

中国环境保护 传播研究



贾广惠 著



上海大学出版社

2010 年度国家社会科学基金项目

项目批准号: 10CXW014

中国环境保护传播研究

贝 / 悉 者

上海大学出版社

· 上海 ·

图书在版编目(CIP)数据

中国环境保护传播研究/贾广惠著. —上海: 上海大学出版社, 2015. 9

ISBN 978-7-5671-1822-5

I. ①中… II. ①贾… III. ①环境保护-传播-研究-中国 IV. ①X-12

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 200228 号

责任编辑 陈 强

封面设计 施羲雯

技术编辑 金 鑫 章 斐

中国环境保护传播研究

贾广惠 著

上海大学出版社出版发行

(上海市上大路 99 号 邮政编码 200444)

(<http://www.press.shu.edu.cn> 发行热线 021-66135112)

出版人: 郭纯生

*

南京展望文化发展有限公司排版

江苏德埔印务有限公司印刷 各地新华书店经销

开本 787×960 1/16 印张 17.5 字数 295 000

2015 年 10 月第 1 版 2015 年 10 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5671-1822-5/X · 003 定价: 46.00 元

序：知行合一 服务社会

前不久,在长沙的一个会议上,贾广惠老师找到我,告诉我他主持的国家社科基金项目“中国环境保护传播研究”已经结项,今年准备出书,希望我给他作序。我认识贾老师已有多年,知道他这些年在环保传播研究领域很勤勉、很踏实,也很有成绩,据说发表的相关研究论文已达40多篇,在国内有一定知名度和影响力,而且听说他还在学校创办了环保社团,积极开展环保公益活动,这在大学老师中是不多见的。

众所周知,近年来我国在推进工业化和城市化的过程中,许多地方由于采取粗放的生产方式,导致出现了不少环境问题,造成了生态破坏和环境危害,这集中反映在空气污染(如雾霾)、水污染和土壤污染等方面。对此,政府高度重视,大力开展环境治理。自然科学领域的一些专家利用其专业优势和技术力量,积极投身环境治理工作,并且取得了不少成果。在人文社会科学领域,也有一些专家根据自己的专长,发挥自己力所能及的作用,投入此项工作,例如开展环境教育、实施舆论监督、组织相关公益活动等。

可喜的是,在新闻学与传播学领域,同样也有一些学者开始关注这一问题,从新闻与传播的角度来开展涉及环境、生态、气候变化方面的学术研究和推广工作。但无论从人数,还是从研究成果的数量和质量来看,这些研究都还远远不能满足现实的需要,同时与这些年我国新闻学与传播学在整体学术研究和进步也不协调。从这个角度看,贾广惠老师完成的“中国环境保护传播研究”项目,有着一定的示范意义。

读了贾老师的书稿,让我感受最深的是他在字里行间所表现出来的那种强烈的现实关怀和人文情结。正如作者所反复申明的“文章合为时而著”,贾老师试图通过该书稿呼吁人们参与环境治理。

正是因为环境问题日益严重,才需要有人为此鼓与呼。从书稿中对环境问题发展、环境问题报道、各种有关环境议题的传播、相关学者研究情况的梳

理来看,作者非常熟悉所面对的问题。书稿中对我国环境问题的现状、问题、出路,以及政府在环境治理中的作用等问题,都有细致、深入的描述、梳理和评价。这是作者十几年来坚持关注环保问题和进行相关资料搜集的结果。

作者之所以能够坚持关注环保问题并搜集整理相关资料是出于对环境问题的忧虑,是自己从生活体验和实际采访(作者曾做过几年记者)中产生的感受。而正是在这种忧虑和感受之中所生发出的责任感,使作者开始了对环境问题的学术研究。在作者看来,环境问题是一种会让人有着切肤之痛的生存危机,它包含了破坏、毁灭、伤害,还有对伦理道德的践踏。这方面作者在关于拆迁议题的阐述中有充分的体现。作者有时甚至是在大声疾呼,是在谴责那些恶意的环境破坏行为,同时也提出治理解决之道。

中国的环境问题呈现出各种形式,而作者注意从多种多样的环境议题中选取典型而突出的几个方面,如水污染——癌症村、空气污染——雾霾、土地污染——食品安全、环境破坏——暴力拆迁、浪费污染——消费主义等来加以探讨,并且注意以媒体的报道作为分析对象。如对于水污染导致的“癌症村”问题的揭露,作者借助十多年来媒体上大量有关“癌症村”的报道与材料,探讨了媒体是如何进行这一议题建构的。作者运用框架理论展现了一些媒体主动担当、深入现场、持续挖掘,进而揭露出工业污染背后的问题。为了验证事实,作者数次独自或带领学生深入到淮河支流,跨省去实地考察河流污染问题。作者批判的直接对象是媒体的报道,间接对象则是地方政府和违规企业,批判它们急功近利、见利忘义、漠视生命。这种通过具体事实分析是符合实际的,也是具有说服力的。

作者独到的观察体验和学术判断也给我留下深刻印象。作者的研究是一面用心收集资料,一面走出去深入观察体验。可以看出,作者几乎时时都在关心环境问题。正是这种自觉投入,深入思考,日积月累,才形成了作者不同于一般人的对于环境问题的感受和认识。尤为可贵的是,作者总是带着感情去参与环境问题的调查和解决。比如,作者多次考察垃圾处理厂(到台湾访学还专门调研了八里垃圾处理厂)、污水处理厂、河流水质监测站等。正是在长期观察的基础上,作者对于环保传播的分析才能够紧贴现实,其认识也较为深刻。

此外,作者通过对中国环保传播历史的回顾,对一系列现实问题的分析和典型案例的剖析,和对一些重点污染指标议题的调研等,以及对环保传播不景气原

因的探讨,提出了自己的独到见解。如关于“癌症村”的传播问题,事实上暴露了媒体的预警不足;食品污染及安全问题,暴露出“污染下乡、垃圾下乡”的严重后果;狂飙突进的拆迁运动,导致了媒体集体忽视的污染与浪费;当前流行的“吃光、败光、耗尽”的消费主义传播是一种极端反文明的观念与行为;针对环境治理,应该在政府支持下,以媒体为中介,建构公民社会、培育民间环保组织、挖掘大量闲置人力资源,投入环境改善和治理(如垃圾分类和资源化推广、沙漠治理、植树造林、废弃物综合利用等)。作者所进行的问题剖析、原因探寻和对策建议具有一定的合理性和可操作性。

尤其让我感动的是作者对环境治理的亲力亲为和真情投入。作者这些年在开展学术研究的同时,始终坚持身体力行,积极投入环境治理的实际工作,从而使自己的研究成果能够建立在扎实的实践基础之上。作为一个大学教师,教学、科研方面的压力很大,作者能够腾出时间去做环保公益工作,这不是一般人乐意选择的生活方式,然而作者却乐此不疲。按照他自己的话来说,就是“忍不住要为环保去做些什么,哪怕很琐碎的事情,只要对社会有益就去做”,而且这一做就是十几年,实在难能可贵!

总之,阅读书稿,我觉得这部书既有一定学术价值,也符合当前现实需要,因此值得向读者推介。当然,书稿也还存在一些缺憾。例如作者对中国本土的环保传播研究以媒体内容为样本较多,对于其他形式的环保传播研究涉及较少,因而显得不够全面。此外,作者在研究中相关理论的运用显得有些单薄,显示出作者对国内外的相关理论及研究成果的关注和吸收还有不足。

还须特别指出的是,作者的研究还多是停留在对环境问题的研究上,这与当前我们国家发展所面对的宏观形势和战略任务不太协调。党的十八大报告已将生态文明建设与经济、政治、文化和社会文明建设列入“五位一体”的国家发展战略之中,推进绿色发展、循环发展、低碳发展,建设美丽中国,实现中华民族的永续发展已成为全国人民的共同目标。生态文明建设作为一个新的战略性任务摆在了我们面前,在这种情况下,我们应该从生态文明建设的高度,从应对气候变化的角度来关注和研究环境问题,这样才能使自己有更开阔的视野,更深刻的思考、更明确的担当。这需要我们更加努力地工作和付出,用我们的研究成果,用我们的实际行动来为环境保护、应对气候变化和生态文明建设贡献力量。

作为这些年来一直在从事气候变化与气候传播研究的学者,我很认可并欣赏贾老师这种“知行合一、服务社会”的科研作风,也希望他能够继续深化研究,将新闻教学、科学研究与社会服务有机地结合起来,并且进一步开阔视野,拓展思路,在环境传播、气候传播和生态传播研究方面,以及在开展相关的行动推广和社会公益服务方面做出更大的贡献!

中国人民大学新闻学院教授、博士生导师

郑保卫

前言

进入新世纪以来,中国的环境问题趋于严重。受到全球化进程加快和国际产业分工的制约,中国社会在十八大之后面临环境问题造成的巨大冲击;环境风险加剧令人忧虑,舆论关注上升。大众传媒持续传播有关环境危害、环境事故以及各种各样的环境冲突凸显了重要社会议题。显然,大众传媒在构建一种环境生态变化的真实图景,环境问题需要关注、研究和参与是毋庸置疑的。而从环境保护传播角度探讨中国本土问题的成果目前还少之又少,本书尝试从环境保护传播这一维度研究现实问题,期待对中国环境问题作出一点回应。基于以上考虑,本书主要研究了以下几个方面的问题:

首先,对中国环境保护传播的研究背景作了有效的梳理与评价,指出了环保传播研究分为针对外国的环境知识介绍、理论引进与面向中国本土化环境现实问题传播的研究这样两个方向。接着简单回顾了中国几十年来主要环境问题发展与政府环境风险治理工作,强调了周恩来总理的开创之功,介绍了此后颁布实施的一系列环境政策、法律法规,分析了地方政府支持下媒体的跟进宣传与各种环境风险的报道;探讨了报纸、书籍如何揭示环境问题;对以政府为主导的“中华环保世纪行”传播模式进行实证研究;在中国环境保护传播的内容诉求中,本书以具体的“癌症村”、水与空气污染、食品污染、城乡拆迁破坏等几个方面分析了环境保护传播警示的实际表现,针对当前典型议题直接剖析,分析传媒报道如何对不同的环境风险进行命名、描写与框架选择。

其次,作为一种对现实问题的回应,中国环境保护传播在缓慢艰难发展中面临着各种各样的制约因素,而这些是无法绕过的影响因素。第一是外部客体的影响,政绩工程成为造成环境风险的主要因素。第二在于传播本身的主体影响因素。传媒在日渐商业化的个案事故的反映中,既被权力深刻控制,又被资本严重侵蚀;逐利的资本在形成一种控制力量,逐步破坏传媒的公共性。除了商业化、娱乐化等问题之外,更值得关注的是环保传播的公共利益属性与市场属性即

商业化倾向之间存在着内在冲突,因此传媒风险预警不具有天然的维护公共利益的自我驱动力,只是越来越侧重于“非事故不新闻”的新闻价值导向;媒介资本驱使传媒张扬着过度的奢侈浪费所固化的消费主义意识形态。此外,传媒所鼓动的消费主义助推着全社会的奢侈浪费之风日盛。在猛增的浪费之中,污染加剧催生了各类环境风险。

最后是相应的路径对策选择。解决环境问题需要以传媒为中介,把民间力量组织起来,共同参与,协助和推动政府深化环境治理。传媒要主动化解环境风险,及时进行预警;还要扭转不合理的政绩观,追究肆意破坏环境者的责任;强化社会监督,支持环境公益诉讼等措施。提升传媒的公共服务职能,要从理论指导、公民社会培育、事故化碎片化报道改进等方面入手,再结合就业难题推动人力资源开发、扶持 NGO 发展、提升预警能力、加强宣传教育引导等几个方面进行具体的环保拓展。传媒自身行为也要改进,一是自身落实到行动,减少版面、栏目数量以及各种资源的过度消耗;二是要主动进行新闻价值理念的纠偏,以长期的预警为义务,逐步地完善环境风险揭示职能,在传递信息中创新环保传播形式和内容,使之更有吸引力和警示性;三是传媒要主动接受社会监督,使之成为促进和提升公信力和权威性的良好外部推动力量,此外要坚持对社会大众的环境风险教育引导等;四是传媒长期担负环境宣传教育功能,要以社区丰富的人力资源为依托,进行局部的、基层的环境参与动员,结合就业议题推动环保产业的创新和壮大,还要促进传统的“俭以养德”观念行为的养成与巩固。

作为国内为数不多的以本土的环保传播以及预警为研究对象的实务分析探索著作,本书提供了可行性对策供政府决策和公众环保行动参考。

贾广惠

2015 年 5 月

目 录

Contents

绪 论	1
一、中国环境保护传播研究回顾	1
二、中国环境保护传播的研究特点	4
三、环境保护传播研究中存在的问题	11
四、相关理论资源的引进与应用	15
第一章 中国环境保护传播的发展脉络	23
第一节 中国环境问题的媒体呈现	24
一、工业化赶超带来的污染与破坏	24
二、人口压力造成的环境破坏	26
三、环境问题的积累与爆发	28
第二节 传媒视阈中政府的环境风险治理	30
一、中国环保事业的开创者——周恩来总理	30
二、环保机构与法律的不断完善	32
三、政府有限治理的问题	34
第三节 大众传媒的环境保护传播跟进	36
一、中国环境保护传播的几个阶段	36
二、中国环境保护传播的特点	39
三、报纸、书籍的环境问题警示	44
四、政府主导型传播——以“中华环保世纪行”为例	48
第二章 中国环境保护的风险传播	59
第一节 自然灾害报道预警	59
一、自然灾害剧增的风险呈现	59

二、渐变报道与突变报道	62
三、风险多样化的揭示	64
第二节 “癌症村”报道预警	68
一、“污染下乡、垃圾下乡”与“癌症村”传播	68
二、报纸成为“癌症村”的主要命名者	74
三、“癌症村”议题与环境风险传播	82
第三节 水与空气污染风险报道	85
一、工业化导致水污染加剧	85
二、水污染危机——以淮河污染治理报道为例	88
三、空气污染议题偏离——以雾霾传播为例	94
第四节 食品安全风险预警	103
一、食品安全事件频发	105
二、食品污染报道个案分析	107
第五节 拆迁议题中的传媒遮蔽	112
一、城市拆迁运动及传媒议题	112
二、拆迁中的环境破坏与资源浪费议题	114
三、拆迁议题中环境风险的遮蔽因素	116
 第三章 中国环境保护传播的客体影响因素	119
第一节 自然与社会风险的外部制约机制	119
一、风险传播的机制滞后	119
二、环境保护传播中的外部风险	122
三、环境保护传播的严峻形势	126
第二节 地方政绩追求与风险操控	130
一、地方招商引资带来污染扩张	130
二、环境风险预警的阻碍	133
三、利益博弈中的各方竞逐	135
第三节 资本对传媒的强力操控	138
一、资本破坏世界环境生态	138
二、资本对传媒的侵入	140
三、资本对传媒公共性的破坏	143

第四节 环保 NGO 推动传媒的风险预警	146
一、环保 NGO 的风险预警	146
二、环保 NGO 对媒体的促动	150
三、环保 NGO 联合环境记者的参与	156
第四章 中国环境保护传播的主体影响因素	160
第一节 传媒公益性本质与市场化的矛盾	160
一、传媒公益性与市场化之间的冲突	161
二、传媒的权贵化倾向	163
三、风险预警的市场化取向	164
第二节 传媒消费主义引诱的奢侈浪费	168
一、挥霍浪费成为一种流行观念	168
二、“浪费等于污染”的社会逻辑	174
三、大众环境伦理低下与传媒诱导	180
第三节 环境风险议题中的知识分子公共伦理问题	185
一、知识分子的公共伦理责任	185
二、体制化收编驱逐公共伦理	190
三、知识分子公共伦理瓦解的内在机制	191
第五章 优化中国环境保护传播的制度环境	193
第一节 改革政绩考核方式	193
一、落实科学、环保的责权利划分	193
二、落实绿色 GDP 考核与生态补偿	195
三、落实离任审核与责任追究	195
第二节 完善环境法治	197
一、督促完善环境法治	197
二、依法处置污染行为	200
三、加强依法行政	201
第三节 强化外部监督	203
一、提供公共参与渠道	203
二、促进新媒体与传统媒体有机联合	204

三、保障公民和环保团体的公益诉讼	206
第六章 中国环境保护传播的传媒职能提升	208
第一节 传媒培育公民社会	208
一、推动公民社会理论本土化	209
二、传媒拓展环保 NGO 的发展空间	214
三、强化知识分子的责任担当	216
第二节 改进环境风险传播的宏观战略	220
一、传媒抵制消费主义	220
二、转变新闻价值理念	224
三、创新风险传播的形式和内容	226
四、接受社会监督和培育环境新闻记者	229
第三节 传媒深化风险预警的具体路径	231
一、推动信息公开	231
二、改进事故化和碎片化报道	233
三、深化环境微观预警	235
第四节 促进环境宣传教育	237
一、持续推进生态文明教育	237
二、倡导“俭以养德” 引领绿色消费	245
三、开展社区与学校环保教育活动	248
四、引导环保就业创新	251
结 语	254
参考文献	258
后 记	267

绪 论

继党的十八大之后,在每年全国两会上“环境生态”问题持续升温,其中“雾霾”成为各方关注的议题。2015年一部《穹顶之下》聚焦的雾霾调查引发空前热议,舆论高涨;另据国家发改委统计:“年初(2013)以来持续雾霾天受影响人口约6亿人。”^①令人忧虑的是,多年来累积的各种污染导致环境恶化造成严峻的生存危机,越来越多地危及国人的生命健康。不仅污染现象突出,而且消费主义狂潮裹挟的挥霍浪费导致了危及城乡的污染损失:“中国每年因污染造成的经济损失已经超过3000亿元,环境恶化耗费中国近9%的年度国内生产总值。”^②大众传媒不断地提供着令人揪心的“热点”:“镉米”、“血铅”、“癌症村”、富贵病,以及城市遭遇的拥堵、雾霾、水污染、食品污染等。值得反思的是大众传媒对于环境问题总是呈现出一种被动报道姿态,有突发事件就有新闻,只有发生了事故才会作为热点加以短暂关注;同时学界对于大众传媒环境保护传播的研究,整体比较滞后和稀少,还没有形成应有的影响。目前面临的局势则是环境危害步步紧逼,而落实“生态文明”则步履艰难,社会上大多数人仍然对环保有意识但缺乏行动。因此摆在面前的的问题是,以传媒及其报道为主要研究对象的环境保护传播研究,是不是应该跟进探索,体现出应有的参与功能?目前已有的成果有哪些特点?还有哪些方面需要深化?西方环境新闻传播专题介绍引进与本土化之间的断裂、研究的琐碎化是否值得反思、本土研究还有哪些不足等,本书将对此作出初步的考察和分析。

一、中国环境保护传播研究回顾

环境问题被传媒和学界关注源于巨大的环境危机,1998年的洪灾和沙尘暴

① 冯蕾. 发改委: 节能减排形势严峻 我国6亿人受雾霾影响[N]. 光明日报, 2013-07-13.

② J. L. Turner and L. Zhi. "Chapter9: Building a Green Civil Society in China", State of the World 2008, Special Focus: china and india. <http://www.worldwatch.org/node/4000>. 2008-12-20.

频发促使传媒加大环境报道数量,也推动了政府有限的环境治理,随后学界有了零星的跟进研究,但研究起点是从西方寻求理论资源的介绍和引进。因此,如果“言必称希腊”,那么中国的环境保护传播研究必须先从西方的介绍谈起,似乎才算合乎规范。实际上,根据研究成果分析可以看出,中国环境保护传播研究已经朝着两个方向发展:形成了以对西方特别是美国环境新闻教育的梳理和以中国本土具体问题的传播现象与问题的探讨这样的分野。

1. 理论渊源

环境保护传播研究自身尚很少有理论建构,其理论资源主要来自社会学。随着世界范围内环境风险的出现和加剧,社会学率先介入有关问题,随后才延伸到环保传播研究。吉登斯的现代社会理论与贝克的风险社会理论,直接促进了有关社会风险问题的探索。吉登斯的现代社会理论主要反映了“现代性”的问题,认为“现代性”本身蕴含了很多不为人知的风险。这在社会学领域还是有待深入的课题,但是社会学家很少注意的是,这一课题与大众传媒有着不解之缘,因为传媒在呈现风险议题中承担着越来越重要的预警职能。20世纪80年代末德国学者卢曼就此提出“环境传播”的概念,随后影响到美国,90年代美国高校兴起了环境新闻教育,到2011年设立环境新闻教育的大学已逾55家,目的是介绍环境知识,改进环境新闻报道,培训环境新闻记者,体现出一种实用主义特点。

2. 西方对于环境保护传播的研究

主要集中于两个方面:环保传播概念与写作、环保传播与社会关系。西方以美国为代表的实用主义倾向的环境新闻研究对于环境新闻概念以及其他方面的研究基本上具有三个特点:一是追随新闻业务的课程体系,结合环境问题报道的需要走环境新闻教育和环境记者培养之路,开设环境新闻教育相关课程;二是将环境新闻置于社会发展的视域中考察,研究由此发散:与环境运动紧密相连,探索民间环保组织与媒体的互动关系、与权力相联系,考察环境新闻背后的权力争夺或者话语权博弈、与利益关系结合,探索环境利益维护中各种社会力量的新闻展示;三是环境新闻力图与其他文、史、哲、经、法、社等人文社会科学相结合,例如环境新闻与政治、环境新闻与经济、环境新闻与美学、环境新闻与哲学等。这方面正如学者罗伯特·考克斯的界定所示,探索公众对环境信息的认知,环境议题的话语框架,环境议题公共辩论的信息互动,环境问题背后涉及的政治、文化和哲学命题是环境传播的中心。例如,西方学者对气候变化的传播学研究归纳为以下几个方面:公众是如何看待气候变化问题的,公众从哪里了解到

有关气候变化的信息,影响公众对气候变化认知的因素有哪些,谁是气候变化信息的主要发布者,影响气候变化信息建构的因素有哪些,科学界、媒介以及政府等领域有关气候变化的话语框架,各领域气候变化话语相互影响的形式。与环境保护传播不同的是,气候变化的传播学研究主要是从微观层面把握不同信息传播主体在信息传递、互动以及意义建构过程中的表现和作用。其最早源于对公众认知情况的考察,然后进一步深入对其背后的影响因素的分析,主要包括对媒介和新闻文本以及各领域的话语框架建构方式的探讨。^① 以上分析是针对气候变化新闻报道与社会关系的解读,西方学者看到了环境问题如气候等都和社会的各个领域有着复杂的联系,所以其研究更多地与社会学、政治学、法学、经济学、文学等学科相联系,针对个案解读的局部研究相对减少,理论研究越来越得以强化。

3. 环境保护的传播因素

这一研究的兴起更有国内因素特别是环境事故加剧的影响。正如引言所提到的,1998年洪灾是一个起点,随着环境保护传播的发力,中国学者开始了有关学术研究。目前国内可查到的研究成果在1999年出现,但至今数量不多,最高年份发表50余篇论文,根据中国知网统计2012年公开发表论文有195篇,这还要剔除80多篇工作报告式、新闻报道式、报纸评论式等非学术论文。相比较那种猛增的由环境风险延伸到的各方面的环保传播新闻报道,这样的研究数量无论如何都不算太多。如图0-1所示:

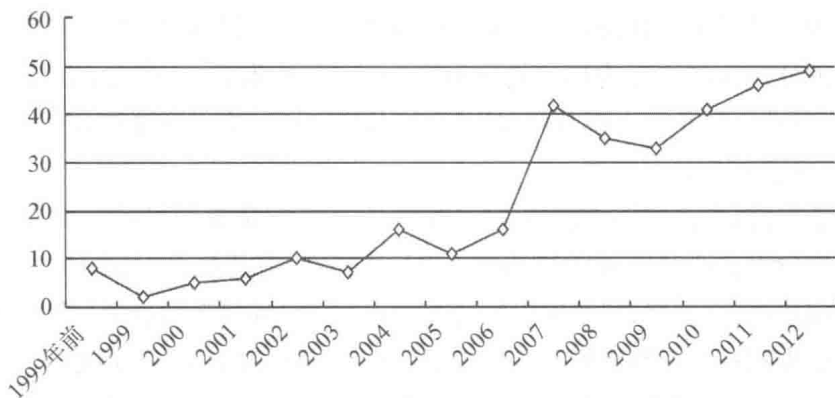


图0-1: 近年发表的环境保护传播论文数量趋势

^① 王战,李海亮. 西方气候变化传播研究综述[J]. 东南传播,2011(3).

表 0-1: 2000—2013 年环境保护传播论文数量分布

年份	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
数量	5	7	10	8	15	10	16	41	35	32	38	40	35	47

再看研究队伍,其主体以高校教师、研究生为主,其他多是媒体记者。但这个队伍并不稳定,有些人只是偶有涉足,此后就不再关注这一领域。从研究对象来看,除了前面所述分为国外和国内两大类别之外,研究主题还有一定重复和分散,重复表现在集中于美国环境新闻教育等,分散反映在业务回顾与环境问题相关的议题,涉及面广,且比较宽泛:环保 NGO、气候变化、“癌症村”、工业污染、垃圾处理冲突、环境事故、拥堵、雾霾等的报道,都成为简单描述对象;同时还有针对具体报纸报道进行的研究,针对具体活动所作的跟踪分析,如“中华环保世纪行”等。近年来,环保传播又随着社会剧变增加了对于暴力拆迁和食品污染的关注、对环境事件的跟进。当然,随着环境问题的突出,人们认识的深化,研究内容也随之扩展。即使如此,中国环保传播研究在整个传播学领域仍是新颖的内容,还没有得到应有的重视,研究者还不够多,成果稀少,反而不如“健康传播”具有影响力。

二、中国环境保护传播的研究特点

梳理十多年来的有关研究成果,可以发现中国学者紧随传播学的引进,以关注美国的环境新闻教育为环保传播研究的开端,从张威、王积龙、蔡启恩、郭小平、刘涛等几位学者关于西方环保传播研究进行分析,会发现这样几个特点:

1. 关注环保传播定义

基于“环保传播”是个贯彻本书始终的概念,所以需要加以界定,特别是要和西方传播学界普遍使用的“环境新闻”、“环境传播”有所区分。先介绍西方的定义。如前所述,对于何谓“环保传播”各有不同说法(环境新闻、环境传播、环境报道等),学界和业界有明显的差异。先看“环境新闻”的定义,这是美国学者首先提出的。张威的《环境新闻学的发展及其概念初探》描述了美国的环境新闻定义:“美国犹他州州立大学教授麦可·佛罗梅(Michael Frome)提出它是一种有目的、为公众而写的、以严谨准确的数据为基础的反应环境问题的新闻;它要求