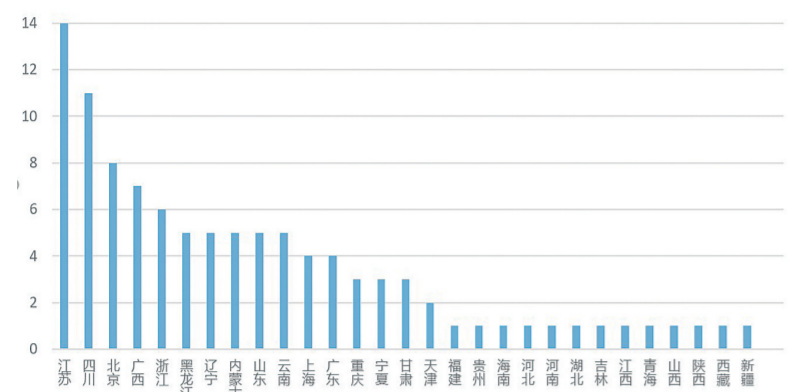




各地区的国家生态环境科普基地数量



如果你喜欢鸟类,对国家一级保护动物丹顶鹤感兴趣,那么,黑龙江省齐齐哈尔扎龙湿地是走近丹顶鹤、了解丹顶鹤的绝佳去处。

如果你想感受海洋魅力,了解海洋生态环境保护知识,那么,地处辽宁省大连市的国家海洋环境监测中心是上佳之选。

如果你想感受垃圾分类后端处理工艺,了解垃圾资源化、减量化先进经验,广东省南海固废处理环保产业园会让你留下直观震撼的深刻印象。

这些不同特色、不同功能的场所,在地域分布上也许或南或北,在功能类型上也各有不同,但是它们都有一个共同的称号——国家生态环境科普基地。

近日,生态环境部和科技部联合发布第七批国家生态环境科普基地命名公告,北京市朝阳区循环经济产业园、天津泰达低碳经济促进中心等28家单位达到国家生态环境科普基地水平,正式进入名录。加上往年六批申报认定的75家基地数量,这意味着,国家生态环境科普基地正式“破百家”,总数达到103个。

提升生态环境科学素养,又添好去处

国家生态环境科普基地数量“破百”

◆ 本报记者 王琳琳

28家单位入选第七批名录,国家生态环境科普基地初具规模

为提升全民生态环境意识和科学素质,规范国家特色科普基地建设和运行管理,提高科普基地设施服务能力,2019年,《国家生态环境科普基地管理办法》(以下简称《办法》)修订出台,明确了不同类型科普基地申报条件,同时提出了进一步加强基地管理的相关条款,为社会组织、企事业单位申报不同类别基地提供了明确的创建目标,也为已被命名基地如何保持荣誉、如何开展工作 and 开展活动提供了明确考核指标。

此次命名的基地,正是《办法》实施后组织开展的首批命名基地。

据了解,生态环境部会同科技部共同负责科普基地的管理,具体工作由生态环境部科技与财务司和科技部引进国外智力管理司共同承担。此次命名科普基地共收到116家单位的申报材料,最终28家单位得到命名。

据介绍,得到命名的基地有以下特点。

一是各基地科普管理规范,科普经费投入有保障,专职科普人员责任明确,科普工作管理制度完善,科普年度计划落实到位。

二是基地科普展示水平普遍较高,主要表现在展示手段先进,互动性强,声光电、多媒体、虚拟现实及增强现实等现代展示技术均得到应用;展示内容方面能够突出重点、体现地域及专业特色。同时,在科学性、艺术性的结合上也有了很大的提高。

三是能够面向不同群体,有针对性地开展特色科普工作。包括组织社会公益活动、主题导览活动,开发绿色校本教材、生态环境教育亲子课程等,编写具有较强指导性和可操作性的志愿者手册,并积极招募志愿者为基地开展各类生态环境科普活动提供服务性支持。

科普基地建设取得良好社会效果,2019年接待量达5700万人次

国家生态环境科普基地是展示生态环境保护科技成果与生态文明实践的重要场所,是向公众普及生态环境科技知识、宣传生态文明建设成就、提高全民生态与科学文化素质的重要阵地,在开展社会性、群众性、经常性的科普活动中具有示范性,是国家特色科普基地的重要组成部分。

而身处其中的从业者,对国家生态环境科普基地的理解更直观、更生动、更形象。

“在我看来,科普基地是科学知识普及的天然大课堂,是提升生态环境意识以及自然教育的最佳场所。”入选第七批国家生态环境科普基地的黑龙江扎龙国家级自然保护区的科研宣教中心主任杜微告诉记者。

“科普基地是能够面向全社会开放的公共资源平台。我们打造一批不同特色和育人功能的生态环境科普基地,目的在于,为公众展示生态环境保护科技与生态文明建设实践成果,让公众多渠道了解环境知识,用群众语言讲好关于‘广西生态优势金不换’的环保故事。”广西生态环境厅科财处督察专员胡永东说。

也正是因为如此,国家和地方高度重视生态环境科普基地的建设。

从国家层面来看,随着国家环境保护工作和科普工作的深入推进,《“十三五”国家科技创新规划》《“十三五”生态环境科普工作实施方案》等的相继实施,国家生态环境科普基地建设进入快速发展期,布局逐渐系统,管理体系逐渐完善。

而各地也把推进生态环境科普工作作为提升公众科学素质、弘扬生态环境意识的重点工作来抓。以此次命名后,国家级生态环境科普基地数量达到7家的广西为例,始终坚持“成熟一个、建设一个,申报一个”的原则,同时明确生态环境科普工作的总体目标、重点任务、重点人群、科普工作及保障措施,进一步完善了生态环境科普体系和工作机制。

国家生态环境科普基地管理办公室有关人员表示,根据2019年统计数据,已命名的6批国家生态环境科普基地,科普经费总筹集额达到2.8亿元,其中政府投入占比72%。科普人员2700余人,其中专职人员900余人,兼职人员1700余人,高工及以上人数265人,占总数的10%。

科普基地建设也取得了良好的公众影响和社会效果。数据显示,截至2019年,前6批基地全年接待量达到5700万人次,开展1000人次以上的重大科普活动1658项。其中,北京奥林匹克森林公园、成都大熊猫繁育研究基地、浙江自然博物院、四川科技馆等14家基地,年接待量超过100万人次。

加强硬件建设和能力建设,推动生态环境科普再上新台阶

国家生态环境科普基地未来如何布局与发展,这不仅是科普的初心与使命,也与未来国民的科学素养息息相关。

中国环境科学学会副秘书长侯雪松表示,如果说科普的基本功能是引导树立科学信仰,实现理性规劝,达到知行合一的话,那么生态环境科普的基本宗旨则是引导人们树立对自然尊重、与之和谐相处的人生态度。

“科普无处不在。但这需要有活动的载体,有专业化的队伍,有固定的制度。”从事近10年自然科普工作的杜微表示。在她看来,科普基地的基础设施等硬件建设,以及科普人员素质水平等能力建设,是做好生态环境科普的重要保障。

而在李婧看来,作为全国性的优质科普资源,国家级生态环境科普基地应当在科普创作、科普活动组织、基地科普机制运行以及科普人才培养等方面发挥更大示范作用。

“现有的国家生态环境科普基地有自然保护区、企业等多个类别,展示功能和展示方式、科普主题和内容不尽相同,应按其不同类别,充分把握其特质,进行分类指导,形成面向全国的示范标准。”李婧建议。

提高科普成效,不仅要提升硬件设施建设,还要持续研究、开发、创作科普内容,提升科普软实力。

为了加强科普基地工作者的能力建设,基地管理办公室还每年举办专题交流与培训班。2020年,就分场馆类、科研类、自然保护区类和企业类举办了4期专题交流和培训班,有效提升了各基地的知识和水平。

为创新科普工作方式,培养优秀科普人才,生态环境部科技与财务司还组织开展“我是生态环境讲解员”、科普基地向公众开放等全国性联动活动,发掘优秀生态环境科普人才,加强交流与培训,不断提升从事科普工作人员的素质和水平。

相关负责人表示,未来,生态环境科普基地将不断创新,在内容上,兼顾通俗性、文学艺术性,努力增强感染力;在方式上,广泛吸取现代网络技术和智能化手段;在模式上,推进文旅融合,进入全域旅游供应链;在功能上,助力科技创新,加速成果转化。

云南规范提升环保设施向公众开放活动 启动NGO基金项目 拓展参与渠道

本报见习记者陈克瑶 通讯员刘锦昆明报道 12月27日,由云南省生态环境宣传教育中心和昆明市环境保护联合会共同举办的“美丽中国,我是行动者”环保设施向公众开放NGO基金项目启动,在昆明市第二水质净化厂正式启动。

来自社会各界的60余名代表,当天分组参观了昆明市第二水质净化厂,现场观摩污水处理各技术环节,了解污水处理相关知识。讲解员通过进水、出水、自来水实物对比,让参观者直观感受污水处理技术带来的实际效果。

云南省生态环境宣传教育中心相关负责人表示,今年环保设施向公众开放采取线上线下相结合的方式,全省16个州(市)制作短视频,在微信公众号和官方微博上向公众发布“云参观”“云开放”宣传片。同时,还举办了公众开放培训班,指导两家省级开放单位进行宣教能力提升改造。这些举措既拓宽了公众参与渠道,又让这项工作更加规范。

据了解,自2017年项目启动以来,云南共有环保设施和城市污水垃圾处理设施向公众开放单位80个,线上开放活动922次,开发产品47个,12万余人次浏览,线下开放活动969次,参观人数超11万人。云南省四类设施开放城市比例已达100%。

明年5月底前,云南还将组织社会各界人士,参观考察昆明、曲靖、玉溪、楚雄、红河5个州(市)对公众开放的环保设施单位,并采取线上线下互补形式,宣传美丽中国建设取得的积极进展和成效。



陕西省西安市生态环境局近日开展2020年秋冬季生态环境保护公众满意度开放日活动,邀请百名亲子家庭成员走进西安市智慧环保综合指挥中心。图为小朋友在参与垃圾分类互动小游戏。 本报记者王双瑾供图



力N次方

气候变化传播如何唱响绿色好声音?

◆ 本报记者 张黎

“实用、有收获,启发了思路。”为期3天的“策略传播菁英计划”北京训练营落幕,学员们依依惜别,也留下了这样的感慨。

这场旨在提升气候能源领域机构传播能力的培训活动,主题聚焦“新形势下气候与可持续发展传播:议题走势与策略选择”。

8门课、两场工作坊、1场圆桌对话,3个案例分享以及1次机构拜访,干货满满,形式多样的课程,让学员对气候变化有了全面认知,并在实践中提升了传播素养和能力。

2020气候雄心峰会落幕不久,国际社会强化气候行动进一步凝聚信心、形成合力。“在这样的背景下,我们比以往更加迫切地向公众讲好气候故事,鼓励更多人自觉加入到应对气候变化的行动中。”项目主办方、深圳国际公益学院教授、副院长黄浩明如是说。

以实用主义为导向,提升气候变化传播能力

在气候变化挑战面前,人类命运与共。

而伴随着环境、气候与能源议题在公共政策和舆论中所占比重的不断上升,环境公益组织对这些议题的传播工作持续深化。

“我们也深刻地意识到,媒体生态剧变,自媒体崛起,传播方式和传播角色的嬗变,给许多公益组织带来传播工作的新挑战。”项目发起方、能源基金会策略传播项目主任荆丹告诉记者。

“我们的公益活动,该从何着手让更多人参与进来?”来自广东省深圳市大道应对气候变化促进中心的杨培丹有着这样的困惑。能源与交通创新中心的市场与传播专员张冉也在期待:“我们有好的想法与创意,如何借助社会力量,共同推动低碳项目走得更远?”

面对需求与挑战,能源基金会于2017年发起“策略传播能力建设”项目,旨在为气候、能源与环境议题上的智库、政策传播机构、民间组织、行业协会、媒体研究院等机构,提供系统的传播能力建设。目前,已有超过40家机构、60位学员从中获益。

在此基础上,2020年,能源基金会与深圳国际公益学院联合实施“策略传播菁英计划”,进一步扩大项目受众范围,以实用主义为导向,提升气候能源领域机构的传播能力。

显然,在气候故事的传播版图上,可以探讨和挖掘的空间,还非常广阔。

将视角对准“人”,讲述有细节、带有生活温度的故事

近年来,越来越多的社会机构通过多样化的宣传及活动,扩大气候变化议题的影响力,提升公众低碳生活意识。

“但这远远不够,中国的低碳发展之路任重道远,要想实现2060年‘碳中和’的远景目标,气候变化传播和公众参与还需要进一步加强。”此次培训营上,能源基金会策略传播项目主任荆丹作为讲师,向学员讲授如何利用传播进一步提升全社会的“碳中和”意识,推动选择低碳生活方式。

荆丹引用了一份(2017年中国公众气候变化与气候传播认知状况调研

报告)指出,我国公众的气候变化认知度保持高水平,受访者高度支持政府的各项气候政策。

但从另一份2019年的《家庭低碳生活与低碳消费行为研究》的结论来看,从“听说”到“行动”,受访者的占比在递减,“这说明公众对低碳知识的储备深度还不够。”荆丹表示。

调研显示,公众对于气候的主动关注度还比较低,“可能也与我们讲述气候故事的方式方法有关。”在荆丹看来,将意愿转化成更多行动,要抓住机会,利用传播来改变态度,拓宽路径。

“把气候的话题带出以前的气候圈,形成一个更大的气候圈,不妨讲述有细节、带有生活温度的故事。”从传递“政策”到讲述“人”的故事,荆丹举例快手平台与探险达人的合作案例。达人通过快手短视频平台,分享自己记录的冰川和自然变化现象,以及参与联合国气候变化大会的经历,为气候变化传播提供了新的路径和方式。

同样将气候变化的视角对准“人”,自然之友总干事张伯驹分享了其机构设计的“低碳家庭”项目。北京房山区一个普通中国家庭低碳环保生活故事被印在宣传单上带到联合国,女主人朴素的节约意识,让全世界看到中国公众对低碳环保生活的执着追求。“这样的传播策略,起到了良好的

效果。”

而自然之友通过搜集与之类似的100个低碳家庭案例,统计他们的碳排放数据,再把数据结论与国家发改委、北京市发改委合作,用于一些社区和城市的节能标准制定中,“气候变化”这个宏大的主题,借助小切入点,得以“开枝散叶”。

找准受众,建立气候影响与公众生活的关联

在气候变化传播的新时代,应摆脱“老套路”,真正推动生活方式绿色转型。培训营上,几位授课老师都约而同提及相关的观点——让气候变化的故事去适应互联网时代的新型传播生态,进一步推动全社会来关注、了解和参与应对气候变化的行动。

要“破圈”,要“跨界”,探索自下而上的传播思路,建立气候影响与公众生活的关联,为公众创造更多了解和参与应对气候变化的空间,成为

嘉宾与学员的共识。

说来容易实践难。培训营上,有学员谈及,所在公益机构曾实施项目,希望吸引设计师“跨界”参与设计动物保护的公益海报,宣传绿色理念。结果收效并不好,“收到的设计作品不多,项目推广效果也反响平平。”

讨论时,北京大学新媒体研究院副教授王秀丽强调,这就找准目标人群,诸如这样的项目,“跨界”不妨将目标对准高校学生,吸引有设计能力的学生和年轻群体参与,或许会有不一样的收获。

“抓住用户思维,尝试出圈。”来自自然之友的学员何苗在分享“绿孔雀”保护的传播项目时介绍说,他们设计了面向不同人群、不同定位形式多样的活动,如邀请折纸艺术家与公众互动“折”出绿孔雀,在直播平台用乐高拼搭“绿孔雀”,参与二手市集宣传保护理念,而针对少年儿童,则设计主题绘画比赛等。

“这种面向不同阶层、不同目标而又有明确针对性的公益活动,对于今后我们在青少年群体中开展气候变化教育行动,是值得借鉴和参考的。”来自北京中创碳投教育咨询有限公司的学员高文欧说。

对于大数据时代的绿色传播,授课嘉宾、公众环境研究中心主任冯军强调,要与公众形成良性互动。“就像污染防治需要动员社会各方面力量加入,应对气候变化同样如此。同时,企业在节能减排方面的空间是非常大的,需要考虑更多调动他们的积极性。”

正如能源基金会策略传播项目主任荆丹所言,面对气候变化,理想的愿景是让人真正意识到——“我需要采取行动行动,而不是我被要求采取行动。”