

# 新媒体背景下生态环境宣传模式的路径探讨

● 王世君



**[摘要]** 当前,新媒体技术的飞速发展带来了信息传播领域的变革,不仅重塑了信息的传播格局,也为各类社会议题的推广普及提供了广阔的平台。全球范围内,生态环境问题日益严峻,如气候变化、生物多样性减少、水资源短缺等现象频发,不利于社会的可持续发展。在此背景下,需要提升公众的生态环境保护意识,推动生态文明建设。传统的宣传模式在覆盖面、互动性、影响力上存在局限性,无法实现生态环境保护信息传播的广度与深度。本文着重探讨新媒体背景下生态环境宣传模式的创新路径,以期为推动生态环境宣传工作的转型提供理论支撑与实践指导。

**[关键词]** 新媒体;生态环境宣传;创新模式

在当今信息化背景下,新媒体以其独特的传播优势,成为推动社会意识变革与文化传播的重要力量。针对生态环境保护这一全球性议题,探索并实践新媒体环境下的创新宣传路径,不仅能够有效增强全社会的生态文明意识,还能进一步提升公众对生态环境保护的认知度和参与度。本文旨在深入剖析新媒体在生态环境宣传工作中的创新应用,进而为生态文明思想的传播与推进提供新的思路与实践框架。

## Q 新媒体概述

新媒体,作为依托新技术支撑体系而出现的媒体形态,是数字化现代社会信息传播的重要载体。新媒体利用数字技术,通过计算机网络、无线通信网、卫星等渠道以及电脑、手机、数字电视机等终端,向用户提供信息与服务。从空间上看,新媒体特指当下与传统媒体相对应的,以数字压缩、无线网络技术为支撑,利用其大容量、实时性、交互性,跨越地理界线,最终实现全球化的媒体。新媒体是数字化技术的产物,数字化是新媒体出现的必备条件。数字化使得传统媒体的内容得以存储与传播,大幅度提升了媒介的传播效率。新媒体的交互性打破了传统媒体的“主导受众型”模式,使受众有了更大的选择权;受众可以免费阅读信息,放大信息,甚至可以一边接收信息一边进行互动。新媒体具有强大的即时性,应用强大的软件与网页呈现内容,轻松实现24小时在线,保证了信息的实时更新与发布。新媒体打破了传统媒体的中心化传播模式,实现了信息的去中心化传播。新媒体面向更加细分的受众,个人可

以通过新媒体定制自己感兴趣的内容,这与传统媒体受众只能被动地阅读或观看毫无差别的内容有很大不同。

## Q 新媒体对生态环境宣传工作的推动作用

### (一) 拓宽宣传渠道提高信息覆盖率

新媒体的兴起,打破了传统媒体在时间与空间上的限制,传播渠道更加多元、便捷。互联网、社交媒体、短视频平台等新兴媒体形式的普及,让环保信息可以迅速传播到全球各个角落。比如,微博、微信、抖音等平台上的环保账号、环保话题,能够实时发布最新的环保资讯、政策解读、科普知识,吸引大量用户的关注并转发。这些平台支持用户之间的互动交流,伴随传播过程中生态环境保护话题不断被讨论及深化,逐步扩大影响力。此外,还可以通过搜索引擎优化、内容营销等手段,进一步提高生态环境保护类信息的可见度和获取率。

### (二) 创新宣传形式增强吸引力与感染力

新媒体充分利用动画、漫画、H5互动页面、VR/AR虚拟现实等多种技术手段,将环保信息以更加生动、有趣的方式呈现给公众。例如,有些机构通过开发生态环境保护主题的H5互动页面,让公众在参与互动的过程中了解生态环境保护知识,提升生态文明意识。VR/AR虚拟现实技术,让公众可以身临其境地感受环境污染的危害、生态环境保护的紧迫性,从而更加深刻地认识到生态文明建设的重要性。这些创新的宣传形式不仅提高了环保信息的趣味性、互动性,还增强了其感染力与说服力,能够触及公众的心灵深处,激发公众对环保问题的关注与思考,进而促进环保行动

的开展。

### (三) 激发公众共鸣以及参与度

新媒体在生态环境宣传中的另一个重要作用是激发公众共鸣，推动全社会共同参与。新媒体具有高度的互动性和参与性，公众不再是被动接受信息的对象，而是成为信息传播的参与者、推动者。通过新媒体平台，公众可以发表自己的观点，分享自己的绿色生活方式，从而形成强大的社会舆论力量。例如，在社交媒体上发起的“无塑挑战”“绿色出行日”等生态环境保护主题活动，吸引大量公众的关注与参与。这些活动通过设定具体的环保目标、行动方案，鼓励公众在日常生活中实践绿色环保理念，减少对环境的影响。新媒体通过分享成功案例与优秀经验，激励更多人加入保护生态环境行动中。此外，新媒体还通过曝光环境问题与污染事件，引发公众的关注与思考。在舆论的推动下，引起相关部门与企业的重视并采取更加积极的措施来应对环境污染。

## Q 当前生态环境宣传模式的现状分析

### (一) 传统宣传模式

传统宣传模式是指通过传统媒体和宣传材料向公众传递信息的方式，主要包括宣传册、海报、电视节目及广告等。宣传册是生态环保宣传中常见的材料之一，通常以图文并茂的形式，详细介绍生态环境保护相关知识、政策法规、节能减排措施等内容；宣传册具有携带方便、信息详尽的特点，适合在各类活动、展览、社区宣传中使用。海报通过大幅的画面、简洁有力的文字，吸引公众的注意力；海报通常以生态环境保护主题为背景，强调节能减排、保护生态的重要性，被广泛应用于公共场所、交通工具、社区宣传栏等地方，以达到广泛传播的效果。电视节目及广告则通过生动的画面、富有感染力的音乐，吸引观众的注意力，传递生态文明理念，具有覆盖面广、传播速度快的特点，是生态环境宣传的重要手段。

尽管传统宣传模式在生态环保宣传中取得了显著成效，但也存在局限性。传统宣传模式主要依赖于传统媒体和宣传材料，其受众覆盖面有限，特别是对于年轻一代和特定群体，传统宣传方式的吸引力不足，导致信息传递效果有限；传统宣传模式通常以静态的方式呈现信息，缺乏互动性、趣味性。随着科技的进步、人们生活方式的变化，单一的宣传方式已经难以满足公众的需求，导致信息传递效果下降；传统宣传材料的制作周期较长，信息更新不及时，在互联网快速发展、网络资讯日新月异背景下，传统宣传模式难以迅速跟上现代社会的发展步伐，导致信息传递的时效性、准确性受到影响。

### (二) 新媒体在环境保护宣传工作中的应用现状

在当今数字化现代社会，社交媒体平台如微博、微信、抖音等，凭借其庞大的用户基数、高效的信息传播机制以及强大的用户黏性，成为生态环境宣传的重要阵地。微博以其开放性的信息传播模式，让环保议题能够迅速引起公众的关注与讨论，形成广泛的舆论效应；微信则依托其私密性与社群化的特点，通过朋友圈、公众号等渠道，实现了环境保护类信息的精准推送与深度互动；抖音等短视频平台，则利用短视频的直观性、趣味性、易传播性，将复杂的环保知识以简洁明了、易于接受的方式呈现给用户，极大地提升了生态环境保护类话题的吸引力与影响力。

随着移动互联网技术的飞速发展，生态环境保护类APP与小程序应运而生，为公众提供了更为便捷、专业的环保服务。这些应用通过整合生态环境保护资讯、垃圾分类指南、节能减排建议等功能模块，不仅为用户提供了比较全面的生态环境保护知识科普，还通过数据分析、个性化推荐等数字技术手段，帮助用户更好地实践绿色生活方式。

网络直播与短视频作为新媒体技术的又一重要表现形式，其在生态环境宣传中的作用日益凸显。通过直播形式，环保组织、志愿者等可以实时展示环保项目的进展、成效以及面临的挑战，让公众身临其境地感受到生态环境保护工作的艰辛与重要性。直播过程中的互动环节也增强了公众的责任感与参与度。而短视频则以其短小精悍、易于分享的特点，成为生态文明理念传播的重要载体。通过精心策划和制作，短视频能够生动展现公众参与的魅力与成效，激发公众的情感共鸣与行动意愿。

## Q 新媒体在生态环境宣传工作的现有模式存在的问题

在当今信息化背景下，新媒体平台上的信息量呈几何级增长，为生态环境的宣传工作提供了丰富的资源与多元的渠道。然而，信息过载也成了一个不容忽视的问题。当大量的生态环境保护类资讯涌入受众的视野时，他们的注意力被分散，导致信息传递的有效性大打折扣。新媒体在生态环境宣传工作中的另一个问题则是内容同质化。当前，新媒体平台上的生态环境保护类资讯在内容和形式上呈现出高度的相似性，缺乏创新和亮点，难以吸引受众的眼球。在新媒体平台上，虽然受众可以通过评论、点赞等方式与发布者进行互动，但许多平台并没有建立起有效的互动渠道，部分平台的评论系统存在审核不严、回复不及时等问题，导致受众的反馈无法得到有效回应，导致关注度降低。

## Q 运用新媒体开展生态环境宣传工作的创新路径探索

### (一) 精准定位实现个性化传播

在新媒体环境下，信息的精准推送与个性化传播是提升宣传效果的关键。实现这一目标，需借助大数据分析工

具,对目标受众进行细致入微的画像;通过收集并分析用户的行为数据、兴趣偏好、社交媒体互动记录等信息,精准识别对生态环境保护类议题具有潜在关注度的受众群体;进一步定制个性化的传播内容,确保每一条信息都能精准触达其目标受众,从而大幅提升信息的接受度与影响力。个性化传播的实践不仅仅体现在内容的制定上,更体现在传播策略的调整与优化上。根据受众群体的特征,灵活选择社交媒体、短视频平台、在线论坛等传播渠道与方式,确保信息的广度与深度;利用智能算法对传播效果进行实时监测与评估,根据数据反馈及时调整传播策略,以实现传播效果的最大化。

### (二)创新宣传内容与形式

在生态环境宣传中,内容与形式的创新是吸引公众注意力、激发参与热情的关键。新媒体融合故事化、游戏化、虚拟现实(VR)/增强现实(AR)等前沿技术,打造了一系列富有创意与吸引力的宣传内容。故事化宣传通过讲述生动的环保故事,将抽象的生态文明理念具象化、情感化,使受众在情感共鸣中接受并认同;深入挖掘生态环境保护工作领域的感人故事与成功案例,通过文字、图片、视频等多种形式进行呈现,让受众在轻松愉快的氛围中理解并支持生态环境保护工作。游戏化宣传则利用游戏的趣味性与互动性,将生态文明理念融入游戏设计中,让受众在游戏的过程中学习生态环境保护知识、培养生态文明意识;开发以倡导绿色生活方式为主题的在线游戏与小程序,通过积分、排名等激励机制,鼓励受众积极参与并分享给更多人。虚拟现实(VR)/增强现实(AR)技术的运用,为受众提供了沉浸式的绿色体验,利用VR技术构建虚拟的生态环境,让受众身临其境地感受自然之美,激发社会责任感;通过AR技术将生态环境保护类资讯融入现实场景,让受众在日常生活中随时随地接触到生态环境保护信息,进一步加深对生态环境保护工作的认知与理解。

### (三)设置参与机制强化互动宣传

在新媒体环境下,构建环保社区是促进用户参与、激发环保热情的有效方式。具体而言,通过搭建一个集信息交流、知识分享、创意展示于一体的绿色社区平台,能够鼓励用户生成内容,即让公众成为环保宣传的主体,自发创作并分享环保相关的图文、视频等多媒体内容。这种自下而上的内容生成模式,不仅丰富了宣传素材,还极大地增强了宣传的亲合力与传播力。此外,举办线上挑战赛与公益活动是进一步激发公众参与热情的有效手段。通过设计富有创意、挑战性的环保任务,结合社交媒体平台的广泛传播能力,可以迅速吸引大量用户的关注与参与;这些活动还能有

效促进生态环境保护知识的传播与实践,形成积极向上的环保氛围。为确保互动宣传的有效性,建立及时的反馈机制至关重要。通过设立在线问答、意见箱等渠道,及时回应公众关切,收集用户反馈,不仅可以优化宣传内容与形式,还能增强公众的参与感与归属感,从而构建更加稳固的环保宣传社群。

### (四)跨平台合作实现资源整合

在生态环境宣传工作的实践中,跨平台合作是实现资源优化配置、扩大宣传效果的关键。新媒体通过与有关环保部门、相关组织、企业等多方建立合作关系,充分利用各自的优势资源,形成宣传合力。有关环保部门提供政策支持与指导,相关组织带来专业知识与社区动员能力,企业则能贡献资金、技术与市场资源,共同推动环保宣传的深入与广泛覆盖。在此基础上,整合线上线下资源成为提升宣传效率的重要手段。线上利用社交媒体、短视频平台等新媒体渠道,实现信息的快速传播与互动;线下通过举办生态环境保护类讲座、展览、清洁行动等活动,增强公众的直观感受与参与体验;线上线下相结合的宣传方式,能够形成互补效应,最大化宣传效果。

## Q 结束语

综上所述,运用新媒体开展生态环境宣传工作的创新路径探索,不仅需要精准定位目标受众、实现个性化传播,还需要不断创新宣传内容与形式,以吸引更多公众的关注与参与。随着新媒体技术的不断发展创新,新媒体将在生态环境宣传工作中发挥更加重要的作用,为公众提供更加便捷、高效、有趣的生态环境保护资讯的获取途径及参与平台,推动全球环保事业的蓬勃发展。

## 参考文献

- [1]施万锋.新媒体视角下环境保护宣传教育的创新实践与影响研究[J].文渊(中学版)2022(08):103-105.
- [2]王敏.新媒体环境下对环境保护宣传教育模式的新思考[J].内蒙古科技与经济,2022(24):32,44.
- [3]刘立平.新媒体在生态环境保护宣传教育中的实施与应用[J].电脑采购,2021(39):200-202.
- [4]岳鹏鸣.探究环保宣传中媒体的角色重建及模式创新[J].百科论坛电子杂志,2019(13):763.

### 作者简介:

王世君(1985—),女,汉族,江苏宿迁人,本科,工程师,宿迁市环  
境宣传教育与信息中心,研究方向:生态环境管理。