2025年第6期
No. 6, 2025
doi：10.3724/j.issn.1671-4342.20250060

议程设置理论视角下的科普活动传播策略研究
——以“AIGC 音乐科技之夜”为例

廖　红，邱永哲，赵志敏，任贺春
（中国科学技术馆，北京 100101）

摘　要：科普活动是典型的传播活动，议程设置理论是传播学中的重要理论，将两者结合，有利于科普活动的策划与组织实施，也有助于实现科普目标、提升科普效果。本文以议程设置理论为指导，分析了科普活动与议程设置理论的关系，并以“未来之声——AIGC 音乐科技之夜”策划与实施为例，深入探讨了科普活动从议题选择到议程属性设置、再到网络议程设置的全过程，提出基于议程设置理论的科普活动策划与传播策略，即主动设置议题、细分议题层次，注重新技术应用与传播，突出科学与文化、艺术的融合发展，建设多主体、多媒介、多角度的网络协同传播体系。

关键词：议程设置理论；科普活动；科学传播；人工智能

1　引言

依据《中华人民共和国科学技术普及法》，科普被定义为“国家和社会普及科学技术知识、倡导科学方法、传播科学思想、弘扬科学精神的活动”[1]，由此可见，科普本质上是一种“信息”传播行为，其中“信息”涵盖了知识、方法、思想以及精神等要素。2021 年，国务院印发《全民科学素质行动规划纲要（2021—2035 年）》，明确将“突出科学精神引领”[2]作为首要原则，这标志着科普工作的重心应由传统的知识普及转向注重价值引导。

当前科普研究正经历从单一教育学范式向多学科交叉研究的范式转型。“一般认为，传统科普侧重于教育学理论，现代科普应侧重和借鉴现代社会学、现代教育学与现代传播学的基本理论”[3]。在这一背景下，传播学视角的科普研究逐渐兴起。Maxwell McCombs 和 Donald Shaw 提出的议程设置理论开创了将媒介内容分析与公众调查结合的研究方法，成为传播学的经典理论之一，但其在科普领域尚未得到足够关注——经 CNKI 系统检索（检索词：科普　议程设置），截至 2025 年 7 月未发现直接相关文献。

科普活动的研究重点在理论研究、活动内容、形式、组织及效果上，传播策略的研究不充分且呈现“重实践轻理论”特征——经 CNKI 系统检索仅查到 8 篇文章（检索词：科普传播策略，截至 2025 年 7 月，共检索出 344 篇，经一一核对，仅有 8 篇与科普活动有关）。赵晴运用施拉姆公式研

作者简介：廖　红，中国科学技术馆，研究员，研究方向为科学普及、科技馆等。
邱永哲，中国科学技术馆，高级工程师，研究方向为科技馆信息化等。
赵志敏，中国科学技术馆，高级工程师，研究方向为科技馆信息化等。
任贺春，中国科学技术馆，高级工程师，研究方向为科技馆信息化等。

究公共图书馆科普阅读活动传播策略[4]；胡钦太等利用整合传播理论探究主题科普活动的整合传播元素和公众偏好[5]；其他几篇论文均未依据相关理论研究传播策略。

为进一步增强科普活动的成效和价值引导力，有策划有目的地激发公众对科学问题的关注，迫切需要借鉴议程设置理论来深入探讨科普活动的传播策略。

2　议程设置理论

议程设置理论是传播学中一个关于大众媒体如何影响公众认知和社会现实的经典理论。议程是指在某一时间点，按照重要性等级进行传播的一系列问题。议程中某个问题的相对重要程度，被称为问题的显著性。该理论随着时间发展不断演进，形成了 3 个层次理念：①客体议程设置：媒介对某个议题的强调程度与受众的重视程度成正比，即客体的显著性。②属性议程设置：议题都有其独特的属性，即用来描述议题的特性和特征。媒体不仅决定了公众讨论的议题，还塑造了公众对这些议题的认知和理解，甚至促进采取行动，即属性的显著性[6]。③网络议程设置：随着网络传播的发展，议程设置功能在网络环境中的作用和影响越来越得到重视，其核心思想为，影响公众的不是单个的议题或者属性，而是一系列议题所组成的认知网络，媒体决定了人们如何将不同的信息碎片联系起来，从而构建出对社会现实的认知和判断[7]。

议程设置过程描述了某个问题由媒体议程向公众议程的传递过程。议程设置理论表明，传播者能够通过策略性地强化传播某些事件或内容，可以决定受众的关注力、塑造他们的观念甚至影响其行为。具体而言，传播者通过精心选择“传播哪些内容”以及“如何传播”（包括网络传播策略），旨在引导受众的视角和思考，即按照传播者的意图决定公众“关注什么”“思考什么”，并影响他们“认为什么”“接受什么”并“采取什么行动”。议程设置的 3 个层次揭示了何为重要议题，这些议题的核心或根本性质是什么，如何有技巧地传播它们以及多元媒介的协同作用如何增强议程设置的影响力。

3　科普活动组织与议程设置理论

在传播学领域，议程设置理论的核心优势在于其能够通过人为设计而有效引导社会关注并改变公众的认知。科普活动是一种有组织、有目的的群体性活动，具有主题突出、导向鲜明、内容科学、注重实效的特点，因此科普活动的策划与实施可被视为一种议程设置的过程，通过精心策划和组织科普活动，科学家和科普工作者可以引导公众关注特定的科学议题，并接受和认同相关的知识、信息和观点，从而帮助公众形成正确的科学观和价值观。同样，议程设置理论还可以为科普活动提供有益的指导和启示，借鉴该理论中关于议题选择、属性设置和网络传播设计的研究成果，优化科普活动的设计与组织，提升科普活动的有效性和针对性。当前，科普工作强化价值观引领作用，此时深入研究并“运用议程设置理论显得尤为重要，要运用议题和议程设置主动权，打造亮点，突出特色，开出气势，形成声势[8]”。

3.1　活动主题与议题设定

科普活动的主题选择等同于议题设定，二者都涉及信息的选择、强调和呈现。科普活动的主题即为议题，不仅决定了科普活动的核心内容和方向，还直接影响到活动的吸引力和影响力，它通常涉及一个或几个特定的科学领域，这些领域往往是科学研究的热点、公众关注的焦点或是社会发展的关键问题。2020 年，习近平同志在主持召开科学家座谈会上强调：面向世界科技前沿、面向经济主战场、面向国家重大需求、面向人民生命健康，不断向科学技术广度和深度进军[9]。这一论述明确了新时代科普活动的选题，在当前及未来一段时期内，“四个面向”构成了科普工作的主题导向。科普活动应基于这四个导向来确定

具体议题，并可根据年度实际情况进行适当的调整。议题的范围可宽可窄，主题可大可小，且应有一定的优先级设定。

3.2 活动策划与属性议程设置

科普活动可以借鉴属性议程设置的理论和方法，通过精心策划和实施，提高科普活动的效果。属性设置就是对议题的某些属性进行凸显和淡化处理，将议题的主导属性传达给受众，进而影响受众对议题的认识、判断和态度。“议题属性则可视为一种语境，即传播内容的方式。在新闻传播中，属性议程包括新闻的详略程度、细节的排布顺序、新闻的刊登版面、新闻报道的频次、报道的风格语气等[10]”。相应地，科普活动也要精心设计一种语境框架，亦即活动的重点或亮点选择、实施形式（如展览、讲座、实验等）、关键参与者、活动宣传和实施时间等要素，这需要深入分析科普活动目标、目标受众特点和需求以及社会文化背景，精心选择参与专家并设计活动形式、重点亮点、传播渠道和侧重等，统筹这些要素与传播时间点的配合，以确保科普活动能在最适宜的时机进行有效传播。

3.3 活动传播要重视网络议程设置

科普活动要高度重视网络议程设置，通过网络议程设置，可以将科学知识传播给更广泛的受众，提高科普活动的普及率，增强活动的互动性和吸引力。如今网络科普活动的蓬勃发展，其与线下活动的融合更展现了其重要性，标志着网络科普影响力的不断增长。网络议程设置讨论了网络环境下人们利用信息碎片形成认知的特点。如今人们生活在网络时代，几乎所有事件都会在网络上呈现，故在科普活动传播中，应充分利用互联网传播的即时性、广泛性、多元性及算法优势，综合考虑网络传播的速度、覆盖范围、人人可发声和互动性等因素，结合搜索引擎优化、社交媒体营销、内容营销等多元化的网络传播策略，制定出一套系统化、专业化的网络传播方案，方案应优化信息推送的频率、形式、内容侧重，强调不同平台、不同内容对议题阐释的相关性，提升用户的参与度和互动质量，以最大化提升科普活动的传播效果。

4 基于议程设置理论解析音乐科技之夜的实践过程

议程设置理论的核心在于策略性地引导公众对特定议题的认知。同样，科普活动旨在通过精心策划的系列行动，塑造公众的观念与行为。本文将依据议程设置理论的3个维度，深入剖析“音乐科技之夜”活动的全过程，挖掘其成功背后的启示与思考，从而为科普活动的策划与执行提供坚实的理论依据。

4.1 “未来之声——AIGC音乐科技之夜”相关活动介绍

AIGC（Artificial Intelligence Generated Content）指基于人工智能技术自动生成内容的生产方式，可应用于写作、编曲、绘画和视频制作等创意领域[11]。2022年OpenAI推出了ChatGPT，随后AIGC开始引领内容生产机制变革。

针对AIGC发展趋势，中国科技馆与网易新闻合作举办AI音乐创作征集活动，面向全球音乐及AI爱好者征集AI音乐作品；中国科技馆与中国科学技术大学创办“AIGC+超媒介叙事”未来媒介训练营及创客工坊，吸引了来自全国高校30余名学生及100余名科技馆工作人员参与学习和创作；以上述两项活动产出作品为核心，举办“未来之声——AIGC音乐科技之夜”活动。该活动以人工智能为应用技术，以音乐、视频为表达载体，搭建起科技创新展示、文化创意激发以及社会创新互动的共融协作平台。活动还进行了网络直播。

本次活动现场300余名观众反应热烈，普遍认为这是一次富有浪漫色彩的科普体验。网络直播累计观看量达到208.5万次。在新浪微博上，活动主话题的阅读量突破774.1万，并于2024年9月21日登上新浪微博热搜榜。

4.2　高需求强导向的公众议题——传播内容设置

在《议程设置：大众媒介与舆论》一书中，马克斯韦尔·麦库姆斯提出，议程设置的发生与人们的导向需求息息相关。导向需求即人们寻求信息的动机。个体对事件的导向需求越高，他们就越可能关注大众媒介议程[12]。

在 2024 年，人工智能领域的重大突破之一是多模态生成式 AI 的进展。2024 年初，Sora 横空出世，只需要一段提示文本，就能生成具有多个角色和特定动作类型，且主题和背景基本准确的长达 60 秒的连续、稳定、高品质视频[13]。公众对于成熟 AI 辅助成果的渴望，不仅限于片段化的视频，因此，“AI 音乐会”（注：最初以此命名）的提出，恰好迎合了当前社会背景下大众的心理期待和信息需求。此外，科技馆本身具有科学传播的天然属性，公众对其的认知是传播最新科技，并且具有科学性、权威性和导向性。而从科技馆的视角演绎技术与艺术的结合，又增添一丝新意。综上所述，“AI 音乐会”议题的设定满足了公众的迫切需求，该议题本身具有高度的话题性和热度，因此具备了天然的传播优势。

4.3　构建有节奏的传播环境——传播方式设计

属性设置指的是通过精心策划活动的主题、目标、形式、重点、对象、时间等因素，使公众更易获得和接受传播者想要表达的内容。本次活动主题是 AI，你会使用 AI 创作吗？AI 能够代替人类吗？当前 AI 能多大程度上帮助人类？AI 创作成果能够满足人类的情感需求吗？……这一系列问题通过系列活动逐步推进，依次加强，使公众得以持续“看”到这一话题，并通过每一阶段不同的侧重加深对 AI 的认知。

表 1　活动各阶段设计

时间	活动名称	传播目标	传播形式	主要参与者	传播重点
7 月初	AI 音乐创作征集活动	AI 辅助创作议题的提出及热度铺垫	网络征集	网民；全球音乐及 AI 爱好者	AI 创作能力的初认知；感受到 AI 创作
8 月初	“AIGC+超媒介叙事”未来媒介训练营及创客工坊	通过有指导的实践引导对 AI 的正确认识	训练营及创客工坊；线上线下结合	高校（重点是音乐相关专业）及科技馆同行	AI 可以辅助人类创作作品；普通人和专业人都可以在 AI 辅助下创作
8 月中下旬及 9 月上旬	优秀作品的改进与完善	AI 作品还不够完美和完善	线上	创客工坊优秀作品的创作者	AI 作品还需要人类完善才能正确表达人类的意图或思想，才能成为真正的作品
9 月中旬	未来之声——AIGC 音乐科技之夜	AIGC 带给人类社会的变化	现场音乐会	优秀作品创作者及现场观众	全面理解 AIGC：既惊叹其能力，又认识到其不足；AI 必将颠覆人类创作模式

7 月，通过网易平台发起 AI 作品征集活动，成功吸引了大量 AI 和音乐视频爱好者的参与，形成了一波网络热度，网民初步感受到了 AIGC 能力；8 月的训练营及创客工坊，线上线下招募具有音乐或视频基础的大学生以及对 AI 创作感兴趣的科技馆工作人员，让专业人士与非专业人士同场学习并共同探讨 AI 的创作能力，通过实践体会 AI 的能力，AI 创作的新颖性、能力极限给人留下深刻印象，特别是 AI 尚不能完全理解创作者的意图，无法连续生成具有深度的音乐或视频作品，且在表达创作者情感方面存在不足。工坊结束后，作品进入人工调优和完善阶段。9 月 16 日，值中

国科技馆新馆开馆日、中秋假期以及全国科普日之际，“未来之声——AIGC 音乐科技之夜”现场演出成功举办，传播重点转向惊艳、跨界和融合。此次活动展现了 AI 辅助创作的多样性和人工创作的对比，通过不同形式的艺术表现，如纯音乐视频、音乐配诗朗诵、现场演奏、歌唱舞蹈以及专家的分享和解读，充分体现了技术与艺术的结合，专业与非专业的互动，以及科普科技界与文化艺术界的相互促进，有效回应了公众对 AI 创作的关注。在这样的议程设置运作下，向公众呈现了一幅客观认知 AI 及 AI 赋能下的科普活动新图景。

4.4 共现关系设定的网络传播——网络议程策划

网络议程设置理论主张，公众脑海中对某一事物对象的属性认知，受制于多个事件的相互联系，而非纯粹的单一事件，基于此，该理论考虑议程和属性的共现关系（co-occurrence），认为媒体在报道中越频繁地将两个要素予以关联，其受众便越倾向于在脑海中将这两个要素加以联系[14]。换言之，当两个议题或关键词一直出现时，公众会倾向地认为两者有关联，或如果两个要素在文本中频繁地共同出现，那么就可以认为这两个要素之间存在着较强的关系[15]。

从活动前期的网络预热——中国科技馆与网易合办的 Al 音乐会作品征集，到 9 月 20 日网络直播，核心传播要素始终围绕“AI”与“音乐”、“科技”与“文化”这两组要素以及“科技馆”展开，各直播平台以及其他网络媒体、科技馆自媒体平台、部分大 V 的持续、切片式宣传，不断加深公众将科技馆与 AI、音乐紧密联系在一起，形成了相互关联的话题，诸如“科技馆能办音乐会？”“AI 能完成音乐会？”“科技馆能用 AI 来办活动？”“科技馆也涉猎文化艺术？”等话题逐渐升温，激发了人们的好奇心、观看欲，期待一睹音乐科技之夜的精彩。这种共现关系的设定与营造，对于音乐科技之夜的宣传起到了积极的推动作用。此外，共现关系在多个事件或话题的传播中效果更为显著，在其他传播活动中，例如科技馆创排舞台剧《华夏之光·文明的烛火》，宣传时也注重将“科技馆”与“文化或艺术”相联系。

本次活动紧跟社会热点设置 AI 议题，但未对议题细分进行深入设计；活动注重科学与艺术结合，从文化角度看缺乏故事化的叙事，尽管音乐科技之夜内容框架设置为人类探索宇宙的故事，多数观众未领悟到；网民参与收看量很大，但未调动起参与机构的共同传播。

5 基于议程设置理论视角的科普活动策划与传播策略

“未来之声——AIGC 音乐科技之夜”的成功举办，说明依据议程设置理论指导科普工作的可行性与重要性，也验证了该理论与当下科普活动推广传播相契合。新时代的科普活动，具有前瞻性、系统性、科学性与导向性的要求，传播环境具有全媒体、个性化、多元化、泛在化的特点，需要基于议程设置理论的视角开展策划、组织和实施、传播，从而极大提升科普活动的效果和质量。

5.1 主动设置议题、细分议题层次

科普具有价值引领作用，也就是科普要有导向性，这需要通过科普议题设计来实现。科普议题的设计往往由科普工作者基于多重需求主导提出，这些需求包括国家、社会层面的重点需求、公众的实际需求以及科普工作者自身的专业判断。议题设计的有效性对于满足三者需求具有显著影响，高需求的议题因其贴近公众关切，往往能够形成良好的传播效应。为确保议题设计的针对性与精准性，需开展前期调研，旨在明确议题涉及的科学要素及公众的实际需求，进而在议题要素与公众需求的矩阵中找到交叉点与共性点，以此作为议题设计的核心依据。具体而言，议题设计可从以下几个方面入手：

首先，紧跟国家政策导向，传播国家战略需求。科普工作者应实时关注政策动态，深入分析政策背后的科学依据、技术需求和目标预期，通

过科普提高公众对政策科学性的认识和理解，增强公众对政策的信任与支持。其次，突出科学价值，展示科技创新。议题设计应体现科学精神、科学思想及科学家精神，营造正确的科学价值观；选取代表科学前沿的议题，展现科学探索的魅力和人类智慧的结晶，体现科学对社会发展的重要作用，优先选择能够推动社会进步、改善人类生活的科学成果进行传播。再者，贴近民生民意，回应社会关注。科普议题应紧密围绕公众生活，如环保、健康、食品安全等，以及当前社会热点问题，如气候变化、人工智能等，这些议题往往能够引起公众的广泛关注，使科学传播更具针对性和实用性。

科普工作者要学会主动设置议题，抢占传播先机，要有目的性、导向性地筛选议题，根据想要传达的核心价值观选择议题需要实现共通共情，即传达者“所传递的信息内容是目标受众所关心、所需要的”[16]。在考虑具体议题时，最好进一步细分为不同年龄段、教育背景、文化兴趣群体的具体需求。还要注意动态调整议题，利用大数据和社交媒体分析工具，实时监测公众的关注点和讨论热点，动态调整议题设计，确保议题始终贴近公众的实际需求和兴趣变化。

5.2　注重新技术应用与传播，突出科学与文化、艺术的融合发展

为塑造公众对科技文化的新认知，需要运用巧妙的议程设置策略，结合内容特性进行个性化的议程规划，要注重活动的核心思想及创新性、互动性，兼顾科普内容的广度与深度，并合理把控传播节奏，也就是传播的有序性和层次性。

属性议题设置时要注意，科普已经走过了知识传播的阶段，新修订的《中华人民共和国科学技术普及法》强调“提高公民的科学文化素质”[1]，因此在科普活动中要更加突出科学与文化、艺术的融合发展，也要彰显新技术的应用，体现科普与时俱进。“AI 音乐科技之夜”之所以取得良好成效，很大程度上因其将 AI 作为主题，并与音乐相关联，与中华优秀传统文化中的古琴、民族舞等相结合，给予观众和听众更多的艺术享受和科普教育。

一是通过新技术“潮”起来。科普要充分利用新技术，创新科普的内容和形式，使其更加吸引人、易于理解和传播。形式上，除传统的图文、视频、展览、讲座外，要选取年轻人喜闻乐见的形式，如微短剧、科普戏剧、网络直播、剧本杀等。不管什么形式，都要注重新技术的应用，让形式增添魅力。二是通过故事性“活”起来。把科普内容融入引人入胜的故事中，使公众在享受故事情节的同时，自然而然地接触到要传播的议题及议题的重要属性，有利于影响他们的认知。同时，故事中的人物形象更加生动、易于理解，或是真实人物，或是虚拟人物，或拟人化，都可以让科普生动起来。三是通过艺术性“美”起来。当今的科普产品要满足多方面的需求，其中之一便是美的享受，因此要利用艺术的表现形式和审美价值，将枯燥的内容转化为富有感染力、引人入胜的科普内容，使公众在欣赏艺术之美的同时，也能深刻理解和认同议题。可以利用绘画、雕塑、摄影等视觉艺术形式，动画、短视频等动态艺术形式，戏剧、舞蹈、音乐等表演艺术形式。

5.3　多主体联动、多要素关联，打造认知网络

当代社会，公众已普遍倾向于将网络媒体作为获取信息与知识的主要渠道。网络传播因其无边界性、便利性、内容广泛性及形式多样性，赋予了公众极大的自主选择权。鉴于此，无论科普活动的性质如何，均需借助多元主体驱动下的各类网络媒体形成联动机制，通过不断强化或链接核心要素，并构建要素间的内在联系，以实现“共现”效应，进而促进科普议程的深化与转化。此过程依赖于持续强化公众头脑中的“信息”与“认知”框架，旨在激发公众的认知联想，最终提升科普活动的成效。

网络议程设置的核心在于构建多主体、多媒介、多角度的网络协同传播体系，特别是在处理重大议题时，需形成“官方主导、多方参与、公

众响应”的互动格局，这也是传播有序性和层次性的体现。官方机构需基于科普活动的科学性与价值导向，为活动确立基调，彰显官方意志与导向作用，有效遏制错误信息、谣言及伪科学的传播。同时，广泛联结并动员相关媒体与社交平台，构建传播矩阵，利用各平台的影响力促进信息的“共现”。此外，鼓励社会公众积极参与，通过围观、点赞、转发、评论等方式，乃至形成个人议程，以此推动科普信息的广泛传播并增强传播效果。

社交媒体时代的“个人议程”应该包括人内议题显要性和人际议题显要性两个维度，个人用户发表的原创内容从属于人内议题显要性；个人用户之间的互动内容从属于人际议题显要性[17]，这意味着，通过个人对特定议题的传播，尤其是来自名人或持有鲜明观点者的传播，往往能够加快传播和形成热点。随后，受众可以通过集体的力量把个人议程变为媒介议程，这时候个人议程和媒介议程相互交融成为一体[18]，互相强化，实现议题的显著性转移，也就是说可以邀请网络大V做推广，这个效果很好；从长远来看，要考虑培养自己的或形成合作关系的网络科普意见领袖，利用他们的影响力在网络空间推广科普活动，增强网络议程设置的效果。

充分利用议程设置赋能科普，通过设定清晰且属性鲜明的议程，可以确保科普活动紧密围绕关键点进行高效传播，从而助力受众深入理解和接受所要普及的内容，或说，要善于做好科普活动的谋篇布局，从科普议题选取，到科普议程设置，再到网络传播与衍生，通过强调传播的导向性、有序性和层次性，提升受众在有限时间内获取并吸收有价值信息的效率，进一步提升科普效果。

责任编辑：梁思琪　校对：梁思琪　刘晓莉

参考文献

[1]中华人民共和国科学技术普及法[EB/OL].(2002-06-29). https://flk.npc.gov.cn/detail2.html?MmM5MDlmZGQ2NzhiZjE3OTAxNjc4YmY2MTQ5MTAyYTM.

[2]国务院关于印发全民科学素质行动规划纲要(2021—2035年)的通知[EB/OL].(2021-06-03). https://www.gov.cn/gongbao/content/2021/content_5623051.htm.

[3]齐培潇.我国科普理论研究再思考[J].中国软科学,2024(1):334-340.

[4]赵晴.公共图书馆科普阅读活动传播策略分析——以金陵图书馆“科学的南京”为例[J].大学图书情报学刊,2022(6):32-35.

[5]胡钦太,梁静霞,马相彬.广州市科技宣传的整合传播策略研究[J].科技传播,2015(5).

[6]Mccombs M, Pablo Llamas J, Reylennon F. Candidate images in Spanish elections: Second-level agenda-setting effects[J]. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 1997(4): 703-717.

[7]Guo L, McCombs M. The Power of Information Networks: New directions for Agenda Setting[M]. London: Routledge, 2015.

[8]中共中央政治局进行第三十五次集体学习[EB/OL].(2016-09-28). https://www.gov.cn/xinwen/2016-09/28/content_5113091.htm.

[9]习近平主持召开科学家座谈会并发表重要讲话[EB/OL].(2020-09-01). https://www.gov.cn/xinwen/2020-09/11/content_5542851.htm.

[10]熊文霞,黄卫.议程建构视角下的主题出版创新[J].出版广角,2024(11):37.

[11]Artificial Intelligence Generated Content (AIGC) White Paper[EB/OL].(2022-09-04). http://www.cbdio.com/BigData/2022-09/04/content_6170457.htm.

[12]马克斯韦尔·麦库姆斯.议程设置:大众媒介与舆论[M].郭镇之,徐培喜,译.北京:北京大学出版社,2008:65.

[13]Sora火了,通用人工智能要来了?[EB/OL].(2024-02-27). http://www.xinhuanet.com/science/20240227/61ac17b827644538bb9ed7b03bf7f855/c.html.

[14]康敏晴.《华尔街日报》关于“中国制造”

的媒体网络议程设置研究[D]. 武汉：华中科技大学，2023.

[15]史安斌，王沛楠. 议程设置理论与研究50年：溯源·演进·前景[J]. 新闻与传播研究，2017，24(10)：13-28+127.

[16]唐俊. 议程设置　科学话语　共情传播——纪录片《对决新冠病毒》的国际传播策略与启示[J]. 国际传播，2022(2)：74-79.

[17]易红发. 媒体议程对个人议程的影响研究——基于Twitter平台的大数据文本挖掘与主题建模的进路[J]. 新闻大学，2020(5)：69.

[18]苗海洋. 从媒介议程设置到受众自我设置：网络媒体议程设置理论的新特点[J]. 北京邮电大学学报(社会科学版)，2011(6)：45.

Research on communication strategies for science activities from the perspective of Agenda Setting Theory: A case study of "AIGC Music Technology Night"

Liao Hong, Qiu Yongzhe, Zhao Zhimin, Ren Hechun

(China Science and Technology Museum, Beijing 100101, China)

Abstract: Science popularization activities are typical communication activities, and Agenda Setting Theory is an important theory in communication studies. Combining the two is beneficial for the planning, organization, and implementation of science popularization activities, as well as for achieving science popularization goals, and improving science popularization effectiveness. This paper analyzes the relationship between science popularization activities and the theory of Agenda Setting, and takes "The Voice of the Future-AIGC Night of Music and Technology" as an example, deeply discusses the whole process of science popularization activities from topic selection, attributed agenda setting to network agenda setting. It proposes a science popularization activity planning and communication strategy based on this theory, that is, actively set topics, subdivide the level of topics, focus on new technology applications and communication, highlight the integration of science, culture and art, and build a multi subject, multimedia and multi angle network collaborative communication system.

Keywords: agenda setting theory; science popularization activities; science communication; artificial intelligence