

非政府组织如何以“新公益”的模式发展 ——以科学松鼠会为例

张楠¹ 龙琳²

(中国科协创新战略研究院, 北京 100038) ¹

(上海市科协科普部, 上海 200020) ²

[摘要] 由于当代科学传播越来越强调参与互动和民主平等并以“公益性科学传播”的姿态呈现,“非政府组织”具有“草根性”和“公益性”特征,因此它也有着广阔的发展空间。本文通过以科学松鼠会为个案考察,从其历史沿革、常规活动与新形势要求,来探讨我国“非政府组织”在“新公益”下的科学传播之路,并对其今后发展思路提出一些对策建议。

[关键词] 非政府组织 科学松鼠会 哈赛科学传播中心

[中图分类号] N4 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1673-8357 (2015) 05-0025-07

How Can Non-Governmental Organizations Develop under the Mode Entitled “New Public Welfare” : Taking the Study of *Scientific Squirrels* as an Example

Zhang Nan¹ Long Lin²

(National Academy of Innovation Strategy, Beijing 100038) ¹

(Shanghai Association for Science and Technology, Shanghai 200020) ²

Abstract: Thanks to the fact that –the contemporary science communication places, more and more emphasis on interactive and democratic equality, and emerges as the “new public welfare”, and that NGO embodies the characteristics of “grassroots” and “public welfare”, there has been infinite potential for its future development and improvements. The paper takes *scientific squirrels* as an example, based on its historical evolution and requirements under the new situations, the paper explore the road for NGO’s science communication from a perspective of “new public welfare”, and put forward

收稿日期: 2015-07-15

基金项目: 中国科协调研课题“关于创建现代科学传播体系研究 (2014ZCYJ24)”。

作者简介: 张楠, 科技哲学博士后, 中国科协创新战略研究院副研究员, 主要研究方向为科技社团、科学文化,

Email: zhangnan@cast.org.cn;

龙琳, 上海市科协科普部主任科员, 主要研究方向为科学普及、科技传播, Email: lily@sast.gov.cn。

some countermeasures and suggestions for its future development.

Keywords: Non-Governmental Organizations (NGO); Scientific Squirrels; Hasai-science communication of the center

CLC Numbers: N4 **Document Code:** A **Article ID:** 1673-8357 (2015) 05-0025-07

在我国不以营利为目的的社会性公益机构也被称为“非政府组织”(NGO),这些非营利组织是一股来自民间的、自下而上的科学传播力量。事实上,从世界范围内的科学传播实践来看,非政府组织已经成为甚至早已成为西方发达国家科学传播的主要推动者。本文通过对我国“非政府组织”的活动现状进行分析,以科学松鼠会为例深入考察,对其开创的“公益与商业分家,商业反哺公益”的“新公益”运行模式展开相关思考,结合新形势和新要求,对未来非政府组织如何提升科学传播影响力提出一些对策建议。

1 我国“非政府组织”开展的科学传播活动分析

1.1 运行模式

我国非政府组织在科学传播领域的机构类型主要包括民办非企业单位、社会组织和基金会三种模式。根据其运行模式,我们可以将目前从事科学传播活动的非政府组织大致分为以下三种模式:一是采取纯公益的运作模式,完全利用社会捐助或个人捐助开展科学传播活动,如长期依托维基媒体基金会维持运作的维基百科;二是通过对非营利组织的市场化运作,在创造经济效益的基础上更好地完成组织的公益使命,如民间公益组织“梦创公益”将其通过教育服务获得的收益作为其支教活动的经费来源;三是依托公益组织生成的商业机构,例如“哈赛科学传播中心”。

1.2 活动方式

我国非政府组织开展科学传播的活动方式主要包括以下四个方面:一是通过出版传统的图书、报纸、期刊、不定期印刷品以及发行各类音像出版物。例如,近年科学松鼠会出版了《当彩色的声音尝起来是甜的》、《一百

种尾巴或一千张叶子》、《吃的真相》等多种科学传播图书,其中《当彩色的声音尝起来是甜的》还获得了第五届全国图书馆文津奖^[1]。

二是通过线上和线下活动或项目来实现科学传播功能。例如,科学松鼠会就有“小姬看片会”、“达文西行走中队”、“小红猪抢稿”、“Dr.You”、“科学圈圈坐”等定期活动,颇受国内科学爱好者好评。

三是通过举办会议、讲座与论坛,旨在鼓励与科技发展相关的所有参与者都能沟通交流,开展相互之间的对话,并着力于加强鼓励与公众的沟通,建立一种长期交流的模式。例如,科学松鼠会的常规活动中,包括了“三研二拍”、“光芒阅读沙龙”等内部交流方式。此外,科学松鼠会还通过定期举行的科学松鼠会系列讲座,力求在轻松愉快的现场气氛中,捡拾科学的快乐。

四是利用新媒体平台,最常见的就是互联网。此外,近年比较火的还有微博、微信等传播方式。利用新媒体海量的资源空间、快捷的交流速度,搭建起政府、科学家、公众等多方之间交流信息、共享资源、聚集力量的平台。果壳网就是一个开放、多元的泛科技兴趣社区,网站通过提供负责任、有智趣的科技主题内容以唤起大众对科学的兴趣。下面,将以科学松鼠会的个案为例,具体阐释我国非政府组织,如何在科学传播领域以“新公益”的模式充分发挥作用。

2 科学松鼠会的“新公益”模式刍议

2.1 开创“新公益”模式:源于成立时的曲折多变

科学松鼠会是一个致力于在大众文化层面传播科学的非营利机构,由科学作家姬十三等人创立,众多海内外优秀科学传播者组成的团队。在2007年11月,姬十三先成立了科学松鼠会的Google小组,不断专注于科学传播

领域的活动。于2008年1月28日,正式上线科学松鼠会的群博。2008年4月,正式成立科学松鼠会。其中,“科学松鼠会”中绝大多数“松鼠”都是博士生,成员由海内外优秀的华语科学传播者组成。他们大都受过科学专业训练,文字出众,视野开阔。现有成员一百多名,分布在中国大陆、中国香港、美国、英国等8个国家和地区。成员利用业余时间从事科学写作,曾以集体专栏的方式为《南方都市报》、《南都周刊》、《读者》、《男人装》等媒体供稿,并以个人名义为《南方周末》、《新京报》、《时尚先生》、《智族 GQ》、《外滩画报》等多家媒体供稿。还有多位工作者和志愿者。科学松鼠会以完善的运作机制、结合多种形式向大众传播科学,已经成为了非政府组织中科学传播的重要力量^[2]。

随着科学松鼠会的社会影响日益扩大,为了实现科学松鼠会的可持续发展,2008年底,姬十三开始着手启动申请科学松鼠会的NGO资格。首次申请失败后,2009年1月,他继续探索商业化的运行模式,他本人作为公司的法人代表和首席执行官登记注册了北京一群松鼠文化传播有限公司。同时,为了在品牌上将科学松鼠会与商业公司区分开来,姬十三决定将原有的公司名“北京一群松鼠文化传播有限公司”,在2010年5月,更名为“北京果壳互动科技传媒有限公司”(简称果壳传媒)。2011年10月,果壳传媒获得挚信资本的百万美元投资。

期间,姬十三一直没有放弃申请科学松鼠会的NGO资格,在2010年底,成功取得北京市朝阳区科委的挂靠支持,2011年1月17日,终于在北京市朝阳区注册成立哈赛科学传播中心^[3]。根据北京朝阳区民政局的公布信息显示:哈赛科学传播中心(简称“哈赛中心”),是一家由嵇晓华(姬十三)成立的民政注册的非营利机构,其社会组织类型是民办非企业单位,业务主管单位是北京市朝阳区科学技术委员会^[4]。

从科学松鼠会的成立,到果壳传媒的更名,再到哈赛中心的注册,这个过程一波三折,充满了各种曲折和变数,其历史发展沿

革可参见图1。

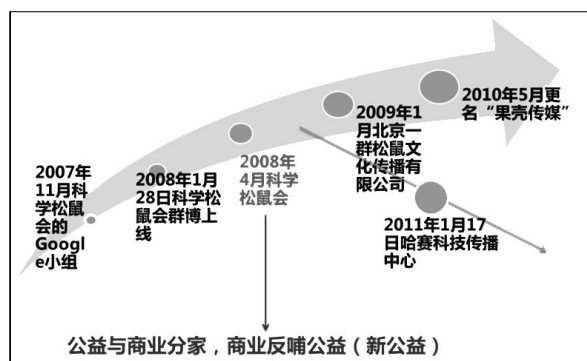


图1 科学松鼠会的发展历程图

在科学松鼠会基础上成立的两家机构:果壳传媒和哈赛中心两者的主要区别在于:果壳传媒是一家致力于面向公众倡导科技理念、传播科技内容的企业,是著名科学传播公益项目“科学松鼠会”的实体支持机构,通过采用传统商业化运作模式来保障哈赛中心能够获得持续稳定的资金投入。而哈赛中心作为民政注册的非营利机构,是以公益为宗旨成立的,继承了科学松鼠会的公益使命。据了解,其资金来源包括三部分:一是果壳传媒的资金支持,作为基础运营的费用;二是来自于科技协会等事业单位的资助;三是通过线下活动得到专项赞助。这种由科学松鼠会创造的“新公益”模式,正是基于成立初期充满了各种挫折和变数,不得不在困难中思考前进,从而得出的成功经验。它作为非政府组织在科学传播领域取得成功的重要案例,打破了传统意识中公益活动就是面向弱势群体的理念,也开启了科学传播活动以公益为前提,同时追求经济效益的有效融合。

2.2 经营“新公益”模式:基于平时的常规活动

以科学松鼠会为基础的果壳传媒,目前业务范围包括泛科技主题网站果壳网(Guokr.com)、读书品牌“果壳阅读”及科技品牌合作平台等,开展了许多深受欢迎的常规活动。在果壳网的宣传栏目中,其发展愿景是“让科学流行起来”,成立价值观是“严谨有容,独立客观”,通过互联网,运用博客群、线上线下的活动,以及与其他机构合作开展活动等方式,用生动有趣的方式向大众传播科学,让科学变得妙趣横生、简单实用,同时也为科学传

播人才的培养开发了很好的平台。举办的各种科学松鼠会系列讲座和阅读沙龙等，具体情况常规活动包括：小姬看片会、达文西行走中队、可参见表 1。

表 1 科学松鼠会开展的主要活动统计表

序号	活动名称	活动内容	活动周期	公众参与度及其他
1	小姬看片会	每期精选一个来自 Discovery、BBC、National Geographic、NHK、PBS 等国外公共频道的优秀影片，与公众一起分享上至宇宙下至微生物的科学话题，主持人小姬邀请松鼠或松鼠信得过的科学家或其他领域的达人来一起交流分享	每月一期	已经扩展至天文馆、科技馆、微软亚洲研究院等科技场所。每期观众均在 300 人左右
2	达文西行走中队	备受好评的线下品牌活动。执掌人达文西带领大家走进一些博物馆、实验室里直接感受科学。例如组织参观医学院的解剖室、昆虫馆的实验室、博物馆等地	不定期	网上信息已经不再更新
3	小红猪抢稿	松鼠会资深编辑帮助读者翻译国外期刊上优秀的科学文章，选稿主要来自《新科学家》和《纽约客》	每周 2 篇	已经整理出多篇信息丰富、措辞考究的译文，拥有一大批忠实的读者
4	科学一课	以专题的形式，按期来讲解一个主题，用通俗的语言对科学现象进行解读	每月一期	用网上报名的方式邀请爱好者前来交流学习，每期均在 300 人次
5	Dr.You	通过提一到两个既刁钻古怪又不损科学精神的小问题，来吸引广大网友参与互动，网友可以荣获当期的 Dr. YOU	每周一次	网上信息已经不再更新
6	科学圈圈坐	主要介绍一些知名的科学家和科学传播领域的活动家的工作事迹和生平简历	不定期	网上信息已经不再更新
7	三研二拍	三研，指三个谈话嘉宾从研究角度出发；二拍，指双方站在各自立场对话。每次活动与一个知名公司合作，科学松鼠会主持人和科学嘉宾从消费者角度发问、质疑产品背后的故事	不定期	网上信息已经不再更新
8	光芒阅读沙龙	按期推出点评榜，请来各领域人士同读同乐，跨界交流思想	不定期	网上信息已经不再更新
9	科学嘉年华	在 2009 年 10 月底一周内，在北京共举办了 24 场科学相关活动，包括演讲、沙龙、现场实验、化妆晚会、交友 Party、科学音乐剧等多种形式。采取征文、在线问答、户外观测等许多不同类型的互动方式来进行科学传播	2009 科学嘉年华	参与人数累计超过 3000 人次。媒体深度报道达到二十篇以上
10	科学松鼠会系列讲座	邀请专家举办科学松鼠会系列讲座	不定期	每期邀请 200~300 人次参加
11	万有青年烩	每期活动有七八个不同领域的主讲者，每人七分钟，不作深入介绍，不谈心得体会，不谈个人感受，而是单纯地讲科学知识、讲科学方法，主要给受众打开一道科技知识的大门	定期举办	每月开办 1-2 场活动，地点主要集中在北京、上海，在武汉、广州、深圳、南京等城市也有不定期举办。参与人数每期均在 300 人次
12	科学传播训练营	哈赛科技传播中心旗下科学松鼠会的培训项目。项目包括线上资源专区和线下活动两部分，第一年主要针对大众传媒，未来将逐步尝试更多样化的科普人才队伍建设。科学报道系列工作坊是“科学传播训练营”项目的线下活动。每场活动持续半天，围绕特定的热点报道领域，邀请资深科学记者主讲，松鼠会亦会提供活动支持，还设有实战练习等互动环节。本线上专区包含每场工作坊的课程视频和文字资料，另外还设有系统的在线课程	不定期	本项目由杜邦中国集团有限公司支持，并入选为中国科协科普人才培训试点项目，社会影响广泛
13	MOOC 学院	即“大型开放式网络课程”，在网上提供免费课程	不定期	已聚集超过 5 万名 MOOC 学习者（初步估计，其中包括 10%~20% 的中学生），成为中文世界最活跃的 MOOC 讨论社区

注：活动信息参考自科学松鼠会官网，由于网上信息更新不及时，相关内容有待完善。

另外，作为“科学松鼠会”的另一个实体支持机构——哈赛中心，旗下还包括未来光锥、科学支教、科学互助等多个科学传播项目群，具体情况可参见表 2，这些项目与果壳传媒所开展的各种活动互为补充，社会影响日益扩大。

表 2 哈赛中心旗下的其他活动统计表

序号	活动名称	活动分类	活动内容	活动时间	公众参与度
1	未来光锥	原果壳时间	致力于向公众呈现精彩的演讲内容，展示最新科学研究趋势，畅想科技带给未来生活的改变。新增设的“未来光锥创新工作坊”主要提倡跨领域的分享和协作，针对更加具体的社会问题，邀请科技、公益、传播、商业、政府等领域人士及对社会创新感兴趣的公众，为更有效地解决社会问题提供思路	2011 年 12 月 12 日正式启用	每场演讲活动邀 200~300 人次参加
2	科学互助	“科学家的技术应用于公益组织”项目：手机上的人脸识别技术协助宝贝回家	协助中科院自动化研究所李子青教授的人脸识别技术，在手机软件开发公司的支持下，形成产品，用于帮助“宝贝回家“公益打拐”这样的公益组织，组织青年志愿者利用高科技手段寻找失踪儿童的线索	不定期	
		科学互助沙龙	(1) 增进不同领域科学家的跨界交流；(2) 增进媒体对科学领域的了解和科学界对科学传播的需求；(3) 发现更多可以用于公益的科学技术，促进 NGO 与学界的沟通，寻找合作机会，促进富有科技含量的公益项目形成		
		科学互助平台	拥有良好的科学界资源库，以网络的形式构架科学和公益领域的供求信息平台		
3	科学支教	培训	对偏远农村学校教师及下乡志愿者提供科学传播、科学培训	不定期	
		特色课堂	在希望小学现有的硬件条件和松鼠会设计的课堂模式下，把科学知识用最易懂易记又有趣的形式，呈现给学生		
		科学课程	打造更多适用于偏远农村学校的特色科学课程，相对固定的课程易于复制，可以影响更多青少年		

由上可见，自成立以来，以科学松鼠会为基础打造的两大平台“果壳传媒”和“哈赛中心”，旨在拨开科学的坚果，指导人们享受科学带来的恩惠，致力于在大众文化层面传播科学，提高民众科学素养。通过对上述开展的各类线上和线下科学传播活动，可以梳理出几个比较重要的共性特点：

一是传播主体的公众化和引导性。相对于传统科学传播过于强调科技共同体的主体地位而言，科学松鼠会活动最显著的特点就是公众成为了科学传播的主体。让公众成为科学传播的主体，一方面提升了公众对科学的兴趣，另一方面公众在科学传播中占了主动权，这样科学与公众之间的边界就消失了，公众参与科学传播的积极性也提高了，改变了一种公众被动接收信息的单向的线性传播传统。

二是传播内容的趣味化和生活性。传统的

科学传播往往是传播者（科学家）将自认为对公众有用的内容传播给受众，给人留下晦涩、难懂的刻板印象，而忽略科学本身的有趣性，传播效果也不明显。果壳网副主编吴欧女士曾强调“果壳网做选题的三个黄金标准：有用、有趣、毁三观。所谓毁三观其实就比较生僻的冷知识。”^[5]科学松鼠会更多的是考虑让公众参与到科学传播活动中来，要提高公众的兴趣，除了以社会发展和公众需求作为出发点，更要以丰富多彩、时尚有趣、贴近现实的传播内容来迎合受众的喜好、满足了受众的需求。这也是活动现场提问者多、科学传播内容生活性强，科学传播效果更加明显的重要经验。

三是传播受众的年轻化和主体性。开展每一项科学传播活动都有其受众主体，科学松鼠会将都市年轻人尤其是学生群体列为活动的受众主体，极大地发挥了这些年轻人的主动性，

从而影响着科学传播功能发挥的好坏。此外，公民科学素养也影响着科学传播的效果，都市年轻学生群体具有较高的科学素养，是科学松鼠会的主要受众，也是科学传播实践活动具有较高传播效果的原因之一。

四是传播方式的多样化和互动性。“科学传播是所有参与科学的人在具体的情境中相互沟通和协商的过程”^[6]。在科学松鼠会开展的活动中，面对面的对话和互动的交流方式加深了科学传播的深度，而多媒体在科学传播实践活动中的应用又加深了科学传播的速度和丰富了传播的形式，使得传播者和受传者互动频繁。果壳网副主编吴欧女士曾谈道：“果壳网所开发的‘不同产品协同运营’的方式，就是把现在更快速的方式微博、问答、主题站、小组相互协同作战。一个热点事件，可能里面有很多知识点，但其体量和深度不足以形成一篇文章，所以采取化整为零，将其知识点一条一条往出拿，会在问答中先出问题，找相关的人回答，微博随后跟进；如果问答体量和深度都够，然后就可以把里面的几个知识点结合起来，再花时间沉淀在主题站里面。这样既有和网友讨论式互动，也有知识点上的累计和最终与果壳网其他产品配合形成的数据库式的资源”^[7]。

五是传播情境的体验化和时尚性。科学松鼠会的科学传播实践活动作为现代青年人学习与体验科学生活的一个科学传播平台，科学的传播语境的营造让传播者能够从公众的角度出发进行活动。一方面能够引发公众的思考，营造出一种让公众用审视的眼光看待自然世界各类问题的气氛；另一方面，也让公众更容易理解和掌握科学。例如，在“万有青年烩”活动的现场，公众大都能够结合自己的生活体验对传播者所演讲的内容进行思考和提问。

可见，在科学松鼠会基础上成立的果壳传媒和哈赛中心所开展的各种极具品牌效应、公益性质的线上和线下科学传播实践活动，以科学传播为己任，一直坚持网络博客写作、结合线下现场实践、推动图书出版等多种传播形式，不断扩大自身品牌影响力，从而有效地向

社会公众传播科学知识。这些常规活动，作为新晋的吸引眼球的科学传播方式，是其经营“新公益”模式的基础，已经受到了社会公众的广泛关注，它在获得广阔发展平台的同时，也实现了更多的社会价值。

2.3 深化“新公益”模式：出于面临的新形势要求

当前，按照《中国科协关于加快推进科普信息化工作的意见》要求，中央关于推进科学传播信息化建设的指示和国家信息化建设总体部署，除了要建立国家财政资金的稳定投入机制外，还必须积极争取社会各界的大力支持，在此基础上形成政府资金、社会资金与自营收入“三轮驱动”的多元化投入的科学传播经费筹措机制。出于新的发展形势要求，如何正确引导和充分发挥企业的作用，深化“新公益”发展模式，将是今后能否成功构建现代科学传播体系的关键所在，同时也面临着极大的挑战。

这是由于科学在社会中的地位正影响着公众对科学的态度。同样，企业的科学传播活动通过科学的力量也会影响公众对企业产品和文化的态度。所以，借助企业产品普及的科技更容易被公众理解，公众在接受科学传播的同时，也在悄然接受着企业产品和文化的宣传，这点是不容我们忽视或回避的。能否正确引导企业发挥作用，自然也就成为能否成功打造现代科学传播体系的关键要素。同时，考虑到企业科学传播的目标具有双重性：首先是有有效合理地为公众普及科学；其次是在此基础上最大限度地为企业创造价值。对于企业而言，企业参与科学传播既是其实现自身价值诉求的有效途径，也是企业承担社会责任的内在要求，两个目标是并重而缺一不可的。所以，我们只有通过完善企业科学传播的新运行方式，才能不断加快建立并完善现代科学传播体系，对于广大科普工作者来说也都是个巨大的挑战。

通过之前的梳理和分析，我们发现以科学松鼠会为基础构建的两个重要传播平台：果壳传媒和哈赛中心，它们之间虽然业务分离，但由于商业反哺公益机制的生成而日渐具有了社会企业的品质。强化和完善这种政府和社会

资本合作模式的新举措，这也将是未来科学传播活动的发展方向 and 趋势。

3 结论

总之，我国非政府组织在科学传播领域通过新公益的运作方式聚集了一大批优秀志愿者，开展活动灵活多样，原创产品比较多，其社会影响在日益扩大。但是，我国真正从事科学传播活动的来自民间的力量还非常弱小，继续培育和支持非政府组织在科学传播领域的发展显得尤为必要且十分重要。以科学松鼠会为例，它每个月超过 10 万元的公益推广经费，必须依靠果壳互动科技传媒有限公司设立的果壳网与果壳阅读来建立商业赢利模式，通过“商业赢利支持科学松鼠会，最终完成一个科普公益的理想”^[7]。嵇晓华、吴欧、刘旸通过分享果壳网和科学松鼠会上的科学传播与科学研究相互促进的案例，提出新媒体为科研工作者从事科学传播提供更加广泛的平台，与受众进行互动与反馈的频率更高，形式更加多样^[8]。

今后，我们应把建设“政府与社会互动”的科学传播管理体制和运行机制作为基本发展目标，通过充分运用市场机制，依托社会各方力量，创新和探索建立政府与社会资本合作、互利共赢、良性互动、持续发展的现代科学传播体系运行新模式，在追求社会效益为

主的公益性科学传播事业与追求经济效益为主的经营性科学传播产业之间积极寻找结合点，吸引更多的社会力量共同支持科学传播事业，为早日实现现代科学传播体系的建立作出贡献。

参考文献

- [1] 舒晋瑜. 第五届“国家图书馆文津图书奖”揭晓[N]. 中华读书报, 2009-12-22.
- [2] 科学松鼠会网. 关于我们. [EB/OL]. [2015-03-20]. <http://songshuhui.net/about>.
- [3] 科学松鼠会: 借网络走红的新科普群落[EB/OL]. (2011-04-18)[2015-02-18]. http://book.ifeng.com/yeneizixun/special/tongnianduwu/wenzhang/dtail_2011_04/18/5813902_0.shtml.
- [4] 北京市朝阳区哈赛科技传播中心[EB/OL]. (2011-01-17)[2015-03-05]. <http://www.bjsstb.gov.cn/wssb/wssb/dc/orgInfo.do?action=seeParticular&orgId=000010000008840&websiteId=&netTypeId=2>.
- [5] 本刊编辑部. 新媒体时代背景下的科普专家谈——《科普研究》学术沙龙（第 5 期）纪要[J]. 科普研究, 2013(5): 8-10.
- [6] Richard Rorty. Objectivity, Relativism and Truth[M]. Cambridge and New York: Cambridge University Press, 吴
- [7] 陈. 科学松鼠会“升级”双管齐下致力科普[J]. 科普研究, 2010(6): 27-28.
- [8] 嵇晓华, 吴欧, 刘旸. 实践案例分享与思考: 科学传播如何促进科研[J]. 科普研究, 2012(5): 53-54.

(编辑 谢丹杨)