

环境传播从田园话语、生态系统话语向环境正义
话语的变迁、演进与融合，体现了媒介环境话语的诗
意、科学与民主的诉求。



新锐新闻传播学者论丛



环境传播：

话语变迁、风险议题建构与路径选择

郭小平 ■ 著



Environmental Communication:
Discourse Change, Construction of Risk Issues
and Route Selection



华中科技大学出版社
<http://www.hustp.com>

014008251

G206-05
06

本书系国家社科基金青年项目“基于科学发展观的
与媒体的生态文明传播研究”（项目批准号：08C
和湖北省社科基金项目“环境传播：话语变迁、议题建构与
路径选择”（项目编号：2012225）的部分研究成果

环境传播： 话语变迁、风险议题建构与路径选择

郭小平 ■ 著



*E*nvironmental Communication:

Discourse Change, Construction of Risk Issues and Route Selection



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

中国·武汉

内 容 提 要

伴随着人类社会从工业文明向生态文明的转变,环境传播取向也从田园话语、生态系统话语向环境正义话语变迁、演进、融合,这一过程分别体现了媒介环境话语的诗意、科学与民主的诉求。在理论研究层面,本书探究了风险社会中环境传播的媒体功能,类型化地论述了转型中国的环境风险议题的报纸呈现与影视传播,剖析了环境新闻生产的现实困境,并着重从“社会资本”的视角探究了“邻避冲突”中新媒体、公民记者与环境公民社会的“善治”。此外,研究还探究了生态环境冲突中的媒体的风险沟通问题,并揭示了环境运动中传媒与非政府组织的复杂勾连。在传播策略层面,研究从环境传播的风险伦理、以生态思维重构环境新闻报道、消费社会的环境传播策略等维度,探索性地思考了环境传播的路径选择。

图书在版编目(CIP)数据

环境传播:话语变迁、风险议题建构与路径选择/郭小平 著. —武汉:华中科技大学出版社, 2013.10

ISBN 978-7-5609-9128-3

I. 环… II. 郭… III. 环境保护-传播学-研究 IV. ①X ②G206

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 132163 号

环境传播:话语变迁、风险议题建构与路径选择

郭小平 著

丛书策划:姜新祺 杨 玲

责任编辑:刘 烨

责任校对:马燕红

出版发行:华中科技大学出版社(中国·武汉)

武昌喻家山 邮编:430074 电话:(027)81321915

录 排:华中科技大学惠友文印中心

印 刷:华中理工大学印刷厂

开 本:710mm×1000mm 1/16

印 张:23.25 插页:2

字 数:417千字

版 次:2013年10月第1版第1次印刷

定 价:59.80元

封面设计:范翠璇

责任监印:张正林



本书若有印装质量问题,请向出版社营销中心调换
全国免费服务热线:400-6679-118 竭诚为您服务
版权所有 侵权必究



新锐新闻传播学者论丛

编辑委员会

主 编 张 昆

编 委 (以姓氏笔画为序)

申 凡	石长顺	刘 洁	孙发友
孙旭培	何志武	余 红	吴廷俊
张 昆	张明新	陈先红	欧阳明
赵振宇	钟 瑛	唐海江	郭小平
屠忠俊	舒咏平		

总序

在人类传播史上,能够生活在今天的信息社会之中,是我们莫大的幸运。从人类出现到语言的使用,几百万年间,人类生活在十分单一的媒介环境中,面对面交流是我们祖先基本的交流方式。到了距今万年左右,由于文字的发明,手书文字成了社会沟通的主要手段。再往后几千年,印刷技术发明,近代报刊问世,随着工业革命的进展和报纸的大众化进程,人类进入了以报纸为主要介质的大众传播时代。20世纪初期以来,广播、电视相继问世并且迅速普及,大众传播的生态日趋多样化,人类的社会生活空前紧密,大众媒介在社会生活中扮演的角色也越来越重要。传播现象的复杂化,与此相关的一系列社会问题、传播问题、技术问题的重要性和紧迫性,促成了新闻学、传播学的产生,引发了学界对新闻传播现象的理性关注。到20世纪末21世纪初,以网络为代表的新兴媒体迅速崛起,新的传播手段层出不穷,传播形式花样翻新,传播模式全然变革,各种令人眼花缭乱的传播现象,对新闻传播学提出了拓展、创新、变革的要求,这种要求越来越强烈,终于成为当下推动新闻传播学发展的主要动力。

根据历史唯物主义的原理,人类社会的历史从来都不是匀速演进的。可能在一个相当长的时间段内,历史演进的速度相对比较缓慢,处于渐进的量变之中,令人浑然不觉;而在另一些特别的时间段内,似乎是长期积累的能量得以爆发,历史的演进突然加速,质变取代了量变,在短短的几天时间里,能够实现平时数十年,乃至数百年的进步。也就是说,在历史演进途中,关键时刻的一天、一年,其释放的能量可能相当于平和时期的几年、几十年甚至几百年,犹如火山喷发,其瞬间的能量爆炸性膨胀。由此观之,当今的媒介化时代,可以说是新闻传



播史上最重要的关键时刻,历史上从来没有出现过像今天这样精彩的传播局面,百花齐放,万物竞生,人们比过去任何时代都耳聪目明,传播对社会生活渗透的深度与广度也超过了以往的任何时代。这种新的传播格局,对于今天的新闻传播学界,既是一种机遇,也是一种挑战。

新闻传播学正是在 20 世纪末 21 世纪初新媒体迅猛发展、媒介生态格局突变、媒介化社会及数字化生存等因素的牵引下,实现了突破性的发展。就中国而言,一些新的传播现象、一些与传播有关的社会问题、一些与传播直接相连的重大需求,不仅是学界、业界关注的焦点,而且成为执政党和政府机关在顶层设计时优先考虑的对象。新闻传播学科、新闻传播学各大研究领域、新闻传播教育界,从社会、业界、政府获得了越来越多的资源。相对于其他人文社会科学,新闻传播学展现出显学的姿态。在这一背景下,新闻传播学界人才辈出,研究成果汗牛充栋,新闻传播教育也蒸蒸日上。几乎所有“985”、“211”大学都开设了新闻传播学相关专业,进行本科、硕士甚至博士阶段的人才培养。所有这些,都表明新闻传播业、新闻传播学、新闻传播教育在 21 世纪初这个人类新闻传播史的关键节点上,焕发了空前的活力。

一个学科的发展,往往是与一批杰出学者的兴起分不开的。而这些学者的崛起,又得益于其所处的时代环境的滋养。20 世纪中期以来传播学的勃兴,既是那个时代传播发展的产物,也是那个时代一批杰出学者贡献的结晶。政治学家哈罗德·拉斯韦尔的宣传分析、社会学家保尔·拉扎斯菲尔德的传播效果理论、社会心理学家库尔特·卢因的“把关人”理论、实验心理学家卡尔·霍夫兰的说服研究,以及威尔伯·施拉姆的集大成……没有他们的创造性贡献,就不会有今天蔚为大观的新闻传播学体系。

如今,世界新闻传播学的发展又来到了一个关键的历史节点。新的数字技术带来不胜枚举的新兴媒体,新媒体与传统媒体共生的格局面临着各种新的问题,传播手段、形式的变化带来的传播模式变化,媒体融合背景下专业人才需求的演变,媒体融合时代传统媒体的生存与发展战略,网络化时代的传播自由与社会责任,新的媒介格局决定的社会变迁,全球化语境下国家软实力建构与传播体系发展等,这些问题都不是传统意义上的新闻传播学所能完全解释的。传统意义上的

新闻传播学本身需要突破,需要新视野、新方法、新理论,需要拓展新的思维空间。这种需要对于新闻传播学而言,是一种巨大的推力。在它的推动下,新闻传播学才有可能在现有的基础上实现新的超越。这一切都有赖于一批富有创造精神的杰出学者群体的崛起。而在科学探索方面,最富有创造精神的是新锐的青年学者。因为他们没有包袱、没有负担,视野开阔,思想解放,勇于进取。正是基于对学科责任的认识,华中科技大学新闻与信息传播学院决定与华中科技大学出版社联合推出这套“新锐新闻传播学者论丛”。

“新锐新闻传播学者论丛”第一批收入了十二本专著。包括郭小平博士的《环境传播:话语变迁、风险议题建构与路径选择》,闫隽博士的《贸易政治的媒介镜像》,刘瑛博士的《互联网健康传播:理论建构与实证研究》,邓秀军博士的《纪录片叙述者的主体性研究》,牛静博士的《媒体权利的保障与约束研究》,鲍立泉博士的《技术视野下媒介融合的历史与未来》,周婷婷博士的《中国新闻教育的初曙——以北京大学新闻学研究会为中心的考察》,李华君博士的《政府公关传播:形象塑造、公众沟通与媒介框架》,徐明华博士的《全球化与中国电视文化安全》,刘锐博士的《信息监控与网络治理:社会化媒体实名制研究》,于婷婷博士的《网络购物行为研究——基于在线互动与感知价值的实证分析》,张梅兰博士的《隐喻:在历史与现实的双重叙事中完成》。这些著作既有对新闻传播历史和理论的探讨,又有对当下新闻传播实务变革的深入研究;既涉及传统媒体,又关注了网络新媒体带来的新变化;既有基于政治视角的分析,又有基于产业经济视角或文化视角的探究;既立足于国内新闻传播的历史与现实,又有全球视野的关照。这些著作无一例外,都是以作者原来的博士论文为基础,经过一段时间的沉淀和再思考,在大幅修改、补充的基础上完成的。其作者都是近年来从国内外著名高校引进(或选留)的博士生、博士后。他们虽然在学历背景、专业背景及从业经历上不尽相同,但是出于对新闻传播、新闻传播教育的共同兴趣和强烈的社会责任感,从不同的学校、不同的地方、不同的专业走到了一起,成为同一命运共同体的成员。

这套论丛的公开出版,一方面,对于上述青年学者来说具有重要的意义,他们过去虽然发表了不少论文,在学术界已小有名气,但是独立地出版专著大多还是第一次。这些著作不仅比较全面系统地表达



了他们对复杂的新闻传播现象的独特理解,展现了他们不俗的才华和天才创意,还显示出他们广博的学科视野、扎实的理论基础和深厚的学术素养,更标志着他们学术生涯中一个新的阶段的开始。另一方面,对于华中科技大学新闻与信息传播学院来说,也是对学院青年新闻传播学者研究实力的一次集中展示。华中科技大学新闻与信息传播学院创建伊始,就坚持以人为本的办学理念,尤其将师资队伍建设作为学科建设的重中之重。近十年来,华中科技大学新闻与信息传播学院新补充的师资基本上来自校外,是业界的精英,是来自国内外其他知名高校的优秀博士、博士后。来自五湖四海的学者,怀着共同的理想、共同的兴趣,将不同的专业、学历、经历融汇于一炉,形成了华中科技大学新闻与信息传播学院包容多元、兼收并蓄、开拓进取、锐意创新的文化传统。这套论丛的公开出版,乃是华中科技大学新闻与信息传播学院办学理念的具体体现。

“新锐新闻传播学者论丛”正式付梓,正值华中科技大学新闻与信息传播学院创办三十周年的前夕,也是新闻与信息传播学院向华中科技大学奉献的一份厚礼。三十而立。这三十年的历程,实在是不平凡。三十年前,华中工学院(华中科技大学的前身)领国内工科院校风气之先创办新闻学系(专业)时,新闻学系(专业)在校内是唯一的文科专业,白手起家,只有单一新闻学本科专业;如今,在人才培养方面,本科层次有新闻学、广播电视学、广告学、传播学、播音与主持艺术五个专业,硕士研究生层次,学术硕士方面有新闻学、广播电视学、广告与公关、传播学四个硕士点,专业硕士方面有新闻与传播、出版两个专业硕士点,博士研究生层次有新闻学、传播学、广告与传媒经济、广播电视与数字媒体四个博士点。在此之外,还有两个国家级特色专业、一个国家级校外实践基地、一门国家精品视频公开课、一门国家级精品课、一门国家级精品资源共享课。科学研究方面,三十年前的华中工学院新闻学系(专业),教学是重中之重,科研仅仅体现在教材编写上;如今,华中科技大学新闻与信息传播学院是国内新闻传播的学术重镇,截至2012年年底,学院不到40人的学术团队仅在研的国家社会科学基金资助课题就有15项,其中国家社会科学基金重大课题2项,还



有2项教育部重大课题(马克思主义理论建设工程教材)。学科建设方面,三十年前,华中工学院新闻学系(专业)只有本科、只有教学,根本谈不上学科;如今,华中科技大学新闻与信息传播学院是国内较早拥有新闻传播学一级学科博士学位授予权的单位之一,还有一个新闻传播学一级学科博士后流动站,新闻传播学科还是湖北省一级学科重点学科。在学术研究、人才培养、社会服务等方面,华中科技大学新闻传播学科在学界、业界都得到了正面的评价。今天这套“新锐新闻传播学者论丛”的问世,更是彰显了华中科技大学新闻传播学科的活力。

梁启超的《少年中国说》曾感化教育了几代中国人。“故今日之责任,不在他人,而全在我少年。少年智则国智,少年富则国富,少年强则国强,少年独立则国独立,少年自由则国自由,少年进步则国进步,少年胜于欧洲则国胜于欧洲,少年雄于地球则国雄于地球。红日初升,其道大光;河出伏流,一泻汪洋。潜龙腾渊,鳞爪飞扬;乳虎啸谷,百兽震惶。鹰隼试翼,风尘吸张;奇花初胎,矞矞皇皇。干将发硎,有作其芒。天戴其苍,地履其黄。纵有千古,横有八荒。前途似海,来日方长。”每读及此,我都热血沸腾,不能自己。如果把这段话置于科学发展的语境,同样也是适用的。新闻传播学科是一个年轻的充满生机的学科领域,它的永续发展,也需要青年的朝气与活力。只有造就一支强大的青年学者队伍,充分激发青年学者的潜力,新闻传播学科的发展才会有源源不竭的动力。虽然我已经不再年轻,但作为过来人,我深知青年学者们正是需要社会支持、帮助的族群。我们应当想方设法为青年学者的成长创造各种必要的条件,要努力营造出宽松自由的环境,要尽量解除束缚他们想象力、创造力的物质和精神障碍。

“新锐新闻传播学者论丛”得以顺利出版,首先要感谢国家“985”工程建设项目的资助。由于学界同仁的鼓励及学校领导的支持,以华中科技大学新闻传播学科为主体的“新媒体与社会发展研究基地”得以在华中科技大学“985”三期建设工程中单独立项。其次,还要感谢华中科技大学出版社的关心和支持,特别是出版社总编辑姜新祺教授及相关责任编辑,他们为这套论丛的策划与出版费尽心力。当然,我



们还要感谢这套论丛的十二位作者,正是由于他们的努力耕耘,我们才得以享用这份精美的学术大餐。

我们期待着“新锐新闻传播学者论丛”的出版能够给中国新闻传播学科的发展和建设带来新的正能量,期待着这套论丛的问世,能够引起中外学界、业界的正面回应,期待着这批青年学者能够再接再厉,在科学思维和学术探索方面攀上新的台阶、进入新的境界。

张 昆

华中科技大学新闻与信息传播学院院长

国务院学位委员会学科评议组新闻传播学科组成员

2013年1月20日

目录

contents...

绪论	/1
一、环境传播的现实语境:风险社会与生态环境危机	/1
二、环境传播的媒介依赖	/3
三、环境传播的现实路径:环境风险、传媒与可持续发展	/5
四、研究的目的与研究问题的提出	/7
五、研究的现实意义与理论意义	/8
六、研究方法	/12
第一章 中西方环境传播研究的概况	/14
第一节 环境传播、环境新闻与生态传播的概念界定	/14
一、“环境传播”的界定	/14
二、概念辨析:“生态传播”与“传播生态”	/18
第二节 西方环境传播的研究概况	/19
一、西方环境新闻研究的流变	/20
二、西方环境新闻研究的主要议题	/22
三、对西方环境风险传播的评价	/37
第三节 我国环境传播研究的概况	/39
一、我国环境传播的研究现状	/39
二、对我国环境传播研究的评价	/50

第二章 中外环境新闻传播发展的脉络梳理	/51
第一节 西方环境新闻传播的发展历程	/51
一、20 世纪 60 年代以前:资源保护运动与环境新闻的滥觞	/51
二、20 世纪 60—70 年代:环境新闻的成熟	/52
三、20 世纪 80—90 年代:环境新闻的发展	/56
四、20 世纪 90 年代至今:环境新闻的兴盛	/58
第二节 我国环境新闻传播的阶段性演变	/61
一、中国环境新闻的启蒙阶段(1970 年代)	/62
二、中国环境新闻的起步阶段(1980—1991)	/63
三、中国环境新闻的发展阶段(1992—2002)	/65
四、中国环境新闻的繁荣阶段(2003 年至今)	/68
第三章 环境话语变迁、环境理念的嬗变与环境报道的转型	/72
第一节 生态环境报道演变的背景:从工业文明到生态文明	/72
一、原始文明:依赖森林与生态传播的萌动	/72
二、农业文明:毁林开荒与生态文学传播的诞生	/73
三、工业文明:发展至上与科技至上思维主导下的“人类中心主义”传播观	/73
四、生态文明:“人、自然与社会和谐”框架下的传播观	/74
第二节 西方环境新闻的话语变迁	/76
一、媒介的“田园话语”及其“诗意”诉求	/77
二、媒介的“生态系统话语”及其“科学”诉求	/83
三、媒介的“环境正义话语”及其“民主”诉求	/84
第三节 环境理念的嬗变与我国媒体的环境意识觉醒	/87
一、环境理念的嬗变与环境报道的理念更新	/87
二、我国媒体的环境意识觉醒的复杂动因	/88
第四节 我国环境报道的演变	/90



一、从报告文学到新闻报道的转变	/90
二、报道内涵不断丰富与报道领域不断拓展	/91
三、环境报道形式的多样化	/94
四、环境报道常态化	/94
五、单一“曝光模式”的突破	/95
第五节 我国环境传播的发展趋势	/97
一、环境传播的渠道与组织机构的多元化	/97
二、环境传播的“融合新闻学”取向	/99
三、环境传播中社会资本的获取:大众传媒与环保 NGO 的互动	/101
第四章 风险社会中环境传播的媒体功能	/107
第一节 风险社会中媒体角色的功能性定位	/107
一、媒体角色的界定	/107
二、风险社会学对媒体角色的探究	/108
第二节 环境风险的媒介预警	/110
一、大众传媒是环境风险的反思性监控机制之一	/110
二、风险预警是环境传播的重要功能	/111
三、有效发挥媒体的环境风险预警功能	/113
第三节 生态环境信息的传播	/124
一、大众传媒是受众获取生态环境信息的主要渠道	/124
二、大众传媒传播生态环境信息的主要方式	/125
第四节 环境风险的舆论监督	/137
一、我国的环境报道的演进:从正面报道、风险批评到绿色反思	/138
二、环境传播中的舆论监督	/139
三、环境沟通中大众传媒进行舆论监督的策略	/142
第五节 媒体的生态教育功能	/151
一、生态教育的传播途径	/151
二、媒体的生态教育功能:警示与示范	/156

三、媒体生态教育的主要体现	/158
---------------	------

第五章 转型社会中环境风险议题的报纸呈现 /162

第一节 社会变迁与我国报纸环境新闻的演变	/162
----------------------	------

一、社会转型与环境风险的媒体“能见度”之变	/162
-----------------------	------

二、“国家与发展”框架下环境风险的媒体建构:我国社会 转型与环境新闻的演变	/164
--	------

三、报纸的环境意识不断地提高	/168
----------------	------

第二节 报纸环境议题分化与“环境正义”的诉求	/169
------------------------	------

一、城市“废弃物”的媒体再现:风险社会的环保主题	/170
--------------------------	------

二、城市废弃物处置风险报道的议题框架差异	/172
----------------------	------

三、“城市废弃物”的媒介呈现:城市化与民主化的 双重议题	/179
---------------------------------	------

第六章 风险社会中影视媒体的环境传播 /183

第一节 风险社会中生态纪录片传播的多维审视	/183
-----------------------	------

一、生态纪录片的滥觞及其发展	/183
----------------	------

二、生态风险的影像书写及其“生态政治”	/186
---------------------	------

三、参与式影像传播与环境沟通民主	/189
------------------	------

四、社会转型与我国自然生态类纪录片的变迁	/191
----------------------	------

五、生态影视的“终极关怀”	/197
---------------	------

第二节 环境风险与迪斯尼动画片的生态文化传播	/198
------------------------	------

一、生态风险与动画片的生态意识	/198
-----------------	------

二、迪斯尼公司不同历史时期的生态主题	/200
--------------------	------

三、迪斯尼动画中的绿色寓意	/202
---------------	------

四、迪斯尼动画片的生态叙事与生态文化传播	/204
----------------------	------

第三节 生态纪录片的跨文化传播优势、策略与伦理	/206
-------------------------	------

一、生态纪录片“影像书写”的跨文化传播优势	/206
-----------------------	------

二、我国生态纪录片跨文化传播策略	/208
------------------	------

三、生态纪录片跨文化传播的风险伦理	/213
-------------------	------

第七章 社会资本视角下新媒体的环境传播 /217

第一节 环境传播中的新媒体使用——社会资本的视角

/218

一、新媒体传播视域的“社会资本” /219

二、新媒体为环保传播实践“赋权” /220

三、新媒体促进环保运动的社会动员 /223

第二节 “邻避冲突”中的新媒体、公民记者与环境公民社会的“善治” /226

一、环境公民社会与环保公共领域的生成 /227

二、新媒体背景下环境生存权益的表达机制 /229

三、新媒体视阈下环境公民记者的参与式传播 /230

四、环境“善治”的重要社会机制：新媒体与环境公民记者的环境参与 /233

第八章 转型社会的环境新社会运动、环境群体

事件与媒体沟通 /238

第一节 媒介化社会的环境运动 /238

一、新社会运动视阈下的环境运动与大众传媒 /238

二、我国环境运动的媒介依赖 /241

三、环境传播视阈下环境运动与媒体功能 /244

第二节 环境群体性事件中的媒介功能与公众维权的话语策略 /245

一、环境群体事件的界定 /245

二、环境群体事件报道量的增加 /247

三、环境群体性事件中大众传媒的功能 /249

四、环境群体事件的媒体再现与公众维权的话语策略 /254

第三节 环境群体性事件的微博传播、社会动员与风险沟通策略 /258

一、2012 年典型环境群体性事件的传播特征 /258

二、环境群体性事件中微博的社会动员 /261

三、环境群体性事件的微博沟通与风险治理策略	/265
第四节 环境运动中的媒介与 NGO	/268
一、环境运动与大众传媒的关系	/268
二、环境运动中 NGO 与媒体联盟存在的问题分析	/272
第九章 环境新闻生产视阈下生态文明传播的	
现实困境	/278
第一节 环境新闻生产:传媒的公共属性与市场	/278
逻辑的冲突	
一、我国媒介的双重属性与环境新闻生产面临的挑战	/279
二、商业逻辑下报纸环境报道的价值追求	/279
三、《新快报》“绿版”(1998—2001)的短暂命运:新闻专业主义与市场主义的博弈	/280
第二节 传媒消费主义与环保传播的张力	/283
一、消费社会、消费主义与环境危机	/283
二、传媒消费主义倾向与生态文明传播的博弈	/287
三、镜像与现实:高端杂志中的消费主义、阶层再现与生态文明的解构	/291
第三节 环境新闻生产的偏差	/300
一、报道观念偏差:极端的“经济增长论”与“环境中心论”	/301
二、新闻题材选择出现偏差	/301
三、环境新闻从业人员缺乏科学知识	/303
四、生态报道缺乏持续性	/304
五、媒体生态文明传播的片面化倾向	/304
第四节 环境新闻生产:多重博弈主体与生态环境	/308
话语冲突	
一、政党与政府:政治精英对环境话语的主导	/308
二、民间环保组织:环境公民社会的话语实践	/310
三、新闻传媒:环境议题的建构与环境话语的媒介形塑	/310



四、公司企业:绿色营销的话语实践	/316
五、专家:科学话语下的客观主义追求	/318
六、公众:环境生存权益的表达以及对“专家知识”的挑战	/319

第十章 环境传播的路径选择	/323
----------------------	-------------

第一节 环境传播的风险伦理	/323
一、坚持环境报道的风险责任伦理	/324
二、环境报道:从“人类中心论”转向“生态中心论”	/326
三、倡导风险报道的“环境正义”诉求	/328
四、环境风险沟通的民主	/333
第二节 以生态思维重构环境新闻报道	/335
一、生态环境风险的形象再现	/336
二、生态报道的叙事策略:抽象议题的具象化	/338
三、立足于受众以强化环境报道的接近性	/341
四、借助融合媒介促进受众的环保参与	/343
五、立足媒体定位形成环境报道特色	/344
六、增加环境报道的趣味性与辩证性	/347
第三节 消费社会的环境传播策略	/348
一、可持续消费与媒体传播	/350
二、“绿色消费”的媒介倡导	/351
三、适应消费社会特征的生态文化传播	/354

结 语	/356
------------	-------------

后 记	/357
------------	-------------
