

讲好生态文明故事 推动美丽中国建设

——做深做实习近平生态文明思想宣传的探索与思考

●胡线勤 周 劲 范 进



[摘要]生态传播是生态文明建设中的重要一环。本文对盐阜大众报2023全球滨海论坛会议报道的创新实践进行深度剖析与解读,总结和探讨新形势下做好生态传播的路径与规律。

[关键词]全媒体 生态传播 凝聚共识 **[中图分类号]** G20 **[文献标识码]** A

党的二十大报告指出,中国式现代化是人与自然和谐共生的现代化。2022年11月5日,习近平主席在《湿地公约》第十四届缔约方大会开幕式上宣布“支持举办全球滨海论坛会议”。2023年9月25日至27日,由江苏省人民政府、自然资源部、国家林业和草原局共同主办的2023全球滨海论坛会议在盐城举行。来自34个国家近千名代表参会,共商全球滨海区域保护和发展。

近年来,盐城依托得天独厚的自然禀赋,作为国内唯一拥有“世界自然遗产”和“国际湿地城市”两张国际名片的城市,奋笔书写“绿水青山就是金山银山”的盐城答卷,致力做习近平生态文明思想的实践者与宣传者。

盐阜大众报对2023全球滨海论坛会议的报道,着重讲好发生在江苏沿海大地的发展故事、生态故事、百姓故事,呈现最鲜活的中国图景,把中国发展前沿地区的生态故事讲给世界听,为展示中国方案的价值意义贡献力量。

主题策划思想先行,打造党媒“好声音”

党的十八大以来,我国把生态文明建设作为关系中华民族永续发展的根本大计。党的新闻工作者必须以习近平新时代中国特色社会主义思想特别是习近平生态文明思想为指导,以高质量报道扛起美丽中国建设的政治责任,诠释好生态文明建设给盐城带来的理念之变、行动之变、发展之变。

1.做好生态传播,是主流媒体的责任与使命

新闻策划,思想先行。生态文明建设功在当代、利在千秋。作为生态文明建设的时代记录者和宣传引导者,盐阜大众报聚焦生态文明建设,抓住重要时间节点,提前策划组织,全力以赴做好生态传播。

2023全球滨海论坛会议是盐城历史上承办规格最高的国际性会议。盐阜大众报成立工作专班,精心策划选题,确定了通过盐城这扇窗口,以一域之光反映国家之变,向世界展示

人与自然和谐共生的美丽中国形象这一主题。

带着这样的深刻思考和强烈的答卷意识,7月至9月,盐阜大众报将地域特色与地方实践、国家大局、全球大势形成高度连接,以此展示地域的独特性,传播主流价值观。这组策划共推出400多件文字报道和视频、手绘、MG动画、海报等新媒体产品,100多个特刊。“学习强国”全国学习平台、新华社客户端、人民日报客户端等平台累计转发700余篇次,40多家国内知名党媒客户端联动转发重要节点的新闻产品千余篇次,引发强烈反响……一系列立体化、全方位、多角度的重磅报道,充分展示盐城近年来推进人与自然和谐共生的丰硕成果,让世界看到了盐城的湿地之美、发展之绿,进一步提升了盐城在国内外的知名度、影响力。

2.受众在哪里,宣传报道的触角就在哪里

当今,媒体格局、舆论生态、受众对象、传播技术都在发生深刻变化,受众在哪里,宣传报道的触角就要伸



▲ 9月24日,《盐阜大众报》推出8个四连版长卷,以论坛LOGO为形状,把盐城市的鸟类拼成“WCF”

向哪里,宣传思想工作的着力点和落脚点就要放在哪里。盐阜大众报遵循新闻传播规律,从“时度效”着力,努力做好生态文明建设的主题宣传和热点引导。

此次会议报道,坚持用系统思维下好“先手棋”。按照“总体策划、一体推进、分段实施、有效传播”的原则,早在6月初就着手准备,谋划报道工作。从7月开始,盐阜大众报在集团旗下各发布平台开设“2023全球滨海论坛会议”专题专栏,相继推出“湿地‘盐’值全‘城’守护”“和谐共生·盐城探绿记”“‘湿’意盐城‘数’说精彩”等栏目,推出《盐城首个碳中和会议这样开——“让中国黄海的风点亮滨海论坛的灯”》《野鹿荡:六位老人的“理想国”》等文章及系列报道,用人民群众的身边事,讲好追求美好生态环境和参与生态文明建设的大道理。

围绕宣传主题和受众特点,盐阜大众报精心策划报道的平凡人、平凡事,将五彩斑斓的碎片重新糅合成一幅精美画卷,有力宣传盐城之美,提升盐城国际“能见度”和城市影响力。

3.既有宏大叙事,又有鲜活生动的细节

会议报道必须用心策划、用情采

访、用心打磨,既有高屋建瓴的宏大叙事,又有鲜活生动的故事细节;既有精辟深邃的分析思考,又有润物无声的细腻表达,将“小切口大主题”和“小故事大情怀”相结合,从而充分展现盐城的生态之美、发展之绿。

9月24日的《盐阜大众报》出版92个版,其中8个四连版。特别是8个文图漫绘有机组合的四连版长卷报纸,送至大会现场时,国外友人争相翻阅,连说“very beautiful”,并带走珍藏。打开四连版,好似打开了盐城,设计精美灵动,版式气势恢宏。92个版面全方位展示了盐城践行“绿水青山就是金山银山”理念,唱响了守护独特滨海生态资源,探索可持续发展的好声音。

作为本期全球滨海论坛特刊的封面文章,通讯《盐城之绿,为世界添彩》以全球视野观照盐城,落笔细腻、论述有力。这组作品,记者历时近一个月准备,认真梳理几十万字素材,同时深入采访,用心思考,精心写作。作品的标题“盐城之绿,为世界添彩”精辟生动地点出了全球滨海论坛的重要意义,内容分滨海明珠、绿色示范、和谐共生三大部分,既独立成篇,又有机联系,全面展现了盐城绿色发展的成就,努力讲好新时代中国故事。

正能量实现大流量,创新赢得“声态美”

习近平总书记说,宣传思想工作要把握大势,做到因势而谋、应势而动、顺势而为。生态文明传播中,盐阜大众报坚持导向为魂、移动为先、内容为王、创新为要,在体制机制、政策措施、流程管理、人才技术等方面加快融合步伐,建立融合传播矩阵,打造融合产品,努力让正能量实现大流量、让大流量澎湃正能量。

1.打好主动仗,提升盐城城市形象

城市形象是国家形象和社会形象的子系统,也是城市软实力的重要表征之一。盐阜大众报借助新媒体平台的力量,以“声态美”展现“生态美”,提升盐城的城市形象。

会议开幕当天,盐阜大众报头版推出“言仲平”综述报道《万顷烟波万鸟翔集 万物共生》,描绘大美盐城建设的生动场景,勾勒城市的核心价值体系,演绎人与湿地、城市与自然最生动的变奏,有力地彰显了盐城这座高颜值现代化国际化城市的独特魅力。人物专题报道《野鹿荡:六位老人的“理想国”》讲述马连义等6位老人,创建并守护“理想家园”的故事,努力塑造可信、可爱、可敬的盐城人

形象。深度报道《让中国黄海的风点亮滨海论坛的灯》抓住“盐城首个碳中和会议”这个新闻点，揭秘“绿色办会”密码，并升华主题——绿色会议背后是一个更加绿色的盐城。

SVG海报《色卡里的盐城》，在湿地风光色彩中提炼莫兰迪配色、敦煌配色、美拉德配色等当下热门经典配色，用斑斓色彩传递情感和力量，从美学层面完善盐城城市形象的塑造和传播。

2. 搭建全媒体矩阵，实现传播效果最大化

实现传播效果最大化，就要搭建生态传播的全媒体矩阵，实现优质内容多介质推送、多渠道传播；重视中国生态文明故事的国际表达，展现中国生态文明故事及背后的思想和精神力量。

2023全球滨海论坛会议期间，盐阜大众报坚持服务地方、服务大局，既守正创新，又开放包容；既通过纸质媒体的深度报道，充分彰显党媒的权威性，又借助网络媒体的创意产品，扩大覆盖率，提升影响力。9月19日起，盐阜大众报头版推出“‘湿’意盐城‘数’说精彩”栏目，撰写系列报道、制作精美海报，《76.96万公顷湿地，成就“独一份”宝藏》，选择从湿地面积角度来展示盐城湿地特点；《307天好空气，“盐城蓝”领跑全省》，选择从盐城空气质量全省领先角度来展现盐城人如何守护碧水蓝天；《近七成“绿电”，点亮“风光”盐城》，选择从绿电资源来展示“风光”盐城；《285亿，“美丽经济”一路生花》，选择从生态价值转化为经济价值角度入手，展现盐城如何协调保护与发展的关系，走可持续发展之路。

盐阜大众报的报道充分体现了采编人员对于会议主题的深入理解和精准把握，通过精练的语言和生动的

画面，将全球滨海论坛的精神内涵和环保理念传播给更多读者。

3. 创新表达，掌握生态传播的规律与技巧

如何让多次报道的生态主题“破圈”出新？关键在于增强报道的原创性，以形式、内容和表达的创新，让老主题讲出新故事、成为新话题。

在全球滨海论坛会议期间，盐阜大众报发挥地方媒体优势，立足本地特色，深入挖掘对外传播题材，着力打造精品力作，策划了一组视觉产品，如宣传片《何以盐城》、湿地人物纪录片《黄海湿地追梦人》、探访VLOG短片《跟着主播逛湿地》、趣味短视频《湿地小精灵》《湿地科普小课堂》。另外还特别推出了湿地Rap说唱《湿地之约》，用年轻人Rap的形式宣传生态保护。

在创作《手绘长图 | 来一场黄海湿地漫游之旅》中，运用了分镜头插画的形式，将盐城的湿地景点和湿地地貌，用湿地动物串联起来，一方面展示了盐城在人文景点与湿地保护方面、科普与科研结合方面作出的努力，另一方面凸显了全球滨海论坛会议的主题和目标。手绘作品《萌宠小剧场》运用波普艺术中夸张的表现方法，将湿地动物的特征提取出来，塑造出年轻人喜欢的萌宠形象，让湿地科普场景视觉化、表达趣味化。

小喇叭带动大喇叭，构建传播“声态圈”

世界百年未有之大变局加速演进，我国的国际传播工作面临机遇与挑战，坚持不懈讲好中国故事是主流媒体的职责与使命。盐阜大众报把握国际传播领域移动化、社交化、可视化的趋势，在构建对外传播话语体系上下功夫，在乐于接受和易于理解上

下功夫，让更多国外受众听得懂、听得进、听得明白，不断提升对外传播效果。

1. 高站位写出大视野，以中国方案答世界之问

习近平总书记指出：“讲好中国故事，传播好中国声音，展示真实、立体、全面的中国，是加强我国国际传播能力建设的重要任务。”此次全球滨海论坛的报道，盐阜大众报积极与中央外宣媒体平台对接，提供相关素材，推送相关报道，强化国际传播，向世界讲好中国故事，参与了由“发现盐城”海外媒体账号在Facebook、X、Instagram、YouTube平台同步发起“湿地的力量”全球传递活动。

2023全球滨海论坛会议成果发布会发布的《盐城共识》，是一份旨在推动全球滨海地区可持续发展的宣言。盐阜大众报邀请与会中外嘉宾评价《盐城共识》的重要意义，畅谈如何落实，形成报道《凝聚全球治理合力 共绘美丽滨海画卷》。专访9位与会专家学者，推出两个整版报道，展示他们眼中的盐城生态印象，倾听他们关于“人与自然和谐共生”的真知灼见。

2. 新闻“嫁接”文学，壮大正能量和主旋律

生态文明传播是一项长期工作，要想触达不同文化背景的受众，文学的方式至关重要。这需要突破传统“自我陈述”模式，转变视角，融入“他者”独特理解。

2023全球滨海论坛会议召开之前，为大力营造舆论氛围，2023年5月，盐阜大众报报业集团联合中国作家协会《中国作家》杂志社等单位，策划举办中国著名作家盐城采风行活动，邀请名家描写盐城、推动名报宣传盐城、组织名刊展示盐城，聚力讲好富有中国特色、江苏特色、盐城



▲《盐阜大众报》9月25日一版

特质的新时代奋斗故事，在更高层次、更广领域呈现盐城“天蓝地绿基因红”的独特优势，为谱写中国式现代化盐城新篇章凝聚强大精神力量。

这是一次新闻和文学的“融合”与“嫁接”，通过作家的视角，在厚重的历史文脉中、在如画的绿色生态中、在律动的发展节奏中感知盐城、品味盐城、书写盐城，用作家的生花妙笔描绘中国生态故事精彩的盐城篇章。

3. 打造“生态朋友圈”，凝聚全球保护共识

做好新时期生态传播，不仅要讲好故事，更要让好故事叫得响、传得开。盐城倾情倾力倾力做好自然遗产地的保护修复、价值转化，以“生态朋友圈”广泛凝聚保护湿地的全球共识，绘就人与自然和谐共生的新图景，打造了一个广泛凝聚保护湿地全球共识的“生态朋友圈”。

在2023全球滨海论坛会议召开前一个月，8月24日至27日，盐阜大众报举办了2023年传媒年会·生态传播论坛暨“全国党媒客户端@盐城”融媒体采风活动。来自人民日报、新华社、中新社、经济日报、农民日报、法治日报等全国52家主流媒体、行业机构的近百位传媒“大咖”相聚盐



▲手绘长图运用分镜头插画形式，展现盐城湿地风貌

城，围绕“打造生态传播体系、推进生态文明建设”，研究探讨党媒生态传播新路径新范式，讲好人与自然和谐共生的中国故事，不断扩大习近平生态文明思想的影响力与感召力。

同时，盐阜大众报发起国际湿地城市党媒生态传播（盐城）同屏行动，邀请哈尔滨、海口、银川、常德、常熟、东营、合肥、济宁、梁平、南昌、盘锦、武汉等全国其他12座国际湿地城市的党媒，齐聚盐城，共同发布“湿地之尖倡议书”，同“屏”共振，放大全网聚合传播效应，进一步壮大主流声音。

8月和9月，这些党媒客户端共发布相关新闻产品千余篇次。来盐城的媒体大咖们，以“市外高人”的独特视角、优美文笔，创作了富有吸引力、感染力的新闻作品。法治日报社“法治号”客户端推出的系列原创报道《融屏播报|爱鸟的记者看盐城》，文字轻松活泼，配以“自带风格”的图片和视频，激发受众阅读兴趣。合肥日报整版刊发《盐城的yan——写在2023全球滨海论坛会议即将召开之际》，通过巧妙解读“‘盐城的yan’‘是盐!’‘是颜!’‘是沿!’‘是言!’”，生动揭示2023全球滨海论坛会议花落盐城的原因及其背后所蕴含的时代



▲Rap版《湿地之约》，不容错过的大美盐城

价值。9月25日，40家党媒客户端还统一开机画面，同屏祝贺会议开幕，传播力“爆表”。实现了生态文化传播从“独奏曲”到“大合唱”，从城市“生态圈”向媒体“声态圈”进阶转换，不断放大盐城音量，在更大范围内传播盐城之绿、中国之美。

结语

做好生态传播，党媒大有可为。盐阜大众报关于2023全球滨海论坛会议的报道，以新闻传播带动思想传播，以融合创新达成共鸣共情，努力讲好发生在盐阜大地上的精彩中国故事，深刻阐述生态文明建设给盐城带来的理念之变、行动之变、发展之变，是一次深化习近平生态文明思想大众化传播、凝聚绿色低碳发展共识的生动实践，彰显了党媒品格和党媒品质，为新形势下做好生态传播提供了路径和借鉴。中国报业

（作者：胡线勤，中国报业协会副秘书长、中国报业杂志社总编辑；周劲，盐阜大众报业集团总编辑；范进，盐阜大众报业集团县域融媒部主任）

责任编辑：张晓燕