



# 社交媒体上的白大褂们

■杨雯

## 1 有意或无意：成为科普博主的医生们

即便没有专门搜索过，我们也常常能在社交媒体上见到这样的医生账号：穿着一件干净整洁的白大褂的工作照，一份详细说明医院科室与职称的认证，图文或视频列表都指向同类疾病的不同细分内容——诱因、防治或是护理。随便点开一条评论区，都能看到大量患者的留言。

四川大学华西口腔医院主治医师鞠锐在小红书上自称“橘子医生”，戴着圆圆的黑框眼镜，白大褂的左胸前印着医院的 logo，介绍自己是“专注因难复杂牙拔出，各种牙槽外科手术治疗”，并表示“偶尔秀秀病例，做做科普，分享一些你们不知道还很好奇的小知识”。

32 岁的鞠锐是去年 4 月开通的账号，契机一方面是疫情期间门诊病人减少，另一方面，鞠锐发现门诊病人会提很多问题，内容大同小异，他每天都要反复回答，便想着将那些基础且共性的及热点问题写在网上。

平台对医生职业认证设置了复杂且严格的要求，至少需要提供身份证、手持身份证照片、近一个月内“国家卫健委信息查询”截图、医生执业证书、医师资格证、医院的劳动合同、工作胸牌等资料。鞠锐经历了几次缺材料被驳回的情况，经补充后终于获得了认证。

账号开通后，很快评论区就有不少人咨询病症以及发给他的私信，鞠锐会尽量解答能详细描述和明确答复的问题，“比方说患者哪个位置疼痛红肿、做过什么治疗、现在需不需要吃药等这一类问题，我会回复；有的患者虽然描述不清楚，但遣词非常有礼貌，我也会主动问一下情况。”鞠锐说。

线上积累的影响力没多久就传导到线下，到当年的八九月份时，在门诊总患者量不多的情况下，挂鞠锐的号的人多了起来，“有些患者专程找我来看病，结果我就变成了比较忙碌的医生”。

越来越多的医生活跃在社交媒体上，由此改变着普通人获取医疗信息、养成医学思维的方式。

社交媒体上的医学科普内容正好可以分成这两类，前者像鞠锐这样聚焦专门科室，为网民提供有效的医疗信息；后者即做医学思维科普的医生并不多，因为这一领域往往脱离硬核的医学知识，用一种更加软性的人文视角让网民理解疾病、医学与健康。

在抖音、快手、B 站、小红书都有账号的“水果医生”王野斌，可以看作是后者的代表。王野斌颧颊瘦削，发顶是天生的自来卷，网友说他长得像《名侦探柯南》里的白鸟警官。王野斌是黑龙江鹤岗市人民医院重症医学科主治医师，他操着一口足以和网友拉近距离的东北口音，在视频里犀利地讲述重症病房里的生死危机与世情百态，并将其命名为“ICU 人情冷暖”。

王野斌做科普短视频的缘由要追溯到 2019 年。那时他的儿子 2 岁，他想要给孩子做一些有意思的科普，便用手术刀、止血钳、注射器等为火龙果、芒果、橘子“开刀”“缝合”，模拟不同手术。王野斌将拍摄的视频顺手发在网上，不承想无心插柳，收获了一批粉丝。

2020 年，王野斌被派去湖北支援抗击新冠疫情。支援结束后，王野斌患上甲亢，导致他手抖，不适宜再拍摄水果手术视频，加之短视频平台不再允许手术刀出境，他就改成讲述。

在 ICU，王野斌几乎每天都能看到因遭遇意外灾祸奄奄一息的病人，如为了工作在酒局上喝到晕厥的男子、因父母不愿意出钱只等婆家点头才抢救的女儿……他便在抢救间隙的休息、吃饭时录几分钟视频。

让他感到意外的是，这些随口转述的“急诊室的故事”，比他花上四五个小时录制的水果手术更受欢迎。王野斌意识到，大家喜欢看医学术语没那么多且有人情味的内容，“我讲这些是为了让大家了解自己的身体，知道哪些对生命有影响。知道生命怎么消亡，其他人能不能不重蹈覆辙，健康地活着”。

对于普通受众而言，想要走近繁体、竖版、未添加句逗的古文不是一件容易的事。近日，国内首个专门应用于古籍处理与研究的智能工具“荀子”上线，意味着在智媒时代和古籍对话成为可能。

这个古籍大语言模型“荀子”由南京农业大学信息管理学院教授王东波研发团队研发，是一个包含了《四库全书》在内的超 20 亿字的古籍文献大型语料库，能够实现自然语言理解、自动翻译、诗歌生成、自动标引等多项功能。作为开源的、公益的研究成果，该模型已在 GitHub、ModelScope 等网站开源。

### 向思想家荀子致敬

为何取名“荀子”？据王东波介绍，荀子不仅是我国先秦时期伟大的朴素唯物主义思想家，也是一位散文大家。在对荀子的作品深入研究后，团队发现其在语言学理论的阐述上也

## 2 努力做“功课”：医生和患者沟通更有效

5 月，北京大学人民医院骨关节科副主任医师刘强开始在抖音和小红书上发布科普视频。他早年为报纸写过科普文章，在医疗自媒体发表过阅读量超过 10 万的漫画脚本和视频。几年前短视频刚兴起的时候，就有不少人建议刘强注册自己的账号，但他迟疑了很久。

“主要是考虑到现在的自媒体娱乐属性比较强，很难讲一些严肃的医学科普话题。”刘强说，“也担心没有那么多时间去创作剪辑，还担心一旦开始，会有一种被‘绑架’而无法抽身的感觉。”

直到 2021 年底他的孩子出生后，初为人父的刘强对患者家属感同身受——尽管

## 3 严谨又有趣：流量带来的难题

想选题是每个自媒体人的挑战，医生也不例外。鞠锐在小红书上最初是讲解病人口腔的 X 光片，早在运营社交媒体账号前，他就常在朋友圈分享这类病例。不同的是，鞠锐的朋友圈里以同行居多，社交媒体上对黑白色成影照片感兴趣的观众少之又少。

看着可怜的评论点赞数，“我很快就发现这种科普不是特别有意义”。因而鞠锐开始探索什么是“有价值，大家愿意看，对我的临床工作也会有一定帮助”的选题，于是他开始讲解如何使用冲牙器、哺乳期拔牙，两颗智齿能不能一起拔等看似简单却实用的

## 4 传统媒体还是新媒体：找到自己的价值

过去医生做科普是在报刊、电视上，或者以出书的方式，这些都需要经过权威人士的审核、检验。相比之下，在去中心、去权威化的社交媒体场域里，医生的专业素养与职业操守，正在主动或被动地发生消解。“医疗专家上电视台的健康节目是有门槛的，不是想上就能上的。而现在，话语权已经被下放到每个人的手中，任何人的意愿都可以通过社交媒体传递。”王秀丽分析道。

上海市第一人民医院胸外科主治医师王兴是一位活跃的医学科普人，他的书《病人家属，请来一下》《医生，你在想什么》等受到读者的欢迎和好评，长期担任中央电视台《健康之路》的嘉宾。2017 年，他成为今日头条专栏作家，每个月需要更新 10 篇约 1000 字的文章。想选题、被催更、蹭热点，让他结结实实地体验了一把新媒体流量带来的巨大压力。

绞尽脑汁写了一段时间，王兴很明显的感受是，在社交媒体平台上难以进行深度的、系统的表达，这是天然的。“从我的书里截取一个句子，拍成短视频，结果可能因脱离了前后语境是错误的。”王兴说。

那段时间，每当后台跳出来新的评论提醒，他都很难控制自己不第一时间点进去浏

自己是医生，但当孩子头疼脑热的时候依然是“隔科室如隔山”，刘强这才意识到公众对医疗科普的需求或许远大于他的想象。

“我对朋友感叹，当家属挺难的，因为医疗是信息差非常大的一个行业，很多人病急乱投医被忽悠了，主要根源还是在于信息差。”就这样，刘强决定试试做短视频。

真正进入到自媒体的场域后，在虚拟社区里同观众的交流比他想象的更复杂。刘强回忆，在自己还是年轻医生时，他最崇敬的是手术做得好、片子看得好的“技术型”医生。随着年资的增长，他逐渐理解了那些可以用言语开导、抚慰病人心情的医生的难能可贵，“大多数患者，尤其是看病老遇到挫

知识，辅以活泼的行文和配图，粉丝逐渐多了起来。

不过，随着越来越多的人涌入自媒体平台，关于一件事的不同观点被流量与算法簇拥着送到不同人面前，致使真相越来越难以辨别。

在一段时间的加班过度用眼之后，肖典（化名）发现眼前偶尔会闪现丝丝黑影。肖典有些担忧，他先是在搜索引擎里查，网页上充斥的“致盲”“无法根治”“毁了我的一生”等关键词，令他心生恐慌。

后来，他在微信视频号看了一名眼科医

生，再根据读者的评论琢磨如何调整接下来的更新方向。“我把大部分的时间花在网上，留给自己独立思考的时间越来越少。”

于是，2021 年签约到期后，王兴选择回归到传统媒体继续书写。在他看来，尽管在这个时代，图书看起来已经是一种“夕阳产业”。“但是我喜欢这种可以专注地探讨问题的方式。”王兴表示。

社交媒体也在重塑医生对于自己行业的理解和认知。王野斌说，自己是一名身处“边陲小城”的医生，没有一线城市里的医生那么忙碌，“我能够理解他们，全省乃至全国的病人都到他们医院去，他们反复说着同样的话，难免显得‘不近人情’。我们不一样，来医院的人可能在街上拐个弯就能看到”。

短视频里的王野斌流露出东北人的热情豪爽，“我没有把自己当成大夫，也没有把网友当病人，而是把他们当作兄弟姐妹”。

比起一条条回复私信，刘强更愿意回复公开评论，方便让有相似情况的网友看到。对于评论区里的不同声音，刘强一般不会删帖，反而认为这些内容让他听到了在门诊里难以获得的反馈，“门诊病人即使不认同，但当着大夫的面也不好意思回怼。在网上吐槽

烧药吗？咳嗽什么时候能好？即使在医院的候诊区排队时，焦急的患者也会拿起手机，点开抖音、小红书、B 站等社交平台寻找答案。这时一个个身穿白大褂对着镜头讲解的身影就会跃入眼帘，其中有一些是得到了平台加 V 认证的职业医生。从科普专栏到在线问诊，再到医生自媒

折，病痛折磨时间比较长的病人，最需要的是医生在言语和心灵上的关怀”。

刘强发现在互联网上更容易“说者无心、听者有意”，“有时我说的话，到网友耳朵里就不一定是我说的那个意思”。如何才能更有人文关怀？刘强每次都对文案字斟句酌，反复想如何能把一种病痛说得更清晰且有温度。

互联网打破了地理的区隔，好像“降低了门槛”——让更多人不进医院就能快捷地接触医生和了解医学知识。北京大学新媒体研究院副教授王秀丽认为，更方便的信息获取渠道，与令人感到亲切的互动，会对改善医患关系、解决医疗资源不均衡产生积极作用。

不久前，王秀丽带女儿去复查眼睛。这之前，她一直在读一名眼科医生有关儿童近视的科普，“通过科普，我已经对近视和矫正有了一些基本的认知，了解了离焦镜、OK 镜的原理。只需要复查结果，再听听大夫的建议就可以了，不会反复问大夫什么是离焦镜、OK 镜了”。

生的讲解，才了解到飞蚊症分为生理性和病理性，前者属于正常的生理现象。他马上挂号检查，得知无碍后才放下心来。

有一段时间，鞠锐在门诊遇到了不少说“提前吃了菠萝来的”患者。他大为不解，问询后才知网上流传着“拔牙前吃菠萝可以止痛消肿”的小贴士。这令鞠锐哭笑不得，他写了一篇辟谣帖，但浏览量少得可怜，“辟谣只能从最根本的药理上去解释，这就会很枯燥，没什么人能耐心看完，无法引发广泛传播”。

在王秀丽看来，这始终是严肃话题在娱乐、轻量的社交媒体中传播时不可规避的问题。她解释，社交媒体本身有吸引流量的属性，很多不够科学、不够专业的信息为了能够吸引眼球故意写得耸人听闻，标题也起得有煽动性。而做科普的医生，就需要从思想和行动上适应从严肃诊断到趣味传播的转

就毫无负担。这也给了我一个学习的机会，让我能了解他们真正的想法”。

如今，在社交媒体上开设科普账号的医生越来越多，大家不会像早年那样对“抛头露面”的医生抱有偏见，医院也会鼓励更多医生参与到科普中。不过，医生做互联网科普的成效目前鲜少被纳入考核体系，医院不会为这份额外的工作量给予实质性奖励。

王秀丽认为，社交媒体为医生提供的“被看见”的机会，很有可能蕴藏着更大的潜能，也许会为医生解锁新的人生密码。“学生们报志愿的时候，可能出于各种原因选择学医。有些人从医学院毕业后也许并不愿意继续做医生，但自己又有表达的欲望，能在做自媒体中收获价值，或许他们可以走出一条新的职业道路。”

事实上，已经有医生从公立医院离职专门做自媒体博主。今年 10 月，王兴首次尝试为自己创作的一部医院题材的小说担任编剧。这些年做过各种形式的科普，王兴最大的感受是，“大多数医生对平台来说只是工具人，不要指望平台能够为你做什么”。要问问自己，做这些能为公众或者社会创造什么样的价值。

体，当下普通人对疾病和医疗信息的获取越容易，患者与医生之间的关系也在悄无声息地发生改变。医学这样一个依赖诊断和检查、要求精确和严谨的行业，与全民触手可及的社交媒体发生碰撞时，带来了哪些便利，又存在着哪些隐患？

许多医生表示，看过网上科普再慕名到自己门诊的患者，整体来说比随机挂号的门诊病人对健康知识理解程度更高，他们对疾病有初步的了解，提问时更有针对性，对治疗的信任、医嘱的服从也更高。而做过“功课”的患者的问题会更多，“这就像学习一样，学得越多会发现自己越无知”。

做科普让鞠锐更加严谨，每次要写新的条目时，“哪怕是我非常熟悉的，也要重新去查知网、PubMed，核实一遍再发出来”。有些学术名词与诊室中患者的口头表述有差异，鞠锐在写文案时会规范地用词。

王芳曾在河北保定市第一医院皮肤科病科担任主治医师，10 年前就在微博上写科普，那时候的她还是一名年轻大夫，在职称、资历不够的情况下，网络科普给了她接触更多病例、病史的机会，包括更高职称的大夫在诊室里才能看到的疑难病症。“大家会在网上问我非常多的问题，我都免费回复，这让我有了更多积累。”

变，也就是“怎么用既严谨又有趣的方式来做科普”。

随着互联网流量经济的发达和网民需求的增加，弄虚作假或者发出错误内容的情况也会出现。

鞠锐刷到过同行有误导性的科普视频。对方是某三甲医院副主任医师，分享了一份不建议拔智齿的病例。鞠锐认为该医生夸大手术风险，该医生的助理还在评论区中回怼质疑的人。鞠锐非常生气，写了一篇批评的帖子，但只得到了四十几个赞，很快被那位比自己粉丝量多了近 30 倍的医生拉黑。

不过，当下各平台正在作出努力，提醒网民学会分辨，避免被误导。在抖音，如果给医生账号发送私信，会跳出“暂不支持消息发送”等信息，在小红书等平台播放视频时，界面也会醒目地提示“内容仅供参考，身体不适请线下就医”。



图片来源：视觉中国

# 与“荀子”对话：古籍版 ChatGPT 发布

■本报记者 李晨

成古籍词法分析、实体识别、关系抽取、文本分类与匹配、文本摘要等专业古籍研究处理工作。

同时发布的底座模型，还可以让用户根据自己的需求，使用本地的训练语料微调“荀子”底座模型，使其在古籍下游处理任务上获得更优越的性能。

### 10 年“冷板凳”教会机器通读古今

尽管目前有 200 多个通用模型在各领域得到应用，但古籍领域仍缺乏专业的大语言模型。功能强大的“荀子”到底是怎么做到化繁为

简、通读古今的？

“首先是‘算力充足’，并且‘饱读诗书’。”王东波介绍，“荀子”的顺利问世离不开南京农业大学提供的高性能算力基础设施支持，以及团队长期积累的大量标注、精加工语料库，团队给“荀子”投喂了 40 亿字大型混合语料数据。

“模型的构建受算力、场景应用等多方影响，但精准度较高的优质数据是最为关键的。”王东波介绍，团队从 2008 年开始接触古籍，2013 年至今一直专注于人工精标注数据的工作。

“比如《岳阳楼记》，要训练机器标注文中的形容词，首先就要训练相关人员标注形容词，在大量人工标注的基础上，再让机器学习。”这项坐“冷板凳”的基础标注工作一做就是 10 年之久。

王东波表示，期待能将古籍的智能化研究与跨学科的人才培养相结合，让学生在既有前瞻性的科研视野，又具有较为深厚的人文底蕴。同时让更多受众接触古籍、品读古籍、传播古籍，真正地唤活“故纸堆”，共同推动中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展，赓续传承中华文脉。

联合发布“荀子”古籍大语言模型的中华书局古联公司，则主要致力于未来的场景应用和领域推广。除了让广大用户能够顺畅利用古籍内容，在专业领域推动古籍整理、古籍数字化、古籍活化利用与传播之外，“荀子”大模型未来还可广泛应用于 AI 写作、AI 教学、数字文娛等领域。