

人民日報
传媒书系
SERIES OF THE BEST
MEDIA BOOKS



Green Development
and Climate
Change Communication

绿色发展与气候传播

郑保卫 / 主编

人民日报出版社

非外借

人民日报

传媒书系
SERIES OF THE BEST
MEDIA BOOKS



Green Development
and Climate
Change Communication

绿色发展与气候传播

郑保卫 / 主编

人民日报出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

绿色发展与气候传播 / 郑保卫主编. —北京: 人民日报出版社, 2017. 10
ISBN 978-7-5115-5040-8

I. ①绿… II. ①郑… III. ①气候变化—研究 ②气候学—传播学—研究
IV. ①P467 ②P46-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 252374 号

书 名: 绿色发展与气候传播

主 编: 郑保卫

出 版 人: 董 伟

责任编辑: 梁雪云

封面设计: 春天书装工作室

出版发行: 人民日报出版社

社 址: 北京金台西路 2 号

邮政编码: 100733

发行热线: (010) 65369509 65369846 95363528 65369512

邮购热线: (010) 65369530 65363527

编辑热线: (010) 65369526

网 址: www.peopledaily.com.cn

经 销: 新华书店

印 刷: 三河市华东印刷有限公司

开 本: 710mm × 1000mm 1/16

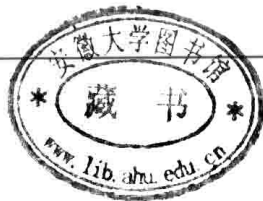
字 数: 300 千字

印 张: 15

印 次: 2018 年 1 月第 1 版 2018 年 1 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5115-5040-8

定 价: 48.00 元



编委会顾问：

杜祥琬：中国工程院院士，中国气候传播项目中心专家委员会主任，原中国工程院副院长，国家应对气候变化专家委员会主任

马胜荣：重庆大学新闻学院名誉院长，中国气候传播项目中心顾问，原新华社副社长兼常务副总编

黄浩明：中国国际民间组织合作促进会理事长，中国气候传播项目中心顾问

宋英杰：中央电视台气象主播，中国气象局气象服务首席专家

编委会主任：

郑保卫：中国人民大学新闻学院教授、博士生导师，中国气候传播项目中心主任，教育部社会科学委员会学部委员兼新闻传播学科召集人

编委会副主任：

丁俊杰：中国传媒大学广告学院院长兼国家广告研究院院长

潘进军：中国气象局公共气象服务中心副主任

詹安玲：国务院新闻办对外新闻局局长

俞 岚：中国新闻社经济部主任

杨富强：自然资源保护委员会环境、气候、能源高级顾问

陈素平：深圳航都文化产业投资有限公司董事长

王彬彬：中国气候传播项目中心研究员，原乐施会气候变化总监

张志强：国家应对气候变化战略研究和国际合作研究中心综合部副主任

主编：

郑保卫：中国人民大学新闻学院教授、博士生导师，中国气候传播项目中心主任，教育部社会科学委员会学部委员兼新闻传播学科召集人

副主编：

王彬彬：中国气候传播项目中心研究员，原乐施会气候变化总监

张志强：国家应对气候变化战略研究和国际合作研究中心综合部副主任

李文竹：中国新闻出版研究院助理研究员

徐 红：中南民族大学文学与新闻传播学院教授

鞠立新:中国传媒大学绿色低碳发展与品牌传播研究中心主任

编辑部主任:

李文竹:中国新闻出版研究院助理研究员

编辑部成员:

谢建东:中国人民大学新闻学院博士生

赵新宁:中国人民大学新闻学院博士生

目 录

CONTENTS

让气候传播真正成为社会共识全民行动

——“绿色发展与气候传播研讨会”在北京举行 1

积极推动绿色发展 努力做好气候传播

——在“绿色发展与气候传播研讨会”开幕式上的致辞 郑保卫 8

“气候变化”和“气候传播”相关概念解读 郑保卫 12

《二十四节气志》序 宋英杰 19

我国气候传播研究的机遇与挑战 郑保卫 王彬彬 27

全球气候治理变局分析及中国气候传播应对策略 王彬彬 43

气候传播与公众参与的国际经验 张志强 徐庭姪 58

全球治理下的国家气候传播机制研究 张志强 71

气候传播研究定位探析 王彬彬 86

气象传媒品牌化发展的探索与思考 潘进军 93

发挥民间组织作用 参与全球气候治理 黄浩明 王香奕 许潇潇 陶棋然 99

气候变化传播:历史、挑战、进程和发展方向

..... [美] Susanne Mose 著 赖晨希 译 106

新媒体环境下我国环境传播的新特征 黄河 刘琳琳 127

细节与科学的力量:谈气候变化报道的要素 贾鹤鹏 136

做好气候变化报道的“十八般武艺” 李晓喻 152

框架理论下雾霾议题责任归属的考察

——以《人民日报》《中国青年报》雾霾报道为例 贾广惠 156

基于手段—目的链理论的低碳产品购买动机及其形成机制研究	
..... 熊开容 刘 超 张 婷 于文欣	166
技术导向与价值导向:基于“地下水八成不能饮用”舆情事件框架分析的 环境风险传播策略研究	李文竹 182
《人民日报》和《纽约时报》关于巴黎气候大会报道的比较研究	叶 琼 194
新疆主流媒体气候传播框架分析	艾维依 张 瑞 210
试析政府在气候传播中的主导作用 ——以京津冀地区政府雾霾治理为例	盛新娣 陈明慧 223

让气候传播真正成为社会共识全民行动

——“绿色发展与气候传播研讨会”在北京举行

“筑牢政府、媒体、社会组织、企业、公众‘五位一体’的行动框架,让气候传播真正成为社会共识全民行动”,这是中国气候传播项目中心主任、中国人民大学新闻学院教授郑保卫在2016年12月18日闭幕的“绿色发展与气候传播”研讨会上表达的观点。他说:“自2013年我们提出要‘让气候传播真正形成气候’以来,今天气候传播在我国已逐渐形成气候,今后我们将朝着新的目标努力。”

此次研讨会由中国气候传播项目中心和中国传媒大学绿色低碳发展与品牌传播研究中心、中国传媒大学国家广告研究院联合主办,乐施会(香港)北京办事处支持。来自中国气候传播项目中心、中国人民大学、中国工程院、中国气象局、中国传媒大学、中央电视台、中国新闻社、中国国际民间组织合作促进会、自然资源保护委员会、世界自然基金会、普华永道、深圳航都文化公司、创绿中心、能源基金会、湖北碳排放权交易中心,以及中南民族大学、江苏师范大学、新疆财经大学、青岛大学、新乡学院、武汉大学、广东外语外贸大学、闽江学院,以及康奈尔大学、台湾政治大学和中国天气网、中国气象频道,及《东岳论丛》《采写编》等单位的代表共80余人出席了研讨会。十余名代表在2016年12月17日上午于职工之家举行的开幕式和大会发言环节中发言。

习近平总书记在对生态文明建设所做的指示中强调:要切实贯彻新发展理念,树立“绿水青山就是金山银山”的强烈意识,努力走向社会主义生态文明新时代。而不久前闭幕的马拉喀什联合国气候大会通过的行动宣言则为全球落实《巴黎协定》,共同应对气候变化提出了行动要求。抓紧行动应对气候变化已是刻不容缓。

据联合国环境规划署的报告,2015年是有现代气象记录以来最热的一年,而

这一趋势仍在持续。此外,曾扬言要退出《巴黎协定》的特朗普当选美国总统后,也给全球应对气候变化进程蒙上阴影。

在此背景下举行研讨会,与会者认为,要使绿色发展和应对气候变化的理念更加深入人心,气候传播需要“巧动口舌”,提高“音量”,形成“合唱”。

中国工程院院士、中国气候传播项目中心专家委员会主任杜祥琬指出,气候变化是科学,应对气候变化事关全人类的共同利益。应对气候变化引导全球绿色、低碳发展,这个大趋势是改变不了的。然而,美国新当选总统特朗普在竞选过程中提出的阴谋论也在提醒着我们,“气候变化科学需要传播,需要多费口舌,不仅对公众,也包括大人物”。

中国气候传播项目中心主任郑保卫表示,近年来中国在气候传播方面的话语权越来越大,传播效果也越来越好。今后,加强气候传播要坚持“气候、传播、互动、共赢”四个关键词。政府、媒体、社会组织等利益相关方应通过互动来增进彼此的沟通 and 了解,形成以政府为主,媒体和社会组织为辅,各方通力合作的气候传播机制,使影响力最大化。他提出应建立政府、媒体、社会组织、企业和公众“五位一体”的应对气候变化行为主体框架,五者相互配合、支撑和互动,为应对气候变化提供基础和保障。

“应对气候变化不仅是气象问题,而且是整个社会的问题”,中国气象局公共气象服务中心副主任潘进军认为,作为生态文明建设的重要内容,树立绿色低碳发展理念已成为全社会的共识。在此背景下,应通过气候传播展现中国应对气候变化的积极行动,让更多的社会团体和公众参与到应对气候变化的行动中。

在中国传媒大学学术委员会副主任丁俊杰看来,气候传播不仅是科学问题,也是文化问题,甚至是政治问题,应当由多学科共同介入。

在开幕式之后的大会发言环节,7位来自政府部门、媒体、研究机构 and 企业的代表做了发言。

国务院新闻办詹安玲处长谈到,我们的气候传播在推动气候变化谈判方面发挥了重要作用,今后应该多邀请一些媒体、新闻宣传主管部门、政府部门的人来参加这样的研讨会,要像郑保卫教授所讲的那样做到“五位一体”、协调发展。她希望政府主管部门加大对气候传播研究、指导的力度,推动和促进气候传播,使其能够提高水平 and 质量,讲好中国的绿色低碳发展故事。

除加大“音量”外,气候传播如何提高“音效”也备受关注。中央电视台气象

主播宋英杰认为,对气候传播而言,重要的是传播“气候变化+”。所谓“气候变化+”,就是要融合民间语言 and 传统思维,让公众从日常生活中的实例感受到气候变化,使气候传播更加接地气,更易于接受;同时还要紧密联系现实问题,“不能以不变应万变,而要以万变应万变”。

中国新闻社经济部主任俞岚提出,要改善气候传播的效果,须学会讲好故事。在气候传播实践中应把握新闻报道的“温度”“深度”“硬度”和“广度”,用有血有肉的人物拉近与受众的距离,用有思想、有深度的问题为受众答疑解惑,用硬新闻回应关切,同时还应扩大气候传播的视角,跳出会议写会议。

自然资源保护委员会环境、气候、能源高级顾问杨富强建议,气候传播要“讲故事”,应讲好绿色“一带一路”的故事,讲好中国如何更好发挥领导力的故事。此外,媒体和社会组织应当学会和欧美同行竞争,勇于担当领导角色,在应对气候变化问题上发出更大声音。

世界自然基金会气候和能源项目署理总监杨欣认为,今后应推动更多国际合作与交流,鼓励年轻人加入应对气候变化的队伍中。

普华永道思想领导力小组经理、中国气候传播项目中心研究员蓝澜谈到,气候变化所带来的机遇与挑战为气候传播提供了新角度,绿色金融、碳市场发展、气候相关金融信息披露等问题都值得媒体关注。

深圳航都文化产业投资有限公司董事长陈素平表示,该公司正在加大绿色影视和平台建设,其制作的主题系列纪录片《绿·道》,从绿色建筑、绿色城镇等不同角度切入和展开,收到了良好的传播效果。

在当天下午的气候传播研究进展及学术成果分享专题发言环节,与会研究者就如何实现有效的气候传播等问题进行了互动。

在中国气候传播项目中心团队的研究成果集中展示中,项目中心研究员王彬彬对比分析了目前国内外气候传播的研究现状,她认为未来气候传播的研究要加强跨学科研究方法的引入、借鉴和相互验证,并在学习吸收国际研究成果的同时,贡献更多本土的视角,使研究真正在本土生根。

国家应对气候变化战略研究和国际合作中心综合部副主任张志强介绍了联合国气候变化大会中国角的工作情况,并提出要汇集各方力量,通过调查、数据、理论、实践,多平台发力,推动我们的气候传播事业进一步发展壮大。

中国新闻出版研究院助理研究员李文竹通过风险传播中的一个网络舆情案例,在微观层面探讨了环境风险传播中的议题框架设置问题,提出了识别受众心

理、关联受众身份、平衡框架体系和具象话语形态四个风险传播理念。

中国新闻社记者李晓喻指出,现在联合国气候大会已经成为讨论全球政治经济问题的一个气候版达沃斯,在气候、环境和可持续经济这些议题上争夺领导力的一个舞台,中国的媒体要提高主动出击能力,积极策划热点议题,在气候传播中更充分发挥自己的作用。

《人民日报》记者杨柳就中国媒体气候传播策略问题做了阐述,指出新闻媒体对气候变化问题的议程设置和建构能够提高民众对此问题的认知,从而提高公众参与气候变化议题的意愿,她提出媒体要加深对气候变化的理解,提高议程设置的水平,丰富话语信息量,提升气候传播的效果。

创绿中心气候变化项目官员薛一介绍了创绿中心在内容推广、用户分层、平台搭建、专题设置等方面的成功经验,提出在传播中要注重将气候变化纳入主流社会价值体系中。

能源基金会(中国)传播总监荆卉与大家分享了能源基金会所做的提升能效,发展可再生能源的具体工作,并表示将通过积极的实践行动,为中国的气候传播多做贡献。

中国国际民间组织合作促进会理事长黄浩明,从民间组织的角度与大家分享了对马拉喀什联合国气候大会的感受,强调我们的民间组织一定要参与到全球治理中去,要学会与各种利益相关者打交道,提高民间组织协同合作的能力。

在绿色发展与气候传播研究专题,学者们多视角、全方位地展现了目前气候传播研究丰富与深入的现状。

中南民族大学文学与新闻传播学院徐红教授指出,政府气候传播效果如何将影响到政府的传播策略和相关政策的制定,指出在政府低碳传播过程中,要坚持组织传播与大众传播相结合、组织网络和媒介网络相结合、理念传播和行为传播的结合、常态传播和热点传播相结合的基本原则,提升传播内容的品质。

湖北碳排放权交易中心部门经理杨光星介绍了湖北碳排放权交易中心应对气候变化,进行低碳传播的实践探索,他期望有更多的人关注低碳传播。

中国人民大学新闻学院副教授黄河从环境传播的政策、观念、目的、主体、思路、议题、渠道等方面分析了新媒体时代环境传播的新特征,并指出,要器、道结合,将环境传播、气候传播做得更好。

广东外语外贸大学新闻与传播学院硕士生于文欣探讨了消费者低碳产品购买的内在动机及形成机制,并指出可以通过研究指导企业制定科学的低碳产品定位、消费者细分以及广告沟通策略。

武汉大学新闻与传播学院硕士生叶琼对《人民日报》和《纽约时报》关于巴黎气候大会报道进行了文本分析,指出在环境新闻报道中要注重政治议题与经济议题的平衡,提高环境新闻写作的专业化水平。

台湾政治大学传播学院博士生殷美香运用田野调查方法,对台湾弯腰农夫市集进行深入调研,从气候变化与粮食安全的角度,关注气候变化中受影响的人群,把气候变化体现为一个行动和实践的方向。

来自康奈尔大学传播学系,兼任中山大学互联网与国家治理研究中心研究员的记者贾鹤鹏阐述了各国公众对气候变化的态度及其影响公众态度的社会、政治与经济因素,并通过对社会心理因素影响人们气候变化认知与态度的分析,阐述了气候变化传播研究的未来方向。

江苏师范大学传媒与影视学院贾广惠副教授以《人民日报》和《中国青年报》的雾霾报道为例,分析了媒体在雾霾议题框架建构中所呈现的变动过程,强调其研究的目的在于更好地厘清责任者,引导雾霾公共治理的落实。

18日上午的大会首先举行了天津市精武镇与中国传媒大学绿色低碳发展与品牌传播研究中心战略合作协议的签字仪式。研究中心主任鞠立新讲述了合作的缘起过程,提出要响应中央号召,按照创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念打造精武特色小镇。天津市精武镇副镇长扈树燕介绍了该镇近年来在品牌和低碳传播方面的做法,她对同传媒大学合作寄予期望,愿意共同为实现合作目标而努力。郑保卫教授对这一合作给予高度评价,他提出非常希望这项合作能为气候传播提供一个范例和模式,推动气候传播更好地走向社会、走向民间。

在此后进行的大会讨论环节,与会学者围绕未来如何推进气候传播理论与行动实践,如何创新气候传播合作模式、行动框架,如何完善气候传播策略方法等问题进行了互动和交流。

山东社会科学院《东岳论丛》杂志编辑王源回顾了与中国气候传播项目中心在2013年气候变化国际研讨会时进行的专题合作,表示今后愿意为气候传播研究成果的传播和推广做出新贡献。

河北日报社《采写编》杂志主编白太明表示,要加强与气候传播学术团队的合

作,并当场表态要在其杂志上设立“气候传播”专栏,为气候传播研究提供可靠的学术平台。

青岛大学新闻传媒学院副院长姜昕副教授感慨于气候变化在走向大众的过程中所遇到的争议,强调气候变化问题与每个人息息相关,要通过“五位一体”的传播框架建构,使气候传播从争议中走向科学,从科学中走向大众。

河南新乡学院新闻传播学院院长祁晓霞与实验中心主任杨建宇介绍了新乡学院开展气候传播理论与行动实践的经验,表示要创建独立的专门研究机构,推进气候传播理论研究和推广。

深圳航都文化产业投资有限公司总经理刘晓婷与大家分享了该公司作为一个文化企业对气候传播所做的探索,提出希望能够作为一个样板,吸引更多的人加入,扩充气候传播“五位一体”中的企业板块内容。

新疆财经大学新闻与传媒学院副院长艾美华教授表示要基于新疆作为“一带一路”的桥头堡和向西开发的核心区的重要地缘优势,加强对气候传播和中国形象的对外传播,更好地服务于国家发展。

闽江学院的王艳艳表示要加强对气候变化和气候传播的关注,努力开展实践,为推动气候传播助力。

在闭幕式上,中国气候传播项目中心顾问、重庆大学新闻学院名誉院长、新华社原副社长兼常务副总编辑马胜荣,充分肯定了气候传播研究的学术价值和现实意义,并对今后的气候传播提出了要“直面问题、善于描述、行动起来、厘清概念”的四点期望。

中国气候传播项目中心顾问、中国国际民间组织合作促进会理事长黄浩明在大会点评发言中,总结了此次研讨会取得的积极成果,提出要将气候传播做成像高铁一样的中国名片,成为提高中国软实力的一个主力军。

最后,中国气候传播项目中心主任郑保卫教授做了《让气候传播真正成为社会共识全民行动》的总结发言。他认为,这次研讨会为全国关注气候变化和气候传播的专家学者及各界朋友搭建起了一个学术平台,与会者踊跃参与,广泛交流,充分研讨,取得了丰硕成果。通过此次研讨会,我们聚集了队伍、壮大力量,扩大了影响,气候传播在中国已逐渐形成气候。与会者通过分析形势、沟通思想,凝聚起了共识,同时谋划了未来气候传播的发展之路。他提出,今后的气候传播要进一步廓清概念,统一认识,明确任务,自觉行动,要筑牢政府、媒体、社会组织、企业、公众“五位一体”的行动框架,要让作为“主导者”的政府更加主动,作为“引导

者”的媒体更加尽心,作为“推助者”的社会组织更加积极,作为“担责者”的企业更加尽力,作为“参与者”的公众更加自觉,大家齐心协力,让气候传播真正成为社会共识和全民行动。

开幕式、大会发言和闭幕式分别由王彬彬、张志强和李文竹主持。徐红和鞠立新主持了专题研讨会。(研讨会会务组供稿)

积极推动绿色发展 努力做好气候传播

——在“绿色发展与气候传播研讨会”开幕式上的致辞

郑保卫^①

各位领导、各位嘉宾、各位朋友：

大家上午好！

很高兴能够同大家在这里见面！首先请允许我代表主办单位向全体与会专家学者和各位朋友表示热烈欢迎和衷心感谢！欢迎大家在繁忙的岁末之际前来参加研讨会，感谢大家多年来对中国气候传播项目中心工作的大力支持。

自从2010年我们与乐施会合作共同组建中国气候传播项目中心，开展气候传播理论研究和行动推广以来已有6年时间。在这6年中，我们从跟踪研究哥本哈根联合国气候大会开始，到2015年见证《巴黎协定》的签订，经历了中国从被污名化、妖魔化到被肯定和称道的过程，切实感受到了气候变化问题的重要性和复杂性。今年马拉喀什联合国气候大会通过的“行动宣言”，又让我们看到了世界各国共同应对气候变化的行动决心。

这些年来我们中心的工作取得了一些成绩，在国内外产生了一定影响，离不开各位领导、专家的支持和帮助。

今天出席会议的杜祥琬院士是国家气候变化专家委员会主任，当我们表示想聘请他担任我们项目中心的专家委员会主任时，他愉快地接受了聘请，并对我说，你们从新闻与传播的角度介入气候变化研究很有意义。这些年他多次参加我们在国内举办的研讨会和在联合国气候变化大会所举办的气候传播边会，并且都做

^① 郑保卫系中国人民大学新闻学院教授、博士生导师，中国气候传播项目中心主任，教育部社会科学委员会学部委员兼新闻传播学科召集人。

了发言。他用通俗易懂的语言传播气候变化知识和理念,成为气候传播的引领者。今天,他又莅临研讨会并发表主题演讲,我们向他表示敬意和谢意!

出席今天会议的还有新华社原副社长兼常务副总编辑马胜荣先生,他同我们中国人民大学新闻学院院长赵启正教授是项目中心成立之际最早聘请的两位顾问。多年来,两位顾问始终关心和支持我们的工作,为项目中心的顺利发展倾注了心力。在此,我再次向这些年来给予我们大力支持和帮助的各位项目中心顾问委员会和专家委员会的领导、专家,以及各位朋友表示真诚的谢意!

从项目中心成立起,我们就一直在倡导一个理念:应对气候变化是一种社会行动,需要全社会的共同关注与广泛参与。因此,我们希望越来越多的人能够投入气候变化和气候传播理论研究与行动推广之中。这次参加会议的代表中有不少是加入我们气候传播微信群的朋友。几个月来大家一直在借助手机微信交流,今天得以在会上见面,都感觉格外开心。

这次与我们项目中心共同主办研讨会的有中国传媒大学国家广告研究院,以及新近组建的,即将在会上举行揭牌仪式的中国传媒大学绿色低碳发展与品牌传播研究中心,我们为气候传播队伍的发展壮大感到由衷的高兴,并预祝传媒大学的朋友在绿色低碳发展与气候传播研究方面能够做出成绩,取得进展。

这次研讨会的主题是“绿色发展与气候传播”。下面我想就此问题谈点看法。

“绿色发展”,与“创新发展”“协调发展”“开放发展”和“共享发展”是党的十八届五中全会提出的新发展理念。党中央将其上升到了党和国家发展战略的高度,这充分说明了它的重要性。

“要金山银山,也要绿水青山。绿水青山就是金山银山”,是近些年习近平总书记反复强调的一个观点。最近,他在关于生态文明建设所做的指示中再次强调,要切实贯彻新发展理念,树立“绿水青山就是金山银山”的强烈意识,努力走向社会主义生态文明新时代。

“绿色”意味着环保、清洁、美好,而“绿色发展”则意味着低碳发展、循环发展、可持续发展。

如今积极应对气候变化,树立绿色低碳发展理念,已成为“十三五”时期我国社会经济发展的重要指引。因此,解读绿色发展的内涵,传播绿色发展的理念,推广绿色发展的行动,应该是当前气候传播的一项重要任务。

绿色发展是以低碳、节能、环保为目标的一种经济增长方式和生产发展方式。因此,要实现绿色发展,就要推动形成绿色低碳生产方式,就要加快环境保护、清

洁生产和绿色服务等绿色产业的发展,努力实现经济效益、生态效益、社会效益的有机统一。

另外,要把绿色发展理念与其他发展理念联系起来,使之相互贯通,相互促进,要坚持在不断创新、加强协调和扩大开放中实现绿色发展,而且要让广大群众能够在绿色发展中增强获得感,能够充分共享绿色发展的成果。

认识了绿色发展的科学内涵,还要积极传播绿色发展的理念,推广绿色发展的行动,要让广大群众把实现绿色发展作为自己的行为准则和行动目标,自觉地采用绿色生产方式,养成绿色生活习惯,营造绿色发展环境,让绿色真正成为一种生产方式、生活基调和发展目标。

此次研讨会我们依然使用了2010年第一次举办气候传播研讨会时所概括的四个关键词:气候、传播、互动、共赢。

“气候”与“传播”是两个核心词。我们的一切理论研究和行动推广工作都在围绕着这两个词做文章。我们要研究如何使全社会在气候变化问题上达成共识,如何使人们更多地去关注气候变化,保护生态环境,而这就需要通过“传播”来实现。

“传播”是一种交流、沟通,是参与传播者之间的一种互动。

政府需要通过传播来宣传应对气候变化的政策,表达应对气候变化的立场,促进环境保护绿色发展目标的实现;

媒体需要借助传播来传递气候变化的知识和理念,表达政府和民间应对气候变化的立场和观点,推广应对气候变化的社会行动;

社会组织需要借助传播来阐释气候变化议题的重要性,表达民间社会应对气候变化的立场,吸引公众关注气候变化,践行绿色低碳的发展理念。

“互动”:政府、媒体和社会组织需要通过“互动”来增进相互间的沟通与了解,这样才能形成合力,建立起以政府为主导,媒体和社会组织为辅助力量的气候变化传播机制,发挥出最大的影响力,以推动应对气候变化工作的顺利进行。

在传播互动中还应该包括企业和公众,这样才能形成一个完整的互动体系。

企业在使用绿色能源,开发环保技术,践行节能减排等目标上的责任和贡献是不可忽视的。而公众作为气候变化问题的利益攸关方和应对气候变化行动的直接参与者,需要进一步增强绿色观念和环保意识,自觉地从身边点点滴滴小事做起,为促进绿色低碳发展尽心尽力。

“共赢”:只有这五者“互动”起来,加强合作,才能实现在应对气候变化议题