

科普展览巡展的社会效益评估指标体系研究

张志敏

(中国科普研究所, 北京 100048)

[摘要] 本文对科普展览巡展的功能和社会效益进行了界定和讨论, 并以此为基础, 探讨了科普展览巡展社会效益评估的指标体系。

[关键词] 科普展览 巡展 社会效益 评估 指标体系

[中图分类号] N4

[文献标识码] A

[文章编号] 1673-8357(2010)06-0045-05

On the Index System of Evaluation on Social Effects of Travelling Exhibition for Science Communication

Zhang Zhimin

(China Research Institute for Science Popularization, Beijing 100048)

Abstract: This paper discusses the function of travelling exhibition for science communication and defines its social effects. Based on the definition of social effects, the paper mainly discusses an evaluation index system on social effects of such exhibitions.

Keywords: exhibition for science communication; travelling exhibition; social effects; evaluation; index system

CLC Numbers: N4

Document Code: A

Article ID: 1673-8357(2010)06-0045-05

展览是科学教育常见的方式之一。展览在不同区域进行巡回展示, 是满足更广区域内的更多人群参观需求的有效方式, 是传统展览功能的扩展与延伸。在提升全民科学素质的社会性工程中, 开发科普展览并以巡展方式提供资源共享服务, 则是丰富优质展览资源存量、促使资源使用效率最大化的有效方式之一, 也是提升社会科普能力的重要途径。

此中, 如何衡量科普展览资源巡展产生的社会效益, 如何推进科普资源共享的优化发展, 是评估工作要解决的问题。本文对科普展览巡展社会效益评估的指标体系进行了尝试性研究。

1. 科普展览巡展的社会效益

理论上讲, 功能和作用是效益产生的基础。科普展览巡展的社会效益, 基于其功能和作用。具体而言, 科普展览巡展的出发点是解决我国现阶段科普展览资源总量不足以及分布上的不均衡问题。一方面, 它可以提高展览资源开发的计划性, 减少重复开发造成的浪费; 另一方面, 它能改善部分已有资源利用效率不高、浪费闲置等现象。

1.1 科普展览巡展的功能与作用

作为一种资源共享的服务方式, 科普展览巡展的功能和作用现阶段主要体现在以下三个

收稿日期: 2010-08-30

作者简介: 张志敏, 博士, 中国科普研究所助理研究员, 研究方向为科普活动评估、科普项目评估和科技资源科普化,

Email: zhangzhimin@cast.org.cn。

方面。

首先, 科普展览巡展能够弥补地方或基层科普组织、机构科普展教资源的短缺。现阶段, 我国尚有不少基层和地方的科普场馆、设施由于人力、财力、物力匮乏而无力自行开发科普展览, 无法真正发挥科普展教功能。科普展览巡展在一定程度上能够解决这个问题, 并盘活闲置场地与人力资源, 促使其发挥科普展教功能。

其次, 科普展览巡展可以满足更广地区更多公众的科学文化需求。社会公众是展览的直接服务对象。通过展览资源在社会范围内的共享, 可以让更大范围内的公众有机会走近科学、理解科学。这是展览资源社会效益最大化发挥的最直接体现。

再次, 从节约成本的角度讲, 科普展览巡展可以节省社会财富。任何一套展览的开发制作都需要耗费一定的物力、财力与人力。如果展览完成后, 只在有限的地区和人群中进行展示与服务, 之后便束之高阁, 将是对社会财富的浪费。因此, 进行科普展览巡展, 实现资源共享, 一方面可以提高资源的利用率, 降低资源开发的社会成本; 另一方面还可以实现互通有无, 避免资源重复开发造成的浪费。

以上所述, 前两条是其直接功能, 最后一点则是其间接功能。

1.2 科普展览巡展社会效益的体现

科普展览巡展以上三方面功能所产生的效益总体, 就是其

社会效益。因此, 科普展览巡展的社会效益可以具体化为以下四个方面: 第一, 科普展览巡展对于补充或缓解社会科普组织或机构科普资源不足所发挥的作用; 第二, 科普展览巡展对于提高展览资源利用效率发挥的作用; 第三, 科普展览巡展对于扩大受益地区和受益公众所产生的影响和效果; 第四, 科普展览巡展对于科普组织或机构在人员锻炼、资金拉动等今后工作的各个方面产生的有益影响。

2 科普展览巡展社会效益评估的指标体系

2.1 指标体系

科普展览巡展是科普资源共享的具体方式之一, 因而其社会效益评估, 可以理解为科普展览资源共享的评估, 可以在表 1 所示的指标体系框架下开展。

表 1 科普展览巡展社会效益评估的指标体系

一级指标	二级指标	三级指标	评估方法
资源需求	公众需求	公众参观意愿	电话问卷调查
		公众参观动机	现场调查问卷
	接展方需求	社会接展意愿	调查问卷、访谈
		接展方接展动机	现场调查问卷
资源共享	利用频率	展览地点	填报数据
		展览场次	
		展览时长	
		展览复制量	
	社会宣传	宣传数量	填报数据、 媒体报道监测
		宣传渠道	
共享效果	对公众的影响	参观人数	填报数据
		公众知晓度	现场调查问卷
		满意度	现场调查问卷
		展览效果	现场调查问卷
	对接展方的影响	队伍建设	调查问卷、访谈
		资金拉动	填报数据
		设施利用	填报数据
		展教内容和形式的扩展	填报数据

2.2 对各级指标体系的相关说明

整个评估指标体系分三层。下文详细解释一级指标和二级指标的设计意图,以及各个三级指标的实际内涵,并介绍各个指标评估的实现方法。

2.2.1 一级指标的设计意图

第一层的项目为一级指标,共三个,分别是资源需求、资源共享和共享效果。这三个指标结合起来,反映的正是科普展览资源共享服务的全过程。“资源需求”是资源共享的前提条件,有需求的共享才是有价值和有意义的共享。“资源共享”反映的是展览资源的利用范围和利用效率,利用范围越广、利用效率越高说明资源共享的效益越好。“共享效果”反映的是展览资源共享服务对社会公众和资源共享方产生的影响。

2.2.2 二级指标的设计意图

第二层的项目为二级指标,共有六个。二级指标是对一级指标的具体化。

其中,“资源需求”下面设“公众需求”与“资源共享方需求”两个二级指标,前者从展览的最终服务对象——公众的角度出发,来看社会公众对展览资源的实际需求;后者从资源共享服务的直接服务对象——资源共享方的角度出发,来看社会上科普组织或机构对特定展览资源的共享需求。这两个角度结合起来,反映的是社会对于特定展览资源共享的实际需求。

“资源共享”从利用频率、社会宣传两个角度综合评价。该指标是客观指标,需通过数据填报的方法实现。其中,利用频率主要针对展览在特定地区巡展中各项客观指标的统计,社会宣传指为了扩大某一特定巡展的社会影响及知晓度而进行的相关宣传报道工作。

“共享效果”是从展览资源共享服务对社会公众和资源共享方产生的直接影响来体现的。这两个方面都是展览资源共享服务的服务对象,既可以体现出公众对于展览的认识、反响和评价,也可以检验展览资源共享服务对于资源共享方的影响。

2.2.3 对三级指标的详细说明

(1) 对三级指标含义的解释

第三层为三级指标,共18个。它们是评价

展览资源共享服务社会效益的基本元素。表2详细介绍了各个三级指标的内涵。

(2) 三级指标的实现办法与具体运用

首先,资源需求下的三级指标。

公众参观意愿:通过电话访问调查社会公众参与某特定展览的愿望。如果公众表示愿意参观某展览,表示展览资源具有潜在的社会需求。

公众参观动机:通过现场观众问卷调查了解观众参观特定展览的真实动机。对动机进行分析可以反映出实际到场公众对于展览的需求度,以此来检验某展览多大程度上满足了公众的实际需求。

社会接展意愿:通过问卷调查了解相关地区科普机构组织的接展意愿,反映其对于拟共享资源的需求情况。

接展方接展动机:通过问卷调查或者访谈法,了解某单位接展的真实动机。对动机进行分析可以反映出实际接展方对于特定展览的需求度,来检验展览多大程度上满足了需求方的需求。

其次,资源共享下的三级指标。

展览地点:通过数据填报进行统计,掌握特定展览资源所到地区的展出次数(这里不限制展出地区的级别,可以具体到区、乡甚至街道),要求各地提供举办地点的名称。

展览场次:通过数据填报进行统计,掌握特定展览资源展示的总场次数目。

展览时长:通过数据填报进行统计,掌握特定展览资源展示的总时间长度。

展览复制量:通过数据填报进行统计,掌握特定展览或其展品一共进行了多少次复制及复制数量。

其中,展览地点、时长、场次、复制次数都是对特定展览资源利用效率的考量。

宣传数量:通过数据填报或者媒体监测方法,掌握为宣传展览资源营造社会氛围的社会宣传量。

宣传渠道:通过数据填报或者媒体监测方法,掌握为宣传展览资源营造社会氛围所进行社会宣传的渠道种类和数量。

这里,宣传数量和宣传渠道可以通过问卷

表 2 各三级评估指标的含义

三级指标	指标说明
公众参观意愿	指公众对于参观特定展览的基本愿望
公众参观动机	指观众参观特定展览的出发点
社会接展意愿	指科普场馆或机构对于接受特定展览巡展的愿望
接展方接展动机	指接展方承接特定展览的出发点
展览场所	指特定展览所到的行政区划地域数目及名称
展览场次	指特定展览在某地巡展的场次数目
展览时长	指特定展览在某地巡展的累计时长
展览复制量	指特定某展览中展板或展品被复制的次数及数量
宣传渠道	指针对特定展览巡展进行宣传报道的媒介种类
宣传数量	指每类宣传渠道针对特定展览巡展进行的宣传报道的数量
参观人数	指实际参观特定展览的观众数量
公众知晓度	指对特定展览知晓的公众与社会公众总体的比值
满意度	指参观公众对特定展览的总体满意程度
展览效果	指公众自我感觉到的参观展览后受到的影响
队伍建设	指特定展览巡展对接展方展教人员, 及相关管理人员产生的有益影响
资金拉动	指接展方因承接特定展览而得到当地支持的相应配套资金情况
设施利用	指接展方因承接特定展览而利用起来的闲置设施情况
展教内容和形式的扩展	指接展方在承接展览同时, 开展的相关主题的活动及配套活动

和媒体监测相结合获得。应该包括的内容有网络、报纸、广播、电视、海报、宣传册、标语横幅、黑板报、公交地铁广告等各种常用的宣传方式的数量和种类。其中, 对报纸、广播、电视等还要区分消息报道和专题报道; 网络报道主要考察相关消息或内容的点击率; 对海报、宣传册、标语横幅要统计数量。

最后, 共享效果下的三级指标。

参观人数: 通过数据填报获得实际参观展览的观众数量, 体现资源利用范围, 并结合展览的投入可以计算资源利用的投入产出比值。

公众知晓度: 通过电话调查方法, 以所调

查地区或城市人口普查资料为基准进行样本配额, 了解社会上对展览活动知晓的公众与社会公众总体的比值 (知晓度)。以此反映活动的社会影响, 以及营造社会氛围的能力。具体来说, 包括对展览主题的知晓度, 对展览时间、地点、主办方等的知晓度。

满意度: 通过问卷调查方式了解公众对于展览的策划、组织实施等各方面的评价与感受。公众的满意度是现代科学技术展览水平高低的重要标志。观众不满意的展览就失去了对观众的启发和教育作用, 也就违背了展览的初衷。

展览需要与群众文化需求相结合, 具体讲,

满意度可以从公众对于展览与公众的贴近度、参与度和有效性的评价入手。展览与公众的贴近度,指公众对展览主题与内容同工作和生活的贴近程度的评价;展览的有效性,指公众对展览主题与内容同社会热点或科学前沿的结合度的评价;展览的可参与性,指公众对展览通俗易懂性的评价。

展览效果:展览效果的测度方法有两种,一种是现场通过观众问卷调查获得,另外一种是根据展览的主题和内容设计相关知识,在公众入场前进行随机抽样访问,展览结束后再次进行随机抽样访问,前后对比可以显示出展览对公众产生的效果。

队伍建设:通过问卷调查或者访谈法,了解展览资源共享对接展方展教人员及相关管理人员产生的有益影响。

资金拉动:通过数据填报统计,了解接展方因承接某展览而得到当地支持的相应配套资金,包括地方政府和社会的支持金额,以体现资源共享服务的资金拉动力量。

设施利用:通过数据填报统计,了解接展方承接某展览而利用起来的闲置设施、场地的情况,具体应提供盘活闲置资源可折合的资金数额。

展教内容和形式的扩展:通过问卷调查、访谈或数据填报方法,了解接展方在承接展览同时,开展的相关主题的活动及配套活动。具体讲,包括文化创意产品、相关活动等。

在本指标体系框架下,资源共享方和社会公众是科普展览巡展社会效益评估的两个基本角度。该评估也是一种实证研究,它将以调查数据和展览实施为基础,进行定量和定性相结合的评估。涉及具体调查手段时,往往是问卷调查、访谈与数据填报相结合。这其中,问卷调查和数据填报是常规手段,而访谈,尤其是

个别访谈,往往被认为是最有效的^[4]。

3 结语

综上所述,本评估的指标体系从科普展览巡展的基本功能出发,基本上涵盖了科普展览巡展社会效益的各个方面。该指标体系适用于巡展主办方开展巡展活动的总体社会效益评估,也适用于某一接展方开展的社会效益自评。同时,本评估指标体系也可以根据需要,运用主要指标来大致反映科普展览巡展某个特定方面的功能和效果表现。指标体系中的各个指标都是在一般的巡展活动模式前提下设计的。

根据具体巡展、共享方式的差异,有可能会某些指标利用不上,这基本不影响整个指标体系的有效性。同时,个别指标,如“社会公众的需求”需要电话调查等投入较大的方法支持,也一般难以实现,它是理想的评估体系中的一个要素。本评估中对投入产出的考量在指标体系中没有直接体现,需要在各种相关数据获得后通过计算获得。具体衡量指标为:投入/参观公众数量。该指标可以用于不同接展单位间的横向比较,也可以用于不同巡展间的横向比较。

总之,在当前资源共享意识空前提升、科普展览开发与巡展服务不断深化的背景下,开展有效的评估是实现科普资源共享服务自我调节和良性循环^[2]的必要途径,是值得深入研究和全力实践的。

参考文献

- [1] 中国科普研究所. 国外科技传播综述 [M]. 北京: 科学普及出版社, 2007: 226.
- [2] 中国科普研究所《中国科普效果研究》课题组. 科普效果评估理论和方法 [M]. 北京: 科学社会文献出版社, 2003: 39.