

The countermeasures of strengthening the influence of new media in the new period

Cheng Zeng

Tropical Forestry Experiment Center, Chinese Academy of Forestry Sciences, Chongzuo, Guangxi, 532600, China

Abstract

With the rapid development of information technology and the profound change of the mode of communication, new media has become an important channel for the public to obtain information and participate in the interaction. As an important window of forestry research and demonstration in China, how to enhance the publicity influence of new media in the new era is not only an inevitable choice to meet the needs of The Times, but also the key path to promote the transformation of forestry scientific and technological achievements and popularize ecological concepts. Taking the Tropical Forestry Experimental Center of the Chinese Academy of Forestry as an example, in recent years, the center has gradually built a multi-dimensional publicity system through information construction, platform upgrading, content innovation and other measures, and its experience can provide reference for similar institutions.

Keywords

new period; forestry experiment base; new media publicity; influence

新时期林业实验基地加强新媒体宣传影响力的对策

曾程

中国林业科学研究院热带林业实验中心, 中国·广西 崇左 532600

摘要

随着信息技术的快速发展和传播方式的深刻变革,新媒体已成为公众获取信息、参与互动的重要渠道。作为我国林业科研与示范的重要窗口,林业实验基地在新时期如何借助新媒体提升宣传影响力,既是适应时代需求的必然选择,也是推动林业科技成果转化、普及生态理念的关键路径。以中国林科院热带林业实验中心为例,该中心近年来通过信息化建设、平台升级、内容创新等措施,逐步构建起多维度宣传体系,其经验可为同类机构提供参考。

关键词

新时期;林业实验基地;新媒体宣传;影响力

1 引言

林业实验基地是开展林业科研与教学活动的重要场所,在推动林业事业发展中发挥着不可替代的作用。近年来,随着信息技术的飞速发展,新媒体已经深入人心,成为人们获取信息、交流互动的主要渠道。在这样的大背景下,林业实验基地如何利用新媒体平台提升自身影响力,扩大社会认知度,吸引更多的关注与支持,成为一个亟待解决的问题。

2 新时期林业实验基地新媒体宣传面临的挑战

2.1 传统宣传模式的局限性

长期以来,林业实验基地的宣传工作主要依赖于纸媒、电视、宣传手册、展板等传统媒介。这些方式虽然在一定时期内发挥了重要作用,但随着移动互联网的发展,信息传播

方式发生了根本性变化,传统宣传手段的影响力逐渐减弱。

一方面,传播速度较慢,信息从策划、编辑到发布往往需要较长时间,难以满足现代社会快节奏的传播需求^[1]。另一方面,互动性不足,受众只能被动接受信息,缺乏有效的反馈渠道,信息传播呈现出单向灌输的特点,难以形成深层次的交流。面对这样的局限性,林业实验基地如果仍然固守传统宣传模式,不主动拥抱新媒体,就很难在信息爆炸的时代吸引受众的关注,宣传效果也会大打折扣。

2.2 新媒体平台的多样化发展

各类社交媒体、短视频平台、自媒体账号的兴起,使信息传播的方式更加多样化。从微信公众号、微博,到抖音、快手、B站,再到小红书、知乎等知识分享类平台,每一种新媒体平台都有其独特的传播逻辑和用户群体。短视频的兴起,使信息传播更加直观、生动,图文结合的推文形式,让知识传播变得更具可读性,直播互动模式则增强了观众的沉浸感和参与感。相比传统宣传方式,新媒体具有传播速度快、

【作者简介】曾程(1996-),女,壮族,中国广西凭祥人,本科,助理工程师,从事林业管理研究。

互动性强、覆盖范围广等特点,能够更加精准地触达目标受众。然而,这种多样化的发展趋势,也使得宣传工作变得更加复杂。不同平台的用户习惯各不相同,内容创作需要针对不同平台进行调整,既要保证科学性,又要兼顾趣味性。团队需要掌握更多的传播技巧,如短视频剪辑、热点话题运营、数据分析等,传统宣传人员如果缺乏这些技能,转型过程中就会遇到不小的挑战。

2.3 受众群体的变化趋势

过去,林业相关的宣传内容主要面向科研人员、政府部门、林业从业者等特定群体,宣传内容更偏向政策解读、科研成果介绍、技术推广等,语言风格较为正式,专业性较强。然而,随着社会对生态环保的关注度不断提升,大众对林业知识的兴趣也在增加,尤其是年轻群体,他们更加偏向于轻松、有趣、互动性强的内容形式。短视频平台上,关于自然科普、生态保护的内容越来越受欢迎,许多年轻人愿意通过社交媒体了解林业相关知识,但如果宣传内容仍然停留在传统的单向灌输模式,显然难以吸引他们的关注^[2]。此外,受众获取信息的方式也发生了变化,过去人们主要依赖权威媒体获取信息,而现在更倾向于通过社交平台、自媒体、短视频等渠道获取资讯,这种变化要求宣传内容在保证权威性的同时,也要更加贴近大众的阅读习惯。

3 新时期林业实验基地加强新媒体宣传影响力的必要性

3.1 提高林业实验基地知名度

林业实验基地要想在社会层面获得更高的关注度,必须重视知名度的提升,而新媒体正是扩大影响力的重要手段。传统的宣传方式,如学术论文、行业会议、内部简报等,虽然在专业领域内具有较强的传播力,但局限于小范围的学术圈,难以触及更广泛的社会群体。而新媒体平台,如微信公众号、短视频平台、自媒体博客等,能够将林业实验基地的研究内容、实验进展、技术突破等信息,以更加生动直观的方式呈现出来,使公众更容易接受和理解。尤其是短视频和直播等形式,能够将林业实验基地的科研过程、实验场景、技术应用等直观展示出来,让原本枯燥的科研内容变得更加生动有趣,从而吸引更多人的关注。

3.2 促进林业科研成果推广应用

许多林业科研项目涉及生态修复、森林培育、病虫害防治、碳汇技术等领域,这些研究成果不仅对林业行业至关重要,对生态环境保护、应对气候变化、推动绿色发展等方面也具有深远影响。如果科研成果只停留在专业期刊或学术会议上,普通公众和许多相关从业者很难第一时间获取这些信息。而新媒体的优势在于传播速度快、覆盖面广、信息呈现方式更加灵活多样,可以通过图文解读、科普动画、案例分析、专家访谈等形式,把复杂的科研成果转化为通俗易懂

的知识,帮助社会各界更快理解并应用这些成果^[3]。

3.3 加强公众对林业实验基地的了解认识

公众对林业实验基地的了解程度,直接影响社会对林业科研工作的支持力度。很多人对林业实验基地的认知还停留在传统的“种树”“养护森林”等层面,实际上,现代林业实验基地的研究内容已经涉及生物多样性保护、森林碳汇、智能林业管理等多个前沿领域,这些研究不仅关乎生态环境的可持续发展,也与社会经济、人民生活质量密切相关。新媒体的传播方式能够打破公众与科研机构之间的信息壁垒,使林业科研工作更加透明和可感知。公众通过新媒体平台,可以随时了解林业实验基地的最新动态、研究进展、科研成果应用情况等,从而加深对林业科研工作的理解和认同。

4 新时期林业实验基地加强新媒体宣传影响力的对策

4.1 立足资源优势,构建内容生产与传播的立体框架

林业实验基地的核心竞争力在于其科研实力与生态价值。热林中心自成立以来,累计承担230项研究课题,取得各类科技成果112项,总结出“热带南亚热带珍贵阔叶用材林培育技术示范”等8个林业示范样板,“针阔异龄混交”等6个珍贵树种造林模式,共引种、保存树种1289个,经试验筛选出50多个珍贵树种和石山造林树种,大规模应用于我国南方林业生态建设,取得了良好的生态、社会和经济效益。这些成果既是宣传的“硬核素材”,也是吸引公众关注的切入点。通过新媒体传播时,需将专业性内容转化为通俗化表达,例如通过短视频展示林木培育过程、图文解读石漠化治理技术,或利用虚拟现实技术让用户“云参观”实验基地的科技展示厅。2019—2020年热林中心总结四十年成果时编制的《热林中心宣传册》《醉美热林》等宣传册,便以图文并茂的形式呈现了林业科技与生态美景,此类内容可进一步拆解为系列新媒体推文或短视频,形成持续传播效应。

4.2 强化平台运营,提升用户互动与参与体验

新媒体宣传的核心在于“双向互动”而非单向输出。热林中心自2022年开通抖音号、视频号后,通过动态更新科普视频与工作纪实,显著提升了影响力。例如,其展示的“热带南亚热带珍贵阔叶用材林培育技术示范”等成果视频,因内容直观、叙事生动,部分作品甚至被“学习强国”平台收录^[4]。未来可进一步优化互动策略:一是增设直播活动,如邀请科研人员在线讲解树木园特色物种,或实时展示森林经营现场;二是建立话题标签(如#探秘热带森林#),鼓励用户上传与林业相关的原创内容,形成UGC(用户生成内容)生态;三是通过数据分析精准定位受众需求,例如针对青少年群体推出“林业科学小实验”系列内容,增强科普

趣味性。

4.3 打造品牌矩阵，实现跨平台协同传播

单一平台的传播效力有限，需构建覆盖微信、微博、抖音、B站等多渠道的品牌矩阵。热林中心在2021年完成官网改版后，实现了信息发布的及时性与规范性，但新媒体账号的协同性仍有提升空间。例如，官网可设置“新媒体专区”，同步推送抖音热点视频或微信长图；微信公众号可开设“热林故事”专栏，深度报道科技创新典型人物，如一线科研人员的攻关经历，增强情感共鸣；抖音号则侧重短平快的视觉化内容，如延时摄影展示林木生长过程或无人机航拍森林全景。此外，可联合高校、科普机构、地方媒体进行跨平台合作，例如与高校联合发起“林业短视频创作大赛”，或与自然教育机构合作开发线上研学课程，扩大受众覆盖面。

4.4 完善保障机制，夯实宣传工作的长效基础

新媒体宣传的可持续性依赖于制度保障与团队建设。热林中心近年来通过举办新闻写作培训、组建专业宣传团队等措施，初步形成了规范化运作模式。为进一步提升效能，需从三方面发力：一是建立内容审核与反馈机制，确保传播内容的科学性与准确性，例如组建由科研人员参与的“内容智库”，对科普稿件进行专业审核；二是制定激励政策，鼓励一线职工参与内容创作，如设立“年度优秀新媒体作品奖”，激发内生动力；三是加强技术投入，例如引入AI工具辅助视频剪辑，或利用大数据分析用户行为偏好，优化推送策略。2023年热林中心通过创新宣传手段推出的3个“学习强国”入选视频，正是技术、内容与机制协同作用的成果。

4.5 融入社会热点，增强传播的时代感与共鸣性

新媒体传播需紧跟社会趋势，巧妙借势热点事件。例如，

结合“碳中和”目标，可策划“森林碳汇”专题报道，解析实验基地在碳汇监测、生态修复方面的贡献；针对“生物多样性日”，推出濒危树种保护系列短视频；或利用“元宇宙”概念，开发虚拟森林漫游体验项目^[5]。热林中心在生态文明建设中提出的“多功能近自然森林经营”理念，即可通过案例化、故事化的方式呈现，例如拍摄纪录片《一棵珍贵树种的一生》，从种植、管护到成材的全周期记录，既展现科研价值，又传递生态保护意识。

5 结语

综上所述，林业实验基地的新媒体宣传需以内容为根基、以互动为纽带、以技术为支撑、以创新为驱动，通过整合资源、优化策略、完善机制，实现从“信息发布”到“价值传递”的跨越。热林中心的实践经验表明，只有将科研优势转化为传播优势，将专业语言转化为公众语言，才能在新媒体时代真正讲好林业故事，推动生态理念深入人心，为林业高质量发展注入持久动力。

参考文献

- [1] 陈建祥,汪永红.浙江林业基地多渠道投融资的思考[J].林业经济,2002(11):48-49.
- [2] 叶洪升,王年春.益阳林业基地建设可研报告通过省内审查[J].中华纸业,2007,28(8):98-98.
- [3] 林鸿培.多渠道筹集林业基地建设资金[J].林业经济问题,1985,5(4):43-45.
- [4] 朱忠悦.试论森工企业投资建林业基地[J].林业经济,1987(4):63-64.
- [5] 张炳荣.闽西速生丰产商品用材林业基地实施析议[J].林业经济问题,1984,4(4):21-23.