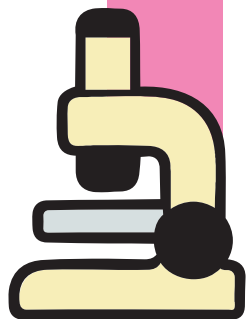




把『高冷』的物理讲得『活灵活现』

中国科学院物理研究所为啥这么会『唠科』？(一)



5月16日,中国科学院物理研究所(简称物理所)开放日当天,“中二所”B站账号照例全程做了直播。实验、讲座、机器人表演,镜头跟着人群在各个区域穿梭,线上直播累计观看量突破了800万。对许多无法来北京现场的科学爱好者而言,手机屏幕就是另一扇敞开的实验室大门。

不过,开放日一年只有一次。怎样让物理所的大门,在其余364天里也开着?



中国科学院物理研究所开放日当天,观众排队等待进入趣味科普游戏区。新华每日电讯记者 雷琨 摄



“中科院物理所”微信公众号主页截图。



把实验室“搬”进手机

2014年,物理所准备开设微信公众号。当时,“85后”成蒙刚刚博士毕业留所,在综合处负责科普工作。任务落到他和几位同事手上,大家首先考虑的,并不是更新频率和粉丝数量,而是另一个更根本的问题:一家国家级科研机构,到底该在网上说什么、该怎么说?

如果只是把官网上的科研成果换个地方发布,事情并不难。物理所从来不缺新进展,但类似《基于超导量子处理器的希尔伯特空间碎片化研究》的科研成果,足以让多数普通读者望而却步。

“物理研究的就是世间万物运行的规律。”成蒙觉得,生活中处处有物理,它本就与每个人有关,不应总以“高冷”的面目出现。

“我们当时就想做一点尝试,改变语态。”

经过反复讨论,他们决定用官方账号发布更多接地气的科普内容。账号不

再只面向物理专业人士,也要面向中小学生、大学生和普通科学爱好者。除了分享科研动态,他们还想讲讲日常生活里随处可见却很少被认真追问的现象。

当年11月,物理所微信公众号正式上线。最初一年多,账号主要由成蒙一人运营。找选题、约稿、编稿、排版、发布,常常一个人从头做到尾。后来,越来越多研究生加入,一支研究生小编团队逐渐形成。

这些年轻人平时做实验、写论文,科研之外,他们找选题、查资料、写文章,“像个大社团”。

成蒙把“中二所”的气质概括为“学生气”。

它并不是青涩之气,而是一种没有被磨平的好奇心。年初,电影《镖人》热映,他们一本正经地从物理学角度研究,咬掉一侧箭羽是否真能“拐着弯”射中目标;看到用久了的铝盆底是彩色的,他们会琢磨那层斑斓从何而来……

问题一旦冒出来,就可能进入选题库。

账号的栏目,也慢慢多了起来。专门发布最新科研进展的栏目叫“进展”,标题不刻意降低专业浓度;每周六更新的“正经玩”,则把锅碗瓢盆、蔬菜叶片变成实验器材,目前已经“玩”了500多期……

有一期,小编用菠菜叶和清水演示怎样吹出泡泡。照片一张张列出步骤,像一场迷你实验,也像在邀请孩子把厨房临时变成实验室。

有时,科普并非从一篇文章开始,而只是源于评论区的一句玩笑。

一次,有网友发布女儿搭叠叠乐积木的视频。物理所账号小编跑去留言,让她“做个受力分析”。见孩子一时没能分析出来,小编又拍了一段视频,认真讲解积木为什么能保持平衡。

这种互动,不像传统的单向知识科普,更像一个懂物理的朋友凑过来,先和你开句玩笑,再陪你把问题想明白。



全网粉丝超过1300万

朋友在隔着屏幕和你“唠科”。

同样是在2019年,一段曹则贤讲课视频,被小编从教学素材里剪了出来。身为量子力学、低温等离子体等领域的研究者,他在黑板前熟练运用电磁学原理分析“两情若是久长时,又岂在朝朝暮暮”,随后笑着奉劝学生,“同学们呐,可别信这个话!”

小编给视频配上的文案也很有意思:“物理没学好,谈个恋爱都费劲!”视频一发出,迅速刷屏,单条点赞超过250万,浏览量超6500万,物理所抖音账号粉丝也因此突破100万大关。

曹则贤后来成了整个物理所新媒体矩阵的熟面孔以及“流量密码”。他从没参与过账号的运营,那些爆火的视频切片,都是“中二所”小编从他的授课视频中精心截取的。

这也构成了“中二所”内容生产的一种

常态:科研人员负责研究和讲述,年轻小编寻找其中能激发公众共鸣的传播点。有人提供专业深度,有人理解网络语境;有人在讲台上讲几个小时,有人从中找出几十秒,再配上一句能让年轻人停下手指的文案。

到后来,这支队伍逐渐扩展到70多名学生小编,分布在不同课题组。账号也从最初的微信公众号,延伸到抖音、B站等平台,形成全网粉丝超过1300万的科普矩阵。

不过,成蒙说,从创办账号之初“我们就没有功利心”,如今的流量和热度,更像是无心插柳的惊喜。物理所没有给团队设定创收任务,也没有要求他们必须追逐热点。账号能走到今天,靠的不是一套预先设计好的“流量公式”,而是一群研究物理的人,愿意把自己看到的世界讲给更多人听。

新华每日电讯记者 雷琨 刘晶瑶 马笑非