

习近平生态文明思想新闻传播 话语体系构建与创新路径

连文超 王灿发

摘要 本文以第二十六届至第三十四届中国新闻奖获奖作品中关于生态文明建设的新闻报道为研究样本，探讨习近平生态文明思想新闻传播话语体系的构建实践与创新路径。研究发现，习近平生态文明思想新闻传播话语体系的话语主体由中央核心媒体、省级主导媒体、地市级支撑媒体三级架构构成；叙事框架经历了历时性演变，呈现共时性多元特征；话语内容呈现为核心话语、延展话语与边际融合话语的立体多元结构。在社会发展与媒介技术迭代背景下，话语体系创新要从话语主体功能优化、叙事框架多维协同、内容分众化与深度化三个层面突破，以解决内容同质化、微观叙事缺失等问题，推动理论传播的实践转化与全球价值共鸣。

关键词 习近平生态文明思想 新闻传播 话语体系 创新路径

[中图分类号] G219.2 [文献标识码] B [文章编号] 2095-851X (2025) 03-0016-14

党的十八大以来，生态文明建设被提升到前所未有的高度，“绿水青山就是金山银山”等一系列重要理念应运而生，生态文明建设被纳入“五位一体”总体布局，与经济建设、政治建设、文化建设、社会建设并列，成为国家发展战略的重要组成部分。习近平生态文明思想已深深融入我国社会发展的方方面面，指导新时代的生态文明建设实践，同时也为全球生态治理贡献中国智慧和方案。

新闻报道作为信息传播的重要手段，肩负着传播习近平生态文明思想、推动生态文明建设重大使命。习近平生态文明思想新闻传播话语体系的构建，是时代发展的必然要求，具有深刻的内在逻辑和重要意义。习近平总书记指出：“要加快构建中国话语和中国叙事体系，用中国理论阐释中国实践，用中国实践升华中国理论，打造融通中外的新概念、新范畴、新表述，更加充分、更加鲜明地展现中国故事及其背后的思想力量和精神力量。”^①习近平生态文明思想新闻传播话语体系的构建是在习近平生态文明思想与习近平新闻舆论重要论述指导下，实现生态文明与新闻报道的融合。这种融合不仅能够提升习近平生态文明思想的传播效果，推动生态文明建设，还能为新闻传播话语体系注入新的活力，拓展其内涵和外延。在内在逻辑上，习近平生态文明思想与新闻传播话语体系在价值目标上具有一致性。习近平生态文明思想的核心目标是实现人与自然的和谐共生，推动经济社会的可持续发展，其价值追求在于保护生态环境、保障人民的生态权益、促进人类文明的进步。新闻传播话语体系的重要使命之一是传播积极的价值观念，引导社会舆论，促进社会和谐发展。在生态文明建设的背景下，新闻传播话语体系通过传播习近平生态文明思想，引导公众树立正确的生态价值观，增强公众的生态保护意识，促进公众积极参与生态文明建设，从而实现新闻传播话语体系与习近平生态文明思想价值的契合。

【作者简介】连文超，中国传媒大学新闻学院；王灿发，中国传媒大学新闻学院；邮政编码：100024。

① 《习近平谈治国理政》第4卷，北京：外文出版社，2022年，第317页。

一、习近平生态文明思想新闻传播话语体系的框架结构与理论特质

话语体系内在的系统性特征在于构建过程中要秉持系统思维。习近平总书记在党的二十大报告中强调：“我们要善于通过历史看现实、透过现象看本质，把握好全局和局部、当前和长远、宏观和微观、主要矛盾和次要矛盾、特殊和一般的关系，不断提高战略思维、历史思维、辩证思维、系统思维、创新思维、法治思维、底线思维能力，为前瞻性思考、全局性谋划、整体性推进党和国家各项事业提供科学思想方法。”^① 中国新闻奖收录了诸多积极回应生态议题、彰显习近平生态文明思想的作品。这些作品记录了生态文明建设的历程，在开展新闻实践过程中构建出习近平生态文明思想新闻传播话语体系，对传播生态文明理念、推动生态文明实践发挥着关键作用。本研究以第二十六届至第三十四届（2015 年至 2023 年）中国新闻奖获奖作品中以生态环境保护为主题的新闻报道为研究对象，^② 以系统思维为指导，运用内容分析、案例分析等研究方法，探究习近平生态文明思想新闻传播话语体系的构建实践。

（一）习近平生态文明思想新闻传播话语体系的框架结构

关于习近平生态文明思想在新闻传播领域的研究，在传播维度层面有学者提出要从理论、实践与价值维度来构建生态文明国际传播的话语体系，强调重返中国历史文化基源，通过本土化知识生产破除“西方中心主义”话语霸权，提炼“和而不同”“和合共生”等中华文明精神标识，^③ 构建以生命共同体、生态优先、绿色转型为向度的新话语体系，实现生活与生态、发展与保护、公益与私利的协同^④。也有学者认为要构建“人与自然是生命共同体”生态本体话语体系、“人与自然是利益共同体”生态价值话语体系和“人与自然是发展共同体”生态实践话语体系三重结构，强调生态本体论、价值论和实践论的统一，突出生态为民的价值取向。^⑤ 在传播策略层面，杨永浦等提出要构建“范畴—概念—命题”内容结构与“主体—客体—载体—受体”逻辑结构，强调“两山论”“生命共同体”等标识性概念的传播效能。^⑥ 在话语层面，张秀芹提出融合批判性、建设性与创新性话语，推动理论话语向大众话语转化。^⑦

本研究运用框架理论对习近平生态文明思想新闻传播话语体系构建实践进行分析。框架理论源自社会学与传播学领域，主要探讨媒体怎样借助符号选择与意义构建来影响公众认知。美国社会学家欧文·戈夫曼（Erving Goffman）将框架定义为“人们用来认识和阐释外在客观世界的认知结构，借此来解释社会现象并指导自身行为”。藏国仁在此基础上发展出三层次框架理论，该理论认为所有的框架都具有相同的三层属性，即高、中、低三层次框架。高层次是对某事件主题的界定与设置；中层次是描述主要事件，包含其历史、归因、影响、评价；低层次是语言和符号的使用，包括修辞、风格与技巧。^⑧ 在新闻传播领域，框架理论着重强调媒体通过议题设置、信息筛选以及叙事

① 习近平：《高举中国特色社会主义伟大旗帜为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗》，《人民日报》2022 年 10 月 26 日，第 1 版。

② 数据来源于记者之家数据库，中国新闻奖，<https://jzzsjk.chinaso.com/list/news-award>。

③ 谢清果、吴宇烨：《理论·实践·价值：构建国际传播话语体系的三维探索》，《对外传播》2025 年第 2 期，第 21—25 页。

④ 马元喜：《人与自然和谐共生的现代化：逻辑、特质与进路》，《云南民族大学学报》（哲学社会科学版）2023 年第 3 期，第 5—12 页。

⑤ 华启和、包鑫：《人与自然和谐共生现代化话语体系的理论审视》，《甘肃理论学刊》2023 年第 1 期，第 5—12 页。

⑥ 杨永浦、薄海：《生态文明思想话语体系建构——基于语料、结构、原则的分析》，《肇庆学院学报》2024 年第 3 期，第 7—11、17 页。

⑦ 张秀芹、李玉凤：《生态文明思想话语体系研究进展与发展路向探析》，《北京林业大学学报》（社会科学版）2024 年第 2 期，第 1—10 页。

⑧ 张举玺、王琪：《论新公共外交视域下中国网红对国家形象构建的作用——以 YouTube 平台中国网红李子柒为例》，《新闻与传播评论》2021 年第 5 期，第 108—120 页。

结构设计，塑造公众对特定事件或议题的理解范式。

生态文明新闻传播话语体系由话语主体、话语叙事框架与话语内容三个维度构成，三者相互依存、协同作用。话语主体指参与生态文明新闻传播的各类行动者；叙事框架指媒体对生态议题进行符号重构的叙事策略与逻辑结构；话语内容指用于构建生态文明话语的具体内容。话语内容以具象化的自然景观描绘、人类与生态环境互动的故事讲述、可持续发展案例的深度剖析等方式，将抽象的理论转化为可感知、易理解的语言表达。

（二）习近平生态文明思想新闻传播话语体系的理论特质

习近平关于新闻舆论的重要论述是我国新闻事业与理论发展的指导思想，是对马克思主义新闻观的新发展。新闻媒体在开展新闻工作过程中要重视新闻传播的意识形态属性与社会动员功能，这在习近平生态文明思想新闻传播话语体系构建中体现出了独特的理论品格与实践要求。

习近平生态文明思想新闻传播话语体系构建方面具有本土化内涵，主要体现在以下三个层面。一是坚持党性与人民性统一。习近平总书记强调：“党性和人民性从来都是一致的、统一的。坚持党性，核心就是坚持正确政治方向，站稳政治立场，坚定宣传党的理论和路线方针政策，坚定宣传中央重大工作部署，坚定宣传中央关于形势的重大分析判断，坚决同党中央保持高度一致，坚决维护中央权威。”“坚持人民性，就是要把实现好、维护好、发展好最广大人民根本利益作为出发点和落脚点，坚持以民为本、以人为本。”^① 新闻媒体传播习近平生态文明思想时，要坚定宣传党和国家战略部署，反映人民对美好生态环境的期待。二是理论阐释与实践导向结合，强调将习近平生态文明思想转化为生态文明建设实践方案。三是本土经验与全球视野融合。生态环境报道要扎根中国生态治理实践，提炼具有国际传播影响力的中国方案，展现中国在全球生态治理中的责任担当。

与西方生态环境新闻传播话语体系相比，习近平生态文明思想新闻传播话语体系具有三个显著理论特质，这根植于我国的生态文明建设战略、文化传统与生态治理实践。第一，国家战略导向的引领性。我国将生态文明建设提升至国家战略高度，这一顶层设计决定了战略话语在习近平生态文明思想新闻传播话语体系中的引领地位。战略话语为生态环境报道提供认知导向和价值指引，使生态环境新闻报道与国家发展全局方向一致。新闻媒体在开展新闻报道过程中，以党和国家的生态文明政策、方针为遵循，确保传播内容契合国家战略需求，充分反映生态文明建设的全局意义。第二，系统思维的贯穿性。我国的生态文明建设强调“山水林田湖草是生命共同体”的系统观念，这一观念贯穿于习近平生态文明思想新闻传播话语体系构建。新闻报道在呈现生态问题与治理实践时，要运用系统思维，从整体出发，综合考虑生态系统各要素及其相互关系。不仅关注单一生态问题，还将其与社会、经济、文化等相关因素联系起来，形成多维度的系统叙事。这种叙事模式超越西方生态报道常见的单一问题聚焦模式，全面反映生态文明建设复杂性与系统性。第三，实践导向的整合性。习近平生态文明思想新闻传播话语体系注重理论与实践结合，强调话语构建对现实治理的推动作用。在生态文明建设领域，构建理念、制度和实践融合的完整话语链条，将生态文明理念阐释与具体实践机制呈现相结合，体现了知行合一的智慧，具有重要意义和实践价值。

二、习近平生态文明思想新闻传播话语体系构建的主体及其功能

在习近平生态文明思想新闻传播话语体系中，主流媒体作为专业内容生产的核心主体，其传

^① 《习近平谈治国理政》第1卷，北京：外文出版社，2018年，第154页。

播效能的发挥与话语主体的层级架构、资源配置及功能定位密切相关。通过对第二十六届至第三十四届新闻作品的系统梳理，可将话语主体划分为中央核心媒体、省级主导媒体、地市级支撑媒体三级架构，各级媒体在生态话语传播中呈现差异化的角色分工与协同特征。三级话语主体的架构形成了覆盖全国、穿透基层的生态传播网络，为习近平生态文明思想的广泛传播提供了坚实的主体支撑。

（一）中央核心媒体：生态话语的战略定义与议程设置

中央核心媒体在习近平生态文明思想传播中肩负着思想阐释、战略定义和议程设置的核心职能，通过跨平台、跨地域的资源整合，构建起覆盖全国的生态传播顶层架构。这类媒体以新华社、中央广播电视总台和人民日报为代表，具有权威性、战略性和全国性特征，能够将生态文明建设的宏观战略转化为具有全国影响力的新闻议题。在内容生产方面，中央级媒体注重通过跨平台融合传播，以提升生态话语的覆盖广度。在《习近平生态文明思想系列报道》（中国新闻奖第三十一届，以下简称“第××届”）中，《中国日报》通过文字报道、数据图表和视频访谈的多模态融合方式呈现，系统阐释习近平生态文明思想的理论内涵与实践案例，该系列报道被“学习强国”平台及全国各级媒体转载，形成了自上而下的生态话语传播链。在议题设置层面，中央级媒体善于将生态治理的具体实践上升到国家战略高度进行阐释。《黄河“地上悬河”历史正在被改写》（第三十三届）中，新华社通过水利部权威数据披露“调水调沙实施21年使下游主河槽下切3.1米”的工程成效，既呈现具体治理成果，又将其置于“黄河流域生态保护和高质量发展”国家战略框架下解读。

（二）省级主导媒体：区域生态实践的整合传播与政策落地

省级主导媒体在习近平生态文明思想传播中承担着承上启下、区域整合、政策转化的关键角色。省级主导媒体既承担中央生态战略的本地化阐释任务，又负责整合省内生态治理案例，形成具有地域特色的传播矩阵。这类媒体以各省党报、省级广播电视台为代表，其传播实践具有区域针对性、资源整合性和政策贴近性特征，能够将宏观生态理念转化为符合本省实际的新闻叙事。

在区域生态治理传播方面，省级媒体注重挖掘本省特色生态实践，形成差异化的内容供给。省级媒体依托全省资源整合能力，擅长从生态修复、产业转型、民生改善等多元维度挖掘区域特色案例，形成覆盖全省的生态治理叙事矩阵。省级主导媒体不仅关注省级层面的政策部署，还会深入报道县域、村镇级的生态文明建设实践。

（三）地市级支撑媒体：基层话语转化与区域案例挖掘

在地市级行政区域的信息传播网络中，地市级支撑媒体（如地市党报、电视台、新闻网站等）是连接中央及省级生态战略与基层实践的关键纽带，也是习近平生态文明思想落地生根的传播主体。地市级媒体以贴近性、服务性、本土化为核心特征，在生态话语的基层渗透、区域案例挖掘及公众参与动员等方面发挥着不可替代的支撑作用，构成了生态文明思想传播体系的基础框架。

地市级媒体的核心价值在于以本土化叙事消解宏观政策与基层认知的隔阂，将抽象的理论转化为可感知、可理解的生活场景。地市级媒体深谙本地生态治理的历史脉络与现实需求，能够精准捕捉与民众生活直接相关的生态议题，形成国家战略阐释、地方行动报道和民生体验案例呈现的闭环传播。地市级媒体依托地缘优势，擅长从本地特色生态问题切入，挖掘具有示范价值的基层创新案例，为全国生态治理提供微观样本。这类报道往往聚焦县域或村镇级的具体实践，通过选取具有代表性的典型案例进行深入剖析，展现生态文明建设过程的复杂性与创造性。

三、习近平生态文明思想新闻传播话语体系的叙事框架与演变

习近平生态文明思想新闻传播话语体系的构建不是一蹴而就的，也不是一成不变的，是随着生态文明建设的推进而逐渐丰富和完善的。英国学者吉登斯将生态环境议题归纳为污染与废料（空气

污染、水污染、固体废物)、资源耗竭、食物短缺与转基因作物、全球变暖四个方面。^① 但由于区域发展不平衡,不同国家和地区的环境议题会更加具体与复杂。我国在不同时期以及不同区域的生态环境议题差异较大。2021 年 4 月,习近平总书记指出:“当前,我国生态文明建设仍然面临诸多矛盾和挑战,生态环境稳中向好的基础还不稳固,从量变到质变的拐点还没有到来,生态环境质量同人民群众对美好生活的期盼相比,同建设美丽中国的目标相比,同构建新发展格局、推动高质量发展、全面建设社会主义现代化国家的要求相比,都还有较大差距。”^② 新闻媒体在针对生态环境议题开展新闻报道的过程中,逐渐构筑起习近平生态文明思想新闻传播话语体系的叙事框架。以下从历时性、共时性两个维度,对生态文明新闻传播的叙事框架展开系统分析。

(一) 历时性叙事框架的演变轨迹

2015 年至 2018 年为问题揭露与治理紧迫性叙事框架。此阶段报道以生态危机事件为核心,通过具体案例揭露治理短板。如《甘肃祁连山:问责风暴下的生态突围》(第二十八届)聚焦保护区内矿业违规开采与植被大面积破坏;《修复河床何以变成大肆采砂》(第二十九届)曝光河南鲁山沙河等地因违规采砂导致河道生态恶化。这些报道共同构建起生态破坏现状与治理紧迫性的叙事,突出生态保护与经济开发间的矛盾冲突。揭露生态环境破坏的新闻报道使生态议题从边缘走向中心,但此阶段的叙事框架侧重批判性调查,国际视野匮乏,尚未形成对中国生态治理模式的系统性阐释。

2019 年至 2020 年为价值创造与制度活力叙事框架。此阶段的生态环境报道的主题从治理问题转向创造价值的话语升级,更注重生态保护的正向价值输出和通过地方创新案例展现中国生态治理的制度活力。《丽水发布全国首份村级 GEP 核算报告 1.6 亿元!这个村的绿水青山“有价”》^③(第三十届)公开村级生态价值量化成果,将生态优势转化为可核算的经济收益;《资溪“两山银行”:存储“绿水青山”收益“金山银山”》(第三十一届)聚焦“两山银行”创新机制,展现生态资源转化为经济资本的路径。这些报道突破了传统环境保护与发展对立的观念,凸显生态保护的正向价值创造。但国际话语转换仍显不足,对中国方案的阐释多局限于国内语境。

2021 年至 2023 年为科学整体与全球责任叙事框架。此阶段报道主题向生态系统整体性与全球责任延伸。《大熊猫“降级”保护区“上新”》(第三十二届)以大熊猫保护等级下调为切入点,串联国家公园设立、栖息地走廊带建设等系统性保护措施;《重回长江的麋鹿》(第三十二届)通过麋鹿回归野生种群历程,将物种保护与长江大保护相联系;《世界单体最大水上光伏电站并网发电》(第三十二届)等报道将新能源开发纳入全球气候治理框架。生物多样性监测成果、跨国生态合作项目等新闻,凸显中国在生态保护领域的系统性实践与全球贡献。此阶段报道完成从国内叙事到全球叙事的升级,通过科学数据、国际案例和价值共鸣,将中国生态治理经验转化为全球公共产品。话语策略既强调“千年大计”的历史纵深,又突出“共同构建地球生命共同体”的全球视野。

(二) 共时性叙事框架的多元维度

在生态环境新闻报道中,共时性叙事框架通过多元维度的协同构建,形成了服务于不同传播目标的话语体系。这些框架既回应了政策落地的阐释需求,又兼顾了公众认知的情感连接,同时通过技术赋能与国际对话拓展了传播边界。

政策解读框架是战略解码与治理共识的构建。政策解读框架以国家生态战略为核心,构建政策文本阐释、实践转化探索和社会影响呈现的三维阐释体系。其该框架通过宏观的战略锚定、中观的

① [英] 安东尼·吉登斯、[英] 飞利浦·萨顿:《社会学(上)》第八版,北京:北京大学出版社,2021 年,第 183—206 页。

② 《习近平谈治国理政》第 4 卷,北京:外文出版社,2022 年,第 362 页。

③ GEP: 生态系统生产总值。

机制拆解和微观的影响具象化三层策略，将抽象的理念与政策转化为公众可理解的认知图谱，消解政策在落实过程中与基层实际需求脱节、难以真正落地见效的现象，推动治理共识形成。但目前依然存在媒体将官方表述直接照搬照抄，未结合实际情况进行针对性转化和细化的行文现象，对政策实施中的矛盾解读不足。

案例故事框架则是情感共振与价值认同构建。案例故事框架以个体叙事切入生态议题，通过人物命运转折或群体行动将宏大主题生活化。叙事中常采用场景化细节、身份认同唤醒、矛盾冲突设置等手法。《杨贵林的“山水生意经”》（第三十四届）借秦岭村民卖生态照片致富的故事，诠释生态价值转化；《全乡村民化身“爬山侠”守护雪山！村民跋涉 5000 米高山捡垃圾》（第三十届）以贡嘎山村民凌晨捡垃圾的细节，唤起共情。目前部分报道存在情感消费的倾向，案例选择也易陷入“奇观化”，忽视了城市生态等日常议题。

数据可视化框架是要构建科学数据与公众理解的中介。数据可视化框架通过数据与图像将生态指标转化为视觉符号，解决科学话语与公众认知的鸿沟。《以陕北为核心的黄土高原地区成为全国连片增绿幅度最大地区》（第三十届）用卫星图像对比和动态热力图展示“植被指数增长 48.7%”的治理成果；《9 天，216 小时，青海改写世界纪录》（第二十九届）以“17.6 亿千瓦时 = 减少燃煤 80 万吨”的隐喻建立起能源与生态的关联。数据可视化呈现包括时空数据（长江生态修复时间轴）、数据隐喻设计、交互性产品（碳足迹计算器）等形式，但存在重形式轻内容问题，部分作品仅罗列图表而未解释因果，数据选取的片面性也可能削弱公信力。

国际比较框架着力将中国方案与全球治理对接。国际比较框架通过中外实践对照，以阐释中国经验具备全球普遍价值的生态发展逻辑与生态治理智慧。其核心是突破“自说自话”的传播局限，将中国生态治理纳入全球议题网络。《绿色的琴弦》（第二十九届）将内蒙古库布其治沙模式（政府主导、企业参与、农牧民受益）在 2018 年联合国可持续发展高级别政治论坛进行展示，用“植被覆盖率从 11% 提升至 53%”的数据对比，凸显以绿色发展为先导，开展环境治理的中国智慧。这种框架设计契合国际社会对可持续发展的关注。

上述四个框架并非孤立存在，而是通过互补与联动形成传播合力。政策解读框架为生态治理提供政策与价值指引，案例故事框架赋予议题情感温度，数据可视化框架增强科学说服力，国际比较框架拓展全球话语空间。这种多元框架的协同，既回应了“生态文明建设是系统工程”的本质特征，也满足了不同受众的认知需求。

四、习近平生态文明思想新闻传播话语体系话语内容的构建

美国学者理查德·德威特从科学哲学角度分析理论体系结构发现，理论体系的形成要以核心理论体系以及与其相关的外围理论有机结合共同构建，理查德将理论体系结构的“拼版”模型进行呈现，并将理论体系划分为核心与外围。^① 笔者进行话语转换，理解为“立体多元”结构。通过考察该理论体系模型发现，理论体系是由核心理论、延展理论以及与其他理论交叉的边际理论共同构成的。核心理论占据理论体系的主导地位，延展理论是对核心理论的支撑、阐释与丰富，边际理论则是该理论体系与其他理论体系的交叉与融合。生态文明传播的话语体系的内容构建是由“核心话语、延展话语与边际融合话语”构成的立体多元结构。习近平生态文明思想是其新闻传播话语体系的核心话语，包括“人与自然是生命共同体”“绿水青山就是金山银山”等理念，为整个话语体系提供价值坐标与认知框架。延展话语是对核心话语的支撑、阐释与丰富，针对不同生态环境议题及

① [美] 理查德·德威特：《世界观：现代人必须要懂的科学哲学与科学史》，北京：机械工业出版社，2022 年，第 5—9 页。

中国生态保护的实践叙事，形成覆盖多维度的话语网络。边际融合话语则是生态文明实践与社会多方面发展相融合的内容呈现，体现生态治理与文化、经济、社会等领域的交叉渗透。

（一）核心话语：习近平生态文明思想的阐释

党的十八大以来，习近平生态文明思想逐步深化。2015 年中共中央、国务院印发的《生态文明体制改革总体方案》提出了生态文明体制改革的理念，即：树立尊重自然、顺应自然、保护自然的理念，树立发展和保护相统一的理念，树立绿水青山就是金山银山的理念，树立自然价值和自然资本的理念，树立空间均衡的理念、树立山水林田湖是一个生命共同体的理念。^① 2018 年 5 月，习近平总书记在全国生态环境保护大会上明确了新时代推进生态文明建设必须坚持的原则，即：坚持人与自然和谐共生、绿水青山就是金山银山、良好生态环境是最普惠的民生福祉、山水林田湖草是生命共同体、用最严格制度最严密法治保护生态环境、共谋全球生态文明建设。^② 习近平生态文明思想传播属于理论传播的范畴，理论传播既要深挖理论背后的重要内涵、科学本质和原典性实质，拓宽理论阐释的角度、维度和思维方式，又要注重创新理论宣传的话语机制与方法。在传播习近平生态文明思想的过程中要将深邃的理念思想与丰富的实践紧密结合，要将理论观点转化为指导实践的方法论。

“人与自然是生命共同体”的理念深刻揭示了人与自然相互依存、相互影响的紧密关系。这一理念打破了传统的人类中心主义观念，强调人类必须尊重自然、顺应自然、保护自然，如同尊重和自己的生命一样。它为习近平生态文明思想新闻传播话语体系构建提供了基础性的认知框架，使人们从根本上认识到生态环境保护的重要性和紧迫性。在新闻报道中人与动物、植物、自然环境和谐共处的方式以多种形式呈现。

第一，“人从中心退出”的行动叙事，打破了现代科学和工业化进程中以人类为中心的观念。《“人退猴进”和谐共生》（第三十届）从村民观念转变、行为调整及政府规划引导等维度，阐释人类主动让渡生态空间的实践过程；《中国海拔最高县西藏双湖县生态搬迁记》（第三十三届）记录牧民为保护高原生态主动搬迁的选择，通过报道“海拔 5000 米以上区域人类活动退出”的案例，诠释“人与自然平等共生”的哲学内涵。第二，发展与保护相统一的实践叙事。《新疆第三条沙漠公路建设与环保“同行”》（第三十一届）报道公路规划中“绕开胡杨林密集区”“建立野生动物通道”等措施，体现发展过程中的生态保护意识。《海文大桥没路灯照明？省交建局解释：避免灯光太亮导致候鸟撞灯杆 赞！这座桥为保护越冬候鸟装矮灯》（第三十届）披露大桥为保护越冬候鸟而采用矮灯设计，将工程建设过程保障生态的具体实践转化为可视的话语内容。第三，生态伦理与道德责任的价值叙事。《“藕遇白鹤”是喜是忧》（第二十八届）从人与自然共同体高度，探讨保护白鹤与保障藕农利益的矛盾，引发公众对生态伦理的思考；《白鹤恋农田，生态真的好吗？》（第三十四届）分析候鸟觅食行为背后的人类的生态责任，推动“保护自然纳入道德准则”，将生态保护从单纯的政策要求升华为全民自觉的道德选择，才能真正实现人与自然的和谐共生。

“绿水青山就是金山银山”的理念创造性地阐述了生态环境保护与经济发展之间的辩证统一关系。这种关系成为连接生态话语与经济话语的桥梁，在新闻传播中通过两种路径展开阐释。第一，效益分析的理性叙事。《全国网围养殖第一湖被“记”下“三笔账”后》（第三十二届）通过计算治理前的投入产出、少数人与多数人收益及治理后“生态湖”的产值，用经济数据证明生态保护的长远效益。《七里海的“三笔账”》（第三十四届）精算生态保护、绿色发展、民生改善“三笔账”，报道七里海在习近平生态文明思想引领下的蜕变，将抽象理念转化为可量化的效益对比。第二，经

① 《中共中央 国务院印发〈生态文明体制改革总体方案〉》，中华人民共和国国务院公报，2015 年 10 月 10 日。

② 《习近平谈治国理政》第 3 卷，北京：外文出版社，2020 年，第 360—364 页。

济价值的直观呈现。如《杨贵林的“山水生意经”》（第三十四届）中，村民将秦岭风景照片卖出高价，直观展现生态审美价值转化为经济收益的过程。

（二）积极回应生态议题，延展话语的多维构建

2016年是《巴黎协定》的生效之年，也是我国整治土壤、水体和大气污染的重要节点，环境保护部设置水、大气、土壤三个环境管理司，《土壤防治污染行动计划》等文件的发布为我国污染治理提供了政策与法律依据，新闻媒体对生态环境议题的关注和报道逐渐增多。自2017年始，中国新闻奖收录的生态环境报道涉及生态环境的议题呈现复杂、多元的态势，逐渐形成了空气污染治理、土壤污染治理与沙漠修复、江河湖海污染治理、区域生态修复、生物保护与生物多样性、“双碳”目标与绿色能源等生态环境议题，涉及生态环境议题的多个方面并呈现出系统化的特征，不同议题的内容随着时间的演进在不断地丰富与扩充。习近平生态文明思想新闻传播话语体系构建，要阐释习近平生态文明思想与理念、要面对现实的生态环境问题、要回应社会的关切、要引导舆论与社会实践。通过对生态环境报道议题的内容进行梳理发现，习近平生态文明思想新闻传播话语体系构建是从“天、地、水、生（生物）、人”五个维度上展开的。

“天”维度为气候生态与大气污染治理的话语。“天”在我国古典文化与哲学中是人类赖以生存的生态环境的代称。当下“天”的概念更加具象化，在生态环境报道中“天”指向了“气候”和“大气”两个方面。在气候生态话语方面，媒体通过设置气候生态变化及其影响的议题，构建公众对全球生态危机的认知框架。《中国青海可可西里申遗成功 成为我国面积最大的世界自然遗产地》（第二十八届）强调可可西里的生态独特性与脆弱性，将本地保护行动与“全球生物基因库”价值相联系，更唤起人们对这片净土的珍视与守护；《在世界最高峰寻找气候密码》（第三十四届）突出了珠峰在气候变化研究中的关键地位，通过“冰芯样本揭示百年气候变迁”的科学叙事，引起公众对全球变暖的关注。在大气污染治理方面，《新时代首都发展巡礼·生态治理》（第三十四届）系列报道中的《煤烟谢幕 蓝天登场》《开环保车，看北京蓝》《“一微克”行动，抠出“北京奇迹”》等报道以“煤烟谢幕 蓝天登场”“‘一微克’行动”等案例，展现北京大气治理成效；《实现“双碳”目标，探寻企业新发展之路》（第三十二届）解读“碳达峰、碳中和”目标的实现路径，通过绿色发展引导下企业能源结构调整的案例，将宏观气候战略转化为微观实践话语。

“地”维度为土地资源保护与修复的话语。土地是人们赖以生存和社会发展的基础，生态环境报道围绕耕地保护与土壤修复，构建土地资源可持续利用的话语体系。耕地保护方面，《“黑土地癌症”就该这么治》（第三十届）报道了黑土流失现状，以“黑土层每年流失0.3—1厘米”的数据警示耕地危机，引发对土地资源合理利用的重视。土壤修复话语中，《大国治沙》（第三十四届）指出“三北”防护林工程是关乎中华民族永续发展的千年大计，通过“绿色长城”等隐喻，提升沙漠修复的战略高度；《青海“隐形首富”：祁连山非法采煤获利百亿至今未停》（第三十一届）揭露非法采煤对土地生态的破坏，挖掘生态修复与经济矛盾的深层矛盾，推动相关议题的公共讨论。

“水”维度为水资源保护与水生态修复话语。聚焦江、河、湖泊和湿地等水生态系统，构建起从生态保护到功能修复再到合理开发的系统性话语。河流生态保护方面，《Along The Yangtze River（家住长江边）》（第三十二届）纪录片通过法国自媒体人视角，展现长江禁渔政策下渔民转产为生态导游的故事，将政策执行转化为个体命运叙事；《石家庄的“母亲河”重现勃勃生机》（第三十二届）报道滹沱河生态修复工程，以水质改善为起点，带动鸟类栖息环境优化，进而促进周边产业升级的生态经济的案例，展现人水和谐的治理成效。湖泊与湿地修复与保护方面，《苍穹之下，长三角“治太”图景志》（第三十四届）以新闻漫画形式展现太湖治理历程，将治理前水患频发到治理后候鸟回归进行对比，直观地呈现治理成果；《〈湿地公约〉，中国行动》（第

三十三届)报道中国推动湿地保护国际共识的努力,将“湿地价值核算”等中国经验纳入全球生态治理话语体系。

“生”维度为生物多样性保护话语。以生物多样性为核心,构建以物种保护、生物多样性和生态系统平衡为主题的话语内容。物种保护叙事主要以生物保护的迫切性与生物保护成果进行呈现。新闻媒体对江豚进行了跟踪报道。从2017年的《守望江豚》(第二十八届),到2021年《鳍重现刀鲚增长 江豚频出 十年禁渔让九江再现江湖美景》(第三十二届)延续到2022年的《江豚归来》(第三十三届),媒体跟踪报道长江江豚数量回升过程,以濒危珍稀生物从濒危到种群稳定的叙事,展现生态治理成效。生物多样性是生态环境健康程度与稳定性的标志,生物多样性的保护是生态环境可持续发展的关键议题。珍稀生物如熊猫、江豚等生存对生态环境要求很高,这些生物在野外的出现、增长被视为生态环境趋好的标志。2015年至2023年的中国新闻奖获奖作品中收录了大量关于珍稀生物的新闻报道,如三江源的白唇鹿与黄喉貂、长江的江豚与刀鲚、朱鹮、白鹤、熊猫、黑脸琵鹭、鲵蛙等。栖息地与生态系统话语中,《大熊猫“降级”保护区“上新”》(第三十二届)关联大熊猫保护与国家公园建设,展现生态系统整体性保护思路;《黑脸琵鹭》(第三十四届)纪录片通过候鸟迁徙故事,串联祖国大陆与台湾岛的生态关联,赋予生物多样性保护以“家国情怀”的叙事维度。

“人”维度为生态责任与公众参与话语。以人类主体为生态责任中心,构建一个以人类生态认知提升为起点、以社会责任意识强化为纽带、以实践行动转化为目标的动态话语体系。人类处于生态系统的主导位置,我们不仅能够利用自然环境满足自身生存与发展需求,还具备对生态系统进行深度干预和改造的能力。以人类主体为中心构建生态责任话语,不是要重拾“人类中心主义”的老路,而是基于人类在生态系统中的特殊地位与能力,在认知层面重新审视人类自身在自然中的地位和作用,强调人类对生态环境应负有的积极责任。《当“垃圾分类”遇上“双11”》(第三十届)报道消费者绿色消费意识觉醒,展现公众对生态问题的认知深化。《全乡村民化身“爬山侠”守护雪山!村民跋涉5000米高山捡垃圾》(第三十届)记录村民自发清理高山垃圾的行动,体现生态保护从认知到实践的转化。

体现人类责任的典型人物报道是人类主体为生态责任中心话语的重要组成部分。以典型人物报道为独特切入点,具有显著的传播优势。个体在守护自然过程中所展现出的坚韧精神、创新实践以及无私奉献,能够以生动且具体的方式呈现在公众面前,使抽象的生态保护理念变得触手可及。《“山猫”老师和他的孩子们》的报道(第三十届)讲述了护林员创办自然学堂的实践,将生态教育融入日常生活。《科学痴人的沙漠狂想》(第三十四届)聚焦科学家易志坚的治沙创新故事,生动刻画了专业科研工作者凭借前沿技术和不懈探索精神,在生态治理领域发挥关键引领作用的过程,为生态治理话语体系中“人”的主体性内涵注入了鲜活案例与深层思考。

(三) 边际融合话语:生态与社会发展的交叉叙事

党的第二十届三中全会再次强调中国式现代化是人与自然和谐共生的现代化。习近平生态文明思想对社会主义现代化的贡献体现在要让生态现代化渗透到其他领域,让其他领域同样也经历一个绿色转换的过程。倡导生态文明的发展理念就是强调要将生态文明发展的理念渗透到社会发展的各个方面,与其他文明的发展相融合贯通。生态环境报道对习近平生态文明思想的呈现深入生态文化、生态经济等深层次的内涵挖掘,并且将生态文明与文化、经济、乡村振兴等有机结合,构建起了独特且富有成效的话语体系。

生态与文化的价值共振。生态文明话语与文化发展话语的融合,植根于中国特色社会主义文化建设与生态治理的实践互动,其逻辑基础在于二者对“可持续发展”内核的共同追求。2017年我国生态治理从以往侧重单一污染防治转向山水林田湖草的系统性保护,文化发展从依附于经济的附属角色升级为承载民族精神的内核力量,二者在“美丽中国”建设中形成交集。

在话语实践中，生态要素常被赋予文化象征意义，文化符号则成为生态保护的认知载体。《甘肃祁连山：问责风暴下的生态突围》（第二十八届）在揭露矿业违规开采时，强调祁连山作为河西走廊生态屏障所承载的文化象征意义，将生态治理与地域文化认同形成有机联结；《人退鹿进八千亩》（第二十八届）记录湖北石首为保护野生麋鹿腾退土地时，将麋鹿作为《诗经》“鹿鸣”意象现实载体的文化内涵，让生态保护与传统文化符号实现深度绑定。

生态与经济的协同发展。生态文明话语与经济发展话语的融合，植根于我国社会主要矛盾变化与发展理念的革新。在传统发展话语中，生态环境常被视为经济发展的外部成本。2017年党的十九大将“坚持人与自然和谐共生”纳入新时代坚持和发展中国特色社会主义的基本方略，标志着生态文明建设从经济发展的约束条件转变为内在要求。在此背景下，生态文明话语与经济发展话语开始走向融合，形成“绿水青山就是金山银山”的基础逻辑。

融合后的话语体系将生态资源转化为可产生经济价值的生产要素，通过制度设计和市场机制实现其经济属性的显性化利用。《丽水发布全国首份村级 GEP 核算报告 1.6 亿元！这个村的绿水青山“有价”》（第三十届）将“水源涵养”“气候调节”等生态服务量化为经济价值，这种核算方式使生态系统从无偿公共品转变为有偿生产要素，为经济发展话语注入生态资源经济价值的理念。《太空看福建：用奋斗谱写新篇章》以独特的卫星视角，展现了福建在生态文明与经济发展协同共进的壮阔图景，为生态与经济的协同发展而形成的绿色产业和经济收益提供了生动样本，将生态保护与经济增长从对立关系重塑为共生关系。

生态与乡村振兴的互促共进。生态文明话语与乡村振兴话语的融合，植根于我国“三农”发展与生态治理的实践需求，是二者对城乡融合、绿色发展目标的共同追求。2017年党的十九大提出乡村振兴战略，同期生态文明建设被纳入“五位一体”总体布局，二者在解决“三农”问题中形成交集。《“治沙愚公”王银吉》（第二十八届）记录甘肃武威农民王银吉一家 18 年治沙 10000 多亩的实践，当地通过种植梭梭、毛条等沙生植物固沙，引导村民从传统放牧转向沙产业开发，既修复腾格里沙漠南缘的生态环境，又拓宽农民收入渠道。展现了实现治沙造林与乡村产业转型协同推进过程与成果。

在新闻报道实践中，生态要素常被赋予乡村文化象征意义，乡村传统则成为生态保护的认知载体。《封井 284 口只为普氏野马跑得欢》（第二十九届）报道了新疆油田在退出自然保护区的过程中遵循油井封停与哈萨克族游牧文化复兴协同推进的原则。当地通过建设生态博物馆，将石油工业遗迹与游牧生活场景并置，使生态保护成为乡村文化认同的新载体。这种符号融合在《“身边的奇迹·中国共产党为什么能”思享会④：美丽高岭“绿”动奇迹》（第三十二届）中得到深化，该报道将造林精神与满族狩猎文化、农耕技艺融合，使生态话语与乡村文化话语形成价值共振。

五、习近平生态文明思想新闻传播话语体系的创新路径

在习近平生态文明思想指引下，新闻媒体在相关新闻报道的实践进程中，经过不断的探索与积淀，逐步构建起了一套独具特色的话语体系。这一体系的话语主体是主流媒体的三级架构；其叙事框架历时性演变，形成了政策解读、案例故事、数据可视化和国际对比的框架结构；其话语内容由核心话语、延展话语以及边际融合话语三个部分组成。

在当下社会快速发展以及媒介技术不断迭代更新的大背景下，习近平生态文明思想新闻传播话语实践及话语体系构建面临着诸多挑战。这些挑战不仅影响着生态文明新闻报道的传播效果，也对如何更好地弘扬习近平生态文明思想、推动生态文明建设带来了考验。创新是应对挑战的必经之路。2013 年，习近平总书记在全国宣传思想工作会议上明确指出：“做好宣传思想工作，比以往任

什么时候都更加需要创新。”^① 新闻媒体需要积极应对这些挑战，要不断创新，不断优化和完善现有的习近平生态文明思想新闻传播话语体系，以适应时代发展的需求，保持生态文明理念的完整性和深度，吸引受众的注意力，提升传播效果。

（一）话语主体创新：主体层级的功能优化与协同机制

中央核心媒体的战略定义功能要从政策传播者向政策话语的阐释者转型。中央媒体承担着思想阐释、战略定义和议程设置的职能，但在实践中常因过度依赖宏观叙事导致话语产生疏离感。话语体系创新的关键在于建立从理论思想到实践话语的转化机制，将生态文明建设的理念与政策拆解为公众可感知的生态价值与生态伦理准则，通过媒体的专业解读与公众的生活实践加以具象化。这种转化需要中央媒体牵头构建相应的话语资源库，为各级媒体提供标准化的概念阐释、案例库与叙事模板。

省级媒体在区域整合中应聚焦政策落地与经验提升的双重任务。当前省级媒体在生态传播领域存在政策传达机械照搬和对区域特色生态实践的挖掘不够深入的问题。省级媒体生态环境报道的创新关键在于构建生态治理信息库，系统收集整理各地区生态治理的成功案例、数据资源与实践模式，通过整合区域特色经验形成可复制的传播内容，既推动上级政策在地方的精准落地，又将基层生态治理经验提炼升华为具有示范价值的传播素材，破解上下传导过程中的机械性问题，增强生态传播的在地化实效。

地市级媒体在基层传播中要突破单纯事件报道的局限，着力构建社区生态传播网络。地市级媒体承担着基层政策解读和区域案例挖掘的职能，但目前的报道大多停留在零散案例的层面，缺乏系统性。创新的方向是建立生态网格员、社区意见领袖与地方媒体的联动机制，通过开展社区生态记录、街巷环境巡查等日常化的内容制作，将宏观的生态理念与政策转化为居民能切实感受到的生活变化，形成从国家战略到地方行动再到民生体验的闭环传播模式。

（二）叙事架构创新

政策解读框架：从文本平移到动态解码。在政策解读过程中要拆解宏观政策核心概念、理论渊源及实践指向，分析实施矛盾并建立差异化应对策略模型，让公众直观感受政策对个人生活的影响。要创新讲述方式，把政策放在国家整体发展战略中去理解，分析政策背后的创新之处，并找到政策与百姓日常生活的关联。建立全流程的传播模式，在政策出台、执行和调整的每个阶段，都及时、深入地进行解读，确保政策信息既有时效性又有深度。

案例故事框架：从奇观叙事到系统共鸣。生态环境报道从奇观叙事到系统共鸣的转变，是为了适应公众深化认知和推动生态保护行动的需求。在生态环境报道中，奇观叙事是运用特殊的拍摄手法、独特的叙事视角，展示罕见、壮观且具有强烈视觉冲击力的生态景观、动植物行为或生态现象，以此吸引受众的注意力。奇观叙事能够快速抓住受众的眼球，凭借震撼的生态景观和新奇的生态现象，从海量信息中脱颖而出，吸引受众的注意力，激发他们对生态环境话题的兴趣。但奇观叙事往往过于注重表面的视觉呈现，容易让受众过度关注那些令人惊叹的画面，而忽略了背后深层次的生态问题与生态系统的内在联系。这种叙事方式下的报道内容可能较为碎片化，难以引发受众对生态系统全面、系统的理解。实现系统共鸣的生态环境报道，可以通过挖掘生态系统各要素联系、讲述多元主体故事以及运用多媒体融合传播等途径，帮助受众构建起完整的生态认知，激发他们对生态保护的情感认同和行动意愿。

数据可视化框架：从图表堆砌到认知建模。数据可视化框架的升级要实现从简单图表罗列到认知模型构建的跨越。传统的数据可视化框架往往侧重于简单图表的罗列，如柱状图、折线图、饼状

^① 中共中央文献研究室编：《习近平关于全面深化改革论述摘编》，北京：中央文献出版社，2014 年，第 84 页。

图等，这些图表虽然能够直观地展示一些基本的数据信息，但在面对复杂的数据集和深入的数据分析需求时，这些图表难以揭示数据之间的复杂关系和内在规律。认知模型构建在数据可视化中具有诸多优势。认知模型能够将数据与人类的认知过程相结合，通过构建直观、易懂的可视化模型，帮助用户更好地理解数据的含义和价值。它可以整合多个数据源的数据，并以一种结构化的方式呈现出来，使用户能够清晰地看到数据之间的关系和层次结构。

国际比较框架：从自说自话到价值共振。在国际传播中，需要实现从单向输出到价值共鸣的转变。目前我国生态环境报道主要以国内视角为主，重点关注国内生态环境的改善和发展。随着我国在全球生态治理中角色的转变，国际视角的报道逐渐增多，但仍有待加强。媒体在报道过程中要注重全球议题与中国解决方案的对接，以联合国可持续发展目标为参照，通过中外生态治理模式的对比分析，提炼具有普遍适用性的生态智慧；要积极参与国际生态议题讨论，从全球生态系统的整体性出发，报道我国生态行动对全球生态安全的积极贡献，使我国生态环境报道更贴近国际受众，增强传播的亲和力和认同感；在保持我国生态环境报道话语体系特色的同时，注重与国际通用话语的融合，减少抽象的概念表述，更多运用国际受众熟悉的情感与理性表达方式；在报道中要合理运用数据和科学研究成果，以理性论证为基础，适当融入情感元素，引发国际受众的共鸣，提升我国生态环境报道在国际传播中的有效性。

（三）话语内容创新：创新的结构突破与分众策略

习近平生态文明思想新闻传播的话语内容创新，要在现有核心话语、延展话语和边际融合话语三维结构的基础上，进一步优化各板块的协同关系。核心话语部分存在理论阐释抽象化问题，延展话语面临议题覆盖碎片化困境，边际融合话语则有跨界叙事浅表化倾向。内容创新的本质是构建理念、认知、行动的转化链条，就是将抽象的理念体系，借助可视化、场景化的内容表达形式，逐步内化为大众的认知逻辑，最终外化为具体的行动实践，形成从理论到认知再到行为的完整转化闭环。这种转化不是简单的信息传递，而是通过内容形态的设计与重构，让抽象概念获得可感知的现实载体，从而真正影响公众的思维方式和行为模式。

话语结构的升级关键在于强化各话语层的衔接设计。核心话语层面需建立理念阐释的运作体系，将“绿水青山就是金山银山”等核心概念转化为包含定义、案例、数据、行动的模块；延展话语层面要构建生态议题的图谱体系，系统梳理“天、地、水、生（生物）、人”五个维度框架下的具体议题及其相互关联；边际融合话语层面则需建立跨界概念的矩阵模型，明确生态与文化、经济等领域的交叉点及叙事切入点。这种结构化设计能够有效提升内容生产的系统性与协同性，通过各话语层的有机衔接实现认知逻辑与传播效果的整合优化。

在媒介融合与传播技术迭代的背景下，生态环境新闻报道的开展正面临着受众分众化、微观叙事缺失及内容同质化等多重挑战。受众对生态议题的关注具有显著差异化特征，环保专业人士侧重政策制定逻辑与实施效果的深度解读，普通公众更关注社区垃圾分类、城市公园建设等具象化实践，年轻群体则偏好以短视频、漫画等流行文化形式呈现的生物多样性保护等热点话题，当前多数媒体仍采用通用化话语策略，生态政策报道缺乏群体针对性，包含科技信息的新闻报道存在专业术语堆砌导致“知识沟”产生与扩大的现象，因此需通过大数据分析与众调研精准把握分众需求，实现从大众传播向分众服务的转型。

微观叙事的缺失使生态报道多停留在宏观数据罗列层面，如在森林覆盖率提升等成果的报道中，因缺乏具体人物故事与实践细节，难以触动受众情感共鸣。从受众心理看，具体生动的个体叙事更易构建情境引发关注，因此要以细腻笔触描绘生态保护中的人物行动与生活变迁，通过微观层面的具象呈现，让公众感受到生态变化。此外，生态文明报道还存在内容同质化与深度不足的问题，同一主题报道角度雷同，缺乏对生态旅游背后可持续发展模式、环保政策深层影响等的深入挖掘。其原因包括媒体追求时效依赖现成信息源、行业竞争中过度关注流量、从业者生态专业知识储

备不足等。对此要鼓励新闻从业者深入基层获取第一手资料，通过培训与学术交流提升专业素养，联合高校科研机构引入专家指导；聚焦生态科技创新等前瞻性主题开展差异化深度报道，结合平台特性挖掘新闻背景与发展趋势，以破除同质化困局，提升报道的专业性与思想深度，最终激发公众参与生态文明建设的主动性。

结 语

习近平生态文明思想新闻传播话语体系的构建，本质上是将深邃的理论思想转化为大众可感知、可参与的实践话语的过程。习近平生态文明思想新闻传播话语体系依托中央核心媒体、省级主导媒体和地市级支撑媒体，形成三级主流媒体的话语主体架构，构建了覆盖全国、穿透基层的传播网络。中央媒体承担战略定义与议程设置职能，省级媒体负责区域实践整合与政策落地，地市级媒体则聚焦基层话语转化与案例挖掘，三者通过差异化分工与协同机制，将抽象生态理念转化为多层次、可触达的传播内容。在叙事框架层面，该体系呈现历时性与共时性的双重逻辑。在历时性上，该叙事框架经历了“问题揭露与治理紧迫性叙事”、“价值创造与制度活力叙事”和“科学整体与全球责任叙事”三个阶段叙事框架的演变，实现从国内叙事到全球叙事的升级；在共时性上，通过政策解读叙事、案例故事叙事、数据可视化叙事和国际比较叙事四个叙事框架的协同联动，将战略话语转化为公众可理解的认知图谱、情感共鸣点与科学证据链。在话语内容层面以核心话语、延展话语与边际融合话语共同构成了话语内容的“立体多元”结构。既坚守“生态优先”的理念内核，又容纳经济发展、民生改善等多元诉求，形成兼具系统性与灵活性的话语结构。该体系的话语主体、叙事框架与话语内容有机结合，使新闻报道成功将抽象的生态理念拆解为具体的行为指南与发展路径，推动公众从“认知生态”走向“参与生态”。

面对媒介技术迭代与受众需求分化的挑战，现有话语体系仍存在内容同质化、微观叙事缺失等问题。习近平生态文明思想新闻传播话语体系要在话语主体、叙事框架和话语内容层面开展创新，以应对生态环境报道所面临的挑战。在话语主体层面要优化三级架构的功能协同，推动中央媒体从政策传播者向政策话语的阐释者转型、省级媒体强化政策落地与基层经验总结提升为典型案例的能力、地市级媒体着力构建社区生态传播网络。在叙事框架层面，要深化政策解读的动态解码、案例故事的系统共鸣、数据可视化的认知建模及国际比较的价值共振。在内容层面要突破现有结构，加强内容分众化、强化微观叙事和深度化报道，让生态文明理念穿透信息壁垒，真正入脑入心。

创新的核心在于坚持守正创新，把握“变”与“不变”的辩证法。“不变”的是习近平生态文明思想核心理念与价值取向，“变”的是适应时代特征的传播方式与话语表达。未来，需进一步强化话语主体的层级协同与叙事框架的多维联动，既扎根中国生态治理实践，提炼“和合共生”“天人合一”等中华文明生态智慧，以全球视野对接气候治理、生物多样性保护等国际议题，将中国经验转化为融通中外的话语标识，为构建人类命运共同体提供生态传播的中国方案。

参考文献

- [英] 安东尼·吉登斯、[英] 飞利浦·萨顿 (2021):《社会学(上)》第八版,北京:北京大学出版社,2021年,第183—206页。
- 华启和、包鑫 (2023):《人与自然和谐共生现代化话语体系的理论审视》,《甘肃理论学刊》第1期,第5—12页。
- [美] 理查德·德威特 (2022):《世界观:现代人必须要懂的科学哲学与科学史》,北京:机械工业出版社,第5—9页。
- 马元喜 (2023):《人与自然和谐共生的现代化:逻辑、特质与进路》,《云南民族大学学报》(哲学社会科学

版)第3期,第5—12页。

谢清果、吴宇烨(2025):《理论·实践·价值:构建国际传播话语体系的三维探索》,《对外传播》第2期,第21—25页。

杨永浦、薄海(2024):《习近平生态文明思想话语体系建构——基于语料、结构、原则的分析》,《肇庆学院学报》第3期,第7—11、17页。

张举玺、王琪(2021):《论新公共外交视域下中国网红对国家形象构建的作用——以YouTube平台中国网红李子柒为例》,《新闻与传播评论》第5期,第108—120页。

张秀芹、李玉凤(2024):《习近平生态文明思想话语体系研究进展与发展路向探析》,《北京林业大学学报》(社会科学版)第2期,第1—10页。

The Construction and Innovation Path of the News Communication Discourse System of Xi Jinping Ecological Civilization Thought

LIAN Wenchao, WANG Canfa

(School of Journalism, Communication University of China, Beijing 100024, China)

Abstract: This paper takes the news reports on ecological civilization construction among the award-winning works of the 26th to 34th China News Awards as research samples to explore the construction practice and innovative paths of the news communication discourse system of Xi Jinping Ecological Civilization Thought. It is found that the discourse system consists of discourse subject narrative frameworks and discourse contents. Against the backdrop of social development and media technology iteration, its innovation should break through from three dimensions—optimizing discourse subject functions, achieving multi-dimensional coordination of narrative frameworks, and realizing content segmentation and deepening—to solve problems like content homogenization and lack of micro-narratives, promoting the practical transformation of theoretical communication and global value resonance.

Key Words: Xi Jinping Ecological Civilization Thought; Journalism and Communication; discourse system; path of innovation

责任编辑：黄承梁