

共赴绿色之约,感受盐城之美。在全球滨海论坛会议即将召开之际,2023年传媒年会·生态传播论坛暨“全国党媒客户端@盐城”融媒体采风行在盐城拉开大幕。来自全国52家主流媒体、行业机构的百位传媒“大咖”云集盐城,论道生态传播,共话媒体发展。本报推出专访,以飨读者。

中国新闻文化促进会副会长、光明日报社原副总编辑陆先高:

## 精心呵护好盐城生态IP

“盐城是个好地方。我们一路上看到,这里天是蓝的,云是白的,水是清幽的,河湖随处可见,让人心旷神怡。盐城生态画卷的动人之处,不仅在于天蓝地绿,也在于千千万万热爱大自然的美丽心灵。”陆先高说,把2023年传媒年会·生态传播论坛放在盐城,正是对盐城生态文明建设成果的充分肯定。

陆先高曾受聘生态环境部生态环境观察员,加上长期中央媒体工作经验,他对各地的生态环境尤其敏感,每到一地,他总会以媒体人的视角观察当地的生态环境。

“当年《一个真实的故事》唱遍大江南北,传唱几十年,经久不衰。而这些年来,

盐城在生态保护方面做了大量卓有成效的努力,多年深厚的积累,逐渐形成了一个很强大的IP。这是别人组织策划不来的,是盐城的‘独一份’,一定要精心呵护好。”陆先高说,如今,大家一说丹顶鹤、麋鹿的故乡,提到勺嘴鹬,就能很自然地想到盐城,脑海中就会浮现出美好的画面,这说明盐城在生态方面的品牌传播已深入人心。

“好的生态传播很养眼!”陆先高认为,生态文明建设是一个理念问题,也是人民群众能够很直观感受到的,更是新闻传播的一个富矿。好生态怡人,好的生态传播产品同样会很好看,传播力不会差。

他说,平时很多媒体对生态文明建设

的宣传,可能关注的是具体的点,相对零碎,但是,通过举办生态传播论坛,一下子集中全国众多党媒“大咖”,大家就一个话题进行集约式研讨,交流思想,碰撞智慧,对生态文明建设起促进作用,对做好生态传播更有意义,大家对这次论坛充满期望。

陆先高认为,生态传播是一种价值传播,群众的“观感”直接,好的融媒产品更易引发共情,产生广泛传播效应,提升媒体影响力。进入新时代,我国生态文明建设成果丰硕,一个个鲜活的故事打动人心,我们应尽可能生产更多更好的融媒产品,反映中国发展之变,让正向传播产生更大效益。

记者 江汉超

中国新闻出版研究院传媒杂志社社长杨驰原:

## 碰撞思想火花 讲好生态故事

“之前了解不多,来了后大吃一惊。”2023年传媒年会组委会秘书长、中国新闻出版研究院传媒杂志社社长杨驰原这样描述初次来盐的感受。

作为此次活动主办方负责人之一,在前期对接调研的过程中,盐城优美的生态环境和蓬勃的发展生机给他留下了极为深刻的印象,也彻底改变了过去对于苏北平原的认知,他不禁戏称“发现了黄海之滨的一座宝藏城市”。

对于杨驰原这样的资深媒体人来说,盐城有足够多的资源禀赋吸引着他去探寻和关注,特别是当他第一次到访江苏盐城

国家级珍禽自然保护区时,作为一名黑龙江人,看到这里和家乡扎龙国家级自然保护区拥有相似的湿地风光和鸟类资源,杨驰原对盐城又增添了一份油然而生的亲切感。

“盐城不仅是国际湿地城市,还拥有中国首处滨海湿地类世界自然遗产,生态传播论坛在这里召开,对于传播生态文明建设的中国经验意义重大。”杨驰原说,今年8月15日是我国首个全国生态日。习近平总书记作出重要指示强调,全社会行动起来,做绿水青山就是金山银山理念的积极传播者和模范践行者,身体力行、久久为

功,为共建清洁美丽世界作出更大贡献。作为生态文明建设的时代记录者和宣传引导者,做好生态传播,引领带动更多人参与生态文明建设是主流媒体义不容辞的责任与使命。

“传媒年会作为媒体行业最权威的峰会,在关注当下的同时,更希望能搭建平台,聚焦前沿议题,为传媒业发展探明新的发展方向。”杨驰原相信借助2023年传媒年会·生态传播论坛的成功召开,全国的传媒精英一定会在大美湿地碰撞出思想的火花,书写更多人与自然和谐共生的美丽篇章。

记者 刘君健

中国报业协会副理事长郭姜宁:

## 用如椽之笔绘就生态文明美丽画卷

“盐城拥有‘世界自然遗产、国际湿地城市’两张国际名片,其悠久历史,红色的基因,得天独厚的资源,锐意改革的动力,人与自然和谐发展,无一不是我们要采访、要传播的新闻富矿,因为它代表着我国生态文明建设方向。”8月24日,中国报业协会副理事长、科技日报原副总编辑郭姜宁在参加2023年传媒年会·生态传播论坛暨“党媒客户端@盐城”融媒体采风行启动仪式时表示,“作为这次生态传播论坛的举办地,盐城做得很好,同全国各地媒体全面合作,盐城必将走出江苏,走向全国,走向世界,名片也会越擦越亮。”

作为高级记者,郭姜宁曾在新闻战线

辛勤耕耘数十年,众多新闻作品获各种大奖,而作为大学学生态学的他,对生态传播这个主题更有感情、更感兴趣。“40年前,当我从事生态学学习研究、报道之时,生态学只是一个高雅的名词,只是学者和象牙塔里的摆设。”曾经“青山常在,永续利用,越采越多,越采越好”只是森林经理学上的理论和生态学家们的梦想。改革开放以来,保护生态与环境,成为基本国策,党和国家不仅在政策与制度上,把保护生态作为基本国策,更从行动上践行生态优先。

习近平总书记在全国生态日作出重要指示强调:全社会行动起来,做绿

水青山就是金山银山理念的积极传播者和模范践行者。“作为时代变迁的记录者,作为党和国家与人民的喉舌,我们更应该做为优秀者树碑立传,扬善弃恶,让环境破坏者无处藏身,铁肩担道义,妙手著文章的党的新闻工作者。我们在伟大的生态立国中,一定要认真贯彻落实习近平生态文明思想,传播生态文明建设中国经验,研讨如何做好新时期党媒生态传播的规律与技巧。用自己脚力、眼力、脑力、笔力,用如椽之笔,用感动、感情创作出风景如画、传扬后世的生态文明好篇章、好新闻。”谈到新时代为何要做好生态文明传播工作,郭姜宁如是说。

记者 胡贝

人民日报客户端运营室副主任赵鹏:

## 讲好生态传播中国故事

“今年8月15日,我国刚刚迎来首个全国生态日,全球滨海论坛会议还将在盐城举办,在这样的背景下,到盐城参加这次活动,感受好生态的同时,大家交流怎样讲好生态传播的中国故事,很有意义。”人民日报客户端运营室副主任赵鹏说。

赵鹏对盐城的生态了解很多,他认为,作为国际湿地城市、国家森林城市、国家生态文明建设示范区,海洋碳汇、森林碳汇、湿地碳汇优势叠加,绿色始终是盐

城最大的资源、最大的优势、最大的潜力所在,讲好盐城的绿色发展故事是党媒人的职责所在。

今年4月,人民日报客户端推出“新千里江山图·锦绣江苏”大型直播活动,联动江苏13座城市,带网友沉浸式畅游江苏美景。盐城篇选取“滩涂美景”“半城湖水半城绿”“红色地标”等代表性镜头,展示盐城好风光,带领观众跨越时空,以第一视角,感受文化与风光并存的盐城。

赵鹏认为,讲好生态文明建设中国故事,做好新时期党报新媒体的生态传播,党媒要秉持三个“不变”,好内容的初心不变,拥抱技术的决心不变,服务用户的真心不变,同时要做到坚持内容为王,做到“有料”;坚持贴近群众,做到“有情”;坚持拓展服务,做到“有用”;坚持人民至上,做到“有心”,让主流价值传播更广,在移动互联网上持续提升党媒的传播力、引导力、影响力、公信力。

记者 江汉超

# 共话融媒发展新图景

封面新闻常务副总编辑杨东:

## 打造物种IP 讲好绿色故事

出发前,封面新闻常务副总编辑杨东就对此行充满了期待。“虽相隔数千里,却同饮一江水,我早就想来盐城看看。”

从机场到酒店,一路天高云淡、绿意盎然,杨东对盐城的好空气赞不绝口。

封面新闻一直对生态领域保持高度关注,从2019年至今,已经有3件生态传播的作品获得中国新闻奖。在与同行的交流中,杨东毫不吝啬地分享了他们在生态报道领域的“看家本领”。

“首先我们培养了一批专注生态报道

的好记者。”杨东说,在这个团队里,有的记者追踪观察一个生态村落长达23年。“我们要求他们从小切口入手做重大主题报道,要擅长讲故事挖掘典型人物。”杨东说鲜活的百姓故事能拉近生态保护与受众之间的距离。

其次是善用“标签”,用具有代表性的物种讲述时代新故事。“我知道盐城有丹顶鹤、麋鹿,还有可爱的‘小勺子’,将这些动物打造成备受读者关注和喜爱的新IP,是一个快速获取关注度的方法。”

杨东说,通过这些IP展示,既能表达当地

在关爱大自然、呵护生命、维护生态上的实际行为与情感,也满足了受众向往生命本真的深层价值心理,实现了良好的传播效果。

“对于生态领域的报道,我们更加重视创新融合。”杨东说,在技术的加持下,封面新闻将扎实缜密的采访内容和丰富的视觉交互设计相结合,让受众获得全新的新媒体参与体验。“我知道盐城对濒危物种的关注报道非常多,希望我们两地未来有更多的合作机会。”

记者 蔡冰清

羊城派副总编辑、羊城晚报品牌传播中心主任李艳文:

## 立体呼应共聚合力 传播特色生态品牌

“在这里,我真切感受到大自然给予盐城的宝贵馈赠,领会到盐城人民在保护大自然、促进人与自然和谐共生方面的深付出。”8月25日,羊城派副总编辑、羊城晚报品牌传播中心主任李艳文在接受采访时说,“特别是黄海林工精神深深打动了我,58年的接续传承让盐碱荒滩变身林海绿洲,生动践行了‘绿水青山就是金山银山’的生态理念。”

“盐城此次举办的生态传播论坛和采

风行活动,给我们提供了良好的交流合作平台,对媒体工作者深入贯彻落实习近平生态文明思想,研讨新时代的生态传播新路径、新模式意义重大。”李艳文说。

长期从事品牌运营的李艳文,对盐城生态品牌保护与运营评价很高。在她看来,黄海森林公园、条子泥湿地、巴斗村等都有自身独特定位,并融入所在地的历史文化、特色资源,创建出差异化生态品牌,提供了多层次的丰富体验,探索

出一条生态保护和协同发展共生的新路径。

每个人都是生态环境的受益者,也应该成为生态环境的保护者和建设者。李艳文表示,期待与全国同行一起,立体呼应、形成合力,努力传播特色生态品牌,讲好推进生态文明建设的中国故事,以高品质生态环境支撑高质量发展,加快推进人与自然和谐共生的现代化。

记者 顾亚娟

合肥日报传媒集团党委委员、副总编辑杨颖:

## 今日登临眼界宽

“明人高谷题《盐城观海》曰:瓢城东望水漫漫,假日登临眼界宽!珠玑字句之间,盐城风光毕现。我们从合肥出发,带着一身的巢湖氤氲,越800里,奔黄海,见盐城。”8月24日,合肥日报传媒集团党委委员、副总编辑杨颖说,更觉“今日登临眼界宽”。

大美盐城,海阔天空。鸟儿成群,翱翔于海风蓝天之间,麋鹿结伴,嬉戏在芳草滩涂之上。这条宽阔绵延的海岸线,是我国第一处滨海湿地类世界自然遗产。杨颖说,走访其间,可以强烈地感受

到,盐城正深入践行习近平生态文明思想,充分发挥湿地资源优势,彰显世界自然遗产效应,切实守护好黄海湿地这一方净土,奋力书写出美丽中国的“盐城样本”。

能量迸发,勇当先锋。合肥与盐城同处长三角,共担新使命,同赴新目标。在采访中,杨颖充分体会到盐城澎湃迸发的发展动能,强烈感受到盐城勇当先锋的跨越意识,从“仙鹤之乡、神鹿故里”到“国际湿地、沿海绿城”,在加快促进高质量发展上闯出一条质量更高、效益更好、生态更

优、优势充分释放的新路。

东望即海,胸襟阔达。盐城以湿地为媒,广建“朋友圈”,打造“国际湿地、沿海绿城”。盐城打开了一扇让全世界感知新时代中国魅力和盐城风采的窗口,更是抓住了推动盐城高质量发展走在前列的重大机遇。杨颖认为,这次全国13个国际湿地城市的主要新闻媒体相聚盐城,互相学习媒体融合发展的经验做法,为进一步推进湿地保护、生态发展提高了认识、形成了默契、达成了合作。

记者 张长虎

中国自然资源报社新媒体部副主任赵蕾:

## 绿色生态为底 刷出城市“存在感”

“终于亲眼见到了麋鹿追逐嬉戏的场景!”8月24日,大丰麋鹿国家级自然保护区内,第一次近距离观察、接触盐城黄海湿地“吉祥三宝”之一的麋鹿,中国自然资源报社新媒体部副主任赵蕾欣喜不已。

“盐城的生态‘存在感’很强!尤其是在开展湿地保护与修复,保护生物多样性方面的实践经验,给我们留下了深刻印象。”赵蕾介绍,作为自然资源管理领域的权威媒体,中国自然资源报社多次聚焦盐城,譬如推出《江苏盐城:生物多样性保护

与高质量发展共赢的“辩证法”》《瞰!卫星眼中的‘国际湿地城市’有多美》等作品,用镜头、笔触记录盐城深入践行习近平生态文明思想,加快推进生态文明建设,持续擦亮世界自然遗产、国际湿地城市两张“国际名片”的出色做法。

“生态文明建设涉及各行各业、千家万户,关系到每个人的切身利益。”在赵蕾看来,主流媒体是宣传生态文明建设的主阵地。此次传媒年会、生态传播论坛的举办,为珍爱湿地、传播生态文明建设中国

经验营造了良好的舆论氛围。

新时代,如何传播好习近平生态文明思想,生动讲好中国生态文明建设故事,书写更多人与自然和谐共生的美丽篇章?赵蕾期待与其他媒体机构建立良好的合作关系,通过联合报道、联合策划、联合出版等形式,共同推出有深度、有影响力的专题报道,一道在绿水青山间耕好新闻宣传的“责任田”,努力为生态文明建设贡献更多智慧和力量。

记者 周冬晴