

# 《环境传播》

## 图书基本信息

书名：《环境传播》

13位ISBN编号：9787560991283

10位ISBN编号：7560991289

出版时间：2013-9-1

出版社：华中科技大学出版社

作者：郭小平

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu111.com](http://www.tushu111.com)

# 《环境传播》

## 内容概要

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再现与影视传播，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。

《环境传播——话语变迁风险议题建构与路径选择》立足于社会发展的风险语境，探究如下几个问题：

- (1)西方媒介的环境话语如何演变，这又如何反映到环境传播的研究之中？
- (2)大众传媒在环境风险沟通中扮演了怎样的角色？
- (3)国家、市场与社会视阈下中国的环境传播如何演变？环境NGO如何获取“政治资本”并借助大众传媒进行环保言说？报刊、广播电视与网络新媒体如何呈现环境风险和建构环保议题？媒体在环境群体事件中如何有效发挥其风险沟通功能？
- (4)西方媒体如何再现中国的环保形象？我国政府如何强化“绿色公关”与对外环境传播？
- (5)我国环境传播面临怎样的现实困境？我国大众传媒的环境传播路径如何选择？

## 作者简介

郭小平华中科技大学新闻与信息传播学院院长助理、广播电视学系主任、博士生导师，曾任湖北广播电视总台经济电视频道总监助理。湖北蕲春人，武汉大学新闻与传播学院硕士（广播电视新闻学方向）、博士（新闻学方向）。

2013年入选教育部“新世纪优秀人才支持计划”，2014年入选“华中学者”晨星岗。香港城市大学媒体与传播系青年访问学者（2011.04）；湖北广播电视台经济电视频道总监助理（2011.9 - 2012.9）。

主要研究广播电视与新媒体、风险传播等，主持2项国家社科基金项目、4项省部级社科项目。先后在《新闻与传播研究》、《国际新闻界》、《现代传播》、《新闻大学》等杂志上发表多篇学术论文，独著《风险社会的媒体传播研究：社会建构的视角》、《环境传播——话语变迁风险议题建构与路径选择》及《视听新媒体导论》，合著《重大突发公共事件中的广播电视舆论引导能力研究》。曾获全国广播电视学术著作二等奖、湖北新闻奖（论著）二等奖、湖北省社会科学优秀成果二等奖。

湖北省高等教育学会新闻与传播教育专业委员会常务理事、副秘书长，中国广播电视协会电视学研究会委员会会员，湖北省网络文化协会网络新闻评议会会员，湖北广播电视总台与华中科技大学共建“广播电视与新媒体研究院”研究员。

## 书籍目录

- 一、环境传播的现实语境：风险社会与生态环境危机
- 二、环境传播的媒介依赖
- 三、环境传播的现实路径：环境风险、传媒与可持续发展
- 四、研究的目的与研究问题的提出
- 五、研究的现实意义与理论意义
- 六、研究方法
- 第一章中西方环境传播研究的概况
- 第一节环境传播、环境新闻与生态传播的相关概念界定
- 一、“环境传播”的界定
- 二、概念辨析：“生态传播”与“传播生态”
- 第二节西方环境传播的研究概况
- 一、西方环境新闻研究的流变
- 二、西方环境新闻研究的主要议题
- 三、对西方环境风险传播的评价
- 第三节我国环境传播研究的概况
- 一、我国环境传播的研究现状
- 二、对我国环境传播研究的评价
- 第二章中外环境新闻传播发展的脉络梳理
- 第一节西方环境新闻传播的发展历程
- 一、20世纪60年代以前：资源保护运动与环境新闻的滥觞
- 二、20世纪60 - 70年代：环境新闻的成熟
- 三、20世纪80 - 90年代：环境新闻的发展
- 四、20世纪90年代至今：环境新闻的兴盛
- 第二节我国环境新闻传播的阶段性演变
- 一、中国环境新闻的启蒙阶段(1970年代)
- 二、中国环境新闻的起步阶段(1980 - 1991)
- 三、中国环境新闻的发展阶段(1992 - 2002)
- 四、中国环境新闻的繁荣阶段(2003至今)
- 第三章环境话语变迁、环境理念的嬗变与环境报道的转型
- 第一节生态环境报道演变的背景：从工业文明到生态文明
- 一、原始文明：依赖森林与生态传播的萌动
- 二、农业文明：毁林开荒与生态文学传播的诞生
- 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
- 四、生态文明：“人、自然与社会和谐”框架下的传播观
- 第二节西方环境新闻的话语变迁
- 一、媒介的“田园话语”及其“诗意”诉求
- 二、媒介的“生态系统话语”及其“科学”诉求
- 三、媒介的“环境正义话语”及其“民主”诉求
- 第三节环境理念的嬗变与我国媒体的环境意识觉醒
- 一、环境理念的嬗变与环境报道的理念更新
- 二、我国媒体的环境意识觉醒的复杂动因
- 第四节我国环境报道的演变
- 一、从报告文学到新闻报道的转变
- 二、报道内涵不断丰富与报道领域不断拓展
- 三、环境报道形式的多样化

## 四、环境报道常态化

## 五、单一“曝光模式”的突破

### 第五节我国环境传播的发展趋势

#### 一、环境传播的渠道与组织机构的多元化

#### 二、环境传播的“融合新闻学”取向

#### 三、环境传播中社会资本的涉取：大众传媒与环保NGO的互动

## 第四章风险社会中环境传播的媒体功能

### 第一节风险社会中媒体角色的功能性定位

#### 一、媒体角色的界定

#### 二、风险社会学对媒体角色的探究

### 第二节环境风险的媒介预警

#### 一、大众传媒是环境风险的反思性监控机制之一

#### 二、风险预警是环境传播的重要功能

#### 三、有效发挥媒体的环境风险预警功能

### 第三节生态环境信息的传播

#### 一、大众传媒是受众获取生态环境信息的主要渠道

#### 二、大众传媒传播生态环境信息的主要方式

### 第四节环境风险的舆论监督

#### 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

#### 二、环境传播中的舆论监督

#### 三、环境沟通中大众传媒进行舆论监督的策略

### 第五节媒体的生态教育功能

#### 一、生态教育的传播途径

#### 二、媒体的生态教育功能：警示与示范

#### 三、媒体生态教育的主要体现

## 第五章转型社会中环境风险议题的报纸呈现

### 第一节社会变迁与我国报纸环境新闻的演变

#### 一、社会转型与环境风险的媒体“能见度”之变

#### 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

#### 三、报纸的环境意识不断地提高

### 第二节报纸环境议题分化与“环境正义”的诉求

#### 一、城市“废弃物”的媒体再现：风险社会的环保主题

#### 二、城市废弃物处置风险报道的议题框架差异

#### 三、“城市废弃物”的媒介呈现：城市化与民主化的双重议题

## 第六章风险社会中影视媒体的环境传播

### 第一节风险社会中生态纪录片传播的多维审视

#### 一、生态纪录片的滥觞及其发展

#### 二、生态风险的影像书写及其“生态政治”

#### 三、参与式影像传播与环境沟通民主

#### 四、社会转型与我国自然生态类纪录片的变迁

#### 五、生态影视的“终极关怀”

### 第二节环境风险与迪斯尼动画片的生态文化传播

#### 一、生态风险与动画片的生态意识

#### 二、迪斯尼公司不同历史时期的生态主题

#### 三、迪斯尼动画中的绿色寓意

#### 四、迪斯尼动画片的生态叙事与生态文化传播

## 第三节生态纪录片的跨文化传播优势、策略与伦理

- 一、生态纪录片“影像书写”的跨文化传播优势
- 二、我国生态纪录片跨文化传播策略
- 三、生态纪录片跨文化传播的风险伦理

## 第七章社会资本视角下新媒体的环境传播

### 第一节环境传播中的新媒体使用——社会资本的视角

- 一、新媒体传播视域的“社会资本”
- 二、新媒体为环保传播实践“赋权”
- 三、新媒体促进环保运动的社会动员

### 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”

- 一、环境公民社会与环保公共领域的生成
- 二、新媒体背景下环境生存权益的表达机制
- 三、新媒体视阈下环境公民记者的参与式传播
- 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

## 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

### 第一节媒介化社会的环境运动

- 一、新社会运动视阈下的环境运动与大众传媒
- 二、我国环境运动的媒介依赖
- 三、生态文明视阈下环境运动与媒体功能

### 第二节转型社会中环境群体事件的媒体沟通

- 一、环境群体事件的界定
- 二、环境群体事件报道量的增加
- 三、环境群体性事件中大众传媒的功能
- 四、环境群体事件的媒体再现与公众维权的话语策略

### 第三节环境运动中的媒介与NGO

- 一、环境运动与大众传媒的关系
- 二、环境运动中NGO与媒体联盟存在的问题分析

## 第九章环境新闻生产视阈下生态文明传播的现实困境

### 第一节环境新闻生产：传媒的公共属性与市场逻辑的冲突

- 一、我国媒介的双重属性与环境新闻生产面临的挑战
- 二、商业逻辑下报纸环境报道的价值追求
- 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

### 第二节传媒消费主义与环保传播的张力

- 一、消费社会、消费主义与环境危机
- 二、传媒消费主义倾向与生态文明传播的博弈
- 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

### 第三节环境新闻生产的偏差

- 一、报道观念偏差：极端的“经济增长论”与“环境中心论”
- 二、新闻题材选择出现偏差
- 三、环境新闻从业人员缺乏科学知识
- 四、生态报道缺乏持续性
- 五、媒体生态文明传播的片面化倾向

### 第四节环境新闻生产：多重博弈主体与生态环境话语冲突

- 一、政党与政府：政治精英对环境话语的主导
- 二、民间环保组织：环境公民社会的话语实践
- 三、新闻传媒：环境议题的建构与环境话语的媒介形塑
- 四、公司企业：绿色营销的话语实践
- 五、专家：科学话语下的客观主义追求
- 六、公众：环境生存权益的表达以及对“专家知识”的挑战

## 第十章 环境传播的路径选择

### 第一节 环境传播的风险伦理

- 一、坚持环境报道的风险责任伦理
- 二、环境报道：从“人类中心论”转向“生态中心论”
- 三、倡导风险报道的“环境正义”诉求
- 四、环境风险沟通的民主

### 第二节 以生态思维重构环境新闻报道

- 一、生态环境风险的形象再现
- 二、生态报道的叙事策略：抽象议题的具象化
- 三、立足于受众以强化环境报道的接近性
- 四、借助融合媒介促进受众的环保参与
- 五、立足媒体定位形成环境报道特色
- 六、增加环境报道的趣味性与辩证性

### 第三节 消费社会的环境传播策略

- 一、可持续消费与媒体传播
- 二、“绿色消费”的媒介倡导
- 三、适应消费社会特征的生态文化传播

结语

## 精彩短评

- 1、一本比较系统的研究中国当下环境传播的专著
- 2、对入门来讲帮助不大。就议题建构而言自己还深入不进去呢。

## 版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu111.com](http://www.tushu111.com)