

# 关于科学松鼠会微博科普影响力的调查研究

陈梅婷 陈路遥 种璐

(福建师范大学传播学院, 福州 350108)

**[摘要]** 科学松鼠会是网络影响力最强的中国民间科普组织之一, 通过对其微博粉丝进行问卷调查, 发现其受众主体男女数量和文理科背景较为平均, 趋于青年化、高学历化、较高收入化, 职业较为稳定, 且具备较充足的上网条件与时间。对性别、年龄、学历、专业等基本属性进行细致考察后得出以下结论: (1) 性别、年龄、学历、专业是受众选择不同科普知识的重要原因。(2) 少年的主观辨识度低, 针对少年的网络科普组织应更注重科普信息的简洁性、趣味性和引导性。(3) 青年的主观辨识度高, 针对 18-39 岁的青年网络科普组织更注重提高科普知识的专业性、精准度和互动性。(4) 网络科普组织还存在较大数量的不稳定受众群体, 有理科背景的年长男性较容易转化为稳定受众。(5) 微博在网络科普传播中的缺陷逐渐暴露, 其信息有效到达率较低且容易造成信息误读。

**[关键词]** 科学松鼠会 微博粉丝 网络科普

**[中图分类号]** N4 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1673-8357(2013)03-0061-07

## A Research on the Influence of Science Squirrels Club's Micro-blog

Chen Meiting Chen Luyao Chong Lu

(College of Communication Fujian Normal University, Fuzhou 350108)

**Abstract:** Science Squirrels Club has been one of the nongovernmental organizations of popular science which have the most powerful influence on network in China. By investigating its micro-blog fans, it is found in the questionnaire survey that its fans are mainly made up of people whose number of men and women, number of liberal arts background and science background, tend to be equal, and people who tend to be young, highly educated, higher income, more stable occupation and having access and enough time to the Internet. The following conclusions can be summarized by carrying out a detailed study of the basic attributes such as gender, age, educational background, and professional: (1) Gender, age, education and professional are the vital reasons that audiences choose different kinds of knowledge of popular science. (2) For the younger juveniles, the network organizations of popular science should focus on improving the simplification, interest, and guide of scientific information. (3) For the elder youth, the network organizations of popular science for the 18-39 year-old should concentrate on improving the professionalism, accuracy and interactivity of scientific knowledge. (4) Among the network

收稿日期: 2012-12-15

基金项目: 中国科协研究生科普研究能力提升类项目 (2012KPYJD 10-17)。

作者简介: 陈梅婷, 福建师范大学传播学院硕士研究生, 研究方向为网络传播, Email: meitingchen0707@163.com;

陈路遥, 福建师范大学传播学院硕士研究生, 研究方向为文化与传播, Email: luciachen0613@hotmail.com;

种璐, 福建师范大学传播学院硕士研究生, 研究方向为文化与传播, Email: ChongLu1030@gmail.com。

organizations of popular science, there are a large number of unstable audiences. But those older men who come from science background, are more easily converted into stable audiences. (5) Micro-blog's defects in disseminating popular science through network science have gradually exposed, its effective arrival rate of information is low and likely to cause misreading.

**Keywords:** Science Squirrels Club; micro-blog fans; popular science on internet

**CLC Numbers:** N4 **Document Code:** A **Article ID:** 1673-8357(2013)03-0061-07

随着微博的浪潮席卷网络,许多科普网站纷纷在各大微博平台注册官方微博,借微博裂变式的信息传播扩大自己的知名度和影响力。科学松鼠会作为国内最为成功的民间科普组织之一,其网络影响力代表了我国网络科普的较高水平,也投射出网络科普存在的大部分问题。因此通过科学松鼠会微博的科普影响力的研究,则对网络科普的现状可见一斑。尽管近年来,针对科学松鼠会线上和线下互动科普模式的研究逐渐增多,但更多地关注于姬十三组织的科学松鼠会和果壳网的创新科普形式,特别是其传播形式上,目前专门针对微博受众的定量研究依然较少。

根据《第29次中国互联网络发展状况统计报告》(以下简称报告)显示,截至2011年12月底,中国网民规模突破5亿,达到5.13亿,全年新增网民5580万。互联网普及率较上年年底提升4个百分点,达到38.3%<sup>[1]</sup>。网民数量的不断增加,使网络科普不可避免地成为国家提高国民科学素质的重要途径。本文以科学松鼠会的新浪微博粉丝为研究对象,采用非随机抽样方法,向在科学松鼠会2012年6月1日至9月30日的新浪微博中评论的粉丝发放问卷,根据其2012年8月底约69万的新浪粉丝数,在置信度95%,抽样误差3%的情况下需收集1065份问卷。从2012年8月29日至2012年10月29日止,共收集到来自全国各地的有效问卷1118份。其代表性体现在三个方面:其一,据报告显示,网民规模增长进入平台期,过去五年内助推网民规模快速增长的几类人群中,互联网普及率即将触顶<sup>[1]</sup>。因此,针对2012年的网民规模与结构分析在未来几年内将继续保持其代表性。其二,据报告显示,微博快速崛起,目前有将近半数网民在使用,比例达到48.7%<sup>[1]</sup>。可见,微博作为

一个新兴的信息分享平台,在中国网民中拥有较高的普及率。其三,通过对科普微博的粗略估计来推测其在微博中的影响力:分别以“科普”、“科学”、“科技”、“健康”、“生物”、“医学”为标签搜索新浪微博的认证用户,排除个人用户与企业用户后粗略统计粉丝数达1万以上的科普微博粉丝,总数约有1500万人,约占新浪微博注册用户数的5%,与名列前茅的中国卫视黄金时段的市场份额5%左右相比,表明科普微博在在微博中已经具有比较广泛的“收看率”和影响力。因此针对科学松鼠会微博粉丝的网民规模与结构分析,有助于了解多数网民对网络科普的使用情况,具有一定的代表性。

### 1 科学松鼠会新浪微博粉丝的基本属性

问卷调查数据显示,其粉丝的主体部分趋于年轻化、高学历化、较高收入化,在年龄和性别上与中国网民的中坚力量存在一定程度上的重合。从年龄来看,被调查者的年龄段较中国网民之总体规模更趋于年轻化,其中年龄在18-39岁的有89.53%,占据总数的将近九成,而17岁以下的仅有3.4%,40岁以上的仅有7.07%。从性别来看,男性与女性比例接近6:4,男性为59.39%,女性为40.61%,与中国网民总体中的性别比例相近。从学历背景来看,大学本科生有58.32%,硕士研究生有19.68%,大专生有9.21%,高中生(中专生)及以下有7.69%,博士研究生有5.1%,说明大学本科生和硕士研究生是中坚力量。而从专业背景来看,包括文史哲教艺经管法在内的文科背景占43.8%,包括理工农医在内的理科背景占49.8%,说明文科生与理科生在对科学松鼠会的关注上近于平分秋色,科学松鼠会凭借趣味性、原创性的网络科普语言在文科生中也

获得了较大的认同。从职业来看,被调查者大部分分布于在读学生(31.8%)和企业员工/管理者(24.1%),两者的特点是稳定性和规律性较高。从月收入来看,没有收入的有26.83%,其中作为在读学生而没有收入的占90.68%,5 000-10 000元的有23.27%,3 000-4 999元的有17.98%,1 000-2 999元的有12.97%,10 000元以上的有11.54%,无固定收入的有4.74%,999元以内的有2.77%,因此不考虑在读学生收入的情况下,科学松鼠会新浪微博粉丝的月收入居于中等偏高的水平。从上网时间看,被调查者中每日上网时间较多分布在“1-3小时”(34.08%)和“3-6小时”(34.97%)。综上所述,科学松鼠会新浪微博的粉丝是一个男女数量和文理科背景较为平均,趋于青年化、高学历化、较高收入化,职业较为稳定,且具备较充足的上网条件与时间的群体。

## 2 基于科学松鼠会新浪微博粉丝问卷调查的SPSS分析<sup>①</sup>

### 2.1 获取科普知识的主动性

在关注科学松鼠会之前,被调查者中对科普信息的关注程度多为“偶尔关注”(39.71%)和“经常关注”(40.43%),“极少关注”和“每天关注”分别为9.39%和10.2%，“从不关注”的仅有0.27%。经相关分析可知,年龄与对其他科普信息的关注程度的相关系数为0.133,相伴概率 $0.000 < 0.005$ ,因此具有统计学上的非常显著意义,年龄与对其他科普信息的关注程度存在正比例关系,说明随着年龄的增长,被调查者对科普信息的关注程度随之增加。但学历与对科普信息关注程度的相关系数为0.035,相伴概率为 $0.249 > 0.05$ ,因此学历与其无相关性。经独立样本检验可知,性别与对其他科普信息的关注程度的相伴概率为 $0.000 < 0.05$ ,具有统计学上的显著差异,并且男性的关注程度均值3.63大于女性3.33,因此男性对其他科普信息的关注程度高于女性。经单因素方差分析可知,被调查者中理科

背景与文科背景在对其他科普信息的关注程度上存在显著差异,均值差-0.174表明理科背景的关注程度显著高于文科背景。

同时,除了关注科学松鼠会以外,被调查者中有27.37%表示不再通过其他网站了解科普信息,72.63%表示会通过新浪科技频道、果壳网、科学网或网易探索频道等许多其他网站了解科普信息。说明科学松鼠会的微博粉丝多数为具有一定科普知识基础的受众,并且大部分会通过其他渠道来获得科普信息,具有较强的主动性,特别体现在具有理科背景的年长男性上,由此可推断中国网民总体中,具有理科背景的年长男性对科普信息的关注程度最高。

### 2.2 热门的科普知识类别

根据科学松鼠会网站的类别设置,将科普知识类别分为健康、医学、化学、生物、物理、心理/脑科学、数学、环境、地理、计算机科学、天文、航天等。由表1可知,被调查者中最感兴趣的科普知识类别主要为健康(41.77%)、心理(38.46%)、生物(35.33%)、医学(33.27%)。与此相对应,由表2可知,被调查者中在科学松鼠会的微博、网站或微博中最经常浏览的科普知识类别主要为健康(42.84%)、心理(38.01%)、生物(33.63%)、医学(31.04%)。两组数据频率排名前四的类别和次序完全一致,且总体上两组数据呈现出近似的变化,说明在接受网络科普知识过程中,被调查者的主动性较强,个人兴趣是影响其选择接收科普信息的一个重要因素。

对感兴趣的科普知识类别进行多选项二分法频率分析发现,在性别上,男性选择物理、数学、计算机科学、航天的人数在性别中的比例远远高于女性,两组比例数据依次分别为26.2%、10.8%、28%、14.5%和9.7%、3.5%、7.0%、4.8%,而女性在健康、医学、心理的人数在性别中的比例略高于男性,两组比例数据依次分别为52.6%、39.4%、51.5%和34.3%、29.1%、29.5%;在专业上,理科背景选择物理、数学、化学、计算机的人数在专业

<sup>①</sup>说明:本次问卷选项设置默认为升序,本结果有待其他研究者继续加以修正。

中的比例,远远高于文科背景,两组比例数据依次分别为 25.4%、10.8%、9.0%、25.4%和 12.9%、5.1%、4.5%、13.9%,但文科背景选择健康、心理、地理的人数在性别中的比例略高于男性,两组比例数据依次分别为 47.2%、47.2%、22.5%和 39.1%、30.3%、13.4%。对经常浏览的科普知识类别进行多选项二分法频率分析发现,其结果与以上结论一致。说明尽管科学松鼠会致力于“剥开科学的坚果”,但其对改善数理化、计算机和航天等科普知识较难吸引受众的局面,作用依然比较有限,特别是来自文科背景的女性。

表 1 感兴趣的科普知识类别

	响应		个案百分比
	N	百分比	
健康	467	15.1%	41.8%
医学	372	12.0%	33.3%
化学	79	2.6%	7.1%
生物	395	12.8%	35.3%
物理	218	7.0%	19.5%
心理	430	13.9%	38.5%
数学	88	2.8%	7.9%
环境	196	6.3%	17.5%
地理	195	6.3%	17.4%
计算机科学	218	7.0%	19.5%
天文	284	9.2%	25.4%
航天	118	3.8%	10.6%
没有任何感兴趣的类别	3	0.1%	0.3%
其他感兴趣的类别	33	1.1%	3.0%
总计	3 096	100.0%	276.9%

表 2 经常浏览的科普知识类别的频率

	响应		个案百分比
	N	百分比	
健康	479	16.5%	42.8%
医学	347	12.0%	31.0%
化学	69	2.4%	6.2%
生物	376	13.0%	33.6%
物理	213	7.3%	19.1%
心理	425	14.7%	38.0%
数学	74	2.6%	6.6%
环境	176	6.1%	15.7%
地理	154	5.3%	13.8%
计算机科学	186	6.4%	16.6%
天文	243	8.4%	21.7%
航天	103	3.6%	9.2%
没有特定浏览的类别	39	1.3%	3.5%
其他经常浏览的类别	17	0.6%	1.5%
总计	2 901	100.0%	259.5%

### 2.3 对科普信息的信任度

被调查者对科学松鼠会发布的信息所持的态度多分布在“非常相信”(18.78%)和“比较相信”(75.94%),“比较不相信”和“非常不相信”的仅分别为 0.45%和 0.18%,难以确定的为 4.65%。说明科学松鼠会已经建立起其在网络科普过程中的权威地位,其所发布信息的受认可度较高。

经独立样本检验发现,性别与对科学松鼠会信息的信任度的相伴概率为  $0.443 > 0.05$ ,不具有统计学上的显著差异。经相关分析发现,从年龄来看,年龄与信任度的相关系数为  $-0.121$ ,相伴概率  $0.000 < 0.005$ ,因此具有统计学上的非常显著意义,年龄与信任度存在反比例关系,说明年龄越大,信任度反而降低,但学历与信任度不存在相关性。经单因素方差分析发现,17岁以下与其他年龄段在对科学松鼠会信息的信任度上存在显著差异,如表 3 所示,17岁以下对科学松鼠会信息的信任度显著高于其他年龄段。

表 3 年龄与对科学松鼠会信息信任度的单因素方差分析

	(I) 年龄	(J) 年龄	均值差 (I-J)	标准误	显著性	95%置信区间	
						下限	上限
Tamhane	17岁以下	18-25岁	0.325	0.086	0.005	0.07	0.58
		26-29岁	0.338	0.087	0.003	0.08	0.59
		30-39岁	0.404	0.087	0.000	0.15	0.66
		40岁以上	0.461	0.097	0.000	0.18	0.74

\*. 均值差的显著性水平为 0.05。

说明:经方差齐性检验,年龄与对科学松鼠会信息信任度的相伴概率 0.000,因此采用 Tamhane 检验。

### 2.4 阅读浏览科学松鼠会微博的习惯

浏览科学松鼠会的微博时,被调查者中“只浏览自己的微博主页中刷新出来的科学松鼠会的微博,不去其主页浏览”的有 52.68%，“进入科学松鼠会微博主页一条一条浏览”的仅有 12.43%，说明科学松鼠会也无法避开微博的缺陷,即信息量过大而导致信息淹没的现象。“只看自己感兴趣的科学松鼠会微博,其他的不看”的有 31.75%，“先看科学松鼠会中转发数或评论数较高的微博”的仅有 3.13%。说明被调查者对科普信息选择的主动性较强,较不容易受到信息发布者或其他网民

的影响。经交叉频率分析发现，性别、专业与浏览习惯之间的相伴概率分别为 0.376、0.524，均大于 0.05，不存在统计学上的显著意义。经单因素方差分析发现，选择不同浏览习惯的被调查者之间的年龄和学历存在显著差异，如表 4 所示，年龄越大、学历越高的被调查者，越倾向于“只浏览自己的微博主页”和“只看自己感兴趣的微博”，年龄越小、学历越低，越倾向于“进入科学松鼠会微博主页一条一条浏览”。说明前者自主选择性比较强，浏览微博的耐心较低。

浏览科学松鼠会微博时，被调查者中选择点击微博中文章链接而进入其网站浏览的频率大部分为“经常”(48.3%)和“偶尔”(38.1%)，

“每条都点击”的仅有 5.55%，“极少”和“从不点击”分别为 6.62%和 1.43%。说明通过微博这个媒介，科学松鼠会网站能够得到较好的宣传推广，并且被调查者对进一步获取科普知识的主动性比较高。被调查者中转发或评论科学松鼠会微博时，71.74%是因为“自己对该微博内容感兴趣，表示学习”，18.87%是因为“与自己观点一致，表示赞成”，仅有 6.17%是因为“与自己观点不同，想反驳或吐槽”，仅有 1.16%是因为“已有的转发数或评论数很高，跟着转发或评论”，进一步验证了科学松鼠会在科普信息发布上具有权威地位，其粉丝对这些信息的相信程度比较高，反对的意见群体很小。

表 4 年龄、学历与浏览科学松鼠会微博的习惯之间的单因素方差分析

因变量		(I) 浏览科学松鼠会微博的阅读习惯	(J) 浏览科学松鼠会微博的阅读习惯	均值差 (I-J)	标准误	显著性	95% 置信区间	
							下限	上限
年龄	LSD	进入科学松鼠会微博主页一条一条浏览	只看自己的微博主页中刷新出来的科学松鼠会的微博，不去其主页看	-0.229*	0.098	0.019	-0.42	-0.04
			只看自己感兴趣的科学松鼠会微博，其他的不看	-0.237*	0.103	0.022	-0.44	-0.03
			先看科学松鼠会中转发数或评论数较高的微博	-0.131	0.196	0.505	-0.51	0.25
学历	LSD	进入科学松鼠会微博主页一条一条浏览	只看自己的微博主页中刷新出来的科学松鼠会的微博，不去其主页看	-0.202*	0.084	0.017	-0.37	-0.04
			只看自己感兴趣的科学松鼠会微博，其他的不看	-0.186*	0.089	0.038	-0.36	-0.01
			先看科学松鼠会中转发数或评论数较高的微博	-0.087	0.169	0.608	-0.42	0.24

说明：经方差齐性检验，年龄、学历与浏览科学松鼠会微博的习惯之间的相伴概率分别为 0.700、0.679，因此采用 LSD 检验。

### 2.5 科学松鼠会存在的问题

针对科学松鼠会文章存在的问题，大部分的被调查者表示“不清楚”(46.3%)，认为“内容过于肤浅”有 10.5%，表示“理论深奥难以理解”的有 9.5%，表示“语言风格不能适应”的有 7.3%，以及其他 14.0%。说明大部分受众对科学松鼠会可能存在的问题并没有特殊感受，但有少部分受众其科普文章理论的深浅认知存在较大差异。经交叉频率分析，性别与科学松鼠会存在的问题进行卡方检验后，相伴概率为  $0.000 < 0.05$ ，具有统计学上的显著差异。由表 5 可知，女性倾向于认为科学松鼠

会的文章篇幅过长，理论过于深奥，而男性倾向于认为科学松鼠会的内容过于肤浅，语言风格不能适应，但专业上无此显著差异。经单因素方差分析可知，选择“内容过于肤浅”与

表 5 性别与科学松鼠会存在的问题的交叉表

	计数	性别		合计
		男性	女性	
科学松鼠会网站的文章存在的问题	篇幅过长	64	74	138
	内容过于肤浅	85	33	118
	理论深奥，难以理解	51	55	106
	语言风格不能适应	60	22	82
	不清楚	314	204	518
	其他	90	66	156
	合计	664	454	1118

“理论深奥难以理解”的被调查者在学历上存在显著差异,两者的均值差为0.244,说明学历较高者倾向于认为科学松鼠会的文章“内容过于肤浅”。因此不同性别和学历的受众对科普文章理论的深浅认知存在较大差异。

### 2.6 科学松鼠会与受众的交流态度

大部分被调查者认为科学松鼠会与受众交流的态度为“与受众平等交流”54.1%，“全心全意为受众服务”的有8.9%，也有不少被调查者对此“没有特别感受”（32.1%），认为其“高高在上”的仅有3.8%，以及其他1.0%，说明科学松鼠会基本上实现了其“平等交流”的形象的构建。经交叉频率分析发现，不同性别、专业对这种态度的认知均不存在显著差异。经单因素方差分析发现，不同学历的被调查者在“高高在上”和“与受众平等交流”这两种态度上存在显著差异，由均值差0.281可知，前者的学历高于后者，说明学历较高者倾向于认为科学松鼠会在与受众交流时具有高高在上的态度，原因可能是学历较高者具有较充足的科普知识基础，与科学松鼠会作者具有的“天然”的权威科普话语权发生碰撞、冲突。

## 3 结论与思考

研究发现，性别、年龄、学历和专业对受众的网络科普资源利用情况产生较大影响。科学松鼠会在其受众当中已经建立了传播科普信息者的比较权威的地位，给受众留下平等交流的好印象，同时受众获取科普信息的主动性较高，但受微博信息量过大的影响，信息的有效到达率受到很大影响。通过对科学松鼠会新浪微博粉丝的科普情况的考察，可以在提高科普传播影响力上为其他网络科普组织提供一定的参考价值。

### 3.1 性别、年龄、学历、专业是受众选择不同科普知识的重要原因，网络科普组织应提高针对性

健康、医学、生物、心理作为受众最为关注的四大科普知识类别，为各大既存和新生的网络科普组织重新规划科普信息版块提供参

考。同时，不同性别和专业在关注的科普知识类别上存在明显的区分，数理化、计算机、航天等科普知识较受具有理科背景的男性的欢迎，不容易吸引具有文科背景的女性，后者更喜欢与生活保健息息相关的科普知识，这与男性和女性在社会地位中的不同角色定位有关，因此针对不同性别和专业的网络科普组织应对提供的科普信息类别做细致的选择，以迎合受众的需求。

不同性别和学历的受众对科普文章理论的深浅认知存在较大差异，综合性网络科普组织可以考虑设置理论程度等级不同的栏目，针对不同接受水平的受众制定专门的科普品牌或栏目，吸引固定的受众群体以扩大组织影响力。

### 3.2 少年的主观辨识度低，针对少年的网络科普组织应更注重科普信息的简洁性、趣味性和引导性

少年对科普知识的关注度不高，但却十分容易相信所接触到的科普信息，由于他们的知识储备正处在积累的阶段，自身已有的科普知识基础较弱，因此对网络科普信息的接受度较高，但也意味着他们容易被错误的科普信息误导。因此定位受众为少年的网络科普组织在提供科普信息时，更应当注意使用简单明了的语言，并对背景知识做详细介绍。同时，鉴于少年在课堂所受到的科普知识教育较为枯燥，少年网络科普组织应当充分利用网络资源，提高科普信息的趣味性。

### 3.3 青年的主观辨识度高，针对18-39岁的青年网络科普组织更注重提高科普知识的专业性、精准度和互动性

青年作为中国网民年龄结构中的主体部分，也是网络科普组织最重要的受众群体，其思维敏捷、精力旺盛，具有一定的科普知识储备和较强的获取科普知识的主动性，并且形成了独立的观点，特别是男性。但相对应地，他们对网络科普组织提供的信息的怀疑度也较高，对知识互动性的要求也较高。因此各大网络科普组织都应当在科普信息的数据和用词的精准度上尽善尽美，形成严谨追求科学的风格以吸引受众，注重与受众建设良性平等的讨论

科普知识的交流平台。

### 3.4 网络科普组织还存在较大数量的不稳定受众群体，有理科背景的年长男性较容易转化为稳定受众

对科学松鼠会科普信息的关注程度中，程度较低的（包括从不关注、极少关注和偶尔关注）占 50%，由此推断中国网民总体中存在不少于 50% 的不稳定的科普受众群体，他们还未形成稳定的获取科普知识的习惯和意识。同时，具有理科背景的年长男性在专业兴趣的引导下较容易接触科普知识，随着时间和阅历而得以不断丰富知识基础也促使他们进一步深入探索各学科的科普知识，因此网络科普组织在定位和扩张受众群体时，可以将有理科背景的年长男性列为首要参考对象。

### 3.5 微博在网络科普传播中的缺陷逐渐暴露，其信息有效到达率较低且容易造成信息误读

尽管微博确实能够帮助网站得到更好的宣传推广，但从科学松鼠会微博粉丝浏览微博的习惯可知，微博与博客、个人空间、专业网站

和门户网站等相比存在一个显著的特征，即在自己的微博主页中即可完成对其所关注信息的便捷浏览，这就使得受众主动浏览他人主页的几率显著降低，特别是作为中国网民主体和网络科普主体的高学历青年。同时在微博“信息海”的作用下，任何信息的有效到达率都受到明显的限制。显然，微博这个“快餐”式的信息获取渠道，已经慢慢暴露出其在传播信息上的缺陷，同时微博的字数限制制约着信息的呈现角度，传播者往往只能使受众“知其然而不知其所以然”，容易造成信息误读，并不利于深入的科普传播。

#### 参考文献

- [1] 中国互联网络信息中心. 第 29 次中国互联网络发展状况统计报告. [EB/OL]. [2012-12-11]. [http://www.cnnic.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/hlwtjbg/201206/t20120612\\_26720.html](http://www.cnnic.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/hlwtjbg/201206/t20120612_26720.html).

（责任编辑 谢小军）

## 论文摘要写作指南（一）

摘要是以提供文献内容梗概为目的，不加评论和补充解释，简明、确切地记述文献重要内容的短文。摘要是科技类论文的必要组成部分，一般不能省略。一个好的论文摘要，可以使读者不必阅读全文，就能获得文章的核心信息。

### 摘要的要素

摘要的基本要素一般包括研究目的、方法、结果和结论。目的：研究、研制、调查等的前提、目的和任务，所涉及的主题范围。方法：所用的原理、理论、条件、对象、材料、工艺、结构、手段、装备、程序等。结果：实验的、研究的结果，数据，被确定的关系，观察结果，得到的效果，性能等。结论：结果的分析、研究、比较、评价、应用，提出的问题，今后的课题，假设，启发，建议，预测等。其他：不属于研究、研制、调查的主要目的，但就其见识和情报价值而言也是重要的信息。

### 摘要的类型

按摘要的不同功能来划分，大致有以下三种类型：

- (1) 报道性摘要。用来报道论文的核心成果和提供定量或定性相关信息的简明文摘。尤其适用于试验研究和专题研究类论文，多为学术性期刊所采用。篇幅以 300 字左右为宜。
- (2) 指示性摘要。用来简要介绍论文主题或概括性地说明研究目的的文摘。它指示读者大致了解论文的主要内容轮廓，重在表述论文的研究目的。篇幅以 200 字左右为宜。
- (3) 报道—指示性摘要。是以报道性文摘的形式表述论文中信息价值较高的部分，而以指示性文摘的形式表述其余部分的摘要。篇幅以 300 字左右为宜。

本刊论文摘要，建议采用报道性文摘形式。篇幅以 300 字左右为宜。