

学校编码：10384

分类号_____密级_____

学 号：30620071152889

UDC_____

厦 门 大 学

硕 士 学 位 论 文

环保 NGO 在中国的传播沟通策略比较研究

——以“绿色和平”和“自然之友”为例

A Comparative Study of the Environmental NGOs'
communication strategies in China

-----based on the cases of Greenpeace & Friends of Nature

王冠华

指导教师姓名： 赵洁 副教授

专业名称： 传 播 学

论文提交日期： 2010 年 4 月

论文答辩日期： 2010 年 月

学位授予日期： 2010 年 月

答辩委员会主席： _____

评 阅 人： _____

2010 年 4 月

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为()课题(组)的研究成果,获得()课题(组)经费或实验室的资助,在()实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

（ ） 1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，
于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

（ ） 2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

厦门大学博硕士学位论文摘要库

摘要

本文通过对“绿色和平”和“自然之友”两个环保 NGO 组织的考量，探讨了环保 NGO 在中国的传播策略。本文以两个组织进行的环保活动作为研究案例，分别从大众、政府、传媒、企业四个维度对其传播活动进行分析，从而看到了国际环保 NGO 和本土环保 NGO 各自的传播策略优势和不足。在此基础上，认识到两个组织在组织运行、传播态度、形象展现以及文化根基四个方面存在一定差异。最后，针对这样的特点为环保 NGO 在中国的传播策略提出了相关的建议。

通过分析，本文认为：国际环保 NGO 在西方文化的背景下，有着独特的社会位置。他们经过多年的发展积累，已经形成了制度化的运作，专业程度较高，但在行事上比较激进；而中国的环保 NGO 才刚刚起步，各方面都处于规范之中，在某种程度上更加依赖个人的力量。在项目运作的过程中显得比较业余，行事风格上趋于保守，但对中国的国情把握得比较准确。因此本文提出，环保 NGO 要学会和各方“利益关系人”打好交道，注意他们的需求，有针对性的处理好本土实际和国外经验的关系，最后形成具有中国特色的本土化经验。

鉴于目前国内众多环保 NGO 的研究大多集中于对环保 NGO 组织概念、特征、现状、存在问题以及与其他社会部门关系等方面描述性的研究，本文在此基础上提出了“利益相关人”传播模式，以组织传播的视角来看待环保 NGO 组织，也算是一种新的学术尝试。

除此之外，在现实意义层面上，我们也可以通过比较本土环保 NGO 和国际环保 NGO 之间在传播策略上的差距和异同，为我国环保 NGO 的发展献计献策，助其更快更好的发展。

关键词：环保 NGO；组织传播；绿色和平；自然之友

Abstract

Based on the environmental NGO case study of Greenpeace and Friends of Nature, the paper explores environmental NGOs' communication strategies in China. Through activity research in four dimensions, namely the mass, the government, the media and the enterprises, the paper makes a comparison between the international NGOs and the local NGOs in China. The paper finds out that they differ from each other in the aspects of organization operation, communication attitudes, image displays and culture ballasts. In the end, the paper gives suggestions to the environmental NGOs' communication strategies.

According to the analysis, international NGOs have special social roles under the western cultural background. With years of development, they have accumulated rich experience such as systematic operating and highly professional. However, Chinese environmental NGOs have just took-off and many aspects are under regulation. To some extent, they depend on individual's power more. And also, they are not as professional and radical as the western ones. However, they have a good comprehension about China's actual conditions. Therefore, the paper suggests Chinese environmental NGOs should draw lessons from the international NGOs and applies them into the Chinese actual condition to form a special Chinese environmental NGO way.

The current environmental NGOs' research is mainly descriptive focusing on the definition, traits, present situation and problems. However, the paper put forward a communication model named "affected interests" from the perspective of organizational communication. It can be a new try in some way.

In addition, the paper also has realistic significance. The paper provides some suggestions for Chinese environmental NGOs through the comparison and contrast with international NGOs.

Keywords: Environmental NGOs; Organizational communication ; Greenpeace ; Friends of Nature

绪 论.....	1
1 研究背景与动机	2
2 研究目的与研究方法	4
3 研究流程	5
第一章 文献综述	6
1.1 环保 NGO 在中国的发展	6
1.1.1 NGO 组织概述	6
1.1.2 环保 NGO 在中国	7
1.2 环保 NGO 传播策略的相关研究	9
第二章 国际环保 NGO 绿色和平的传播模式研究.....	14
2.1 个案扫描：电子垃圾污染事件	14
2.2 “利益相关人”模式下的绿色和平	18
2.2.1 行动为王：全方位的公众信息传播	18
2.2.2 训练有素：专业的媒体传播策略	19
2.2.3 中庸之道：政府公关传播	21
2.2.4 胡萝卜加大棒：企业传播策略	23
第三章 国内环保 NGO 自然之友的传播模式研究.....	25
3.1 个案扫描：保护滇金丝猴和藏羚羊	25
3.2 “利益相关人”模式下的自然之友	28
3.2.1 摸索中前行：公众传播策略	28
3.2.2 依赖但不够专业：媒体传播策略	29
3.2.3 微妙的关系：不平等合作中的政府传播策略	31
3.2.4 任重而道远：亟需加强的企业传播策略	32

第四章 结论及建议	34
4.1 比较研究	34
4.1.1 制度运行 VS 个人主导	34
4.1.2 保守行事 VS 激进运动	35
4.1.3 专业形象 VS 业余精神	35
4.1.4 西方文化 VS 本土国情	36
4.2 建议	37
4.2.1 公众传播策略建议	37
4.2.2 媒体传播策略建议	38
4.2.3 政府传播策略建议	39
4.2.4 企业传播策略建议	40
结 语	41
参 考 文 献	42
后 记	45

Contents

Introduction	1
1 Research background and Research motives	2
2 Rsearch purpose and Research methods	4
3 Research procedure	5
Chapter I Literature review	6
1.1 Development of environmental NGOs in China	6
1.1.1 Summery of NGO	6
1.1.2 Environmental NGO in China	7
1.2 Related research of environmental research	9
ChapterII Communication models of Greenpeace	14
2.1 Case study: the event of electronic waste pollution	14
2.2 Greenpeace under the “affected interests” model.....	18
2.2.1 Exclusive information communication	18
2.2.2 Professional media communication strategies.....	19
2.2.3 Government public relations	21
2.2.4 Enterprises communication strategies	23
Chapter III Communication model research of Friends of Nature... 25	
3.1 Case study: the protection of golden monkeys in Yunnan and Tibetan antelopes.....	25
3.2 Friends of Nature under the “affected interests” model	28
3.2.1 Mass communication strategies	28
3.2.2 Media communication strategies	29
3.2.3 Government communication strategies	31
3.2.4 Enterprise communication strategies.....	32
Chapter VI Conclusions and suggestion	34
4.1 Comparison study	34
4.1.1 Systematic operating VS individual dominant.....	34
4.1.2 Conservative actions VS radical actions	35
4.1.3 Professional image VS amateur spirit.....	35

4.1.4 Western cultural VS local situation.....	36
4.2 Suggestions.....	37
4.2.1 Suggestions for mass communication.....	37
4.2.2 Suggestions for media communication.....	38
4.2.3 Suggestions for government communication.....	39
4.2.4 Suggestions for enterprise communication.....	40
Conclusion	41
Reference.....	42
Acknowledgement.....	45

绪 论

自古以来, 环境和人就有着密不可分的关系, 人和自然相互依存, 相互影响。但是随着人类社会的发展, 人与环境和谐相处的景象被物质文明的进步打破, 人们改造自然的能力在不断加强, 可是人与环境的关系也不断恶化, 出现了很多威胁人类生存的环境问题——全球变暖、臭氧层破坏、酸雨、淡水资源危机、能源短缺、森林资源锐减、土地荒漠化、物种加速灭绝、垃圾成灾、有毒化学品污染等等。恩格斯曾经警告过后人: “我们不要过分陶醉于我们对自然界的胜利。对于每一次这样的胜利, 自然界都报复了我们”^[1]。对于环境问题, 我们人类不能漠然处之, 人类要想保持持续发展, 必须给予环境问题特别的关注。

在中国, 环境恶化的趋势也十分严峻。据《中国应对气候变化国家方案》显示: “从 1986-2005 年, 中国连续出现了 20 个全国性暖冬”^[2]。《2008 中国环境状况公报》中称: “中国的耕地 2007 年比 2006 年减少 0.03%, 园地减少 0.04%, 林地减少 0.002%, 牧草地减少 0.03%; 耕地净减 61 万亩”, “中国约有 4000~5000 种高等植物处于濒危或受威胁状态, 占我国高等植物总数的 15%~20%, 高于世界平均水平”^[3]。而 2008 年年初的一场雪灾, 使得中国南方数省的铁路、公路交通和供电中断, 死 129 人, 失踪 4 人^[4]; 2010 年 3 月的西南地区的大旱, 更是给中国的环境问题敲响了警钟。

面对这样的威胁, 社会各界都做出了积极的反应。2007 年 10 月, 中国共产党第十七次全国代表大会召开。会议提出要“加强水、大气、土壤等污染防治”, “促进生态修复”, “建设生态文明”; 要“形成节约能源资源和保护生态环境的产业结构、增长方式、消费模式”, “把建设资源节约型、环境友好型社会放在工业化、现代化发展战略的突出位置, 落实到每个单位、每个家庭”, 以“实现经济社会永续发展”; “人与自然和谐发展”^[5]。在 2010 年的《政府工作报告》中, 温家宝总理强调“打好节能减排攻坚战和持久战”, “一要以工业、交通、建筑为重点, 大力推进节能, 提高能源效率; 二要加强环境保护; 三要积极发展循环经济和节能环保产业; 四要积极应对气候变化”^[6]。一些企业以社会责任为己任, 积极开展了节能减排活动, 并采取新材料、新技术、新能源在环境和生态

保护方面有所作为。与此同时，媒体对环境问题也倾注了大量的关注，中央电视台的一些新闻和谈话节目，如“焦点访谈”、“新闻调查”、“新闻周刊”、“今日关注”等都有相当数量的揭示环境、生态问题的报道或评论，而网络舆论也从不同侧面展开了对环保问题的认识。

在众多的社会力量中，NGO 组织作为政府和市场外的第三方组织也在环保问题上发挥着独特的作用。环保 NGO 在影响政府环境政策、监督政府更好的履行环保职责、从事环保宣传教育、推动公众参与等方面都起到了积极地作用，是其它组织机构环保工作的有益补充。2007 年 1 月至 6 月，中华环保联合会四次赴湖南调研洞庭湖周边小造纸企业关停情况，对推动当地落实温家宝总理的相关批示起到了积极地促进作用；岳阳市环保志愿者协会开展的“建设生命园林”活动连续多年发动中小学生参与植树造林，到目前已经栽种 1000 亩，共 14 万株；中国政法大学污染受害者法律援助中心和中华环保联合会的环境法律服务中心共拥有百名以上的志愿环境维权律师，从建立起到现在帮助维权人员达几百万。在“5·12”汶川地震后，民间环保组织纷纷奔赴灾区，积极投入救援。并在 2008 年 5 月 15 日，发布关于在汶川地震后救灾中应该关注环境污染问题的建议。总之，环保 NGO 在社会参与，经济建设，公众宣传方面的作用和影响日益加强，成为环保力量中不可或缺的一个方面。

1 研究背景与动机

2008 年是中国 NGO 组织的元年，在 5.12 大地震以后，中国公民和 NGO 组织直接参与抗震救灾工作和灾后重建工作，成为 NGO 组织大放异彩，中国公民社会集中展示的一年。在众多 NGO 组织中，环保 NGO 也得到了长足的发展。据《2008 环境蓝皮书——中国环保民间组织发展状况报告》的调查显示：“中国环保民间组织的总体数量比 2005 年增加了 771 家。截止到 2008 年 10 月，全国共有环保民间组织 3539 家（包括港、澳、台地区）。其中，政府发起成立的环保民间组织 1309 家，学校环保社团 1382 家，草根环保民间组织 508 家，国际环保组织驻中国机构 90 家。草根环保民间组织增加较为明显，增加了 508 家，约一倍多”^[7]。

环保 NGO 的迅速发展,成为政府和市场外环境保护领域的另一只有力的手,由于它具有的民间性、非盈利性、组织性、自治性、志愿性、公益性等属性^[8],使其在以下一些方面发挥着特殊的作用:(1) 倡导环境保护,提高全社会环境意识;(2) 开展社会监督,为国家环境事业建言献策;(3) 开展环境救济和援助;(4) 开展生态环境保护的专项活动;(5) 关注对环境案件的披露;(6) 扶贫解困,推动发展绿色经济;(7) 推动了环境管理体制的创新;(8) 促进虚拟空间的环境活动;(9) 促进企业采用对环境温和的生产方式;(10) 增进与国际环保非政府组织的合作与交流^[9]。

环保 NGO 的迅速发展,让政府和公众逐渐对 NGO 这一新鲜事物有了更为客观和清晰地认识,人们了解到很多问题是政府和市场管不了也管不好的问题。在这样的大环境下,很多环保 NGO 获得了更多有形资源和无形资源的支持,提高了其在上社会上生存发展的能力,很多 NGO 组织摆脱了草根的组织形象,开始向专业化、规范化方向迈进,在专业技术、管理技能、项目运作等各方面有了长足的进步。这种飞速的成长让环保 NGO 组织在摆脱了最初的生存压力后,开始面对一系列更高层次的问题,比如和政府关系的问题,人力资源建设的问题,和企业媒体合作的问题,与广大民众沟通的问题等等。这些问题困扰着环保 NGO 组织朝着正规化、可持续化、专业化和国际化的方向发展。

在环保组织飞速发展和面对挑战的同时,国内外的环保 NGO 的交流不断在增多,本土环保组织在不断学习的过程中也在不断探寻着符合中国国情的道路。北京地球村环境文化中心主任、创办者廖晓义在总结十年的环保经验认为,没有文化的环保是无生命的环保^[10]。这也说明了一个环保组织的成功必须建立在对本土文化认知的基础之上,我们既需要采取“拿来主义”,以他山之石攻玉,也需要发展内部的经验,从中国的国情出发,找到属于中国的自己的环保 NGO 发展之路。

目前国内多环保 NGO 的研究大多集中于对环保 NGO 组织概念、特征、现状、存在问题以及与其他社会部门关系等方面描述性的研究,而从组织的角度以传播的取向进行的研究则寥寥无几。但是作为一个组织,环保 NGO 要想得到持续的发展就必须借鉴企业以及其它部门的一些管理模式,运用市场化的操作手法来进行环保活动的推广运营,只有这样才能够在一个艰难的环境中有所突破,摆

脱等着政府、企业或者其他机构的支持的现状，以自身的力量来满足发展的需要，从而也会获得来自社会各界更多的支持和认可。

众所周知，环保 NGO 很大的一部分职能需要把环保的理念宣传出去，提高全民的环境意识，同时需要通过各种渠道和其他相关部门进行沟通传播，获取各界的支持。在这样的一个传播过程中，环保 NGO 组织如何整合各种传播工具，使其传播效果达到最佳，成为一个相当值得探讨和研究的课题。因此本研究打算以传播的视角来对环保 NGO 进行研究，通过对国际和本土两个知名环保 NGO 传播策略的对比探讨来寻找出环保 NGO 在中国传播策略的一般规律，从而为其它环保 NGO 提供有益的借鉴。

2 研究目的与研究方法

研究目的

基于前面所述的研究动机，本研究主要探讨的焦点在于环保 NGO 组织进行环保信息传播策略的一般规律。由于国内 NGO 的研究刚刚起步，从传播的角度对 NGO 进行的研究也寥寥无几，所以本研究的主要有以下几个目的：

(1) 当前组织面临的社会环境日趋复杂，对于一个组织来说，如何在有限的条件下发出自己的声音，并且取得良好的效果是一个值得探讨的问题。本研究打算从传播的角度对 NGO 组织进行考量，在传播学的理论框架下对环保 NGO 的传播策略进行分析。

(2) 以国际 NGO 组织“绿色和平”和本土草根 NGO 组织“自然之友”为个案，分析两者传播策略的异同，从而为其它组织提供一些有益的参考。

(3) 通过对环保 NGO 和其它部门的关系研究，得出一些对环保 NGO 有益的传播策略的建议。

研究方法

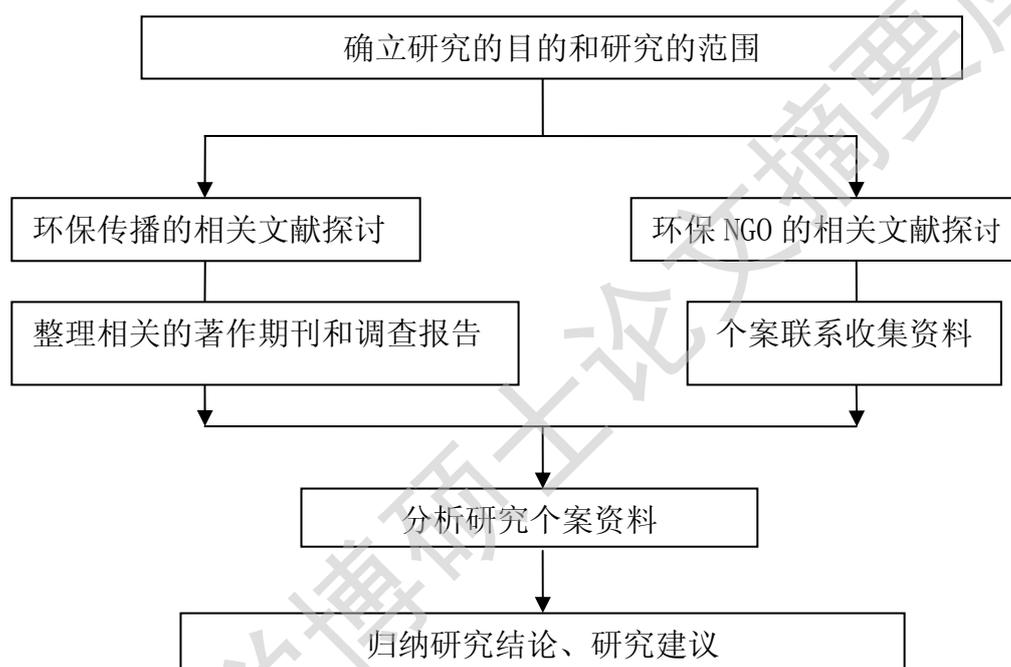
(1) 文献研究法

汇集与本研究有关的研究论文、专著及相关文件、记录等文字材料，分析其内容，作为本研究的基础。加以整理、归纳、分析，以构建 NGO 传播的理论基础。

(2) 个案研究法

本研究选择了“绿色和平”，“自然之友”两个环保组织作为个案，分析研究了它们的出版物、宣传手册、研究报告、报刊杂志，电视节目等的相关报道，并通过媒体的专人访谈、互联网搜寻它们的相关资料和活动信息，作为本研究的参考。

3 研究流程



第一章 文献综述

1.1 环保 NGO 在中国的发展

随着中国社会的转型，政府、市场和社会的功能日益分化。在公民社会崛起的今天，非政府组织（Non-Governmental Organization，简称 NGO）扮演着越来越重要的作用。其中的环保 NGO 以其表现在众多非政府组织中分外抢眼，也引起了学界业界各方的关注，他们也对此进行了一些相关的研究。

1.1.1 NGO 组织概述

NGO(Non-Governmental Organization)，通常译为“非政府组织”，这个概念主要是在 20 世纪 80 年代以后世界范围内得到普及的。在我国，对 NGO 的关注则是从 1995 年北京召开第四届世界妇女大会时开始的。

关于 NGO 的称呼，各界到目前在世界上为止还未形成统一，如：非政府组织（Non-Governmental Organization）、非营利组织(Non-Profit Organization)、第三部门(The Third Sector)、公民社会(Civil Society)、志愿组织(Voluntary Organization)、公益组织(Public Service Organization)、慈善组织(Charitable Organization)等等。本文认为这些称呼在本质上没有什么区别，只是强调的重点不同，所以在分析中将其等同使用。通常来讲，非政府组织强调的是非政府的一面，即和政府的区别；非营利组织则强调其与市场组织的区别；第三部门同时强调与政府和企业的区别；公民社会则是从社会的非组织的角度描述。^[11]

不同的学者也对 NGO 的定义也各不相同。被认为是国际上研究 NGO 权威人士的美国约翰—霍普金斯大学的 Lester M. Salamon 教授从 NGO 组织具有的特性来进行定义，他认为具有组织性、私有性（民间性）、非营利性、自治性、自愿（志愿）性等特性的组织就可以成为 NGO^[12]。清华大学 NGO 研究中心的王名认为非政府组织是不以营利为目的且具有正式的组织形式、属于非政府体系的社会组织，它们具有一定的自治性、志愿性、公益性或互益性^[13]。而学者康小光

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库