

# 专访中国环境新闻工作者协会主席刘友宾：环境报道已从『公害批判者』转向『美丽守望者』

## 采访嘉宾

刘友宾，中国环境新闻工作者协会主席，生态环境部原新闻发言人、宣传教育司原司长。



只要增强脚力、眼力、脑力、笔力，深入生活，走进基层，到群众中去，就能写出生动感人的环境新闻报道，环境新闻一定会保持旺盛的生机与活力。

——刘友宾

“我干了一辈子环保工作，经历过环境保护最艰难、最尴尬的岁月，也赶上了最灿烂、最自豪的时代——与有荣焉。”

近日，中国环境新闻工作者协会主席刘友宾在接受华西都市报、封面新闻记者专访时表示，环境宣传对我国环保事业的促进和发展具有重要意义。

10年前，雾霾压城，舆论汹涌，作为原环境保护部新闻发言人，刘友宾顶着巨大的压力走上新闻发布会，推动建立例行新闻发布会制度。因此，有媒体称他是“临危受命”。2018年生态环境部组建后，他成为首任新闻发言人。

如今，生态环境部例行新闻发布会已走过近10年历程。回望这段经历，刘友宾说，事实证明，加强信息公开能有效形成社会共识，媒体对舆论环境的改善功不可没。

走下新闻发布台后，刘友宾仍密切关注环境新闻发展。2024年12月，他当选新一届中国环境新闻工作者协会主席，有了更多时间研究环境新闻报道和行业走向。

“新时代这十几年，是中国环境报道当之无愧的‘黄金十年’。”刘友宾说，行业正经历一场深刻转型——从过去的“公害批判者”，转向今天的“美丽守望者”。

### 01

#### 新闻宣传

##### 对环保事业的促进功不可没

记者：从新闻发言人到中国环境新闻工作者协会主席，您一直在与媒体打交道，如何看待新闻宣传对环保的价值？

刘友宾：我从事环保工作30多年，一直在环境宣传领域工作。环保系统有一个非常宝贵的传统：从原国家环保局、国家环保总局到环境保护部，再到生态环境部，历任领导都非常重视新闻传播工作，将其视为推动事业发展的重要力量。

环保系统有句话：“环保靠宣传起家。”可以说，新闻宣传对环境保护事业的促进功不可没。传播对环保来说从来不是可有可无，而是一项重要的战略性工作。

中国环境新闻工作者协会成立于1987年6月3日，在国际上是一个起步相当早的环境记者组织，欧美同类组织基本上都是上世纪90年代后才成立的，由此也可以看出，重视环境新闻工作是环保事业发展的一个传统。

### 02

#### 发布会不能弄“预制菜”那样会失去公信力

记者：您多次提到“新闻发言人不是一个人，是一项制度”，如何理解？

刘友宾：新闻发布是系统工程，新闻发言人走上发布台，只是这个系统性工程的“冰山一角”。发言人在“第一发言人”授权下开展工作，要处理好自己发布和各部门负责人发布的关系，处理好本级发布和地方发布的关系，处理好政府部门发布和专家解读的关系，形成立体发布体系。在发布方式上，新闻发布会、接受采访、组织媒体采访、发布新闻通稿，要相得益彰，根据不同情况进行谋划设计。

好的发布会是有“气场”的。如何有气场？一定要开门办发布会，不断提高发布口径质量，让记者朋友喜欢去、高兴听、乐意写。发布会不能回避热点问题，不能舆论场上沸沸扬扬，发布会上却自说自话、冷冷清清。发布会要有预案，但如果整场都是“预制菜”，那就会失去公信力，也会失去感染力。

### 03

#### 越是舆论压力大时越要做好信息公开

记者：生态环境部例行新闻发布会制度将满10年。2017年1月，环境保护部举行了首场例行新闻发布会，当时是出于怎样的考虑？

刘友宾：10年前，正是雾霾比较严重的时期，全社会对环保工作有很多不满、怨言和期待，各种关于雾霾的谣言四处传播。2017年，环境保护部建立例行新闻发布会制度，很大程度上就是为了扭转舆论的严重被动局

面，为蓝天保卫战凝聚社会共识，营造好的舆论环境。

2017年1月20日，我们召开了第一场例行新闻发布会。当时舆论对大气环境质量最为关心，发布会的主题是“环境质量监测和大气污染治理”，由我主持，时任环境保护部监测司、大气司和环境监测总站负责同志共同出席发布会。

因为是第一次，说实话我心里很忐忑。当时发布会形式比较简单，没有发布台和背景板，发布人和记者围坐一圈，类似媒体座谈会。虽然这次发布会条件简陋，但得到了媒体的鼓励和肯定，给了我们很大信心。

事实证明，加强信息公开能有效形成社会共识，改善舆论环境，减少社会对环境保护的负面印象和看法。所以说，越是舆论压力大的时候，越要做好信息公开。那段时间就是我们的舆论环境从最艰难走向转变的开始。

从例行新闻发布会制度建立以来，如今已成为常态。通过这项制度，环保部门加强了与媒体和公众的联系，把我们想做的、公众关心的通过发布会进行沟通和交流，媒体的报道对改善舆论环境发挥了重要作用。同时，各司局负责同志纷纷走上发布台，主动发布信息，回答记者提问，与媒体打交道的能力和水平也有了很大提升。

### 04

#### 环境记者要深入一线采访避免同质化倾向

记者：近年来，随着生态环境质量的持续改善，尤其是蓝天白云渐成常态，大家对环保新闻似乎没那么关注了。您怎么看待这一现象？

刘友宾：美国传播学者罗伯特·考克斯写过一本环境传播学著作《假如自然不沉默》。他在书中提出一个观点：环境新闻当然很重要，但在不同时期受内外多种因素影响，媒体的兴趣会周期性地增加或减少。这个看法有一定道理，环境新闻并不是一直在舆论场作为最醒目的存在，有高涨，也有回落，呈现周期性起伏变化。

比如，早期的环境新闻侧重“曝光”环境问题，向环境污染说不，唤醒公众的环境意识，促进解决环境问题，可以概括为“对公害的批判”。上世纪90年代，我在中国环境报当记者时，主要采访就是曝光各类环境问题，大家经常自嘲：环境记者就是一伙与污泥浊水打交道的人。

新时代以来这十几年，应该说是中国环境报道的黄金时期。随着我国环境保护事业的发展，环境报道也在与时俱进。比如当下，应对气候变化、生物多样性逐渐取代环境污染成为新的议题，环境报道也紧随着这些变化，体现了时代风貌。环境新闻在转型，从“公害批判者”向“美丽守望者”转型。中国环境传播年会发布的2025年度环境新闻热词，“绿色转型、碳市场、

美丽中国先行区”位居前列，从侧面反映了这种转型变化。

环境质量改善对人民群众是福音，但对环境新闻是一种挑战。比如，在污染严重时期，“曝光”模式曾经产生了广泛的社会影响，现在蓝天白云渐成常态，曾经以“曝光”模式为显著特征的传统环境新闻如何实现叙事范式的转型发展？环境新闻从“公害批判者”转向“美丽守望者”，带来了哪些变化，呈现哪些特点，应该怎么发展，需要认真研究。

现在，仍然有很多好的报道，但有一个倾向要引起注意，那就是一些环境新闻报道的同质化问题，有的报道大同小异，报道角度雷同，甚至素材高度近似，重合度高，较少个性化叙事，难以给读者留下深刻印象。

记者：如何解决这个问题？

刘友宾：人民性是环境新闻的鲜明底色，是环境新闻永续发展的不竭源泉和动力。环境污染事件高发频发的势头过去了，环境新闻的“曝光”模式肯定面临叙事框架的重构升级，但其后面蕴含的深沉的人民情怀永远不会过时。好新闻永远在现场、在群众中间，破解同质化问题，要秉承环境新闻的优良传统，俯下身子，沉到一线，那里有大量优质的环境新闻等待去发现和挖掘。

比如应对气候变化，基层就有大量鲜活故事。去年我在上海看到一个暖心实践：医生发起“不送锦旗送绿碳”活动，借鉴古代“杏林济世”传统，为患者核算治疗“碳足迹”，倡导以植树碳汇抵消排放，治愈一人、增绿一片，得到医患广泛响应。这样的故事，生动、接地气、有传播力。

未来，我觉得环境新闻仍大有可为，是推动绿色转型的重要力量。只要增强脚力、眼力、脑力、笔力，深入生活，走进基层，到群众中去，就能写出生动感人的环境新闻报道，环境新闻一定会保持旺盛的生机与活力。

记者：这几年都在谈人工智能对新闻媒体的影响。您如何看待这一现象？人工智能会取代环境记者的工作吗？

刘友宾：人工智能现在是一个趋势，给各行各业都带来了巨大影响，环境新闻也不例外。今年中国环境传播年会也专门讨论了人工智能对环境新闻的影响。

应该说，人工智能提供了很大的便利，比如可以帮助我们收集环境新闻背景材料，通过AI丰富表达方式，让原本枯燥的数据新闻具有更好的传播效果等。

新闻最重要的价值仍然是真实性和独特性。当人工智能浪潮涌来时，肯定要研究它、用好它，但同时要守住新闻真实性的底线。原创深度报道、一线独家发现、有温度的叙事，是人工智能无法替代的。至少在可见的未来，环境记者不会被AI取代。

华西都市报-封面新闻记者代睿 受访者供图