

科普社会化
kepu shehuihua

如何激活全社会科普的“一池春水”

冯强

《中华人民共和国科学技术普及法》(以下简称科普法)明确规定科研、教育等相关部门都应支持科普活动,建章立制促进科普工作,强化了科普的重要地位。

科学研究与技术开发机构作为科技创新的前沿阵地,开展科普活动不仅是社会责任的主动担当,更深刻诠释了科学事业“一体两翼”的辩证关系。科研聚焦前沿突破,以探索未知、攀登科学高峰为使命,致力于实现“顶天”的创新突破;科普则立足知识普及,将晦涩的科学成果转化为大家易懂的语言,推动科学知识“立地”生根。

科研院所、高校及企业是开展科普普及工作的重要组成部分,但在实际工作中,科研人员、教师往往对参加科普普及工作的动力不足。科普法明确提出“建立有利于促进科普的评价标准和制度机制”,为促进科研人员参与科普工作

青海省科普专项实施成效显著

近年来,青海省科技厅着力构建“五位一体”科普专项体系,累计投入省级财政经费395万元,立项支持22个科普专项项目。其中,在科技资源科普化方面,该厅全力支持项目承担单位将科研成果深度转化为科普资源,建成中藏药材数字化交互展示系统、北斗高精度模型展示系统等多个数字化科普平台,实现实体标本与数字孪生的深度融合。

提供了法律保障。

当前,科研院所对于科研人员的考核主要集中在课题申报、论文发表、著作出版等方面,大多数单位没有把科普工作纳入其中,难以充分调动科研人员参与科普工作的积极性。科普法第五十二条,从制度上保障科研人员开展科普活动,有助于将科普工作纳入职称评聘和绩效考核,设计激励措施,推动科普工作成效作为科技人才计划评审的重要参

考,是鼓励科研人员投身科普事业的重要方法与手段。

各级学校特别是高等院校,肩负着培育时代新人的重要使命,应积极支持科普实践与科普人才培养工作。学校应大力弘扬科学家精神,以课堂教学为主阵地,丰富课外活动,开发运用多种课程资源,培养学生的科学思维、创新意识和能力。同时,学校应加强教师队伍建设,提升教师科学素养,注重引入、培养科学

教育专业师资,为高质量科学教育筑牢基础。

企业是开展科普普及工作的重要场所,也是推动科普工作的重要力量。科普法规定企业的主管部门应当支持开展科普活动,强调企业应把科普作为履行社会责任的重要内容。企业应当将自身的科技资源转化为科普资源,可建立对公众开放的科普基地,为公众提供看得见、摸得着的科普产品,让公众在享受科技进步成果的同时,也能了解其背后的原理。

科普法明确要求“科学技术等相关行政部门应当支持开展科普活动”,为各个行业、领域开展科普工作提供制度保障。在科普法的支持下,相关职能部门应进一步明确科普工作职能,支持在本领域打造引领性、创造性的科普品牌。同时,积极探索政府购买服务等方式,为基层群众,特别是经济欠发达地区的群众提供多样化、高质量的科普服务。

科普进行时
kepu jinxingshi

京津冀三地联合发布
2026 科普资源地图

科学导报 近日,京津冀三地科技主管部门联合发布 2026 京津冀科普资源地图,“点亮”62 个京津冀优质科普点位。

国家自然博物馆、天津市体育博物馆、燕赵医学传承创新科普基地……62 个科普点位覆盖国家级科普基地、重点实验室、科技园区、标杆科创企业等,涉及人工智能、医药健康、航空航天、新能源、新材料、合成生物、量子科技等高精尖产业与未来产业,实现了优质科普资源一图集成、一站查询、一体服务。除了点位分布,地图还涵盖体验内容、开放预约等服务信息,为公众便捷参与科普活动提供指引。

下一步,京津冀三地科技部门将持续完善跨区域科普协同机制,动态更新地图点位信息、丰富体验内容、优化服务供给,不断提升地图实用性,推动京津冀科普资源共建共享常态化、品牌化、制度化,为提升公民科学素养、服务京津冀协同创新高质量发展提供支撑。 王璐丹

天津师范大学科普中心揭牌

科学导报 近日,天津市“智启津门·科普讲堂”首场报告会暨天津师范大学科普中心揭牌仪式在天津师范大学举行。活动立足天津市全域科普工作部署,搭建协同科普新平台,助力全市全民科学素质持续提升。天津市大中小学师生代表 600 余人参加活动。

活动现场正式发布由天津市科协、市教委和天津师范大学共同打造的科普品牌“智启津门·科普讲堂”。该科普讲堂将依托优质专家资源和高校平台优势,常态化开展系列科普宣讲、科学普及教育活动,打造天津市常态化、专业化、品牌化的科普传播阵地。

此活动是天津市深化校地科普合作、推进全域科普体系建设的重要举措。未来,天津市将持续依托“智启津门·科普讲堂”品牌和天津师范大学科普中心阵地,持续开展多元化、高品质科普活动,深耕青少年科学启蒙教育,传播科学知识,弘扬科学精神,为天津科技创新和科学普及事业高质量发展注入青春动能。 吴琼

谣言粉碎机
yaoyan fensuiji

食用油用火烧一下,就能辨别优劣?



资料图

流言:网传将食用油在锅内加热至着火,通过燃烧后锅内剩余物可以判断食用油品质优劣。如果燃烧后剩余为黑色焦糊状、形似沥青的物质,则说明食用油品质不好。

分析:火油后是否出现黑色焦糊物质,和食用油的品质优劣无关。

“火烧辨油”为何不靠谱

首先,火烧食用油后产生这种黑色焦糊状物,是所有油脂在高温加热下的共性表现,与食用油品质无关。食用油燃烧不完全时产生的黑色“积碳”,这和汽油、柴火、蜡烛等燃烧不充分时在周围环境留下“黑灰”是一个道理。高温燃烧使食用油中甘油三酯分子结构发生变化,聚合更复杂的物质,形成“焦糊”。而这种焦糊状物在提高温度进一步加热,且氧气足够、能完全燃烧的情况下,最终也会被“烧尽”,消失。其次,不同食用油的烟点不同,

对高温的耐受度也不同,只看表象“一刀切”的主观判断不可取。像初榨橄榄油、亚麻籽油等富含不饱和脂肪酸的食用油,在100℃-160℃左右就会出现“油烟”和异味;而猪油这种富含饱和脂肪酸的油脂,200℃左右高温煎炸时依然光亮无烟。这是因食用油中脂肪酸种类不同带来的烟点差异,也提示我们不同食用油的烹饪温度应有所不同,但并不意味加热时较早出现油烟的那些食用油本身品质“有问题”。相反,橄榄油、亚麻籽油等食用油因单、多不饱和脂肪酸含量更高,在合理的烹饪方式下(如凉拌、炖煮等较低温度加工)更有利于血脂代谢、维护心脑血管健康。第三,食用油品质优劣不应在“火烧”这种极端条件下评判。

食用油在正常使用场景下并不会出现“火烧”这种极端情况,用燃烧“结果”来衡量食用油品质本身就是一种脱离使用场景的“无意义”实验。温度太高、油脂燃烧时会产生不少有毒有害物质,如苯并芘等多环芳烃类以及杂环胺类致癌物。同时,研究发现,高温长时间加热会使植物性食用油的酸价、过氧化值上升;饱和脂肪酸含量显著上升,不饱和脂肪酸(尤其是多不饱和脂肪酸)含量显著下降,反式脂肪酸大幅度上升。这意味着,长时间、过高温加热对食用油,特别是植物油的品质本身就有极大的负面影响。日常生活中我们应该尽力避免长时间高温加热食用油,提倡炒菜时“热锅凉油”“急火快炒”,这样既不会使食用油过热产生有害物质,又能更好地保留菜品营养素。

这些技巧帮你选择
合适的食用油

在挑选食用油前,首先要明白一点:油的好坏,主要要看使用情况和食用量。下面这些技巧或许可以帮助你直观、简单的选出适合自己的食用油。

一、看加工、看标准
一些食用油在包装上标有“压榨”“一级/二级”等字样。压榨代表其加工工艺采用的是物理压榨出油而非使用溶剂浸出出油,通常压榨油比浸出油的价格更高,这是由其工艺成本决定的。但无论压榨还是浸出,只要是正规厂家生产的符合国家标准标准的食用油,都属于合格产品。“一级/二级”则是质量等级,代表油脂的精炼程度,一级精炼程度最高,以此类推。精炼程度高使得食用油纯度更高、杂质更少、色泽更浅,但同时也会在精炼过程中损失一些风味物质和营养素。通常等级越高的食用油越纯净、不容易有油烟,更适合高温烹饪,如油炸;等级稍低的食用油更适合低温烹饪,如烹炒、凉拌等。

另外,食用油包装上还要标出生产参考标准,如参考食品安全国家标准 植物油(GB 2716-2018),或者不同种类食用油的独特标识,以有深度、有依据、有温度的内容快速收获了广大受众的认可。

二、看配料、脂肪酸种类
配料表会标明食用油的主要油料作物,如花生、菜籽、大豆等。不同的油料作

物榨出的油,脂肪酸的种类、比例并不相同。如今大家都知道,富含不饱和脂肪酸(如ω-3系列多不饱和脂肪酸、单不饱和脂肪酸)的油脂对血脂和心血管健康更有益。但考虑到我们中国人习惯炒菜,亚麻籽油这样多不饱和脂肪酸比例过高的食用油往往不耐热,不太适合炒菜场景。橄榄油、菜籽油单不饱和脂肪酸含量相当丰富,就很适合炒菜。如果日常吃凉拌等低温菜肴较多,也可以优先选择亚麻籽油。而像花生油这样饱和脂肪酸、单不饱和脂肪酸、多不饱和脂肪酸比例相对均衡又自带花生的油脂,适用场景也比较广。

三、看包装和分量
那些富含不饱和脂肪酸的油脂,在日晒、高温等不适宜的储存条件下容易变质,产生哈喇味。因此,这里提倡大家优先选择深色包装、小分量的食用油。深色包装能在一定程度上减少日晒影响,小分量则能确保尽快吃完、储存时间不太长。同时,小包装的优势还在于可以多买几种不同食用油搭配食用。

四、感受香气、滋味等
每个家庭口味不同,可以通过一段时间的食用,以食用油的香气、滋味等来选出更适合自家口味的几种类别。总之,“好油”绝不是“烧”出来的,而是选出来的,更是“搭配”出来的。每种食用油的营养优势不尽相同,不同烹饪条件下适合的油脂也有所差异,选择小份量、不同种类的食用油,正确保存,并根据口味偏好、烹饪场景来搭配食用,以取得最佳的健康效果,这才是最好的方案。 王璐

传中医智慧,兴中医药文化



5月24日,山东日照,小朋友在东港区中医药文化体验馆体验药同源制作,近距离感受中医食养智慧。 乔祥洛

略知一二
lue zhi yi er

白菜有小黑点别担心

白菜叶上的小黑点通常是“芝麻状斑点病”,这是一种生理性病害,与白菜生长过程中氮肥使用过多有关,并非腐败或霉变的表现。这些小黑点对白菜的营养成分和味道并无明显影响,也不会对食用者健康造成危害,清洗后的白菜仍可正常食用。需要注意的是,若白菜叶片上出现大面积黑斑或明显发霉,则可能是霉菌感染,此时的白菜可能已经变质,应避免食用。此外,挑选白菜时,应选择叶片完整、颜色鲜绿、无异味的,存放在干燥通风处,可延缓小黑点的增加。总之,对白菜上的小黑点无需过度担心,它并非腐烂的标志,不要因这些小黑点浪费可食用的食材。 阮光峰

关节痛别乱补氨糖

氨糖(葡萄糖胺)和软骨素是软骨的重要组成部分,研究显示它们在骨关节炎、关节疼痛的管理中常常能减轻症状,尤其是长期规律服用时更明显。但是,它们的效果往往有限,不能逆转已经磨损的软骨,也不能替代其他必要的治疗手段。关节健康受多方面影响,如体重过重、缺乏运动、外伤、炎症性疾病等,都会加重关节损伤。氨糖的作用更像是“辅助”,即在合适的人群中能延缓关节退变、改善疼痛,但如果忽视控制体重、肌肉锻炼和规范药物治疗,仅仅指望“吃氨糖”并不能真正解决问题。总之,氨糖可以作为关节管理的一个组成部分,但绝不是单一灵丹。科学护关节,还需要综合措施,如控制体重、规律运动、合理用药等,必要时甚至手术。 李鑫

痤疮和体内毒素无关

痤疮的病因并不是体内毒素过多导致的。现代医学研究表明,痤疮是一种常见皮肤病,是多种因素共同作用的结果,主要包括皮脂腺分泌过多、毛孔堵塞、细菌感染以及炎症反应。首先,痤疮的发生和体内激素水平波动密切相关,尤其是青春期雄激素水平升高,会刺激皮脂腺分泌更多油脂,过量油脂和皮肤表面死皮细胞、污垢结合后容易堵塞毛孔,进而引发痤疮,遗传因素和皮脂腺敏感性也会影响痤疮严重程度。其次,痤疮丙酸杆菌过度繁殖是痤疮发炎的重要原因,这种细菌原本存在于毛囊中,皮脂过量时会大量繁殖,诱发局部炎症让痤疮加重,这个过程和所谓“毒素”完全无关。 唐教清

科普述评
kepu shuping

智媒时代,播音主持行业更加凸显“人”的价值

人工智能浪潮之下,随着AI数字主播、智能配音快速普及,从业门槛持续降低,播音主持行业面临前所未有的挑战。AI主播昼夜不休、零差错、低成本,正以肉眼可见的速度蚕食着播音主持的传统岗位。很多从业者陷入了转型迷茫与价值重塑的双重困惑。但与此同时,却有一批深耕融媒账号的播音员主持人正在持续“刷屏”社交网络:一则对扁担女孩刘燕的解读短视频,收获了大量点赞,这是第2届中国播音主持“金声奖”获奖者、浙江电视台主持人王志强“小强说”交出的“爆款”答卷;一条含泪讲述102岁抗战老兵故事的短视频,收获了大量网友的共情转发与暖心评论,这条短视频出自湖南广播电视台都市频道记者李中的“李记者的日常”。纵观国外,“超级个体”在传播场域中的作用也愈发突出。无论是The Daily等机构型播客,还是Conan O'Brien等头部主播,都凭借鲜明的立场观点、垂直的内容设置和人格化的在场表达,推动视听行业向“人媒体”的方向演进。

当前,传播生态发生着深刻变革,传播节点正在由“机构”转向“个人”,其背后是技术迭代对传播话语权的重构。在传统媒体时代,广播电视作为信息传播的核心载体,传播模式呈现出明显的中心扩散特征,更侧重于“我说你听”的单向传播结构。进入智媒时代,人工智能、大数据、云计算等智能技术的深度融合,则从根本上改变了信息的生产、分发与接收机制,让人凭借自身的专业特质、优质内容与个人影响力,实现跨平台、全域性的信息触达,“超级个人”节点加速崛起,其既是媒介,又是生产观点、内容的“行动者”。因而,当前我们更加需要的是具备深入思考能力、鲜明风格与个人辨识度的“发声者”,而非单纯进行信息传递、程式化播报的“传声者”。智媒时代并不是弱化了人的价值,反而更加凸显了人的价值,只有紧紧抓住时代机遇,播音主持行业才能在新的传播格局中占据主动地位。

立足主流价值底色与专业优势,始终是这一行业的核心竞争力。将广电机

构长期积累的深度调查报道、权威时政解读等“硬核”功力转化为个人账号独特的内容优势,成为一些从业者在崭新传播生态之下的制胜法宝。如浙江城市之声主持人“新闻姐”邹雯凭借过硬的新闻采编功底,对各类热点事件进行抽丝剥茧的细致解读,用扎实严谨的深度内容、客观理性的观点评析出圈走红,将广电机构深耕时政民生、深挖事件本质、引导舆论导向的传统长板,转化为人格化IP的独特标识,以有深度、有依据、有温度的内容快速收获了广大受众的认可。

以更具贴近性、更有“活人感”的传播姿态形塑个人形象,打造立体鲜活、辨识度高的媒介人格,也成为当下播音主持行业适应环境变迁的必然选择。智媒时代的播音员主持人,只有主动跳出演播间,并贯之以真诚的态度、鲜活的表达、丰富的场景,才能与受众建立情感连接。

如今,单一的传播渠道已难以满足受众的信息获取需求,也难以实现传播效果的最大化,立体化传播、打造传播矩阵、实现个人IP的全域触达已势在必

行。播音员主持人需要主动适应不同平台的传播规律,打造多平台、立体化的传播矩阵。如湖北广播电视台“主持人阿喆”黄志伟将传统广电人的专业素养融入新媒体的内容创造与传播规律中,在多个平台持续推出信息密度高、实用性强、充满共情力的短视频评论,其中不少成为“爆款”。不同平台有不同的语态与节奏,播音员主持人若能因平台制宜,对同一内容作差异化的调整与重构,乃至对不同平台量身定制专属内容,则能让传播矩阵真正释放叠加效应。

当然,相关机构与部门的支持、赋能与引导也必不可少。在智媒时代,广电机构正主动转变思路,力争成为形塑传播主体的培育者、个人IP孵化的赋能者,为播音员主持人的转型发展提供有力支持。近年中国播音主持“金声奖”的评选表彰,更是有意识向融媒转型中取得显著成绩的播音员主持人倾斜,为行业提供了有力的价值引导。未来,如何更好地投资于“人”,将是视听行业实现高质量发展的关键命题。 易伟平