家资质

科普，除了政府发声，权威专家的作用不可替代。因此，牛存有建议加强对科普内容与专家资源的审核，确保让科学正确的知识得到传播，以正视听。“特别注意加强专家资质与能力的审核把关，选择真正的权威专家，提高相关知识的权威性与可信度，避免杂乱、甚至错误的知识给公众带来困扰。”他强调。

据颜江瑛透露，食药监总局正在建设一个开放式的科普专家库，并进行规范管理，不仅要保证选出来的专家权威科学，受公众信任，而且愿意接受媒体采访，遇到本领域的谣言能及时站出来辟谣。

《光明日报》2017.8.3 文/陈海波

科学营不妨更专业一些

做光杠杆法测量杨氏模量等趣味科学实验，设计制作小型手抛飞机进行飞行比赛，探秘“嘉庚号”科考船……日前，从厦门大学科学夏令营归来的学生兴奋地向笔者讲述了暑期参加科学营的收获。唯一的遗憾就是时间太短了，希望科学营的时间再长一点儿，专业性再强一点儿。

有一些世界名校的科学营，时间长达三周，其安排的内容专业性也较强，可以借鉴。比如美国波士顿大学的一些科学夏令营，分专业进行，每班不超过20人，配备1名教授、1名到2名助

教，每天上午讲基础知识，下午分组研究，最后提交研究报告，内容涉及分析DNA并将基因插入到细胞等，可以让孩子们有更多的时间学习科研方法，深度体验科研所带来的快乐。

虽然科学夏令营时间的长短并不重要，但是如果时间长一些，就更能培养孩子们的科学意识，让孩子们体验更多的科学内容，深入体验科学带来的快乐。

目前，国内一些青少年的偶像多是体育、影视明星，如何让科学家受到青少年的喜欢、如何让科学成为孩子们将

来的选择，是我们需要研究的问题。而科学营集科学性、知识性、趣味性、参与性为一体，提供了接近科学的机会，科学家也可以和孩子们面对面。而暑期孩子们的空余时间较多，适当延长科学营的时间，让科学营更加专业，这是实施科学教育、提高孩子们科学素养的好形式，对提高全民的科学素质也有裨益。

另外，我国科学夏令营的规模还有待扩大，希望更多的高校、科研院所积极承办或赞助科学营，延长科学夏令营的时间，不断提高科学营的质量，让更多的孩子们感受科学、学习科学、爱上科学，这是一件利国利民的大好事。

《中国青年报》2017.8.3 文/李焦明



科普演讲家系列主题沙龙开场

由中国科普作家协会主办、科普演讲专业委员会承办的“科普演讲家”系列主题沙龙首场活动，于8月1日下午在中科院古脊椎动物古人类研究所隆重举行。活动由科普演讲专业委员会焦国力主任委员主持。

本次“沙龙”活动主题为从地球到太空。中科院地理所杨汝荣讲《神奇的青藏高原》、国土部地调局发展研究中心张晶讲《中国最美的丹霞地貌》、中国航天科技国际交流中心周武讲《航天放飞中国梦》。三位专家每人进行45分钟演讲后都有15分钟互动交流。与会者针对每位专家的演讲，从科学内容、图片文字视频、语言文字表达、演讲技巧、PPT制作和运用、美学欣赏等方面进行评论、研讨。

有的团员在参加沙龙后表示，大有收获，对提高演讲水平很有帮助；有的说没想到沙龙会来这么多人，没想到专家们讲的这样认真，没想到老师们的评说这样尖锐；有的说演讲家闻过则喜，从善如流，善莫大焉；有的说现在很少有这种学习型组织了；有的团员主动报名下次活动上台演讲。三个半小时沙龙，高效率，收获丰，难忘怀。

一位小学6年级男同学成为这场沙龙的尊贵客人，他听了几位老师的演讲后说：学到很多东西，更加激发了对科学的热爱，特别是看到各位老师这样认真地研讨，深深感到我们听到的每一场科普演讲都凝聚了这么多科学家们的爱心。

这次沙龙活动是中国科普作家协会科普演讲专业委员会组织的学术交流研讨，是加强科普演讲能力建设的一项重要活动。科普演讲家沙龙活动还将继续举办。

文/刘立

让深奥枯燥的专业原理走下神坛

“上天入地”揭秘大国科技

暑期档热血回归的《加油！向未来》第二季在7月31日由央视播出了第三期节目，一场“蛟龙”号深海探秘直播再一次引发热议。节目镜头直接跟随“蛟龙”号下潜世界最深海沟，在水下4800米完成深海实验。

网友直言“《加油！向未来》又贡献了有生之年系列，‘蛟龙’号下潜可能是史上最牛直播”。从第一期节目的“人机（歼-10）大战”，到第二期的返回舱耐热材料检测，再到第三期的“蛟龙”号深海实验，《加油！向未来》实力演示了“上天入海”的“神技能”，今夏将为观众呈现一席大国科技盛筵。

人机大战、潜海捉“参”

世界上下潜深度最深的载人潜水器“蛟龙”号首次与《加油！向未来》达成合作，在进行马里亚纳海沟海底科考的同时，完成了节目组在深海进行的压力实验，“蛟龙”号潜航员刘晓辉不仅担任了此次的实验员，还为观众呈现了一次4800米下潜直播，实时解说实验物品发生的变化。并且一只长达40厘米的“巨型”海参抓捕画面也在节目中首次曝光。节目播出当晚就引发了网友热议，没想到能一睹“蛟龙”号深海实验，还能看到如此大号的海参，“吃货”们更是戏言“不知道这么大的海参，哪种做法更美味”。

自7月初《加油！向未来》第二季火热上线以来，实力展示了“上天入海”的科学技能。第一期节目就为这个盛夏平添了几分火热，短跑名将张培萌先是在50米赛程中跑赢了FTC-2000教练机，随后升级距离到100米，挑战歼-10。一时之



间，张培萌与歼-10赛跑的消息几乎引爆各大社交平台。尽管拥有尖端科技的歼-10“理所当然”地赢了张培萌，但这一段史无前例的热血比拼堪称今夏最燃。第二期将科学探索的视角转向太空，却又以“明火烤大虾”这样接地气的方式，展现了航天器返回舱表面的隔热材料性能。更有人工智能机器人“狗脸识别”首秀，以萌宠互动的有趣形式展现了人工智能机器人的模式识别功能。

巧思传递科学

科学，总因高深晦涩的原理给大众以遥不可及的印象，因而科学传播在大众传播之中，总是有着被动的局限。在早前的采访中，《加油！向未来》节目组便强调“让‘高冷’的科学接地气”将会是节目的一大宗旨。三期节目播完，无论是汇聚尖端科技的歼-10、还是时下大热的人工智能，抑或是深海科考的“蛟龙”号载人潜水器，在《加油！向未来》的节目中，都因直观易懂的科学实验，成了观众心中集知识和欢乐于一体

的科学趣味，从大众日常生活出发设计的实验，也让观众对于关乎国计民生的科学有了实感。

而要将复杂的科学原理用通俗易懂的电视语言呈现出来却并非易事。一方面，作为一门几近严苛的学科领域，科学自身的严谨性要求它必须是一项严肃的研究。如何打破学科壁垒，让深奥枯燥的专业原理走下神坛，变成大众认知领域里直观又易理解的内容，这已经是制作团队面临的一大难题。《加油！向未来》虽然拥有一支专业的电视人队伍，但相对科学这样的高门槛，电视导演仍属于“跨界操作”。另

一方面，在行业内以科普为导向的电视节目并不在少数，但真正能让科学变得有趣又能让观众感受到科学高山仰止魅力的节目却少之又少。对于创作团队来说，既要找到一个适合电视语言传递科学原理的实验形式，又要从大众生活的日常出发寻找与科学高度契合的表现点，才能真正缩短观众和科学的距离。