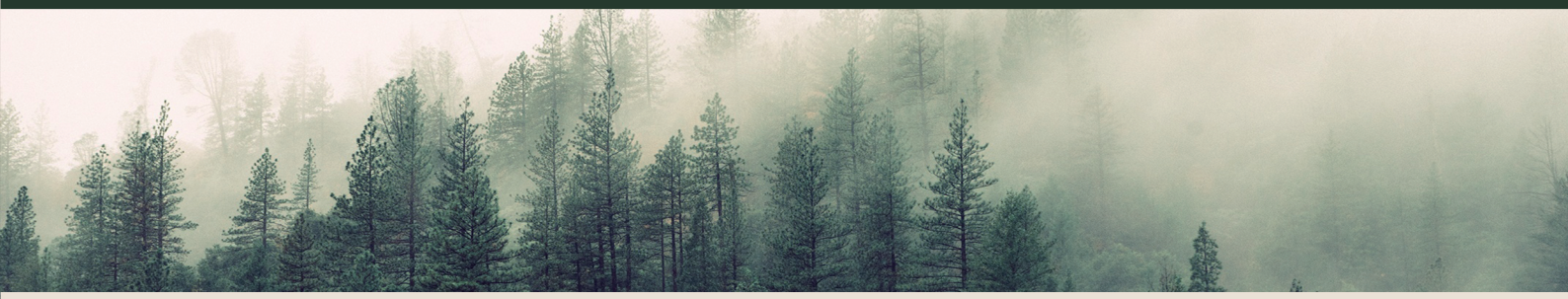
CLIMATE NARRATIVES FOR THE CHINESE PUBLIC

SIX SEGMENTS AND NARRATIVE PRINCIPLES

面向中国公众的气候叙事

六类人群与叙事方案



清华大学新闻与传播学院
气候传播与风险治理研究中心

清华大学新闻与传播学院
气候传播与风险治理研究中心
Center for Climate Communication and Risk Governance

ENERGY FOUNDATION
能源基金会

面向中国公众的气候叙事：

六类人群与叙事方案

Climate Narratives for the Chinese Public:
Six Segments and Narrative Principles

清华大学新闻与传播学院
气候传播与风险治理研究中心

2023 年 4 月

《面向中国公众的气候叙事：六类人群与叙事方案》由清华大学新闻与传播学院气候传播与风险治理研究中心完成。该项目受到能源基金会的独家资助。

清华大学新闻与传播学院气候传播与风险治理研究中心

在清华大学与能源基金会签订的合作备忘录下，能源基金会支持清华大学新闻与传播学院成立了气候传播与风险治理研究中心。研究中心由曾繁旭教授担任主任，由新闻与传播学院和能源基金会相关负责人等组成研究中心指导委员会。研究中心致力于加强学科建设，持续开展气候传播研究，为领域实践提供知识产品与工具资源；推进行业能力建设和人才培养，为气候能源传播领域赋能；开展国际交流与合作，为全球环境气候传播贡献中国思考。

项目团队
清华大学新闻与传播学院气候传播与风险治理研究中心

曾繁旭	教授、研究中心主任、项目负责人	清华大学新闻与传播学院
戴　佳	长聘副教授、研究中心副主任	清华大学新闻与传播学院
王宇琦	副教授、项目高级研究员	北京外国语大学国际新闻与传播学院
张钧涵	项目研究员	清华大学新闻与传播学院
朱　敏	项目研究员	清华大学新闻与传播学院
张智鹏	项目研究员	清华大学新闻与传播学院
彭予兴	项目研究助理	清华大学新闻与传播学院
李卓缦	项目研究助理	清华大学新闻与传播学院

刘　琳　项目研究助理　清华大学新闻与传播学院
彭美琪　项目研究助理　清华大学新闻与传播学院
陈洪钰　项目研究助理　清华大学新闻与传播学院
黄秋桦　项目研究助理　清华大学新闻与传播学院

致谢

感谢能源基金会为本项目的推进提供全方位的资助和支持。能源基金会策略传播高级项目主任荆卉、策略传播高级项目主管黄玮在整个项目的开展过程中提供了极为专业的建议，她们值得我们最深的谢意。

感谢周大地副理事长（国家气候变化专家咨询委员会委员、国家十四五规划专家委员会委员、国家十四五能源规划专家委员会副组长）、李晓江教授（中国城市规划设计研究院原院长、中央京津冀协同发展专家咨询委员会专家）、段洁仪主任（中国能源研究会分布式能源专业委员会主任、北控能源投资有限公司原总经理）、李善同研究员（国务院发展研究中心）、田成川主任（生态环境部宣教中心）、柴麒敏主任（国家应对气候变化战略研究和国际合作中心战略规划研究部）、俞岚副总编辑（中国新闻社）、戴瀚程长聘副教授（北京大学环境科学与工程学院）、马旗戟研究员（国家广告研究院）等专家在项目开题、中期检查与结题的过程中从各自的专业领域对项目各阶段成果提出的宝贵意见，从而开拓了项目的研究视野。

感谢陈昌凤教授（清华大学新闻与传播学院）、胡钰教授（清华大学新闻与传播学院）、金兼斌教授（清华大学新闻与传播学院）、黄荣贵教授（复旦大学社会学系）、贾鹤鹏教授（苏州大学传媒学院）、晋军副教授（清华大学社会学系）、

匡恺副教授（清华大学新闻与传播学院）在项目的研究设计、成果审阅方面提供的专业学术指导，从而让整个研究成果更具跨学科视野、也更具科学性。

感谢英国 Climate Outreach 为本项目在公众调研、叙事语料分析等研究方法层面提供的大力支持。感谢 Susie Wang 博士在公众调研的问卷设计与最终成果的审阅上提出的宝贵意见；感谢 George Marshall 先生在前期与项目团队共享了相关研究经验。

在研究团队完成问卷设计之后，上海零点指标信息咨询有限公司协助进行问卷的发放和收集，在此我们特别说明并表达谢意。此外，感谢中国新闻社俞岚副总编辑、中国新闻网彭大伟副总编辑为项目试调研阶段提供的慷慨帮助，得以让研究团队触及更为多元的中国公众；感谢能源基金会的孙雪霏高级项目专员、马姚姚项目专员为项目提供了细致的行政工作支持。

此外还有来自自然之友、野生救援、中华环保联合会、CYCAN、澎湃新闻、南方周末等数十家公益组织与媒体的伙伴与我们分享他们宝贵的一线实践经验，8077 位来自五湖四海的中国公众贡献出了宝贵时间填答项目组的问卷，更有一百余位公众参加了项目的焦点小组和叙事工作坊环节，或者耐心接受了项目组的深度访谈，这些都成为了我们得以提炼出研究成果的关键，在此也一并向他们致以我们最诚挚的谢意。

关注我们

如您对《面向中国公众的气候叙事》或清华大学新闻与传播学院气候传播与风险治理研究中心有任何的建议，期冀了解我们未来更多的工作动态及相关研究成果，或希望在气候传播领域与我们建立合作伙伴关系，您可以通过微信搜索“THU 气候传播”、或扫描下方二维码来关注我们的官方公众号以获取更多相关资讯。

欢迎扫描上方二维码关注“THU
气候传播”微信订阅号

引用本报告：曾繁旭，戴佳，王宇琦 等．面向中国公众的气候叙事：六类人群与叙事方案 [R]．北京：清华大学新闻与传播学院气候传播与风险治理研究中心，2023.

总述

SUMMARY

《面向中国公众的气候叙事：六类人群与叙事方案》（下文简称“《面向中国公众的气候叙事》”）是一份深度扎根于中国语境，面向气候传播实践的研究报告。报告的分析与结论主要基于在全国范围内对 8077 名中国公众展开的问卷调查，也整合了研究团队开展的面向相关领域专家、气候传播行业一线实践者和普通公众的多次焦点小组与深度访谈。研究团队基于对上述数据与材料进行了聚类分析、叙事分析等综合性的探索，产出了《面向中国公众的气候叙事》这一成果。

《面向中国公众的气候叙事》以解决中国气候传播实践中所存在的普遍性问题与困惑为基本目标。当前国际气候传播学界与业界的研究成果表明，公众生活信念会显著影响其对气候议题的认知、态度和行动，因此本报告以公众生活信念作为底层逻辑将中国公众分为了稳健的正统派、自我的疏离者、热血的奋斗族、洒脱的安逸族、中庸的务实派、审慎的观察者共计六类人群，进而探究了

不同人群在气候议题之中的共性与差异，并针对不同人群拟定了相应的传播目标、生成了相应的气候叙事。

报告致力于帮助政府机构、NGO、媒体、企业等气候传播的利益相关方及其他有意愿在中国从事气候传播实践的组织或个体去深度地洞察中国气候议题的受众，并进而制定出行之有效的气候传播策略。

1. 六类中国公众：基于生活信念的人群细分

首先，《面向中国公众的气候叙事》以生活信念为基本逻辑，围绕气候议题将中国公众分为以下六类，致力于为气候传播的实践者们提供一套全新、实用且稳定的中国公众分类方案。

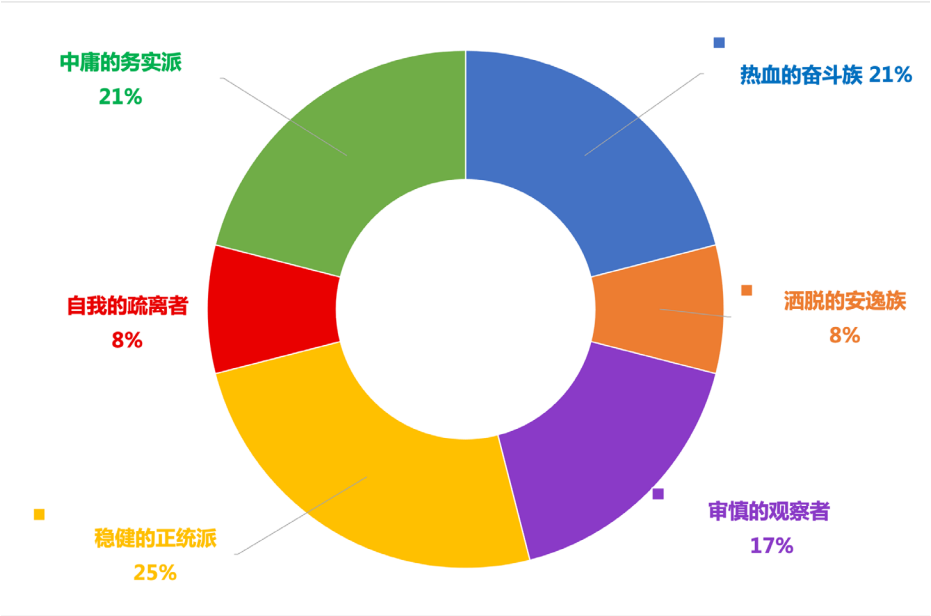


图 1. 六类中国公众

·稳健的正统派

稳健的正统派是所有聚类中人数最多，占比最高的群体，以学历偏低的中老年群体为主。他们在大多生活信念变量上（自我提升、保守、开放、民族主义、社群主义、等级观念、宿命论）都有最高的得分。具体而言，他们有着极高的

家国情怀与国家意识，坚信集体利益大于个人利益，在启迪他人、担任领导角色方面具有很强的意愿，并对自己能成为推动国家、社会向好发展的引领者怀有高度的信心。

·自我的疏离者

自我的疏离者是所有群体中积极性最低的一群人，以收入较低的城镇青年群体为主要代表。他们是在多个生活信念变量上拥有最低得分的群体（自我超越、自我提升、保守、开放、等级观念、社群主义、政治效能感）。他们的社会地位与自我评价往往较低，效能感较弱，认为自我能力尚未达到可以参与公共事务的地步。他们把大多的精力投身于改善自我的物质生活水平，同时对新鲜事物不感兴趣，在自我提升方面也缺乏热情。

·热血的奋斗族

热血的奋斗族将“努力改变命运”作为自我的基本信念来加以实践。二线城市中产阶级中的中老年为该聚类的代表性人群。他们在宿命论这一变量上的得分显著地低于其他群体，同时在自我超越与政治效能感上拥有最高的得分。这一人群坚定地认为个人努力是创造美好生活的必要路径，并期冀能够通过以符合社会期待的方式不断地实现个人超越。该人群具有很强的“利他主义”精神，渴望关怀与帮助他人。同时他们还具有很强的公民意识与民族意识，其对国家与民族有着高度的自豪感，并坚信自我有能力参与公共事务并能为政府决策提供具有影响力的意见。

·洒脱的安逸族

洒脱的安逸族主张享受生活及活在当下，并灵活地去应对生活中的各种改变，其中一线城市中学历、收入较高的中青年是该聚类的代表人群。他们在宿命论

上的得分非常高，同时拥有最低的等级观念与民族主义得分。该人群向往平和安逸的生活，不喜欢与他人发生纠纷，也不喜欢参与到因为立场、态度差异而产生的人群争论之中。他们渴望平等与被尊重，更喜欢用“尊重差异”而不是“评判优劣”的思维去看待事物。

·中庸的务实派

中庸的务实派是最为“中庸”的群体，他们大多生活信念变量的得分与人群均值高度吻合，一二线城市中的青年白领是该聚类的代表人群。他们对理想生活的追求与中国提倡事业有成、家庭美满的主流社会文化高度契合，并以“能否为自我带来实际的利益”、“行动成本是否在自我可控范围”作为其判定自我是否付诸行动的核心逻辑。他们高度提倡通过约束自己、做好自我生活中的小事来形成“群聚效应”，进而促进社会宏观层面的改变。

·审慎的观察者

“关注自我，谨慎考虑是否行动”是审慎的观察者最突出的特征，他们在宿命论与社群主义两个的变量上的得分处于所有人群的低位，其中拥有过境外旅居经历的青年学生是该聚类的典型代表人群。该人群具有较强的批判思维，高度关注自我的精神世界，注重个人感受，期待尝试不同的可能性。他们的特殊之处就在于在生活信念上很少偏向极端，不对任何生活方式表现出极度的热切。他们对大多事物都持以辩证的态度去思考、判断，对社会性事务有自己独到的见解，但却鲜少愿意付诸实际行动。

2. 理解中国公众在气候议题上的共性与差异

基于实证研究，本研究总结出中国公众在气候议题认知中的共性。这些共同特征构成了理解气候议题在中国的基本面，也揭示了气候传播的实践者们在中国

语境中所面临的共同机遇和挑战：

· **中国公众普遍认同气候变化正在真实地发生，而人类活动是加速这一进程的重要原因。**相较于美国等西方国家的公众持有“气候怀疑论”，中国公众对气候问题真实性的态度却非常一致，无论哪一类型的公众均认为气候变化正在真实地发生，并认同人类活动是造成气候变化的主要原因，因而人类应该成为应对气候变化的第一责任人。

· **气候变化议题的重要性在中国公众中得到了普遍认可。**中国公众对气候变化问题的重要性持以充分的肯定。所有类型的中国公众均认为气候变化是一个应该引起重视的全球性问题。

· **中国公众对气候变化问题的知识水平普遍不高。**调研结果显示，六类人群在气候知识方面并没有出现显著差别，均值集中在 2-3 分（满分 7 分）。表明当前中国公众对气候变化议题了解得不够全面，认知存在误区。

· **国家角色受到中国公众的普遍期待。**无论哪一类公众，均对国家这一行动主体抱有很高的期待。中国公众普遍认为国家应该成为解决气候问题的首要行动者和牵头者，中国的气候行动也应该由国家来进行宏观层面的安排与部署。

· **气候变化带来的经济影响是中国公众普遍关心的问题。**虽然不同类型的公众对气候后果关注的侧重点也有所不同，但气候变化对经济的影响受到了中国公众的普遍关注。六类中国公众均在不同程度、不同维度上对气候的经济后果体现出了较强的关切。

除了这些共同特征以外，本研究还进一步探索了上述六种类型的公众在气候议题之中的差异性。这些差异性构成了我们以气候议题为核心去把握中国公众的关键，同时也应成为相关实践者制定传播策略时不可忽略的重要考量因素：

· **稳健的正统派：**稳健的正统派是所有人群中最为关切气候变化的群体，在很大程度上他们将气候议题作为与自我生活密切相关的一项重要议题来加以考量。同时他们对气候变化具有最强的风险感知，在气候行动层面也具有很强的

行动意愿。除在个人生活中做出改变外，他们还愿意作为积极的民间倡导者去鼓励其他个体投入气候行动。

· **自我的疏离者：**相较而言，自我的冷漠族是所有人群中最不关心气候变化的人群，其对气候变化的相关科学共识了解甚少。此外，他们甚至会主动回避气候变化的相关信息，并且并不认为自己有能力和义务参与到气候行动之中，是所有聚类中最难被动员的群体。

· **热血的奋斗族：**热血的奋斗族同样对气候变化有着很高的关注度，但他们也在一定程度上认为气候议题距离自我的个人生活较为遥远。在所有的人群中他们具有最高的气候行动意愿，愿意出于“利国利民”和“响应国家双碳号召”等原因积极投身气候行动之中。同时他们具有很强的效能感，坚定地认为自我的行动能够为应对气候变化带来积极的影响，并最愿意在生活、宣传、政策倡导等层面付诸行动。

· **洒脱的安逸族：**洒脱的安逸族在气候变化方面较为冷感，他们仅因为专业需要和信息偶遇而关注到气候变化这一议题。他们虽然也认为气候变化正在真实地发生，但对其的风险感知程度相当低，加之他们主张活在当下，不提倡为自我认为尚不严重的事过度担忧，因而参与和支持相关气候行动的意愿也并不强烈。对于应对气候变化，他们更主张由政府牵头来构建社会规范而不是由个人自发做出改变。

· **中庸的务实派：**中庸的务实派具有人群中最高的气候知识水平，但对气候变化的认知更多从其生活经验出发，将其简化为极端天气这一真实可感的自然现象。同时，他们参与气候行动的意愿很强烈，但更多是出于一种对自我的“道德约束”，而并不认为个体层面的行动能为应对气候变化带来实质性的改变。同时在行动上，他们更多只愿作为参与者而并非组织者参与其中，并且行动意向更多局限在做好生活小事上。

· **审慎的观察者：**气候变化议题对审慎的观察者来说并不是他们需要在自我生活中去着重考虑的议题。该人群对气候变化的了解低于中国公众的平均水平，

并认为个人行动对缓解气候变化的影响微乎其微，大多并没有付诸过实际的气候行动。但较为特殊的是，该群体参与环保行动的意愿却非常强烈，认为除了国家之外，公益组织应该成为应对气候变化的重要倡导角色。

3. 针对性的气候叙事助力中国“双碳目标”

我们相信，将中国公众以简单的人口统计学指标进行划分的传统气候传播策略有着明显的局限性，只有用更为有效的标准和视角去理解中国的公众，认清是哪些关键的议题、观念、信仰将不同的中国公众加以联结又相互区别，才能更好地在传播的源头上为气候传播的传播者提供一套有效的、实用的且具有操作性的叙事指南，从而更好地助力各利益相关方去推动中国公众参与气候行动，助力中国“双碳目标”这一重要国家战略的实现。

《面向中国公众的气候叙事》的调研结果显示，在气候议题的真实性和重要性两个关键方面，中国公众已在意识上达成了积极的共识，这在很大程度上为动员中国公众参与气候行动奠定了良好的基础。此外，本研究做出的人群分类虽然各有特点且相互区隔，但并没有出现极端的对立。气候变化这一议题在很大程度上具有成为全体中国公民一项重要公共议题的潜力。

基于对六类细分人群在生活信念、气候认知、媒介使用等层面的分析，本项目为各类人群制定了更为具体的、且契合各人群特征的传播目标。比如，针对气候认知水平、关注度和行动意愿都明显较低的“自我的疏离者”，重要传播目标之一是将该群体纳入应对气候变化行动的版图，避免该群体成为气候变化“否定者”（denialist），并在此基础上尝试推动提升其认知水平和行动意愿；而针对有较强独立思考能力的“审慎的观察者”，应当注重挖掘其作为意见领袖的潜能，在充分激发其对气候议题的参与和关注的基础上，推动他们成为气候变化议题的积极讨论者，发挥对其他社会群体的引领和影响作用，等等。

结合这些传播目标，本项目通过焦点小组、深度访谈、气候叙事语料测试的方式，进一步在细分人群的叙事偏好、观念取向、关注议题等方面积累洞察。具体而言，

针对每个细分人群，本研究都借助语料测试的方式细致剖析了各人群较为偏好和较为反感的气候叙事方式，并结合质化访谈等资料，在此基础上形成了在气候叙事中针对每个人群应当采用和应当尽力避免的叙事方式，从而最终整合出针对不同细分人群的一整套叙事方案。

此外，本研究还结合政府、NGO、企业等不同利益相关方的机构定位、话语特征和公众对其的认知特征，制定了便于政府、NGO、企业在气候变化议题中使用的叙事建议。

总体而言，《面向中国公众的气候叙事》以生活信念作为基础逻辑划分出了中国语境之中的六类公众。虽然生活信念与性别、教育程度、地域、学历、收入等人口统计学变量有着密切的联系，但我们相信以生活信念作为基本出发点，能够脱离以单一人口统计变量作为分类标准的局限，更深层地去探索中国公众与气候议题的深度连接，从而为相关的气候传播行动者们提供一套较为稳定且持久的公众分类方案与叙事建议。

在使用这份研究成果时，我们期冀各位实践者能够从共性与差异的辩证角度出发，在把握气候议题于中国公众的共性的同时，也要注意审视这一复杂性议题在不同中国公众群体之间所呈现出的显著差异，进而用其指导自我的传播活动，将气候议题与中国公众紧密地连接起来。