

新媒体视角下环境保护宣传教育的创新实践与影响研究

施万锋

广西壮族自治区环境保护宣传教育中心

摘要：新媒体技术与内容创新的深度融合，有效拓宽了环保宣传教育的覆盖面与深度，增强了信息传播效率与公众参与度。通过多元化宣教模式、生动化内容设计及互动参与机制，环保理念得以广泛传播并激发社会行动力，有力推动了环保意识普及与生态文明建设实践。

关键词：新媒体；环境保护；宣传教育

【DOI】10.12252/j.issn.2096-627X.2022.08.035

随着新媒体技术的快速发展与广泛应用，环境保护宣传教育面临从手段到内容的深刻变革。本文旨在通过深度融合新媒体技术、优化内容设计及强化公众参与机制，提升环保理念传播效果，激活大众环保行动力，以适应信息化时代下的生态文明建设需求。

一、新媒体视角下环境保护宣传教育的现状问题剖析

（一）环保宣教手段单一与信息传播效率低

当前，在新媒体视角下，环保宣教手段呈现出单一化的特征，主要依赖传统的信息发布和宣传方式，未能充分利用新媒体技术带来的丰富表达形式和互动特性，导致信息传播效率相对低下。

这一局限性在一定程度上源于对新媒体技术潜能的认识不足以及对其应用策略的滞后更新，同时，也受限于内容创新力度不够，难以有效吸引和保持公众的关注度，从而影响了环保宣传教育的实际效果和影响力。

（二）环保宣教内容创新滞后与公众参与度低

新媒体视角下环境保护宣传教育的另一现状问题是内容创新相对滞后，以及由此引发的公众参与度不高的问题。环保宣教内容在很大程度上仍停留在知识普及和理念灌输层面，未能紧密结合新媒体特性进行深度挖掘和故事化、场景化的包装，导致其吸引力与感染力不足，难以激发公众的情感共鸣和行动意愿。

这一状况背后的原因主要包括：一是对新媒体环境下的内容创新策略研究不够深入，缺乏针对性强且形式新颖的教育素材；二是互动性设计不足，无法有效搭建吸引公众主动参与的平台和机制，从而限制了环保宣传教育的实际影响力和社会效果。

（三）社交媒体平台的潜在力量未被充分挖掘

在新媒体视角下，环保宣传教育面临的一大挑战是社交媒体平台的潜在力量未被充分挖掘。社交媒体作为当今信息传播的重要渠道，拥有巨大的用户基础和强大的互动性，理应成为环保宣传教育的有力工具。然而，当前的环保宣教活动在社交媒体的应用上仍显得力不从心，未能有效利用这些平台的特性来扩大宣传影响力和提高公众参与度。尽管有些环保组织尝试在社交平台上

发布信息和开展活动，但这些尝试往往缺乏系统性和创新性，无法与用户产生深度互动，更难以形成持续关注和广泛传播的效果。此外，社交媒体平台的算法机制和用户行为模式对环保宣传内容的传播效果有着直接影响。如果环保宣传教育内容设计不能与平台算法和用户偏好相匹配，那么即便内容再优质，也难以获得应有的曝光和互动。这就要求环保组织不仅要深入了解社交媒体的运作机制，还要不断创新内容形式和互动方式，例如利用短视频、直播、话题挑战等形式，以及通过数据分析来优化内容策略，从而有效提升环保宣传教育活动在社交媒体上的表现和影响力。

（四）缺乏有效的监测和评估机制

环保宣传教育在新媒体环境下的另一个显著问题是缺乏有效的监测和评估机制。在传统的宣传教育模式中，评估工作往往被忽视或仅限于活动结束后的简单反馈收集，缺乏对宣传效果和公众参与情况的深入分析。在新媒体环境中，这一问题尤为突出，因为新媒体的动态性和互动性要求宣传教育活动能够实时监测和快速响应公众反馈，以及时调整策略以达到更好的宣传效果。然而，许多环保组织在这方面的能力还很有限，他们可能缺乏专业的工具和技能来收集和分析数据，或者没有建立起以数据为基础的决策制定过程。这导致了即使在新媒体平台上投入了大量资源的情况下，也难以准确评估活动的实际效果，更不用说根据评估结果进行优化和调整了。有效的监测和评估机制不仅可以帮助环保组织了解宣传教育活动的效果，还可以揭示公众参与的深度和广度，从而为未来的宣传教育策略提供科学依据和改进方向。

二、新媒体视角下环境保护宣传教育的创新路径建议

（一）融合新媒体技术，构建多元化环保宣教模式

在新媒体视角下，环境保护宣传教育的创新路径首要任务是深度融合各类新媒体技术，以构建多元化、立体化的环保宣教新模式。

具体来说，应积极采用VR/AR、短视频、直播、H5互动等多种新兴媒体形式，将抽象的环保知识转化为直

观生动、易于理解的内容，实现环保理念的有效传播与普及^[1]。同时，借助大数据和人工智能技术，进行精准推送与个性化定制，确保环保信息能够触及并打动不同群体，提高公众的关注度和接受度。

此外，利用社交媒体平台搭建互动交流空间，鼓励用户生成内容（UGC），通过线上线下联动的方式举办各类环保主题活动，促使公众从被动接收者转变为积极参与者，从而提升环保教育的实践性和影响力。

（二）优化内容设计，提升新媒体环保宣传教育的吸引力与影响力

在新媒体视角下优化环境保护宣传教育内容设计，是提升其吸引力与影响力的关键所在。

应当紧跟时代潮流，结合热点话题与社会现象，策划制作具有较强故事性和感染力的环保主题内容，通过鲜活案例、深度报道以及微纪录片等形式，揭示环境问题的紧迫性与保护自然的重要性。

注重内容的可视化和互动性，运用动画、漫画、信息图表等手段，将复杂的环保理念与科学知识进行生动形象地展现，打破传统宣教方式的枯燥壁垒，增强公众对环保议题的关注度与理解度。

强化跨媒体合作与资源整合，联合意见领袖、专家学者、网络红人等多元主体，共同创作高质量的环保教育内容，借助其社交影响力扩大传播范围，进一步提升新媒体环保宣传教育的社会效果。

（三）强化互动参与机制，利用新媒体搭建公众参与环保行动的桥梁

在新媒体视角下强化环境保护宣传教育的互动参与机制，旨在搭建一座连接公众与环保行动的坚实桥梁。

应充分利用社交媒体、移动应用、在线论坛等多种新媒体平台，创新构建公众参与环保活动的渠道和方式。

同时，倡导并推行线上线下相结合的实践活动，如组织环保志愿者网络、开展“云植树”项目、推动垃圾分类等实时数据上传分享功能，让公众能够直观感受到自身行为对环境产生的积极影响，并在参与过程中积累环保积分、兑换环保奖励，形成良性的激励循环。

还鼓励用户生成内容（UGC）策略，支持公众创作并分享自己的环保故事、实践案例以及解决方案，从而培育出一个集思广益、互助共享的环保社区。

（四）建立长效机制，确保新媒体环保宣传教育的持续性和深入性

为了保障新媒体环保宣传教育的持续性和深入性，建立一个长效的机制显得尤为重要。这不仅需要持续的创新和内容更新，还需要在组织结构、政策支持、资源整合及评估反馈等方面做出相应的调整和优化。首先，

应当建立由政府主导、企业参与、公众支持的多方协作框架。政府可以提供政策指导和资金支持，鼓励企业投入资源进行新媒体技术的研发和应用，同时动员公众参与，形成合力。这样的框架有利于资源的集中和优化配置，提高新媒体环保宣传的效率和效果。其次，重视内容的持续更新和创新。环保宣传教育的内容不应该是一成不变的，而应该根据时代发展、环保需求的变化进行及时的更新和优化。通过定期组织创意大赛、鼓励用户生成内容等方式，不断丰富和更新环保宣传的形式和内容，吸引更多的公众参与和关注。再者，加强对新媒体环保宣传教育效果的监测和评估。通过设置明确的评估指标，定期进行效果评估，不仅可以及时了解宣传教育的效果，还可以根据反馈调整策略和内容，确保宣传活动的有效性和针对性。此外，还可以利用新媒体技术进行数据分析，精准识别目标受众，进行个性化推送，提高宣传的覆盖率和参与度。最后，加强新媒体环保教育人才的培养和引进。随着新媒体技术的快速发展，对专业人才的需求也在不断增加。高校、研究机构和企业应加强合作，共同推动环保新媒体人才的培养和发展，为新媒体环保宣传教育提供强有力的人才支持。

三、新媒体视角下环境保护宣传教育的创新实践成效

（一）新媒体技术赋能：环保宣教广度与深度的显著拓展

新媒体技术在环境保护宣传教育领域的创新实践，极大地拓宽了环保宣教的覆盖广度与触及深度。具体实践中，政府部门和非政府组织利用社交媒体、短视频平台、直播工具以及AR/VR等前沿技术手段，开展了一系列丰富多彩且易于传播的环保宣传活动。

借助大数据分析和精准推送技术，能够针对不同群体的兴趣点和需求定制个性化内容，实现环保教育的有效触达和深入人心。同时，鼓励用户创作分享，形成自下而上的环保倡导力量，进一步推动环保意识的社会化普及。

这些新媒体技术赋能的实践措施取得了显著成效，不仅提高了公众对环保问题的关注度和认知水平，也成功动员了大量社会力量参与到各种线上线下环保行动中，为建设美丽中国、促进可持续发展奠定了坚实的群众基础和社会共识。

（二）内容创新发力：新媒体平台环保理念传播的热烈反响

在新媒体视角下，环境保护宣传教育通过内容创新发力，借助各类新媒体平台实现了环保理念的广泛传播，并获得了热烈的社会反响。实践中，环保宣教者积极转变传统灌输式教育模式，采用故事化、情感化的内

容创作手法,结合实时热点与公众关切点,策划了一系列生动鲜活的环保主题宣传素材^[2]。

具体措施包括制作具有冲击力和感染力的短视频、图文并茂的长图文、互动性强的小游戏以及深度解读的专题报道等,利用微博、微信公众号、抖音、快手等新媒体平台进行精准推送。

这一系列内容创新实践过程中,成功激发了广大网民对环保议题的关注度与讨论热情,推动环保理念深入人心。诸多高质量环保宣传作品在网络平台上产生了病毒式的传播效应,引发了广泛的共鸣与行动响应。

(三) 公众参与激活:新媒体环境推动下的环保行动力提升

新媒体视角下的环境保护宣传教育创新实践,通过巧妙运用各类新媒体平台和工具,成功激活了公众对环保行动的积极参与。在实践中,相关部门和机构积极打造互动参与型的环保宣传项目,如在线公益挑战、环保知识竞赛、云植树活动等,鼓励公众分享自己的环保行为和心得,形成积极的社会示范效应。同时,依托社交媒体与移动应用,搭建便捷的环保信息发布、讨论及反馈平台,使公众能随时随地获取环保资讯,参与话题讨论,并实时记录和展示自身的环保行动成果。

这一系列举措取得了显著成效,不仅显著提升了公众对环境保护的认识水平,也有力地推动了大众从理论认知转向实际行动,形成了线上线下相结合、全社会共同参与的环保热潮,为推进生态文明建设奠定了坚实的群众基础和社会力量。新媒体技术与创新内容策略的深度融合,显著拓宽了环保宣传教育的广度和深度,激活了公众积极参与的热情。通过构建多元化宣教模式、优化内容设计及强化互动机制,成功将环保理念深入人心,并转化为实际行动。线上线下联动的环保实践蔚然成风,有力推动了社会环保意识提升与生态文明建设进程,彰显出新媒体在环境保护宣传教育领域的重要价值与广阔前景。

(四) 跨界合作模式的创新与实践

在新媒体视角下,环境保护宣传教育领域的另一项创新实践是跨界合作模式的探索与实施。这种合作模式突破了传统的单一主体宣教方式,实现了政府、企业、非政府组织、媒体平台以及公众等多方力量的有效整合与协同,共同推动环保理念的传播与实践。跨界合作模式的核心在于利用各方的资源优势和专业能力,构建一个互利共赢的环保宣传教育生态系统。例如,政府部门与互联网企业合作,利用大数据和人工智能技术开发智能环保监测和管理系统,提高环境治理的效率和精准度。非政府组织与新媒体平台携手,共同策划和推广针对特定环保主题的线上活动,吸引公众的广泛参与和关

注。企业通过与环保机构合作,投资支持可持续发展项目,同时在自身的品牌宣传中融入环保理念,实现商业价值与社会责任的双重增长。

这种跨界合作不仅拓宽了环保宣传的渠道和形式,还提高了环保行动的实效性。通过共享资源、互换优势、协同创新,各方参与者能够更有效地触及更广泛的受众群体,同时激发公众参与环保行动的热情和责任感。跨界合作模式的成功实践,为环保宣传教育提供了新的视角和方法,证明了多元主体协作是提高环保意识和促进可持续发展的有效途径。

(五) 持续影响力的构建与挑战

在新媒体环境下,环境保护宣传教育面临着如何构建并维持持续影响力的挑战。虽然新媒体技术和创新的内容策略已经在一定程度上改变了公众的环保意识和行为,但如何确保这种变化具有持久性和深远性,是所有环保宣教者需要思考的问题。持续影响力的构建不仅需要创新的技术和内容,更需要持续的社会参与和教育策略的不断更新。

首先,构建持续影响力需要的是内容的持续创新和优化。环保宣传教育内容需要紧跟时代发展和公众兴趣的变化,不断更新和优化,以保持其吸引力和感染力。同时,应加强对成功案例的总结和推广,通过案例的传播激发更多人的环保行动意识和参与热情。其次,是加强跨界合作和社会参与的深度与广度。通过持续深化政府、企业、非政府组织、媒体平台及公众之间的合作,形成更加紧密和有效的合作网络,共同推动环保理念的深入人心。最后,面对新媒体环境下信息的快速更新和多样化,环保宣传教育还需利用数据分析和反馈机制,实时监测宣传效果,及时调整策略,以确保宣传教育活动的有效性和针对性。

通过上述措施,环境保护宣传教育可以在新媒体环境下构建起强大且持续的影响力,不仅促进了公众环保意识的提升,也为可持续发展目标的实现奠定了坚实的社会基础。

参考文献

[1] 刘杰. 新媒体在生态环境保护与宣传中的应用探索[J]. 环境保护, 2021, 51(18): 77-78.

[2] 任依依. 汇聚“美丽浙江”最强音 共建共享社会行动体系——浙江省现代环境宣传教育体系建设初探[J]. 环境保护, 2020, 48(10): 35-38.

[3] 姜雅雯. 加强环境宣传教育提高公众环保意识的对策分析[J]. 区域治理, 2020(38) P. 1-1.

作者简介: 施万锋(1996.04-),男,汉族,广西南宁人,本科,新闻助理编辑 研究方向: 环境保护教育培训、环境保护宣传教育。