

# 对自媒体时代环境新闻传播的思考

## Reflection on environmental news communication in the era of We Media

■刘明明 中国政法大学民商经济法学院环境资源法研究所2018级环境与资源保护法学硕士研究生

近年来,中国的环境新闻传播方式已经发生重大变化,表现在传统的电视新闻、报刊等逐渐远离受众视线,而以手机为载体的自媒体,如短视频、微博等自媒体平台则更易被受众所接受。相应地,环境新闻传播的形式与内容必须要适应这种变化,以优化环境新闻传播效果。

### 一、环境新闻宣传走向环境新闻传播

环境新闻传播讲究交流与互动。在第一阶段,掌握环境政策、法律、技术、专业知识的传播者通过媒体将信息传向受众,这也是传统的环境新闻宣传;在第二阶段,原本的受众可以将对环境政策、法律、技术、专业知识的掌握情况或对环境事实的新发现通过媒体反馈给原本的传播者,方便其做进一步决策,与此同时,由于原本受众数量众多,在受众之间也会形成环境新闻传播网。因此,环境新闻传播与环境新闻宣传的最大不同之处就在于环境新闻传播摒弃了单一方向的信息传输,构建起了各主体间信息交互的桥梁。

自媒体时代,环境新闻交流、互动成为可能,且愈发便捷,智能手机的广泛使用以及各类自媒体平台的出现使得专业的环境知识更容易被受众接收,而原本环境新闻宣传中的被动受众得以主动表达,个体的声音更易于被大众听到。此时,环境新闻传播可以将“教化万民”与“舆论监督”相融合,这也是信息公开与公民知情权、监督权的保障。

### 二、注重环境新闻传播的客观性、科学性、有效性

客观性指自媒体环境下所传播的环境新闻应当客观真实。环境新闻不是可以被人任意打扮的小姑娘,失真的信息将导致错误的判断,这就要求信息传播者要审慎传播信息,确保信息客观真实。客观性要求并不阻碍信息传播者发表主观判断,但应把握好观点表达与片面引导、煽动的界限。

科学性不仅强调环境新闻内容本身科学,也要求该内容展现方式科学。自媒体使得个人在公众面前自由表达成为可能,但是,不可否认个体的文化水平及科学

素养存在重大差异。这就要求政府、学者等掌握环境专业知识的主体要作为首发传播者,构建起科学的环境知识框架,并对其不断进行填充,为受众进行科学表达提供文化环境支持。在此过程中,以科学的方式将环境信息展现在受众的面前也是值得去考虑的,如在大数据的支持下,精准地向城市居民推送汽车尾气如何影响健康,而向农村居民推送露天焚烧秸秆如何污染空气是可行且高效的。

有效性指环境新闻传播应当能最大限度实现现代环境治理体系建设目的。这要求政府等主体在环境新闻宣传中将大理论转化为小道理,使受众知晓自身利益所受影响,抑制邻避效应;公众通过自媒体进行环境新闻传播时要力求完整、全面地表达,实现积极的合法目的;自媒体平台及网络监管机关要承担网络平台维护责任,以实事求是的态度,坚决清理不客观、不科学的信息,但对于客观且真实的信息切不可一删了之,地方政府利益及形象的维护不能以损失公众言论自由与环境监督权为代价。☐