编者按

当前，中国生态文明叙事已是我国对外传播工作中的重要内容。如何有效传递中国声音，让国际生态环境故事中增加“中国含量”，促进中外沟通交流，更好地凝聚共识，成为公共关系领域和生态环境领域共同关注的话题。

围绕生态文明叙事，对外传播该如何开展？又应以哪些内容为重点？10月9日，在云南大理举行的洱海论坛“生态文明建设的国际传播”分论坛上，来自不同领域的专家，分别围绕“生态文明的中国叙事”与“多元主体参与生动呈现美丽中国”两个议题，探讨向国际社会讲述生态文明中国故事的路径与方法，展现中国生态文明建设的实践与成果。专家认为：讲好中国生态文明建设的故事，就是讲好中国故事，是重视国际传播能力的具体体现。

做好生态文明建设国际传播有助各国了解真实全面的中国

郭卫民

全国政协委员、中国公共关系协会会长、中国国务院新闻办公室原副主任 郭卫民

生态文明建设关乎人类未来，建设绿色家园是人类的共同梦想。纵观人类社会发展史，工业化进程创造了前所未有的物质财富，但也产生了难以弥补的生态创伤。近年来，气候变化、生物多样性丧失、荒漠化加剧、自然灾害频发，给人类生存和发展带来了严峻挑战。新冠肺炎疫情肆虐全球，再次提醒我们，必须深刻反思人与自然的关系。面对生态环境挑战，人类是一荣俱荣、一损俱损的命运共同体，唯有携手合作、并肩同行，才能互利共赢、福泽世界，更好地守护人类赖以生存的地球家园。

中华文明历来崇尚天人合一、道法自然，追求人与自然和谐共生。党的十八大以来，在习近平生态文明思想的指引下，我们坚持以人为本，走绿色发展之路，生动践行“绿水青山就是金山银山”的理念；我们遵循生态系统的内在规律，统筹山水林田湖草沙冰的一体化保护，着力增强生态系统的可持续性；我们深度参与全球生态环境治理与气候变化国际合作，庄严承诺“3060”双碳目标，彰显中国推动构建人与自然生命共同体的大国担当。可以说，中国的生态文明建设已经进入快车道，天更蓝、山更绿、水更清的美丽图景正不断展现在世人面前。

当前，国际社会高度关注中国生态环保进程，做好生态文明的国际传播，有助于各国人士了解一个真实、立体、全面的中国，有利于加强生态文明建设的国际合作。我们要积极开展生态文明的国际传播，借助各类交流平台，综合运用信息发布、媒体报道、文化交流、网络传播等渠道方式，阐释好中国生态观的丰富内涵，宣介好中国生态文明建设的政策举措、取得的进展和成就，同时了解和回应国际社会的关注，介绍好世界各国推进生态文明建设的先进经验，推进生态文明建设国际合作。

要充分用好联合国气候变化大会、生物多样性大会等重要场合契机，积极开展政府、媒体、智库、企业、青年、民间、社会组织等各领域交流对话，加强经验分享，加大活动效果与合作成果的传播力度。要持续推进全球生态治理，探寻更多世界环境保护和可持续发展的解决方案，加快构筑尊崇自然、绿色发展的生态体系，让生态文明的理念和实践造福各国人民。

生态文明叙事可以宏大讲述也可以从人民角度讲述

生态环境部宣传教育中心主任、《世界环境》杂志社社长兼总编辑 贾峰

2017年5月26日，中共中央政治局就推动形成绿色发展方式和生活方式进行第四十一次集体学习时，习近平总书记强调，推动形成绿色发展方式和生活方式是贯彻新发展理念的必然要求，必须把生态文明建设摆在全局工作的突出地位，坚持节约资源和保护环境的基本国策，坚持节约优先、保护优先、自然恢复为主的方针，形成节约资源和保护环境的空间格局、产业结构、生产方式、生活方式，努力实现经济社会发展和生态环境保护协同共进，为人民群众创造良好的生产生活环境。

对于中国的老百姓来说，如何响应总书记的号召，实现生活方式的绿色低碳转型？这是生态环境部宣传教育中心的一个重要使命。

为从老百姓看得见、经常遇到的问题着手，我们推出了生活方式绿色化五年教育实践活动，首先是从绿色骑行开始，通过媒体报道，讲述了绿色骑行不仅有利于减排降碳，而且有助于大家的健康；让社会各界真正意识到绿色生活并不是一件困难的事，而是快乐的事。

我自己骑车出行8个月，在新浪微博上发表了感受171篇，比如我大概节省了1.2万元交通费，减排了1吨碳。这些文章总阅读量超过800万。更有趣的是，北京市市长陈吉宁一年内4次骑车查看交通状况。第一次被报道时，日阅读量为3776，后来增加到64万。阅读量的增长反映出4个社会现象：一、北京自行车道路在去年一年里得到了好的改善；二、这是为老百姓办实事的具体举措；三、北京市政府的形象得到了提升；四、老百姓对领导工作作风转变的认可。

这说明做事是根本。事做得好，故事才能讲得好。生态文明叙事可以宏大讲述，也可以从人民角度讲述。从老百姓角度来说故事，更能引起共鸣。故事要讲得让老百姓爱听，把过去“希望按我们说的去做”的传播方式，变为“希望按我们做的去做”。

此外，我们援助的承德市围场满族蒙古族自治县哈里哈村异地搬迁小区屋顶光伏发电站，运转顺利。自2019年年底至2021年6月底，共发电12.9万度，小区居民获得收入7.1万余元，这个项目既能促进生态脱贫，还能减碳、改善空气质量。在承德丰宁满族自治县建设的360万千瓦抽水蓄能电站，建成后将成为目前世界装机容量最大的抽水蓄能电站，2021年年底，一期将投产。我们还组织培训哈里哈乡各村村民成立合作社，用农作物秸秆或植物材料编织文件袋、购物包和家居用品，替代塑料制品，既富民又减污降碳，还有助于乡村文明建设。

“全民骑行总动员助力减污降碳”“绿色骑行凡尔赛，一人一年一吨碳”“屋顶上有了印钞机”“保电网平安，全球最大的充电包来啦”“减污降碳富民，基于自然的解决方案”等案例说明，好故事增加了传播，好伙伴能够事半功倍。

通过传播引发行动，进而言行合一，这里的关键词就是科学、人文与行动。做好生态文明建设的国际传播，一定要遵循习近平总书记生态文明思想的科学性、人民性和实践性，让更多人树立理念、践之行动。

有温度的故事可以扩大国际舆论朋友圈

蒙牛集团执行总裁 李鹏程

乳业拥有食品行业中最长的产业链。其中，畜牧、加工、物流等环节的“减碳”压力尤为巨大。蒙牛在上游畜牧业坚持奶源地生态保育养护，支持牧场的绿色转型。蒙牛旗下的中国圣牧在内蒙古自治区乌兰布和沙漠投资75亿元，绿化沙漠200多平方公里，所植树木可在30年中捕获1000多吨二氧化碳。这一行动已作为优秀案例，入选了联合国《企业碳中和路径图》。在中游加工环节，蒙牛已建成17家国家级绿色工厂。在下游储运和销售环节，探索绿色储运方案，与陶氏化学、大型商超等合作，在外包装中科学利用再生塑料，以大幅减少纸材消耗。

2015年，蒙牛雅士利在新西兰奥克兰市的波基诺小镇建了一家新工厂，主要生产婴幼儿配方奶制品。这个工厂不仅为当地提供了上百个工作岗位，还为社区建设学校和图书馆、资助医疗中心、为癌症病人筹款、向有需要的家庭捐赠流感疫苗等。对此，新西兰的一份研究报告指出，来自中国的投资项目促进了当地经济发展，给民众生活带来福祉，并获得媒体的广泛报道。有内容有温度的故事，本身就具备传播性，通过这样的故事，可以不断扩大知华友华的国际舆论朋友圈。

近年来，蒙牛持续与联合国粮农组织、国际乳品联合会、全球乳业论坛组织等机构对接，在这些平台上为中国乳业的生态贡献向全世界发声。今年夏天，蒙牛加入了由全球乳业论坛组织发起的“乳业净零之路”倡议，与多国同行共同探索乳业低碳发展路径。

向世界讲好苍山洱海的故事

中国青年报社党委书记 张坤

人类正在走向生态文明新时代，讲好中国生态文明建设的故事，就是讲好中国故事、重视国际传播能力的具体体现，而讲好大理苍山洱海的故事，就是讲好人与自然和谐共生最好的中国式现代化故事和中国生态文明建设之路的故事。

做强新型主流媒体，提升生态文明国际传播能力，传递和平、发展、公平、正义、民主、自由的全人类共同价值。

推介大理的三个传播点建议：一是总书记的牵挂与叮嘱6年来落实得如何？重点是成就背后从“一湖之治”向“流域之治”“生态之治”“绿色之治”转变，从“常规性保护治理”“抢救性保护治理”走向高水平高质量保护流域发展新阶段，重点是成就背后“以人民为中心”的社会综合治理效能和践行新发展理念实践；二是从脱贫攻坚到乡村振兴，大理正在探索一条文旅科技、美学艺术、创新创意产业新业态深度融合之路，生态产业化，产业生态化，能源消费结构向清洁、低碳转型发展，与碳达峰、碳中和的可持续发展目标一致；三是打造“美丽乡愁”的升级版，既是打造让生活更美好的生态文明示范地，也是打造让文明更进步的精神文明高地，相信这也是总书记多年前在大理提到“乡愁”时所期待的。

创新新闻呈现形式，发挥好新兴媒体传播优势，向中外青少年讲好中华文化故事。

推介大理的三个传播点建议：一是作为留学生最多、中外游客量最密集的地市之一，留学生和中外游客眼中、口中、足迹中的苍山洱海故事，一定是最有吸引力、感染力、说服力的；二是作为有悠久历史，儒释道中华文明汇聚、汉族白族等多民族和谐相处、东南亚等文明有机融合的典范之地，如何为世界提供一个文化文明融合之道的样板，提供一个人与自然、生命共生的生命共同体样板，在当下世界具有很强的现实意义；三是习近平总书记强调善用“大思政课”，培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人，他在“七一”讲话中提出，必须把马克思主义基本原理同中国具体实际相结合，同中华优秀传统文化相结合。大理的生态文明建设之路，是青少年最可善用的“大思政课”素材之一，是落实习总书记“两结合”向中外青少年推介中华文化、提升文明素养的最好实践课堂和体验基地之一。

借助国外媒体平台，最大程度交流善用，在广交朋友伙伴过程中讲好中国生态文明故事。

推介大理的三个传播点建议：一是大理有理由成为国际传播的一个重要枢纽和“网红打卡地”。随着中国未来几十年加强向南、向西、向中亚欧洲等友好发展协作的展开，大理恰恰与此同步同向，同频共振；二是以此次推进全球生态文明建设（洱海）论坛为重要契机，用中国生态文明的成功实践，分享中国经验，汇聚全球智慧，以文明开放胸襟，全新诠释习总书记提出的“走向生态文明新时代，建设美丽中国，是实现中华民族伟大复兴的中国梦的重要内容”；三是成为国际媒体和中国主流媒体的一个最专业的生态文明国际传播合作交流平台之一，实现更加有效、精准和友好的国际传播。

贾峰

张坤

周庆安

孟建

单红

何祖坤

马军

李鹏程

李蕾

杜兰

中国生态文明叙事，一如早春

清华大学新闻与传播学院副院长、教授 周庆安

从《失落的地平线》到云南象群迁徙，跨越90年的时间，我们看到中国生态文明叙事在不断发生变化。中国的生态文明建设是中国国家叙事的核心之一，也是全球公共议程的重要组成部分。

生态文明的中国叙事，要回应全球问题、时代焦虑、社会矛盾；生态文明建设的中国叙事，要关注国家主张和个体命运；生态文明建设的中国叙事，要立足学科前沿，超越学科前沿。

不要把生态文明叙事只当作是今天一段特殊的当代叙事，中国有2000多年的文化传承，这其中有非常丰富的生态文明建设构建和概念，这些概念完整构建了当代中国生态文明思想，传统叙事在当代叙事中有很充分的应用。

生态文明叙事，要向世界传递的除了事实，还有大量的数据、成绩、案例。生态文明建设叙事反映了集体叙事，它是国家层面的。但集体叙事的过程中，个体往往容易被忽略，甚至常常个体和个人的利益会被作为生态文明过程的对冲。所以生态文明建设过程中，更重要的是每个人的呼吸、每个人的收入、每个人的环境。讲好中国生态文明的故事，要注重生态文明叙事多重的统一关系：传统叙事和当代叙事的统一，事实叙事和理念叙事的统一，个体叙事和集体叙事的统一，科学叙事和人文叙事的统一。

如何在叙事中建立政策和故事的统一？那就是在成就中提炼构建有“获得感”的细节，在事实中提炼构建有“变革性”的理念，在知识中提炼构建有“人文性”的思考，在行为中提炼构建有“创新性”的途径，在叙事中提炼构建有“全球性”的预期。要围绕中国生态文明建设成就，突出展示广大公众的获得感，同时在叙事方法上努力创新，积极同世界各国分享中国生态文明建设的美丽图景。

杨巨源的《城东早春》写道：“诗家清景在新春，绿柳才黄半未匀。若待上林花似锦，出门俱是看花人”。

这首诗描绘了一幅美好春光，我们生态文明建设的成果恰恰是这样美好的春光。中国生态文明叙事，一如早春。要用这种诗家的清景，描绘“绿柳才黄”的生态文明建设进程，展现“上林花似锦”的传播预期，真正让受众有“看花人”的获得感。

讲好故事有四个法则

万博宣伟中国区总裁 李蕾

要用外国人听得懂的话来解释中国，循序渐进才是最好的。

对外讲好中国故事，传播主体既要关注小人物、普通人，也要注重传播饱含中国文化的大精神。要不断地说、不停地讲，因为形象不会受一件事情的影响而改变；要善用数据说话，注重传播实际工作成效；要善于借力，邀请来自第三方的专业朋友一起传播；要注重传播形式，尤其善于运用图表与视频等新媒体形式；要注意主流媒体和社交媒体的区别，根据其关注度的不同进行策略性的内容分发。

讲好故事，有四个法则：一、我们为什么这样而不是那样做？先把理念、原则说清楚；二、我们拿什么吸引眼球并有说服力？三、我们该如何说才能被接受？四、我们让谁来说能加大效果？

我们要用生动分享的方式让全世界觉得中国经验可信，用哲学的高度、理念的高度让中国变得可敬。我们要努力不停地去讲中国的“生态文明”，使之融入全世界的生态文明之中。

构建区域化、分众化精准传播策略

云南日报报业集团党委书记、社长 何祖坤

从洱海一个湖的保护到西双版纳一群象的北迁，在开展生态文明的国际传播中，我们认识到讲好生态文明建设故事的重要性和迫切性。

环境问题，已经成为困扰当今世界可持续发展的共同命题。西方民众需要了解中国生态环境保护的真相，发展中国家渴望借鉴中国生态文明建设的经验。在与南亚、东南亚国家的交流交往中，作为中国最美丽省份之一的云南，生态文明建设方面的经验具有借鉴性、共通性和可行性。

讲好生态文明建设故事必须加强国际传播能力建设。要多聚焦减贫、环保等人类面临的共同问题，使中国主张、中国智慧、中国方案的传播跨越意识形态的鸿沟；要以受众需求为出发点，洞察受众的偏向和喜好，通过直抵人心的故事，与海外受众产生共情共鸣，把中国努力向前的每一步，化为一个个真实动人的故事；要顺应媒体发展的趋势，采用海外公众听得懂的话语方式和喜闻乐见的表现形态，引发受众自发的兴趣；要联合发挥媒体、智库等不同领域的作用，在尊重差异的基础上，构建区域化、分众化、精细化、定制化的精准传播策略，通过与境外媒体合作开展策划报道、联合采访、在双方国家落地传播等方式，增加中国故事的能见度，提高中国形象的好感度。

生态文明国际传播要从泛众传播到精准传播

复旦大学国际公共关系研究中心主任、教授 孟建

生态文明的国际传播，其鲜明特点是“跨国界、跨区界、跨政体”。

第一要确立我国生态文明国际传播议题的主体性。马克思认为，未来的社会形态应该是一种“真正共同体”，它是在人的本质力量的对象化过程中所达到的，人与自然、人与社会、人与人的和谐统一。这种主体性的回归，一是国家层面，二是个人层面。

第二要构建我国生态文明国际传播议题的整体框架。生态文明的国际传播是一个偌大的谱系，应当有国际传播议题的全面设置和整体推进能力。

第三要创设我国生态文明国际传播议题的叙事技巧。讲好中国生态文明故事是创设我国生态文明国际传播议题叙事技巧的根本，要加快构建我国生态文明国际传播的叙事体系，用中国理论阐释中国实践，用中国实践升华中国理论，打造融通中外的新概念、新范畴、新表述，更加充分鲜明地展现中国故事及背后的思想和精神力量。

第四是要搭建生态文明国际传播的全媒体矩阵。“媒介赋权理论”正日益作用于社会。认清传播生态发生的巨大变化，搭建全媒体传播矩阵，实现生态文明国际传播的“传受同构”“心理同构”。

第五要设计生态文明国际传播的立体管道。要在官方沟通管道畅通的前提下，将社会沟通管道、民间沟通管道等都作为跨生态文明传播的重要领域，并以“多层次、多角度、多方位”予以实施。

第六要实现生态文明国际传播的有效性。生态文明国际传播要从泛众传播到精准传播，改变整齐划一的“一视同仁”的传播方式，注重社会分层理论。

第七要注重生态文明国际传播的国际合作。要尽可能多地与国际组织进行生态文明国际传播的交流与合作。

数字科技助力生态文明全球传播与合作

公众环境研究中心（IPE）主任、环保公益人 马军

2013年以来，中国在治理大气污染方面取得的成就举世瞩目，为生态文明理念的全球传播打下了非常好的基础。在蓝天保卫战和污染攻坚战的过程中，环境大数据和数字科技发挥了关键作用。这也引起了新兴经济体国家的关注和兴趣。

2006年创立之初，公众环境研究中心开发了中国首个公益环境数据库。此后连续开发了多个指数，持续对120个环保重点城市开展评价，推动空气、水质和污染源环境信息公开。2014年发布蔚蓝地图App，协助公众获取空气、水质、海洋、气象和土壤风险信息，联合相关部委建立黑臭河举报平台，协助公众和NGO伙伴开展“微举报”，促进数以千计的国控重点污染源公开回应。

中国数字科技在污染治理中的应用引发国际关注，越南、印度等国邀请我们去分享，希望借鉴。

生态文明是一个全新理念，有待更多后来者进入全球环境治理话语体系。要让国际社会认知和理解为什么建设、建设什么、怎样建设，需要创新传播思路。

基于信息公开、数字科技平台和解决方案的出现，有助于促进中外利益方构建信任，有助于有效传播中国在环境保护方面付出的努力和取得的进展。在“绿水青山就是金山银山”的共识基础上，让我们共同“绿化”全球生产、采购和投融资，迈向全球生态文明建设，建设人与自然和谐的命运共同体。

精准把握话语共同点

陕西省委宣传部副部长、陕西省人民政府新闻办公室主任 单红

陕西用小切口、大视角，小故事、大背景，小人物、大情怀，以点带面、上下互动，向世界讲好守护秦岭、保护朱鹮、治水治沙的故事。

一是以构建人类命运共同体为立足，找准话语共同点。生态环境问题是世界各国面临的共同难题，是国际社会关注的焦点之一，精准把握话语共同点，既讲清楚加强生态文明建设对中华民族的现实意义、历史价值，也讲清楚中国生态治理方案的世界意义、全球价值，展现在对待全球环境问题、建设美丽地球家园上的中国智慧、中国境界。

二是以普通受众的民生关切为着眼，把握利益交汇点。生态环境问题本质上是经济问题，经济发展问题的核心是民生问题。在生态文明的国际传播中，要贯彻以人民为中心的发展思想，把生态建设与摆脱贫困、保障民生等有机结合起来，用普通人建设美丽家园、改善生活品质的奋斗故事，来展示生态治理的成效，反映“天人合一”“人与自然和谐共生”的生态观，提升传播说服力。

三是以文化交流、文明互鉴为纽带，激活情感共鸣点。文艺作品是国际传播非常有效的通用语言。把讲述美丽陕西故事与推动中华文化走出去、开展对外文化交流合作结合起来，把秦岭地理标识、朱鹮生态符号、治水治沙精神等艺术化，通过舞台剧、纪录片、专题片、电影等艺术形式，展现生态治理故事及其背后的思想力量和精神力量，提升传播的感染力。

四是以内容建设为根本、技术创新为关键，建立工作连接点。构建外宣资源数据库和“中央厨房”，把分散在各条块的资源有效整合、融合起来，培育众多独具特色的优质原创内容；把传播技术创新摆在与内容建设同等重要的位置，借助新媒体、融媒体以及海外社交平台，综合运用图文、图表、动漫、音视频等多种形式，实现内容产品从可读到可视、从静态到动态、从一维到多维的升级融合，满足多终端、广范围传播。

科技不只是秀肌肉，还要有温度

中国公共关系协会常务理事、科大讯飞高级副总裁 杜兰

中国的科技企业既要讲好中国的文化故事，也要讲好中国的科技故事。科技不只是秀肌肉，还要有温度，让人工智能这样的科技充分参与到对外的传播中，展现科技为人类带来的幸福感和美好生活。

AI科技在生态文明建设中的运用，在多语种传播中的运用，体现了科技的真善美。讲好科技的故事，要有真实的应用案例，要有能够规模化推广的应用，需要数据证明应用成效，用具体生动、实实在在的事例向世界介绍中国的生态文明发展进程。

两年前，我们加入了服务冬奥会的团队中，用AI技术来解决运动员和裁判及所有参与人员的沟通问题。我们要帮助更多的残障人士解决沟通障碍，让盲人听得见文字，让聋人看得到声音。这些温情故事的传递，会让人感觉到科技要有温度，传播更要有温度。

本版文字由中青报·中青网记者张文凌整理

本版图片均由中国公共关系协会提供

社址：北京海运仓2号 邮政编码：100702 电报挂号：5401 国内统一连续出版物号CN 11—0061 邮发代号1—9 报价：每月33元 零售：每份1.8元 广告许可证：京东工商广登字20170074号 客户订阅电话：11185 中国邮政报刊在线订阅网址：BK.11185.CN