

媒体融合战略下水利信息传播的问题与对策

郝 勇

中国南水北调集团水网智慧科技有限公司 北京 丰台 100073

摘 要：本文聚焦媒体融合战略下水利信息传播，剖析其现存问题并提出针对性对策。传播渠道整合不足，传统与新媒体各自为政，内容质量欠佳，专业难懂且形式单一，人才队伍匮乏，复合型人才稀缺，技术应用有限，难以挖掘数据价值。为此，应整合传播渠道，构建全媒体格局，提升内容质量，创新表现形式，加强人才培养，打造复合型人才队伍，强化技术应用，挖掘数据潜力。

关键词：媒体融合；水利信息传播；问题；对策

引言：在媒体融合浪潮席卷各行业的当下，水利信息传播迎来新契机与挑战。水利行业与民生息息相关，其信息传播对行业发展、公众参与及政府决策意义重大。过去，水利信息传播依赖传统渠道，信息覆盖面窄、更新慢。如今，虽融合新媒体，但仍存在诸多问题。传播渠道缺乏整合，内容质量参差不齐，人才短缺制约发展，技术应用滞后。

1 媒体融合战略下水利信息传播的重要性

1.1 提升水利行业透明度

在过去，水利工程建设、水资源管理等工作仿佛蒙着一层神秘面纱，公众难以深入了解。而如今，借助多种媒体渠道，从传统的水利行业报刊、电视台的深度报道，到新媒体平台如微博、微信公众号的即时推送，水利信息得以广泛传播。以南水北调工程为例，这一大型水利工程关乎沿线众多地区的用水需求和生态环境。在建设过程中，通过媒体实时公开工程规划，详细到每一段线路的走向、施工进度精确到每月甚至每周的进展，以及质量保障措施，从原材料的严格筛选到施工工艺的高标准要求等内容。公众通过这些信息，清楚地看到工程的科学性和严谨性，消除了心中的疑虑，对水利行业的信任度大幅提升，水利行业的社会形象和公信力也得到显著改善，使得水利工作开展获得更广泛的社会支持。

1.2 促进公众参与水利事业

有效的水利信息传播能够激发公众对水利问题的关注和参与热情。首先，当公众通过各类权威渠道，如官方水利网站、主流媒体报道，获取到真实且全面的水利信息时，内心的责任感与使命感便会被悄然唤醒。以我国华北地区为例，长期超采地下水导致地下水位持续下降，许多河流干涸断流，不仅严重影响当地的农业灌溉，还威胁到生态平衡。而一些湖泊因工业废水和生活污水的肆意排放，水体富营养化，鱼类大量死亡，曾经

生机勃勃的水域变得一片死寂。与此同时，公众了解到水利部门为应对这些危机所采取的一系列有力举措，如对污水处理厂进行升级改造，提高污水处理能力，引入先进的净化技术，确保污水达标排放。其次，新媒体平台在激发公众参与热情方面也扮演着重要的角色。抖音、B站等平台上，众多制作精良的节水宣传短视频，以动画、实景演示等形式，生动地展示各种节水小窍门，像用淘米水洗碗筷可有效去除油污，安装节水龙头能显著减少用水量等。一些环保组织发起的节水打卡挑战活动，吸引了数以万计的网友参与，大家在社交媒体上分享自己的节水日常，互相鼓励监督，逐渐养成随手关紧水龙头、合理利用洗菜水浇花冲厕等良好的用水习惯。还有，公众的参与不仅体现在节水行动上，还体现在对水污染问题的监督中。

1.3 辅助政府决策

政府在制定水资源调配方案时，不再依赖经验或局部信息，而是能够基于全面、实时的数据，综合考虑各地地区的实际用水需求和水资源分布情况。比如，在干旱年份，水利部门通过媒体发布的各地水资源监测数据，能够帮助政府迅速掌握水资源短缺的严重程度和分布情况。基于这些数据，政府可以精准调配水资源，优先保障居民生活用水，确保人民群众的基本生活需求得到满足。政府还可以合理安排农业和工业用水，避免因水资源短缺导致的经济损失和社会不稳定。这种数据驱动的决策方式，不仅提高了水资源管理的科学性，也增强了政府应对突发事件的能力^[1]。比如，在极端天气条件下，政府可以根据实时数据迅速调整水资源分配方案，避免因信息滞后导致的决策失误。此外，媒体传播的水资源信息还能够提高公众的节水意识，鼓励社会各界共同参与水资源保护，形成全社会节约用水的良好氛围。

2 媒体融合战略下水利信息传播存在的问题

2.1 传播渠道整合不足

目前,水利信息传播虽涵盖了传统媒体与新媒体等多种渠道,却未能实现有效整合。传统水利报刊、杂志在专业内容的深度挖掘上具备优势,能为行业内人士提供详实的技术资料与政策解读。然而,其出版周期较长,传播速度难以满足信息快速更新的需求,受众也多局限于行业内部。与之相比,新媒体平台如微信公众号、微博、抖音等,传播速度快、覆盖面广,能在短时间内将信息推送至大众视野。但这些平台发布的水利信息往往碎片化,缺乏系统性,且部分信息来源的可靠性存疑。不同渠道之间缺乏协同机制,信息重复发布或不一致的情况时有发生。

2.2 内容质量有待提升

一方面,水利信息内容常因专业性过强,导致普通公众难以理解。许多水资源监测报告、水利工程技术文档等,充斥着专业术语和复杂的数据,缺乏通俗易懂的解释。以一份水资源公报为例,其中大量的流量、水位、水质指标等数据,若没有相应的解读,公众很难从中获取关键信息,了解水资源的实际状况。另一方面,部分水利信息内容缺乏深度与创新性。一些报道仅停留在表面,对水利工作中的重要事件、政策举措只是简单陈述,未能深入剖析其背后的意义和影响。在内容形式上,多以文字和图片为主,视频、动画、H5页面等新媒体形式运用较少,难以吸引年轻受众群体的关注,传播效果大打折扣。

2.3 人才队伍建设滞后

水利信息传播需要既懂水利专业知识,又熟悉媒体传播规律的复合型人才。但目前,水利行业内部此类人才较为匮乏。许多水利专业人员虽然精通水利业务,却对新媒体传播技术和运营理念知之甚少。他们在面对新媒体平台时,不知如何将专业知识转化为大众喜闻乐见的内容,也难以运用新媒体工具进行有效的信息传播。而媒体专业人才,由于缺乏水利专业背景,在报道水利新闻时,容易出现对专业术语理解偏差、报道内容不准确等问题。此外,水利行业对人才的培养和引进机制尚不完善,培训课程针对性不强,人才引进政策缺乏吸引力,导致人才队伍难以满足媒体融合时代水利信息传播的需求。

2.4 技术应用能力有限

在媒体融合时代,大数据、人工智能、云计算等先进技术为信息传播提供了强大的支持。然而,水利信息传播在技术应用方面还存在较大差距。例如,在数据分析方面,虽然积累了大量的水利数据,但缺乏有效的数

据分析工具和技术,无法对数据进行深入挖掘和分析,难以从中提取有价值的信息,为信息传播和决策提供支持。在内容生产方面,对人工智能辅助创作、智能剪辑等技术的应用较少,导致内容生产效率低下,难以满足快速变化的信息传播需求。在传播渠道方面,对新兴技术如5G、虚拟现实(VR)、增强现实(AR)等的应用还处于探索阶段,未能充分发挥这些技术在提升信息传播效果方面的优势。

3 媒体融合战略下水利信息传播的对策

3.1 整合传播渠道,构建全媒体传播格局

建立统一的水利信息传播管理平台是关键一步。通过该平台,将传统媒体如水利行业报刊、电视台,与新媒体如微信公众号、微博等渠道进行整合。从信息采集环节开始,便统一规划,安排专业人员深入水利一线,收集全面且准确的信息。编辑过程中,根据不同平台特点,制定针对性的编辑策略,确保内容既能保持专业性,又能契合各平台受众的阅读习惯。审核环节严格把控,保证信息真实可靠、符合政策法规。发布时,确保同一信息在不同平台上发布的时间、内容一致,消除信息差。再加强各媒体平台间的互动合作,能形成强大的传播合力。比如在水利行业报刊上发表关于重大水利工程的深度报道,剖析工程的技术难点、生态影响等专业内容;同时在新媒体平台制作简洁明了的摘要,配以生动图片或短视频,发起话题讨论,吸引公众参与,引导他们进一步阅读报刊上的详细内容^[2]。充分发挥新媒体平台传播速度快、覆盖面广的优势,加大对新媒体账号的运营投入。精心策划内容,定期发布水资源科普、水利工程进展等公众感兴趣的信息。积极与其他主流媒体平台合作,借助其庞大的用户基础,让水利信息突破行业界限,触达更广泛的受众群体,提升水利信息的传播广度与深度。

3.2 提升内容质量,增强信息传播吸引力

加强水利信息内容的策划与编辑,是实现这一目标的基础。对于专业性较强的水利信息,要深入挖掘其核心要点,运用通俗易懂的语言进行转化。比如在解读复杂的水利工程技术原理时,用生活中常见的事物做类比,结合图表展示关键数据,列举实际应用案例,帮助普通公众理解。就像发布水资源公报时,将水资源的分布、利用和变化等数据,制作成直观的柱状图、折线图,或是动态动画,让公众能一目了然地掌握水资源状况。创新内容形式同样不可或缺。丰富的内容表现手段能极大地提升信息传播效果。除了传统的文字和图片,要积极拥抱新媒体形式。制作水利工程建设短视频,

以镜头语言记录从项目奠基到竣工的全过程,展示工程运行时的壮观场景,让公众更直观地感受水利工程的魅力。开发水利知识科普的H5页面,设置互动问答、小游戏环节,增强用户的参与感。

3.3 加强人才培养,打造复合型人才队伍

(1) 制定系统的人才培养计划,针对水利专业人员,要着重提升他们的新媒体传播素养。定期组织新媒体平台运营培训,让他们熟悉微信、微博、抖音等平台的规则和推广技巧,学会根据不同平台特性发布水利信息。开展内容创作培训,指导他们将专业的水利知识转化为生动有趣、易于传播的内容形式,如制作科普短视频脚本、撰写通俗易懂的推文等。还要进行数据分析培训,使其能通过分析用户数据,了解公众需求,优化信息传播策略。(2) 对于媒体专业人员,则要强化水利专业知识的学习。开设水利行业基础知识课程,涵盖水资源管理、水利工程建设等内容,让他们熟悉水利业务流程。举办专业术语解读讲座,帮助其准确理解和运用水利术语,避免在传播中出现错误。(3) 建立人才引进机制也十分重要。提供具有竞争力的薪酬待遇,匹配行业内较高水平的薪资标准,吸引人才关注。打造良好的职业发展空间,设置明确的晋升渠道和丰富的项目机会,让人才能够充分施展才华。同时,积极与高校、科研机构合作,建立联合培养项目,让学生在学习期间就能接触水利信息传播实践。设立实习基地,为学生提供实习岗位,提前储备优秀后备人才,逐步打造一支适应媒体融合时代的水利信息传播复合型人才队伍。

3.4 强化技术应用,提升信息传播效能

(1) 加大对先进技术的投入力度,是提升水利信息传播技术水平的基础。大数据技术在水利信息传播中有着巨大的潜力。通过对海量水利数据的深度分析和挖掘,能够精准洞察受众的需求和兴趣点。以新媒体平台为例,借助大数据算法,分析用户的浏览历史、点赞评论以及搜索关键词等行为数据,可清晰了解他们对水利政策解读、工程建设进展还是水资源科普等方面更感兴趣。基于这些分析结果,便能实现水利信息的精准推送,为不同用户量身定制个性化的内容,有效提高信息

传播的针对性和有效性。(2) 引入人工智能技术,能极大地提高水利信息内容生产的效率和质量^[1]。智能写作工具可依据给定的主题和关键信息,快速生成新闻稿件的初稿,为编辑人员节省大量时间,使其能将更多精力投入到内容的深度优化上。智能剪辑技术则能按照预设的规则和风格,快速处理视频素材,制作出高质量的水利宣传视频。语音识别和合成技术,让水利信息能够以语音播报的形式呈现,满足不同用户的获取需求。(3) 积极探索新兴技术的应用,能为水利信息传播带来全新的体验。利用5G技术的高速率、低延迟特性,可实现水利工程现场的实时直播,让公众能第一时间了解工程建设情况;远程监控功能则方便水利部门随时掌握工程运行状态。VR和AR技术的应用,能够打造沉浸式的水利信息展示体验,如虚拟参观水利博物馆、模拟水利工程运行流程等,让公众更直观、深入地感受水利魅力,从而显著提升信息传播的效果和吸引力。

结束语:综上所述,媒体融合战略下水利信息传播虽问题重重,但通过一系列切实可行的对策能够有效改善现状。整合传播渠道、提升内容质量、加强人才培养、强化技术应用,多管齐下,有望打破当前困境。这不仅能提升水利信息传播的效果,增强水利行业的透明度,激发公众参与水利事业的热情,还能为政府决策提供有力支持。随着媒体融合的不断深入,水利信息传播应持续创新,紧跟时代步伐,充分利用新技术、新手段,为水利事业的蓬勃发展营造良好的舆论氛围与信息环境。

参考文献

- [1]吕晓莉.新媒体环境下的水利行业新闻宣传研究——评《水利新闻宣传操作实务》[J].灌溉排水学报,2020,39(12):1.
- [2]吴梦云.水利发展中新媒体宣传的作用研究——评《水利新闻宣传操作实务》[J].灌溉排水学报,2022,41(4):1.
- [3]王晶.从《水利新闻宣传操作实务》看水利工程建设中加强水利新闻宣传的意义及策略[J].人民黄河,2022,44(8):1.