

科普短视频在应急事件中的传播分析

——以“新冠肺炎疫情”为例

郝倩倩 *

(中国科学技术馆, 北京 100012)

[摘要] 在新冠肺炎疫情应急事件中, 科普短视频以其生产及时性、传播高效性、形式多样性和知识聚焦性的特征, 在全民科学抗疫工作中发挥了重要作用。分析科普短视频在新冠肺炎疫情中的传播优势, 归纳其分类及特征, 总结存在的问题, 并提出科普短视频应当进一步完善生产发布机制、加强媒体、机构与科学家的协同机制、提升内容品质, 以期科普短视频能在今后应急事件中发挥更强的传播功能, 承担更多的社会责任。

[关键词] 科普 短视频 应急 新冠肺炎

[中图分类号] G206 **[文献标识码]** A **[DOI]** 10.19293/j.cnki.1673-8357.2020.05.004

2020 年伊始, 新冠肺炎疫情的“突发性、严重性、未知性”为应急科普工作的开展带来了很大难度。我国于 2007 年 8 月发布了《中华人民共和国突发事件应对法》, 其中对于突发事件的定义为: “突然发生, 造成或者可能造成严重社会危害, 需要采取应急处置措施予以应对的自然灾害、事故灾难、公共卫生事件和社会安全事件”^[1]。新冠肺炎疫情即属于突发的公共卫生事件。应急科普就是通过普及、传播和教育, 使公众和青少年了解与应急相关的科学技术知识, 掌握相关的科学方法, 树立科学思想, 崇尚科学精神, 并具有一定的应用及处理实际突发问题、参与公共危机事件决策的能力, 实现在紧急状态下沉着冷静、科学应对的目标^[2]。

近年来, 短视频得到了爆发性的增长,

日渐成为当下公众获取资讯、增长知识、社交娱乐的重要途径。短视频是指在各种新媒体平台上播放的、适合在移动状态和短时休闲状态下观看的、高频推送的视频内容, 几秒到几分钟不等^[3]。如果说, 1895 年卢米埃尔兄弟拍摄的短片带领人们进入了新奇的影像世界^[4], 如今, 在移动互联网和智能手机的助推下, 短视频凭借其独有的“短(简短)、平(垂直)、精(精彩)、准(精准)”特征, 在全民抗击疫情的过程中发挥了重要作用。

新冠肺炎疫情中, 如何通过科学有效的手段和途径向公众解读新冠病毒相关知识和防护措施, 是应急科普工作的重点和难点。关于新冠肺炎疫情应急事件中短视频等新媒体的传播, 相关专家学者进行了大量研究, 其中黄楚新、朱常华研究了新冠肺炎疫情中

收稿日期: 2020-03-30

* 作者简介: 郝倩倩, 中国科学技术馆副研究员, 研究方向: 网络科普及科普影视, E-mail: 18637113@qq.com。

短视频的功能,分析了它的类型和作用,总结了优势与不足^[5];张蕾分析了辟谣平台的设置概况、运作逻辑和社会价值,指出运用互联网平台有效治理谣言,充分体现了我国现代化社会治理能力的提升^[6];周荣庭、柏江竹以中国科技馆为例,研究并设计出新冠肺炎疫情下科技馆线上应急科普路径,结合实践提出改进策略^[7];胡俊平、钟琦对新冠肺炎疫情期间典型平台发布的口罩类短视频的内容进行了分析,研究其科学传播特点及启示^[8];陈兴蜀等研究了基于微博数据的“新冠肺炎疫情”舆情演化时空分析,对与“新冠肺炎疫情”相关的话题展开舆情分析,可视化地展现本次疫情事件中网络舆情的时空演化过程^[9]。

本文聚焦于新冠肺炎疫情中科普类短视频,总结其分类及特征,分析科普短视频在应急事件传播中存在的问题,并提出未来发展建议。

1 科普短视频在应急事件中传播优势

近年来,以抖音、快手为代表的短视频平台发展迅猛,用户人数不断增高,覆盖范围越来越广,抖音、快手等短视频平台已成为诸多传统媒体的重要发布渠道。2020年春节期间,短视频日活跃用户规模和日均人群使用时长均高于平日,同比增长35%^[10]。在抗击新冠肺炎疫情应急科普工作中,科普短视频具有如下传播优势。

1.1 用户广泛,扩大传播范围

据CNNIC发布第44次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2019年6月,我国网络视频用户规模达7.59亿,短视频用户规模为6.48亿,占网民整体的75.8%。2019年上半年手机网民经常使用的各类App中,短视频类应用的市场占比列第三位,为11.5%^[11]。短视频已经成为当下公众获取信

息的一个有效途径。《2019抖音数据报告》显示,截至2020年1月5日,抖音日活跃用户数已经突破4亿^[12];《2019快手内容报告》显示,快手在2020年初日活跃用户已突破3亿^[13]。

新冠肺炎疫情暴发后,以抖音、快手为代表的短视频平台在抗击疫情中积极作为。快手从1月22日起,紧急上线“肺炎防治”专栏,精选出百余家媒体在快手上发布的疫情相关短视频,向数亿用户及时传递疫情准确信息,截至1月31日,专栏点击量超30亿,政务号发布的疫情相关视频播放量超过250亿^[6]。抖音平台上线了“抗击肺炎”专栏,集中展示疫情的实时追踪、个人防护知识的科普、各地门诊的信息汇集等。

1.2 通俗易懂,增强传播效率

科普短视频是在文本的基础上经过二次加工而成的一种科普表现形式。在应急科普资源中,科普短视频以通俗的语言、丰富的画面、平易近人的描述感,向公众提供一种更加易于接受的科普服务。以“人格化”表达方式特征的短视频,在科普领域的传播效果更为显著。这是因为,一方面“人格化”的科普短视频在创作过程中将复杂的科学知识进行了通俗化的转化,使得公众更易于理解接受;另一方面,以“人格化”方式呈现的科普短视频拉近了科学与公众之间的距离,消减了科学高深莫测的距离感。

新冠肺炎疫情期间,中国科技馆在抖音、快手平台原创推出一分钟科普短视频系列“科普君的辟谣时间”,围绕疫情期间大众最为关切的话题,通过“科普君”形象生动的讲述,针对抗击疫情的各种误区和谣言,用通俗易懂的语言为公众答疑解惑、辟除谣言,引导公众相信科学,理性思考。其中“一分钟辨别口罩真假?”短视频,在快手平台上线3小时,播放量就突破4000万,点赞数超

百万，这种通俗易懂、有益有趣的表现形式受到大众的热烈欢迎。

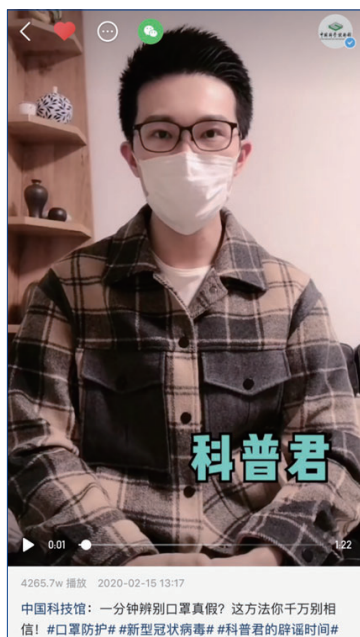


图1 科普短视频：“科普君的辟谣时间——一分钟辨别口罩真假？”

1.3 全民参与，提升传播情感

媒介原本只是一个传播的工具，当媒介注入了“情感”，无疑会为传播带来蓬勃生命力。短视频正是这样一种具有“情感”的传播媒介。作为互联网时代独具“草根特性”的自媒体传播媒介，短视频使得每一个个体都有了发声的可能，都有了展示的舞台。以抖音、快手等为代表，通过互动式创作分享，营造浓郁的社交氛围，吸引高黏性用户^[14]。快手知识生态数据显示，仅2019年，快手上的知识作品数量超过1.2亿，总点赞量308亿，总评论数30亿，且平台流量并非聚焦于头部大V，有5000位来自全国各地、各行各业的优秀创作者粉丝量达到百万以上^[15]。

在抗击新冠肺炎疫情中，快手、抖音等短视频平台上，我们不仅能够看到卫健委、人民日报、科普中国等官媒发布的关于疫情发展情况、科学抗疫措施等信息，还可以看到普通公众自制的科学洗手短视频、口罩不能用酒精消毒的小实验等，每一个个体，不

再仅仅是被动的接受者，而是通过自身的参与、行动成为了抗击新冠疫情战场上的贡献者。短视频这种易于参与的特性极大地增强了传播的情感度。

2 科普短视频在应急事件中的传播特征

突发事件的舆论，往往具有破窗效应，如果处理不当，会导致衍生信息和次生舆情，给社会监管、制度权威、道德伦理、政府形象和信息安全等带来严重后果^[16]。突发事件中的应急科普，顾名思义有两个重点，“急和普”，“急”指的是在紧急事件发生时，要迅速快捷地生产科普资源；“普”指的是要以通俗普惠的方式开展科普工作。通过“急和普”相结合的科学传播活动，及时有效地弘扬科学正能量，降低负面舆情带来的影响。移动互联网发展和智能手机的普及，使公众获取资讯时间变得碎片化和即时性，科普短视频凭借其易生产、易分享、易社交的属性，在应急科普事件中具有如下传播特征。

2.1 生产及时性

早期影视行业具有较高的准入门槛，投资高、产出低，因此长久以来应急科普工作总是图文多而视频少。移动互联网的发展和智能手机性能的不断提升，为短视频自媒体从业者带来了巨大机会，以抖音、快手为代表的短视频平台的崛起，为广大自媒体用户提供了一个展示、交互的渠道，此外，诸如快影、剪映等移动剪辑App的不断优化，也使得利用手机来拍摄剪辑短视频变得越来越便捷。越来越多的科普大V和普通公众开始使用短视频的方式开展科学传播，在应急事件出现的当下，科普短视频就能够第一时间呈现。

新冠肺炎疫情期间，各种消息真假混杂，充斥着公众的视听，如何去伪存真，向公众提供最科学的抗疫信息，是对应急科普工作

的一项重要考验。2020 年 1 月 31 日晚间，一条“双黄连可抑制新型冠状病毒”消息引发了公众抢购双黄连的热潮，2 月 1 日下午，在“抢购双黄连”事件发生的数十小时内，一条 1 分钟短视频“关于双黄连的正解”就在快手、抖音等各大平台发布，视频向公众解读“抑制”不同于“预防”、滥用药物会带来的危害等，号召公众不信谣、不传谣、不哄抢、健康生活、科学抗疫，在应急科普中起到了良好的宣传效果。



图 2 科普短视频：“关于双黄连的正解”

2.2 传播高效性

在短视频时代，UGC（用户生产内容）的属性更为突出，众创、共享成为了特性。早期应急科普事件中，“广播”为主要传播形态，传播方多为权威媒体，呈现单向发布的特征；以抖音、快手为代表的短视频平台，每一个用户都可以成为分发者，也可以成为接收者，传播的主体不仅有官方媒体、专业科普机构，还包括民间科普达人、普通公众，传播更多地呈现出双向互动的模式。短视频平台的高度参与性使得短视频的生产和传播也更加高效。

据统计，在抖音平台由国家卫健委、应

急管理部、中国科协等 25 家部委机构发起的“战胜疫情 dou 行动”话题，截至 3 月 16 日，播放量超过 410 亿次，话题下不仅有国家卫生健康委员会官方账号“健康中国”权威发布的“新冠病毒感染肺炎诊断和治疗难点”短视频，也有公众发布的“居家科学健身、科学饮食”短视频等。在此次新冠肺炎疫情应急科普工作中，短视频通过 UGC、PGC（专业生产内容）、OGC（职业生产内容）共同发力，深刻践行了全民抗疫的高效性。



图 3 抖音话题：战胜疫情 dou 行动

2.3 形式多样性

从科普图文、广播到电视、视频，科普的形式随着技术的发展和公众需求的演进不断发生变化。纵览各个平台的优质科普短视频，其表达方式从来都不是单一或是范式化的，而是根据表达内容的不同、结合创作者的特质差异化呈现，包括真人解说类、动画动漫类、图文合成类、科普实验类、新闻片段类、模仿秀类、科普情景剧类，等等。

新冠肺炎疫情期间的科普短视频也呈现出多种表达形式“百花齐放”的态势。新闻

片段类短视频突出的是权威和快捷，例如，“健康中国”发布的短视频“红外线测温仪对身体有害吗”等；真人解说类短视频突出的是人格化和生活化，例如公安部交通管理局发布的“疫情期间，行车遇到安全检查需要注意的事项”等；科普动画类短视频突出的是生动和活泼，例如中国科技馆官方账号发布抗疫科普动画“拒绝舌尖上的野生动物”等，形式各异，各具特色。



图4 多种形式的抗击新冠肺炎疫情科普短视频

2.4 知识聚焦性

短视频长度以秒计数，相较于长视频而言，短视频单位时间内所承载的信息密度更高。短视频充分发挥了智能推送的精准传播功能，大视频拆条传播当前已经被广泛实践并收到良好效果^[17]。优质的科普短视频不是长视频的简单截取，而是精心策划、编辑后，在有限时长内实现清晰表达，将知识以知识点的形式进行呈现，更加聚焦，更便于用户获取、接受。此外，抖音、快手等短视频平台通过大数据、算法分发等新的传播技术，建立用户内容推荐机制，进行内容的分发和推荐，实现内容精准送达。

对于创作者而言，科普短视频不仅是传播知识的载体，还是相互交流的平台，在一定程度上实现了社群的功能；对用户而言，科普短视频以精准聚焦的内容，填补了碎片化的时间，直达“科普的最后一分钟”。

3 新冠肺炎疫情中科普短视频的分类及特征

新冠肺炎疫情期间，各媒体机构、科普组织、自媒体平台以及广大公众通过短视频平台发布了众多相关科普短视频，在“科学抗疫”中发挥了重要作用，根据其特征不同，主要包括以下几类。

3.1 信息发布类

信息类短视频的发布主要以“人民日报”“央视新闻”等权威新闻媒体账号为主，其主要内容是对于疫情相关新闻事件、人物等的报道，其主要特征体现在发布及时，以知识点聚焦化的形式第一时间呈现。例如“人民日报”官方抖音号2月10日发布的习近平总书记在调研指导新型冠状病毒肺炎疫情防控工作视频——“非常时期就不握手了！”既是纪实新闻报道，也是科学抗疫的身体力行。



图5 科普短视频：“非常时期就不握手了！”

3.2 科学解读类

新冠肺炎疫情期间，各种各样的科学事件、科学名词、科学术语等频频出现在公众

的视野中，新型冠状病毒作为科学界的一种新型病毒，公众对其更是缺乏认知。科学解读类短视频的主要内容就是对较为专业化的科学事件、名词、术语等进行普及化的二次加工，以更为通俗化的语言和生动活泼的形式进行呈现。科学解读类短视频的发布主要以“科普中国”“中国科技馆”“丁香医生”等专业科普机构为主，其主要特征是通过动画、情景剧、专家访谈等丰富形式，对某一知识点进行深入浅出的解读，使公众更易理解接受。例如“科普中国”发布的“抗新型冠状病毒疫苗为何如此难研发”的短视频，通过动画的形式向公众介绍了疫苗研发流程和难点，简洁明了。

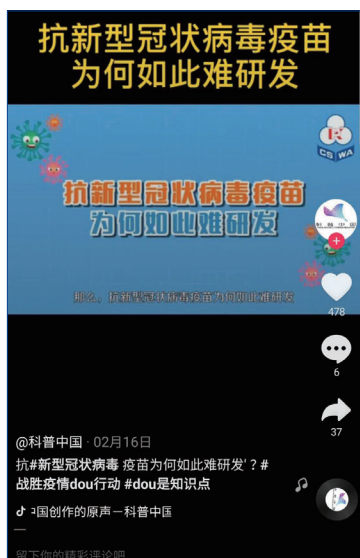


图 6 科普短视频：“抗新型冠状病毒疫苗为何如此难研发”

3.3 科学辟谣类

新冠肺炎疫情期间，各类谣言层出不穷，有引发全民疯抢的“双黄连事件”，有各种各样食物预防新冠病毒的流传，还有关于消毒杀菌的种种偏方，大到引发群体哄抢影响疫情防控，小到乱服滥用损害身体健康。网络谣言具有传播速度快、影响范围广、社会危害大等特点，科学辟谣类短视频在应急事件中发挥重要作用，此类短视频的特征主要体

现在知识点高度聚焦，其表现形式也为简单直接的“点题—破题”，直击痛点。例如“丁香医生”发布的一条短视频“用微波炉加热可以消毒口罩？”，视频开始就给出答案：“不能”，继而分析原因：“一是因为会破坏口罩内部结构；二是因为处理了医疗垃圾的微波炉或烤箱不能继续加热食物”，这条时长 13 秒的视频寥寥数句就完成了了一次科学辟谣，言简意赅。



图 7 科普短视频：“用微波炉加热可以消毒口罩？”

3.4 民众动员类

短视频拥有广泛的用户基础，民众动员类短视频充分体现了自媒体平台高参与、高交互的特征，在全民抗击疫情的奋战中发挥了重要的激励作用。此类短视频不仅包括“健康中国”以知识点形式剪辑发布的“国务院联防联控机制发布会”的精彩内容，还包括“草根”民众发布的坚持居家隔离的积极响应，这类视频不仅积极贯彻科学防疫措施，而且极大地鼓舞了民众士气。例如“澎湃新闻”发布的一条“硬核网红”医生张文宏讲“再闷两周，把病毒闷死”的短视频，瞬间引爆网络，深受网友喜爱。



图 8 科普短视频：“再闷两周，把病毒闷死”

4 科普短视频在应急事件传播中存在的问题

科普短视频作为应急科普的一种载体和手段，在新冠肺炎疫情期间发挥了重要作用，

但纵览疫情相关短视频的创作和传播，也存在若干问题。

4.1 应急科普资源的及时整合和发布问题

新冠肺炎疫情发生以来，各官媒及自媒体账号在以抖音、快手为代表的短视频平台频频发声，号召公众科学抗击疫情。笔者以“人民日报”、“健康中国”和“中国科技馆”官方抖音账号为代表，对疫情发生以来1—2月发布的疫情相关短视频情况进行了跟踪统计。表1可见三个账号视频发布量的爆发始于1月末，2月视频发布量达到日均5条左右。根据新冠肺炎疫情发展时间线梳理，在1月中上旬疫情已初见端倪之时，各平台并没有足够的相关视频对公众进行科学指引，表1中呈现的三个代表账号疫情相关视频发布情况，暴露出在应急事件中科普视频资源整合和发布不及时的问题。

表 1 “人民日报”“健康中国”和“中国科技馆”官方抖音账号 1—2 月疫情相关短视频发布情况统计

账号名称	视频发布时间	发布条数	内容概要
人民日报	1月20日	3	习近平对新型冠状病毒感染的肺炎作出重要指示
	1月21日	7	钟南山院士任国家卫健委高级别专家组组长
	1月22日	8	钟南山院士详解，根据目前资料，新型冠状病毒肺炎人传人
	1月23日	12	合理使用口罩及科学洗手等
	1月24日	13	疫情初期人传人、以及病毒是否对高温敏感的初期研判信息发布等
	1月20日—1月31日	109	武汉交通管制、医护人员风险、华南海鲜市场分离到病毒等信息
	2月1日—2月29日	176	疫情通报、新冠肺炎症状、火神山医院开建、医护人员驰援等
健康中国	1月20日—1月31日	109	以疫情初期的科学防护为主
	2月1日—2月29日	176	包括疫情信息发布、疫苗研制、方舱医院、科学防护的全方位信息
	1月26日	1	人民日报官方抖音号此阶段发布的全部视频均与新冠肺炎疫情相关
	1月28日	8	国家援鄂医疗队出征
中国科技馆	1月26日—1月31日	36	疫情期间如何做好防护措施、新冠肺炎疫情感染情况
	2月1日—2月29日	129	科学防控专家访谈、口罩使用、科学防护等的图文动画
	1月22日	1	疫情通报、国务院联防联控机制新闻发布会摘编、口罩使用指南、各类人群心理防护与调节科普动画等
	1月27日	1	科学预防新型冠状病毒肺炎科普动画
	1月28日	1	“抗击新型冠状病毒肺炎，我们在行动”科普动画
	1月29日	5	科技馆小哥哥在线教洗手
	1月31日	1	停课不停学居家实验视频
	1月22日—1月31日	10	拒绝舌尖上的野生动物科普动画
	2月1日—2月29日	140	以科普动画为主介绍新冠肺炎预防知识
			实拍科普辟谣类短视频、居家试验等

4.2 应急科普时效性与科学性的统筹问题

一般而言，科普视频的创作过程大致可分为“选题—论证—制作—审核—发布”五

个阶段，需要视频创作团队和科学家团队密切配合、通力协作才能够完成一条优质科普短视频的创作。在应急事件中，科普短视频

就是要与时间赛跑，与谣言较量，不仅要具有时效性，更要确保科学性。新冠病毒是一种新型病毒，相较于以往地震、火灾等应急科普工作而言，对于新冠病毒这种新生事物的科普工作更是难上加难，在科学界对一事物尚未有定论，而公众又极为关注之时，如何有效开展科普工作是此次新冠肺炎疫情应急事件面临的巨大挑战。此外，新冠肺炎疫情暴发于春节假期期间，这给科普机构与科学家群体之间的沟通协作也带来了一定的阻碍。

新冠肺炎疫情前期的科普短视频，大多集中在“口罩、洗手、居家隔离”等较为普及的选题，这些选题下的科普短视频较好地统筹了时效性与科学性。但随着事件的发展，公众希望了解更深层次的科普内容，这对创作具有更高科学性又兼具时效性的短视频提出了新的要求，也凸显出科普时效性与科学性的统筹问题。

5 科普短视频在应急事件中的传播建议

2005年，国务院办公厅印发《应急管理科普宣教工作总体实施方案》，2017年，科技部、中宣部联合制定《“十三五”国家科普和创新文化建设规划》，专门强调应急科普能力建设问题^[2]。在应急事件中，科普工作越来越受到各级部门的重视。在抗击新冠肺炎疫情期间，科普短视频发挥了重要作用，为进一步提升应急事件中科普短视频的传播效能，应当重点从以下几个方面进行改善。

5.1 完善应急科普短视频生产发布机制

从机制层面来讲，应当进一步完善应急科普短视频生产发布机制，针对不同类型的应急事件采取不同的处置方法。例如针对以往发生过的，如地震、火灾等常见应急事件，应当加强日常视频资源的储备和分类管理，在事件发生的第一时间进行精准检索、整合、

发布；对于新生应急事件，例如此次新冠肺炎疫情，应当建立针对此类事件的短视频生产发布机制，将信息遴选，内容筛查，专家咨询，视频制作、审核、发布、推广等一系列流程相统筹，及时有效地完成应急科普短视频内容的生产发布。

5.2 加强媒体、机构与科学家的协同机制

在应急科普工作中，科学家“有科难普”和媒介“能普缺科”的问题更为突出。因此应当进一步加强媒体、机构与科学家的协同机制，科普机构充分发挥科学家和媒介之间的桥梁和纽带作用，在应急科普短视频制作过程中，将科学家专业化的科学知识进行科普化的二次加工，便于公众更好地理解 and 接受。

例如，新冠肺炎疫情初期，“口罩”成为了一个热词，新闻上播报企业全力生产，可公众的切身感知是市面上依然口罩稀缺。中国科技馆创作的科普短视频《从石油到口罩》，以轻松的对话语言和丰富的视觉画面介绍了“原料加工、自动化生产、环氧乙烷杀菌、静置7天解析”的口罩生产全流程，通过科学的视角向公众解读“口罩暂时短缺”这一社会热点问题，有效缓解公众焦虑情绪，在应急科普工作中起到了非常好的传播效果。视频发布当日在快手短视频平台播放量超过600万，点赞数超过10万，公众反响热烈，表示：“没想到口罩生产有这么多流程，终于明白口罩为什么短缺，涨知识了！”

5.3 提升短视频品质，获得平台算法推优

“内容为王”是自媒体时代亘古不变的真理。短视频平台更是一个以算法为长的产品，例如抖音平台评价一条视频在流量池中的表现，会依据点赞量、评论量、转发量和完播率4个标准。唯有内容优质的短视频产品才能够被更多的用户观看、评论、点赞、转发，

继而获得平台更进一步的推荐。事实上,短视频更加考验创作者的策划和编创能力,优质的科普短视频应有效平衡“时长与内容”,要在有限时间内保持叙事和画面的完整性。

在各类应急事件中,优质科普短视频的作用更为重要,只有越来越多优质科普短视频在平台上广泛传播、被平台算法推优,才能够起到“良币驱逐劣币”的作用,使公众更多地触及科学知识、科学方法、科学思想、科学精神,形成“科学应对”的良性生态。

6 结语

在技术发展的推动下,以手机为代表的移动终端系统,使信息的生产和传播变得更加便捷,5G时代的到来,更将实现短视频发展的跃迁。在新冠肺炎疫情应急事件中,科普短视频不仅是官媒发布信息的渠道,还是公众交互发声的平台,在全社会的共同努力下,助力打赢“科学抗疫”攻坚战。未来,科普短视频必将在应急事件中发挥更强的传播功能,承担更多社会责任。

参考文献

- [1] 中华人民共和国国务院. 中华人民共和国突发事件应对法(主席令第六十九号)[EB/OL]. (2007-08-30)[2020-02-29]. http://www.gov.cn/flfg/2007-08/30/content_732593.htm.
- [2] 王明, 杨家英, 郑念. 关于健全国家应急科普机制的思考和建议[J]. 中国应急管理, 2019(8): 38-39.
- [3] 短视频. 百度百科[EB/OL]. [2020-05-18]. <https://baike.baidu.com/item/%E7%9F%AD%E8%A7%86%E9%A2%91/20596678?fr=aladdin>.
- [4] 冷淞. 论短视频对传统电视新媒体化赋能的独特性[J]. 现代传播, 2019(10): 115-119.
- [5] 黄楚新, 朱常华. 短视频在突发公共事件中的功能与作用——以新冠肺炎疫情信息传播为例[J]. 视听界, 2020(2): 55-59.
- [6] 张蕾. 新冠肺炎疫情期间媒体辟谣平台的运作逻辑与社会价值[J]. 传媒, 2020(3): 79-82.
- [7] 周荣庭, 柏江竹. 新冠肺炎疫情下科技馆线上应急科普路径设计——以中国科技馆为例[J]. 科普研究, 2020(1): 91-98.
- [8] 胡俊平, 钟琦. 新冠肺炎疫情期间口罩主题短视频的科学传播特点及启示[J]. 科普研究, 2020(1): 79-84.
- [9] 陈兴蜀, 常天祐, 王海舟, 等. 基于微博数据的“新冠肺炎疫情”舆情演化时空分析[J]. 四川大学学报(自然科学版), 2020(3): 409-416.
- [10] 微播易: 2020年1月短视频行业动态报告[EB/OL]. (2020-02-24)[2020-05-27]. <http://www.199it.com/archives/1010416.html>.
- [11] 中共中央网络安全和信息化委员会办公室, 中华人民共和国国家互联网信息办公室, 中国互联网信息中心. 第44次《中国互联网络发展状况统计报告》[R]. 北京: 中国互联网信息中心, 2019.
- [12] 2019抖音数据报告发布: 用户数持续增长 日活超4亿[EB/OL]. (2020-01-06)[2020-05-09]. <http://internet.cnmo.com/news/676490.html>.
- [13] 《2019快手内容报告》全景解读: 3亿+日活后的“多面快手”[EB/OL]. (2020-03-06)[2020-05-09]. <https://www.chinaz.com/2020/0306/1115385.shtml>.
- [14] 董潇潇. 短视频行业发展的新情况与新特点[J]. 传媒, 2019(9): 48-50.
- [15] 姚科技. 快手全面扶持知识创作者 平均每条知识视频获得1万播放[EB/OL]. (2019-11-29)[2020-03-13]. <https://www.jianshu.com/p/a135e3218b5d>.
- [16] 杨维东, 曹兰. 社交媒体时代突发事件的舆情治理新范式[J]. 传播, 2018(7): 64-167.
- [17] 冷淞. 从“融”到“合”: 论电视艺术新媒体化的“四维驱动”[J]. 现代传播, 2018(11): 103-107.

(编辑 张英姿)

Research on the Community Emergency Science Popularization Mechanism in the COVID-19 Epidemic from the Perspective of Social Capital Theory

Zhang Nan¹ Pan Lin² Zhou Rongting¹

(Department of Science and Technology Communication and Policy, University of Science and Technology of China, Hefei 230026)¹

(Anhui Provincial Party School, Hefei 230022)²

Abstract: Based on the research framework of social capital theory and the actual situation of the interview of the frontline staff of community science popularization, the community emergency science popularization mechanism is constructed from the three dimensions of community trust, community network, and community norms, and the specific connotation of the three dimensions is further discussed. At the same time, based on the actual situation of community epidemic prevention and control, Four countermeasures for community emergency science popularization are proposed: promoting the normalization of emergency science popularization; integrating community resources in order to contribute and share benefits; focusing on the participation of community residents; choosing science popularization communication channels appropriately to further improve the capacity and level of community emergency science popularization.

Keywords: social capital theory; community emergency science popularization; COVID-19 Epidemic

CLC Numbers: N4 **Document Code:** A **DOI:** 10.19293/j.cnki.1673-8357.2020.05.003

Analysis on Communication of Science Short Videos in Emergency Events: Taking COVID-19 Epidemic as an Example

Hao Qianqian

(China Science and Technology Museum, Beijing 100012)

Abstract: During COVID-19 epidemic emergency events, science short videos have played an important role in anti-epidemic in a scientific way with characteristics of timely production, efficient dissemination, diverse forms and focused knowledge. This paper analyzes the communication advantages of science short videos in COVID-19 epidemic, works out their classification and characteristics, clarifies the problems and puts forward suggestions that efforts be further made to perfect production release mechanism, strengthen coordination mechanism of media, institutions and scientists, and improve quality of contents for science short videos to take up more social responsibilities.

Keywords: science communication; short video; emergency event; COVID-19

CLC Numbers: G206 **Document Code:** A **DOI:** 10.19293/j.cnki.1673-8357.2020.05.004