

短视频与知识传播 研究报告

知识的普惠

引言

信息创造价值。在信息创造的诸多价值中，传播知识尤其是向大众传播知识具有最深远的意义，因其关乎科技创新、社会进步与文明传承。

公众知识素养与人类命运紧密相连。2018年9月，世界公众科学素质促进大会首次在北京举行，大会聚焦科学素质与人类命运共同体的主题，将科学知识普及与科技创新放在同等重要的地位上进行讨论。中国科协党组书记、中国科学院院士怀进鹏在大会的报告中提到，“科学普及和科技创新同等重要，二者都是集中体现人类智慧的创造性劳动，都关乎人民幸福、国家发展和人类文明进步。”

早在2016年2月，国务院办公厅就印发了《全民科学素质行动计划纲要实施方案（2016—2020年）》，对“十三五”期间我国公民科学素质实现跨越提升作出总体部署。几年间，媒体环境发生了快速的变化，人工智能技术被广泛应用在资讯分发领域，短视频平台兴起。资讯平台、短视频平台的社会责任内涵越来越丰富，其中的重要一条就是，利用好平台的影响力，助力知识的传播。

传统的知识传播环境下，我们建立学校、课堂让知识薪火相传。在短视频时代，知识不再只是象牙塔里的大部头，还是飞入寻常百姓家的堂前燕，提升着每一个普通老百姓的物质与精神生活的质量。知识在“回归”，回归为一个个易于动手的实验、引人入胜的故事和个性鲜明的讲述者。移动网络与短视频的普及，使得知识的传播从未如此生动、高效与普惠。

在当下这个时代，多样的媒介工具应当被充分利用，以实现知识的普惠。短视频平台是其中一个重要的助力者——传播知识，记录美好生活。

01	从精英化到大众化：知识的大众传播历程	04
	● 文字时代：精英化的知识生产与传播	
	● 短视频时代：大众化的知识生产与传播	
02	短视频知识传播的现状	08
	● 知识的“热”传播	
	● 丰富的知识地图	
03	短视频知识传播的特征	19
	● 知识传播的即时化	
	● 知识呈现的人格化	
	● 隐性知识的显性化	
	● 复杂知识的通俗化	
04	短视频知识传播的价值	32
	● 点亮兴趣 / Spark	
	● 拓展边界 / Expand	
	● 焕新观念 / Erase	
	● 动手参与 / Do-it	
05	附录	39

报告提要

1. 从文字到短视频，知识的大众传播历经了精英化到大众化的转变。以短视频为纽带的知识分享和连接，助力知识生产和传播的大众化，推动了知识的普惠。

2. 作为一种新兴媒介，短视频为知识的普惠提供了两方面的条件：

● **一方面，短视频让更多人参与到知识的生产中，知识的边界得以拓展。**

由于短视频制作的便捷和低门槛，加之民众文化教育水平的普遍提高，普通人参与创作的热情被充分激发，不同背景的人都能够发挥所长，传递经验与知识；而直观的拍摄手法、口语在大众知识传播中的“回归”，使得过去不易用文字表达的个人生活经验及技巧也能被呈现。短视频时代，知识传播的人格化、隐性知识的显性化，让知识地图得到极大丰富，知识的活力在集体智慧中迸发。

● **另一方面，短视频形式打破知识传播和理解的壁垒，同时以社交为纽带进行共享，让知识可以触达更多的人。**

通过生动直观、寓教于乐的亲民方式，知识的获取和理解门槛降低，以往的传播壁垒被打破。从长形式到短形式，以“点”传播知识符合现代多数人的媒介消费习惯，更利于知识的获取。而智能推荐机制，也使得从过去的“人找知识”，到“知识找人”，人们可以各得所需。

3. 过去一年来，知识类内容如雨后春笋般迅速增加，广受用户的欢迎，知识类大 V 正在成为新的“网红”。“冷”知识的“热”传播，反映了短视频传播知识正在成为一种新的趋势。

4. 在具体的知识传播实践中，短视频的知识普惠主要分为“普及”和“惠及”两个过程：

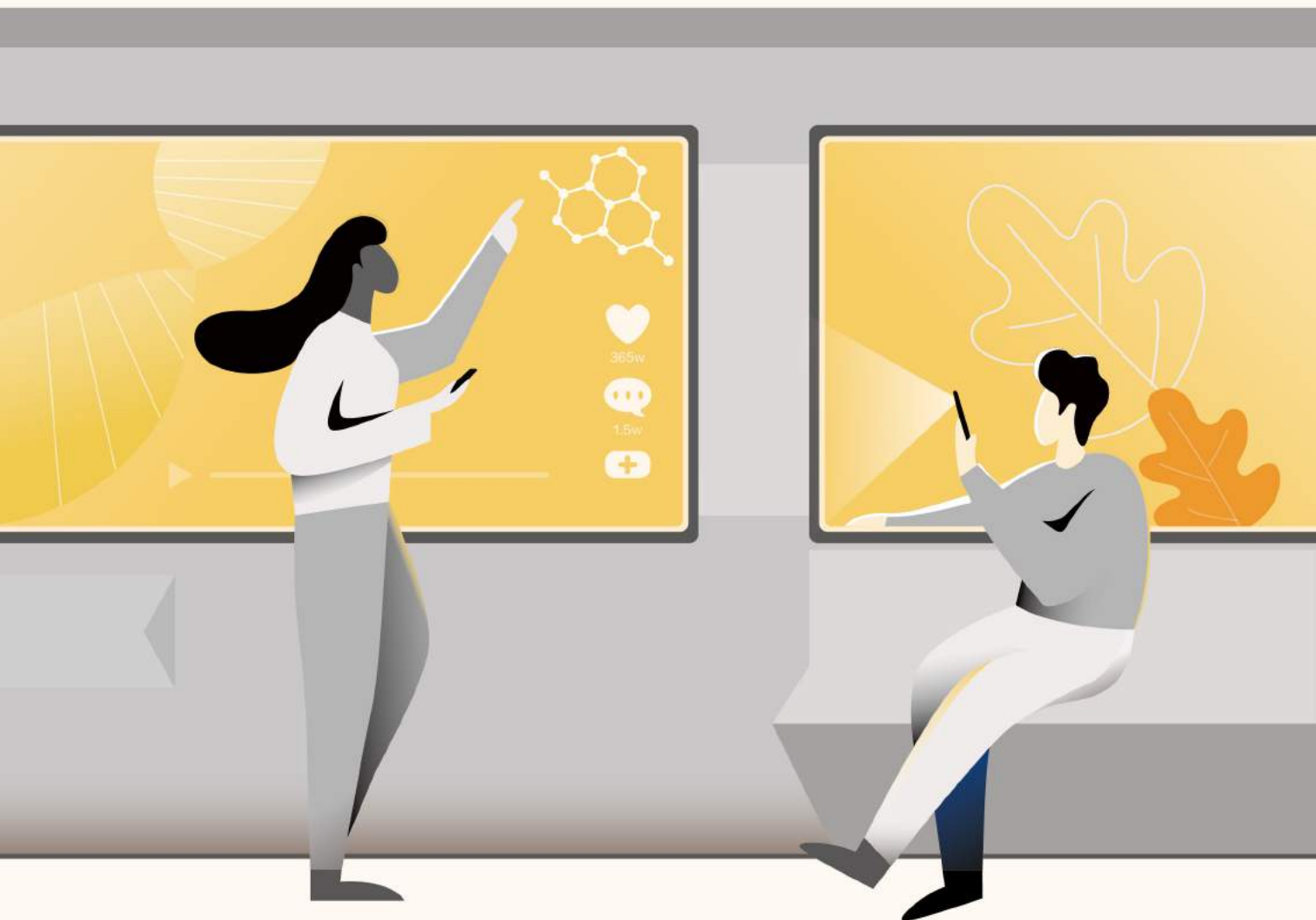
● **知识的普及：**从特征上看，短视频传播知识的核心在于：让更多的知识被传播，同时让知识触达更多的人，推动知识的“普及”。它主要表现在：知识传播的即时化、知识呈现的人格化、隐性知识的显性化、复杂知识的通俗化。

● **知识的惠及：**从价值上看，好的知识类短视频可以产生“种子”效应（SEED），用知识“惠及”大众。它包括：点亮兴趣（spark）、拓展边界（expand）、改变观念（erase）和动手参与（do-it）。它在人们心中播种下一颗饱含生命力的知识种子，在人们更多的主动探索和实践生根发芽。

01 从精英化到大众化：知识的大众传播历程

从文字到短视频，知识的大众传播历经了精英化到大众化的转变。

文字时代，知识的生产和传播主要掌握在少数人的手中，对识字能力和文化背景的要求，也将很多普通人挡在了知识的门外。以短视频为纽带的知识分享和连接，助力知识生产和传播的大众化，推动了知识的普惠。

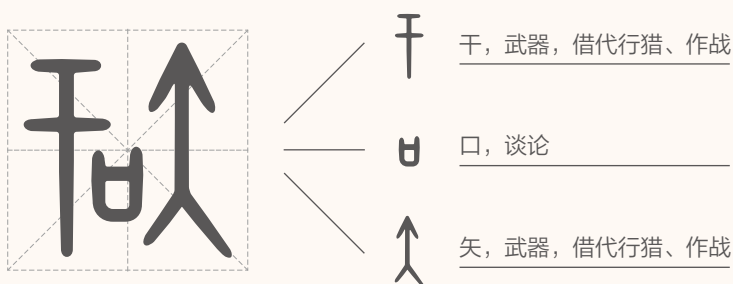


1-1 文字时代：精英化的知识生产与传播

知识的保存与传播，离不开媒介。在人类文明的早期，群居的人们依靠口口相传，实现知识与经验的传承。

汉语中，最早的“知识”二字，便是当时人和知识关系的缩影。

“知”（甲骨文）：表示谈论和传授行猎、作战的经验。在远古时代，弯弓使箭是成年人的基本常识和重要经验。



“识”（金文）：表示辨认武器



可见，知识和人类的日常生活密不可分。个体的实践和交流，是知识生产和传播的必要条件。

在没有存储技术的当时，口语的流动完全依赖于人本身。直到文字出现，具象的事物被抽象为文字符号，知识传播得以“去人化”，突破了时间和空间的限制。从人际传播走向大众传播，知识作为一种生产力，极大地推动了人类的发展和社会的进步。

由于纸本身的静态性、有限性和成本性，知识的存在方式相对“固化”，传播速度有限。只有经过筛选的“精品”知识才能进入书本，知识的生产和传播主要掌握在少数人的手中。对识字能力和文化背景的要求，也将很多普通人挡在了知识的门外。

随着视听媒体的发展（广播、电视、电影等），声音和画面被“复活”，知识的传播形式变得丰富和立体。曾经被文字抽象的事物被重新具象化，以人为载体的口语传播，开始重新回归到知识传播的场景之中。但由于制作门槛高，它依然在少数人的手中。

“主题的境界是纸张境界的结果。”

——戴维·温伯格《知识的边界》

1-2 短视频时代：大众化的知识生产与传播

随着时代的发展，大众的文化教育水平得到提高，参与到知识传播的能力也比以往提升。而互联网的出现，给便捷的分享和广阔的连接提供了更多的可能。

一方面，知识的生产关系发生了变化，每个人都可以参与到知识的生产 and 传播之中，知识的图谱被大大丰富；另一方面，移动互联网使得知识的获取更加便捷，扩大了非正式学习¹的空间——今天，知识变得生活化。我们与知识的相遇，除了“被传授”，也可以是日常的主动搜索和选择，甚至是不期而遇。

当视听媒体遇上互联网，短视频应运而生。凭借丰富的视听、充分的参与、简短的形式、便捷的制作，短视频成为了一种喜闻乐见、老少皆宜的媒介形式，并且开始成为知识传播的重要渠道。

¹ 注：非正式学习，指在非正式学习时间和场所、包括日常生活中发生的获取知识的方式，与发生于学校、机构等的“正式学习”相对应。

一方面，短视频形式让知识变得更易于理解。

传统的知识讲述，往往是面孔严肃和千篇一律的，并且存在一定的理解门槛。而短视频通过生动直观、寓教于乐的亲民方式，将原本一方人所专长的知识“方言”，翻译成为了能够通行的“普通话”，打破了知识的传播壁垒。它的形式之短，符合现代多数人的媒介消费习惯。智能推荐机制，也使得从过去的“人找知识”，到“知识找人”，人们可以各得所需。而短视频的简明、趣味和互动性，激发人们进一步转发、分享的意愿。

另一方面，短视频制作的便捷和低门槛，激发了普通人参与创作的热情。

不同背景的人都能够发挥所长，传递经验与知识——在象牙塔的学者和来自民间的智者得以同框，那些没有被纳入教科书的知识也得以传播。这极大丰富了参与创作的主体，扩大了知识地图，让知识的活力在集体智慧中迸发。

从这个意义上来说，以短视频为纽带进行的知识分享和连接，其本质是知识的普惠。

案例：短视频的知识普惠与教育扶贫

11月15日，字节跳动开展“抖音公开课”教育扶贫活动，邀请三位抖音知名科普大V“大科学家来了”、“柴知道”和“地球村讲解员”，深度走访贵州省“益童乐园”站点（阿妹戚托、普安、贵阳）。

活动现场，科普大V以抖音视频为“教具”，用寓教于乐的形式向当地学龄儿童现场讲授地理、生物、天文等学科的科普知识，激发孩子们的学习兴趣，带领他们一起打开认识大自然和人类的全新窗口。此外，科普大V还现场教孩子们进行内容创作，一起合拍完成新颖有趣的短视频。

既是学习者，也是创作者——以短视频为纽带的公益实践，给促进贫困地区儿童综合素质的提升提供了新的方式。

02 短视频知识传播的现状

过去一年来，抖音平台上海量的知识内容广受用户欢迎。知识类短视频的平均播放量、点赞量、作者粉丝数等，都远高于站内平均水平。知识类大V正在成为新的“网红”。

知识生产和传播的主体扩大，知识的地图更加丰富——“冷”知识的“热”传播，反映了短视频传播知识正在成为一种新的趋势。



一条题为“现行世界地图有太多假象”的抖音短视频，收获了 185.4 万个赞，播放量累计超过 4760 万，并且获得了其他用户的好评：“长知识了”“万万没想到格陵兰其实没有那么大”“以前课上教过的不记得了，不过你一说我就能理解”。该视频创作者“地球村讲解员”，专注科普天文地理知识，抖音是他目前进行科普传播的唯一平台。从 2018 年 7 月发布第一条视频以来（截至 12 月 8 日），已经收获 468.2 万粉丝，作品累计获赞超过 2000 万，累计播放量超过 5 亿。



抖音扫码看视频

地球村讲解员：

现行的世界地图，有太多假象
点赞：185.4w



在当下热门的抖音短视频平台，知识类短视频正在成为内容生态中一道亮眼的“风景”。短视频媒介将如何影响人与知识的关系？它的知识传播具有什么特征和价值？本报告将结合抖音短视频的知识传播案例，进行讨论。

2-1 知识的“热”传播

抖音上，像“地球村讲解员”这样的案例还有很多。过去一年来，知识类内容如雨后春笋般迅速增加，广受用户的欢迎，知识类大 V 正在成为新的“网红”。

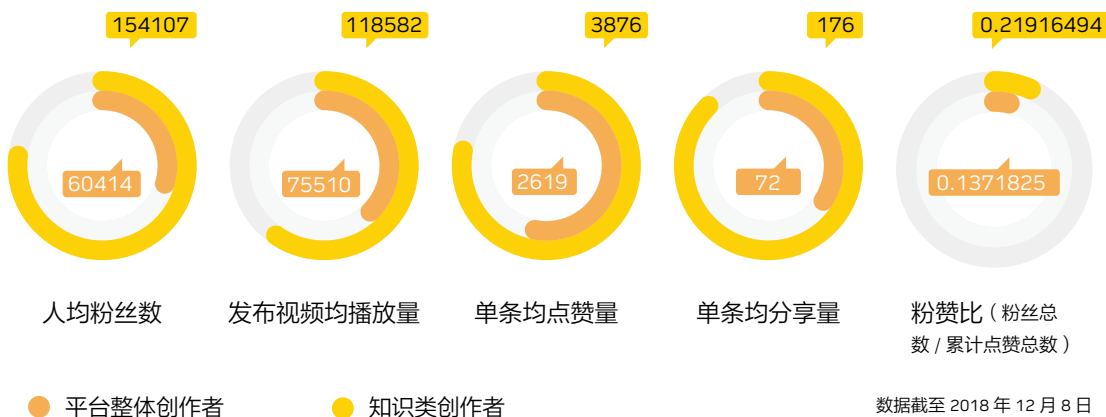
“冷”知识的“热”传播，反映了短视频传播知识正在成为一种新的趋势。

截至 2018 年 12 月 8 日，抖音上粉丝过万的知识类创作者近 1.8 万个，累计发布超过 300 万知识类短视频，累计播放量超过 3388 亿。

与平台整体相比，万粉知识类作者所发布的视频，条均播放量和分享量都远高于整体的平均水平；人均粉丝数是平均线的两倍，超过 15 万。可见知识类内容受到用户的欢迎。

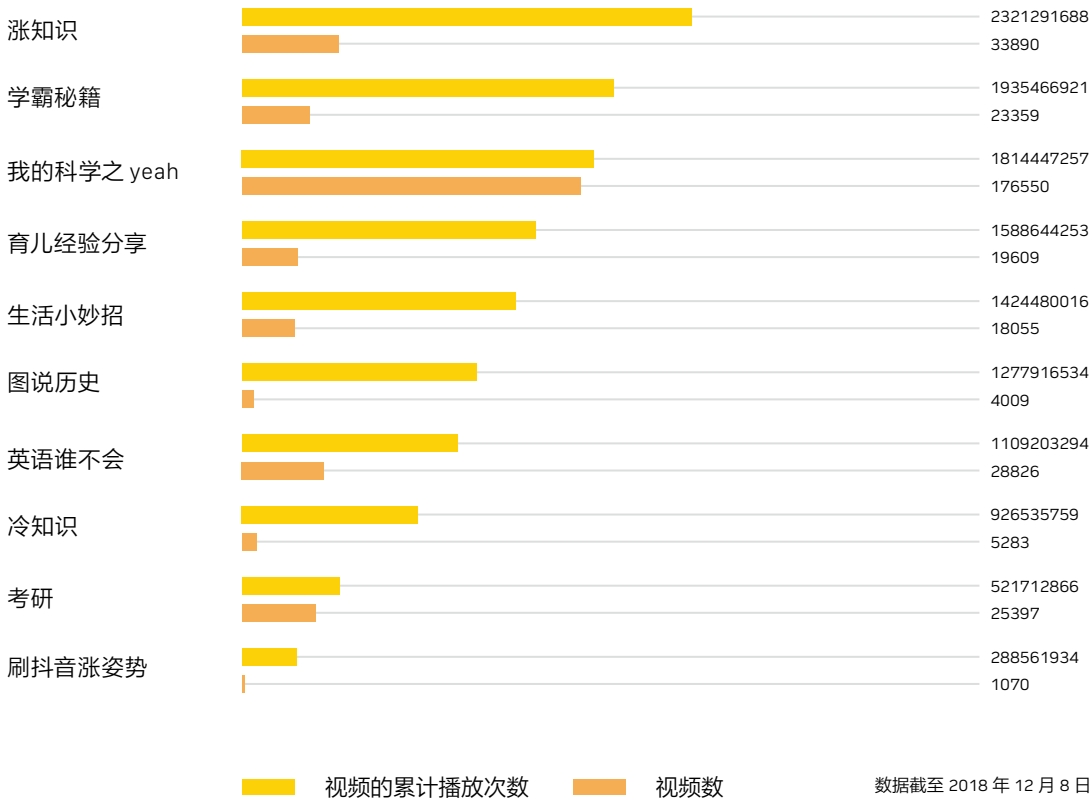
从粉赞比（即粉丝数 / 累计点赞数，可用来衡量有效粉丝转化效果）来看，知识类作者也远高于平均线。在以智能推荐为主的抖音平台上，用户的主动关注行为背后是持续跟进内容的意愿，这说明知识类内容往往有更好的粉丝沉淀力。

抖音万粉知识作者数据情况



抖音热门知识话题 TOP10 数据 / 按累计播放量排序

平台上的热门知识话题 TOP10，话题累计播放量都过亿。



2-2 丰富的知识地图

过往的媒介有容量的限制，被沉淀下来的知识必须经过挑选，知识的流动也存在边界。短视频平台上，知识传播主体的进一步扩大。知识的边界被拓展，人们的知识地图更加丰富，知识传播生态展现出了勃勃的生机。

知识地图之：内容

从具体内容上看，目前抖音平台上的知识类短视频主要分为以下六类：

科普类：

自然科普、人文科普、健康科普、安全科普、法律科普、传统文化等

考学类：

K12 教育、本科教育、研究生教育等

才艺类：

声乐教学、书法教学、舞蹈教学、手工教程、画画教程、摄影教程等

职场类：

自我成长、职业技能、处事哲学、理财知识等

生活类：

生活窍门、美食教程、健身知识、妆搭知识、养宠知识、家装常识、园艺知识等

母婴育儿类：

育儿常识、早教知识、亲子教育等



考学类

[illegible]

才艺类

[illegible]

生活类

[illegible]

母婴
育儿类

[illegible]

六大类知识短视频的数据对比

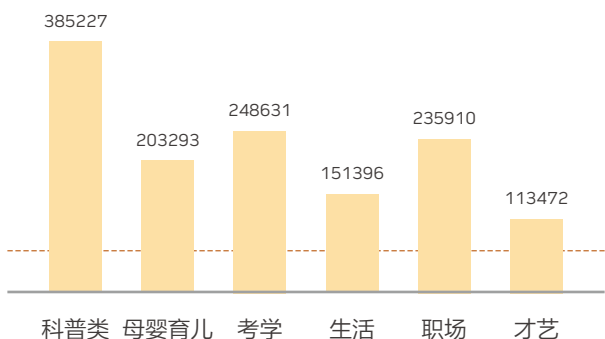
数据截至 2018 年 12 月 8 日

核心发现

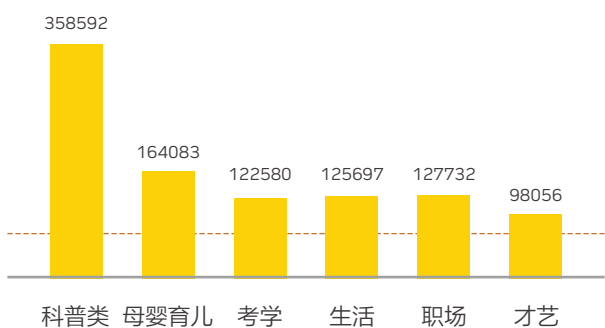
1. 科普类内容最受欢迎——视频播放和点赞量最高，作者人均粉丝数也最高。
2. 越“硬核”的知识，越吸粉——科普类和考学类知识作者的人均粉丝数最高。
3. 母婴育儿类知识分享最高，才艺类知识分享最低——母婴育儿类知识与社会关系更紧密，才艺类知识与个人兴趣点更相关。
4. 生活类知识和才艺类知识数量最多。

六类知识的传播数据对比

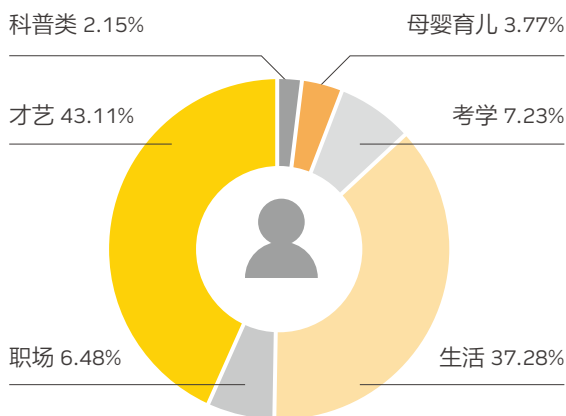
万粉作者均粉丝数



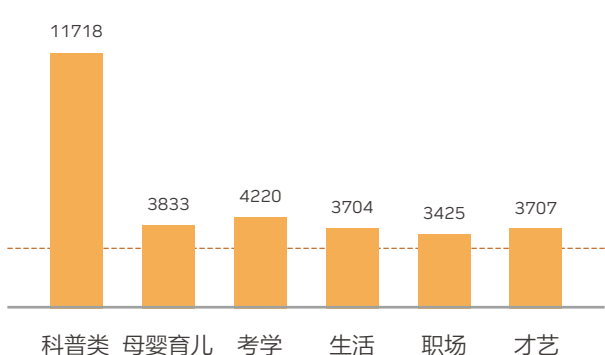
平均播放量



六类知识的作者数量分布



平均点赞量



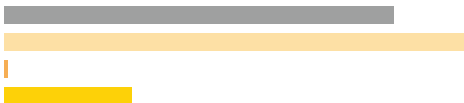









TOP10 科普短视频 / 按累计播放量排序

累计 vv

累计点赞次数

累计分享次数

累计评论次数

1	中国最后一位压寨夫人杨丙莲，年近百岁容貌仍惊艳世人，眼神清澈如少女！想看年轻照的点小心心了		100145395 3974006 7561 32828
2	极简单的一招防身术，一点点力气就能放倒对方，女生也能轻易做到		95324518 2670814 54360 54233
3	接吻到底有什么好处？来～看看你都猜对了吗？		84961460 2533292 865922 73598
4	那些让人匪夷所思的名人关系，金庸是徐志摩表弟，还把他写进小说。 # 简直不要太惊喜 @ 抖音小助手		62965883 2526564 119524 38144
5	为什么情侣在一起久了会越来越像呢？		58246008 1850325 228547 31541
6	现行的世界地图 有太多假象		47653218 2540331 39760 27867
7	先飞到宇宙边缘再飞进原子核。 # 带你去旅行 @ 抖音小助手		37146889 2980191 50515 100267
8	停止吸烟后，身体会发生什么？ @ 抖音小助手		36178570 1473532 261025 51509
9	不可一世的食人鱼也有天敌，见到就完蛋（上）# 刷抖音涨姿势		32574191 410924 1310 19873
10	人类突然消失，地球凉不凉？修正开头，鲸鱼约会。@ 超纲冷知识		26669650 1803859 17146 41207



知识地图之：学习者

小至肉眼看不见的原子，大到容纳浩渺星河的宇宙；从一道奥数的解题思路，到白 T 恤变黄的应对办法……知识类短视频的内容如此丰富，不同人都可以满足自己的知识需求。

以青少年为例。根据《2017 年世界儿童状况》“U- 报告（U-Report）”显示：在问题“你喜欢互联网上的哪些内容”下，40% 的受调查青少年和青年选择学业或健康方面的知识，24% 选择掌握在学校学不到的技能（该报告统计覆盖全世界 24 个国家，共收到 6.3 万份回复）。

你喜欢互联网上的哪些内容？

学业或健康方面的知识

掌握在学校学不到的技能



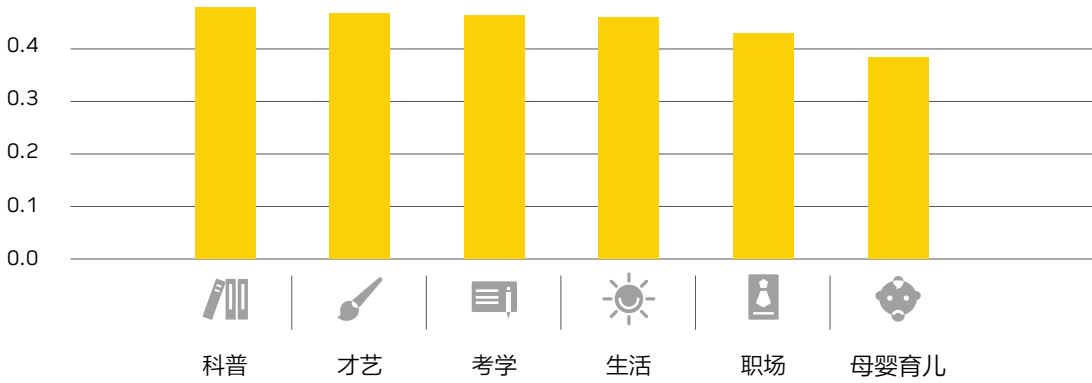
“掌握在学校学不到的技能”对于印度尼西亚（47%），布隆迪（35%）和巴西（34%）等国的学生来说尤其重要。



《中国未成年人互联网运用和阅读实践报告（2017~2018）》也表明：在放松休息之外，在线学习成为青少年上网主要目的。在线的自主学习、互动学习已经成为青少年重要的学习方式。

在青少年观看的知识类短视频中，排名前三的依次为：科普——才艺——考学。

不同类型知识短视频在青少年群体中的渗透率



抖音扫码看视频

人类知识采集员:

野外自救指南
点赞: 139.1w



抖音扫码看视频

小样手抄报:

国庆节手抄报
点赞: 131.3w



抖音扫码看视频

池老师趣解小学数学:

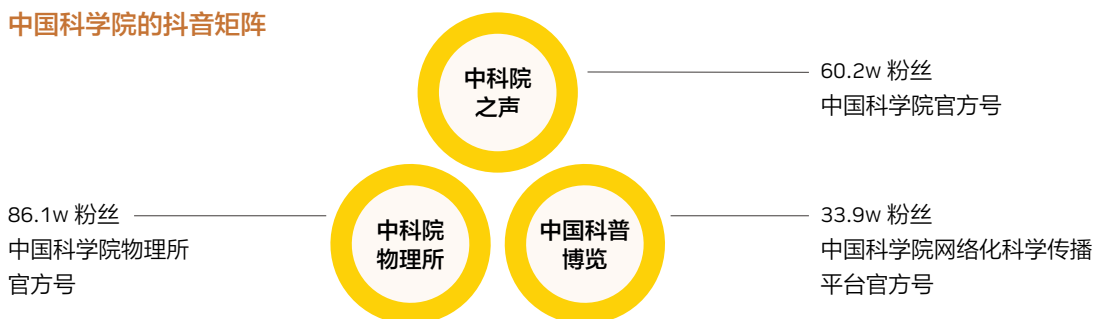
没学方程怎解“鸡兔同笼”
点赞: 4.1w

知识地图之：传播者

“科抖”：科普先行者的新风景

短视频的丰富表现力和抖音天然的流量基础，吸引了从事科学传播多年的专业机构入驻。在抖音上，这场科普之旅驶入了新的风景：通过趣味的实验和互动，这些官方抖音号传达了科学的美与生命力，激发广大受众（尤其是年轻用户）探索科学的热情。

中国科学院的抖音矩阵



中国科技馆——“神奇实验室” / 35w 粉丝

2018 年 9 月，中国科技馆等全国 42 家科技场馆集体入驻抖音，并发起话题挑战“我的科学之 yeah”，累计播放量超过 18 亿。

“神奇实验室”（中国科技馆官方抖音号）点赞量最高的一条视频是海底火山的实验，通过红色素模拟水中的火山爆发。



果壳网——“酷炫实验室” / 72.8w 粉丝

“酷炫实验室”是果壳旗下专注做科学实验的抖音号，以演示类实验的方式介绍各种有趣的科学知识。



神奇实验室：
海底火山实验
点赞：49.9w

抖音扫码看视频

“我们是今年 3 月份的时候开通了酷炫实验室的抖音账号。抖音的流量确实很大，一条视频就可以获得十几万的点赞。大概今年四月份的时候我们这个团队就开始主力做抖音了。”

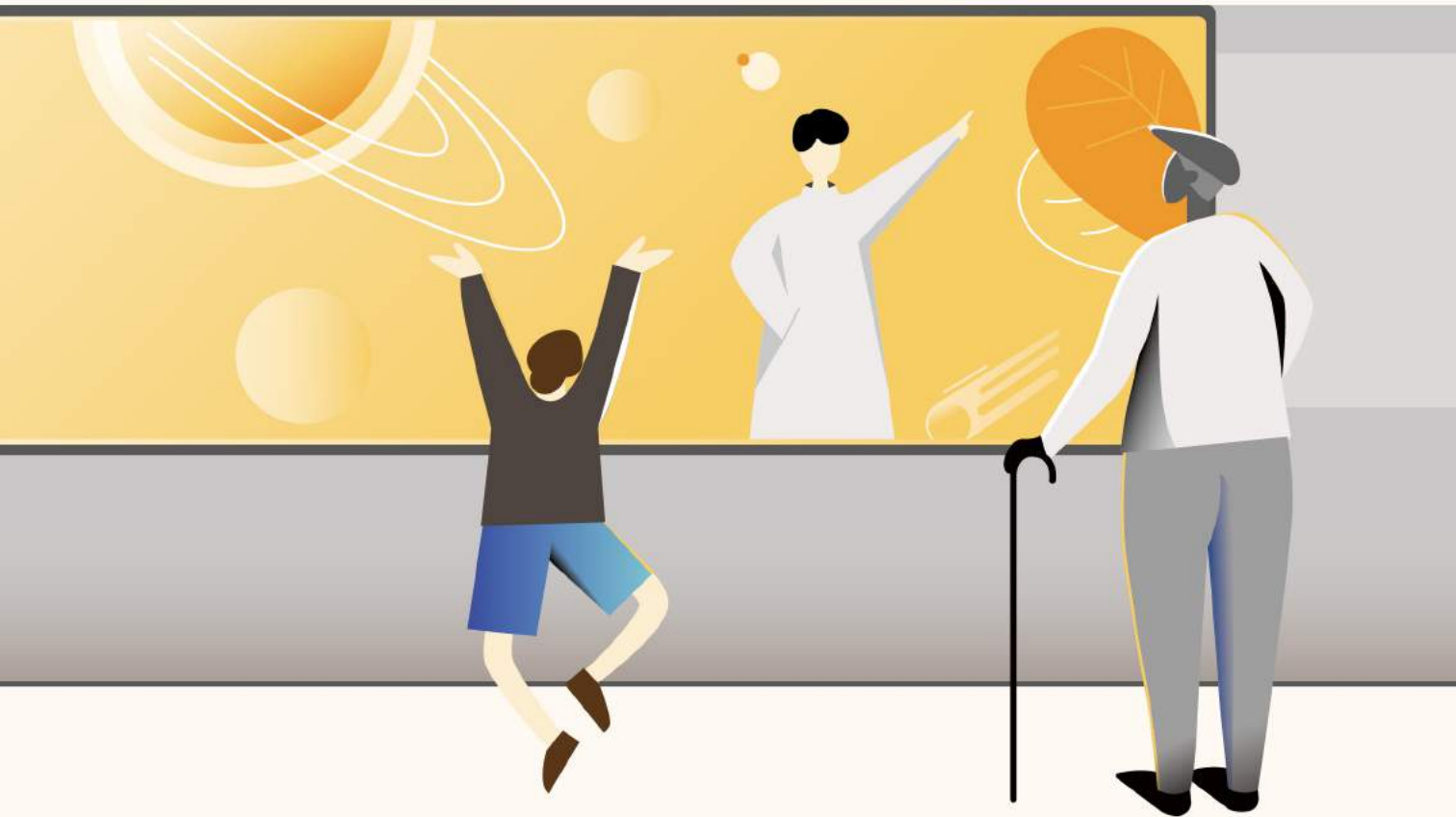
——酷炫实验室

03 短视频知识传播的特征

短视频传播知识的核心在于：让更多的知识被传播，同时让知识触达更多的人，实现知识的普及。

短视频时代，知识传播出现了以下四个主要特征：

- 知识传播的即时化
- 知识呈现的人格化
- 隐性知识的显性化
- 复杂知识的通俗化



从长形式到短形式，从单一感官到视听结合，短视频的媒体特征直接影响了知识的呈现和传播。

基于抖音上的知识传播案例发现，短视频时代的知识传播出现了四个主要特征：知识传播的即时化、知识呈现的人格化、隐性知识的显性化、复杂知识的通俗化。通过让更多的知识被传播、让知识触达更多的人，短视频推动了知识的“普及”。

3-1 知识传播的即时化

从长形式到短形式，知识的长度和节奏发生了变化。以短视频呈现的知识更加凝练、“轻量”和触手可及。

一方面，有限的时长和丰富的表现力，使得短视频非常适合用于展现知识最精华的部分，起到点亮兴趣、激发学习者进一步深入的作用。换言之，它更多呈现的是“一本书的目录”，而非“整本书的内容”。另一方面，时间的碎片化是现代社会的普遍特征。短视频给随时随地的学习带来了可能，人们可以充分利用生活中的一切碎片时间获得新知识（例如排队的片刻），实现“时间的复利”。

一项来自麻省理工学院的实证研究发现，视频长度对参与度的影响很大。在长度为 0-3 分钟、3-6 分钟、6-9 分钟、9-12 分钟、12-40 分钟的五种视频中，时长最短的视频（0-3 分钟）参与度最高，75% 的学生都看到了视频四分之三处²。

² 麻省理工学院计算机科学与人工智能实验室的 Philip J. Guo 和 Juho Kim《视频制作如何影响学生参与度：慕课视频的实证研究》

孙志立（抖音名：英语影视配音员 孙志立）是英语教师出身，从事英语线下和线上教学多年。现如今在抖音进行英语口语和听力教学。

Q：有人认为短视频传播知识是碎片化的，您如何看待这个观点？

A：其实，在我看来，对“碎片化”的认识应该更新。事实上，不论通过哪种形式学习，知识的获取都是碎片化和循序渐进的，没有人能在一个时间内获得所有的内容，也不能“一口吃成个胖子”。短视频

其实是更方便地渗透到人们的生活中了。在我看来，抖音像是一本书的目录，而不是整本书的内容，它起到了知识检索的作用。在抖音上，你可以短时间内接触到这个人最精华、最有意思的内容。如果你真的很感兴趣，可以去搜索更多，甚至拜师学艺。从这个东西上来说，抖音其实是提高了知识传播的效率。

短视频的“短”，并不是长视频的简单缩短。由于长度的改变，短视频在信息的传播上呈现出了独有的节奏和规律。如何在 15 秒到 1 分钟的有限时间内进行知识的有效传播、做到以“短”见长？关键在于“点”到为止。

首先，“短”即是“精”，短视频往往凸显一个明晰的知识点。如果把长视频比作一堂课，那么短视频更像是这节课中的知识点。在有限的时间内，提炼核心的知识点进行讲述，比起混杂多个信息点更有利于知识的理解和记忆。正如同大分子物质，要通过消化成小分子，才能被人体吸收。

“作为博巴的‘妈妈’，其实我的初心是用明快的画面、简单的语言让用户可以学习到一些有趣的知识点。比如：宇宙是什么颜色？为什么吃辣会流鼻涕？鱼也能在水中淹死吗？”

——科普类作者 博巴知识星球



抖音扫码看视频

博巴知识星球：
你知道蚊子
为啥只咬你吗？
点赞：54.5w

其次，短视频往往开门见山、快速切入主题。它的内容编排紧凑，没有冗长的前奏和铺垫，充分利用讲述知识的每一秒。

以“短”见长的真正意义在于，它提高了知识的传播效率，符合碎片化传播环境下信息的接收习惯。既让学习者在短时间内接触到这个领域或这位作者最精华的内容，起到了索引和目录的作用；同时也让学习者感受到知识的伴随性。以短视频为载体的知识，不是一顿耗时长、相当饱腹的正餐，更像是可以即开即吃、一口尝到滋味的点心。

“‘刷视频’的这种模式决定了发布者必须靠自己的特长，在几秒钟之内抓住观众的心。我见过一些用户，总想生搬硬套此前模式。比如，在短视频中依然套用‘引入、阐发、收尾’这种看似‘铺平垫稳’的叙事逻辑，其实这只能令人生厌。”

回头看我所有受欢迎的英语短视频，全都是三秒内引入，十五秒之内讲清一个知识点（或让受众体会到欣喜、惊讶等情绪），然后两三秒收尾的这种结构；一定要在内容上巧妙安排，时间上科学把握，还要在知识上深入浅出，事事处处为用户的观看体验和学习效果考虑。”

——英语影视配音员 孙志立



抖音扫码看视频

英语影视配音员 孙志立：
如何在听力
练习中适应较快的语速？
点赞：17.0w

3-2 知识呈现的人格化

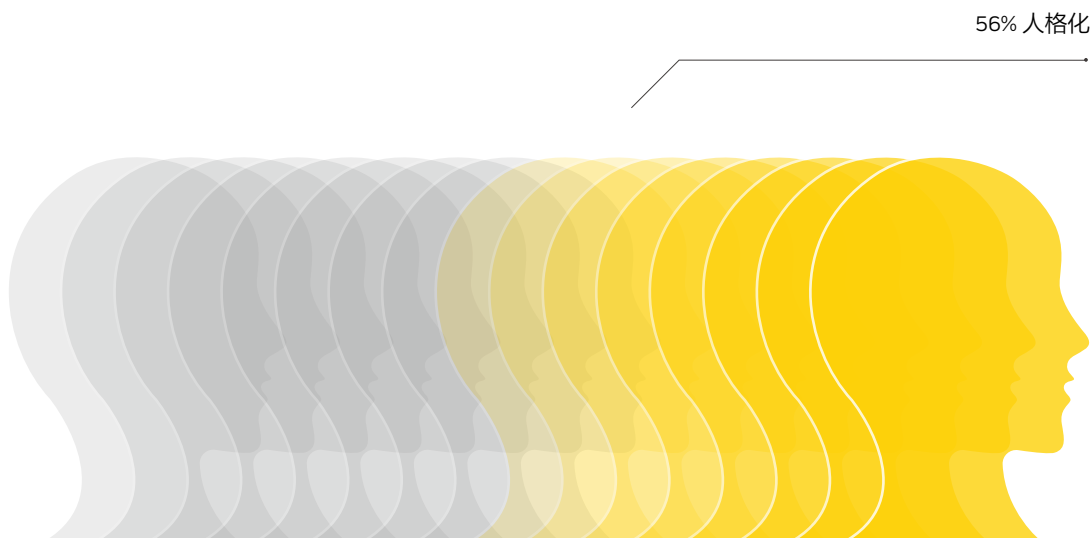
以短视频为媒介的知识传播，呈现出人格化的特征。知识类大V正在成为新的“网红”。

一方面，知识的呈现变得更加具象。因文字的抽象性而“去人化”的知识，得以回到“人”本身。以人为载体的口语传播，也重新回归到知识传播的场景中。

比起文字，视频是更加自然和直观的交互方式。它“还原”了早期孔子或苏格拉底传播知识时的人际场景，将图像、声音等与人有关的生动线索“复活”。知识因可见的“人”而具有温度。

短视频平台上，讲述者本身成为了知识的一部分。他们拥有鲜明的社会角色、兴趣特长或性格特征，以出镜或出声的方式进行讲述。人格化的讲述者，往往更容易吸引受众。

粉丝数排名前 100 的知识类创作者中，56 个都是人格化。



数据解读：在抖音粉丝数排名前 100 的知识类创作者中，56 个都是以人格化的方式呈现。一方面，短视频让知识呈现的人格化成为可能；另一方面，在以智能推荐为主的信息流中，“人脸”的露出往往会增加区分度和记忆点，营造亲密感，引发用户的持续关注。

另一方面，借由短视频媒介，不同背景的个体都可以参与到知识的生产与传播中，知识的内涵和种类得到极大的丰富和拓展。

在知识类创作者中，既有传道受业解惑的职业教师，也有过去很难向其他人传递个体知识的普通人。在抖音上，他们各有所长，传播的知识也因人而异。而借由人格化的呈现与社交媒体的传播，以往有限传播的个体知识，能够插上翅膀飞往远方。

案例

在抖音上，有一个汇聚“各路大牛”的话题——“15秒学会一个新技能”。从手工、绘画、乐器，到美食、健身、街舞等，用户积极分享和传授自己的技能与特长。

截至2019年1月1日，该话题已经有超过2万的投稿数，累计播放量超过4.7亿。



案例－“云课”：走出象牙塔的学者

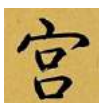
抖音上热门的名师视频表明，学术同样很“吸粉”。通往象牙塔的路是有限的，视频平台提供了一个“云上课”的通道。而在抖音上，这些名师变得更加亲切可爱，让更多的受众感觉到他们人格和学术的魅力。



Dr. 魏 / 北大心理学教授 /
116.3w 粉丝



戴建业 / 华中师大中文教授 /
167.9w 粉丝



只露声音的宫殿君 / 大学历史老师 /
168.8w 粉丝



超星名师讲坛 /
350.9w 粉丝

除了名师的个人抖音号，讲课现场的短视频也很受欢迎。复旦大学哲学系教授陈果的幸福哲学课，最近成为站内的热门内容。

这些例子启发我们：有时候，不是知识本身艰深，而是知识没有远行的车票。被束之高阁，不是知识的必然命运。

案例－荟萃：各授所长的知识达人

短视频媒介的发展，改变了知识的生产关系。在以往，“老师”是一个特殊的群体；而短视频平台的开放性和低门槛，让每个有能力的个体都能成为某一方面的“老师”。随着越来越多的个人用户主动自发地传播知识，抖音平台的知识地图得到了极大的丰富。



抖音扫码看视频



抖音扫码看视频

有着丰富日常生活经验的普通人

- 辣妈艾小鑫 / 养生育儿 / 281.9w 粉丝
- 爱生活的 Tom 哥 / 生活技巧 / 183.3w 粉丝
- 生活达人蒋小喵 / 生活技巧 / 224.7w 粉丝

在各自兴趣领域深耕的达人

- 阿宝带你玩吉他 ~ / 吉他电子琴教学, 136.5w 粉丝
- 坤哥玩花卉 / 园艺师 / 356.7w 粉丝



来自不同职业领域的专业人士

- 英语影视配音员 孙志立 / 英语配音演员、英语教师 / 398.1w 粉丝
- 多保鱼选保险 / 保险自媒体人 / 204.9w 粉丝
- 房博 / 国家金牌导游员 / 62.2w 粉丝
- 仲昭金 Adam / 国际级体重管理师 / 559.8w 粉丝



抖音扫码看视频



3-3 隐性知识的显性化

短视频具有直观和具象的特点，天然地适合呈现程序性（或技能类）知识，也给隐性知识提供了一种显性化的表达出口。过去，个体的经验、技能和生活智慧等隐性知识，往往很难通过文字表达。但如今，通过直接的视频拍摄，隐性的知识得以显性化。

波兰尼认为人类的知识有两种：显性知识和隐性知识。所谓显性知识，即能够用各种明言符号加以表述的知识；隐性知识，指那种我们知道但难以用语言来充分表述的知识。波兰尼的隐性知识是存在于个体中的、私人的、有特殊背景的知识——它分为与世界观有关，以及具体的技能和专门技术以及来源于实践的经验。

相比起文字的抽象，短视频以直接的讲述、具象的呈现、循序渐进的步骤，让知识变得更清晰直观，给教学者和学习者都提供了便利。

“百闻不如一见”，直接录制和呈现教学内容的分解动作和步骤（how-to），是很多技能、窍门等教程的常用方式。比如，在抖音平台上，口语技巧、美食教程、生活窍门、防身知识、声乐教学等知识短视频，往往都以“身”示范、“手把手”传授，营造“身临其境”的效果。



抖音扫码看视频

防身大师：

防身安全知识
点赞：24.4w



抖音扫码看视频

爱生活的 TOM 哥：

怎么把地扫干净
点赞：219.9w



抖音扫码看视频

阿宝带你玩吉他~：

《纸短情长》教程
点赞：11.5w



宝餐一顿

来！跟我一起最消防小卫士！

点赞：6104

抖音扫码看视频

案例

11月9日，抖音与应急管理部消防局合作开展“119 全国消防日”宣传活动，并上线抖音话题“消防攻略了解一下”。

这次消防知识科普的一个创新方式是，将消防自救动作做成了趣味的贴纸，把自救姿势的了解和练习融入进跟拍视频之中。

隐性知识的显性化，让知识的内涵和边界得到拓展。与此同时，它也大大缩短了个人理解知识需要的时间，提高了知识的传播效率。

3-4 复杂知识的通俗化

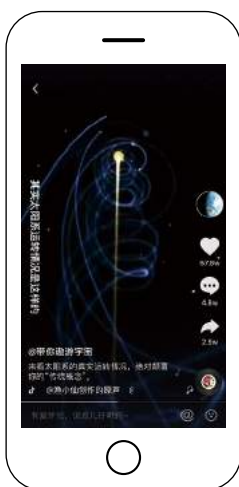
伦敦大学学院教育学院的 Carey Jewitt 曾表示，数字技术特别适合非正式学习；不过，相比起教室，非正式空间要以更具吸引力的方式构建学习。换言之，好的知识类短视频，能够将知识“转译”为大众语言，让知识变得更易理解。

正如不同语言背景的人有互相交流的愿望，不同知识背景的人也有触达其他领域知识的愿望。这时候，一个好的知识传播者，就如同一个优秀的译者。通过深入浅出的讲解，创作者将难解的知识“方言”转译为易懂的“普通话”，降低复杂知识的理解门槛，让普通用户也能够亲近原本“高冷”的知识。而短视频直观具象、立体丰富的表达方式，给知识的通俗化提供了条件。

通俗化的第一种表现，是平面知识的立体化。发挥短视频的天然优势，通过“有声有色”的形式，将知识以形象、生动、立体的形式呈现给用户，打破以往静态或单一感官的限制。从平面到空间，短视频直接的动态呈现，把原本从文字转化到想象所需的路径大大缩短。

下面这条通过动画模拟、展现太阳系真实运转情况的抖音视频（1），颠覆了以往从平面教科书中获得的对太阳系的平面认知，点赞量超过 67 万。伴着恢弘的背景音乐，很多用户都以“震撼”来形容看过这条科普视频的感受。

适应抖音平台的特点，不少知识类短视频加入了平台用户所熟悉的背景音乐（BGM）。一方面，熟悉的音乐可以迅速地吸引用户的注意力；另一方面，音乐和画面的巧妙搭配，让知识“抖”起来，实际上是把知识变得更加生动。



带你遨游宇宙：

来看太阳系的真实运转情况
点赞：67.8w

抖音扫码看视频 (1)



陈柯宇 K-KO：

原创歌曲《生僻字》，你认识几个？
点赞：295.4w

抖音扫码看视频 (2)

案例—“冷”汉字的“热”传播

陈柯宇的原创歌曲《生僻字》，用押韵的排词、古风的曲调，将 70 多个生僻字谱写成一首歌。这首 2017 年 11 月发行的歌曲最近大热——陈柯宇在抖音上传了唱这首歌曲的视频（2），并配上歌词和注音的字幕，目前这条视频的累计点赞量已接近 300 万。12 月下旬，抖音和新华网联合发起话题挑战“你会唱几个生僻字”，引起“汉字热”。网友纷纷参与“唱字”挑战，其中不乏外国友人，另有网友配上了释义版本。截至 2019 年 1 月 1 日，该话题累计播放量超过 5.4 亿，用户投稿视频数接近 3 万，而相关话题总播放量已突破 20 亿。

有“声”有色的方式，让识字变得生动有趣，也让原本冷僻的汉字重新焕发活力。

案例

制作浮沉子是初中物理的一个演示实验，它运用的是浮力原理。虽然原理一样，但“酷炫实验室”依然玩出了“花样”。在设计出鲨鱼咬人的可爱形象之外，该视频还巧妙地配上了抖音热门歌曲《海草舞》，歌词和实验内容出奇地搭配。



抖音扫码看视频

酷炫实验室：

浮沉子，一个戏最多的握力器！
点赞：8.7w

“趣味和配乐：实验创作的两大重点”

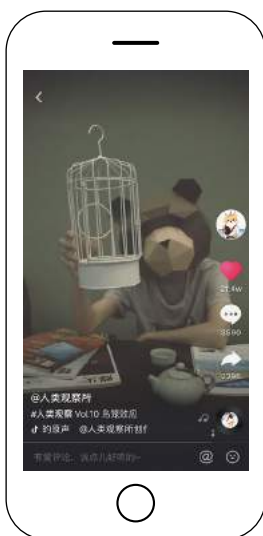
“在呈现实验的过程中，也会突出表现方式的趣味性和美感。比如上面提到的浮沉子握力器，我们就把浮沉子做成一个鲨鱼咬人的形象。再比如香蕉皮被针刺过的位置会变深（酶促褐变），为了更好地体现，我们专门找人用针在香蕉皮上戳了一个玛丽莲梦露，配合香蕉皮剥开一半的状态，刚好是大家都比较熟悉的梦露捂裙子的画面。

音乐与画面的配合也是我们制作时候考虑的一个重点，配乐会活泼丰富很多。比如‘滴血的心’一期配了《宫心计》的主题曲，‘翻滚飞行器’一期用了‘夏天悄悄过去留下小秘密’，等等。这些元素也经常会引起讨论。”

——酷炫实验室

通俗化的第二种表现，是抽象概念的具象化。无论理论还是经验，大部分知识都有它缘起或应用的场景。把知识还原到产生的具体场景之中，是具象化的一种常见思路。

比如，“人类观察所”采用情景剧的创意形式，进行心理学概念的科普。在一条讲解鸟笼效应的短视频（1）中，“人类观察所”情景再现了近代心理学家詹姆斯和好朋友关于鸟笼的赌注，用故事生动地诠释了心理学概念。



人类观察所：
心理学中的鸟笼效应
点赞：21.4w

抖音扫码看视频 (1)



柴知道：
营业税、增值税、营改增，
这几个概念你分清吗？
点赞：26.3w

抖音扫码看视频 (2)



抖音成长乐园：
青少年移动互联网词典
之“无名小辈”
点赞：1136

抖音扫码看视频 (3)

在上面这条题为“营改增是什么”的短视频（2）中，作者“柴知道”通过可爱的手绘，围绕面包师具体的工作日常，厘清了营业税、增值税、营改增的概念区别，把看似复杂的经济术语解释得十分通俗。

通俗化的第三种表现，是“严肃”知识的趣味化。人们总是更容易被有趣的事物吸引。寓教于乐的短视频，可以让学习者在轻松有趣的氛围中，不知不觉地收获新的知识。

“很多人睡前刷抖音放松，寓教于乐的知识会更容易被关注和理解。什么样的知识能做出‘乐’的效果？就是让知识出神入化，有观赏效果。我认为，要把知识精装才能有娱乐性，它是知识的一种精华，而不是消磨。”

——英语影视配音员 孙志立

在向儿童青少年传播网络素养知识时，“抖音成长乐园”（抖音青少年网络健康成长研究中心官方抖音号）用了不同于传统说教的趣味方式：通过“旧词新解”的动画，把原本枯燥无味的注意事项，巧妙地转化为通俗易懂的成语，让知识的讲解和观念的传播变得轻松生动。例如，其中一条短视频（3）给“无名小辈”赋予新解，指导青少年不要用真实姓名做账号，要注意隐私保护。

04 短视频知识传播的价值

短视频可以激发人们探索知识的兴趣，让更多人有所收获，实现知识的惠及。

短视频知识传播的功能价值可以总结为“种子（SEED）”：

S / Spark:	点亮兴趣
E / Expand:	扩展边界
E / Erase:	焕新观念
D / Do-it:	激发参与



知识是人类永恒的珍宝。每当一个新媒介出现，人们都会对它之于知识的影响，或喜或忧。可事实是，至今都不存在一种完美的媒介。理解一种媒介形式的价值并且善用它，才是最有意义的事情。

好的知识类短视频，可以实现知识的“惠及”。相比起长形式的知识，短视频在 15 秒到 1 分钟的时间内说清一个知识点，人们可以充分利用碎片时间进行学习，实现“时间的复利”。而基于抖音案例分析和用户访谈，短视频知识传播的功能价值可以进一步总结为“种子（SEED）”。它的角色，不是一棵已经硕果累累的树，而更像是一颗饱含生命力的种子，激发更多人探索知识的兴趣，并在人们更多的主动探索和实践生根发芽。

具体而言，“种子（SEED）”包括：点亮兴趣（spark）、扩展边界（expand）、焕新观念（erase）和激发参与（do-it）。

4-1 点亮兴趣 / Spark

学习中最重要的是自发的兴趣，而萌生兴趣自然少不了“趣”。一位受访的用户表示：“数学是美的，但首先得让我发现它的美。”

抖音擅长以立体生动、寓教于乐的形式，以深入浅出的讲述、直观呈现的画面，点亮人们对知识的好奇心和进一步学习的兴趣。在个人的学习生活中，短视频像是一个线索，以它为“生发点”，去触达更多的知识内容——这是短视频尤为显著的优势。

酷炫实验室：从短视频出发，点亮兴趣

Q：如何看待抖音在个人学习生活中的角色？

A：短视频是激发兴趣很好的形式。现在互联网的使用呈碎片化，人们不会花费精力阅读大段文字。短视频通过画面让信息变得直观，同时也降低了信息密度，更加引人入胜。

在 15 秒的视频之外，每个实验的背后其实都有很多有趣的东西可以延伸。在科学教育中，短视频更适合作为点亮兴趣的开始，无法承载系统和全面的讲解。因而，我们通常会把视频与文字配合使用——通

过视频吸引大家的注意，同时让看的人获得一些初步的信息。接下来如果观众还想了解更多，文章会是一个更适合深入的形式。

对儿童和青少年来说，最重要的科学传播过程始终在学校教育当中，网络上的科普内容不会取代系统的知识学习。我们希望“酷炫实验室”能成为学校教育的补充，让孩子们感受到知识学习是一件愉悦的事，看到课本上知识也能有更加有趣和有用的一面。

4-2 拓展边界 / Expand

因其天然的流量优势，抖音平台“连接”着不同背景的人和不同类型的知识。这些新鲜的知识，拓宽个体的认知边界，将人从既定的知识范围和日常轨迹中“解放”。

“地球就是个小蓝点，越了解宇宙越坦然”

“上次我发了一条宇宙的视频，有一个用户给我的评论是：看到那么大的宇宙，忽然觉得自己太渺小，很多纠结的事情忽然就看开了。这也是为什么我想做天文科普，一个也是希望人们能够从自己的小世界中偶尔脱离。”

——地球村讲解员

由于智能推荐，“关注”不是唯一影响推荐的因素，这不仅让一些知识打破了原本的传播壁垒，也让用户可以在基于兴趣的关注之外，看到其他领域的内容。

“接触到科学爱好者之外的人群”

“我对抖音平台的想法主要是，在这里应该可以触及到更多的人群，能够让那些原本并不是很关注科学的人也可以发现科学有趣的一面。微博和微信上的话，相对更容易是一群兴趣爱好相似的人聚集在一起，这样大家都觉得挺开心，但可能并不容易冲到圈子外面。

做抖音的过程中让我比较开心的一点是，能够感受到我们正在开始触及一些核心科学爱好者之外的人群，但现在的程度还不够，将来还是希望能够让更多人看到。”

——酷炫实验室

4-3 焕新观念 / Erase

短视频在意识和观念的“焕新”上有比较好的效果，打破刻板印象或刻板认知。每条视频呈现一个明确的知识点，剥离多余信息的干扰，可以加深观众对关键信息点的印象；而生动易懂的、人格化的讲述，让复杂的知识点能够以更亲民的方式被理解和接受。

此外，当看到与自己或身边亲友的旧有认知不同的内容时，人们往往会产生分享以告知的意愿和动机。而短视频平台的分享机制，让知识可以更方便地通过社交纽带进行传播。

根据今日头条《健康类辟谣资讯新趋势报告（2018）》，中老年群体最容易轻信谣言类别是健康类，而短视频正成为健康科普一个新的新形式。通过权威的资讯来源和生动的生活案例，在“润物细无声”中使父母真正接受科学的生活观念。



抖音扫码看视频

吃光实验室：

水果 + 海鲜 = 砒霜？谣言！
点赞量 64w



抖音扫码看视频

老爸评测：

食盐中的亚铁氰化钾有毒？
点赞量 25.8w



抖音扫码看视频

小泽健康：

可乐真的杀精？
点赞量 45.2w

4-4 动手参与 / Do-it

短视频具象的呈现形式和便捷的跟拍机制，让动手参与变得更加容易，也让学习反馈变得更加及时。

一方面，短视频具象的呈现方式让动手跟做变得更加简单，尤其是技能类（how-to）短视频。过去，阅读文字教程，往往要用大量的想象，把抽象的描述转化为具象的过程；且每个步骤的动作、方位等实操信息仍很难精确把握，需要不断尝试和矫正（例如，做戚风蛋糕时翻拌蛋白的手法）。但短视频通过直观的呈现、循序渐进的步骤、随时暂停的操作，大大缩短了个人理解需要的时间，也让动作的学习和矫正在看视频的过程中就能直接完成。此外，短视频往往开门见山、直接进入教学，能够快速满足学习需求。

另一方面，抖音原生的“跟拍”文化和及时反馈的机制，能够激发学习者参与和分享的热情。无论教学者，还是学习者，他们在抖音上都拥有一个共同的身份：用户。这意味着，教与学的角色可以随时地进行转换。通过参与知识类话题，或者通过短视频记录和上传自己刚跟着视频学会的技能，学习者也可能成为另一个“邂逅”该视频的用户们的“老师”。

正是在个体的参与（跟做、上传、转发、评论、修改）中，知识成为了一个动态的再创造过程，拥有了不断更新的活力。

案例 – 这个夏天，跟着抖音做出了漂亮的手工

我第一次尝试做的是樱花折纸。首先我把视频完整地看了两遍，接着准备好所需的材料，就开始播放第一个动作步骤，按暂停，我就跟着这个步骤学着做，直到完成这个动作；再接着播放下一个步骤，再按暂停，又跟着做；如此类推，重复着播放、暂停……直到完成这个成品为止。我居然可以做出既立体又优美、几乎与视频里一模一样的效果。

我还在抖音里学到了为教师节准备的特别礼物，老师们肯定会喜欢的；暑假作品中的手抄报版面也是在抖音中得到了启发，帮助我更好地完成这个作业，并得到了老师的高度赞赏。



小雯制作的教师节特别礼物

——用户 / 小雯 / 广州 / 十岁

总结：短视频时代的知识普惠

知识的本质是人们关于世界的答案。人们总是需要和渴望知识，但又常常缺少通往知识的有效路径。作为一种新的媒介形式，短视频给知识的生产与传播带来了五个关键变化：

从知识的生产上来看：

- 丰富了知识的内涵，拓展了知识的边界。通过视频直观、具象的拍摄与呈现，不同背景的个体都得以传递经验与知识，隐性知识有了显性化的表达，知识的地图得到极大的丰富。

从知识的传播上来看：

- 从长形式到短形式，以“点”传播知识，符合碎片化传播环境下的信息接收习惯，也利于知识的吸收和观念的焕新。
- 从“去人化”到“人格化”，口语重新“回归”，成为传播知识的重要载体。
- 从复杂晦涩到通俗易懂，知识的门槛降低，以往的传播壁垒被打破，更多人对知识的兴趣被点亮。
- 从个体的学习到以社交为纽带的大众参与和分享，知识变得更加有活力。

以短视频为纽带进行的知识分享和连接，推动了知识的普惠。当更多的知识普及和惠及大众，当更多的人参与到知识的生产中来，我们所感受到的，正是文化脉动的喜悦。

05 附录

研究背景介绍和概念厘清

知识类短视频定义

知识类短视频，是指以分享知识作为主要目的、以知识讲解作为主要内容、观看者能从中获得知识的短视频。

现有对“知识”的定义不一，考虑到短视频本身对知识边界的拓展，本报告采用“泛知识”的定义。即，既包括来自学校教育和书本的硬知识，也包括来自日常实践的软知识；既包括陈述性知识，也包括程序性知识（二者分别对应常用表达中的“知识”和“技能”）。

研究目的

- 1、讨论短视频时代知识传播的现状
- 2、探究短视频知识传播的特征和价值
- 3、探析短视频这种媒介形式对知识传播的影响

研究方法

定量与质性结合。

定量：创作者数据（如累计投稿数、粉丝数） 内容传播数据（如累计播放量、点赞量、评论量、分享量）

质性：内容分析（抖音视频内容抽样） 深度访谈（对象为创作者和用户）

数据样本及统计说明

本报告中，为统一标准和便于分析，知识类内容的圈定以发布知识类内容相关作者为主要依据，以视频的关键词、话题等其他数据作为补充。

值得注意的是，由于知识类内容还存在于非知识类作者的投稿作品中，因此平台上知识类内容的实际数量会高于本报告所展示的数据。

另，无特别注明的数据均截至 2018 年 12 月 8 日。报告中所有数据均为匿名脱敏数据。在任何情况下，本报告仅供读者参考。

关于我们

本研究报告由字节跳动平台责任研究中心联合清华大学新闻与传播学院、中国科学报社共同完成。

字节跳动平台责任研究中心是字节跳动公司内的研究和策略部门，通过推动学界、业界对互联网重要公共议题的共同关注、讨论与研究，致力于履行互联网平台的社会责任，改善字节跳动系产品生态。我们长期关注的议题包括但不限于短视频平台治理、人工智能推荐价值观、未成年人保护、谣言与低俗治理等。

研究人员：童淑婷 刘志毅

联系我们：platform-res@bytedance.com

清华大学新闻与传播学院是清华大学直属学院，前身是 1985 年创建的中文系编辑学方向和 1998 年创建的传播系。主要研究新闻学、传播学、国际传播、影视传播、新媒体传播、媒介经营与管理等。

中国科学报社是中国科学院所属唯一经国家新闻出版广电总局批准的新闻媒体单位，致力于全方位服务华人科学与高等教育界。目前拥有一报（《中国科学报》），一网（科学网），一刊（《科学新闻》）及多个新媒体平台。同时，中国科学报社在全国 16 个省（自治区、直辖市）建立了记者站，与国内近百所著名高校建立了合作伙伴关系。

未经允许，不得对本报告进行加工或改造。如有转载或引用需求，请及时与我们联系并注明出处。



 DOU-2019



新闻与传播学院
TSINGHUA SCHOOL OF JOURNALISM AND COMMUNICATION



中国科学报社
CHINA SCIENCE DAILY



字节跳动
平台责任研究中心
BYTEDANCE TECHNOLOGY