



环保宣教作为核心工作该怎样推进?

编者按

把环保宣传教育作为环保工作的核心工作,将推动我国的环境治理逐步完善。那么,当前环保宣教工作存在哪些问题?作为核心工作,环保宣教应该怎样加强?继3月15日本报刊登关于环保宣教为什么应该成为核心工作的讨论之后,今日继续对怎样推进环保宣教工作展开讨论,希望引发关注与思考。

人人要做参与者的理念需深化

虽然政府和企业信息公开正在稳步推进,但公众很少会主动登录环保部门网站,查看环保工作等信息。在环境知识不足和环保信息了解不充分的情况下,虚假信息很容易乘虚而入,一些公众因此会信谣传谣。

◆贺蓉

(环境保护部环境与经济政策研究中心)

随着生态文明建设工作不断推进,全面深化改革将生态文明体制改革工作逐步推向深入,环境保护工作面临一些新情况和新挑战。

公众容易被误导。虽然公众的环境意识正在逐步增强,但面对环境问题时,一些人仍然会习惯性地袖手旁观和批评指责,而不会从自身的角度去主动思考和推动解决当前的环境问题。此外,虽然政府和企业信息公开正在稳步推进,但公众很少会主动登录环保部门网站,查看环保工作等信息,对于环保工作的关注不多、热情不够。在环境知识不足和环保信息了解不充分的情况下,虚假信息很容易乘虚而入,一些公众因此会信谣传谣。

企业对法律和政策学习领会不够。由于改革不断深入,法律相应修订,政策层出不穷,标准逐步提高,及时学习和掌握相关环境保护政策和要求,对一些企业负责人有一定困难。

也有企业存在技术更新速度跟不上标准提高和政策更新速度等情况,使标准、政策落地难度加大。

一些地方环保能力和水平不足。地方环保工作压力大、任务重,工作人员数量严重不足。部分人员存在能力不强、专业技术水平不高等情况,成为制约环境保护工作顺利开展

的瓶颈。社会组织对环保工作的促进作用不明显。一些社会组织发展缓慢、不成体系,参与环保工作存在无序和盲目等情况,没有发挥其实际价值和意义。

面对上述新情况和新挑战,笔者认为,应通过宣、传、教、引的方法,对不同主体采取不同对策,逐个解决各项问题。

对公众念好“宣”字诀,主动出击,进行宣讲。要通过宣教使公众意识到每个人都应当是环境保护的负责人、参与者。通过公益广告、宣传单、宣传片等多种形式,宣讲环保理念,普及正确的环境知识,介绍环保工作,化解公众的误会和矛盾。

对企业念好“传”字诀,主动沟通,进行传达。定期和不

定期举办环保规划、法规、政策、标准宣讲说明会和先进环保技术推广会。要求企业必须对员工进行环保培训,普及有关环保业务知识。征求企业对于标准和政策的意见看法,及时沟通,确保制定的环保规划、法规、政策和标准切实可行。

对地方政府念好“教”字诀,主动培训,进行教育。要建立环境职业教育体系。国家和省级环保部门应成立环境教育机构,开展环保知识教育和专业技术教育,编写专门的培训教材,聘用专业老师授课。要进行环保队伍环境知识普查,了解工作人员真实水平和薄弱环节,有针对性地设置课程。不仅要

要对环保从业人员进行全面培训,还要增强地方政府部门工作人员的环境意识。对社会组织念好“引”字诀,主动联系,进行引导。要有序管理环保社会组织的活动内容和形式,主动引导活动方向。成立环境保护志愿者组织,引导志愿者从事有意义的环保保护工作,从而补充环保队伍,协助政府监督,解决环保工作人员严重不足等问题。

关键是要让群众看得懂

通篇的专业术语、英文缩写,从形式上看虽然没有毛病,但对于很多公众来说,会觉得很遥远、很神秘。不解容易产生曲解,曲解可能引起误解,很多不满和错误观念会对环保工作产生负面影响。

◆沃飞

(环境保护部华东环境保护督查中心)

当前环保工作敏感而复杂,环保宣教作为对外的窗口,难免如履薄冰,以致产生一些不痛不痒、不温不火的空话、套话。在笔者看来,要让宣教的内容真正走进人群、融入人心,除了必要的理性,还应多点感性,关键是要让群众看得懂。

一是别让数据过于冰冷。数据是事实或观察的结果,但单纯的数据缺乏情感和人文关怀。不以公众认可的事实作为基础,不充分考虑公众的感官感受,仅仅用数据描述、拿数据讲法,这样的宣教显得苍白冰冷,最后冷却的是公众的环保热情。

二是别让专业术语带来陌

生感。通篇的专业术语、英文缩写,从形式上看虽然没有毛病,但对于很多公众来说,会觉得很遥远、很神秘,主观上有被拒于千里之外的感觉。不解容易产生曲解,曲解可能引起误解,很多不满和错误观念会对环保工作产生负面影响。

三是别让结论表现过于无情。有些宣教内容只强调管理到位、排放达标、考核优秀,却没有充分结合群众的感官感受,可能会削弱群众的信任度和认可度。

当然,环保宣教内容不能单纯地抛开科学数据和专业说明,但在环保宣教的方式上,要注重将科学理性与人文意识结合起来。在内容上要注重通俗,让公众看得懂;在形式上要多接地气,让公众乐于接受。

群众看得懂才能积极参

与。比如黑臭水体,就是以群众感官判断为依据,以群众满意为标准。在2016年第一批中央环保督察期间,很多群众反映城市河道水环境问题,大多能准确使用黑臭这个词,说明这个概念深入人心。

群众看得懂才会全力支持。比如,山东省实行的“蓝天白云、繁星闪烁”天数,虽然也是基于监测数据进行评判,但蓝天白云、繁星闪烁这样通俗的表达,方便公众更加直观地了解环境空气质量,拉近公众与环保的距离,得到公众的认可和支持。

群众看得懂方能有效监督。离开群众监督,环保工作是自说自话。如河长制实施,让公众知道党政领导对河道治理负责,这是对“党政同责、一岗双责”的通俗诠释,也是发挥基层群众监督作用的有力措施。

四是形式主义严重,一些好的方法没有完善的配套措施,宣教与执法相脱离,与中心工作相脱离,导致社会参与积极性大打折扣。比如环境污染有奖举报、随手拍等活动,重承诺轻兑现,一定程度上挫伤了群众参与环保的积极性。

以上种种问题,都一定程度上削弱了环保宣教的作用。如今,国家层面大力弘扬生态文明理念,为环保宣教注入了新鲜血液。新媒体时代,也给环保宣教带来了机遇和挑战。笔者认为,现在的环保宣教缺乏工具、缺乏手段、缺乏受众,如何抓住机遇最终适应新媒体时代,是将宣教作为核心工作加以推进的过程中需要着重思考的问题之一。

有沟通才有良性互动

人是社会的人,讲自己和听别人都是不可或缺的社交,只有沟通才能真正做到良性互动、互相满足。生活如此,环保宣教也应如此。

◆赖正均

(深圳市人居环境委员会)

要把环保宣教工作做实、做好,必须转变宣传教育的工作方式,在注重表达的同时,树立沟通理念。

表达和沟通是两种不同的宣教方式,表达只是单向意思的传达,而沟通则是表达和倾听的结合。表达往往是广播式的传教,说者强势,听者认同度低。沟通则是你来我往,说者有意,听者有心,互相认同度很高,信息传播效果最佳。

过去传统意义上的环保宣教,往往只是注重表达,用专业名词解释专业名词,公众看不看得懂全靠自身水平和业务素质。这样的表达,往往让人感觉

云里雾里、不知所云。

笔者认为,环保宣教不应只是环保部门的广播站,而应该是一个沟通平台。不单要表达好环保部门的意思,还要充分倾听公众的声音,掌握公众的需求,并及时给予回应。在良好表达的基础上,努力从以下几个方面认真倾听。

一是用“心”倾听,即真正树立沟通的理念,拓宽倾听渠道,耐心听取诉求,用心搜集、整理、加工、反馈百姓需要的环保信息和知识。

二是用“数”倾听,即通过大数据了解百姓关注的是什么。大数据为环保宣教提供了精准读懂公众诉求的工具,只有精准听懂公众诉求,才能有的放矢地表达。比如,可以通过大数据掌握当前互联网上公众

检索热度较高的环保词汇是哪些,点击访问某些环保宣教内容的网民有没有特定的人群分布,什么时段环境新闻阅读量最大等。

三是用“手”倾听,即要动手互动,而不是单纯地把环保部门要说的表达完就万事大吉了。如今已进入新媒体时代,微博、微信公众号等都能及时留言,及时回复。且这些留言和回复都是点对点的,非常具体。如果能及时且通俗地回复,就能很好地增强受众的黏性,让公众喜欢跟你讲,喜欢你互动。

总体来讲,人是社会的人,讲自己和听别人都是不可或缺的社交,只有沟通才能真正做到良性互动、互相满足。生活如此,环保宣教也应如此。

在友好欢乐的环境里接受教育

新媒体时代的环保宣教,在符合内容真实性的前提下,应恰当使用“去规范化”的传播范式,以达到吸引注意力、刺激大众关注、唤起参与环保兴趣的目的。

◆邹晔

(浙江省开化县环保局)

如今,很多地方环保部门为提高公众环境道德素养、普及环境法律法规和知识、宣传环保工作,都积极借助网站、微博、微信公众号等新媒体平台开展宣教工作。但如果宣传模式单一,不与时俱进,宣传内容长期以静态图文等形式呈现,就无法发挥宣教的软实力。

如何跟上新媒体传播的潮流?笔者有以下几点建议。

第一,宣教载体要跟上新媒体丰富多样的潮流。很多地方环保部门虽然利用网站、微信公众号、微博等新媒体平台开展宣传,但内容多以静态方式呈现。随着新媒体日益多样化,如果一直以单一静态的模式进行宣传教育,不拓宽新媒体的宣传渠道,丰富宣教载体类型,公众会逐渐丧失兴趣。尤其是很多环保宣教内容包含不少专业术语和复杂数据,容易让公众产生视觉疲劳。

此外,除了正在采用的单向传播模式,也要向融合传播、直播互动等新模式拓展。公众的眼光看哪里,地方环保部门就要在哪里做宣教工作。还要做到根据不同的宣教主题和内容,选择恰当的载体。

第二,宣教的内容要跟上新媒体鲜活、接地气的潮流。

宣教的意义主要是引导公众自觉参与环保工作,增强环保意识。但一本正经的文字堆砌、晦涩难懂的专业内容,很难激发公众的阅读兴趣,容易让公众产生不想看、看不懂等心理。所以,新媒体上的宣传内容要将说教转换为说服,专业内容要通过鲜活、接地气的方式表达出来。让公众喜欢听,愿意学,乐意用。

对于枯燥或难以理解的环境法律法规,应结合现实工作,编写成有趣的案例、故事等。同时,同一个主题内容在不同宣传载体上,不能千篇一律。要根据不同新媒体平台的特点组织内容,既要适应载体特点,也要让公众易于接受。

第三,宣教模式要跟上新

媒体传播范式的潮流。

环保宣教的内容纷繁复杂,包括常规新闻、政策解读、专题栏目等。在新媒体的宣传载体上,口号式的标语、模板化的写作、套用式的框架等模式,仅仅发挥了信息发布的作用,难以达到环境警示和教育的效果。

新媒体时代的环保宣教,要引入以人为本的传播理念,把公众放在宣教对象的主体位置,以满足公众获取环保工作信息的需要为己任。要从社会关注焦点、大众热议话题、环保工作计划等角度设置宣传主题,让公众在关注环境的同时,了解环保部门的工作,在答疑解惑中宣传环境知识。

此外,新媒体时代的环保宣教,在符合内容真实性的前提下,应恰当使用“去规范化”的传播范式,以达到吸引注意力、刺激大众关注、唤起参与环保兴趣的目的。同时,要借助新媒体平台,把单向的宣教模式转变为互动的模式。让公众在友好欢乐的环境里,接受教育引导。

开门话环保是宣教实招

让公众参与一次监测活动,或者参加一次环保会议。这样可以切实参与到环保工作一线,更直接地接受环境保护教育。这样做的效果,要比单纯说教、强硬灌输好得多。

◆李学辉

(湖北省巴东县环境监测站)

现在,不少地方的公众都可以预约参观当地卫生填埋场和垃圾焚烧厂等,且现场还配备了专业讲解员,对垃圾处理厂的作业流程、环境监测资料、污染治理措施等进行讲解。

笔者认为,这种开门话环保的方式,是推动公众参与环保工作、宣传环境保护的一个实招。垃圾处理设施选址经常引起周围居民的抵触,开放的目的之一,是让市民了解垃圾处理过程的复杂过程,从而使市民自

觉形成环境意识。另一个目的则是让市民实地监督,如果市民发现在垃圾处理过程中出现污染问题,可随时提出异议或进行举报。

企业有责任也有义务打开大门,邀请公众参观,公开自己在加强污染综合治理中采取的有力措施,面对面解答公众忧虑,消除公众对企业的偏见。

当然,仅靠走马观花的参观还远远不够。现在,一些曾被

治理设施,此举值得借鉴。

他山之石,可以攻玉。企业可以打开大门让公众参观,环保部门也可以向这些企业学习,采用新方式,开门话环保,让公众参与一些实际的环保工作,从中了解国家环保和产业政策,接受环保教育,为宣传环保工作、增强公众环保意识、全面推动环保事业发展做出贡献。

比如,让公众参与一次监测活动,或者参加一次环保会议。这样可以

要跟上新媒体时代潮流

◆魏晓康

(河南省安阳市环保局)

环保宣教被称为环境保护事业的四轮驱动之一,为增强群众的环境意识做出了很大贡献。但不可否认,近年来由于互联网的高速发展和各种新媒体的不断出现,环保宣教在一些地方出现弱化趋势,主要表现在以下几个方面。

一是环保宣传教育方式老化,没有及时跟上时代步伐。比如,一些刊物介绍的环境知识陈旧过时,还有的宣传活动就是设立咨询台做个秀场,草草了事,形式主义有余,实际功用不足。

二是环保宣教手段僵化,年年岁岁花相似,不温不火。每年习惯性地几个与环境有关的纪念日开展一些宣教活动,活动内容枯燥乏味,激不起参与者的热情。

三是过于保守,对环境热点、难点问题报喜不报忧。有的领导干部遇到问题绕着走,甚至掩耳盗铃,不做正面回应。这在新媒体时代凸显出更大的弊端。

四是形式主义严重,一些好的方法没有完善的配套措施,宣教与执法相脱离,与中心工作相脱离,导致社会参与积极性大打折扣。比如环境污染有奖举报、随手拍等活动,重承诺轻兑现,一定程度上挫伤了群众参与环保的积极性。

以上种种问题,都一定程度上削弱了环保宣教的作用。如今,国家层面大力弘扬生态文明理念,为环保宣教注入了新鲜血液。新媒体时代,也给环保宣教带来了机遇和挑战。笔者认为,现在的环保宣教缺乏工具、缺乏手段、缺乏受众,如何抓住机遇最终适应新媒体时代,是将宣教作为核心工作加以推进的过程中需要着重思考的问题之一。

针对党政领导强化宣传教育

◆刘贤春

(安徽省肥西县环保局)

全社会较强的环境意识是做好环保工作的基础,做好基层环保又是大环保企稳向好的基础,夯实这两个基础,就能产生1+1>2的效果。笔者结合从事基层环保宣教工作的实践,提出以下建议。

抓住关键少数。党政领导干部是地方环保影响力的关键,抓住这一关键少数,就抓住了基层环保宣教的核心。要定期开展环保教育培训,覆盖各领导班子领导和机关、乡镇、园区干部。要善于借台唱戏,借力发力。可借助地方党政开设的领导干部大讲堂、常委读书班、中青年干部能力强化班等较大教育培训平台,邀请权威专家授课,重点进行环保方针政策、法律法规、前沿理论等教育培训。有条件的还可利用互联网技术,开通干部远程环保教育,或与院校建立干部培训基地,实行年度成绩学分考核。

抓住制度创新。国家和地方层面应明确社会环境教育主体,形成分工明确、责任明晰、上下贯通、机制顺畅、管理有序、实施科学的教育格局。分级建立环保教育人才培养机制,解决环保宣教人才资源不足问题。建立环境教育投入保障机制,将环境教育涉及的大量投入纳入各级财政预算,予以保障。