

新媒体环境下司法普法传播效果评估与优化

宗雨龙

河北省张家口监狱 河北 张家口 075000

摘要: 数字化浪潮下, 新媒体成为司法普法核心载体, 重塑传播模式与受众接受逻辑。本文立足新媒体特征, 梳理司法普法传播现状、形式与需求, 剖析内容同质化、互动薄弱、效果失衡等短板, 构建包含指标逻辑、框架与方法的传播效果评估体系, 并从内容打磨、渠道拓展、互动升级三维度提出优化路径。研究旨在破解新媒体司法普法实践困境, 提升传播实效, 推动法治知识渗透社会各层面, 为法治社会建设提供动力, 同时为新媒体时代司法普法规范化开展提供实践参考。

关键词: 新媒体环境; 司法普法; 传播效果评估; 优化策略

引言: 互联网技术迭代推动短视频、微信公众号、微博等新媒体平台普及, 重构传统信息传播格局, 为司法普法开辟新路径。传统普法因载体限制, 存在传播范围窄、互动性弱、形式单一等问题, 难以满足新时代法治宣传多元化需求。新媒体凭借即时传播、双向互动、碎片化呈现、个性化推送等优势, 成为司法机关普及法律知识、弘扬法治精神的重要工具。但当前新媒体司法普法仍面临内容质量参差、渠道适配不足、受众参与性差、效果评估缺失等困境, 制约普法效能。本文聚焦传播效果评估与优化, 探索科学体系与可行策略, 对提升普法实效、推进法治社会建设具有现实意义。

1 新媒体环境与司法普法传播概述

1.1 新媒体的概念、特点及类型

新媒体是相对报纸、广播、电视等传统媒体而言, 以数字技术、网络技术为核心支撑, 依托互联网实现信息快速传播与双向互动的新型传播载体统称。与传统媒体相比, 新媒体的传播特征尤为鲜明, 即时性打破了时间与空间的限制, 信息发布无需复杂审核流程, 可快速传递至受众终端, 受众也能第一时间获取最新内容。互动性重构了传播逻辑, 摒弃传统单向输出模式, 受众可通过评论、转发、点赞、留言等多种方式参与互动, 实现传播者与受众的双向沟通。碎片化呈现贴合当下受众阅读习惯, 内容多以简短图文、短视频形式呈现, 便于受众利用零散时间接收信息。个性化推送依托算法技术, 结合受众兴趣偏好与浏览记录, 精准推送适配内容, 提升传播精准度。当前新媒体类型呈现多元化, 社交类平台、短视频平台、资讯类平台及直播平台等, 均成为司法普法的重要载体, 形成优势互补的传播矩阵^[1]。

1.2 司法普法的内涵与重要性

司法普法是司法机关及相关法治传播主体, 依托各

类传播载体, 向社会公众普及法律知识、解读法律条文、阐释法治精神、引导公民树立正确法治观念、规范自身行为的宣传教育活动, 核心是提升公民法律素养、培育社会法治信仰、推进法治社会建设。司法普法作为法治宣传的重要组成部分, 在法治社会建设中作用突出, 普及法律知识能帮助公民清晰认知自身权利与义务, 明确行为法律边界, 提升自我保护能力, 从源头减少违法犯罪。弘扬法治精神可引导公民摒弃人治观念, 树立办事依法、遇事找法、解决问题用法、化解矛盾靠法的理念, 培育全社会共同的法治信仰。规范司法行为方面, 通过普法让公众了解司法流程与规则, 更好监督司法活动, 促进司法公正, 提升司法机关公信力。化解社会矛盾层面, 聚焦民生相关领域普法, 能引导公民通过合法途径解决纠纷, 避免矛盾激化, 维护社会和谐稳定, 筑牢法治建设的群众基础。

2 新媒体环境下司法普法传播现状分析

2.1 新媒体平台上司法普法传播的主要形式

新媒体平台已成为司法普法主要阵地, 传播主体依平台特征与受众习惯创新形式。短视频普法是主流, 传播主体将法律条文、典型案例制成1至5分钟短视频, 通过情景演绎、法官解读等方式呈现, 降低理解难度, 便于传播。图文普法聚焦深度解读, 在微信公众号、微博发布法律解读、案例分析等内容, 逻辑清晰, 满足受众深度学习需求。直播普法注重实时互动, 司法人员、律师通过直播开展讲座、答疑, 增强针对性。互动式普法通过线上答题、小游戏等形式, 调动受众参与积极性, 提升趣味性与实效性。

2.2 司法普法传播的受众特征与需求分析

新媒体环境下, 司法普法受众多元、年轻且个性化, 法律需求具体精准。中青年是核心受众, 熟悉新媒体,

碎片化阅读习惯明显,倾向生动直观内容。受众职业分布广,法律需求差异大;认知水平不均,部分需基础指引,部分关注复杂问题。受众接受习惯个性化,排斥说教,注重实用性与趣味性^[2]。核心需求集中在基础法律知识、民生法律指引和司法流程了解,渴望获取实用法律帮助,提升维权能力。

2.3 现有传播效果存在的问题

尽管新媒体为司法普法提供了诸多便利,当前普法传播也取得一定成效,但传播效果仍存在诸多短板,难以充分发挥新媒体优势。内容质量呈现不均衡态势,部分普法内容缺乏创新,照搬法律条文,同质化现象突出,难以吸引受众关注;部分内容过度追求趣味性,忽视法律专业性与严谨性,易导致受众产生法律认知偏差;还有部分内容脱离受众需求,聚焦冷门法律知识,实用性不足,难以实现普法价值。传播精准度有待提升,多数传播采用“广撒网”模式,缺乏对受众的精准定位,未能结合受众差异推送适配内容,导致优质内容难以触达目标受众,传播效率低下。受众参与性不足,多数普法仍以单向传播为主,互动设计欠缺,受众多处于被动接受状态,主动参与评论、转发的积极性不高,难以形成二次传播,限制传播覆盖面的扩大。效果评估体系缺失,传播工作多注重内容发布数量与基础阅读数据,缺乏科学系统的评估,难以准确衡量受众法律素养提升与行为转化效果,无法及时优化传播策略。

3 新媒体环境下司法普法传播效果评估体系构建

3.1 评估指标选取的原则

构建科学合理的司法普法传播效果评估体系,首要任务是明确评估指标选取原则,确保指标科学、系统、可操作、有针对性,为评估工作有序开展提供指引。科学性原则要求指标选取符合新媒体传播规律与司法普法核心目标,指标内涵清晰、定义明确,能够客观反映传播效果真实情况,摒弃主观臆断,保障评估结果准确可靠。系统性原则强调指标需全面覆盖传播效果的各个层面,既包含传播过程中的基础数据,也涵盖受众认知、态度、行为层面的转化效果,同时兼顾内容、渠道、互动等影响因素,形成完整指标体系,避免评估片面性。可操作性原则注重指标简洁明了,数据易于获取与量化,避开抽象难量化的指标,降低评估成本,提升评估效率,确保评估工作能够顺利落地。针对性原则要求指标聚焦新媒体司法普法的传播特点与核心问题,贴合普法内涵与目标,突出对受众法律素养提升、法治观念培育的评估,避免指标过于宽泛,确保评估能够精准衡量普法实效。

3.2 评估指标体系的构成

结合新媒体司法普法传播特征与指标选取原则,构建的传播效果评估体系包含四个核心一级指标,每个一级指标下涵盖若干二级指标,全面衡量传播效果的各个维度。传播基础指标聚焦普法内容的传播覆盖面与基础影响力,涵盖内容发布数量、阅读观看量、转发量、点赞量、评论量等,这些指标数据易于获取,能够直观反映普法内容的传播热度与初始影响力,是评估传播效果的基础。受众认知指标用于衡量受众通过普法传播掌握法律知识的程度,包括法律知识知晓率、法律条文解读准确率、司法流程了解程度等,可通过问卷调查、在线答题等方式获取相关数据,体现普法在认知层面的成效^[3]。受众态度指标评估普法传播对受众法治观念、法治态度的影响,涵盖法治认同感、对司法工作的信任度、主动学习法律知识的意愿等,反映受众在态度层面的转化情况,是传播效果的重要体现。行为转化指标是传播效果的核心,衡量受众将所学法律知识转化为实际行为的程度,包括依法维权、遵守法律、主动传播法律知识等行为,直接体现司法普法的实际价值。

3.3 评估方法的选择

为确保评估结果科学全面,结合新媒体司法普法传播特征与评估指标体系构成,采用定量评估与定性评估相结合的方式,实现两种方法的优势互补,提升评估质量。定量评估主要用于衡量可量化的评估指标,涵盖传播基础指标与部分受众认知指标,通过数据抓取工具收集新媒体平台上的普法基础数据,通过问卷调查、在线答题等方式收集受众法律知识掌握情况等数据,运用统计学方法对数据进行整理分析,量化传播效果,保障评估结果的客观性与准确性。定性评估用于衡量难以量化的指标,包括部分受众态度指标与行为转化指标,通过受众访谈、案例分析、内容分析等方式,深入了解受众对普法内容的评价、法治观念的变化以及实际行为的转化情况,剖析传播过程中存在的问题及根源,弥补定量评估的不足,让评估结果更加全面深入。实际评估过程中,将两种方法有机融合,既注重数据量化分析,也重视质性研究,确保评估结果能够真实反映新媒体环境下司法普法的传播效果。

4 新媒体环境下司法普法传播效果优化策略

4.1 优化传播内容

传播内容是司法普法的核心,优化内容质量是提升传播效果的关键,需兼顾专业性、实用性与趣味性,打造贴合受众需求的优质普法内容。强化内容专业性与严谨性,组建由法官、律师、法律学者构成的专业审核团队,对普法内容进行严格把关,确保法律条文解读准确、

案例分析严谨,避免出现法律认知偏差,维护普法内容的公信力;同时紧跟法律法规更新步伐,结合最新司法解释与典型案例,及时更新普法内容,保障内容的时效性。增强内容实用性与针对性,聚焦受众关注的民生领域与高频法律问题,推出适配性强的普法内容,提供具体的法律指引与纠纷解决方法,让受众能够学以致用;结合受众差异,推送个性化内容,满足不同群体的法律需求。创新内容表达形式,摒弃生硬说教模式,采用情景演绎、动画演示、法官解读、案例故事等受众喜闻乐见的形式,将抽象法律条文转化为生动直观的内容,增强内容趣味性与吸引力;打造系列化普法内容,形成传播合力,加深受众对法律知识的理解与记忆。

4.2 拓展传播渠道

传播渠道是司法普法的重要载体,拓展传播渠道、优化渠道适配性,能够提升内容触达率与传播效率,扩大传播覆盖面。构建多元协同的传播矩阵,立足不同新媒体平台的传播特征,合理布局传播渠道,充分发挥各平台优势:短视频平台聚焦简短直观的普法内容,吸引年轻受众;微信公众号侧重深度图文解读,满足受众深度学习需求;微博聚焦热点法律话题,引导社会讨论;直播平台开展在线答疑,增强互动性。加强不同平台之间的联动,实现内容互通、流量互补,形成全方位的传播合力^[4]。强化渠道精准适配,结合受众的平台使用习惯,将适配的内容推送至对应平台,避免内容与渠道脱节,提升传播精准度。拓展合作传播渠道,加强与新媒体平台、媒体机构、高校、社区等的合作,借助其平台优势与资源优势,扩大普法传播覆盖面;推动线上线下普法融合,结合社区宣讲、普法活动等线下形式,实现普法传播的全方位渗透,提升传播实效。

4.3 加强互动交流

互动性是新媒体的核心优势,加强传播者与受众的互动交流,能够提升受众参与性,增强受众归属感,促进二次传播,进一步提升传播效果。完善互动设计,发布

普法内容时,设置互动话题、在线答疑、普法答题、案例竞猜等互动环节,引导受众主动参与评论、留言、转发,表达自身观点与疑问,调动受众参与热情;定期开展在线答疑直播,邀请法官、律师实时回应受众法律疑问,增强普法的针对性与互动性。建立快速回应机制,安排专人查看受众评论、留言与疑问,及时解答受众困惑,回应受众关切,增强受众的参与感与满意度;同时收集受众的意见建议,精准把握受众需求痛点,为普法内容优化、传播渠道调整提供参考。引导受众参与创作,鼓励受众分享自身法律故事、维权经历,邀请受众参与普法内容创作,打造“受众参与式”普法模式,推动受众从被动接受者转变为主动传播者,扩大普法传播覆盖面与影响力。

结束语

新媒体环境为司法普法传播带来了全新机遇,也提出了更高挑战,推动司法普法工作从传统模式向多元化、精准化、互动化转型。未来,随着新媒体技术的持续发展,司法普法需紧跟时代步伐,不断创新传播模式与方法,破解传播中的各类困境,持续提升普法效能,为推进法治社会建设提供有力支撑。

参考文献

- [1]陈子焯,张颖,郭奕辰.利用新媒体优势创新普法路线:互联网+非遗普法——以泉州木偶戏表演为例[J].公关世界,2025(21):19-21.
- [2]广东省广州市司法局.新媒体普法的“广州探索”[J].中国司法,2022(7):44-49.
- [3]严海艳,宣刚,方明旺.基于短视频的司法行政机关的普法形象构建与传播——以@阜阳普法为例[J].惠州学院学报,2023,43(2):65-69,128.
- [4]何跃军,林幼红.调普相融:法治社会的有效构建之道——以宁波市江北区司法局探索创新“我调解我普法”品牌为例[J].中国法治,2025(3):72-78.