

基于时事热点创作的科普微视频的实践应用研究

——以《雅安地震特辑》为例

李雅箐 郭璐

(中国科学技术大学科技传播与科技政策系, 合肥 230026)

[摘要] 随着微媒体的快速发展, 微视频在科普中将发挥重要的作用。本文结合案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, 并针对科普微视频发展中存在的问题提出解决方案。

[关键词] 科普 微视频 问题 对策

[中图分类号] G2 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1673-8357 (2014) 03-0075-05

A Study on Application and Practice of Scientific Micro Video Developed Based on the Hot Events: Taking the Album of Ya'an Earthquake as an Example

Li Yazheng Guo Lu

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

Abstract: Nowadays, as the rapid development of micro media, micro video may play an important role in Science Popularization. Based on the case study, the research will analyze the characteristics, development status and network communication effect of scientific micro video, which is developed based on the hot event. What's more, some strategies will be put forward to solve the problems existing in the development of scientific micro video.

Keywords: science popularization; micro video; problems; strategies

CLC Numbers: G2 **Document Code:** A **Article ID:** 1673-8357 (2014) 03-0075-05

如今, 随着微博、社交网络等新媒体平台的发展和广泛普及, 以及微小说、微漫画等微文化的兴起, 我们真正进入了“超视像”的微媒体时代。微视频作为一种短而精的内容载

体越来越受到人们的关注, 已成为微媒体时代的一种视频文化潮流^[1]。与此同时, 互联网上也出现了不少以动画形式呈现的科普微视频, 如雅安地震发生后飞碟说及时推出的地震科

收稿日期: 2013-10-10

作者简介: 李雅箐, 中国科学技术大学科技传播与科技政策系博士研究生, 主要研究方向为科技传播、网络新媒体、数字科普, Email: yazheng@mail.ustc.edu.cn;
郭璐, 中国科学技术大学科技传播与科技政策系硕士研究生, 主要研究方向为科技传播、网络新媒体、网络出版, Email: guolu@mail.ustc.edu.cn。

普系列《雅安地震特辑》，取得了不错的传播效果。微视频，尤其是基于时事热点内容创作的科普动画式微视频，以其新颖另类的内容、短而精的形式和及时快捷的传播特点，将成为互联网新媒体时代网络科普的新利器，在我国科普工作中发挥独特的作用。

1 科普微视频概述

1.1 科普微视频的概念

微视频一般是指播放时长介于3~5分钟的视频，内容广泛，视频形态多样，适合于所有终端，尤其是手机、平板电脑等移动媒体终端浏览和展示。其视频形态可涵盖小电影、纪录短片、DV短片、动画短片、视频剪辑、广告片段等。

本文研究的科普微视频，主要是指基于时事热点内容创作的、通过互联网传播的科普动画式微视频。即，微视频的内容是基于时事热点的，其制作多采用flash动画技术，而非视频录制或剪辑；视频内容具有科普性、教育性，能达到一定科学普及效果；视频的传播载体是互联网或者移动互联网。

1.2 科普微视频的发展

目前，互联网上出现的科普微视频迎合了互联网微文化的发展需求。科普微视频源于近几年互联网上比较火热的flash微动画视频，这些视频多采用flash动画形式呈现，视频内容多涉及人们关注的时事热点，如明恩传媒动画微视频系列和飞碟说系列。这些动画微视频内容策划风格追求新颖个性，多采用夸张、暗示、影射、调侃的犀利表达方式；视频呈现形式生动有趣、丰富多变，且画面切换快，涵盖信息量大；视频配音解说语速快，解说生动有趣；视频短而精，长度一般在2~5分钟左右，便于快速传播。从某种意义上讲，动画的特性更适合于科普宣传^[2]。

动画微视频一经推出便受到了网民的关注和喜爱，其中早期的部分视频已涉及了有关科普方面的内容，如明恩传媒推出的《微杀手》以生动有趣的内容向受众普及了结核杆菌的相关知识^[3]。但动画微视频的内容多数还只

是迎合人们关注的社会热点，未能真正发挥其科普新功能。就本文所指的具有科普功能的动画微视频而言，最具代表性的是雅安地震发生后出现的地震科普系列《雅安地震特辑》。

《雅安地震特辑》是一个名为飞碟说的网络视频制作发布团队，在“4·20雅安地震”发生后快速推出的地震科普系列视频。飞碟说团队秉承“质疑也是一种关注，科普也是一种力量”的理念，从地震发生后的4月22日开始，连续5天每天发布一个2~3分钟左右的地震科普视频。《雅安地震特辑》的5个视频推出后，短短十几天后仅在优酷的播放总量达到673万多次，支持率超过了90%，取得了让人惊叹的传播效果。视频内容紧密结合雅安地震，采用生动的动画呈现内容，向受众普及地震知识，既有尖锐质疑，也有人文关怀。其以紧跟热点的内容策划，惊人的制作速度，精良的制作效果，赢得了网民的一致好评。飞碟说的《雅安地震特辑》堪称动画微视频紧跟时事热点发挥科普新功能树立了一个里程碑。

随着新媒体的快速发展，以及越来越多的微视频制作团队的加入，科普微视频将在网络科普和应急科普中发挥重要的作用。

2 科普微视频的特点

微视频的“微”主要在其“短”和“精”。微视频的出现及其“普众化”，意味着我们真正进入了“超视像”的媒体时代。而本文所指的基于时事热点创作的科普微视频作为微视频的一种，紧跟时事热点，具有更鲜明的特点。

2.1 紧跟时事热点，具有及时性

基于时事热点内容创作的科普微视频，因其紧跟时事热点，能够在时事热点的广泛关注下得到更好的传播效果，并能及时地通过短而精的视频传达具有及时性的相关科普知识，如飞碟说的《雅安地震特辑》便是在雅安地震关注度最高时期推出的。因而可以说，此类科普微视频具有一定的及时性，能够把握受众的关注需求，从而达到及时、真切、相关度高的科

普效果。

2.2 内容生动有趣，具有趣味性

科普微视频多采用 flash 动画技术实现，丰富多变的视觉呈现形式，使得视频内容生动有趣，较视频录制或剪辑形式更具趣味性。《雅安地震特辑》虽然是在讲述与地震这种灾难有关的内容，但其丰富多变的视觉呈现极具吸引力，这也是其得以广泛传播的重要原因之一。在时事热点高度关注期，只有更具吸引力的内容才能在众多相关信息内容中脱颖而出，因而采用生动的动画形式来传达内容，能够更有效地吸引受众的关注度。

2.3 承载科学知识，具有科学性

当然，科普微视频最大的特点是其承载有一定的科学知识，具有科学性。科学性在科普微视频中的体现，应当区别于一般的科普作品，其科普功能应当是在关注时事热点之后体现的，即应该以关注热点问题、讲述时事内容为前提，并在其中自然而然地呈现相关科学知识，达到潜移默化的科普传播效果。

2.4 视频时长短，便于网络传播

科普微视频的时长一般比较短，多在 5 分钟以内。在微博、微信、社交网络等社交媒体盛行的新媒体时代，短小微视频能使网络用户更快速欣赏视频内容，把握视频精髓，因而更具人际传播优势。因此，采用微视频的形式来进行网络科普具有得天独厚的优势。

2.5 内容精炼个性，策划水平要求高

从目前网络上广为传播的科普微视频来看，视频的内容都非常精炼而具有个性，这是动画式微视频的特点：节奏快，内容虽短而丰富。这就对视频的策划人员提出了非常高的要求，只有能够在大量信息中通过提炼、浓缩才能制作出高水平的科普微视频。此外，基于时

事热点的科普微视频又要有一定的及时性，因而必须在事件发生过程中做到能快速策划视频内容，快速完成制作并发布，这就更增加了其策划的难度。

3 科普微视频的网络传播效果分析

《雅安地震特辑》共 5 个，总时长 11 分钟 44 秒，分别为“为什么又是四川？”（04-22 期）、“你的房子抗震吗？”（04-23 期）、“张衡真的 NB 吗？”（04-24 期）、“中国地震局在干嘛？”（04-25 期）、“你准备何时忘记雅安？”（04-26 期）。本文主要分析《雅安地震特辑》在优酷网上的传播情况，详细分析如下。

3.1 各期视频在优酷网上的传播情况分析

截至 2013 年 7 月 12 日，《雅安地震特辑》系列的 5 个视频，共被播放超过 800 万次，单期视频的最大播放数超过了 200 万，平均每期播放数达到 1 658 986 次，可粗略估计该特辑的受众规模超过了 160 万，这么大的受众规模是普通科普形式所不能企及的，因而可以看出其取得了很好的网络传播影响力，见表 1。

此外，从好评率来看，整体好评率达到了 94.7%，可见《雅安地震特辑》的视频内容得到了受众的认可，传播反馈效果非常好。

再者，从站外引用来看，《雅安地震特辑》共有 579 509 次站外引用，可见其内容不仅得到了很好的反馈效果，还使受众能够主动进行人际传播。另外，从优酷网中国网络视频指数平台的数据来看，站外引用较多的平台为新浪微博、人人网、QQ 空间等社交媒体，这体现了科普微视频适合通过人际传播形式进行网络传播的特点。

3.2 各期视频在优酷网上的播放指数趋势分析

从图 1 可以看出，《雅安地震特辑》视频

表 1 《雅安地震特辑》优酷网上网络传播数据表
(截至 2013-07-12-18: 30)

视频名称	播放次数 (次)	站外引用次数 (次)	顶贴数 (次)	踩贴数 (次)	好评率 (%)
为什么又是四川?	2 206 208	54 660	9 174	1 020	90.0
你的房子抗震吗?	1 141 608	67 734	8 665	408	95.5
张衡真的 NB 吗?	1 624 616	81 085	10 661	503	95.5
中国地震局在干嘛?	2 381 271	230 015	26 029	1 475	94.6
你准备何时忘记雅安?	941 228	146 015	12 930	384	97.1
总计	8 294 931	579 509	67 459	3 790	94.7

充分发挥了基于时事热点内容创作的科普微视频的传播优势：在时事热点关注期视频受关注度明显高于后期。可见，基于时事热点内容创作的科普微视频一定要具有一定时效性，从而印证了此类微视频要由具有很强策划能力和创作能力的专业团队，紧跟时事热点来创作发布才能取得很好的网络传播效果。

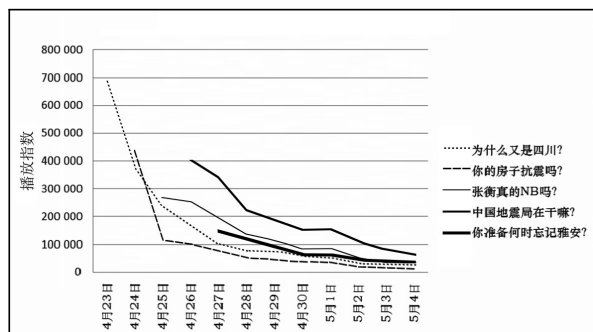


图1《雅安地震特辑》优酷网上播放指数趋势图

4 科普微视频的创作和传播推广模式

目前，科普微视频的创作还处于初期阶段，并未形成一定市场规模。其创作模式多为专业微视频创作团队偶尔推出一些科普微视频，其经营模式为创作团队按照用户需求收费创作，或自己出资创作后通过与网络平台合作，通过授予播映权来收取一定费用。其中明恩传媒的《微杀手》采用的便是为需求用户收费创作的，其需求客户为盖茨基金会；《雅安地震特辑》采用的是独自创作后与网络平台合作的形式，其由飞碟说视频创作团队创作，后与优酷网合作，授予优酷网独家播放权。

科普微视频的传播渠道多为视频网络平台，如通过优酷网、土豆网等视频网站发布视频作品，通过社交网络人际分享模式逐步增加影响力，最终形成大众传播的效果，见图2。

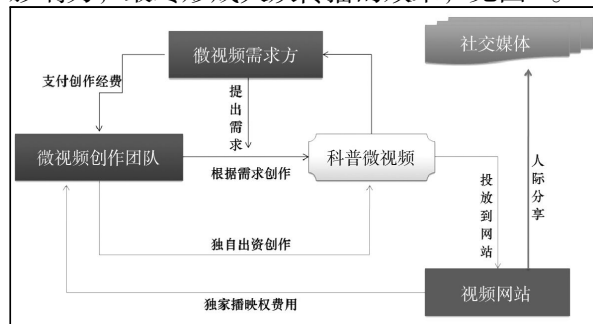


图2 科普微视频的创作模式和传播推广模式

5 推动科普微视频发展的对策建议

目前，微视频的发展已随着新媒体的快速发展逐步成为视像时代的潮流，然而科普微视频因专业团队欠缺，创作资金投入不足，市场盈利模式不乐观等原因尚未广泛推广和快速发展。针对科普微视频的创作和传播特点，以及存在的问题，本文提出如下对策建议，以期能推动科普微视频在科普工作中的应用和发展。

5.1 政府、企业和社会组织多方参与，加大政策和资源支持力度

科普微视频虽具有科普功能，但目前尚未成为科普主流形式，因而并未得到如其他科普工作的政府资金投入和相关政策支持。目前出现的部分科普微视频多为视频创作团队根据市场需求或自身创作需求的自发行为，这就限制了科普微视频的大规模发展。此外，因科普微视频的市场需求和盈利模式并不清晰，科普微视频并不能完全根据市场规律得以可持续发展。

针对此问题，我国科普相关政府部门应当给予科普微视频一定扶持，比如设立专项资金，成立社会热点科普工作小组，制定相关政策，鼓励科普微视频的发展。此外，针对诸如地震、洪涝等灾害性事件，还可鼓励社会公益基金参与支持基于时事热点内容创作的科普微视频，以公益促进科普微视频的创作发展。

再者，各大视频网站也应承担一定的社会责任，通过联合创作等形式，扶持优秀的微视频创作团队针对时事热点进行科普微视频的创作，并借助自身的平台优势，推动科普微视频的网络传播。只有政府和社会团体的共同参与和支持，才能使科普微视频得以快速可持续发展。

5.2 鼓励科普专业人员参与创作，提高科普微视频的内容质量

科普微视频对视频内容的策划要求比较高，目前，国内有关微视频创作的技术手段已较为成熟，但具有较高科普微视频策划能力的人才队伍还较为欠缺，且很少有专业的科普人员参与，这就使得科普微视频内容的科学性有所欠缺。

针对此问题，应多鼓励科学家和科技工
 （下转第96页）

启发。例如《麦克斯韦》原书里有一句“1868年深秋，麦克斯韦满载着各国科学家的友情，回到英国。格伦莱庄园正是一派丰收景象，小麦熟透了，在阳光下金灿灿的，农民们正忙着收割。”编辑质疑有问题：“冬小麦5月底6月底收获，春小麦收获的季节不是很清楚，尤其是在英国的情况，请核对。”我从来没有想过这个问题，一下愣住了，难道30年前写

《电波之父麦克斯韦》时，我是想当然的？英国的秋天究竟是不是收割麦子的季节？我又没有机会马上去英国格伦莱实地考察。最后终于在“99期货网”上查到：“2012年9月21日，英国冬小麦收割接近尾声。”这就对了。

创作的点滴体会，乐在其中。讲得远了，就此打住。

(责任编辑 谢小军)

(上接第78页)

作者投身科普微视频的创作队伍中，可由科协等科普机构建立科普微视频策划人才库，在遇到突发事件时，启动创作机制，使更专业的科普人才参与到科普微视频的策划中去，以保证科普微视频所传播的内容具有科学性。

此外，在政府和社会组织的扶持带动下，微视频创作团队应意识到科普微视频的市场前景和社会效益，有远见地培养一批科普微视频策划和制作的专业人才。只有专业科普人才与微视频开发团队联合起来，才能创作出更多优秀的科普微视频，充分发挥微视频的科普新功能。

5.3 鼓励资源共享，多媒介推广，拓宽科普微视频的传播渠道

鉴于科普微视频内容策划要求高、时效性较强，能够在社会热点期发挥很好的辟谣和相关知识科普的功能，应当鼓励更多的大众传媒共享这一科普资源，使科普微视频能够面向更多的社会公众传播。然而，目前科普微视频主要通过网络平台来进行传播和推广，网络传播虽然更适合短小精悍的科普微视频，却也限制

了其受众人群和规模。在地震、洪涝灾害、科学谣言等社会热点事件发生时，电视媒体的受众到达率更高，更能充分发挥科普微视频的大众科普功能。

可由科协等科普机构联合优酷网等网络平台、央视科教频道等电视媒体建设科普微视频资源共享平台，向社会公众和科普微视频专业创作团队征集针对某一社会热点的科普微视频，将所征集的科普微视频资源集中管理和再编辑，并整合网络视频平台、电视媒体资源、社区科普屏媒等传播媒介，在社会热点期向社会公众多媒介联动传播，以达到社会科普影响力的最大化。

参考文献

- [1] 刘琼. 产业化时代网络微视频商业性与艺术性的平衡[J]. 社会科学家, 2013, (1): 133-136.
- [2] 路盛章. 科普与动漫[J]. 科普研究, 2011, 6(4): 23-25+31.
- [3] 《微杀手》防治结核病公益短片[EB/OL]. [2012-03-27]. <http://www.guokr.com/post/128196/>.

(责任编辑 颜燕)