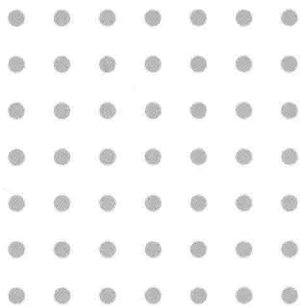


电视媒体中的生态文明与 环境价值观传播研究

柴巧霞 著



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

湖北省社科基金项目『电视媒体中的生态文明与环境价值观念传播研究』
(项目编号 2016055) 研究成果

电视媒体中的生态文明与 环境价值观念传播研究

DIANSHI MEITIZHONG DE SHENGTAI WENMING YU
HUANJING JIAZHIGUAN CHUANBO YANJIU

柴巧霞 著



WUHAN UNIVERSITY PRESS
武汉大学出版社



图书在版编目(CIP)数据

电视媒体中的生态文明与环境价值观传播研究/柴巧霞著.—武汉:
武汉大学出版社,2019.7

ISBN 978-7-307-20876-6

I.电… II.柴… III.生态环境—环境保护—电视—传播媒介—研究 IV.①X171.1 ②G22

中国版本图书馆CIP数据核字(2019)第080875号

责任编辑:李琼 责任校对:李孟潇 整体设计:马佳

出版发行:武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮箱:cbs22@whu.edu.cn 网址:www.wdp.com.cn)

印刷:武汉鑫佳捷印务有限公司

开本:720×1000 1/16 印张:16.75 字数:241千字 插页:1

版次:2019年7月第1版 2019年7月第1次印刷

ISBN 978-7-307-20876-6 定价:56.00元

版权所有,不得翻印;凡购我社的图书,如有质量问题,请与当地图书销售部门联系调换。

目 录

第一章 绪论	1
第一节 选题缘由与研究意义	1
第二节 概念界定	11
第三节 文献综述	15
第四节 研究思路与研究方法	47
第五节 研究难点与创新点	51
第二章 电视媒体中环境价值观传播的理论逻辑和 实践背景	53
第一节 环境价值观传播和环境公民身份建构的 理论逻辑	53
第二节 环境价值观传播和环境公民身份建构的 实践背景	69
第三节 环境传播与环境公民身份建构的关系重塑	79
第三章 公民环境意识的形成与电视媒体的环境 价值观形塑	84
第一节 中国公民环境意识的形成	84
第二节 新环境范式的书写：传统电视媒体的环境 价值观建构	97
第三节 环境政策的扩散：微博空间中的环境价值观 建构	120
第四节 绿色公共领域的建构：视听新媒体的环境 价值观“赋权”	134

第五节 环境传播与环境公民身份建构的互动·····	144
第四章 环境传播中公民的参与式书写及绿色身份建构·····	154
第一节 公民参与行为的发生及绿色身份认同的形成·····	157
第二节 公民参与行为的理性化及绿色身份认同的 强化·····	166
第三节 公民参与的方式选择及对绿色身份建构的 推进·····	172
第四节 公民的参与式书写对政府环境决策 民主化的推动·····	180
第五章 电视媒体中环境价值观传播的现存问题与 制约因素·····	182
第一节 生态理性和公民参与建构的相对欠缺·····	182
第二节 政治和权力的双重制约·····	186
第三节 经济利益和“洗绿”的双重影响·····	193
第四节 消费主义对生态理性的冲击·····	197
第五节 “公民唯私主义综合征”的影响·····	201
第六章 电视媒体环境价值观建构的路径选择·····	207
第一节 生态思维的重塑与生态理性建构的强化·····	207
第二节 政府和媒体关系的重塑与政治和权力 干预的减少·····	217
第三节 媒体功能的再审视与经济利益影响的削弱·····	224
第四节 绿色消费理念及传播策略的重塑·····	227
第五节 “公民唯私主义综合征”的治疗·····	229
第六节 政府、电视媒体、公民互动关系的重塑·····	237
第七章 结语·····	249
参考文献·····	251

第一章 绪 论

环境问题和可持续发展已经成为 21 世纪人类面临的巨大难题之一。早在 2013 年初，联合国发布的《2013 年人类发展报告》就显示，如果世界各国继续忽略环境问题，将导致贫困问题的出现，估计到 21 世纪中期会有超过 30 亿人口因环境问题而陷入极端贫困之中。当前，中国的经济发展已经取得了全球公认的成绩，然而 GDP（国内生产总值）的增长却不能掩盖一个令人担忧的事实，生态环境正在日趋恶化。2017 年 12 月 4 日，在第三届联合国环境大会上，联合国环境署发布最新报告《迈向零污染地球》指出，环境恶化导致全世界每年 1260 万人死亡，占全球每年死亡人口的 1/4。《柳叶刀》污染与健康委员会的最新报告也指出，污染造成的福利损失每年超过 4.6 万亿美元，相当于全球经济产出的 6.2%。^①事实上，环境问题所引发的不仅仅是一个个单纯的生态学命题，而是直接指向深层次的制度安全、社会正义与文化观念的问题，与此同时，环境问题的解决也必须依赖政府、市场、公民的多重努力。

第一节 选题缘由与研究意义

一、选题缘由

当前，环境问题已经从各类社会矛盾中凸显出来，成为影响人

^① 刘毅、李志伟：《第三届联合国环境大会在内罗毕开幕》，2017 年 12 月 4 日，人民网-国际频道（<http://world.people.com.cn/n1/2017/1204/c1002-29685380-3.html>）。

们身体健康和正常生活的重要因素。据生态环境部宣传教育司的相关统计报告显示,2017年大气污染防治中的“治理雾霾”话题的报道量最多,其中仅中央主流媒体的报道量就达到了3559篇。^①2017年初,京津冀及周边地区出现大面积、长时间空气重污染过程,引发舆论高度关注,有关污染天气的讨论也在网络上不断发酵,逐步演变成全国性热点舆情。这些持续性的环境危机现象的发生,也成为本书的现实动力。具体而言,本书的选题缘由主要包括:

(1) 环境问题已成为重要社会问题

由于中国长期以来走的是一条“先污染后治理”的路子,这在客观上促成了“吉登斯悖论”现象的出现。“吉登斯悖论”是英国学者安东尼·吉登斯(Anthony Giddens)在《气候变化的政治》中提出的。它指的是“全球变暖带来的危机看起来很可怕,但在日复一日的生活中不是有形的、直接的、可见的,因此许多人会袖手旁观,不会对它们有任何实际的举动。然而,坐等它们变得有形,变得严重,那时再去临时抱佛脚,定然是太迟了”^②。换句话说,“吉登斯悖论”表明的是,当尚有采取行动的余地的时候,人们却不采取行动,而一旦到了必须采取行动时,却已经没有行动的余地了。当前,环境问题已经成为了一个典型的“吉登斯悖论”现象。

环境是最大的公共物品,而日益严重的环境问题,不仅威胁人类健康,更影响到社会生活的方方面面。2012年以来,中国大部分地区在冬春之际持续出现的雾霾天气不断引发人们的关注。继雾霾之后,水污染又让环境问题再次成为社会热点,据国土资源部调

^① 生态环境部宣传教育司:《大气污染防治主流媒体报道规律研究报告》,《环境舆情动态》2018年7月4日,第172期(总第3008期)。

^② [英]安东尼·吉登斯:《气候变化的政治》,曹荣湘译,社会科学文献出版社2009年版,第2页。

查,2000—2002年,全国地下水资源符合Ⅰ类至Ⅲ类标准^①的有63%,而到2011年,“较差至极差”水质的监测点比例却上升到了55%。^②而2017年7月,美国科学促进会期刊的一份“全球大量生产塑料的全球分析”的报告则警示世人,从现有使用塑料的情况来看,到了2050年,丢弃在垃圾填埋地和环境中的废弃塑料将超过130亿吨。^③面对环境污染的严峻现实,环境保护部前副部长吴晓青认为,环境污染现象正是中国快速工业化发展累积下来的环境问题的集中表现,倘若不转变经济发展模式就不能根本改善。^④

(2) 环境危机的出现提出了环境“善治”的要求

所谓“善治”(good governance)就是“好的治理”,它是通过政府、公民及其他力量的合作式管理,所达到的公共决策与管理绩效的最优化和最大化。^⑤而环境危机的出现也提出了反思当前经济发展模式、实现环境“善治”的要求。由于传统的工业化与城市化的生产生活方式是不可持续的,其反生态的本质呼吁人们转变发展过程中的物质主义至上的现代化思维模式,这就把建立新的环境标准、实现可持续发展、重塑绿色思想、倡导绿色生活方式、吸纳社会力量参与环境管理等,纳入体制的重新设计和公共决策的议题范畴之中。

① 依照《地表水环境质量标准》,我国水质分为五类,其中Ⅰ类为水质良好、Ⅱ类为轻度污染、Ⅲ类适用于集中式生活饮用水、Ⅳ类适用于一般工业保护区及娱乐用水、Ⅴ类适用于农业用水区及一般景观要求水域,超过Ⅴ类水体基本已无使用功能。

② 严厚福:《用法治向地下水污染宣战》,《人民日报》2013年2月21日。

③ 李夏君编:《地球迈向“塑料星球”:67年产逾91吨塑料垃圾》2017年7月21日,中国新闻网(<https://www.chinanews.com/gj/2017/07-21/8283766.shtml>)。

④ 杨理光:《正确处理环境保护与经济发展的关系是当前和今后环保工作难点》2013年3月15日,新华网(http://news.xinhuanet.com/2013lh/2013-03/15/c_115043494.htm)。

⑤ 俞可平:《增量民主与善治》,社会科学文献出版社2005年版,第1~20页。

近年来，中国政府在环境“善治”方面迈出了实质性的步伐。2013年9月10日，国务院下发了《国务院关于印发〈大气污染防治行动计划〉的通知》，文件制定了大气污染防治十条措施（俗称“大气十条”）。2015年4月16日，又发布《国务院关于印发水污染防治行动计划的通知》（俗称“水十条”）。2016年5月28日，国务院印发《土壤污染防治行动计划》（俗称“土十条”），对今后一个时期我国土壤污染防治工作作出全面战略部署。“大气十条”“水十条”“土十条”的相继实施是我国全方位治理污染的重要举措。事实上，中国政府在经济发展规划及政策制定方面已经开始更多地考虑环境因素，中国的“十二五”规划（2011—2015年）就将建设生态文明摆到突出的位置，被生态主义学者罗宾·艾克斯利（Robyn Eckersley）称为“迄今为止最‘绿色’的一个全国规划，它标志着向低碳经济转型的一个更认真努力的开端”^①。而在党的“十八大”“十九大”等重要会议精神中，党和政府也显示出了建设生态文明的坚强决心，并提出“建设生态文明是关系人民福祉、关乎民族未来的大计，是实现中国梦的重要内容”“用制度保护生态环境”以及“建立吸引社会资本投入生态环境保护的市场化机制，推行环境污染第三方治理”^②等环境治理思想。

（3）环境传播是环境风险的反思性监控机制之一，也是影响环境“善治”的重要因素，电视媒体则是实现这一监控机制的重要载体

从环境传播的社会功能方面来看，环境传播连接了人们的环境安全认知和社会结构的变革。一方面，它承担起了传递环境风险信息 and 环境知识的功能。在环境传播中，基本的环境知识、生态观念和环境伦理主张，国家的环境制度、政策决议和发展规划，周围的

^① [澳] 罗宾·艾克斯利：《绿色国家：重思民主与主权》，郁庆治译，山东大学出版社2012年版，中译版前言第1页。

^② 参见2013年11月12日中国共产党第八届中央委员会第三次全体会议通过的《中共中央关于全面深化改革若干重要问题的决定》《习近平系列重要讲话读本》等文件。

环境污染信息以及生态建设信息等内容，得以传达给普通公民，不仅使得公民的环境意识得以增长，更为培养合乎时代要求的环境友好型公民准备了基本条件。另一方面，环境传播也是公民的一种话语表达途径。借助传播力量，环境治理中的某些问题和矛盾得以被发现，公民也得以表达自身的环境权益主张，从而实现对环境风险的反思性监控。在环境传播的作用下，环境问题得以从单个的社会议题升级为公共议题，公民合理的环境权益主张也得以上传到政府。借助于传播的力量，在相关的环境决策过程中，政府和普通公民之间有了进一步对话与协商的可能，而环境决策中的协商与对话，正是合作式环境治理形成的基本条件，这有助于推动环境治理“善治”的实现。

近年来，环境维权和“邻避冲突”事件的增多，不仅是普通公民环境意识提高的结果，更是由地方政府与普通公民之间沟通渠道缺乏、沟通过程不通畅而造成的。这里的“邻避冲突”也被称为“邻避运动”，它是“Not In My Back Yards”简称“NIMBY”的中文音译词，可以直译为“别建在我家后院”。这一运动起源于20世纪70年代，美国部分地方的居民发起抵制环境污染企业建立在居住地附近的运动，后来人们逐渐把居民发起的旨在保护自身生活领域免受具有环境负面影响的工业设施或公共设施干扰的一类社会运动称之为“邻避运动”。2007年厦门PX（对二甲苯）事件是近年来我国影响最大的“邻避冲突”事件，也让人们认识到公民参与在环境决策中的重要作用。由于一直缺乏正常的参与渠道和沟通方式，人们不得不运用“散步”、集会等非正常甚至是非法的公民参与方式，来表达对某些环境决策的不满。如2011年8月辽宁大连发生的反对PX（对二甲苯）项目游行，2012年5月27日、6月2日上海松江区居民的反对垃圾焚烧事件，2012年7月1日四川德阳什邡市民的反对钼铜项目事件，同年7月28日江苏南通启东市民反对王子制纸排海工程项目事件，2013年5月初，四川彭州以及云南昆明市民分别发起的抵制PX（对二甲苯）项目事件，2014年4月10日，广东茂名反对PX（对二甲苯）项目事件等。在这些公共事件中，环境传播起到了传递相关信息以及沟通政府及公民

的作用，不仅使得单个的环境问题上升为公共议题，使得人们的环境知识进一步增加，更在客观上起到了增强公民的环境维权意识以及环境公民身份认同的“启蒙”作用。

电视媒体作为重要的一种大众传播媒介形式，它是环境价值观传播的重要载体和方式，也是环境公民身份建构的重要途径，已经成为影响环境“善治”的重要因素。

(4) 环境公民身份建构是生态文明和环境价值观传播的实践活动，也是彰显环境正义和培育环境友好型公民的社会实践，是实现环境“善治”的关键步骤

“环境正义”(environmental justice)是不同地域、不同族群以及不同国家在应对生态危机时，应承担的环境权责之间的一种平衡的关系，它最关心的是人们在环境行为中利益与损害的分配。^①从环境公民身份的建构目标和过程来看，它是公民为了获得基本的环境权利以及履行基本的环境义务，而采取的一种旨在改善生态环境质量的斗争模式和赋权模式。在环境公民身份建构的过程中，无论是在日常生活中努力践行环境保护的普通公民，还是在“邻避运动”中积极维权的公民，甚至是在环境公益诉讼中以非营利组织(NGO)形式而被组织起来进行积极申诉的公民，他们所期盼的正是实现环境决策和治理过程中的公平与正义。而环境正义的基本主张是，每个人、每个社群、每个民族都有权享受环境社会报酬和生活机会。当前的环境公民身份建构活动不仅主张争取不同地区、不同人群之间的环境利益及机会选择的平等性，更主张实现不以伤害后代人的环境利益为代价的社会发展，这充分彰显了环境正义的精神，也是生态文明和环境价值观的重要传播实践。

此外，环境公民身份建构的过程也是生态文明和环境价值观内化为公民实践的动态过程，是培养环境友好型公民的重要途径。当前环境公民身份建构活动不仅力图实现公民的基本环境权利，它更要求公民正视并承担起自身的环境责任，成为一个负责任的、品德

^① Jamieson. Justice: The Heart of Environmentalism [M]. Environmental Justice and Environmentalism. Cambridge, Mass: MIT Press, 2007: 89-98.

高尚的环境友好型公民，这也是生态文明对每个公民的要求。从环境维权到承担社会责任，环境公民身份建构的这种变化，有助于培养具有绿色意识和绿色思想的环境友好型公民。而一批具有绿色思想的、品德高尚的环境友好型公民的形成，也是环境公民身份认同形成的前提，这也为公民积极参与环境决策和管理过程打下了基础，从而推动了环境“善治”的进程。

(5) 环境传播与环境公民身份建构之间互为条件，相互之间存在一种强烈的互动的关系，二者之间的互动过程极大地丰富了生态文明的实践内涵

一方面，环境传播激发了环境公民身份建构活动，为后者的实现创建基本条件。事实上，环境传播本身也是环境公民身份建构的一种途径和渠道。无论是普通公民，还是环境记者，他们借助各种传播渠道，揭露和反映环境风险及环境破坏行为，监督政府的环境决策过程，传递新环境伦理和生态观念，倡导绿色生活方式，这些行为本身正是公民维护自身的环境权益和履行自身环境责任的一种斗争和赋权模式，是生态文明建设的重要内容。而环境传播还扩大了环境公民身份建构行为的影响力和社会动员能力，借助于传播媒介，尤其是大众传媒，更多公民产生了环境公民身份的认同感，并愿意加入环境公民身份的建构活动中。此外，环境传播还培育了具有生态保护意识的公民，为环境公民身份认同的形成以及环境维权行为的开展创造了条件，许多的社会调查数据都证明了这一点。而环境公民身份建构的目标之一，正是为了维护人们的基本环境权利和践行自身的环境义务。因此，在传播和践行生态文明，培育公民的生态理性和环境伦理，以及促进公民的环境参与等方面，环境传播和环境公民身份建构之间存在许多共通之处。

另一方面，环境公民身份建构也影响了环境传播的过程，并推动了环境传播的发展，从而形成了新的环境传播特征。由于环境议题蕴含着丰富的传播价值，它与传播媒介的价值取向存在一致性，加上我国政府正在大力推动生态文明建设，因此，环境公民身份建构活动也经常成为环境报道和环境传播的重要议题，这就扩大了环境传播的内涵及外延。而公民及环境记者在环境公民身份建构的过

程中，还积极探索新的传播技巧，开拓新的传播渠道和载体，这就进一步丰富了环境传播的内容。他们在各类媒体平台上的公开讨论及沟通，也在客观上促进了“绿色公共领域”的形成，从而推动了环境传播的发展。此外，在某些重大环境公共事件当中，公民的某些环境保护主张甚至会演化为合理的政策倡导行为，直接影响并推动环境决策的变化。

总之，环境难题正好处在生态系统和人类社会系统的交集上，具有双重的复杂性，而环境难题的解决也必须依赖多方力量的介入。其中，环境传播与环境公民身份建构是两个非常重要的因素，二者之间互为条件，相互促进。它们在推动绿色思想和环境价值观的传播，提高公民的环境保护素养，推动公民积极的环保参与，以及促进环境“善治”的实现等方面，都发挥了重要的作用。

二、研究意义

探索电视媒体中的生态文明和环境价值观传播以及随之而来的环境公民身份建构问题，是对现实生态危机及“善治”要求的一种呼应，目的是形成环境公民的身份认同，培养具有生态理性的公民，实现政府、电视媒体和公民间的良性互动，从而推动环境传播实践的发展。研究电视媒体中的生态文明和环境价值观传播问题，对于当下的中国社会而言，具有重要的理论意义和现实价值。

（一）理论意义

从环境传播的理论脉络上看，自 20 世纪 60 年代环境传播研究在西方诞生以来，相关研究都显示出了对生态环境不堪重负的社会现状的一种理论关切。围绕环境问题的发生及解决，环境传播研究逐步形成了建构主义与实用主义两套研究范式。然而，无论是环境传播研究中的建构主义模式，还是环境传播研究中的实用主义模式，它们共同的研究指向都是探讨环境传播中的社会结构和话语系统的变迁问题。而公民作为社会结构及话语系统变迁的推动者之一，也是环境传播中的重要参与主体，公民的环境意识以及环境公民身份认同状况，直接影响了社会结构及话语系统变迁的进程。因

此，在环境传播研究中引进“公民”维度的相关研究是十分必要的。

再从环境公民身份的理论脉络来看，它是20世纪中后期以来在生态运动的推动下出现的一种环境政治理论思潮，90年代中期以来，环境公民身份问题在西方社会产生了广泛的影响。而环境权利与环境义务之间的关系一直是相关研究的重要主题，围绕这一主题逐渐形成了自由主义环境公民身份、公民共和主义环境公民身份、世界主义环境公民身份等不同的流派。虽然它们在公民的环境权利与义务的侧重点上有所分歧，但逐渐形成了一个基本共识，即认为在提倡自由和民主的社会中，必须培养符合可持续发展要求的公民。而环境传播影响了公民对环境问题的基本认知，也影响了对符合可持续发展要求的公民的培养进程，因此，研究电视媒体中的环境公民身份建构问题，不仅有助于丰富环境传播的理论内涵，更有助于丰富环境公民身份建构的理论内涵。

而从我国相关研究的历史演进来看，由于受到发展问题的遮蔽，我国的环境问题研究起步较晚。20世纪80年代末期，在大众媒体环境报道的指引下，环境危机意识才开始进入国人的视线，但中国真正的大规模的环境治理活动直到90年代中后期才开始启动，环境传播的相关研究更是新世纪以来才出现的现象，这明显滞后于中国生态环境问题日益严峻的现实。加上目前中国的环境传播研究大多偏重描述性和介绍性的专著和论文，它们或侧重于对西方理论的引进和介绍，或侧重于描述当前环境新闻的现状，不少研究论文仍然是就环保而谈环保，很少触及环境传播的内核问题，如环境正义、公民的环境权利与义务、公民的环境身份认同等内容，因此，在环境传播研究中，增加相关分析性、反思性的研究显得较为重要。对此，本书采取了一种批判性和反思性相结合的理论视角，沿着环境传播的实用主义研究路径，既阐明了电视媒体中生态文明及环境价值观建构的理论逻辑、实践背景和基本内涵，更反思了当前电视媒体中生态文明及环境价值观的建构过程、现状及障碍因素。此外，本书还对政府、电视媒体、公民三者之间良性互动的形成，进行了分析和探讨。这都将在理论上丰富环境传播的

研究内容。

(二) 现实意义

从现实意义来看，本书也具有较强的现实针对性。环境作为最大的公共物品，它不仅关系到人们的身体健康和日常生活，更关系到国家和社会的环境安全。而环境安全是一种不同于传统意义上的军事安全、政治安全、经济安全、文化安全等的非传统安全问题，它是一种由环境议题引起的或者体现为生态环境领域的国家安全问题。^① 在中国，长久以来人们都将环境安全和环境治理问题视为政府的责任，并认为普通公民在环境政治中的作为很小或根本无所作为，这也导致中国公民参与的欠缺。事实上，环境问题的解决，既需要政府的主导，也需要媒体的参与，更需要普通公民的积极参与，这就为本书指明了基本方向。在现实价值方面，本书具有双重意义：一方面，本书探讨了环境传播与环境公民身份建构之间的关系，并分析了电视媒体中生态文明及环境价值观传播的内涵、意义、方式及现状，这能够助力公民环境身份认同的形成，也有助于培养具有绿色思维和环保意识的公民，促进公民积极理性的参与行为，从而推动环境传播的实践；另一方面，本书还分析了政府、电视媒体及公民在环境传播与环境公民身份建构过程中的具体角色及互动关系，这有助于推动三者之间良性关系的形成，从而推动环境治理方式的改进和环境“善治”的实现，为中国的生态文明建设提供了一种新的思路。

三、研究问题

环境风险日益严重的社会现实不断触发我们对现代文明的反生态本质作出深层反思：在环境风险频繁发生的时代，我们需要

^① Hurell A. International Political Theory and The Global Environment [M]. International Relations Theory Today. Pennsylvania: Pennsylvania State University Press, 1995: 150-152.

作出怎样的努力才能减少环境危机的发生？而什么样的生态观念和环境伦理范式才是最适合这一时代需求的？作为社会制度和社会话语重要驱动模式的环境传播，是如何建构并传播时代所需的生态观和环境伦理范式的？它又是如何建构政府、市场、公民等诸多主体的环境权利和义务关系的？事实上，生态观念、环境伦理范式、公民的环境权责，这些既是环境公民身份建构的具体内容，也是推动环境治理“善治”实现的重要步骤。鉴于此，本书对电视媒体中的环境公民身份建构问题展开研究，并致力于回答以下问题：

(1) 环境传播与环境公民身份建构之间的关系是怎样的？

(2) 为什么电视媒体需要传播生态文明与环境价值观？为什么电视媒体需要建构环境公民身份？

(3) 作为社会制度和社会话语重要驱动模式的环境传播，它是如何利用电视媒体来建构并传播环境价值观问题的？而当前中国电视媒体中的环境价值观传播和环境公民身份建构又存在哪些问题和障碍？

(4) 在环境价值观传播和环境公民身份建构的过程中，政府、电视媒体、公民各自扮演了怎样的角色，各自又发挥着怎样的功能？他们是怎样互动的？如何才能实现三者之间的良性互动？

第二节 概念界定

环境、环境传播、生态文明、环境价值观、公民身份和环境公民身份是本书的起点，我们先对相关概念进行界定。

一、环境

威廉·P·坎宁安主编的《美国环境百科全书》认为，环境（environment）一词源于法语，古法语中的“vire”和“viron”（前缀en-）是其来源，意思是“圆周、到处、周围乡村、巡回”。而从词源学来看，它既有整体性的含义，即指一切生物生活于其中

的整体，同时又显示出关联性，即指事物与外界之间的互动。^①

对于中文里的“环境”一词，《辞海》第六版作了如下界定：“①环绕所辖区域；周匝。②一般指围绕人类生存和发展的各种外部条件和要素的总体，分为自然环境和社会环境。”^②

由此可见，所谓的“环境”是指，人类生活于其中的各种外部条件和要素的总和，它既包括自然环境也包括人文社会环境，而本书所指的“环境传播”主要取的是自然环境的释义。

二、环境传播

根据现有的文献，对于“环境传播”（environmental communication）的界定至少可以追溯到1989年德国社会学家尼克拉斯·卢曼（Niklas Luhmann）。他认为，环境传播的主题关涉环境问题，它的目的在于促使一个社会的传播结构及话语体系发生变化。^③

进入21世纪后，其他学者也围绕环境传播的界定问题进行了一些研究。例如在罗伯特·考克斯（Robert Cox）看来，环境传播更应当被视为一种驱动模式。因为它不仅影响了公众关于环境问题的认知，更表明人与自然之间存在密切的关系，它既是实用主义的，同时也是建构主义的。^④

这些定义都揭示，环境传播的核心是探讨连接环境安全和社会变革的符号解释行为和话语建构行为。因此，本书侧重于关注那些引发了公众注意，并改变了社会话语系统和传播结构的环境议题。

① [美] 威廉·P. 坎宁安：《美国环境百科全书》，张坤民主译，湖南科学技术出版社2003年版，第206页。

② 辞海编辑委员会：《辞海》（第六版），上海辞书出版社2009年版，第781页。

③ Luhmann N. Ecological Communication [M]. Chicago, IL: University of Chicago Press, 1989: 28.

④ Cox R. Environmental Communication and Public Sphere [M]. London: Sage, 2006: 12.