

綠色文化與傳播

◎北京林業大學·鐵錚

◎臺北海洋技術學院·張仕賢 (shchang2256@gmail.com)

綠色文化是人類與自然環境協同發展、和諧共進並能使人類實現可持續發展的一切與各種植物、綠色理念直接相關的，與生態保護關係較緊密的文化。綠色文化是人類為適應環境而創造的以綠色植物為主體、以綠色理念為內涵、以綠色行為為表象的所有文化現象的總和。它不僅是上述多種文化的綜合表現，而且在這些文化的基礎上進一步延伸，並且具有獨特的內涵和發展，是一種新興的、獨立的、且全面的文化類別。綠色文化的傳播對於促進人類社會發展、促進生態保護和生態文明建設，具有十分重要的意義。

綠色文化的概念與構成

近來，與生態、環境相關的各種文化現象層出不窮，研究者的提法不一，所用概念的內涵和外延也不盡相同，所強調的重點也不一樣。筆者所界定的綠色文化，主要包括了3個組成部分：一是與森林文化、草原文化、花卉文化、生態文化、竹文化、茶文化、古樹名木文化等所並行的以綠色植物為主體的，因植物和人類關係而產生的文化現象；二是由綠色植物文化衍生出來的相關文化現象，比如森林動物文化、木文化等等；三是滲透著以可持續發展、人與自然和諧為內核的科學發展觀的多種文化現象。比如綠色的行為文化等。

綠色文化是一種綜合的文化。其外延包括狩獵文化，與農業、林業、城市綠化以及所有的植物學科等相關的文化。綠色文化與

其它相關文化的最大區別是：綠色文化既涉及物質方面的內容，又突出了綠色的理念；既針對植物為主體的客觀世界進行研究，又強調人的主觀意志；既包括以綠色植物為主體的群落和生態環境中產生的文化現象，又有很大的包容性、具有廣闊的外延和拓展。

綠色文化的概念是一個非常寬泛的概念。它基本包含三層含義。第一層含義是，綠色文化是和綠色植物直接相關的文化。其中包括了花草文化、樹木文化等，也應包括稻、麥、穀、油菜等農作物文化；第二層含義是，綠色文化涉及與綠色植物間接但緊密相關的文化。比如木文化。木文化與森林文化不同，是從森林的木材生產後所帶來的文化現象。自然應該包含在綠色文化中。與此類似的還有「盆景文化」。但這裡有個問題，「木文化」、「盆景文化」不簡單地等同於綠色文化。其衡量標準，正如前面所述，一定要看其是否對生態有意義、是否護衛環境。山上砍樹做盆景衍生的盆景文化就不是綠色文化。用濫砍濫伐來生產木材，儘管其產品非常美、能給人類帶來很多便利，但這種「木文化」也不是綠色文化；第三層含義是，表面上看來和綠色植物沒有直接的關係，但它滲透著人與自然的和諧發展、可持續發展、科學發展的理念。這樣的文化現象，也屬於綠色文化的範疇。比如綠色出行、垃圾分類回收等綠色生活方式衍生的綠色行為文化。走路、回收垃圾等和綠色植物沒有什麼關係，但它與綠色發展直接相關，



北京林業大學自然保護區學院是世界上唯一的一所自然保護區學院

屬於綠色文化的第三層含義。

應該指出，綠色文化是這三者相加、相融之後構成的。如果只是強調其中的某一個方面，綠色文化就不全面，就會有偏頗之處。

綠色文化傳播的主體與責任

綠色文化在傳播中形成，在傳播中發展。綠色文化的傳播，起碼有兩個最基本的含義：一個是傳播的內容屬於上述的綠色文化範疇。這樣就構成了綠色文化最基本的傳播。比如傳播生態知識、植樹種草技術、生態保護理念、生態文明政策等等。以綠色文化為基本內容的傳播，都屬於綠色文化傳播的範疇。但僅僅這樣理解還不夠。更重要的

是，在傳播的過程中是否符合綠色文化的基本理念。縱觀現在的很多傳播，可能傳播的內容本身是綠色的，但卻違背了綠色文化理念、或不利於綠色文化理念的傳播。這樣的傳播，儘管傳播的內容是與綠色有關，但它仍不屬於綠色文化傳播的範疇。

綠色文化傳播的主體，有個體、有大眾，有社會媒體，也有非政府組織。理論上講，每個人都應該成為綠色文化傳播的志願者，都有責任和義務傳播綠色文化。其中，媒體傳播最為重要。尤其是現在已經進入媒介時代。媒體對社會、對公眾影響十分巨大。因此，利用媒體進行綠色文化傳播最為有效。，動員、引導媒體從業人員加入到綠色文化傳

播行列中來十分重要。他們能發揮至關重要的作用；「意見領袖」的作用不可小覷。尤其是在網際網路飛速發展的時代，明星、公眾人物等都擁有可觀的粉絲和追隨者。他們的傳播的確能夠起到一呼百應、千應的效果；學生綠色志願者是綠色文化傳播的生力軍。他們富有朝氣、充滿活力，容易接受新事物，對生態保護和生態文明事業具有熱情和嚮往；政府官員是決策者和管理者，在綠色文化傳播中也應該承擔相應的責任；非政府組織是綠色文化傳播的中堅。其成員多具有強烈的生態保護意識，具有前瞻性的生態文明理念，承擔著綠色文化傳播的重要使命。

綠色文化傳播中最重要的是既要言傳還要身教。綠色文化的傳播者要以身作則，從而達到最佳的傳播效果。現在有一種現象，就是在屋子裡很環保、很綠色，或者在論壇上談論

問題時很環保、很綠色，但出了門之後、沒有人在旁邊時、落實到具體行為，就不環保、不綠色了。做到知行合一非常難。這也正是綠色文化傳播面臨的艱巨任務之一。

組織傳播在綠色傳播中也發揮著重要的作用。近年來的全球斷電一小時活動，就是非政府組織發起的，在世界上產生了很大的影響。在國外的許多城市，整個城市斷電一小時。讓人們在黑暗中體會節能減碳的重要性，反思氣候變化給社會帶來的種種問題。這對綠色文化的傳播有一定的推動作用。一些大學的生態保護社團在綠色文化傳播中發揮著重要作用。組織傳播比個體傳播、零散傳播更有力量，行為更具有衝擊力。因此，更應該特別的重視。組織的綠色文化傳播社會既包括組織面向社會的綠色文化傳播，也包括組織內部的綠色文化傳播。



對學生進行綠色文化教育是北京林業大學長期堅持的做法。圖為該校經濟管理學院邀請著名畫家現場創作，為學生講解繪畫對植物的藝術再現



北林大自然保護區學院師生進行野外樣地監測



北京林業大學自然保護區學院師生開展野外鳥類調查

綠色文化傳播更需要借助大眾傳播的力量。進入21世紀之後，實際上已經進入一個媒介的時代。沒有一個人可以脫離媒介的包裹。人們的一言一行、一舉一動都受著媒介的影響。媒介說好人們就跟著說好，媒介說不好大家可能就以為不好。在這種社會環境下，如果能借助大眾傳播的力量進行綠色傳播，其效果更加有效。

綠色文化傳播的問題與表現

近年來，綠色文化的傳播取得了一定的成績，但還存在許多問題。主要表現在以下3個方面。

第一，綠色文化傳播的總量不夠。在世界範圍看，專門傳播綠色文化的社會媒體非常少。有一些報刊雖以傳播綠色文化為己任，但都是專業性的、行業性的，基本上都是行業內部人、專家學者看，在社會上對公眾的影響力極其有限。在某種程度上，其傳播具有較強的內向性。其傳播的內容多是業內人士、專家學者熟悉的、瞭解的，那些應該知曉的受眾反而看不到。社會公眾所接觸的多是社會性強的紙質、廣播、電視、網路媒體。而這些媒體綠色文化的內容較少。總體來看，綠色文化傳播的數量不夠、頻度不夠、深度不夠。綠色內容、



北京林業大學自然保護區學院學生在野外調查植被

綠色資訊所占的量在報導中微乎其微。這是一個特別普遍存在的問題。

第二，綠色文化傳播的速度慢、時間非常滯後。比如地球熄燈1小時活動。這個事件的最佳傳播時間應該是國外醞釀活動時就提早傳播。這樣可以影響和帶動更多的人採取相應的活動。但多數媒體都是在事發之後才進行傳播的。這種滯後傳播的效果就差了許多。目前，媒體對許多綠色文化活動都是事後報導的，甚至過了好久才報導。比缺少必要的前期傳播，使得綠色文化活動的效果大打折扣。

第三，傳播的內容與綠色理念相悖。比如經常有媒體報導要清除「雜草」。這種提法

和綠色文化不相符合。自然界並沒有哪種草是雜草，只是相對於其它目的樹種、目的植物來講，是一種雜草。但在生態環境裡，在多樣性裡，任何草都有它存在的價值；還有一個問題，就是在傳播過程中過分強調「以人為本」。在社會學概念中「以人為本」是對的。但在人與自然的關係中，過分強調「以人為本」就不妥當了。比如某報報導「公共汽車撞樹」，其關注點和著眼點是人是否受傷，而不是樹是否被撞壞。事實上，人與自然是共榮共生的，都需要關注、關照；在傳播過程中用一種傾向掩蓋著另外一種傾向的，或者是掩蓋著科學規律的也非常多。比如說某地山區春天下降雪。有的媒體報導說「春雪貴如油」。這種提法並不科學。一方面降雪在一定程度上對緩解旱情來說是有幫助的，但對於剛剛返青的植物來說，可能容易造成凍傷。籠統地提「春雪貴如油」是不妥當的。某報頭版頭條的題目是《乾毛巾也要擠出水來》，講的是某公司精細化管理開展節能減碳工作。但這個標題不符合綠色文化傳播的理念。毛巾擰破了，水也不一定擰出來，還會造成新的浪費。類似這樣的報導和傳播，目前來看還有很多很多。

綠色文化傳播的改進與強化

綠色文化傳播對於生態文明建設、對於綠色事業的發展具有重大意義。如何改進和強化綠色傳播，是當前社會面臨的重要任務。筆者認為，強化和改進綠色文化傳播要從3個方面入手、注意5個方面的問題。

綠色文化傳播的改進和強化，首先需要社會上的重視、政府的投入。同時需要從3個方面入手：一是努力吸引更多的大眾傳播媒

介介入。大眾傳播媒介應該成為綠色文化傳播的主體。大眾傳播媒介的力量是強大的，尤其是社會性的媒體更是如此。如何引導大眾媒體加入綠色文化傳播的行列是迫切需要解決的問題；二是要特別重視發揮新媒體的作用。新媒體層出不窮，發展迅速，有很大的受眾群，適應了社會的時尚，在綠色文化的傳播中應該發揮重要的作用。微博、微信和用戶端等媒體，應該引起高度重視，充分發揮其在綠色傳播中的作用；三是要統籌發揮傳統媒體的作用。傳統媒體在現階段仍具有一定的受眾群，並且具有指向明確、製作成本低的優勢。在提倡新的傳播形式的同時，也不能忽視傳統媒介所能發揮的作用。

在綠色文化傳播中，需要注意5個方面的具體問題。第一，要通俗易懂。過於高深、過於專業、過於學術其傳播效果都不好。要強調易得性，容易被廣大受眾所接受；第二，要寓教於樂。多採用娛樂化形式進行傳播，不要板著面孔訓人。多採取老百姓喜聞樂見的形式，創造輕鬆愉快地接受資訊的語境和氛圍；第三，要重視與受眾互動。互動傳播的效果要比單向的傳播要好。要想方設法調動受眾接受資訊的積極性，讓其參與其中，而不僅僅是被動地接受資訊；第四，要快捷迅速。當前社會已進入秒殺時代，傳播速度決定著傳播內容的生命。要盡量加快傳播速度，爭取在第一時間加以傳播，適應受眾對資訊的多種需求；第五，要講究貼近性。要從廣大受眾的角度入手，找到貼近受眾的突破口。從受眾的角度選擇資訊、篩選資訊、報導資訊，激勵廣大受眾對綠色文化的興趣和渴望。⊗