

近二十岁的《博物》， 用短视频点燃孩子们的热爱

在办公室怎么养出蚊子？一个名叫“博物”的抖音账号，用三期短视频演示了全过程。蚊子的幼虫孑孓在水缸里蠕动，形似一节金针菇，随后它们越长越大，手脚挣脱体液的包裹，一点点张开，完成羽化。在《博物》的办公室里，养着蛇、守宫等各种奇异的动植物。这些特殊“同事”，被郑重地拍摄下来，陆续发在博物的抖音上，组成一个名叫“博物养成系”的系列短视频。《博物》杂志是一本创刊近二十年的老牌科普刊物，深耕青少年科普。从创刊初始，《博物》杂志就贯行着贴近大众的科普主张：用通俗易懂的语言，科普生活中能用得上的知识。在《博物》新媒体矩阵中最年轻的抖音号也继承了这一精神衣钵。目前，“博物”账号已经积累了将近50万粉丝，获赞超过350万。这个抖音账号由《博物》品牌运营中心的一群“90后”们“养成”，以幽默风趣的风格被网友喜爱。视频内容由团队成员共同策划、查阅资料、拍摄并呈现，青年科普作家吴海峰负责这个账号的配音出镜。《博物》团队聚集着类似的博物爱好者，他们痴迷博物学科，一人身兼数职，既撰写专业科普文章，又致力于用更大众的方式做科普。



博物是一种生活方式

让《博物》杂志社决定认真运营抖音号的推力发生在今年春节期间。一位网友在餐桌上发现了蓝环章鱼，在网络上向“博物君”求解。博物君郑重提醒，这是一种有毒的章鱼。相关的解答截图在抖音上也被大量转发。

这让大家意识到，在抖音这个大众平台，潜藏着大量科普需求。短视频平台上有庞大的用户体量，圈层更为丰富，通过它可以触达更广泛的大众。他们由蓝环章鱼启发，开设了一个叫“博物餐桌”的

同事们相加， 就是一部博物百科全书

在抖音短视频中，吴海峰和《博物》杂志编辑部视觉主管唐志远的搭档和互动，尤其受粉丝们的欢迎。两人都是北京人，说话爱逗乐，两人一个捧哏一个逗哏，现场总能迸发突发奇想的妙思。

唐志远深耕博物领域多年，专擅对昆虫的研究。他热心于协助短视频拍摄，充当“慧眼”，帮助大家辨识动植物。“他对这个事情还是很喜爱的，或者说这个事对他意义很重大。”王雨评价说。

即使有科研和教学任务，唐志远仍然乐于和

用短视频点燃孩子们的热爱

《博物》的另一个传统，是坚持对青少年的科普。每年，《博物》都会在暑假举办亲子夏令营，带领孩子们认识自然界里的动植物。在周末，也开设了针对青少年的博物课堂，由不同领域的专家学者上课。

短视频平台让他们触达了更多青少年群体。在评论区和私信里，回声越来越密集，有高中生留言询问大学可以报考什么专业，想带孩子去赶海的家长求教专业的赶海带领者，甚至有一位还在读高三的学生发来询问，请教要进入《博物》工作要做什么准备。

这些反馈更真实且及时的留言促生了选题生产，比如网友们对福寿螺和荔枝的疑问，引发了两

系列，科普那些可能在餐桌上碰到的有毒食物。

这些视频的浏览数据逐渐向好，账号的粉丝数也一路平稳增长。这让这群年轻人体会到了一种创造的感觉，这是很多科普账号没有的独创选题。

另一类受欢迎的独创选题就是“博物养成系列”。《博物》办公室里，养着各类动植物。有人钟情植物，创造了一个微缩的“热带雨林”；有同事养了守宫和蛙，为了喂养它们，又养一些蛐蛐或者饲料性质的蟑螂；喜爱收集的同事，在餐馆吃到没见过的螃蟹，则会把壳洗干净带回，做成标本陈列在办公室里。

新媒体团队搭档，去往野外拍摄现场。如果地方偏远闭塞，物种也罕见，他的兴头更加强烈。他要拍摄图片作为积累，同时也帮其他编辑同事积累相应方向的选题。

这种共创氛围，是《博物》的传统。很多短视频选题就来源于办公室的日常闲聊。他们在办公室抓到了一只跳蛛，把跳蛛跟蚊子放在一个小小的空间里，拿相机拍摄。几十秒的视频拍到了跳蛛抓到蚊子那一瞬间，传播效果很出彩。

在《博物》，每个人都有个专精的博物领域，涵盖了博物学各个领域、各个专业。有专注于鸟类研究的，也有专擅哺乳动物和兽类的。在《博物》，每个人都身兼数职，运营新媒体平台的同事，

期内容的诞生。一个重要的调整点是拼音的使用。很多物种的名字带有生僻字，专业人士已习以为常，但当说不认识某个字的回声越来越密集后，新媒体团队在每个可能不为普通人熟知的字后都做了拼音标注。

这是一件整个团队都很郑重在做的“小事”，因为哪怕一个视频都可能触达潜在的青少年博物爱好者。

在《博物》的办公室里，每个人都能讲出一个青少年时期被博物爱好点燃的故事。王雨喜欢在网络上求解对物种的疑问，这个爱好让传媒专业的她在毕业后选择来《博物》从事新媒体。负责博物视频编导的同事，从小就对大自然和动植物很感兴趣，大学的时候常看自然类纪录片，发现《博物》也在做自然相关的科普，于是选择来到了这里。吴海峰则是在从小跟着父亲一起出门观鸟的

对于大家来说，“博物养成系”的短视频也属于趣味性和科普性的公约数。在抖音上，他们的短视频大致分为两个方向，一类是用生活化的切口贴近大众的关注，另外一类则是：带大家到去不了的地方，看见更为广阔的自然世界。

“抖音账号上发出来的短视频都是我们经过一一筛选，然后用心制作出来的短视频。”新媒体内容运营总监王雨称，部门现在有八位同事，两个编导，保持抖音账号工作日日更4-5条的频次。每周一，是雷打不动的选题会时间。会上，大家交流最近的什么新闻热点跟博物相关，或者最近看过什么文献和资料，来寻找选题。

就是某个博物领域的达人，专门负责短视频文案的同事，是一位植物专业的达人。

一条轻快的短视频，背后依靠着强大的智囊团，既包括《博物》杂志全体人员，也有他们联系着的包括中科院教授在内的专家学者。大伙儿通过一起做内容策划，从同事那儿学到了很多其他博物门类的内容，逐渐变得更“博物”了。《博物》一直倡导通过实地探索，发现自然之美，丰富博物学的知识视野。不论是唐志远这样深耕多年的“博物人”，还是新媒体团队的“90后”们，都在践行着“博物是一种生活方式”的理念。这种理念内化于他们的内容生产，由此诞生了办公室养成和野外实拍的系列作品。

过程中培养起了对物种的乐趣，上大学时，他选择了北京林业大学，并攻读鸟类学硕士。

现在，吴海峰还对“批发”观鸟保持着强烈的兴趣。“批发”是圈子里的专有名词，指如果鸟友看到相当难见的鸟类，大伙就会广而告之，让其他人也去寻觅。在抖音上发视频，也像是在做“批发”。最近他们在拍摄一个国家二级保护植物，它在北京很少见，为了留下难得的记录，他们集体去了距离北京市区几十公里的地方拍摄。

2023年5月，《博物》加入“抖音青少年科普创作计划”，和更多专业机构共建青少年模式内容池。《博物》认为，短视频平台展示了一些博物学的目录。那些有志于此的孩子，将会像《博物》的成员一样，被吸引到专业道路上，做更深的开掘。当越来越多的人做正向的促进和引导，更多孩子将会被打开一扇窗户，知晓世界如此广阔。据北京日报