

# 打造文化传播业的精品

学生会干部 尹科强

我是北京大学信息管理系 2000 级硕士研究生，也是北大学生科学技术协会的负责人。我们协会负责做的一个网站“燕园信息港”和国图有协作关系。“燕园信息港”主要面向学生，我们在上面为“典籍与文化”讲座开了一个专题，感觉这个讲座很有意义。

对于北大学生来说，讲座是不陌生的。北大的讲座有很悠久的历史，是一道亮丽的风景线。这个讲座从形式方面是不是可以更丰富一些？不仅仅是个讲座，而且要办成一个内容比较丰富的文化传播行为，讲座同时有些实物展览，结合一些多媒体的展示方式，播放一些相关的影片。



另外，我觉得讲座毕竟是一个小众传播，它的受众面是有限的，象这样好的讲座应该向社会推广出去。这种讲座不是没有市场的，这种文化知识也不是没有人接受的。北大学生科学技术协会也组织过很多讲座，象举办与《红楼梦》有关的讲座，请到有名的专家，想挤进去听都很困难，如果要票的话都要通过关系去拿到。还有我们协会与凤凰卫视合办的“世纪大讲堂”系列讲座也很热门。据我们调查，每次讲座都有四分之一的人是校外人士，从很远的地方来，说明大众的要求是很多的。

我们这个讲座如何向大众推出呢，很重要一点，就是要接受商业化的操作。比如北大的讲座就出了一套很有名的书叫《在北大听讲座》，这套书销得很好。现在社会上科普产业很热，但公众对我国拍的科普片子就不怎么爱看。国外的一些科普片子，象《DISCOVERY》在中国很有市场。我父母在西部的小城里，没有什么文化，但电视台每次播这个片子，他们都不会拉下。可以说，群众对科普是很需要的，对我们国家老百姓的调查也是这样。我国老百姓对科学知识的渴望程度甚至超过美国的老百姓，但是我国很多人都认为科普或历史的讲座与商业化结合起来不好，美国著名科普作家卡尔·萨根的《宇宙与人》就是一个非常典型的美国商业化运作的成果，在世界范围内很有影响，是商业化包装的科普明星。我国也需要这样的科普明星和这样的文化传播明星。我觉得这个讲座有很多资源可以利用，有国家图书馆非常丰富的古典文献资源，有这么多有名的专家，有这么专深的专业背景，所要做的就是专业的东西尽量简化，向社会推出。为什么我们就不能拍出象《DISCOVERY》这样著名的、

弘扬传统文化的片子呢？我们拍的一些片子要么专业化太强，要么是说教式的，不容易获得老百姓的认同。我认为国家图书馆可以考虑做些这方面的事情，包括与出版社的合作。

最后我想说的是北大科学新闻学会会一直支持这个讲座的开展，在校园里扩大宣传。