

科普短视频创作策略探析

邹 贞¹ 卢 莎² 陈 玲^{1*}

(中国科普研究所, 北京 100081)¹

(北京联合大学, 北京 100101)²

[摘 要]当前, 科普短视频成为科学传播的重要载体, 也是深化科普供给侧改革的着力点和重要方向。文章从三个维度分析科普短视频的创作策略: 选题方面, 可以结合国家发展战略及政策部署、关注国家科技创新成果、参考年度科普创作选题指南、借鉴其他大型科普活动及优秀科普出版物、结合时事新闻及社会热点以及生活日常, 挖掘适宜的创作主题; 标题制作方面, 关注言语类型, 灵活使用多种句式及比喻、仿拟、对比等辞格; 内容呈现方面, 发挥技术优势, 最大化提升作品科学性、趣味性、艺术性, 增强作品吸引力, 提高作品传播效果。

[关键词] 科普 短视频 创作策略

[中图分类号] G206; G315 **[文献标识码]** A **[DOI]** 10.19957/j.cnki.kpczpl.2022.02.004

伴随现代信息技术发展, 科普短视频已成为科学传播的重要载体和形式, 在弘扬科学精神、传播科学知识、提升全民科学素质等方面发挥出重要作用。2021年6月发布的《全民科学素质行动规划纲要(2021—2035年)》, 明确提出以深化科普供给侧改革为重点, 大力开发短视频等多种形式的科普作品, 实现科普内容多渠道全媒体传播^[1]。

基于深化科普供给侧改革的背景, 本文以“科普短视频”为关键词, 查阅整理了中国知网2012—2021年间发表的相关学术文献, 研究发现相关议题主要集中在以下四个方面: 一是围绕

抖音、快手等自媒体平台的相关研究, 如瞿桃对抖音科普短视频的科普教育过程进行了研究^[2]; 二是开展个案研究, 结合具体作品, 分析创作背景、理念及传播策略, 如李雅箐等以飞碟说团队创作的《雅安地震特辑》为例, 对基于时事热点内容创作的科普微视频的特点、发展现状及其网络传播效果进行分析^[3]; 三是分析科普短视频技术发展及应用情况, 主要涉及科普平台建设及运维、科普场景植入、科普动画开发等方面, 如凌心玥等探讨如何通过MG动画制作来进行科普和宣传^[4]; 四是科普短视频传播策略研究, 如郝倩倩归纳出科普短视频在抖音平台上的两种传播形

基金项目: 中国科普研究所“原创科普精品创作研究与实践”项目、中央广播电视总台融合发展中心委托项目“科普短视频和内容产品研究”项目。

*通信作者: 陈玲, 中国科普研究所科普创作研究室主任、研究员, 研究方向为科普创作理论与实践。chenling@cast.org.cn。

式^[5]。但是,从宏观层面集中探讨科普短视频创作策略的研究还较为鲜见,本文将结合创作流程,重点分析选题优化策略、标题制作策略及内容呈现策略,为更多科普短视频创作者提供借鉴参考。

一、选题优化策略:多角度挖掘有价值的信息资源

好的选题是高质量创作的开端。依据科普短视频的发展现状、研究进展及相关政策,本文建议从以下几个方面选取优质创作主题。

(一) 结合国家发展战略及政策部署

科普短视频创作应围绕国家发展战略及政策部署优化创作主题,相关政策文件包括《全民科学素质行动规划纲要(2021—2035)》《中国科学技术协会事业发展“十四五”规划(2021—2025年)》《中国科协科普发展规划(2021—2025年)》《中国科协2022年科普工作要点》以及各领域相关政策文件等。

以乡村振兴政策为例,中国科协、农业农村部印发的《乡村振兴农民科学素质提升行动实施方案(2019—2022年)》强调着力加强农村科普工作、增强农民的科学素质和生产技能,推动农民全面发展和乡村全面振兴。参考实施方案涉及的具体工作,可以从农业科技助农惠农、农业文化遗产保护与传承、乡村景观与民俗节庆等方面创作“三农”主题短视频,通过短视频促进科技下乡,有效推动乡村科学技术文化的发展与传播^[6]。

(二) 关注国家科技创新成果

科技成果是指通过科学研究与技术开发所产生的具有实用价值的成果^[7];从类型上一般分为基础理论成果、应用技术成果和软科学研究成果^[8]。国家科技创新成果属于国家级高级别科技

成果,具有突出的创新性和前沿性,对国家发展具有重要作用,常在重要时间节点或以年度、重要时间段进行总结公布。近年来我国基础研究和原始创新取得重要进展,创新成果在经济、军事、国防、民生等领域日益发挥着重要作用。这些重要的科技创新成果,为创作者提供了明确的科技前沿选题,相关内容的短视频作品对于推进重大科技成果的科普化传播具有积极意义。

(三) 参考年度科普创作选题指南

近年来,中国科协办公厅和中国科学院办公厅持续联合发布《科普创作选题指南》,对科普相关政策、科学发展影响力事件、科普发展现状及趋势进行了全面系统的总结,为提炼科普选题方向、拓展创作思路和科普传播途径,提供了重要参考。

《2022年度科普中国选题指南》(以下简称《2022指南》)明确提出解读国家战略、解读前沿科技、回应社会热点、宣传科学人物、释疑生活万象、普及应急知识、澄清科学谣言、构建基础科学知识图谱等八个选题方向,以及中国共产党第二十次全国代表大会、国民经济和社会发展的第十四个五年规划和2035年远景目标纲要等20项年度重点关注事件。《2022指南》还梳理了相关事件包含的科普关注点,明确了前沿科技、生命健康、绿色环保、现代农业、重大工程等5个年度重点关注领域。建议创作者围绕《2022指南》,采用影音视频、互动直播等形式,强化价值引领、遵循科学规律、创新方式方法、注重传播效果,创作更多人民喜爱、国家需要的高品质科普作品。

(四) 借鉴大型科普活动及优秀科普出版物

大型科普活动,一般是由政府或社会组织组织动员,邀请科技团体、科研院所、学校、企

业、教育基地等机构广泛参与,在某一固定时间段向全社会开展的科技传播、科技服务、科普展览展示等科普服务,包括科普日、科技周、科技游园会以及科技活动月(年)等形式^[9]。大型科普活动常常有明确的活动主题,活动内容经过精挑细选,可以为短视频创作者提供参考和启发。以2021年在北京展览馆举办的国家“十三五”科技创新成就展为例,展览以“创新驱动发展 迈向科技强国”为主题,通过1300多件实物、200多件模型以及1740项展项等,包括“九章”量子计算原型机、国产最大直径盾构机“京华号”、“奋斗者”号全海深载人潜水器、无人植物工厂水稻育种加速器等面向世界科技前沿、面向经济主战场、面向国家重大需求、面向人民生命健康的内容,集中展示了“十三五”期间我国科技创新取得的重大进展和突出成就。短视频创作者可以从展览现场、展项介绍、展品深度解读以及主题延伸拓展等方面设计主题,并借助展览活动热度推广宣传,扩大作品社会影响力。

优秀科普出版物,尤其是获得省(部)级及以上奖项的科普图书,也是科普短视频选题的重要来源之一。目前,国内科普图书可参评的奖项主要包括国家科技进步奖二等奖、科技部全国优秀科普作品、中国科普作家协会优秀科普作品奖、吴大猷科学普及著作奖等。通过遴选,一批品质上乘、“叫好又叫座”的优秀科普图书脱颖而出。通过学习优秀科普作品,激发创作灵感,也是获取短视频主题的好方法之一。

(五) 结合时事新闻及社会热点

2013年修订的《中华人民共和国著作权法实施条例》第五条规定,时事新闻,是指通过报纸、期刊、广播电台、电视台等媒体报道的单纯事实消息^[10]。时事新闻具有“时效性强、影响

力大、内容涉及面广泛等特征”,一般新闻类媒体由于审批程序繁复,大多局限于要闻公告和关键消息发布。时事新闻及社会热点相关的深度报道,特别是专业科普类内容,往往选择更具时效性的新媒体进行传播。作为新媒体重要形态的短视频,视听元素兼备,制作效率高、传播效果好,在时事新闻及热点选题的创作中具有独特的优势。

2021年,16岁的管晨辰在东京奥运会斩获金牌,“袋鼠摇手”的体操动作备受网友关注。同年8月10日,管晨辰在抖音平台与科普达人“无穷小亮的科普日常”隔空互动——《袋鼠真的可以下腰吗?》。张辰亮迅速回应,发布短视频《网络热传生物鉴定33》,点赞量超180万次,受到观众的广泛关注。由此可见,民众关注的社会热点,已然成为科普短视频选题的重要来源。

(六) 从生活日常中寻找切入点

生活日常是广泛而丰富的话题,为科普短视频创作积淀了丰富的选题和素材。既包括柴米油盐酱醋茶等日常琐事,又容纳琴棋书画诗酒花等高雅文雅;既涵盖高深玄妙的科学前沿,又广泛涉及习以为常却不为人熟知的生活常识,如饮食起居、安全出行、健康监测、情绪管理等。近年来,生活类科普短视频创作持续增长,部分作品在关注度、点赞数和转发量等方面均表现突出。

在抖音平台,“知乎”发布的《方便面为什么做成波浪形》,“湘雅肖岚”发布的《睡前喝水真的好吗?》等视频,都是在生活中发现选题,从科学视角专业解析。有研究指出,在主流短视频平台,日常生活科普类是观众浏览量较高的类型之一,体现出“当下受众对科普短视频实用性需求的偏向,也是科普短视频创作视角平民化的缘由所在”^[11]。

二、标题制作策略：多措并举，提升科普短视频吸引力

标题作为在受众与作品之间建立有效关联的“第一座桥梁”，是吸引注意力的“第一要素”，对于提高科普短视频的传播效果具有关键作用。本文借鉴语言学理论及方法，从言语行为类型、标题句式结构和辞格运用三个方面，分析科普短视频标题制作策略。部分素材源于“全国科普微视频大赛”^①遴选出的 500 个优秀作品，其中 2015 至 2016 年各 50 个，2017 至 2020 年各 100 个。

（一）间接言语行为类型

言语行为理论是一种语言哲学学说，对人类传播活动所使用的言语行为进行分析。作为作者与受众沟通桥梁的短视频标题，也是言语行为的一种。拟定标题时，可以使用直接表达个人意图的直接言语行为，也可以使用间接言语行为，婉转表达，间接反映真实意图，烘托氛围，让受众对标题之外的“言外之意”产生兴趣和关注。美国哲学家、语言学家约翰·塞尔（John Searle）将间接言语行为分为阐述类、指令类、表达类、承诺类、宣告类等类型^[12]。间接言语行为，为短视频标题制作策略提供了理论依据，创作者可从不同类型间接言语行为的特点出发，制作别具吸引力的标题。其中，阐述类、指令类、表达类，在科普短视频标题中最为常见。

1. 表达类：营造代入感

表达类言语行为，通常附带表现某种心理状态，如祝贺、惊奇、感谢等。这种类型的科普短视频标题多以疑问或感叹句为主，通过带有一定情感性的表达增强话题代入感，如《为什么宇宙中基本的星球都是圆的？》《为什么哺乳动物没有绿色的》等。

2. 阐述类：聚焦科普元素

阐述类言语行为，通常具有客观性和非描述性的特点。这种类型的科普短视频标题以科学事实为基础，聚焦科普话题，用陈述性语言点明科普对象或阐明基本观点，如《单兵野外取水生火窍门》《推荐一种很好养活的室内垂吊植物》等都是此类。

3. 指令类：突出关键信息

指令性言语行为，不同程度地带有命令或号召的意味。这种类型的科普短视频标题多以祈使句或感叹句为主，通过特殊句式对科普话题进行突出强调，并结合时间、数量、频率等细节信息增强话题的趣味性，如《地下 10000 米有什么，让我们一探究竟！》等。

（二）句式结构

1. “认识/解密/探秘+名词”类

这种类型标题通常是动宾结构，意为带公众认识某个事物或现象，或者揭示某方面的秘密，如《认识可燃冰》《认知胡蜂》《解密台风》《解密西南涡》《探秘“天眼”FAST》《揭秘稳态强磁场》等都属于这一类型。

2. “名词+（的）那些事（儿）”类

这种类型标题通常是“定语—中心语”结构，套用近年来比较流行的图书《明朝那些事儿》，意为围绕某一话题向公众进行多方面科普，如《寒潮的那些事》《地震那些事儿》《垃圾分类那些事》《关于身体的那些事儿》等都属于此类。

3. 是非问

是非问指提出是或否的疑问。这类标题用提问的方式引起人们注意，一般没有特殊疑问词，用视频来告诉公众正确答案。《煮大米粥加碱会让粥里的营养大量流失，是真的吗？》《速

^①“全国科普微视频大赛”创始于 2015 年，由科技部办公厅、中科院办公厅联合举办，迄今已举办 7 届。

生鸡用了激素和抗生素吗?》《时间是什么? 我们能否穿越时空》等都是这一类型。

4. 特指问

特指问往往都有特殊疑问词,如“什么”“为什么”“谁”“如何”等。这类标题围绕公众关注的对象,包括某一事物、现象等,以疑问代词替代公众未知的部分,并进行提问,起到激发好奇心、引导阅读的效果。《什么是登革热?》《宝宝打疫苗需要注意什么?》《水滴入热油里为什么会溅起来》《为啥受伤的总是冬天?》《夏季,我们该如何应对雷电》《北斗为我们导航,谁又为北斗导航?》等都属于此类。

(三) 辞格运用

基于受众阅读倾向,合理运用辞格是提升短视频传播效果的有效方式。在考察的500个科普短视频标题中,主要涉及以下三种辞格。

1. 比喻

比喻是使用最多的辞格。在统计的500条标题中,有264条使用了比喻,占比52.8%。以《中国太空实验大管家》为例,该视频讲的是“有效载荷运控中心”在太空中的作用,就像日常生活中管理财务或日常生活的人一样,所以形象地称其为“大管家”。类似的还有《中国“天眼”——北斗导航》《环境“监测员”——土壤动物》《心血管健康谣言“粉碎机”》等。有的标题通过比喻的方式增加了趣味性,比如《寄生在我们身体里的小霸王——癌细胞》将“癌细胞”比喻为“小霸王”,《中药水浒及时雨宋江——甘草》将“甘草”比喻为“宋江”,让人耳目一新,眼前一亮。

2. 仿拟

除比喻外,仿拟也较为常见。这里模仿的主要是一些耳熟能详的影视剧名、广告语或流行语

等格式,对原有格式进行改造,让人感觉既熟悉又新颖,增强了趣味性。例如《滚蛋吧!肺癌君》模仿的是电影名《滚蛋吧!肿瘤君》,《禁毒有嘻哈》模仿的是嘻哈比赛秀节目《中国有嘻哈》,类似的还有《“页岩气”爱你没商量》《气象主播喊个麦,双击没毛病》《妈妈再也不用担心我吃甜食了》《天下无骗》《如果“艾”,别伤害!》《我和大海有个约定》《想动不敢动的奶酪》等。

3. 对比

对比是指在标题中用相反或相对的词语,通过对比明辨是非或重点。例如,《少“刷”题目,多做实验》中“少”与“多”形成对比,让公众认识到动手实验比单纯做题更重要;《小猕猴桃的大学问》体现了猕猴桃个头虽小,但是里面可以探究的科学内涵却很大;类似的还有《无硅油VS有硅油,洗发水究竟怎么选》《低调内敛VS热情奔放》等。

此外,较为常见的还有谐音辞格,例如《叹为观“纸”》《“森”呼吸我“氧”你——森林康养了解下》,意趣横生,值得咀嚼回味;拟人辞格,例如《岩石有话说》,将岩石拟人化,赋予人类的行为特点,拉近作品与读者的心理距离,也使作品显得更加生动形象。

三、内容呈现策略:发挥技术优势,提升科普短视频品质

(一) 动画及演示实验的应用

科学传播中常常包含大量隐性知识,所谓隐性知识指不易通过文字传播而需要通过实际示范来展示的内容,多包含在技能或者程序知识中。动画及演示实验兼具趣味性与科学性,借助立体、直观的可视化表现方式阐释隐性知识,让复杂的硬核科学变得可感知、易理解。例如抖音

账号“冷科普”发布的短视频《谷物圈效应是什么》，通过演示实验形象阐明了谷物圈效应的形成原理。此外，也可以通过动画或演示实验模拟病毒传染过程、再现宇宙行星运行轨迹、演示灾后逃生技巧等。

相较于实拍素材，动画作为一种基于计算机图形学的内容呈现形式，不需要场地布景，能更好地展现创作者的视听想象力。例如，新冠肺炎疫情暴发后，中国科协科学技术传播中心发布新冠病毒科普动画短视频，将平常无法用肉眼观察到的病毒（包括较为复杂的繁殖原理、传播方式与途径等）以动画的形式呈现，有助于受众更直观地了解相关内容。

（二）数据图表的动态可视化

数据图表的动态可视化，是传播与发布复杂信息最有效的途径之一。科学成果可视化传播的相关研究表明，科学传播中的视觉语言和多元化信息形式具有明确的积极作用^[13]。传播方式的可视化程度越高，受众对传播内容的接受度则越高。高可视化程度传播可能带来更高的传播效率，同时提供了更轻松、愉悦的体验感受^[14]。

人眼对可视符号的感知速度远快于文本信息。动态可视化除了将复杂信息形象化，还可以直观反映数据发展变化的动态过程。当科普内容涉及较为宏观或历时变化信息时，依据时间维度对数据图表进行动态可视化处理，展示数据间关系及数据发展变化的趋势，有利于更加直观、有效地诠释内在的科学关联，增强短视频作品的科学传播效果。

例如，抖音账号“科学也疯狂”制作的《国家公路对比》，把国家公路网卷起来进行大小对比（见图1），从长度总和8千米的图瓦卢，到长度5,198,000千米的中国，再到长度6,853,000千米

的美国，枯燥的数据在动画中变得形象、生动、易于理解。



图1《国家公路对比》形象地展示了各国公路网长度
（图片来自抖音视频截图）

（三）科普知识的场景化再现

“场景”原本是戏剧语言中的专业术语，后被广泛应用于传播学领域。媒介环境学派学者约书亚·梅罗维茨（Joshua Meyrowitz）较早将“场景”引入传媒研究。《即将到来的场景时代》（*Age of Context: Mobile, Sensors, Data and the Future of Privacy*，北京联合出版公司2014年版）提出，互联网时代的“场景”是基于移动终端、传感器、社交媒体、大数据、定位系统提供的应用技术以及由此建构的一种“在场感”。随着媒介技术迭代升级，媒介本身的场景性和创造场景的能力，都实现了显著提升。融汇时空关系，兼具背景、内容、叙事、情感、交互多元效能的场景化再现方式，成为科普短视频内容呈现的重要途径。

将科学技术原理或方法设置在特定场景中，将繁复难懂的科学知识用生动、具体、直观的影像呈现出来，有助于科学的学习、理解和传播。场景化再现多使用角色扮演，具有较强的代入感，特别适合应急、安全、医疗、法律等科普内容的传播。以“贵州地灾防治”抖音号发布的《地灾科普情景剧》为例，该作品设置了一个废品回收的具体情景，在“讨价还价”的常见画面中介绍科普知识，通过意外出现的专业人士

路人甲，告知交易物品为自动化监测设施，揭露了盗卖国有财产的违法行为，倡导公众共同保护地质灾害监测设施。

（四）趣味配音及艺术化处理

通过趣味配音及快板、童谣、说唱、卡点音乐等艺术形式，对短视频作品的听内容进行艺术化处理，可以改善声音质感，丰富短视频的视听表现力，使原本生涩的科学充满趣味，显著提升作品的感染力，并增强科普传播效果。

例如，星球研究所发布的科普短视频《候鸟旅行指南》采用了趣味配音方式，在候鸟迁徙画面中依次加入铿锵有力的画外音“时间紧任务重，保持队伍不放松”“迁徙掉队不要慌，日月星辰来导航”“风儿托着飞，鸟儿不怕累”“随机应变，毫不留恋”“湿地都是宝，候鸟来歇脚”，巧妙地划分出作品结构，又明确了指南要点。在日落画面中加入了鸟宝宝和鸟妈妈的对话：“妈妈妈妈，我们好像掉队了……”“没事，太阳帮我们定位。”一问一答让作品生动、感人而有温度。又如，“小明解说”系列气象科普宣传片《模仿童音合成变音》^[15]，从学生的角度出发，构思人物，设计情景，辅以适宜的背景音乐来烘托和营造氛围，受到青少年学生的关注和喜爱。

（五）科学家参与科普传播彰显公信力

科学家是专业权威的象征，从传播学信源可信性对传播效果的影响看，科学家参与科学传播具有重要意义。作为社会中的高公信力群体，科学家参与科学传播能有效缩短专业知识与信息接收者之间的距离感，最大程度提高科普短视频的专业度和可信度。

作为抖音平台的主要类别之一，医学科普最受公众关心，也最需要权威专家参与创作。目前，已有不少专家在短视频中直接出境，为

公众提供准确、可信的科普内容，“陈伟医生”是北京协和医院临床营养科主任医师陈伟的短视频账号，已有粉丝近400万，获赞1400多万，“北京西苑医院沈老专家”“北大树博士科普”“张茗主任”等也都属于此类。此外，抖音账号“之知科普”集合了中国科学院及工程院院士创作的系列科普短视频，包括《听汪景琇院士讲太阳》《听翟明国院士谈地球》等，内容丰富严谨、深入浅出。

四、结语

作为科学传播的重要载体，科普短视频正在影响并推动着硬核科学与现代新媒介的深度融合和有效链接。科普短视频的整体创作质量，不仅是影响行业可持续发展的关键因素，也成为深化科普供给侧改革的着力点和重要方向。本文认为应当从系统宏观层面明确科普短视频创作的重要性和战略意义，从实践层面完善科普短视频创作的流程、方法与模式。

本文关于科普短视频创作策略的研究，正是基于上述两个方面的思考。文章通过梳理中国知网近10年发表的“科普短视频”学术文献和500个优秀微视频创作概况，从选题优化、标题制作及内容呈现三个维度探析科普短视频的创作策略。同时，文章提出聚焦科普目标优化创作选题、多措并举创新标题语言、发挥技术优势增强作品视听表现力等科普短视频创作建议，以期短视频创作者提供借鉴参考，进一步推动科普短视频创作品质提升，更好地满足全社会对高质量科普的需求。

致谢：西安交通大学贡桑央金、河北传媒学院张迪对本文亦有贡献。

参考文献

- [1] 全民科学素质行动规划纲要 [N]. 人民日报, 2021-07-10(007).
- [2] 瞿桃. 多元读写视阈下的科普短视频研究 [J]. 教育语言学研究, 2021(00): 137-145.
- [3] 李雅箐, 周荣庭. 科普新利器: 基于时事热点内容创作的科普微视频——以飞碟说《雅安地震特辑》为例 [J]. 科技传播, 2014, 6(2): 220-222.
- [4] 凌心玥, 刘文祺, 李文馨. MG 动画在科普宣传中的应用 [J]. 今古文创, 2021(48): 112-113.
- [5] 郝倩倩. 科普视频在“抖音”短视频平台的传播 [J]. 科普研究, 2019, 14(3): 75-81+113.
- [6] 王德胜, 李康. 打赢脱贫攻坚 助力乡村振兴——短视频赋能下的乡村文化传播 [J]. 中国编辑, 2020(8): 9-14.
- [7] 中华人民共和国促进科技成果转化法 [N]. 人民日报, 2015-12-25(021).
- [8] 广州市科学技术局. 关于印发广州市科技成果登记实施办法的通知 (穗科规字〔2020〕4 号) [A/OL]. (2022-02-18) [2022-04-08]. http://www.gd.gov.cn/zwgk/wjk/zcfgk/content/post_2724246.html?jump=false?version=slh
- [9] 孙小莉, 张永峰, 何素兴. 我国大型科普活动发展现状及趋势研讨 [J]. 科普研究, 2021, 16(6): 89-96+116.
- [10] 中华人民共和国著作权法实施条例 [N]. 人民日报, 2013-02-21(016).
- [11] 潘希鸣. 当代中国科普电视节目与科普短视频之叙事差异分析 [J]. 江西师范大学学报 (哲学社会科学版), 2020, 53(5):96-103.
- [12] 何自然. 新编语用学概论 [M]. 北京: 北京大学出版社, 2009.
- [13] 金兼斌, 江苏佳, 陈安繁, 沈阳. 新媒体平台上的科学传播效果: 基于微信公众号的研究 [J]. 中国地质大学学报 (社会科学版), 2017(3): 110.
- [14] 周荣庭, 韩飞飞, 王国燕. 科学成果的微信传播现状及影响力研究——以 10 个科学类微信公众号为例 [J]. 科普研究, 2016(1): 33-40+97.
- [15] 马婧. 趣味短片在校园气象科普宣传中的应用与思考 [J]. 通讯世界, 2019, 26(1): 237-238.

(编辑 / 齐 钰)

On the Creative Strategies of Popular Science Short Video

Zou Zhen¹ Lu Sha² Chen Ling¹

(China Research Institute for Science Popularization, Beijing 100081)¹

(Beijing Union University, Beijing 100101)²

Abstract: Nowadays, popular science short videos have become an important carrier of science communication, as well as a focal point and important direction for deepening the content-production reform of science popularization. In this paper, we analyze the creation strategy of short science videos from three dimensions. Firstly, in terms of topic selection, producers can combine national development strategies and policy deployment, pay attention to national scientific and technological innovation achievements, refer to the annual guide for science popularization creation, draw on other large-scale science popularization activities and outstanding science popularization publications, combine current news and social hotspots and daily life, and explore suitable themes for creation. Secondly, as for the titles, one need to pay attention to the type of speech and the flexible use of a variety of sentence patterns and figures of speech, such as metaphors, parody and contrasts. Lastly, for better content presentation, technical advantages are brought into play to maximise the scientific, interesting and artistic nature of the work, enhance its appeal and public influence.

Keywords: science popularization; short video; creative strategy

CLC Numbers: G206; G31 **Document Code:** A **DOI:** 10.19957/j.cnki.kpczpl.2022.02.004