

科普活动案例①

北京科学嘉年华

文 _ 耿 捷 / 北京科学嘉年华活动组委会执行秘书长

于 2011 年 9 月 16—23 日举办的首届北京科学嘉年华活动是全国科普日北京地区最主要的科普活动之一，包括北京科学嘉年华主场活动、北京国际科技电影周、北京—意大利国际科技经贸周和全市基层活动 4 部分内容组成。活动紧紧围绕全国科普日“节约能源资源、保护生态环境、保障安全健康、促进创新创造”主题，广泛开展了形式多样、内容丰富的科普活动。北京科学嘉年华活动期间，有来自 12 个国家和地区的 42 个国际科技组织、147 个中外科普资源项目参与了主场现场活动；活动引进国际 IMAX 大片 5 部，播放国际科技电影 49 场；206 家中外机构参与经贸洽谈活动；全市基层科普活动达 150 项；北京科学嘉年华活动直接受众人数超过 50 万人。本文将从组织者的角度简要介绍首届北京科学嘉年华活动的组织实施过程，分享从设计到筹备再到实施这样一个大型群众性科普活动的思考与收获。

2011 年 9 月 18 日上午，中共中央政治局常委、中华人民共和国副主席习近平以及刘云山、刘淇、刘延东、何勇等中央领导，郭金龙、王安顺、赵凤桐、鲁炜等北京市领导参加了在北京奥林匹克公园举办的全国科普日北京主场之一——北京科学嘉年华主场活动。期间，习副主席亲自动手和孩子们共同完成了科学实验，并称赞今年的全国科普日活动主题鲜明、设计新颖、形式活泼。

◎ 策划阶段

科学节作为一种时尚前沿的科普活动形态，已经得到了世界多个国家的认可。早在 2010 年，北京市科协有关领导提出要借鉴国际先进科普传播方式，创立北京科普传播品牌，这成为北京科学嘉年华的发轫。

在活动主题上，经过多次研讨大家达成了一致的看法：科学节不同于传统的科普展览，一定要突出其视觉的娱乐性和感官的可触摸性，要让科学获得的过程成为一次身心愉悦的过程。由此，我们最后提炼了科学嘉年华的主题——“感受科学，享受科学”。围绕活动主题，我们将活动定位归纳为 3 点：国际性、高端性和互动性。其中互动性是科学嘉年华的核心，即要求进入到嘉年华的全部项目必须是要动起来的，突出人与展品的互动，突出观众的参与性。

在科学嘉年华的内容架构上，注重从观众的感受出发，将观众感受科学的过程具象为科学在人与自然、人与社会、人的自身成长过程中所发挥的作用，最后形成了“未来家居、绿色生活、智慧通讯、世界畅游和快乐教育”5 大板块内容。

◎ 筹备阶段

北京科技教育促进会作为活动承办单位，责无旁贷地担当起了具体的组织工作，组建了由秘书处、运营中心、品牌活动、国际推广和新闻中心构成的工作团队。万事开头难，首届北京科学嘉年华的筹备克服了重重的困难，不论是项目征集，还是赞助招商，以及活动区域搭建、活动现场管理，每个环节对于团队而言都是全新的。

首先，北京市科协领导从北京建设世界城市的高度来定位嘉年华，因此，国际性必须是首届北京科学嘉年华的突出特点，这也为我们国际科普资源邀请工作提出了新的标准。在筹备工作中，我们与国际科普组织开展了广泛联络，努力与多个国家和地区的科学节组织建立合作交流关系，最终不仅有来自数十个国际组织的代表参观了嘉年华主场活动，德国科学日、新加坡科学节、日本函馆科学节等机构还在北京科学嘉年华主场活动上设立展台，与首都公众互动，成为现场活动的一大亮点。

第二点，也是筹备工作中最主要的困难仍是源于活动的定位：互动性。如何使活动的互动性得以淋漓尽致地体现成为团队工作思考的重点。

2011年5月下旬，我们召开了项目说明会。会上，有几十个学协会的代表到场，他们对于科学嘉年华都表示了浓厚的兴趣，但是在讨论到参与形式上时，却面露难色。主要问题集中

在两点：一是如何互动。过去学协会参与的科普活动，多采用利用展板进行展示的形式，对于如何组织互动的活动缺乏经验。二是经费。传统的由政府主导的科普活动，大多是政府拿经费补贴，而北京科学嘉年华的专项经费不足百万，这样有限的经费如何支撑一个大型活动的开展呢？

针对以上问题，组织者与各参与单位进行了反复细致的沟通，与参与单位一起对要展示的项目进行内容、特色的梳理和展示手段的研究。比如北京市花卉协会，原来准备的是一些展板和图书，内容比较死板，不容易引导观众参与。经与协会相关负责人沟通，我们为他们设计了一项活动——花卉大转盘：将花卉知识做成转盘，通过观众参与游戏进行花卉知识有奖问答，加上协会准备的一些小礼品，一下子使展台活了起来。在活动期间，这个展台的观众一直络绎不绝，成为现场的一个小亮点。

在活动经费上，政府经费有限，我们必须从社会资源上想办法——充分发掘企业的资源，将科学传播与社会责任以及品牌推广结合起来，突出参与科学嘉年华为企业带来的附加效应。比如松下公司是一家世界500强企业，在工作中我们了解到他们“通过事业发展为社会做贡献”的企业理念，也常年开展一些学生环境教育的公益活动。由此，我们与其负责人建立了联系，介绍了科学嘉年华的特色并得到他们的认可。最后，松下Kid's school（儿童学校）亮相北京科学嘉年华，其展出的ECO学院、环保课堂、混合动力小汽车现场制作和3D眼镜DIY4个互动项目得到了青少年朋友的喜爱。

企业资源的加入，不仅丰富了活动内容，也为活动组织带来了经费，让我们有能力去资

助一些公益和学术单位，以吸纳更多、更好的项目加入北京科学嘉年华。

◎ 现场准备阶段

2011年8月，北京科学嘉年华进入到进场准备阶段，各种问题也接踵而来，其中最关键的问题是户外展览的用电问题。从什么地方接电？用电负荷如何？电缆如何分配到每个展位上？如何保证临时性用电高峰不出问题？等等。这时候，要求我们的现场运营负责人有高度的专业性和责任心，积极与场地方配合，熟悉场地用电的基本条件，掌握各个展区的用电情况，随时排查安全隐患。正是由于有了这种专业人员的



◎ 收获与体会

回顾首届北京科学嘉年华的举办，其成功经验最重要的一点是建立了一套各部门积极参与、有效协作的工作机制。北京科学嘉年华工作领导小组成员有作为主办单位的北京市科协的各个部门和事业单位，也包括主场活动主办单位科促会和电影周承办单位嘉星一族传媒集团。在北京市科协党组的充分重视和统一领导下，领导小组制定了详细的分工方案，明确有关单位的职责，各单位指定负责人和联络员。各个部门和单位分工负责，联合协作，各尽其职，各取所长，保证了活动的圆满成功。同时，积极引入社会资源，搭建全社会参与科普活动的平台，也是科学嘉年华活动取得成功的一个重要因素。

2012年，第2届北京科学嘉年华又筹备在即。今年的活动主题将延续“感受科学，享受科学”的精神，提出了科学“悦”生活的年度主题，旨在更加突出科学为生活带来的快乐。同时，本届科学嘉年华将吸引更多国际高端科技项目参与展示互动，组织更加多元化的论坛、讨论会、科技电影展映、科学表演秀及国际交流活动，为公众打造最具国际影响力、前瞻性、高端性的科普活动。■