

构建科技宣传新格局的路径选择

□ 何 春

在数字经济与科技深度融合的时代,科技宣传已成为塑造区域创新形象、推动产业升级、提升国际话语权的重要力量。贵州作为全国首个国家级大数据综合试验区,在算力基础设施、绿色防控技术等领域取得新突破,但科技宣传工作仍面临“碎片化、低频次、弱联动”等挑战。笔者基于实证研究,系统分析当前影响贵州科技宣传的重要因素,探索构建宣传新格局的可行路径,为推动科技宣传从“信息传递”向“价值创造”转型提供理论支撑与实践方案。

贵州科技宣传亟需四个方面突破

通过对覆盖全省9个市(州)的20家科技管理部门、20家科研机构、50家科技企业、30所高校、10家媒体机构及600名群众的调查研究,发现当前存在的四大结构性因素,制约着贵州科技宣传效能的发挥。

主体协同机制未健全与全域传播需求的矛盾。科技部门、宣传部门、科研机构、企业等创新主体间存在显著的“信息孤岛”现象,呈现分散化状态。在全省抽样的50家科技企业中,85%从未参与跨部门联合宣传活动,技术成果仅通过自身官网或行业展会传播;30所高校中,60%的科研成果因缺乏与媒体的有效对接,长期“沉睡”在实验室或学术期刊中。

这种现象导致双重浪费:一方面,政策解读类活动占据70%以上的公共传播资源,存在“政府热、企业冷”的现象;另一方面,高校成果传播过度依赖学术体系,市场宣传渠道建设有些滞

后,大量专利因“无人知晓”而难以转化。2023年全省研究开发机构和高等院校科技成果转化合同金额量不大,与贵州在大数据、山地农业等领域的创新实力不匹配,与“政产学研媒”一体化传播趋势不成正比。

内容同质化与公众科普需求升级的不适配。现有科技宣传重心过度聚焦技术参数等“硬核信息”。对2024年主流媒体发布的500篇贵州科技新闻抽样分析发现,单纯罗列技术指标的内容占比达65%,而能将技术与生活关联的科普故事、产业应用案例数量仅占12%,涉及科研人员奋斗经历的内容不足5%。600名受访群众中,75%表示“看不懂专业报道”,60%以上认为“科技宣传与生活脱节”。80%想了解“‘天眼’的发现对生活的影响”,72%期待“智慧农业如何降低菜价”,65%关注“科研人员攻关故事”……,这种对科技“实用性”和“人文性”的需求,与当前同质化内容供给形成鲜明对比。

宣传渠道单一化与新媒体传播的脱节。在短视频用户日均使用时长突破150分钟、移动互联网普及率达78.6%的今天,贵州科技宣传仍依赖传统渠道。调研显示,宣传资源仅25%用于新媒体;而群众获取科技信息的渠道中,短视频占56%、微信占22%,渠道供给与受众习惯不匹配。

具体短板表现为:一是官方新媒体影响力薄弱,某单位官方微博公众号粉丝量只有2.2万余人,网站日均访问量仅有4000余次。某官方抖音账号粉丝仅4000余人,单条视频点赞量不足200次,远低于同类省份账号;二是传播形式单一,政务新媒体中60%是政策转载,仅10%采用短视频等互动形式;三是渠道协同不足,传统媒体与新媒体缺乏联动,如某科研机构的“无人机电种突破”报道未在短视频平台同步解读。

国际传播短板与科技全球化竞争的落差。尽管贵州通过“一带一路”联合实验室等平台与20余个国家开展科技合作,但国际传播仍存在“量小质弱、本土不足”等问题。80%的国际报道来自国内对外媒体,仅20%通过海外媒体发布,传播视角难以契合海外受众习惯;贵阳贵安超互联新算力运营中心为《哪吒2》等热映影片提供超40%的渲染算力,但相关宣传滞后3个月且仅限国内,导致海外观众“只知中国科

幻、不识贵州贡献”;新能源电池等技术出口东南亚、非洲地区时,因缺乏统一品牌标识,未能形成区域品牌认知。

构建贵州科技宣传新格局的路径分析

贵州科技宣传破解困境需从四个维度系统发力,构建“多元协同、内容精准、渠道融合、国际认同”的宣传新格局。

主体协同,实现机制创新。破解“信息孤岛”需建立“多元主体协同、资源高效整合”的联动机制,形成“政府引导、企业主导、高校支撑、社会参与”的传播合力。省级层面由科技主管部门牵头设立“科技融媒体中心”,联合多部门每月统筹重大科技宣传;市(州)设立“科技传播中心”协调本地资源;区(县)组建“科技信息员队伍”,打通基层传播“最后一公里”。借鉴“贵州政务服务网”经验,开发“科技宣传资源共享平台”,整合企业成果、高校进展、媒体资源等数据,设置“成果库”“专家库”“媒体库”三大模块,实现“一端上传、多端共享”。实施“宣传优先级分级”制度,核心技术采用“场景化描述+模糊化参数”,非涉密成果鼓励全维度报道;建立“宣传积分制”,将参与度纳入科技项目申报参考,形成“宣传+收益”正向循环。

内容革新,从技术参数报道到价值共鸣。科技宣传需从“技术导向”转向“需求导向”,构建“技术参数+应用场景+人物故事”三维内容体系,实现“听得懂、感兴趣、愿传播”的效果。将专业术语转化为生活语言,如用“手机扫码速度提升3倍”解释“算力集群技术”,用“每亩节省用药成本100元”描述“绿色防控技术”。组建“科技翻译官”队伍,平衡专业性与通俗性。通过研发故事、民生改善等引发共鸣,如报道“桥梁抗震技术”时聚焦工程师克服地质难题的经历;拍摄《大数据里的苗寨》时,记录村民用电商销售银饰的转型;建立“科技故事素材库”,系统收集科研人员经历与成果案例。通过“科研人员的一天”等微观视角打破“刻板”印象,如拍摄“凌晨三点的实验室”短视频记录芯片攻关日常。针对青少年群体开发“科技漫画”,面向企业提供“技术原理分析”,为群众制作“田间课堂”。通过大数据分析实现“千人千

面”推送,避免“一刀切”传播。

渠道融合,构建全媒体传播矩阵。打破“重传统、轻新兴”路径依赖,构建“传统媒体+新媒体矩阵”融合体系,实现渠道全覆盖与效能最大化。传统媒体深度化转型。发挥公信力优势,从“信息发布者”转为“深度解读提供者”。如在报纸开设“科技深一度”专栏,推出“FAST 捕捉宇宙信号”系列报道;联合电视台制作《科技创新进行时》纪录片,与新媒体形成“深度+即时”互补。打造“两微一抖一端”协同平台,微信侧重政策解读,微博聚焦热点互动,抖音围绕科普情景剧,客户端提供一站式服务。建立“新媒体内容日历”,结合科技纪念日策划主题传播,避免“间歇性发声”。开发“30秒看懂技术”等轻量化内容,如用“动画+气象员讲解”制作“大数据预测暴雨”视频。组建“短视频创作者联盟”,联合网络达人开展“科技探店”,借助其粉丝扩大传播。

充分运用国际传播,从“走出去”到“走进来”。突破“语言翻译”表层传播,探索“海外本土化”路径,将“贵州技术”转化为“全球叙事”。在“一带一路”沿线布局,与国外主流媒体合作开设“中国贵州科技窗”等专栏;在欧洲通过LinkedIn建立“贵州算力合作伙伴”社群,吸引企业关注贵州科技技术。将技术与全球议题对接,如推广“山地生态修复技术”时关联“气候变化应对”。引入“第三方话语”,邀请国际专家测评技术并制作视频,增强说服力。融入文化元素,如在阿拉伯地区结合农耕传统设计宣传海报,在非洲地区用民间故事讲解“节水设备”原理。培养“跨文化传播人才”,确保内容传播的适应性。

破解贵州科技宣传困境,需构建“多元协同、内容精准、渠道融合、国际认同”的大宣传格局,这不仅是传播方式的创新,更是从“单向输出”到“价值共创”的转型。未来,随着5G、元宇宙等技术发展,科技宣传将迈向“沉浸式、互动化”新形态,贵州需把握机遇,深化改革创新,使科技宣传为推动科技创新作出新贡献。

【作者单位:贵州民族大学;本文系贵州省科技厅2025年度基础研究计划(决策科学类)项目《构建贵州科技大宣传格局机制研究》(项目编号:黔科合基础JC(2025)一般009)阶段性研究成果。】

理论·贵州发展论坛 A3

乌江作为贵州第一大河,不仅是一条物质流动线、人员流通线、文化互通线,更是一条各民族交往交流交融线。自古以来,“千里乌江”是多民族交往的历史走廊、文化融合的活性载体、国家认同的锻造空间。乌江流域以经济互通、文化共享促进各民族交往交流交融,成为西南地区各民族“三交”的典型示范带。

乌江航运在各民族“三交”中发挥商贸流通作用

全长超1000公里的乌江,流经黔滇渝鄂4个省(直辖市),流域面积达8.79万平方公里,覆盖了多民族文化区。明嘉靖《思南府志》有“乌江流域产朱砂、水银、棉、蜡、漆诸物,皆中州所重”“上接乌江,下通蜀楚,舟楫往来,商贾鳞集”的记载,说明乌江早在明代以前就通到思南以上乌江渡一带。乌江是“川盐入黔”的四大水上运输量最大的一条航道,川盐经长江转入乌江水道至彭水、龚滩、沿河、潮砥、思南等地,再转运到黔江、黔北、湘西各地。盐船返程时又沿途收购大量的桐油、榨油、粮食、药材、生漆、硫磺等运往外地销售。仅沿河每年就销售桐油、榨油、生漆等农产品近50万公斤。新中国成立后,食盐水路运量仍占全省水陆盐运量的46.81%。

因水而兴,塑造了乌江流域特有的经济模式和社会结构。商业往来使乌江下游逐渐形成了众多的码头、港口、庄号、会馆和商人。明代乌江流域就有不少会馆,始建于1588年的石阡万寿宫、禹王宫在清代康熙年间由江西五府与商号捐资重建,更名为“豫章合省会馆”;思南禹王宫是清代湖南、湖北商会在思南的会馆,思南周家盐号、安化街等客棧商号,这些都见证了思南商业的繁华;乌江流域湘、滇、川、豫、陕、赣、京、津、冀、鲁等地会馆不计其数。

乌江航道承载着流域内大规模的商品交换并带来经济活力。商贸往来促进群众交流,川盐流通使江津、綦江、沿河、思南等地方言在词汇、语音上与自贡较相似,乌江号子、船工民歌等非遗记录着盐运生活,成为乌江流域各民族共同的历史记忆。1937年后长江航运中断,乌江成为西南地区抗战的物质生命线,1940至1942年,累计运输食盐1.7万吨、兵工器材1500吨,船工与商人协力保障物资,这一时期该流域提升为国家战略通道,为抗战胜利注入了强劲动力。

乌江沿岸城镇为各民族“三交”提供重要的空间载体

乌江沿岸逐水而居的城镇聚落,是经济活动在地理空间上的凝结。乌江干流有15条主要支流,河段航运形成的码头、渡口、险滩以及干流与支流汇集处形成的集镇、集市、村落,是乌江流域各民族“三交”的重要载体。

乌江流域盐矿、汞矿开采与运输,使乌江干流和支流水运有着密切的联系。随着商贸往来,乌江逆流而上形成的涪陵、龚滩、彭水、沿河、思南等集镇,形成了区域性城镇网络,构建了各民族交往交流交融的地域空间。涪陵曾是巴国都城,明清后成为沿岸川盐集散地,四川、重庆、贵州产的盐、茶叶、药材、粮食、丹砂等均由涪陵码头出入长江。武隆江口是乌江与芙蓉江的交汇处,是渝东南和黔北地区农副产品的交易中心;彭水是黔州的核心区,也是乌江流域武陵、黔水、沿河、酉阳的枢纽。明清时代,沿河是乌江“川盐入黔”的四大口岸之一,县城集中了盐仓、盐号及盐商会馆,有盐船50余艘,形成了“盐仓堡”“官店街”等市场。同时,沿河还利用水运形成双向贸易,油桐、乌柏、蜂蜜、白山羊、药材、木材经乌江销往涪陵进长江,南来北往的商人在沿河建立同乡会馆、江西会馆、湖南会馆等。思南是乌江上一个重要的节点城镇,明代设思南府,由此形成水陆互济黔东最大的物资集散地——思南,从务川经德江到思南,再经石阡、余庆到黄平接滇黔驿道南北纵向交通,从铜仁经印江到思南,后西行到凤冈、湄潭等地横向交通。清代及民国时期,随着商贸流通的发展,一个以思南为中心,北至务川、德江、沿河,东到印江、松桃,南至石阡、余庆、瓮安,西至凤冈、绥阳的黔东北城镇群基本形成,四川人建的川王庙、江西人建的万寿宫等会馆、盐号、商铺比比皆是。

乌江航运还有一个特点就是因险滩而成集镇,整个乌江干流上共有419处险滩,其中较大的险滩有41处,又以龚滩、潮砥滩、新滩最为著名。清代的龚滩聚集了大批江西、陕西、重庆、涪陵等地商人,兴起10余家盐号和百余家商号,使之成为乌江水岸商品贸易的枢纽。沿河的洪滩是乌江边最美的集镇,上行的川盐、日用品和下行农产品汇集后又四散各方,使古镇成为辐射周边的商品集散地;德江桶井的新滩,因清代山岩崩塌阻断河流而得名,其间也出现了两次山崩两次断航复航。德江的潮砥滩因滩险难过,船只在此“盘滩”,与新滩一样因货物和人员停留使各地商人云集,古镇曾因此兴盛一时。此外,沿河的洪渡、息渠和思南的邵家桥、塘头,以及余庆县城、乌江古镇等都是古代乌江重要的集镇。这些因乌江而兴起的码头、城镇和集市,不仅是商品交易、商贾云集的场所,更是各民族密切接触、比邻而居、通婚互市、共享生活空间的“交融场域”。这些“点”呈现出各民族交往交流交融的带状分布,连接成乌江流域各民族“三交”的连绵“带”,形成了沿江各民族团结奋斗、共同发展的良好局面。

乌江流域在各民族“三交”中构建起的文化自信

乌江流域独特的民俗、语言和传统技艺等文化资源,是多元文化交融的见证。

乌江文化是中原文化、巴蜀文化、荆楚文化与流域内少数民族文化交流交融形成的独特文化现象。元明清时期,随着乌江流域的发展以及各民族的交流不断深入,进而形成了具有区域特色的文化形式。流传于鄂西、渝东、黔东北的摆手舞,是土家族生产生活的艺术结晶;被誉为“中国戏剧活化石”的傩戏、面具艺术、歌舞表演等形式为一体,既是先民与自然的“对话”,更是中华文明多元共生的表现;土家族“无字史书”西兰卡普,以古老技艺编织了土家族的迁徙史诗、信仰图腾和生活哲学,诠释着武陵山区的生命美学;乌江岸边的外地商人留下的万寿宫、川王宫经历千百年风雨仍屹立不倒;“四月八”“六月六”“三月三”“吃新节”等民族节日,吊脚楼、鼓楼、风雨桥等展现了先民们的建筑智慧和生存法则;土家族山歌、苗族飞歌、侗族大歌唱出各族群众对美好生活的向往。

乌江流域不同时期各民族形成的具有鲜明特点的民族习俗,构成了独具特色的乌江文化。乌江流域文化资源十分丰富,仅贵州段旧石器遗址就有40余处;有全国重点文物保护单位33处,占全省总量的40.7%;省级文物保护单位235处,占全省41.7%;市县级文物保护单位1388处,占全省38.8%。有世界文化遗产2项、国家级非物质文化遗产项目37项、国家级历史文化名城1座、国家历史文化名镇6个、国家一级博物馆5个、国家历史文化名村15个、国家工业遗产4处,是全省文化遗产最集中的区域。独特的乌江文化,是多彩贵州文化的重要组成部分。

回望乌江流域发展历史,交通先行是各民族“三交”的物质基础,城镇集聚是各民族“三交”的空间保障,文化共享是各民族“三交”的精神纽带,保护好、利用好这条“文化融带”的独特价值,讲好“乌江故事”,传承“乌江文脉”,不仅是对历史的尊重,更是贵州铸牢中华民族共同体意识、实现各民族共同繁荣发展的基础。

(作者单位:贵州省土家学研究会)

□ 杨俊

民族地区全面推进乡村振兴的实施途径

——以务川自治县砚山镇为例

□ 周 莉 申进洪

贵州近年来持续巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接,让广大人民群众过上更加美好的生活。遵义市务川仡佬族苗族自治县砚山镇通过政策赋能、创新驱动、资源整合、效能治理与利益共享,探索出一条内外联动、多元协同的乡村振兴之路,为民族地区高质量发展提供了经验。

政策协同,构筑区域发展保障网。政策输入在砚山镇并非简单“输血”,而是精准滴灌、系统布局。尤其在巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接阶段,依托省、市、县三级政策联动,该镇建立起“县—乡—村”三级防返贫动态监测机制,借助“贵州扶贫云”大数据平台,对脱贫不稳定户、边缘易致贫户、突发严重困难户等群体实施实时跟踪与分层帮扶。该机制自实施以来,全镇识别出的风险家庭全部被纳入帮扶体系,未发生一例返

贫。通过“三重医疗保障”和教育专项补贴,发放医疗救助金、教育补贴等,有效化解返贫风险。政策在落地过程中,砚山镇充分尊重民族地区实际,注重与地方文化和社会结构相融合,优化当地制度环境。同时,积极探索“村警+村治”互联共治模式,构建“一中心一张网十联户”治理体系,实现“小事不出村、大事不出镇”的基层治理目标,鼓励群众的参与感。

创新驱动,激发内源型发展动能。该镇推行实践“511”联产到户模式,即五户为一组、共同发展一项产业,形成“劳动力互助、技术共享、风险共担”格局。在砚山社区、回龙村等地,鼓励群众将土地入股合作社,发展青脆李、蛋鸡养殖、花椒加工等特色产业,形成“村集体+合作社+基地+农户”的利益共同体。同时,砚山社区的自动化蛋鸡养殖场,引进智能环控与投喂系统,日均产蛋3.5万枚,产品远销港澳等地;肉兔养殖采取统一供种、统一防疫、统一销售,2024年以来累计出栏25000余只,带动50余名群众持续增收。此外,利用电商平台、直播带货等方式让清脆李、葡萄、花椒、辣椒、蜂蜜、肉兔等特色农产品走出大山。拓宽销售渠道的同时,也将当地的风土人情向外界传播,有效促进各民族交往交流交融。

资源整合,激活发展要素。资源开发是砚山镇实现内源型发展的坚实基础。一方面,该镇充分利用自然资

源,发展“稻+蛙”“藕+鱼”等生态农业和林下经济,提升土地综合效益;另一方面,着力加强当地人才挖掘培养,传承培育农耕技能、传统手工艺、展现乡土风貌的书画技艺等。

在内外资源整合中,外部资源与内生动力实现有效对接。自2015年以来,贵州省民宗委累计协调帮扶资金近5000万元,用于支持产业孵化、技术培训与市场开拓。砚山镇借此机会激活本土潜能,组织农户参与技能培训,结合产业需求开设智慧农业、电商运营等课程,真正让当地群众成为乡村建设的主体。

效能治理,提升协同效率。砚山镇通过多元主体协作、信息共享与文化浸润,构建起高效能治理新格局。在结构层面,该镇整合省、市、县及对口帮扶单位资源,实施“挂图作战”,避免重复建设与资源浪费,提升项目落地效率。在文化层面,探索“党建引领+阅读推广”模式,建好“农家书屋”文化阵地,开展耕读传家星空讲习所、“书香伴成长”周末课堂、红色经典阅读课堂、铸牢中华民族共同体意识主题读书会等活动,传承弘扬民族文化,增强群众的文化自信。在信息层面,通过网格化管理、镇村组联动、政策信息实时发布等机制,政府、企业、合作社与农户之间实现信息互通、行动协同,提升公共服务的响应速度与覆盖广度。

利益共享,筑牢发展根基。砚山

镇通过多种形式的股份合作与分红机制,让群众真正共享发展成果。砚山社区的蛋鸡养殖项目2024年10月至2025年1月实现收入194.2万元,农户分红2.16万元;回龙村青脆李基地年产值20万元,农户分红占比40%。值得注意的是,该镇在发展过程中始终坚持“共建共享”,推动企业、村集体、合作社与农户形成风险共担、利益均沾的合作机制,引进农业企业提供技术指导并保底收购,农户通过土地流转、参与管护和享受分红实现多方受益。这一机制不仅提升了产业抗风险能力,也更广泛地调动群众参与的积极性,强化其获得感。

砚山镇的实践表明,乡村振兴不仅仅是一个经济命题,更是一个文化命题、治理命题。通过政策、创新、资源、治理与利益五大维度的协同推进,砚山镇不仅实现了产业的多元壮大和群众稳定增收,更在潜移默化中铸牢中华民族共同体意识,为全面推进乡村振兴提供了经验智慧。

【作者分别系贵州民族文化宫(贵州省民族博物馆)副研究馆员、务川自治县砚山镇石朝村驻村第一书记,务川自治县砚山镇党委书记;本文系国家民委人文社会科学重点研究基地“西南民族研究中心”项目《民族地区精准扶贫成果同乡村振兴有效衔接动力机制建构——基于砚山镇预防规模性返贫实证研究》的阶段性成果。】