

透视科普“网红”现象： 解开这些教授、院士走红的“流量密码”

用大铁锅演示中国天眼原理、带孩子们用塑料瓶造“火箭”冲上百米高空……近年来，越来越多科普短视频成为网络爆款，不少专家、教授、院士拥有百万粉丝，高端、艰深的科学知识以通俗、有趣的面貌进入公众视野。

科普“网红”吸引百万粉丝

手握一根塑料管，轻松地“驱赶”一束塑料丝，塑料丝神奇地飘浮起来，如同一只章鱼在空中游走。这是令退休物理教师唐守平走红网络的一段短视频。作为科普“网红”，唐守平在抖音平台拥有近百万粉丝，先后发布300多个科普视频，多条短视频播放量达2000多万次。

“商品名叫七彩神仙，正式名叫盘丽鱼属，长得跟个盘子似的……”这条幽默的生物鉴定视频播放量超460万，制作者为B站的“无穷小亮的科普日常”。在B站上，以“实时讲解+原创动画短片+专家出镜解说”为特点的大量科普短视频播放量很高，一批科普从业者也由此“出圈”走红。

在此之前，人们对“网红”的印象标签主要为“颜值漂亮”“善于带货”。而时下，不少短视频平台推出的科普“网红”，不“以貌取胜”，以传播知识为目的，也同样吸引大量粉丝。

他们或是退休的教授、院士，或是在医卫、自然、考古等领域颇有心得的专业人士，又或是专门从事科普教育的知识达人，粉丝量从几十万到数千万不等。他们的视频不仅点击量高，且与网民互动热烈，常常引来大量点赞、留言，评论区里更有很多人在不停地刨根问底。

《2022 抖音知识数据报告》显示，抖音知识类内容呈持续增长态势，知识类作品发布数量增长



科普“网红”王印(中)与孩子们一起用塑料瓶制作“火箭”。(受访者供图)

35.4%。截至2022年10月，抖音万粉知识创作者数量超50万，同比增长69.6%，其中科普类创作者数量增长达80.4%，认证的教授数量有近400位，涵盖医学、物理学、经济学等多个领域。

集体走红的“流量密码”

不少科普“网红”表示，踏入互联网的目的是激发年轻一代的科学兴趣。同济大学退休教授、在抖音拥有逾470万粉丝的科普“网红”吴於人表示：“我们和科学打一辈子交道了，有责任让孩子们感受到科学的趣味，激发他们的好奇心和创造力。”

清华大学教授陈昌凤等专家认为，科普“网红”集体走红并非偶然，背后包含社会需求增加、传播渠道更迭、内容形式创新等多重原因。

——科学素养提高、受众群体增加。

《全民科学素质行动规划纲要(2021—2035年)》提出，2025年，我国公民具备科学素质的比例将超过15%。随着中国接受高等教育群体迅速增加，在“90后”“00后”集聚的社交媒体上，知识需求

带动一大波新流量。比如，此前一些科普“网红”多角度解读热点话题“量子纠缠”，引发年轻观众频频在线“催更”。

——网络教育和信息打假等需求激增。

中国传媒大学教授刘昶表示，作为移动互联网的“原住民”，青少年通过加深对非体系化知识的理解，也有效提升了线下深度学习的意愿。“为什么年轻人爱上用B站学习”的话题，一度引发热烈讨论。此外，互联网中不乏打着科学旗号的虚假信息，一些受过严格学术训练的专业人士通过鞭辟入里的讲解，引导公众去伪存真，真实了解前沿新知，因而备受欢迎。

——传播方式提升科普效果。

陈昌凤认为，短视频科普走红，部分原因在于用户能以极低时间、空间、经济成本学到不同类型

知识。中国科普研究所副研究员王大鹏表示，短视频互动性强，摆脱了传统科普的单向传授模式，增强了受众的参与感。同时，短视频平台可通过技术手段帮助受众区分科普价值，精准推送给有需求的用户，让科普内容更易被广泛接受。

——内容创新是核心竞争力。

科普短视频走红离不开精心创作的内容。许多科普作者善于捕捉社会热点，在回应公众关切同时提炼科学知识，创作视角也较为平民化。受访人士表示，科普短视频走红与作者的个性化风格密不可分。“把科学知识巧妙融入好玩的段子更易被人们接受。”外科医生、科普“网红”程才说。“要像聊天一样传播知识，讲的内容要使对方产生兴趣、听得下去。”科普“网红”补艾松说。

助力科学家承担新时代社会责任

高质量科普有助于培育科技创新人才。中国科学院院士陈凯先指出，科学家要让社会公众更加理解和支持科学，肩负着向社会更好传播科学知识的责任。

受访专家表示，科普工作是科

学家的社会责任之一。目前，一些科技工作者仍存在一定认识误区，认为科普是“小儿科”，对参与科普活动有较多顾虑，也欠缺以通俗易懂视听语言表达的能力。

科普“网红”李永乐表示，应进一步健全完善人才评价体系，切实增强科普工作者的职业荣誉感，激励更多青年科技工作者投身科普事业。

在市场迅猛发展的同时，一些业内人士也指出，科普短视频领域存在专业化不足、同质化严重、商业化过度等问题。如有科普博主发布“高铁上的蚊子

为何不会被甩到车尾”的短视频，其结论被物理学专家“打脸”；还有科普视频作者假冒专家贩卖焦虑，甚至推销劣质产品。

业内专家表示，科普短视频创作、发布应建立完善审核把关机制，对于内容、形式、导向等做好审查把关。相关职能部门也应定期开展专项整治行动，治理“伪科学”乱象。

此外，有专家指出，科普短视频作为一种“知识快餐”，无法取代系统化的专业学习。应更好促进线上科普与线下专业教学的有机结合，让年轻观众不仅喜爱科普“网红”，更因此爱上科学，进而充满热情投身科技创新。

(据新华社)

市场监管总局发布 5种儿童用品消费提示 家长们在这几个方面 要当心!

“六一”国际儿童节到了，市场监管总局昨日发布轮滑鞋、婴幼儿学步带、婴幼儿游戏围栏、儿童化学实验玩具、“解压”玩具5种儿童用品消费提示，帮助广大消费者科学购买和使用相关产品。

选购和使用轮滑鞋时，如果选择可调节鞋码的产品，要重点关注调整机构的灵活性和轮架的稳固性，建议选择有制动器的轮滑鞋。试穿轮滑鞋时，注意紧束装置能扣紧不滑脱，鞋与轮架连接牢固、扭动无变形，轮子转动灵活、无卡顿。

婴幼儿学步带是为婴幼儿练习行走时提供支撑和保护作用的衬垫及条带装置。建议根据学步带上标注的适用年龄、能承受的最大体重、警示说明等信息，挑选合适的产品。选购时，检查附件是否存在可触及的锐利尖端和锐利边缘，连接件、扣具、接缝、条带、织物等在拉扯状态下有无裂缝、断线、脱散等损坏现象。如果产品带有玩具或配件，应不含可拆卸或易脱落的小零件，防止婴幼儿误吞。

婴幼儿游戏围栏是四周带有护栏可供儿童短时间在此区域内玩耍的装置。建议选择两片护栏之间有防夹伤设计的产品。围栏应设有锁定机构，避免婴幼儿轻易打开，底部应有防滑装置，防止围栏整体移动。围栏外观应无毛刺、锐利边缘和锐利尖端，边缘或突出部位应经倒角(或圆角)处理，不应有夹伤手指、四肢、头、颈和躯体的孔、开口和间隙。

儿童化学实验玩具是包含一种或多种化学物质或配制品的玩具套装，需要在成人监护下开启和玩耍，要特别注意酸、碱和可燃性液体，以及加热设备的操作。

“解压”玩具是一类通过挤压、摔砸、揉捏、旋转等方式玩耍，用来舒缓心情、释放压力的玩具产品。家长在给小孩选购和使用时应注意标注执行标准为玩具安全标准的产品，不要选购有异味或香气过重的“解压”玩具。

(据新华社)

苏和堂整根虫草89元/克
苏和堂南禅寺店(解放南路701号朝阳公交停车场旁) 400-102-0026

三菇21.6孢子油15瓶6000元
批发部:崇宁路17号4楼(检察院西隔壁) 8270029(大别山老王)

●赵长春遗失无锡市梁溪区黄巷街道木桥社区经济股份合作社唐阿新股权证21011号作废。金额1500元,声明作废。
●唐阿新、沈琴芳遗失南长区扬名镇股份经济合作社股权证,证号00610、00611,股权数11.48、3.13,声明作废。

广告热线 82767591
地址:新鼎球大厦1518室