

第八章 全球环境传播

- ❖ 20世纪中期以来，伴随着全球经济飞速发展和人口急剧增长，环境变化引发的负面效应日益凸显。全球气候变暖、极端灾害天气、空气污染、生物种类锐减等生态危机事件频发。面对人类社会普遍遭受的生态危机等现代风险，环境传播（environmental communication）作为人类回应风险的思考而兴起，在国际学术界颇受重视。

第一节 环境传播的兴起

- ❖ 人类社会进入工业文明后，环境污染不断出现、生态环境不断恶化，引发人们对自然环境、生态系统与社会发展的广泛关注。
- ❖ **一、国内外环境传播研究的兴起**
- ❖ **（一）国外环境传播研究的萌芽**
- ❖ 21世纪以来，全球最有影响力的四大传播学会：
- ❖ 国际传播学会（ICA）、国际媒介与传播研究学会（IAMCR）、美国新闻与大众传播教育学会（AEJMC）、美国全国传播学会（NCA）

❖ (二) 国内环境传播研究的发展

❖ 环境报道叙事结构往往表现为两种：

❖ 其一，企业污染—受害者抗议—政府治理—媒体报道；

❖ 其二，政府默许、企业污染—媒体揭露、受害者抗议—媒体报道—政府治理。

❖ 雾霾问题凸显当前环境问题特别是气候变化的全球性和跨代性、气候变化原因的不明确性及难以把握性、全球变暖速度和严重程度的不确定性、全球范围内气候治理行动效果的不确定性。



❖ 随着全球环境危机凸显，环境污染和气候变化成为关涉国家形象塑造的重大国际政治问题。

❖ 其一，环境污染和气候变化问题关系到全球和全人类的利益，在国际社会高度关注环境污染、气候变化议题的舆论压力下，各国都希望在該领域树立良好的国家形象，由此使环境变化成为当前影响国家形象建设的突出领域之一。

❖ 其二，国家应对环境污染的立场、理念及行动成为国际社会评估一国国家形象的重要因素，直接影响该国的政治、经济和外交。从全球气候治理角度来说，某国应对气候问题的立场和行动可能对其他国家产生“外溢效应”。

❖ 其三，环境污染问题对内关乎国计民生，影响着一国公众能否拥有生命健康。国家政府在应对环境污染方面的政策主张也是受众密切关注的话题。



❖ 二、环境传播的目标

❖ 环境传播所关注的环境，是**自然环境**和**社会环境**的融合体。自然环境指对人类的生存和发展产生直接或间接影响的天然形成的各种物质和能量的总体，如大气、水、日光、土壤、生物等。社会环境包括政治环境、经济环境和文化环境。自然环境与社会环境共同构成人类生活的物质结构，无论是自然环境还是社会环境出现污染或风险，都将超越局部，辐射全球。

❖ **（一）帮助公众形成对自然环境的客观认知**

❖ 环境传播具有传播环境信息、建构公众环境感知的功能，揭示环境与媒介的关系。

❖ 人类已进入媒介化社会，媒介渗透到人们日常生活的各个方面，成为人们理解社会和认识社会的主要工具。媒介作为建构和传播环境议题的主要社会机制，是人们面对影响身体健康和公共安全的环境风险时获取环境知识、形成环境认知的主要途径，能够帮助公众认识和理解人类所处的自然环境，形成对自然环境的客观、准确的认知。

❖ (二) 促进公众参与环境保护

❖ 环境传播具有教育公众、说服动员的功能，能够促进公众对环境风险的认知，提高公众的环保意识，揭示环境与公众的关系。在传统媒体时代，公众依赖媒介获取环境信息、了解环境问题、学习环保知识。在互联网时代，公众成为积极的环境传播参与主体，依赖互联网生产和传播环境信息。平台媒体和社交媒体构成了环保舆论场，在这里公众既是环境风险的承担者又是环境议题的建构者。公众的参与和讨论极大地影响着环境问题的治理和解决。

❖ (三) 推动环境危机传播与治理

❖ 环境传播具有警示风险、督促治理的功能，揭示着环境与社会的关系。近年来，全球环境危机频繁出现，乌尔里希·贝克所指称的“风险社会”成为全球关注的话题。任何一个全球性环境问题或风险，都不是某个群体或某个国家能够单独解决的，需要全球各国共同努力、协作，以促进环境危机的预警和治理。随着公众环保意识的觉醒，邻避运动也此起彼伏，形成了公众与政府在环境问题上的博弈，客观上影响着环境危机的决策与处理。

❖ **（四）构建公众参与环境保护的社会机制**

❖ 环境传播能够推动政府和公众共同参与环境保护，并通过社会协商构建公众参与环境保护的社会机制。公众参与是实现民主和善治的必要环节。从政府治理角度来说，政府需要公众支持以提升环境治理能力；从公民维权角度来说，公民需要获取环境信息来维护权利；从社会工具角度来说，参与能够促进公众进行社会学习、化解社会冲突。公众参与有助于促进实质性的环境公平，即最终结果的公平。

第二节 环境传播研究的内容

❖ 随着全球化趋势的加剧，包括气候变化、自然和生物多样性丧失、污染和废弃物在内的三大全球性环境危机也在加速恶化。日益突出的环境问题成为每个国家都必须认真对待的重大问题。与此同时，环境传播研究也越来越受到社会各界关注。

❖ 一、国外环境传播研究的内容

❖ 国外环境传播研究贯穿始终的三个元素是话语、权力与政治。



❖ 罗伯特·考克斯在《假如自然不沉默：环境传播与公共领域》中将环境传播研究划分为七大领域：

❖ 环境修辞和话语 (environmental rhetoric and discourse)、媒介与环境新闻 (media and environmental journalism)、环境决策的公共参与 (public participation in environmental decision making)、社会营销与环境动员 (social marketing and advocacy campaigns)、环境合作与冲突应对 (environmental collaboration and conflict resolution)、环境风险沟通 (environmental risk communication)、流行文化表征与绿色营销 (representation of nature in popular culture and green marketing)。

❖ 二、国内环境传播研究的内容

❖ 国内环境传播的研究内容主要包括三类：

❖ 其一，媒介与环境新闻，研究大众媒介如何呈现环境议题以及如何建构环境信息框架。

❖ 其二，社会动员与环境促进，涉及多种促进模式，如政治推介模式、法律诉讼模式、政治选举模式、公共教育模式、公民行动模式、媒介事件模式、社区宣传模式、绿色消费引导模式、企业抗议模式等。

❖ 其三，环境危机传播与管理，包括各类主体在遭遇环境危机时采取的自救行为及信息传播方式。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/578046137040006127>