



近日,由上海科技馆选送的“中国珍稀物种”系列之《岩羊》荣获由中国广播电视协会颁发的第七届“纪录·中国”创优评析人文(自然)类二等奖,并将于6月举办的上海电视节上作为白玉兰奖优秀节目展播。这是该馆创新转型主动求变取得的成果之一。上海科技馆提出:围绕科普教育为主线,紧紧抓住“科普文化融合”这一主题,在大力发展科普公益事业的同时,将科普文化产业做大做强。

党的十八大召开后,上海科技馆站在新高度,从四个方面探索创新之路:一是如何实现科技与文化的融合,全面提升公众科学文化素养;二是如何充分发挥展教资源效用和科普场馆的独特优势,更好地为社会服务;三是如何创新传播方式保持场馆的吸引力和可持续发展能力;四是如何通过“走出去”等多种方式与手段激发参观者的好奇心,培养探究能力,打造科技馆品牌。

当科普先锋 助力科学素养提升

当科普先锋,创世界一流,上海科技馆一直把努力创建“国内领先、国际一流”的现代化综合性科技馆之一作为发展目标。

2001年12月18日,为进一步提升城市综合竞争力和提高市民科学文化素养,促进公众理解与参与科学,上海市政府投资17.55亿元兴建上海科技馆,首期展示对公众开放。2005年5月14日,二期展示竣工。

建馆以来,上海科技馆围绕“科普教育”为主线,深入有效地开展丰富多彩的展示教育活动,神舟系列展、恐龙展、生肖特展、上海科普大讲坛等等,在沪内外多次引起轰动效应,吸引了中外老少观众。

12年来,上海科技馆的观众接待量始终处于国内领先水平,年均观众量达284万人次,累计接待观众量达3130万人次。其中,2012年全年观众接待量达324万人次,同比上升14%。优质的品牌形象赢得中外观众的青睐与喜爱,有力地提升了上海城市的国际影响力和整体文明形象。

12年来,上海科技馆不断深化自身品牌形象,积极打造科普教育和科普旅游功能,先后被国家旅游局、国家文物局评为国家5A级旅游景区和国家一级博物馆,成为国内科技馆行业唯一一家取得两项业界最高等级称号的科技馆;还先后获得“全国文明单位”、全国青少年科技教育基地、全国青少年校外活动示范基地、上海市名牌服务单位等多项荣誉。

科技馆是提升公民科学素养最有效的载体之一。调查显示,中国具备基本科学素养的公民比例为3.27%,仅相当于主要发达国家和地区20世纪80年代末、90年代初的水平,而我国2015年目标是达到5%。最近,党的十八大作出“普及科学知识,弘扬科学精神,提高全民科学素养”和“促进文化和科技融合,



上海科技馆积极创新转型主动求变 科普文化融合之路 走出一片“新天地”

本报记者 马晓荔 通讯员 李军 王雪 文 通讯员 毛文瑜 摄



发展新型文化业态”的战略部署,发展科普文化产业先后写入《国家中长期科学和技术发展规划纲要》和《全民科学素质行动计划纲要》,这表明发展科普产业已成为国家行为。借助文化大发展大繁荣的春风,上海科技馆转型创新,探索一条符合科技馆自身发展规律、提升品牌影响力、实现可持续发展的新途径:紧抓“科普与文化融合”这一主题,为科普事业注入生机与活力。

以观众为本 四大优势服务民生

上海科技馆建馆以来,就拥有一个理念:“多一个人参观,等同于多科普一个人。”资源闲置是最大的浪费。而要用足资源优势,就必须提高场馆利用率,扩大展教受益面,促进展教功能的发挥。

建馆近12年来,上海科技馆始终坚持以“观众为本的科普展示教育”为主线,强化“科普文化体系构建和科学运行管理”两个支撑,通过11年的运营管理,科技馆从中得出独特的经验,即:一要发挥资源优势,二要提升展教功能。

总体来说,上海科技馆有四大优势,即:场馆优势、品牌优势、人才优势和经济优势。仅就场馆优势而言,主要是指面积大、内容多、功能全。

面积大——上海科技馆占地面积68万平方米,建筑面积1006万平方米,展示和活动面积65万平方米;

内容多——上海科技馆共有11个常设展区、2个主题特展、3个科学长廊,特别是5个高科技特种影院组成亚洲最大的科学影城。其中包括700项互动展品,五大系列27万件藏品。

功能全——上海科技馆配套设施完善,有:会议中心、商务中心、服务中心和临展区域。

2010年,上海科技馆拓宽博物



对主角地位,几乎看不到国产片影子。直到2007年,上海科技馆首次参与国际投资合拍天文科普大片《宇宙大碰撞》,影片获得国内观众的首肯。

在文化大发展大繁荣、科普事业和产业共同发展的良好机遇面前,上海科技馆看到了契机,决定勇担国产科普大片“重振雄风”的领头羊,打造本土原创具有自主知识产权的科普影视作品。通过发展原创影视作品,来培养制作、研发、编导、拍摄等专业队伍,为我国的特种影视事业发展打好基础。从拍摄“中国珍稀动物”系列纪录片开始,策划创作具有自主知识产权的科普影视作品,上海科技馆踏开创新本土科普纪录片新局面的破冰之旅,一举成功。“中国珍稀物种系列”科普纪录片之一《中国大鲵》喜获中国电视艺术最高奖——第22届星光奖科普类唯一大奖,还被市委宣传部和市重大文艺创作领导小组评为2012年度“上海文艺创作优秀单项成果奖”,之四《岩羊》在上海电视台纪实频道播出,收视率超1.0%,达历届系列片之最。至今,馆科普影视创作已累计获奖24项。

同时,上海科技馆将目光聚焦到4D特种科普片的创作,首部作品《重返二叠纪》一炮打响。2012年,上海科技馆又牵头成立华东科普影视资源开发联盟,与联盟成员合作拍摄的4D影片《剑齿王朝》于当年8月29日首映,上映后广受好评。2013年4月12日,4D影片《鱼龙勇士》也在上海科技馆正式首映。

科普电影作为科普文化特色产品,在推广过程中需要创新市场营销手段。对于自主开发的首部4D电影《重返二叠纪》,上海科技馆积极开展各种方式的市场营销,不仅馆内上座率高达81.8%,而且通过

弹性租赁、票房分成、改编权转让、发行权出让、国外版权代理等形式,该片已推广至国内16家科普场馆和专业机构,并向国际市场进行推广,仅10个月的票房收入就已收回影片制作成本。

弹性租赁、票房分成、改编权转让、发行权出让、国外版权代理等形式,该片已推广至国内16家科普场馆和专业机构,并向国际市场进行推广,仅10个月的票房收入就已收回影片制作成本。

科普“走出去” 合作交流打造品牌

上海科技馆一直以追求成为国内科普场馆的龙头和行业引领者为目标,随着国家文化大发展大繁荣战略的推进,以及上海“四个中心”建设和自然博物馆迁建带来的发展机遇,上海科技馆最大限度地扩大科普的受益面,实现社会效益的最大化,特别是2012年,上海科技馆积极贯彻实施科普文化“走出去”战略,以“三巡”(巡展、巡演、巡讲)为手段,走出上海,服务全国,走向世界。

■巡展 由上海科技馆自主策划设计的“极地探索”展,获得2011年度上海市博物馆陈列展览评选优秀奖。继“华夏虎啸”生肖特展赴泰国展出后,2012年,该展览走向长三角和中西部城市,先后在上海长江河口科技馆、江苏南京德基广场和重庆科技馆向公众免费展出。2013年该馆自主创作设计推出的“蛇行天下”展,也于五一期间来到北京自然博物馆展出。

■巡演 上海科技馆把丰富科普剧的内容和形式作为创新科普传播方式的突破口之一,通过中外科普文化交流,吸收融汇,让更多观众能够接受并喜爱科普剧,在科普文化传播中发挥更大作用。2012年6月中旬,馆方特邀法国科普表演专家丹尼尔·阿伊西瓦博士和戏剧表演家米歇尔·瓦尔摩博士举办为期一周的科普表演剧培训班。培训班以创作和实践表演为切入口,在科普剧表演中,引进吸收法方的形体表演艺术、科普戏剧化表演、场景式汇演以及戏剧音乐等元素。端午节,上海科技馆特别为来馆观众准备了4个探索型科普情景剧,并实践“科普剧进展区”的全新理念,让观众在展区的实景中更好地领会科普探索剧中蕴含的历史和人文理念。当年10月初,由科技馆创作的科普剧《水之密语》和《声音与音乐》等首次走出国门,应邀在法国科技活动周期间进行现场表演。

此外,上海科技馆的品牌科普节目之一“科学小讲台”,在2012年新开发12个教案,综合科学课程、科学实验、科学表演、DIY实验室等表现形式,赴周边地区开展“爱心助学-科普万里行”活动,“和谐能源之旅”嘉年华等科普活动,全年馆外巡演5场。

■巡讲 2012年,上海科技馆选派了2名员工赴2012年亚太科学中心学会年会35周岁以下青年“未来论坛”发言,2名员工赴韩国中央国家科学馆组织的中韩科技馆会议及国际论坛发言。

转变方式,走创新转型之路,大幅提升科普文化传播能力,相信不久的将来,上海科技馆能真正实现富有特色的可持续发展之路。

创自有产品 创新科普传播方式

如何创新传播方式保持场馆的吸引力和可持续发展能力?上海科技馆馆长王小明认为,打造具有自主知识产权的科普产品,是延续上海科技馆生命力、在世界舞台上真正体现自身实力的强有力手段。

电影在科普文化传播中具有特殊地位,是科普工作的有力手段。国内科普影视行业一直以进口国外科普大片为主,上海科技馆科学影城也不例外,进口科普大片占据了绝

