

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

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.

目录

总述	01
----	----

第一章 基于中国公众生活信念的气候叙事研究	10
------------------------------	----

1.1 项目背景：中国气候传播的困境	11
1.2 破题之路：基于生活信念的公众细分与气候叙事策略开发	13
1.3 项目执行过程	14
1.4 项目意义：通过精准气候叙事建立深度连接	15

第二章 六类中国公众的整体画像	17
------------------------	----

2.1 概况	18
2.2 六类公众的画像方法论及相关指标	21
2.3 六类公众的相互关系与区分聚类的关键变量	31
2.4 六类公众与气候变化	36
2.5 六类公众的媒介使用特征	42
2.6 六类公众的社会信任特征	43

第三章 六类中国公众的详细分析	45
------------------------	----

3.1 稳健的正统派	46
------------	----

3.2 自我的疏离者 ······	64
3.3 热血的奋斗族 ······	84
3.4 洒脱的安逸族 ······	105
3.5 中庸的务实派 ······	126
3.6 审慎的观察者 ······	145

第四章 报告使用指南 ······ 164

4.1 如何使用报告的核心结论 ······	165
4.2 六类公众的人口特征和典型人物画像 ······	168
4.3 六类公众的媒介偏好 ······	173
4.4 针对六类公众的传播目标 ······	175
4.5 面向六类公众的差异化叙事策略 ······	177
4.6 面向六类公众的共性叙事策略 ······	181
4.7 实践案例：如何让北京大学生参与气候行动 ······	182

第五章 针对利益相关方的洞察与叙事建议 ······ 185

5.1 针对政府部门的气候叙事建议 ······	186
5.2 针对公益组织的气候叙事建议 ······	190
5.3 针对企业的气候叙事建议 ······	193

第六章 研究方法 ······ 197

6.1 公众调研 ······	198
6.2 聚类分析 ······	203
6.3 焦点小组 ······	204
6.4 公众叙事工作坊 ······	205
6.5 深度访谈 ······	207
6.6 专家和利益相关方工作坊 ······	208

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。

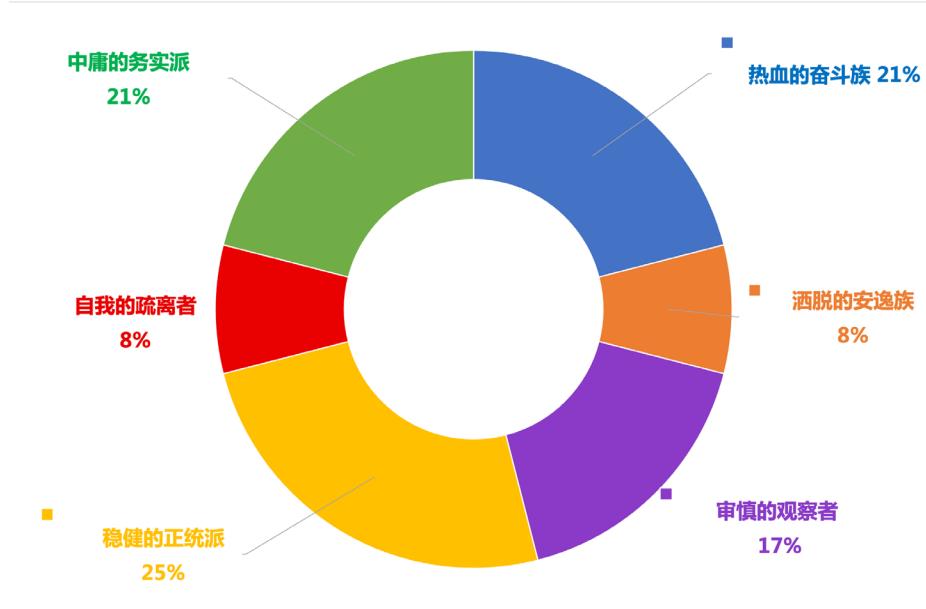


图 1. 六类中国公众

· 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为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与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。

1

基于中国公众生活信念的气候叙事研究

CLIMATE NARRATIVE RESEARCH BASED ON
CHINESE LIFE VALUES



1.1 项目背景：中国气候传播的困境

在国家提出“双碳目标”的战略背景下，“公众”作为低碳减排的核心群体，已成为中国达成该目标不可忽视的重要角色——如何通过传播活动来动员中国公众参与气候行动、践行低碳环保实践，是当前中国各界亟待进行积极探索的关键问题。一线从业者尝试解答这一问题的二十年，也是中国气候传播领域从出现到发展的二十年。

在此过程中，行业面临着以下气候传播的困境：

· **公众在应对气候变化上的高支持度与低行动力之间的不匹配。**当下中国公众普遍信任官方决策，对于政府在节能减排、产业转型、技术开发等方面政策有着高度的关注和拥护，超 97% 的公众对中国“双碳目标”表示支持，90% 左右的公众愿意了解更多气候变化相关信息¹。然而，据多项民调显示，中国公众在逐渐提升对于气候议题的关注程度的同时，其气候行动水平在世界范围内

¹ Wang BinBin (2022) .Global Public Opinion on Climate Change. COP27 China Pavillion

仍然较低¹，对于应对气候变化重要性的认同，尚未有效转化为行动。为回应当下的行业难题，《面向中国公众的气候叙事》缘起于当前中国语境之中气候传播活动的普遍实践困境：中国公众的气候行动水平明显不足。

·精英导向的传播话语与个体日常生活之间的脱节。从以往中国的主流气候叙事来看，其在内容上往往以单一的科学数字阐释与政策宣导为主，诸如“全球平均气温将升高2度”，“响应号召，携手应对气候变化”等表述频频地被各传播主体反复提及。然而，这种自上而下的科学和宣教话语、远离公众生活的叙事模式往往让中国公众将气候变化视为一种“重要但事不关己”的议题，较难唤起作为个体的公众之于气候议题的价值认同和共鸣，从而也使得中国公众在气候行动方面的成效不够显著。

·缺乏从大众传播到分众传播的意识。在当下中国的实际语境中，公众分化已经成为了客观现实。这种分化不仅表现在年龄、性别、受教育程度、收入水平等人口统计学特征上，还表现在生活方式、社会网络、交往方式，更重要的是——生活信念上，这直接导致了不同公众在同一议题中产生必然的认知、态度和行为等层面的差异。然而，纵观当前中国气候传播业界，其受众分类标准相对较为模糊和传统，基本以人口统计学作为主要标准。但所产出的实践成果难以触及公众更为深层的思想观念，也难以让气候议题与公众深度地连接起来。如何将不同类型的中国公众动员起来参与气候行动是当前的一项重要的国家战略议题。传播主体迫切地需要重新理解受众，精准地抵达传播对象。

·传播渠道的针对性不足。在气候信息的传播渠道上，当前的传播者已充分意识到应将传统媒体与新媒体渠道进行整合，促成了中国语境中气候议题广度的快速提升。但与此同时，当前的传播渠道选择缺乏针对性与策略性，诸多内容难以与明确的受众通过渠道进行有效匹配，导致当前的传播难以让知识水平、生活背景等具有较大差异的公众较好地与相适配的内容产生深度的连接。但在

¹ Wike, R. (2015). What the world thinks about climate change in 7 charts. Retrieved from <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2016/04/18/what-the-world-thinks-about-climate-change-in-7-charts/>



当前的信息洪流之中，“如何精准地将不同的气候内容匹配给多元的公众，从而实现对公众注意力最大限度的争夺”这一问题，实践界还尚未给出较为可靠的方案。

整体而言，当前中国气候传播的核心症结在于缺乏对中国公众的深度解剖，相关传播实践仍缺乏一套稳定可行的公众细分方案来助力各实践者更为精准地理解不同中国公众的差异，并进而产出更具针对性的叙事策略与传播方案来将中国公众与气候议题加以深度连接，最终促进中国公众的气候行动。

1.2 破题之路：基于生活信念的公众细分与气候叙事策略开发

基于上述气候传播困境的基本面，《面向中国公众的气候叙事》拟基于生活信念这一较为稳定、且显著影响公众气候认知的关键要素去探索通过叙事让中国公众与气候议题产生深度连接与共鸣的全新路径。

· **现有基于人口变量的分类方案与气候议题的适应性较差。** 基于人口统计指标的人群分类是当前中国气候传播业界中被实践地最多的分类方案，它的内在逻辑在于假设相同年龄、受教育程度、性别或者职业的人总是具有一定的共性。但深入到气候议题，该种分类方案的适应性却较为有限。当前的实践往往围绕年龄、收入、地域等变量，以“青年”、“中产”、“城市居民”等作为细分群体展开传播活动。该种分类纵然具有一定的合理性，但在操作上往往只能抓住人群较为单一的特征来开展气候传播活动，对群体内部的分化把握不足。加之气候议题本身具有较强的不确定性和复杂性，更难以通过该种较为单一的分类标准跟复杂的人群产生深度连接。

· **以生活信念细分中国公众：**一种更适应气候议题的方案。相比建立纷杂的人口统计学标准，以生活信念作为出发点来探索气候传播的受众分类具有更强的适用性。首先，生活信念是人们认识世界、认识社会和自我的一种元观念，在个体态度与行为方面发挥着决定性的影响。它与多维度的人口变量有着较为紧密的联系，也是对作为复杂个体的人的一种综合性反映。相较于较为单一的人

口学指标，生活信念能够更好地预测公众对气候变化的认知与行为意向。此外，生活信念作为公众经由长期的生活经历而形成的一种人格特征，相比社会交往、职业经历等外在特征，其自身具有较为稳定且持久的特点，一旦形成就很难发生太大的改变，因此能够为公众划分提供一套简便、准确且稳定的标准体系。

以生活信念作为划分标准也可在策略意义上提醒我们去思考如何在不同的群体之间建立共同的联盟，以及帮助我们理解传播活动对不同群体的偏向。同时，该类研究路径目前在英国、美国、印度等多个国家的大学、研究机构已有了成熟的实践，并产出了效果良好的传播指导性原则，这也为气候叙事研究提供了在中国语境之下开展相关工作的方法层面的参考。

1.3 项目执行过程

本项目受到能源基金会的资助支持，由清华大学新闻传播学院气候传播与风险管理研究中心牵头执行，研究时间为 2022-2023 年。本项目采用了问卷调查法，面向中国 18 岁以上的成年人发放问卷，收回有效问卷 8077 份；同时，基于 59 名受访者，开展 7 次的焦点小组访谈，以及包含 74 名不同类型中国公众的深度访谈，从受访者中获得他们对气候传播叙事语料的反馈。不仅如此，我们还针对多个活跃在中国气候传播一线的机构和实践者展开工作坊活动，了解他们的经验。

综合以上数据，我们将中国公众划分为 6 个人群：稳健的正统派、自我的疏离者、热血的奋斗族、洒脱的安逸族、中庸的务实派和审慎的观察者。区别于常见的对人的生活信念做出左 / 右，自由 / 保守，激进 / 温和等简单的二元对立的判断，我们综合考虑了公众在自我超越、民族主义、政治效能感、社群主义、等级观念、宿命论、开放、保守、自我提升 9 个维度的得分，将公众分为以上 6 个主要的人群。

这种划分无意于将人群贴上简单的标签，而是致力于在总体上把握公众的生活信念特点，为有针对性地开展行之有效的气候传播提供借鉴。



在分析公众生活信念的同时，我们研究了中国政府、NGO 和企业的气候传播叙事，结合焦点小组受访者对叙事语料的反馈，分析了各自气候传播实践的现状及存在的问题，并给出了有针对性的建议。

1.4 项目意义：通过精准气候叙事建立深度连接

通过本报告，我们希望提供对中国公众生活信念的准确把握，为各气候传播主体提供实用的工具箱，推动全国在气候行动上凝聚共识。

本研究的主要意义体现在：

首先，超越当下对于“公众”较为同质化的理解，并厘清不同群体之间的差异。基于生活信念的公众细分为中国气候传播实践者提供了丰富、细致的公众洞察，它将为气候传播在中国的文化情境和社会语境中的推进提供重要指引。本项目的研究成果同时也有助于行业更好地理解中国公众的生活信念和气候认知之间的关系，并有助于识别其中的细分人群。这将极大提升领域内机构开展针对中国公众气候传播的基础能力。

其次，经由本研究提出的分类方案和叙事策略，是深度、精准连接公众的全新尝试，将有助于通过传播实践促进后续的公众认知提升和行动意愿增强。本研究希望以个体的生活信念为锚点，建立起气候变化这一宏大议题与公众个体生活之间的桥梁，使“气候传播”超越一般的“告知”和“接受”，并转变为一种根植于公众生活信念的“日常”和“应然”。只有如此，中国的公众气候行动，才能有机地融入个体和公共生活、与国家和社会发展相适应。

再次，为政府、企业、NGO 提供在气候议题上与公众紧密互动的传播方法论和叙事策略。该项目从生活信念出发，并结合相应的人口统计学特征和媒介使用特征，可以为中国公众做完善、全面的人群画像，从而帮助组织更精准、高效地实现对于具有不同信念的人群的触达。同时，生活信念的描摹工作也意味着锚定了他们偏好的价值取向和意义构建，这为如何有效展开叙事话语的设计，

并制定针对各个细分人群的气候传播方案构建了蓝图。

最后，作为气候叙事在中国的开创性研究，本项目引进了生活信念作为公众洞察的新视角，并构建洞察中国公众生活信念（Chinese life values）的相关测量工具，将气候传播中公众态度和行为与更深层次的生活信念相关联，为相关领域的学术研究和行业实践提供新的参考视角。同时这一视角与人口统计学特征、媒介特征等相接合，极大地丰富了中国公众洞察的聚类与群分方案。

中国的气候叙事应该聚焦如何让公众对气候变化问题形成更深刻的认知，更能激发自觉的行为意愿，从而在全社会层面渐进式地践行绿色低碳生活方式。基于生活信念的公众细分策略，能够精准触达不同价值取向和生活态度的人群，并与他们深度链接，让气候叙事更具针对性，从而真正推动公众气候行动，助力国家双碳目标达成。

2

六类中国公众的整体画像

AN OVERVIEW OF THE SIX SEGMENTS

2.1 概况

进行基于生活信念的人群分类，能够帮助组织寻找受众，并制定合适的叙事原则、精细化的传播策略；在分化之上，我们仍然需要保持乐观，注意到不同群体之间的共性和共识——比如普遍意识到全球变暖是一个事实、意识到应对气候变化的重要性，以及人类应该采取相应的行动等，这些都是凝聚社会共识和行动力量的土壤。

不同群体之间，在生活信念上存在分野，对气候议题的认知程度、情感态度、行动意愿等层面也存在差异。这些都是组织在与公众对话前，需要具体考量的地方。

- 稳健的正统派与自我的疏离者分别是所有人群中占主流和少数的群体。前者密切关注气候变化且普遍愿意参与气候行动，自我效能感较高，愿意付诸实际





行动去支持“双碳目标”等重要的国家决议，是气候行动中易于争取的群体；而后者倾向于通过个体经验去理解宏观议题，其在公共生活中的决策与个体经验高度关联，对大多公共性议题均倾向于保持冷感与疏离，且气候知识水平、风险感知均明显低于总体，是最难被动员参与气候行动的人群。

- 热血的奋斗族与洒脱的安逸族在行动意愿上存在明显差异。前者坚信“人定胜天”，乐于通过努力改善自己和他人生活的环境，气候风险感知高，对于缓解气候危机充满信心，且愿意付诸行动；后者更乐于将变化归结于“命运的安排”，倾向于接受社会现状、对社会问题抱持开放态度，主张随遇而安、活在当下，没有强烈的气候风险意识，也因而不具有迫切行动的意愿。
- 审慎的观察者与中庸的务实派在社会生活中采取了截然相反的态度。前者对公共议题采用谨慎的态度去审视，行动参与意愿和个体效能感更低。他们倾向于保持批判和反思、疏于参与和行动，注重自我精神生活的丰盈，具有强烈的个人主义特质；后者在物质生活上求安稳，恪守传统、遵循社会规范，对极端天气普遍感到担忧，行动意愿充分，期待通过提倡公民约束自我来达成“群聚效应”以应对气候变化。

从居住地来看，各人群均较为集中分布在省会城市和直辖市，以及地级市、县城这三个区间，居住在超一线城市和农村的占少数，这是因为调研样本的区域抽样主要以各省为单位。

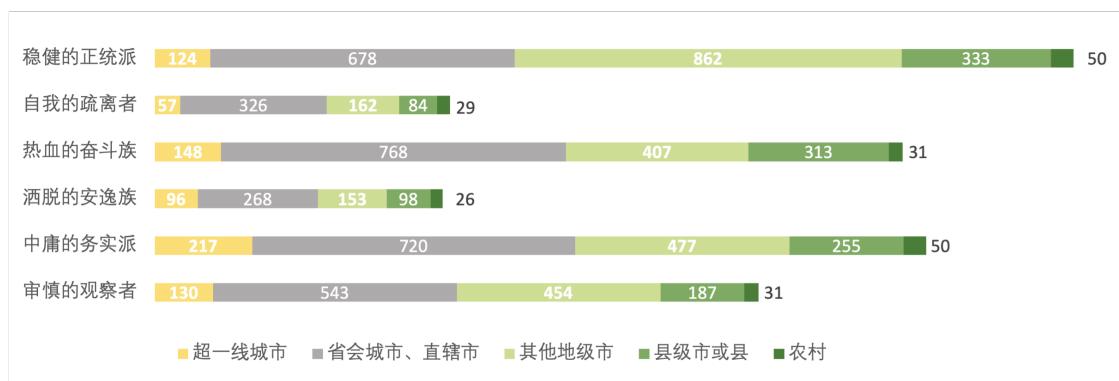


图 2-1 各人群居住地占比

从所从事的职业来看，学生、生活服务人员、专业技术人员三类人群占各人群主要比重。

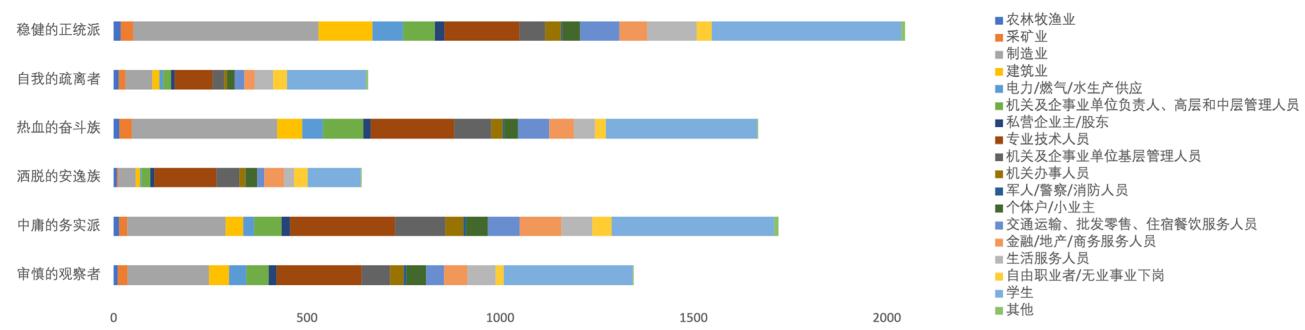


图 2-2 各人群所从事职业占比

从媒体使用习惯来看，各人群使用网络社交媒体、网络娱乐视频平台、网络知识社区的时常明显高于使用中央级媒体和传统媒体的时长。相较于其他群体，热血的奋斗族与稳健的正统派在总体更依赖传统媒体获取信息（使用总时长更长）。

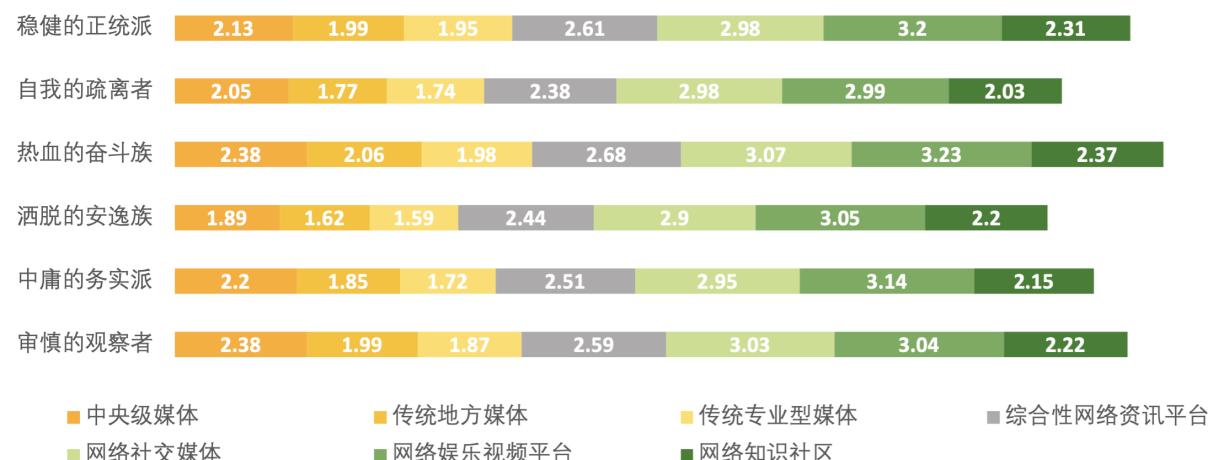


图 2-3 各人群媒介使用习惯均值



总体而言，各类人群的生活信念特征如下表所示。

表 2-1 各人群生活信念特征对比

	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
自我超越（社会关怀意识）	较强	最弱	最强	较弱		
自我提升	最强	最弱	较强			
保守（遵从传统观念与社会期待）	最强	最弱	较强	较弱		
开放（享受个人生活中的刺激和变化）		最弱				较弱
宿命论	最强		最弱	较强		较弱
等级观念	最强	较弱		最弱		
社群主义	最强	最弱				较低
政治效能感	较强	最弱	最强	较弱		
民族主义	较强	较弱	最强	最弱		
社会信任	最高	较弱	较高	最弱		

2.2 六类公众的画像方法论及相关指标

当前国际上既有的气候传播实践已表明，公众的生活信念会显著影响到其对气候议题的认知、态度与行动意愿等关键要素¹。本研究基于这一国际共识对中国公众的生活信念进行探索。本研究整合了当前国际上基于生活信念展开的相

¹ Albizua, A. & Zografos, C. (2014). A Values-Based Approach to Vulnerability and Adaptation to Climate Change. Applying Q methodology in the Ebro Delta, Spain. *Environmental Policy and Governance*, 24(6), 405–422. <https://doi.org/10.1002/eet.1658>

关研究成果，将各种被证实会对气候议题认知、态度等产生显著影响的要素进行归类¹，将其总结为个人内在驱动和社会文化观念两个层次，并对其中的测量题目进行了中国本土化的调整，使其适应我们的研究语境。在此基础上，本研究进一步收集整理了中国文化语境中的关键生活信念要素作为补充（如增加“面子”这一题项），进而形成了我们完整的生活信念测量量表。

其中个人内在驱动维度包括自我超越、自我提升、保守、开放；社会文化观念包括民族主义、政治效能感、社群主义、等级观念、宿命论，共九个变量作为主要指标。该九类指标通过我们的试调研证实在中国语境中仍会显著影响公众对气候议题的认知、态度与行为，且量表经检验信度、效度良好，证明测量具有科学性和有效性。

在量表建构中，本研究对于个人内在驱动四个变量的测量主要参考了施瓦茨量表。² 施瓦茨量表在世界各个国家得到广泛应用和验证，是受到广泛接受的通用型个人内在生活信念测量方案。此外，社会文化观念中等级观念和社群主义这两个变量主要借鉴了风险文化理论（Cultural Theory of Risk）研究中相应变量的测量量表。³ 民族主义、政治效能感和宿命论也被广泛用于测量人们的社会生活信念，因而也被纳入本研究对社会文化生活观念的测量中。

在进行人群分类的具体操作层面，研究首先对上述两个维度共计 9 类生活信念变量进行了概念操作化，形成了可供实际测量的问卷（具体见下方表 2-2 与表 2-3），并通过试调研和信效度检验以保证每个变量的测量是可靠且有效的。

1 Juan-Torres, M., Dixon, T. & Kimaram, A. Britain's Choice: Common Ground and Division in 2020s Britain. Retrieved March 3, 2022, from <https://www.britainschoice.uk/>

2 Schwartz, S. H. (1994). Are there universal aspects in the structure and contents of human values?. *Journal of social issues*, 50(4), 19-45.

Schwartz, S. H., Cieciuch, J., Vecchione, M., Davidov, E., Fischer, R., Beierlein, C., ... & Konty, M. (2012). Refining the theory of basic individual values. *Journal of personality and social psychology*, 103(4), 663.

3 Oltedal, S., Moen, B. E., Klempe, H., & Rundmo, T. (2004). Explaining risk perception: An evaluation of cultural theory. *Rotunde*, 85(Apr), 1-33.

Understanding climate change risk perceptions in China: Media use, personal experience, and cultural worldviews. *Science Communication*, 39(3), 291-312.



在此基础上，研究团队委托上海零点指标信息咨询有限公司在全国范围内对中国公众展开了大规模调研（人群抽样、问卷发放等调研执行详情见报告 6.1 节），共回收 8077 份有效数据。研究团队对该 8077 份有效问卷的数据进行了统计，并以上述 9 类生活信念变量为分类标准展开了数据的聚类分析（具体操作过程见报告 6.2 节），进而将中国公众分为了“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”六个人群，以此作为探索不同中国公众在气候议题上所呈现出的异同的基础。

2.2.1 个人内在驱动

该维度采用施瓦茨量表进行测量。施瓦茨（Schwartz. S. H.）从需要和动机出发来解释生活信念的深层内涵，构建了一个具有普遍文化适应性的信念心理结构。他依据动机间的相容和冲突特征，将个体层面的生活信念划分为开放、保守、自我超越、自我提升等四个维度¹。本研究主要运用施瓦茨提出的这一四分结构及其具体类型，各变量的具体阐释如表 2-2 所示（均采用七分李克特量表测量）。

表 2-2 本研究测量“个人内在驱动”的变量

变量	变量阐释
自我超越	该变量关注“人在多大程度上愿意超越对自我的关注，将精力放置到对他人、社会、文化等外部层面的关注上”，具体通过“关怀”、“普遍性”2个子维度共计4道题目进行测量。
自我提升	该变量关注“一个人提升自我个人能力、财富水平、社会地位的意愿强度”，具体通过“权力”、“成就”、“面子”3个子维度共计4道题目进行测量。

¹ Schwartz. (2006). Basic Human Values: Theory, Measurement, and Applications. *Revue française de sociologie*, 47(4), 929–968.

(续表)

变量	变量阐释
保守	该变量关注“一个人愿意遵从传统观念与社会期待的程度”，具体通过“传统”、“遵从”、“安全”3个子维度共计3道题目进行测量。
开放	该变量关注“一个人愿意享受个人生活中的刺激与变化的程度”，具体通过“享乐”、“自我导向”、“刺激”3个子维度共计3道题目进行测量。

根据人群结果，我们发现所有人群的自我提升和自我超越得分都高于4分，证明中国公众的自我提升与自我超越意愿普遍较强，其中自我超越得分最高是热血的奋斗族（均值6.19），最低是自我的疏离者（均值4.69）；自我提升得分最高是稳健的正统派（均值6.03），最低是自我的疏离者（均值4.35）。而保守和开放的所有人群得分都要略低于自我提升和自我超越。综合来看，在自我超越-自我提升、保守-开放4个维度的“个人内在驱动”得分最高的是稳健的正统派，而得分最低的是自我的疏离者。

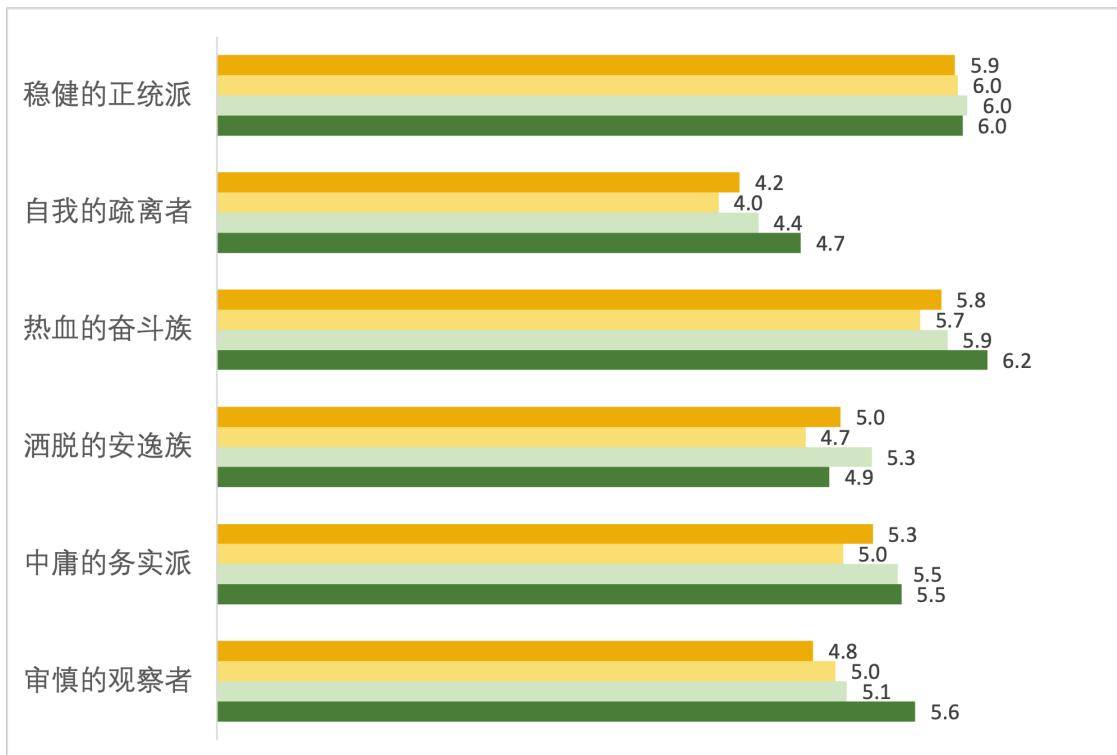


图 2-4 各人群在个人内在驱动四个层面的得分均值



“希望自己的工作是可以发挥出我自己的一些价值，我能够接受那种很疯狂、加班的工作，这个倒是没什么，但是我也希望自己能够有一些时间去体验自己的生活。”

——洒脱的安逸族

“工作和生活，关于这两个平衡的问题，我觉得工作就是我生活的一部分，我从中获得成就感，实现人生价值。”

——热血的奋斗族

“理想的生活状态是可以掌握生活的主动权，要通过积极投身国家建设的方式来提升自己的生活质量，我们要创造更有价值的东西，不仅要成就自己，也要去帮助更多的人。”

——稳健的正统派

大多人群都具有较高的自我提升和自我超越得分，这表明相当比例的中国公众追求个人成功和社会价值间的统一，他们不仅希望能够获得个人发展上的金钱和成就，而且希望能展现出对他人的价值。“面子”作为中国儒家文化中具有特色和代表性的中国社会文化观念，在不同人群之间表现出一定的差异。稳健的正统派认同“在别人面前，我很注意维护自己的面子”占比远高于其他人群（92%），热血的奋斗族次之（86%），而自我的疏离者不认可“在别人面前，我很注意维护自己的面子”占比最高（27%），审慎的观察者次之（13%）。

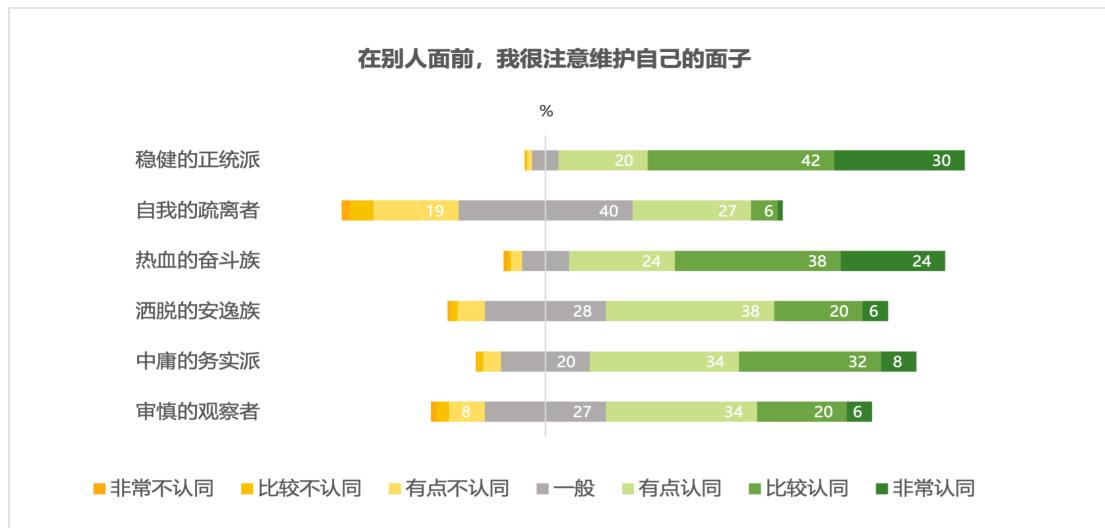


图 2-5 各人群对“面子”的态度占比

不同人群对传统的态度也有较大差异，热血的奋斗族（表示认同的比例为 92%）和稳健的正统派（表示认同的比例为 94%）最认同“我有意维护传统的文化、观念和习俗”，而洒脱的安逸族（表示认同的比例为 21%）和自我的疏离者（表示认同的比例为 28%）最不认同这一表述。这表明，不同人群对传统的文化、观念和习俗的态度存在一定的分野，保守的人群更注意维护传统，而相对开放的人群则并不会严格将传统文化观念奉为圭臬。

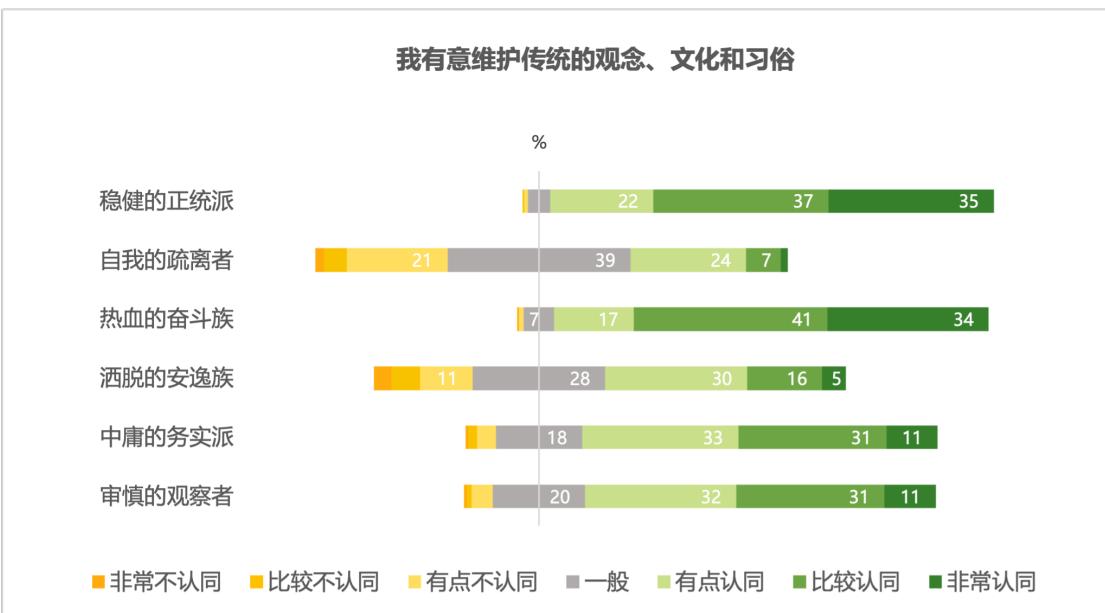


图 2-6 各人群对传统的态度占比



2.2.2 社会文化观念

在“个人内在驱动”的基础上，本研究还调查了受访者的社会文化观念，主要包括宿命论（Fatalism）、等级观念（Hierarchy）、社群主义（Communitarianism）、政治效能感（Political Efficacy）和民族主义（Nationalism）五个变量。在每个变量上，我们都采用至少2道题目来测量，各变量的阐释见表2-3。

表2-3 本研究测量“社会文化观念”的变量

变量	变量阐释
宿命论	该变量关注“一个人在多大程度上相信命运是由上天决定的”，具体通过2道问题进行测量。
等级观念	该变量关注“一个人在多大程度上支持社会现有的等级制度，并在多大程度上愿意服从于权威”，具体通过3道问题进行测量。
社群主义	该变量关注“一个人在多大程度上支持应由政府自上而下统领和引导个人发展”，具体通过5道问题进行测量。
政治效能感	该变量关注“一个人在主观上认为自我能够在多大程度上影响政策制定过程”，具体通过4道问题进行测量。
民族主义	该变量关注“相较于其他民族，一个人在多大程度上认为自我的民族更为优越与重要”，具体通过4道问题进行测量。

在所有人群中，除了稳健的正统派（均值5.48）、洒脱的安逸族（均值5.27）和中庸的务实派（均值4.86），其余三个人群的宿命论得分都很低。

同样地，除了洒脱的安逸族（均值3.84），其余人群都秉持较高的民族主义倾向（均值最低5.16），而且，相比其余社会文化观念变量，这五个人群的民族主义得分都处于相对高位，这表明除了洒脱的安逸族，其余中国公众都具有较高的民族主义倾向。而等级观念（最低3.58，最高5.77）、社群主义（最

低 4.23, 最高 6.08) 和政治效能感 (最低 4.03, 最高 6.02) 在各人群的 5 个社会文化观念变量中都处于居间值。

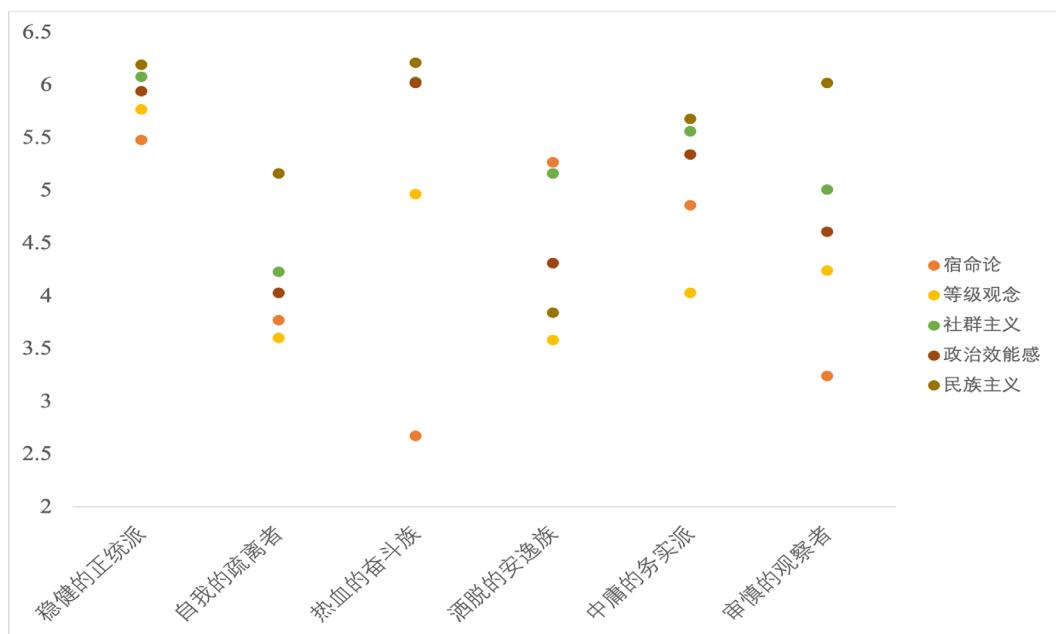


图 2-7 各人群“社会文化观念”各变量得分均值

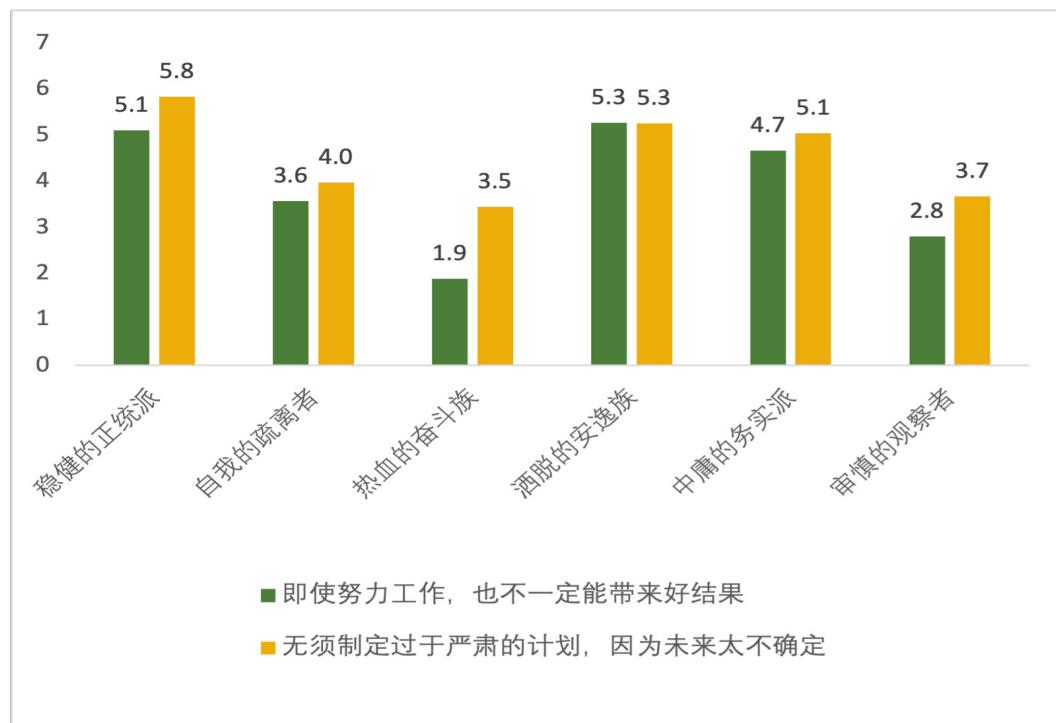


图 2-8 各人群的宿命论均值



在对工作的认识上，不同人群态度差异较大。洒脱的安逸族（均值 5.28）和稳健的正统派（均值 5.11）最认可“即使努力工作，也不一定能带来好结果”，审慎的观察者（均值 2.80）和热血的奋斗族（均值 1.89）则得分最低，表明他们认为努力与回报是积极相关的。在对于未来计划的态度上，相比工作态度，所有人群都更倾向于认为“无须制定过于严肃的计划，因为未来太不确定”，但是审慎的观察者（均值 3.7）和热血的奋斗族（均值 3.5）依然得分最低，这表明他们虽然认可未来的不确定性，但依旧认为制定计划有一定的必要性。

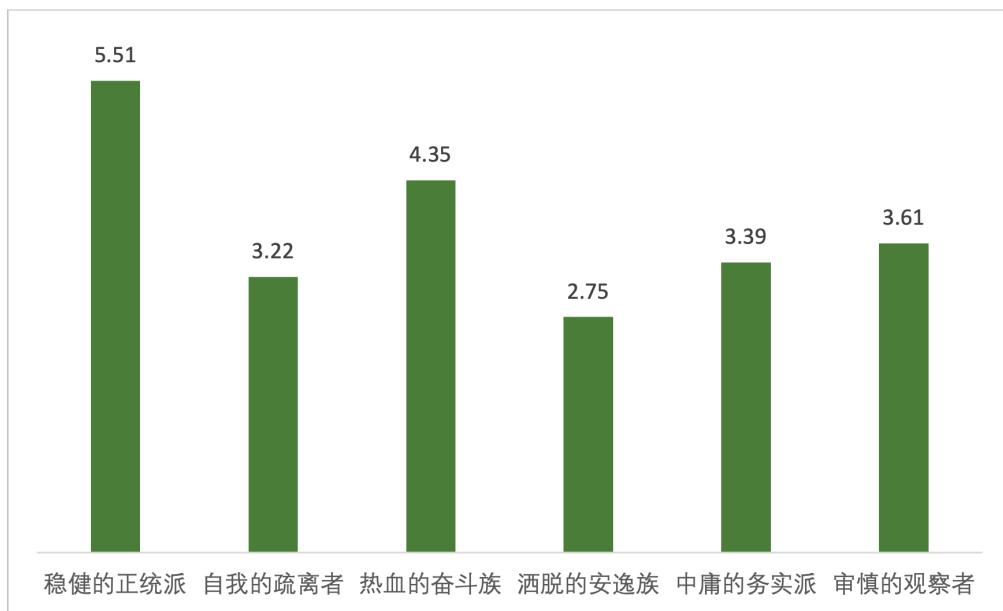


图 2-9 各人群对“社会陷入困境是因为人们不服从权威和当权者”的态度均值

不同人群对社会权威的态度也不同，其中洒脱的安逸族（均值 2.75）、中庸的务实派（均值 3.39）和自我的疏离者（均值 3.22）不认同“社会陷入困境是因为人们不服从权威和当权者”，而审慎的观察者（均值 3.61）、热血的奋斗族（均值 4.35）和稳健的正统派（均值 5.51）则认可这一说法。在是否服从权威的态度上，六个人群之间表现出不同的立场。

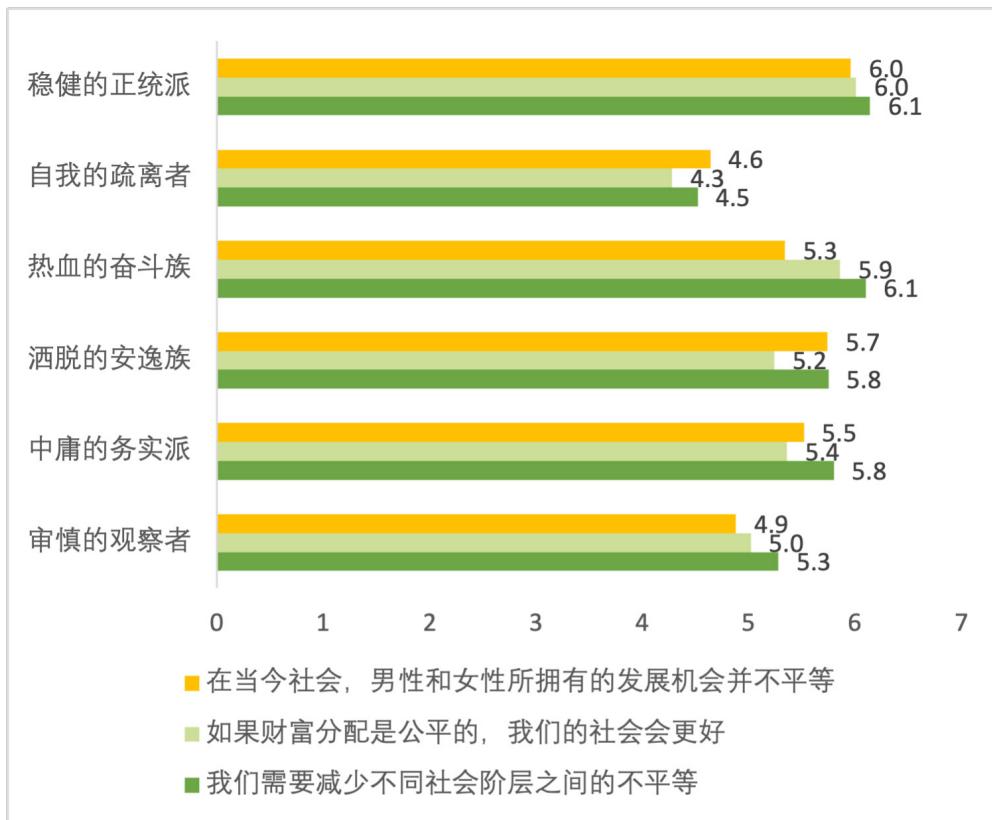


图 2-10 各人群对社会平等的态度均值

六个人群对社会平等的态度都比较一致（均值都高于 4），皆认为“我们需要减少不同社会阶层之间的不平等”、“如果财富分配是公平的，我们的社会会更好”以及“在当今社会，男性和女性所拥有的发展机会并不平等”。这说明中国公众对于财富分配、性别和阶层上的平等有着普遍的重视。

“现在我们可以看到其实社会的贫富差距是客观存在的，当前我们也很流行说我们在不停地去“卷”，给自己加压，……这个所谓的卷，其实背后是一种大家都在努力争夺有限的社会资源的现象，大家都不想成为被落下的那一批。”

——热血的奋斗族



“性别不平等，这个我更有感触。包括比如说，我毕了业找工作，跟我一起去竞争这个岗位如果有男性的话，那我敢说 80% 甚至 90% 我肯定是难以竞争过他的。”

——洒脱的安逸族

“城乡、地域在基础设施，比如说环境的洁净程度，饮水健康方面，还有教育等众多方面都有很大差距。比如小县城的医疗和教育资源无论怎样也是没办法跟北京上海比的。”

——审慎的观察者

2.3 六类公众的相互关系与区分聚类的关键变量

根据上述六类人群在各变量上的得分分布可见，六类人群彼此之间拥有着一些相似性，这让我们能更好地把握中国公众在气候行动上可能的共性。同样重要的是，六类人群在一些主要维度和关键变量上存在明显差异，这些差异成为了我们探究公众差异性的关键指标。

2.3.1 把握聚类之间的相互关系：公共事务兴趣高低与集体 / 个人偏向

六类公众在“对公共事务的兴趣”以及“集体 / 个人偏向”这两个关键子维度上出现了较为显著的差距。该两个关键变量也形成了区分中国公众对待气候议题的关键维度：对公共事务的兴趣越高，且持有集体观念程度越强的中国公众，越有可能对气候议题产生较高兴趣。

在这两个维度上的差异可以为我们如何针对不同人群进行气候传播实践提供启示。在右上方区域内的人群更可能对气候议题产生一种天然的连接，我们可以依赖他们对公共事务的兴趣，以及可以促进集体利益的叙事来促进他们的气

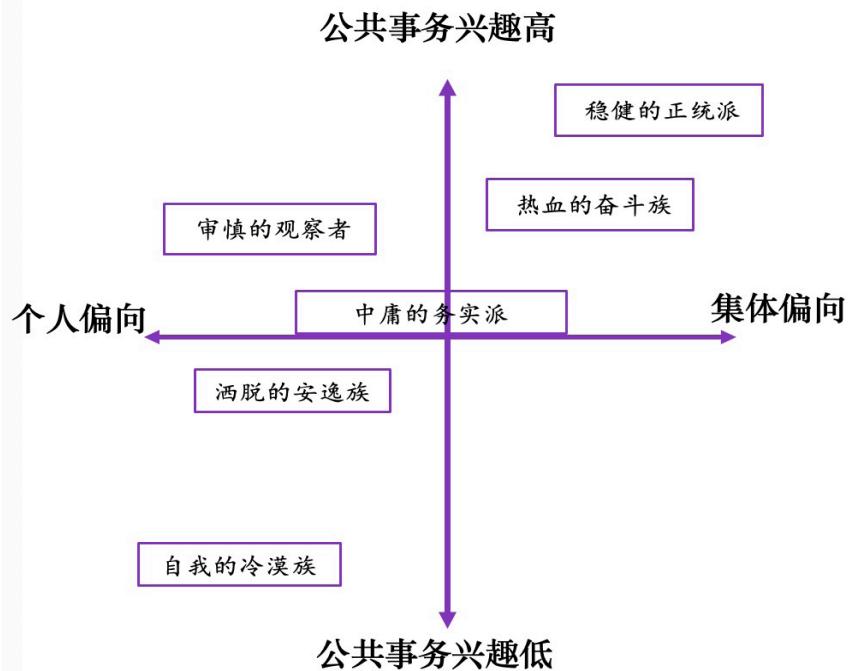


图 2-11 各人群个人 / 集体偏向和对公共事务兴趣的坐标图

候行动；但是对左下方区域的人群，我们需要更注意阐明为什么气候变化和环保行动对他们个人而言，或对像他们这样的人是重要的，以及为什么他们需要行动起来。

2.3.2 观念维度的相似与区分：个人内在驱动、宿命论与民族主义

从个人内在驱动的系列变量来看，六类公众在各变量的得分上基本形成了一个较为稳定的模式，其中稳健的正统派在各变量的平均得分最高，自我的疏离者平均得分最低，且该排序与各人群对公共事务兴趣的高低密切关联，这在一定程度上印证了公众的个人内在驱动将显著影响其对包括气候议题在内的公共事务的热情。

然而在社会文化观念维度，六类公众在各变量上的平均得分开始出现了分化，尤其是在民族主义和宿命论上的得分出现了显著差异。



宿命论与民族主义这两个变量可以为区分六类人群提供新的洞见，也可成为用以理解中国公众在信念上产生分化的核心变量。以民族主义得分为横轴，以宿命论为纵轴，绘制了各人群的坐标图（如图 2-12 所示）

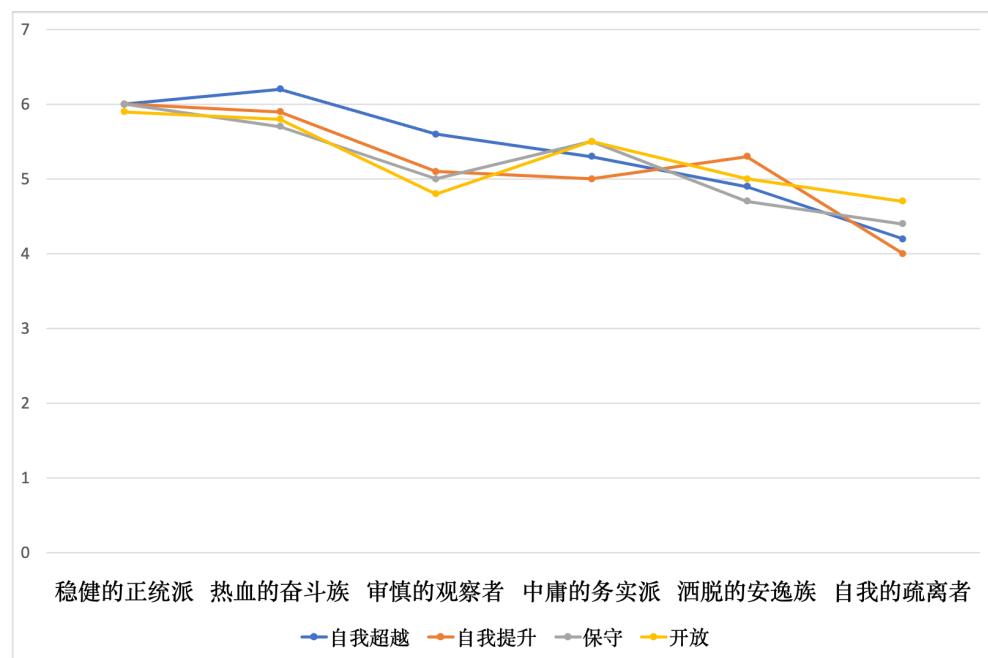


图 2-12 六类公众个人内在驱动变量平均得分趋势

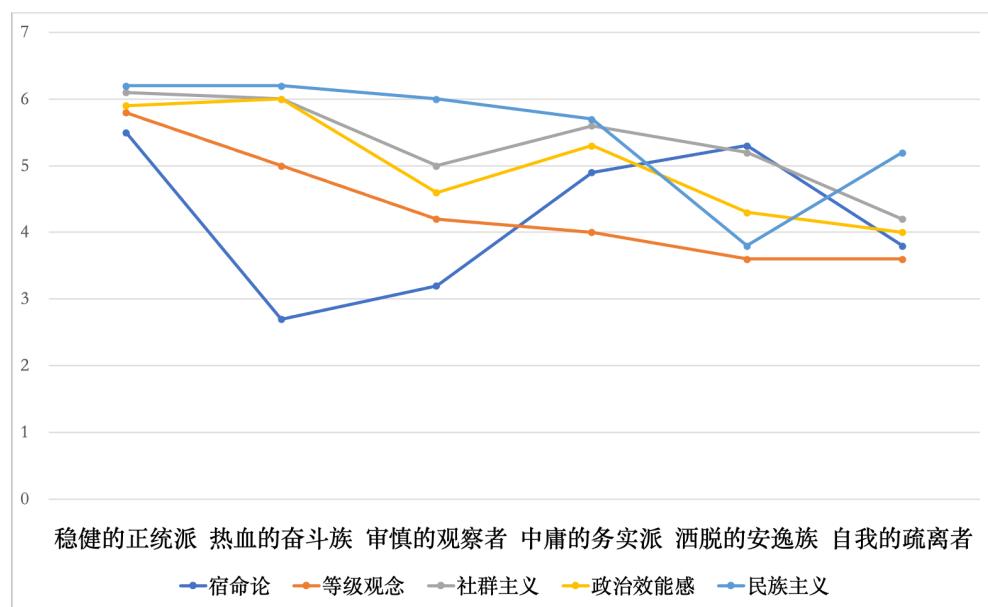


图 2-13 六类公众社会文化观念变量平均得分趋势

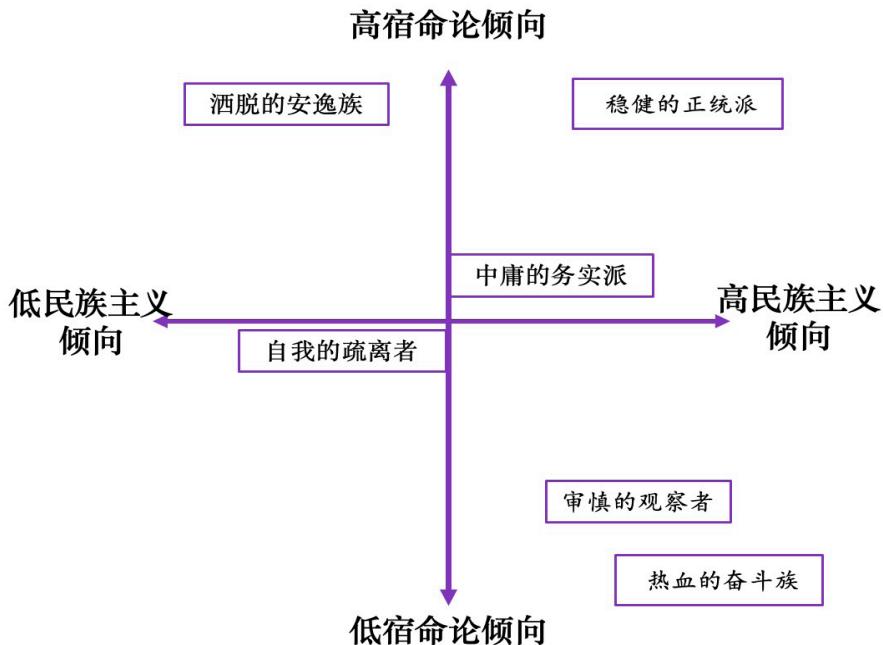


图 2-14 各人群民族主义和宿命论的坐标图

从图 2-14 可以看出，六类人群共形成了四个有区别的团组。第一个团组是高民族主义倾向和高宿命论倾向的人群，包括稳健的正统派和中庸的务实派。他们对中国取得的成就感到自豪、爱国主义情绪高涨；同时，他们更倾向于去平和地迎接生活的变动，因而讲述人民在国家领导下安居乐业、平稳生活的叙事能更好地引发他们的关注；第二个团组是民族主义倾向强烈，但是却反对宿命论的观点的人群，以审慎的观察者和热血的奋斗族为典型代表。他们高度赞扬中华民族的优越性，但在个体生活上不认为人们的命运早已被安排好，因而将个人成长与民族强盛相结合的叙事方式较能引发他们的共情。第三个团组是高宿命论倾向但是却并未有较高民族主义倾向的人群，其主要为洒脱的安逸族。他们不太关注过于宏大的民族叙事，也不太喜欢一味鼓励个人奋斗与前进的内容；第四个团组是同时具有较低民族主义倾向与较低宿命论倾向的人群，以自我的疏离者为主要代表。他们青睐将个体努力与成功进行关联，但对高度强调民族优越的叙事缺乏热情。



2.3.3 年龄与传统

虽然年龄这一变量较为简单，但研究发现六类人群在年龄维度上产生了较为明显的分化。六类人群中，青少年占主体的人群包括中庸的务实派、自我的疏离者、洒脱的安逸族和审慎的观察者四类，而中老年主体的人群仅包括稳健的正统派和热血的奋斗族两类。这说明，在年轻一代中，价值观念更加多元，年轻群体内部的分化比中老年群体更加突出。对气候传播实践来讲，动员年轻群体的气候行动需要不同的叙事策略，这取决于我们希望触达哪一类群体。

当我们将六类人群的年龄与他们对“传统”（主要参考问卷中个人内在驱动中的“保守”变量与社会文化观念中的“等级观念”变量的得分）的态度相对照，可以发现秉持传统价值取向的不仅包含以中老年为主体的稳健的正统派和热血的奋斗族，而且还包括以年轻人为主体的中庸的务实派。结合访谈，我们发现这些传统的，甚至某种程度上来说相对保守的人群，反而是更容易在气候行动中被动员起来的人群；而较为多元化的年轻人，尤其是自我的疏离者、洒脱的安逸族和审慎的观察者表现出了对社会主流与传统观念较为谨慎的态度，

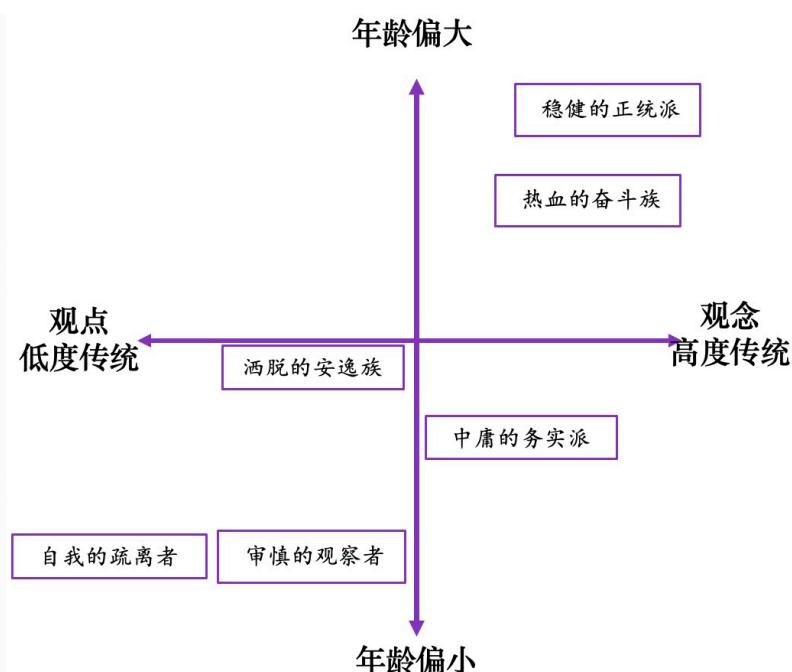


图 2-15 各人群年龄和传统倾向的坐标图

他们对气候变化等公共议题也倾向采用一种更为疏离的态度。这一发现与大多西方国家气候行动的倡导者与行动者是以年轻人为主的现象不尽相同，一种可能的解释是，中国传统文化中本就含有较强的利他文化和集体文化，因而秉持传统观念的群体反而更容易动员，而传统观念相对较为薄弱的年轻人则较难被动员。

2.4 六类公众与气候变化

2.4.1 共同点

尽管“洒脱的安逸族”与“自我的疏离者”对气候的关切程度比均值略低，但总体而言，**每一人群都对气候变化议题感到关切。**

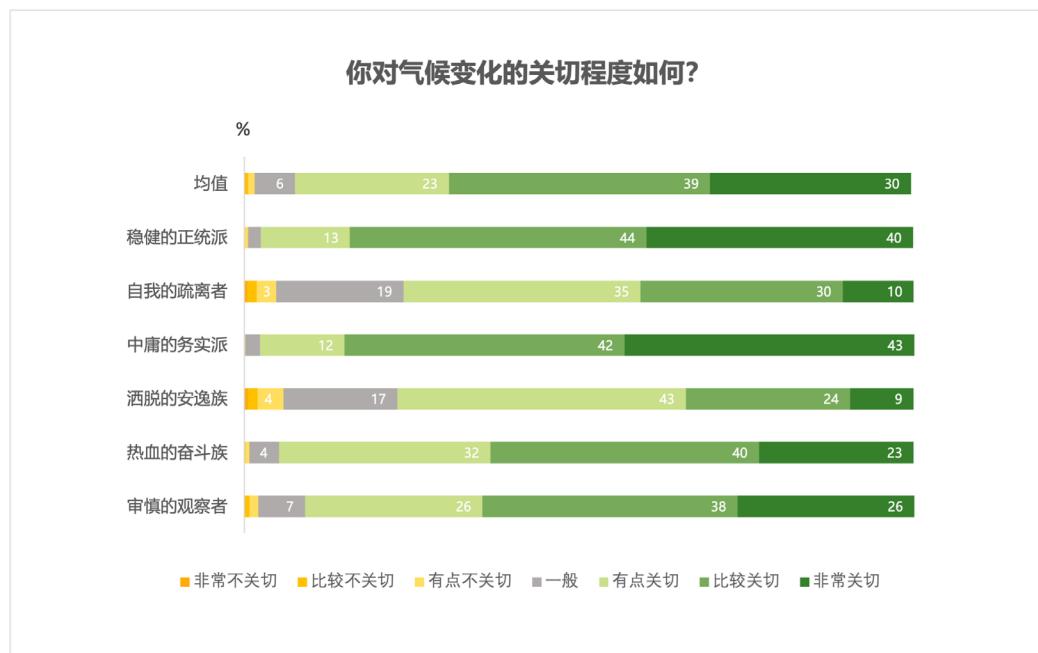


图 2-16 各人群的气候变化关切占比

虽然各人群均对于气候变化持较为关切的态度，但**公众的气候变化知识水平普遍偏低**。本研究使用 7 个与气候变化相关的问题用于测量公众知识水平，计



算方式为每道题 1 分，答对计 1 分，总分 7 分。结果显示，所有公众的气候知识平均得分为 2.73 分；六个人群中，每个人群公众的平均得分均在 2.6 到 2.9 之间，并未呈现出显著差异。这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。

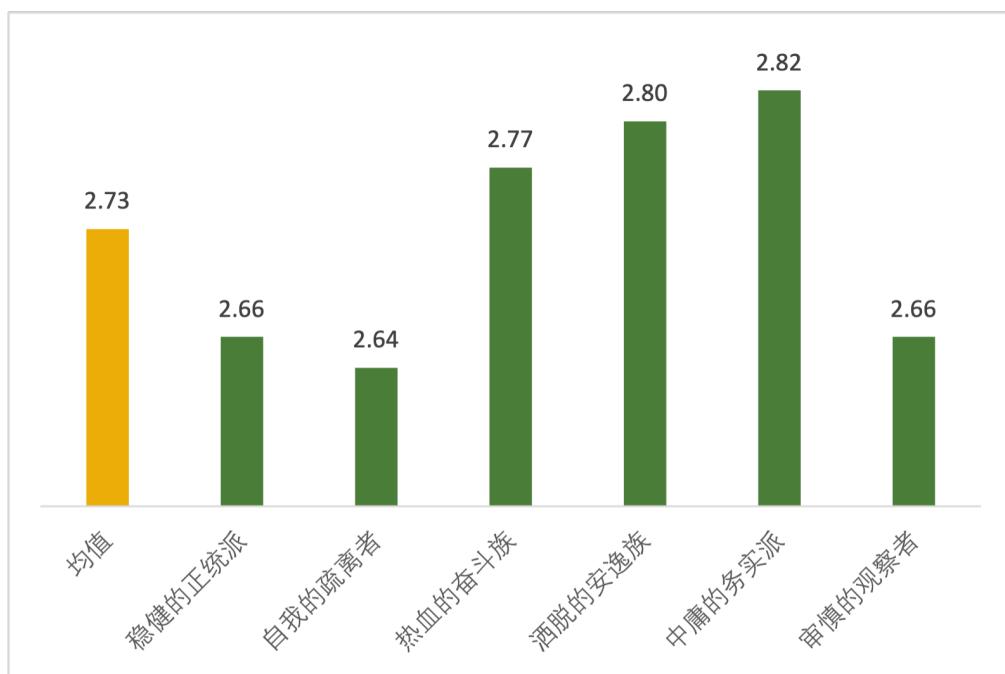


图 2-17 各人群的气候知识水平均值

当气候变化议题落实到个人行动层面时，所有群体在“节约用电”“使用可再生或可降解产品”“乘坐公共交通”等个人生活小事上的行动意愿明显高于其他行为，但涉及到“参与环保活动”“劝说家人”等涉及他人与社会交往的行动时行动意愿产生了明显下降，人数分布维持在 50% 以下。“减少肉类消费”这样会显著影响到自我当前生活质量的个人生活行动的整体行动意愿最低，仅有“稳健的正统派”和“热血的奋斗族”两类对此的付诸行动者比其他群体人 数略高。

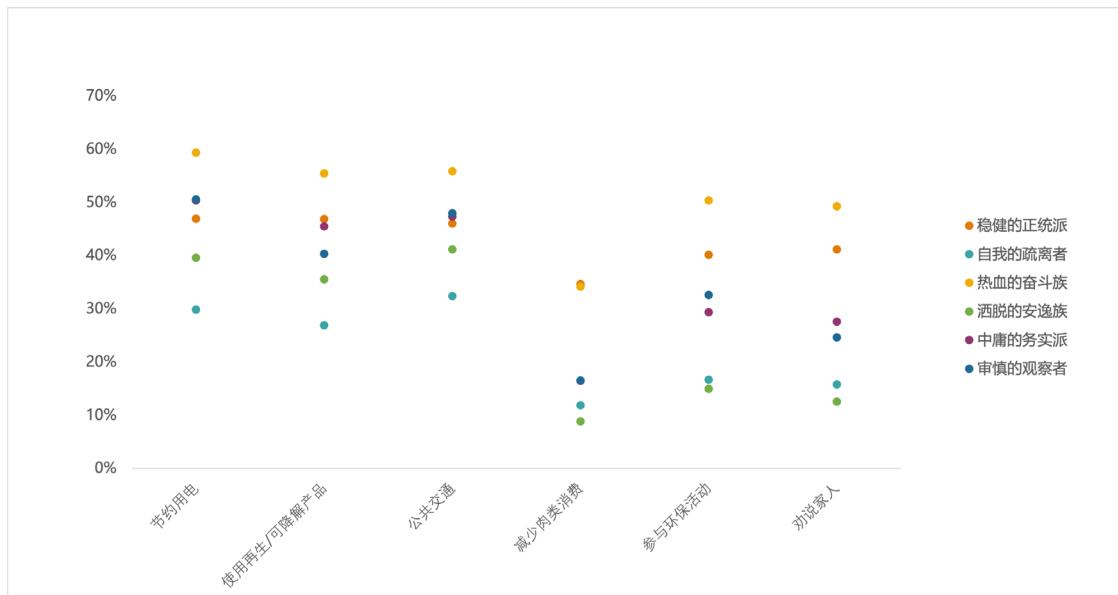


图 2-18 各人群愿意付诸气候行动的占比

各人群对于中国在国际上的气候责任与义务上有着较为相似的见解，虽然他们认识到中国与西方国家在气候问题上的历史责任不同，但都认为作为负责任的大国，应当承担起面向未来的责任，在国际气候行动，如减少碳排放、与世界各国合作应对气候变化等方面应承担起与其他国家同等的责任和义务。

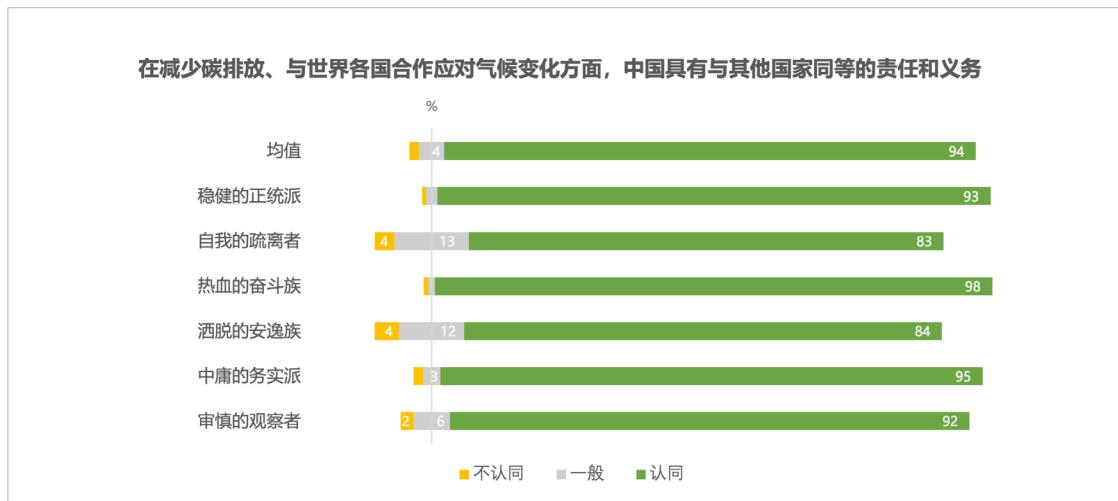


图 2-19 各人群对“中国具有与其他国家同等的责任和义务”的态度占比



此外通过对焦点小组、深度访谈等质性材料的分析，我们发现气候议题在中国公众中还形成了以下一些共识，这也体现出了气候议题在中国语境之中的特殊性：

· **气候行动是民生的而非政治的。**气候议题在西方国家中与党派分野有着明显的关联。公众对气候议题的认知、态度受到其政治立场的高度影响，使得气候变化在西方成为了一个显著的政治性议题。然而，中国语境中气候议题的政治属性非常薄弱，在国家的高度重视与倡导下，绝大多数中国公众将其视为一项国家为民生谋长远福祉的重要行动，因此将气候议题与政治立场高度关联的传播动员方式在中国语境中是难以生效的。

· **气候变化是真实的而非阴谋的。**由于阴谋论盛行，“气候怀疑论”在西方国度中大行其道，诸多公众并不相信气候变化在真实发生并认为其是一种政治阴谋。但这一情况在中国截然相反，我们调研的所有中国公众，无论其自我生活是否明显受到气候变化影响，但均高度认同气候变化正在发生，并坚信其在未来对人类的影响会加深。通过传播让公众相信气候变化正在发生已不必成为中国语境之中气候传播实践的主要目标。

· **气候行动是公众的更是国家的。**在国家对气候议题的高度重视之下，中国公众当前已经在认知上形成了解决气候变化需要全体人民共同行动的共识。但同时，绝大多数的中国公众认为相较于公民层面的民间力量，国家层面的行动力更能产生“事半功倍”的效果。中国公众在成为气候行动领导力量方面的意愿非常薄弱，更多是愿意成为国家主导之下的“配合者”参与到气候行动之中。因而国家角色在传播实践中应该引起高度重视，而鼓励公民自发组织起民间集体气候行动的难度会非常大。

· **气候变化是集体的但也是分化的。**中国公众高度认同气候变化会对所有人而并非一部分人产生影响，但同时也高度认同由于地域、经济、文化、社会地位等诸多复杂因素的交织，气候行动的责任并不应该均等地分配给每一个人。这在很大程度上印证了中国的气候传播实践也应针对中国语境中不同人群进行深入洞察，从而制定出针对性的传播策略。

2.4.2 不同之处

第一，在面对气候变化议题时，各人群的风险感知存在一定差异。在六个人群中，“自我的疏离者”是对气候变化实际影响的感知最为薄弱的群体，他们认为气候变化无论是对个体还是对整个社会的影响均较为有限。而“热血的奋斗族”的气候变化风险感知水平则处于六个人群的最高值，他们对气候变化及其可能带来的危害十分警觉，个体层面和社会层面的风险感知水平分别高达 6.08 和 6.17（得分范围为 1-7），并尤为强调气候变化的社会影响。

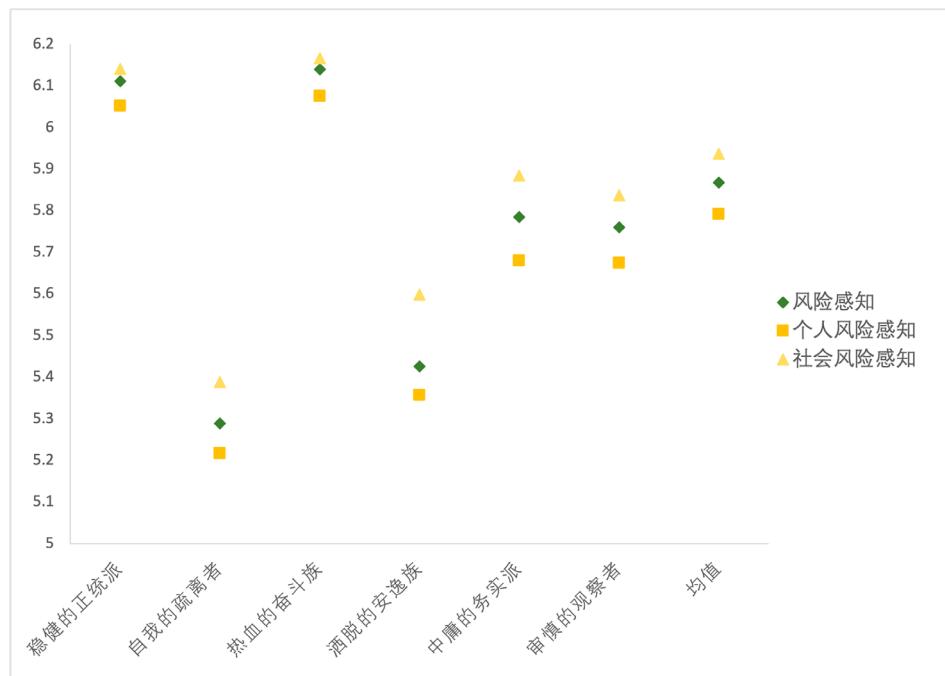


图 2-20 各人群的风险感知均值

第二，各个人群对气候治理相关政策的支持度也不尽相同。比如，就“提高燃油价格”这类较为涉及个人利益的政策而言，选择“非常赞成”（用七级李克特量表测量，1 为非常不赞成，7 为非常赞成）的人数在各人群中差别较大，“稳健的正统派”中，这一人数占比为 25.9%，而在“洒脱的安逸族”中，仅有 3.6% 的人非常赞成该政策。而就“加强先进节能减排技术的研发”这一较为宏观的政策而言，在“热血的奋斗族”中，有 54.3% 的受访者非常赞成该政策，而在“自我的疏离者”中，这一比例仅为 27.7%。

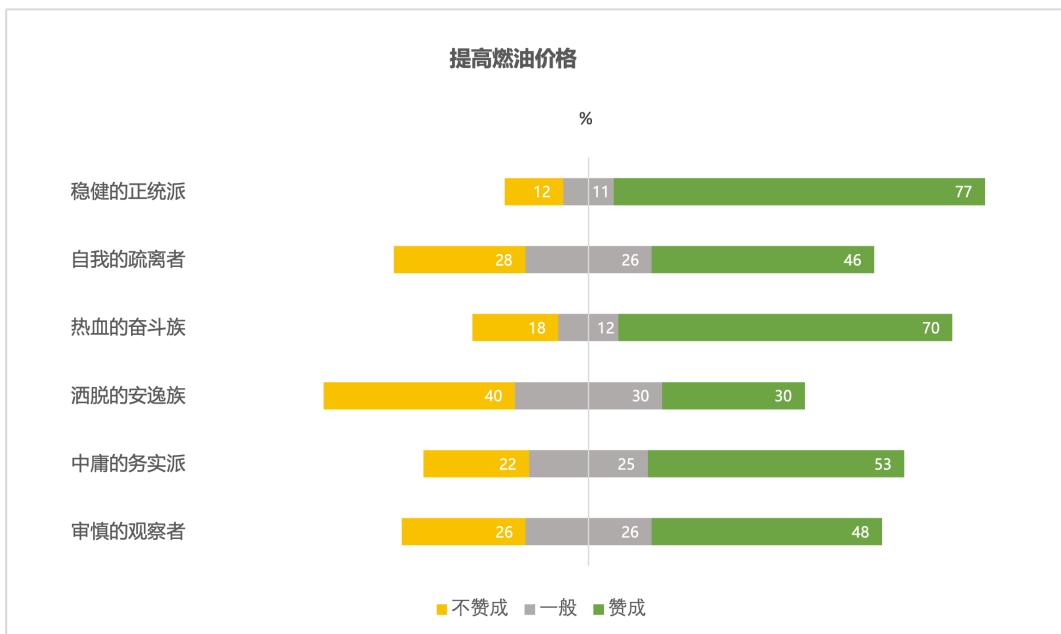


图 2-21 各人群对“提高燃油价格”的政策态度占比



图 2-22 各人群对“加强先进节能减排技术的研发”的政策态度占比

第三，各个人群在各自信任的信息传递者上也存在差异。在中国，关于气候变化议题的观点、经历和故事主要有四类信息来源：专家、媒体、公益组织、企业。其中，专家最受各人群信赖，紧接着是公益组织、媒体、企业。除此之外，遭受由于气候变化影响而形成的自然灾害影响的普通人（即气候影响的受害者）被赋予高信任度，亲历者作为草根信源，对各类群体都有一定的说服力。但总

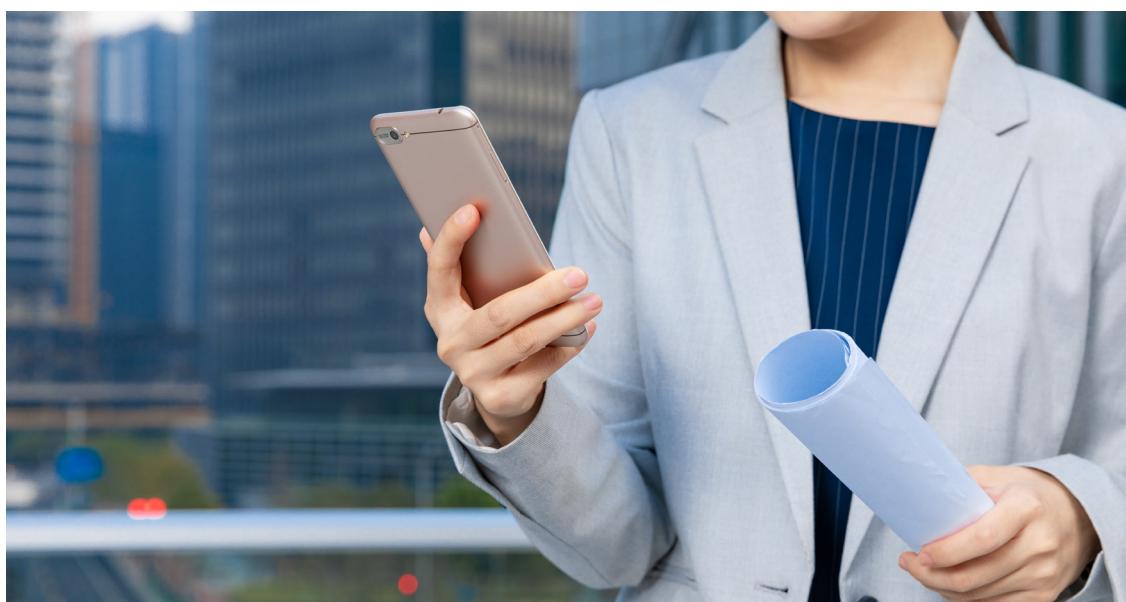
体而言，各阶层的信任水平普遍较低，这表明现有信息传递者并没有与大部分人群建立良好的联系，比如公益组织及企业没有与“热血的奋斗族”和“稳健的正统派”以外的人群建立好联系；“洒脱的安逸族”更对企业极其地不信任，信任度均值仅为3.80。

2.5 六类公众的媒介使用特征

从六类人群的共性来看，网络社交媒体和网络娱乐视频平台是所有群体最常使用的媒介，且使用时常显著高于中央级媒体和传统媒体。这印证了中国公众的媒介使用需求主要以了解身边和热点社会事件的社交需求和满足放松休闲的娱乐需求为主，而公众对于使用传统媒体平台获取专业资讯的需求相对有限。

但各个人群在媒介使用上也呈现出各自的特殊性：

第一，在使用时长上，稳健的正统派与热血的奋斗族的媒体使用总时长高于其他群体。这两个人群中的中老年人更多，他们拥有更多的可支配自由时间，总体更依赖媒体平台获取信息，是最常阅读综合性网络资讯平台的群体；在六类





中国公众中占比较少的年轻化群体，即自我的疏离者与洒脱的安逸族的媒介使用时长则最短，这与他们忙于生计和享乐生活的特征保持着高度的一致。

第二，热血的奋斗族使用各级专业媒体平台时长均为所有群体中最高的，例如央视网、北京晚报、南方周末在内的诸多类型专业机构。类似地，在泛娱乐化的媒介生态下稳健的正统派对传统媒体仍保持着较高的使用水平。

第三，在人口构成以年轻群体为主的聚类中，中庸的务实派和审慎的观察者是阅读传统媒体新闻更多的两个群体，与此同时他们也展现出了对更为年轻化媒介平台的高度兴趣，热衷于在哔哩哔哩、微博、豆瓣等社交平台获取相关资讯。

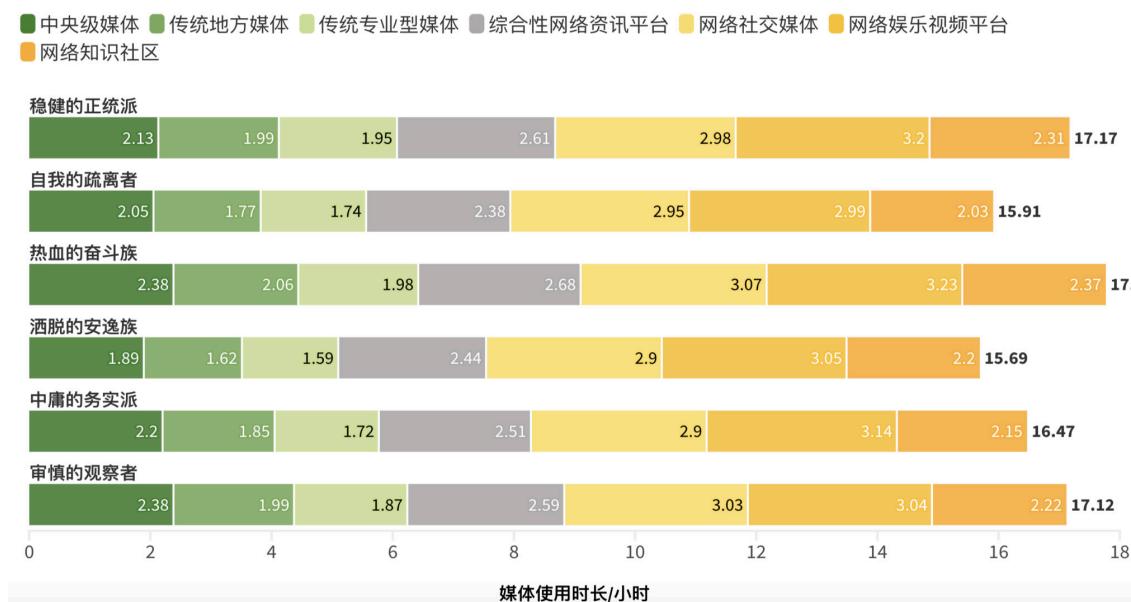


图 2-23 各人群的媒介使用特征

2.6 六类公众的社会信任特征

在公众对主流信息来源的社会信任度上，专家是各聚类最信赖的消息来源，紧接着是公益组织，随后是媒体和企业。但总体而言，各群体的信任水平普遍偏低（公众平均社会信任值 5.2），表明当前信息传递者与大部分人群的信任度还有待进一步提升。从数据分析结果来看，除热血的奋斗族和稳健的正统派以

外，公益组织还尚未与其他四类人群建立起良好的沟通纽带，而企业这一主体在气候传播实践中更是尚未获得中国公众普遍的信任。

此外，各个细分人群在社会信任度上也呈现出明显的差异：

第一，各人群的内在生活信念对他们的社会信任有着深远的影响，社群主义和民族主义得分较高的群体普遍有着更高的社会信任度。具体而言，稳健的正统派（均值 5.73，）和热血的奋斗族（均值 5.65）社会信任值最高，而自我的疏离者（均值 4.83）和洒脱的安逸族（均值 4.2）的整体社会信任值均低于 5.0 且存在显著差距。

第二，不同群体对社会主体总信任度有着较大的分野。以单个聚类为参照线进行对比，研究发现审慎的观察者和中庸的务实派对专家的信任显著高于其平均水平（均值 5.19, 5.07），对社会抱有最低信任值的两个群体对媒体的信任度（自我的疏离者媒体信任得分均值 4.86 洒脱的安逸族媒体信任得分均值 4.3）与所有人群社会信任平均值基本持平。

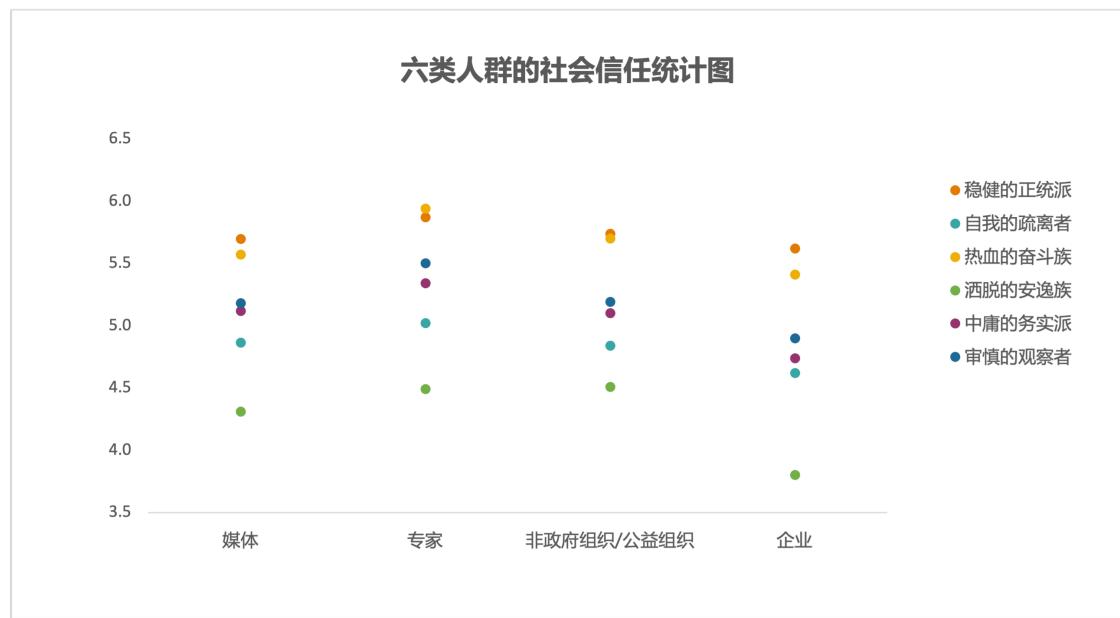


图 2-24 各人群对四类社会主体的气候议题信任度均值

3

六类中国公众的 详细分析

THE SIX SEGMENTS IN DEPTH

3.1

稳健的正统派

BACKBONE TRADITIONALISTS





稳健的正统派 (约占中国公众的 25%)

一、谁是稳健的正统派

表 3-1 稳健的正统派人群画像

典型观念	人口特征	关注社会议题	信任的信源	常用媒体渠道
思想正统	中老年占比高	生活保障	专家	人民日报
注重自我提升	收入中等偏低	社会公平	政府	央视新闻
强调等级观念	学历偏低	不良思想传播	中央级媒体	南方周末
期冀成为启迪者				知乎

(一) 稳健的正统派的生活信念特征



图 3-1 稳健的正统派的生活信念得分

1. 持正统观念：集体感强，为国为民

稳健的正统派是所有人群中占比最高的群体。人群“正统”的特征体现在普遍相信长久被实践的智慧，珍视古老的习俗。一方面，该群体拥有较强的集体观念，他们认为社会是一个具有连贯性的有机体，要坚持渐进的方式来改良和完善社会秩序。另一方面，他们在与人交往中更关注“利他”的行为导向，他们倾向于尽量克制自己，顺从他人和社会的期待。他们喜欢安全的生活环境，尽量避免任何有危险的东西。

2. 追求自我的全面提升

在全国性调查问卷中，稳健的正统派在多项维度中均为最高值。他们是“自我提升”意愿最强的人群。他们在物质层面会追求社会权力、金钱和个人成就（“自我提升”均值 6.03）；鉴于中国传统的面子文化，他们也是最为保守的一群人，与人交往的过程中尽量顺从和遵守社会期待（“保守”均值 5.95）。另一方面，他们在精神维度也体现了“自我超越”的价值取向。作为最遵守社会规范的人群，他们期冀自己的自我发展和提升能够依赖社会现有的规范与既有等级结构来进行，期待自己能成为社会中具有“话语权”和“影响力”的一群人。

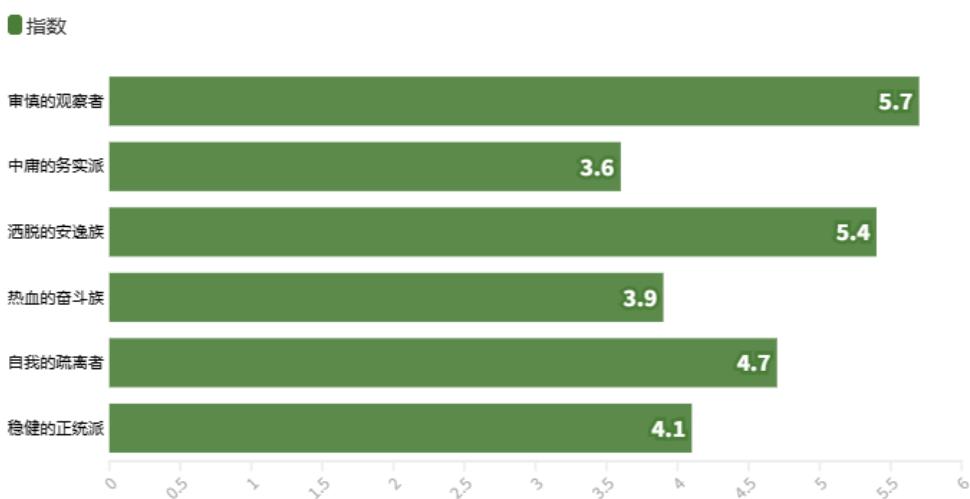


图 3-2 各人群的“保守”倾向均值



3. 强调社会等级

虽然该群体和热血的奋斗族一样都对政府展现出了很高的信任度，但他们的思考脉络是不同的。稳健的正统派认为只有政府而非家庭或企业才能真正管理好我们的社会，这与社会主义政治制度优越性体现在党总揽全局、协调各方的领导方针一脉相承。

除此之外，稳健的正统派坚信政府是首要的能动主体，社会问题的出现要依赖从上至下的宏观调控来改善。该群体的政治效能感很高（“政治效能感”均值5.94），相信个体的声音可以通过社交平台和“政民互动”等官方渠道传递至政府，也非常赞同“政府官员会重视公众对政府和社会事务的态度和看法”、“包括我在内的每个公民都可能对政府政策和行为产生影响”等观点。对政府的信任也导致他们秉持较强的等级观念，在行动上，他们认为敬畏和顺从上级安排给自己的事情是取得成功的最好方法。

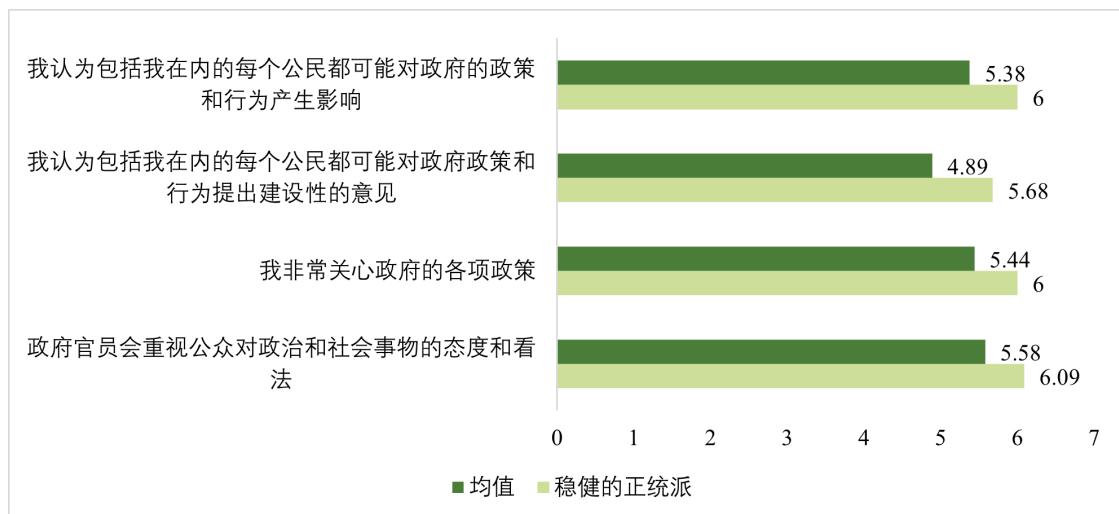


图 3-3 稳健的正统派政治效能感统计图

4. 愿意担任引领者的角色

稳健的正统派仅仅将满足生计作为追求精神世界的必要过程，而非最终目标。他们认为精神的饱满不仅建立在成就自己、满足自我的价值实现，更重要的是

要启迪和帮助他人。他们认为自己是可靠且值得信赖的人，并且愿意付出时间和精力帮助他人。稳健的正统派能够从启迪和帮助他人中获得意义感。

「理想的生活状态是可以掌握生活的主动权，也就是说没必要为了衣食住行这些最基本的生存保障而担心，可以去追求一些精神层面的目标，创造更有价值的东西，不仅要成就自己，也要去帮助更多的人。」

（二）稳健的正统派的人口特征与媒介特征

1. 人口特征：中老年占比高，学历偏低，收入中等偏下

在人口统计学上，稳健的正统派近 40% 为中壮年及老年人（46-65 岁）。他们学历水平不高，学历在大专及以下的比例占 70%；收入水平中等偏低，近 70% 的受访者家庭月收入在 13000 元以下。

2. 媒介特征：高度信任权威媒体

在气候变化的信息来源方面，稳健的正统派对中央级媒体的信任程度最高。他们对于传统媒体的信任度普遍高于社交媒体、资讯平台等。他们认为，在传统媒体中，《南方周末》等传统专业型媒体的可信度高于传统地方媒体；在社交媒体中，知乎等网络知识社区的可信度高于抖音、微博、微信等娱乐、社交平台。



图 3-4 稳健的正统派的生活信念词云

小结

- 秉承正统的生活信念，具有很强的集体观念；
- 强烈的自我提升意愿；
- 对中国人身份高度自豪，对国家民族持以高度信任；
- 愿意启迪和帮助他人；
- 多为 46—65 岁，居住在二三线城市，学历偏低，家庭月收入中等偏低；
- 对权威媒体的信任度最高。

二、稳健的正统派与气候变化

（一）非常关心气候变化，行动意愿很高，了解基础的气候知识

稳健的正统派是六个人群中最关切气候变化问题的群体之一（表示关心气候变化的人占比 97.5%），他们认为气候变化给人类生存带来了严峻的威胁，是值得关注的社会议题。他们知道一些较为基础的气候知识（平均作答正确 2.64

道题目，各人群的均值为 2.73，满分为 7），例如他们对煤炭和石油等非清洁能源的使用与气候变化的关系较为清晰。但他们对更细节的事实信息了解较少，比如全球平均气温变化、气温变化对天气状况、海平面上升程度的具体影响、不同交通工具的二氧化碳排放量、食物生产带来的温室气体排放量。

你对气候变化的关切程度如何？

■ 关切 ■ 中立 ■ 不关切

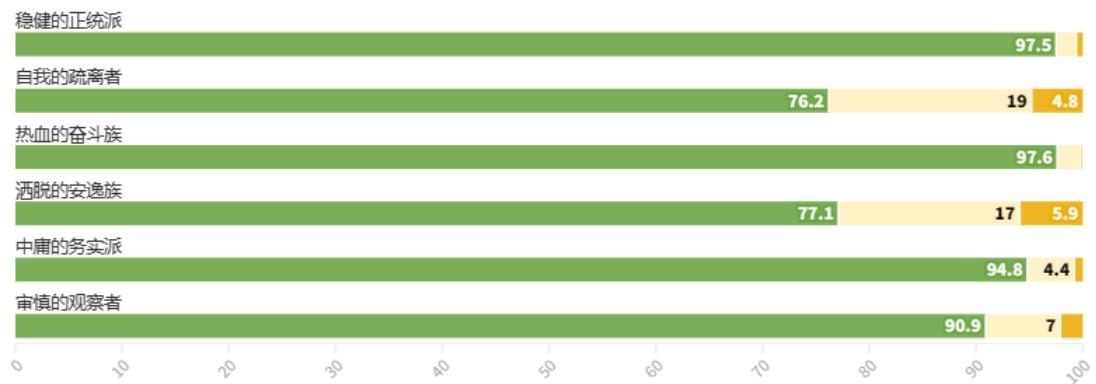


图 3-5 各人群对气候变化的关切程度占比

从公众参与的角度来看，稳健的正统派拥有较高的气候行动意愿和自我效能感，他们相信自己的一些气候行为能够对气候变化问题的解决产生积极影响，并且他们相信自己的行动也能鼓励其他人采取气候行动。他们有动力采取一系列的个人行动以减缓气候变化。他们愿意节约用电，使用再生或可降解产品或包装（47%），选择节能的公共交通出行（46%）。值得注意的是，稳健的正统派对于参加环保活动（40%）和减少肉类消费（35%）的意愿也十分显著。

「受孩子的影响，孩子参加了联合国气候变化大会，自己也及时跟进，受到很多影响。目前自己生活中从来不用一次性的包装物，节约水电，不再开车，减少碳排放。」



（二）风险感知强，认为气候变化重要但非紧急

在气候变化的风险感知能力上，他们整体的风险感知较强（个体层面风险感知均值为 6.05，社会层面风险感知均值为 6.14），并认为气候变化是重要的社会议题。但部分人并不认为气候变化对人类的影响是非常紧急的问题。如果对中国社会目前要解决的社会问题进行排序，稳健的正统派普遍认为气候问题相对于经济问题和平等问题，其紧急程度是相对靠后的。

■ 社会层面风险感知 ■ 个人层面风险感知

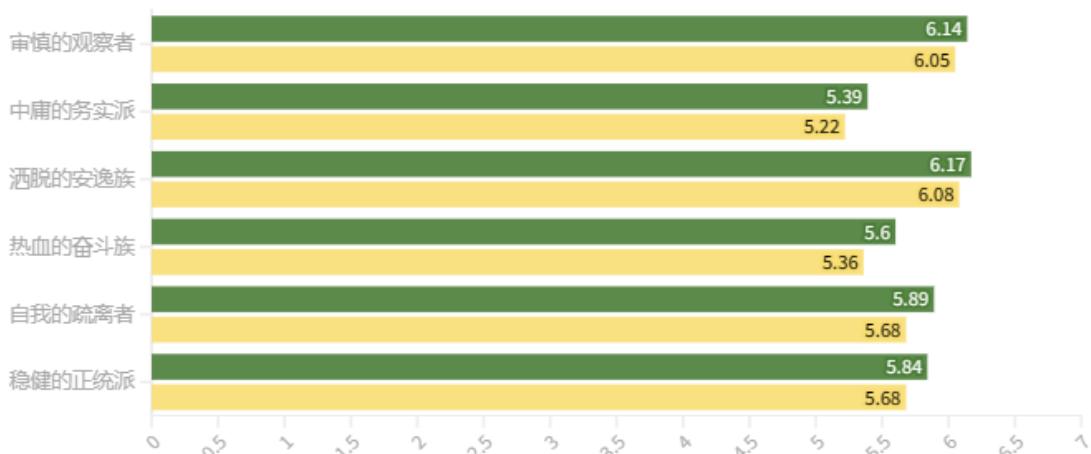


图 3-6 各人群风险感知均值

「（气候变化对人类的影响）重要非紧急。在一些地方，老百姓的生存问题还没解决，气候变化是未来长远发展的问题，两者相比较，还是生存问题更重要。」

稳健的正统派认为气候变化在短期（10 年内）更有可能对整个国家的经济、环境以及卫生健康情况等产生直接影响，而对他们自己个人的生活影响相对较轻。部分受访者认为气候变化不会直接影响自己和家人居住地的环境。此外，他们认为气候变化对不同地域的影响是不同的，因此不同地域的人们风险感知能力也不同。

「看你有没有撞上，撞上了影响就很大。比如重庆、长江上游的干旱，当地人感受就很深，对其他地方的人来说就只是一个新闻。」

（三）社会信任程度最高

稳健的正统派对各级社会主体的平均信任程度值最高（均值 6.48），对媒体、专家、企业和公益组织的高信任使得他们成为最有可能被外界信息所影响并改变自身气候行为的群体。在应对气候变化的行动者方面，他们普遍认为政府是强有力的组织者，学校教育的影响也尤其重要，其他行动者诸如公众、媒体、企业、NGO 组织等也需要积极加入气候行动之中。

「应该把气候变化纳入政府组织的 KPI，一层一层执行下去，这应该是一个政府行为，仅依靠民间组织的力量的话，太微弱。」

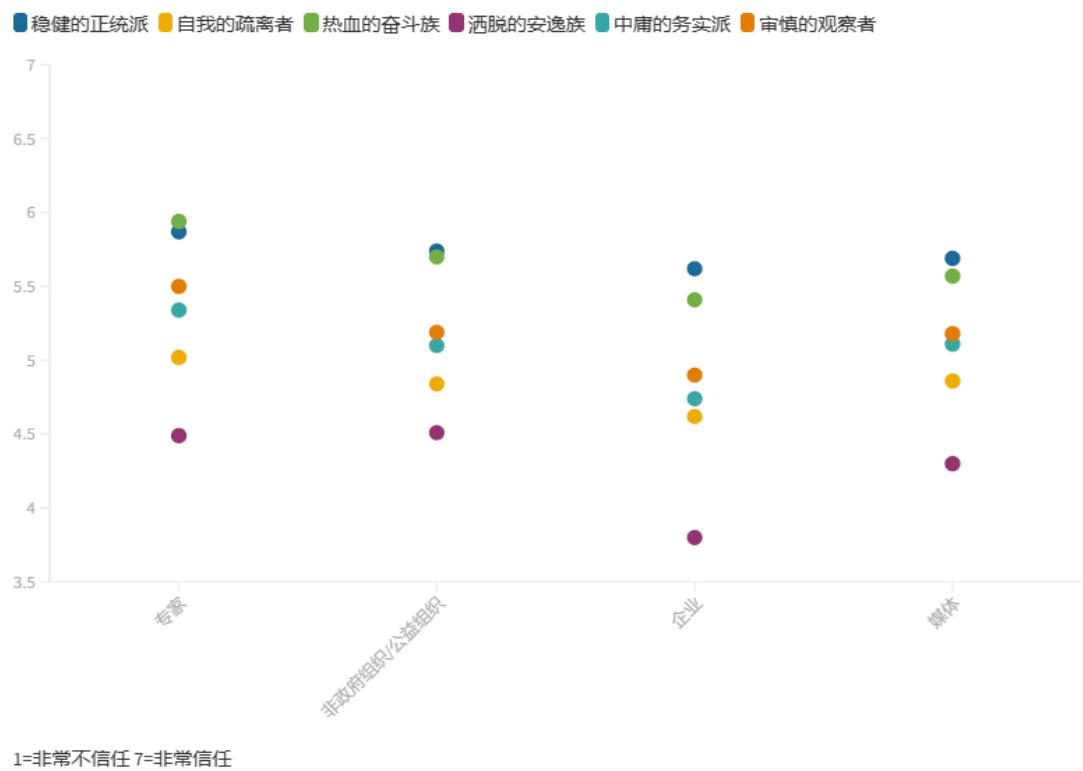


图 3-7 各人群对四类社会主体关于气候变化议题信任度的均值



（四）政策支持度最高，尤为支持鼓励性政策

从政府责任和国际合作的角度来看，稳健的正统派是政策支持度最高的群体。他们普遍赞许政府实行鼓励性政策，例如给予补贴、实施碳税等，以此鼓励企业减排意愿或采用新能源技术，并且支持加强先进节能减排技术的研发。但该群体对上调燃油价格以实现节能的政策支持程度较低。他们认为发达国家与发展中国家所处立场不同，虽然中国在应对气候变化问题上具有与其他国家同等的责任和义务，但他们认为西方国家将气候议题置于政治和意识形态的领域之下，并刻意逃避其责任。

小结

- 认为气候变化给人类生存带来了严峻的威胁，是值得关注的社会议题；
- 气候知识水平相对较为薄弱，但气候行动意愿非常强烈；
- 整体风险感知较强，认为气候变化是非常重要的社会议题；
- 对各级社会主体的平均信任程度值最高，认为政府是强有力的组织者；
- 普遍赞许政府实行鼓励性政策，例如给予补贴、实施碳税等，但对上调燃油价格以实现节能的政策支持程度较低。

三、稳健的正统派关注的社会议题

（一）低收入人群生存保障

稳健的正统派主要关注三类社会议题。首先是以自我导向出发的实用性问题，稳健的正统派们对公众的生活基本保障等与生存相关的社会公共议题持高度关注，特别关心失业和经济发展受阻等民生问题。他们关注底层人民的生存保障，尤其关注就业市场、经济发展和劳工权益问题。

「应届大学毕业生找工作不好找。现在大家都在说电子商务发展的太快了，把实体经济给挤压了。实体店铺、加工制造业的生存都很艰难，这也带来很大的社会问题。」

（二）关心公平正义

他们重视资源的“分配正义”，例如求职过程中的年龄歧视、社会各层面的性别歧视、高考录取省份间的不公平现象等。因此，他们对气候变化的关注也更多地从经济发展、民生、社会公平等角度出发。

与中庸的务实派不同，稳健的正统派关注实用性问题并不仅仅是因为自己遇到了这些社会议题带来的困境，更是因为这些社会问题有悖于他们保证人民获得财富的公平权利的信念。但他们能够理性看待这一问题，认为这些问题是可以被解决的，是国家发展到一个阶段后必然出现的状况。他们对于气候变化议题的态度也比较理性，不支持采取激进的措施。

「贫富悬殊、高考公平，等等。这是国家的发展从无序到有序过渡的阶段所必然出现的情况。现在这个问题到了解决的时候。」

（三）不良思想传播

稳健的正统派还关注纠正不良思想和意识形态的长远性问题，例如偶像和网红的文化产业对于青少年认知世界的不良引导等。关注长远性问题展现了他们对保护和引导后代正确价值观的重视，这是稳健的正统派独有的特征。他们认为当下泛娱乐化的文化环境不利于青少年形成良性的消费观、金钱观，也误导了他们的价值观、道德观，需要政府和学校教育共同纠偏。



「很多小姑娘小伙子就疯了似的喜欢他们（艺人），去追星。他们拍一条广告，可能是百万、千万级。这会给中学生树立一种特别错乱的认知，这是一个比较畸形的偶像生产链条。」

总结：社会议题与气候的连结点

- 强调应对气候变化与底层人民生活息息相关，有利于提高人民生活质量；
- 对强调树立对气候正义的正确认知，应对气候变化需要与资源公平分配相结合；
- 保护环境是青少年应该树立的正确信念。

四、稳健的正统派的气候叙事与话语系统

（一）稳健的正统派偏好的气候叙事

气候变化与国际领导力

叙事核心：将中国在气候治理中做出的努力和成就用量化的方式呈现，引起读者情绪的共鸣。

关键词：中国智慧；政治地位；排名

「气候变化问题专家评价“这是过去十年里最大的气候新闻”，甚至推进全球提前达到《巴黎协定》目标。」（喜欢）

「中国非化石能源占能源消费总量比重提高到15.9%，连续8年成为全球最大新增光伏市场，是全球森林资源增长最多和人工造林面积最大的国家，成为全

球“增绿”的主力军。」（喜欢）

「可再生能源发电装机增长了2.1倍，突破了10亿千瓦，风、光、水、生物质发电装机容量都稳居世界第一」（喜欢）

对于稳健的正统派，通过全球排名的对比和量化表达来彰显中国在气候治理领域的决心和成果是不错的方式，受访者表示“我一下明白了中国在气候治理领域的超前地位，很自豪”。在气候治理的意义塑造上，将倡导各国携手共同发展的“人类命运共同体”观念放置于此有助于与该人群心怀天下、为民众谋福利的观念相契合。

注意：在气候治理的意义塑造时，切勿仅仅局限于“中国在气候治理领域的贡献，可以提升在国际社会的政治地位，并进一步证明自身制度的优越性”中。尽管该人群认同此类概念，但首先将改善气候塑造成世界谋大同，再提及对中国政治利益的利好效果会更好。

遏制全球变暖将提升民生福祉

叙事核心：应对气候变化有助于改善群众的生存环境，提升市场就业机会，并列举出政府在规划中的具体措施。

关键词：民众健康；粮食安全

「主体层面，个人和国家积极采取行动，防范化解气候风险，真正实现可持续发展的长远目标，是关切民生福祉的根本选择」（喜欢）

「建立一套能适应气候变化的应变减灾工作体系，健全灾害监测预警和响应机制，推广抗旱适水等种植技术，加强农业生产防灾减灾技术培训等，可以有效减轻极端天气气候事件对农业生产的负面影响，保障农业生产安全。」（喜欢）



虽然稳健的正统派们能对改善民生福祉的叙事语料引发强烈共鸣，但此类叙事中心要明确政府和公众都应各司其职，而非仅有一个行动主体为之努力。受访者对叙事语料的批注中写道，“虽然星星之火可以燎原，但更需要燃料和火把的参与”。

注意：在叙述谁将为气候行动受益时，应囊括尽可能多的主体而非局限于某一集体的利益。包括但不限于全球人民的福祉、国家发展和社会就业机会将如何受益于此。此外，应对气候变化不应与危机叙事相连接，这可能导致人群产生悲观和无助的情感，他们反感“国家与个体缺乏能动性”的叙事口吻。

（二）稳健的正统派反感的气候叙事

气候变化与代际谴责

叙事核心：气候变化加剧社会不平等和贫困，下一代受到的影响最大。

关键词：环境权利；生存权利的不平等

「虽然气候变化影响了每个人，但那些对气候危机贡献最小的人——儿童和我们的子孙后代，却受到的影响最大。」（不喜欢）

稳健的正统派既关心社会公平又关心社会稳定，因此针对该人群的气候公平叙事要特别注意分寸。

注意：切勿将气候危机塑造成某一代人造成的问题。每个国家根据当时不同的发展情况，能够为应对气候变化做出的努力是不同程度的。

（三）稳健的正统派的气候话语系统

稳健的正统派倾向的叙事接近于我国主流媒体的话语体系，从“家国情怀”、“中

国国际领导力”等方面来阐述气候变化议题更有可能吸引他们的注意。相对于气候变化，他们更关心经济发展、民生与公正问题，将气候议题与经济、民生、公正议题有机结合将更容易获得稳健的正统派的支持。



图 3-8 稳健的正统派的气候话语词云

五、稳健的正统派的气候叙事建议

总结：针对人群的传播目标

- 巩固其对气候议题的高关注度和对气候政策的高支持度，使其成为应对气候变化坚定的支持者，积极的政策倡导者和踊跃的行动者；
 - 将其较高的行动意愿转化为实际的气候行动；
 - 鼓励他们成为民间气候行动的动员者和引领者。



基于该人群的画像，我们认为稳健的正统派在亲气候行为领域潜力巨大。该群体较高的政治效能感将有助于他们主动承担个体在气候变化中的责任。利用叙事策略动员该人群的核心在于，将气候变化与民族自豪感相勾连。

1. 鼓励稳健的正统派成为亲气候行动的领导者

他们有强烈的采取行动的意愿，关注气候变化议题并乐于帮助他人及社会。在叙事中，传播者应鼓励他们成为亲气候行动的领导者，提供采取亲气候行动的途径和指导，帮助他们将应对气候变化的意愿转化为行动。同时，针对稳健的正统派的叙事可以更多强调亲气候行动的积极意义，为社会带来的价值和对人类的贡献，这将对其有明显的激励作用。

2. 强调中国在全球气候治理中的引领作用

在叙事中采用全球领导地位的宏伟叙事有利于唤起该人群强烈的国族自豪感，适当地使用排名来佐证中国在应对气候变化中的成效是他们喜闻乐见的方式。在实操中，援引西方媒体和政界对中国气候变化行动的高度赞誉将有利于激发该人群的政治制度自豪感。

3. 强调中国的政治制度优势

在此类叙事话语中，稳健的正统派更倾向于看到中国的制度可以高效地推动公共议题解决的表述。在他们看来，西方政府将气候变化建构为赢取选举的筹码，特殊的政治体系也导致其政府在气候行动上更偏向短期利益。相比而言，中国政治体系的连续性和有序性使得我国的气候减缓政策更为长期主义、更具国际视野和为世界谋大同的胸怀。例如，未来在气候变化中的叙事话语中可以运用人类命运共同体的理念。

4. 强调中国与其他国家承担共同但有区别的责任

该人群认为尽管气候变化是全人类的共同挑战，但全球气候变化主要是由发达国家在工业化过程中无约束的排放造成的。在针对该群体开展叙事策略时，可以着重强调中国应根据自身国情和能力开展对应控制温室气体排放的措施，避免将气候变化置于国家发展之上，造成反感。

5. 强调关注气候政策的重要性，鼓励他们积极为气候政策发声

该人群具有很强的家国情怀，且对国家的政策制定与决策进展保持着高度的关注，所以，在叙事中可以积极突出相关国家政策的制定与执行对解决气候问题的重要性。这有利于鼓励他们积极关注各项国家政策，引领他们思考相关政策的出台对气候问题的影响，并积极针对政策发出相关声音。

6. 鼓励他们积极分享并带动他人关注气候议题

稳健的正统派对气候变化的关心程度和行动意愿都属于非常高的人群类型，并且他们也相信自己的行为可以带动他人。因此，针对这一类型的人群叙事应当强调应对气候变化不应停留在观念上，而要积极落实到具体行动中，鼓励他们除自身采取切实行动外，还应积极地作为引领者带动他人参与气候行动这一公共事务之中。此类叙事可以将其较高的行为意愿转化为具体行动，也可以进一步挖掘稳健的正统派作为气候行动引领者的潜力。

7. 选择值得信赖的信使

在叙事中选择国家领导人、中国气候变化事务特使、气象专家及中国的学界专家作为信息源将有助于加强该人群对气候信息的相信程度。除此之外，真实受到气候变化影响的老百姓和乡村农民也是值得信赖的信息传递者。



8. 充分利用权威媒体的影响力

他们对权威媒体，尤其是中央级媒体信任度很高。传播者应该充分利用权威媒体的影响力传递自己的信息。这要求传播者更了解主流媒体和老牌专业媒体的工作流程、调性和话语体系，主动为其提供新闻机会和信息补贴。

9. 避免在气候议题中过度使用“恐惧诉求”

稳健的正统派的画像是中老年人为主且收入水平中等偏下的人群，并且他们的价值观念偏向保守，承担风险和危机的能力也相对较弱。因此，他们会非常关注分配正义和底层权益保障等话题，也期待看到较为积极和具有建设性的气候话语。针对这一人群的气候叙事则要避免过多地使用“恐惧诉求”，避免将气候变化及其影响与生存困境相关联，从而避免他们产生对社会变得不稳定的隐忧。例如，强调热射病的死亡人数可能激发该群体对于维护社会稳定的担忧，但是如果转变为高温天气下政府采取了哪些惠民措施来减少热射病的发生，则会取得更好的效果。这是因为恐惧诉求有可能加大此类人群的悲观与无助的情绪，相反，叙事可以更多地使用具有建设性的话语。

3.2

自我的疏离者

ISENGAGED INDIVIDUALISTS



自我的疏离者 (约占中国公众的 8%)

一、谁是自我的疏离者

表 3-2 自我的疏离者人群画像

典型观念	人口特征	关注社会议题	信任的信源	常用媒体渠道
追求“小康”	18-27 岁居多	物质生活提升	国家领导人	快手、抖音
冷感被动	收入较低	国家重点政策	政府官员	B 站
自我评价低	城镇青年		专业人员	

(一) 自我的疏离者生活信念特征



图 3-9 自我的疏离者的生活信念得分

1. 追求物质水平提升

对当前物质生活水平的满意程度较低，但仍处于能接纳的范畴之内。他们对理想生活的描绘大多与物质生活及健康问题挂钩，他们大多认为自己还尚未构建出满意的“物质基础”。该人群当前生活的主要目标在于改变自我较低的经济水平，因而对精神层面的追求程度较低。然而与同样注重物质生活的“中庸的务实派”相比，自我的疏离者更多关注自我的物质生活，将“顾好自己”视为最核心的要素。

「我每个月的工资大概刚好够养活我自己……现在我理想就是多赚点钱，身体健康就行。我都四十多了，也还没结婚生小孩。这个事我看的比较开，现在养个小孩真的不容易，确实这个工资你就没办法。」

他们虽然相信通过个体的努力能在很大程度上提升生活质量，但出于个人能力、环境限制等原因，他们更愿意去接受当前的生活，对物质生活的目标更多在于追求“小康”，而并非积极地去寻求改变、追求“富裕”。此外，对中庸的务实派所看重的“事业有成”、“家庭美满”等期待持以较为无力的态度。虽然该群体中相当部分的人也非常认同应该“实现自我的个性价值”，但也普遍认同个性价值的实现是一种更加高维度的价值实现，其应该建立在经济独立、事业生活稳定等传统基础价值的实现之上。

2. 对大多社会议题冷感，鲜少行动

自我的疏离者对公共议题缺乏兴趣，应该是最难被动员参与到公众行动中的人群。该群体中仅 5% “非常愿意”付出时间精力帮助有需要的人（对比之下，热血的奋斗族中有高达 44.3% 的人强烈认同该表述），其维护全社会共同利益的“利他”意愿十分有限（“自我超越”均值 4.69）。此外，自我的疏离者对



于提升社会技能、取得世俗成功兴趣缺乏（“自我提升”均值 4.35），较为抗拒一种需要“迎接挑战、充满刺激和变化”的生活方式，鲜少关注全球变暖等时下议题、不太愿意接触新鲜事物（“开放”均值 4.20）。

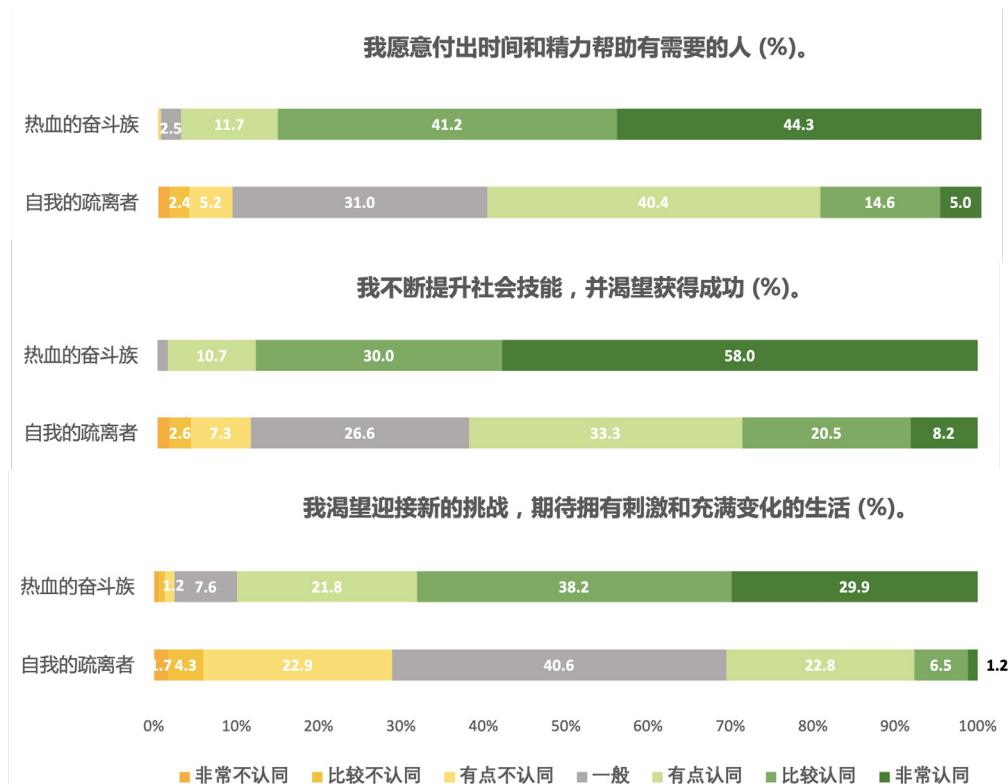


图 3-10 自我的疏离者与热血的奋斗族在自我超越、自我提升、开放上的占比

3. 对自身评价较低

该人群的自我效能感较低（均值 4.03），在提升自身经济水平上较为分身乏术，认为自我影响公共事务的可能性非常小。他们不太愿意改变社会现状，而是倾向于接受社会现状，认为气候、环境议题较为遥远，对相关的公共行动采取十分谨慎的态度。

同时，他们对社会问题缺少持续和深入的关注、了解非常粗略，并将这些问题的解决寄托于国家和制度力量，认为依靠自我的力量无法解决或带来改变。

总体而言，自我的疏离者对包括气候变化在内大多社会事务怀有“钝感”，应

该是所有人群中最难被动员起来的一类人，但是这并非意味着自我的疏离者是全无动员可能性的一个群体。

「在抗疫期间我们确实有给抗疫一线做核酸检测的人员去送一些慰问品。这个还是以公司、以单位的这个名义。我个人，在这方面还没有机会去参与……那可能因为平时工作本身就很忙，投入在自己的事业里。并且我对这个社会对有很多正面的认识，所以可能也没有那么多的（意见）。」

「作为普通公众的一份子。从长期来说，我们每个人尽一点力能够积少成多，那是好的，但是从短期来说，个人起的作用太慢了，所以要国家要制定一个中长期的一些治理规划。」

（二）自我的疏离者的人群特征：“住”在抖音、快手上的城镇青年

1. 人口特征：低收入的城镇青年

自我的疏离者大多来自于地级市、县城等经济欠发达地区，相较于其他群体，家庭收入整体处于偏低水平，其中低收入人群占比（家庭月收入 5000 元以下）最高，高收入群体（家庭月收入在 17000 元以上）在所有群体中排行倒数第二，且家庭平均月收入也同样处于较低水平。从年龄上看，18-27 岁青年为该群体占主要比重者（53.5%）；受教育程度上，大专、中专的比例较高，总体上学历水平相较于其他群体处于中等偏低水平。

2. 媒介使用习惯：热衷短视频

从媒介使用的角度看，该群体虽然对大多气候叙事保持审慎和质疑的态度，也抗拒媒体的议程设置（气候议题的媒体信任远低于均值），但是他们是抖音、快手等流媒体平台的重度用户，相对乐于接收短视频平台上自媒体账号，以及

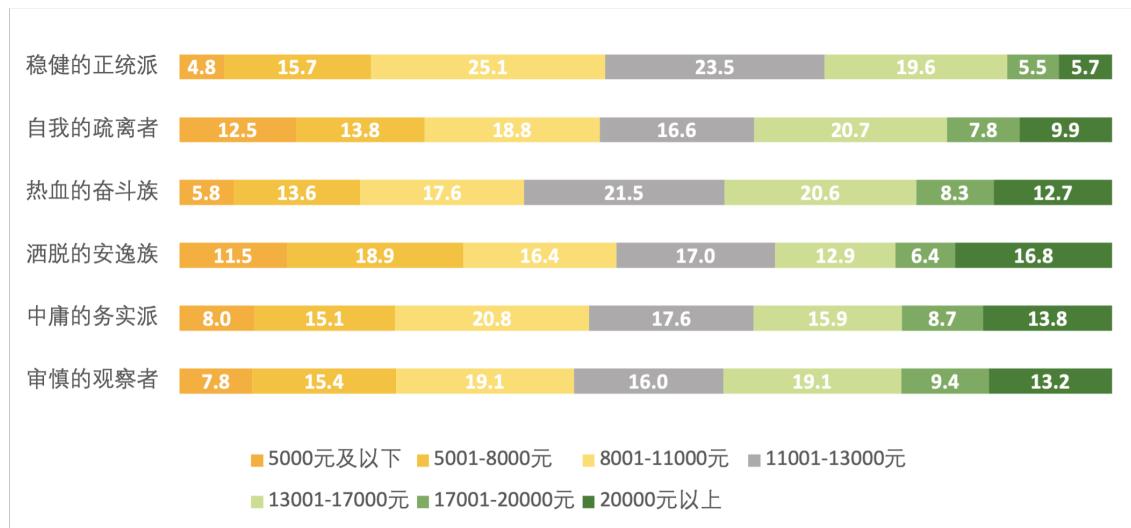


图 3-11 各人群家庭月收入占比

该类流媒体平台上人民日报、新华社、央视等官方渠道提供的信息。同时，Bilibili 与微博等网络社交媒体平台也是该群体主要获取信息的渠道。因此，抖音、快手等流媒体平台上自媒体、主流媒体的新媒体矩阵，是能够有效地、高密度地、系统地、长期地触达该群体、并成为对其进行气候叙事的涵化渠道。

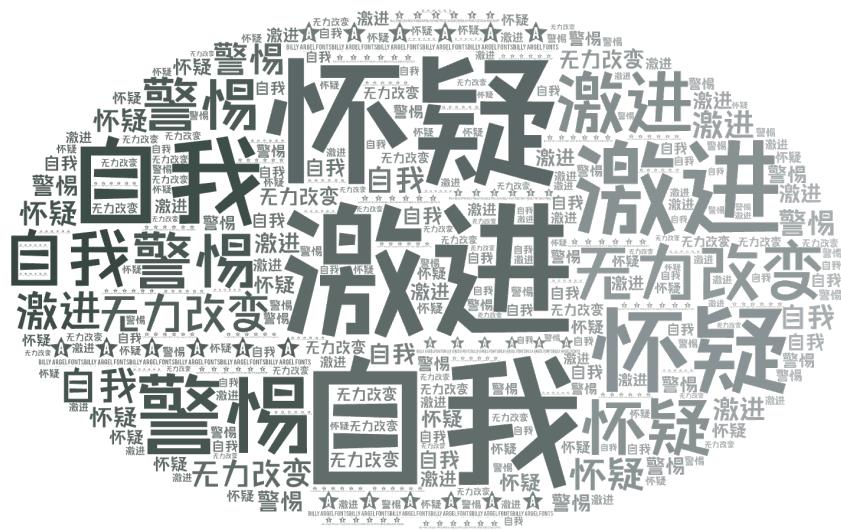


图 3-12 自我的疏离者的生活信念词云

小结

- 大中专学历、低收入的城镇青年群体，关注基本物质保障意愿高、追求生活改观意愿低；
- 社会关怀意识最弱、利他倾向最低；
- 对自身评价较低，对大多公共议题冷感，缺乏热情；
- 但同时寄希望于国家为个体生活带来改变，愿意响应政府号召；
- 社会信任程度较低，抗拒大企业、媒体设置议程；但较为信任国家权威和主流媒体渠道的信息。

二、自我的疏离者与气候变化

（一）气候知识水平低、关切程度低、行动意愿低

自我的疏离者与洒脱的安逸族是所有人群中对气候议题的关注度最低的两类人群。自我的疏离者中“非常关心”气候变化的仅占 10.6%，“较为关心”的人也仅占其中 30.2%（对比热血的奋斗族中，“非常”与“较为”关心气候议题的合计高达 85.1%）。自我的疏离者普遍对气候变化议题不感兴趣，对相关信息的了解与接触程度也非常低。

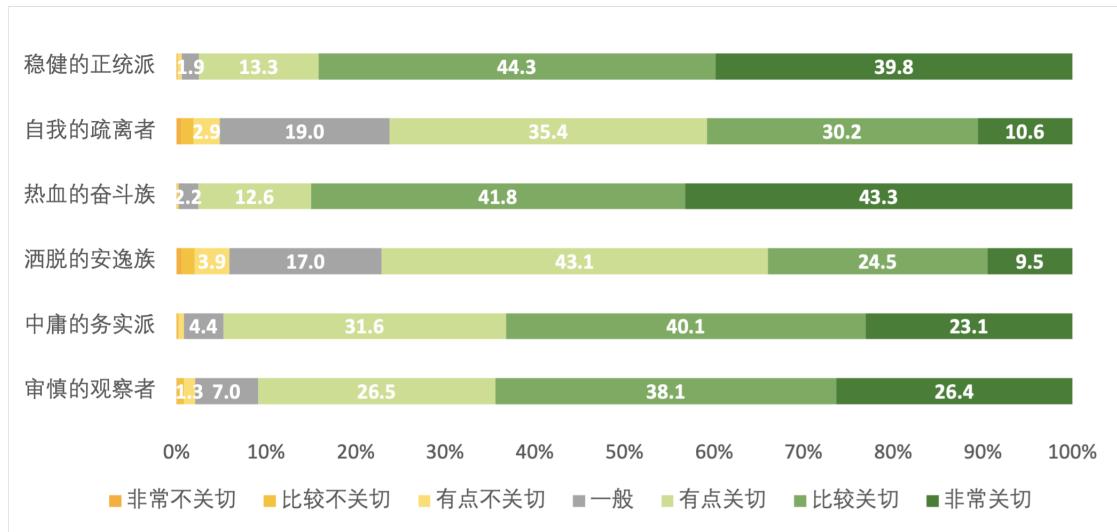


图 3-13 各人群气候议题关切程度占比



与同样鲜少关注气候议题的洒脱的安逸族相比，自我的疏离者气候知识水平更低，在所有的人群中占据最低点（平均作答正确 2.64 道题目），相当部分的人对气候变化的认知与当前的科学界共识存在着较大的偏差，且有部分成员甚至并没有听说过气候变化。

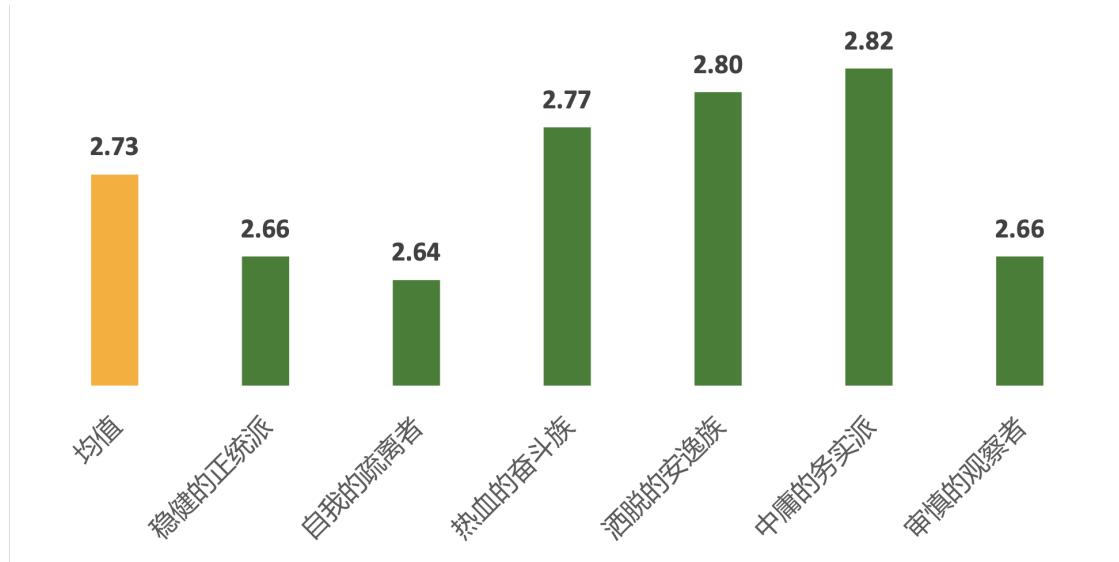


图 3-14 各人群气候知识水平均值（满分 7 分）

自我的疏离者是所有人群中唯一对气候变化成因与人类活动之间的关系持以较为审慎态度的群体。他们虽然普遍认为气候变化正在真实地发生，但在很大程度上并不认同人类活动是造成气候变化的唯一原因，并认为气候变化在很大程度上也是一种地球自身发展的必然规律。

「我觉得气候变化是一种很自然的现象，你看地球之前也有什么冰河期、高温期那些……气候本身一直就是在变化的，你非要说人导致了气候变化，我觉得有这个原因，但你说是纯粹因为人类活动，还是感觉有点牵强。」

因此，自我的疏离者是对气候行动的参与意愿最低的群体，在气候行动方面的个体效能感非常低，在生活中始终希望依据自己形成的惯习而行事。该群体参与到气候行动之中的唯一动因来自于对国家倡导与一些强制性措施的响应。

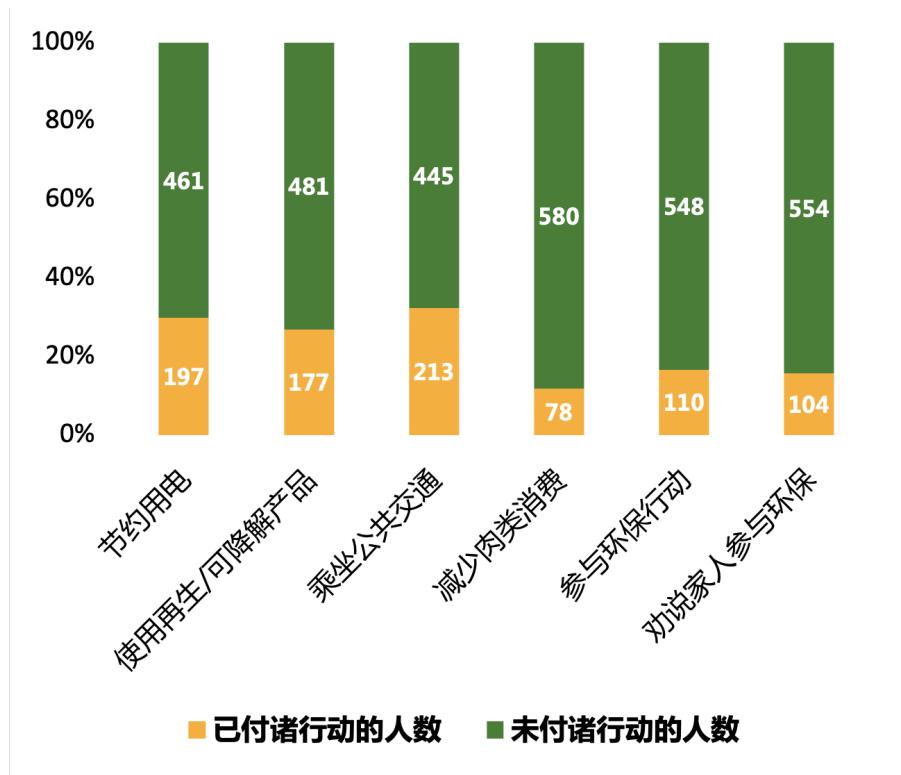


图 3-15 自我的疏离者气候行动参与程度占比

（二）风险感知水平最低，专注短期收益

自我的疏离者是对气候变化实际影响的感知最为薄弱的群体，鲜少直接地在自我的实际生活中体验气候变化的影响，其个体和社会层面的风险感知的均值分别为 5.22 和 5.39，均居于各人群中最低水平。此外，即使是那些自我生活已经明显受到气候变化相关后果影响的成员，由于该影响仍处于他们尚可接受的范围之内，也并不太认同气候变化会带来较为严峻的后果。

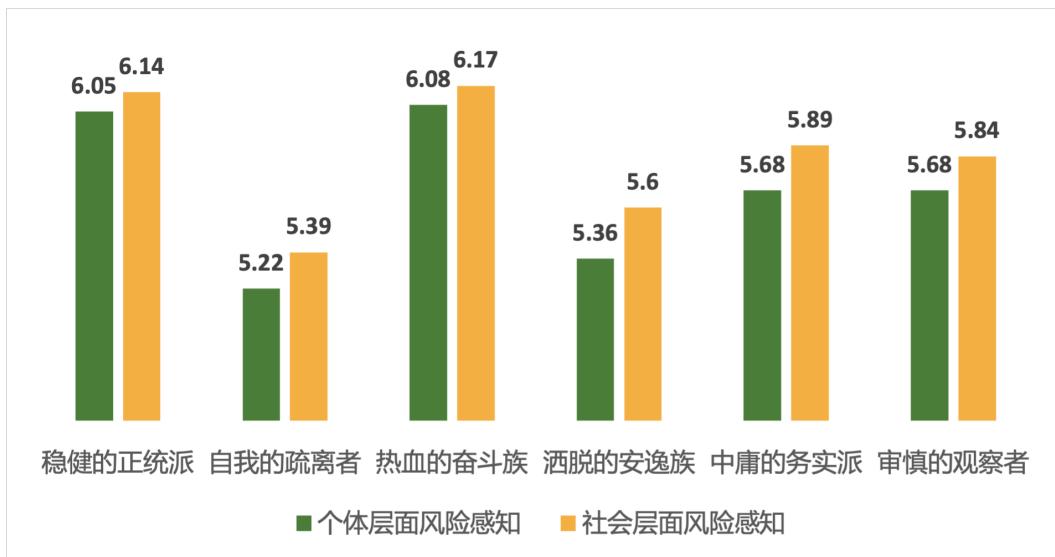


图 3-16 各人群个体风险感知和社会风险感知均值

「新疆的气候本来就是早穿棉袄午穿纱，围着火炉吃西瓜的特征。我从小到大一直是这样，所以你说气候有变化，我是没什么特别的感受。」

「这两年我们家这边确实冬天就雾霾，然后夏天确实很热的。我们这还没到70度，是不是？也没什么问题，只是你要去适应它这个变化，因为人是可以适应环境变化的，要不然为什么人比动物厉害，就是这样。」

然而，这并非意味着自我的疏离者完全对气候变化的存在持否定的态度。自我的疏离者也认同气候变化可能会在未来给人类带来较大的危害，但由于这种危害具有不确定性，加之他们普遍认为该种危害的发生还十分长远，并不会对自我造成太大的影响，在很大程度上也加剧了他们对气候议题的冷感。

「对于个人，我觉得你的生命活不到那么长，如果对于整个人类后期看得比较远的那种学者，他们可能会担忧，对于老百姓我觉得不会担忧这个问题。因为气候变化不是一天两天就变了，可能就几十年，但你人活不到那么长时间了，等你死了以后，你怎么去关心它的气候变化？」

（三）政策支持度最低，排斥限制个人经济的政策

自我的疏离者在政策支持度上，也为所有聚类中最低水平，对政府决议和国家层面政策变动抱持相对“淡漠”的态度。不过，该人群在政策倾向上，与其他人群类似，同样更倾向于支持激励型政策、对抑制型政策较为排斥。他们乐于看到政府在推动企业实现新能源转型、新技术研发方面的经济投入和政策支持，以及对个人践行低碳出行的支持；同时明显反感“提高机动车燃油价格”和“对传统能源企业征税”这两项举措，不希望看到个人生活和经济活动因政策调整而受限。

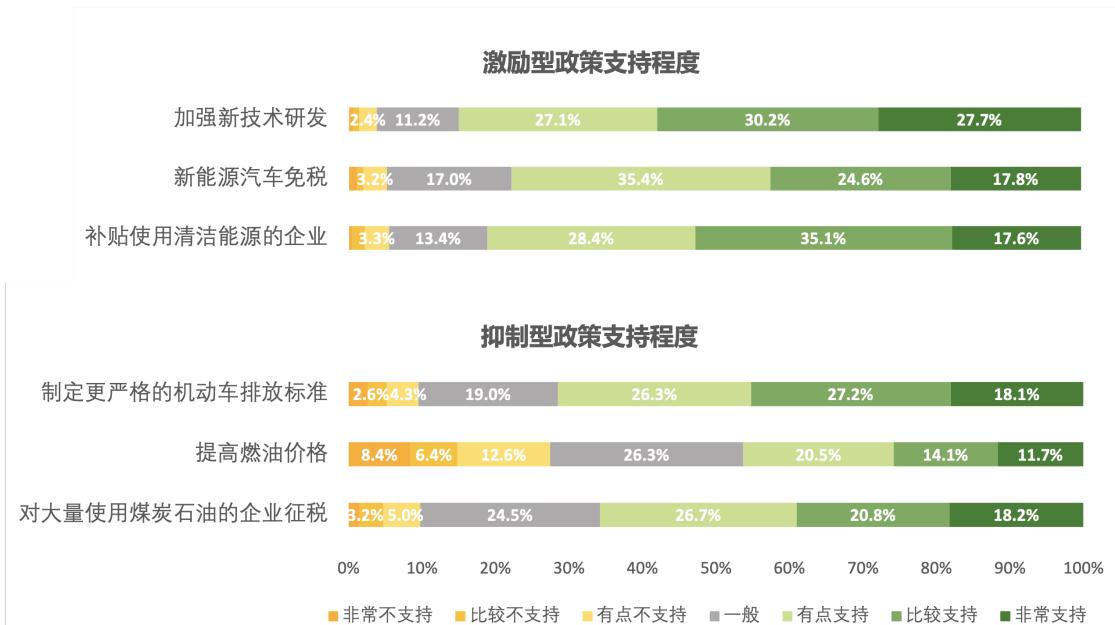


图 3-17 自我的疏离者对激励型和抑制型政策的态度占比

从对不同政策类型的态度来看，该群体由于对个人生活物质水平提高的诉求较为急迫，十分支持政府对新能源汽车免税；同时，该群体也意识到政府为企业研发新技术、使用清洁能源提供补贴，能够间接地对个体消费产生积极影响，因而也十分支持这两项激励型政策。相反地，直接或间接地对个人经济活动产生限制作用或其他不利影响的政策则容易引起该群体的抵触情绪，如“提高燃油价格”一旦实施将提高许多尚未购买新能源汽车、使用传统私家车车主的生活成本，因此引起明显高于其他政策的排斥。



（四）整体信任度低，但高度信任国家角色

该群体对媒体、大企业、信任度非常低，抗拒非官方渠道在气候议题、甚至是大多社会议题上设置的议程，对气候议题保持冷感、甚至怀疑的态度。不过，该群体绝非完全的气候变化否定者，他们依然认同气候变化现象的存在，只不过其气候变化认知几乎完全依赖其对国家权威的信任，是建立在官方象征性的政策话语上的，而非建立在公益组织或企业的行业报告披露，或者其个体生活经验之上。

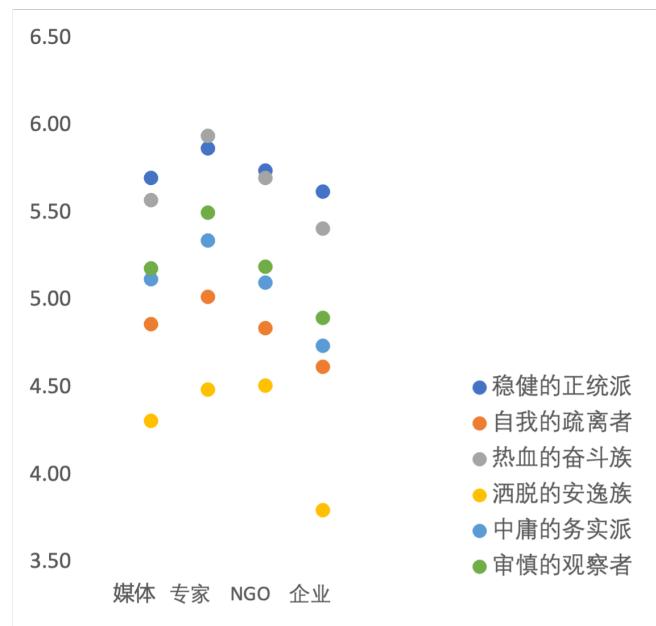


图 3-18 各人群对四类社会主体的气候议题信任度均值

他们并不信任、也不关心环保人士或环保组织的公益行动，不认为气候行动是可以被促成的；对公众层面的气候行动能够为气候变化带来实质性的积极影响保持高度的怀疑，认为个体没有参与气候行动的必要。

「气候这个问题很难彻底去解决。每个人想法不一样，有人愿意做，有人不愿意做，所以你统一不了，你不能像一个工厂一样是吧？做出来东西是一样的，就是这个意思，你不能统一每个人的思想。」

「我个人觉得其实没有必要，你说我们少坐一次车，少用一杯水，就算大家都这样，可能都比不上一个大工厂几分钟的量，所以这不是我们这些老百姓该去解决的事儿……但你说国家重视和号召，我也就做。像是之前去超市都给塑料袋，后来国家说不让用，要用环保袋，我现在也就用环保袋。其实我都无所谓，用什么都行。」

小结

- 依赖官方政策话语认知气候议题，承认气候变化的存在；
- 气候知识水平低，与科学界共识偏差大，不承认采取气候行动具有紧急性或者重要性，认为气候变化更多是自然规律而非受人类活动的影响；
- 参与气候行动意愿低，仅愿意被动响应政府号召；
- 关注与个人物质生活或经济活动相关的政策调整；
- 偏向支持激励型气候政策，尤其倾向支持新能源汽车免税；
- 抗拒媒体、企业、公益组织设置议程，最信任国家权威。

三、自我的疏离者关注的社会议题

(一) 物质生活保障

自我的疏离者对公共议题的关注热情并不高，认为社会问题背后的结构性问题短时期难以改变，倾向于接受这样的现实；他们也看到一些致力于解决社会现有问题的政策在落实过程中遇到了重重障碍，短时间内很难带来切实的改变，因此相较于其他群体，他们并不认为通过自我努力可为解决这些社会问题提供益处，因而采取了一种更加抽离的视角及悲观和漠然的态度。



「城镇和乡村之间的经济、教育等各方面差距还是非常大的，因为我本人就是农村出身……我觉得出现这种差异是必然的，但是我们不应该轻易接受这些差异，要一直努力，虽然说彻底解决这些问题我觉得是根本做不到的。」

不过，他们依然关注与自己当下的物质生存直接相关的议题，如社会竞争压力大（所谓“卷”和“躺”）、就业岗位稀缺、住房保障、个人储蓄、医疗卫生条件等。这些议题与他们的日常生活紧密相关，且与气候议题这一庞大复杂的问题之下的诸多面向有高度重合之处，比如气候危机带来的粮食减产、公共卫生危机，以及应对气候变化带来的能源产业变动、交通出行方式变化等——这些都是自我的疏离者所关注的。

（二）国家重点推行的社会政策

该群体主观能动性较低，他们通常认为单靠个体力量无法解决社会问题，因此很少付诸切实的行动来影响政策、解决问题。他们大多对个人能力持以较低的评价，因而倾向于接受社会问题的存在。

但是对于政府制定的政策较为信任、愿意积极响应和配合，希望以此获得发展的契机。比如，在气候与环保这一问题上，他们在政府发起的减塑运动、垃圾回收、新能源汽车减税、燃油车减排等方面的号召中，看到个人生活能够从中受益，也在政府方面颁布的传统企业新能源转型等政策变动中，看到个人经济活动的空间，因此一直对这类议题保持着关注。

「只有政府带领经济发展得更快更好，不平等才会慢慢的减少甚至消失。」

「政府发出倡议的话会去做，会去做垃圾分类。你不做，他不做，就没人做了。只是做了，不一定有什么用；信任国家的决策吧，按国家要求去做。」

总结：社会议题与气候的连结点

- 应对气候变化过程中出现的短期收益（如粮食增产、疫病预防等）对个体物质生活有直接增益；
- 个体能够在国家“双碳”战略布局中谋求物质生活水平提升。

四、自我的疏离者的气候叙事与话语系统

（一）自我的疏离者偏好的气候叙事

气候变化与基础民生保障

叙事核心：应对气候变化能够增进国家对基础民生的保障能力。应对气候变化能在农业生产、绿色经济增长、公共卫健防治、物种多样性保护等方面，为老百姓带来切实的好处。

关键词：粮食安全、气候经济、健康危机

「积极采取科学应对措施，将有利于减缓气候变化对我国农业生产和粮食安全的影响，切切实实为老百姓守好粮袋子，让中国人稳稳端牢自己的“饭碗”。」
(喜欢)

「采取务实的气候行动……可以在创造就业机会、经济节约、市场机会和改善世界各地人民福祉方面看到实实在在的好处，促进各国家地区的经济发展。」
(喜欢)

「环境问题既是现在的问题，更是未来的问题，它关系着我们的子孙后代能否长期安全、幸福地生活于地球。」
(喜欢)



气候变化与国家领导力

叙事核心：凸显“国家”这一主体在应对气候变化问题上的重要角色；将气候行动描述为政府提出、需要人民积极响应与配合的重要举措。

关键词：减排责任、国家效能

「中国通过国际传播讲好中国故事，积极与其他国家分享“双碳”经验。通过建设低碳示范区，援助气象卫星、光伏发电系统和照明设备、新能源汽车、环境监测设备、清洁炉灶等应对气候变化相关物资，帮助有关国家提高应对气候变化能力，同时为近120个发展中国家培训了约2000名应对气候变化领域的官员和技术人员。」（喜欢）

「中国在气候治理领域的雄心壮志世界瞩目，这也将鼓励其他国家承担更多责任，共同应对气候变化挑战。」（喜欢）

（二）自我的疏离者反感的气候叙事

气候变化与个人选择

叙事核心：应对气候变化是每一个个体的重要责任，个体需要从生活方式、职业发展等方面为应对气候变化做出改变。

关键词：个体责任

「每一个国家，每一个企业，每一位普通民众，都应该参与气候变化呼吁……关爱地球的今天，就是关怀人类的明天。」（不喜欢）

「在填报志愿时候，不妨考虑下与清洁能源供应领域联系紧密的专业，在找到适合自己的院校、专业的同时也为“双碳”目标贡献自己的力量。」（不喜欢）

（三）自我的疏离者的气候话语系统



图 3-19 自我的疏离者的气候话语词云

自我的疏离者信任国家权威、乐于响应政府倡议，因此，在叙事偏好上喜欢能够突出“国家”这一主体的作用、将国家描述为国际合作的提出者和发起人的文本。虽然该群体民族主义倾向和政治效能感均远弱于稳健的正统派，但是有关“中国是一个积极发起国际合作、承担减排责任的发展中大国”的表述，同样会得到自我的疏离者的支持和认同。

同时，该群体非常关心自身基本生存和物质保障问题，因此在叙事偏好上，喜欢与切身利益高度相关的气候叙事。能够从“省钱”的角度切入、体现“节水节电等环保行为能降低生活成本”的相关表述，都会引起自我的疏离者的关注和相应。

另一方面，自我的疏离者由于自我效能感较低，不喜欢过多强调个体责任和主观能动性的气候叙事。此外，由于专注个人物质生活的建设，该群体也较为排斥需要个体投入大量经济或时间成本的气候行动参与方式，直接指导个体行为但缺乏论据支撑的表达会遭到该群体强烈排斥。



五、针对自我的疏离者的气候叙事建议

总结：针对人群的传播目标

- 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怀疑论者；
- 提升该群体对气候议题的关注度，为该群体打开气候议题的信息接收渠道，引领该群体对气候变化形成科学的认识；
- 让该群体了解到气候变化对当下的影响，提升其风险感知水平；
- 向该群体提供对缓解气候危机和提升个人物质水平均有助益的生活方式，并鼓励他们以此作为生活方式指南，从而提升行动意愿和效能感。

自我的疏离者是所有人群中距离气候议题最远的一群人——回避气候问题，对个体能产生的影响持悲观态度。我们需要先将其纳入气候行动的版图，主要通过社交网络触达该群体，助力该群体先形成正确认知，认识到气候变化的负面影响已经在影响我们的生活。同时，我们应向该群体强调气候行动在国家战略层面的合法性，增强其参与气候行动的动机和意愿。

自我的疏离者不认为自己有责任和能力参与公众行动、应对气候变化，因此很难被动员。建议通过叙事搭建应对气候变化与保障当下个人物质生活之间的链接，使其认识到参与气候行动的切实益处和青年参与行动的责任。同时建议向该群体提供参与公益活动、践行低碳生活的具体方式和渠道，为个体赋能。

1. 寻找可同时实现“提升物质水平”与“亲气候”的生活方式并鼓励该群体积极实践

自我的疏离者对气候议题的关注度和参与气候行动的意愿均为所有人群中最低，当下的首要诉求和目标，是解决生存问题、谋求生活水平提升，无暇顾及影响公共政策、参与公众行动。因此，建议以该群体最为关心的议题为切入点，找到物质上达到“小康”水平与“亲气候行动”之间的重合地带，提供降低其生活成本、提高其生活品质的低碳生活方式作为气候行动的参与途径，将其纳入气候行动的版图。

2. 强调国家倡导气候行动、突出国家对气候议题的重视，强调个体气候行动是在积极响应国家号召

自我的疏离者参与气候行动的重要原因是国家号召。该类人群最为信任的高层决策者是政府，国家倡导是该人群调整自我行为与决策的关键因素，国家层面的高度强调是自我的疏离者注意到公共议题的主要原因。建议在叙事时，对近年来国家在环保、双碳政策方面涉及到的相关公民行动的内容加以强调，将公民的气候行动塑造为一种响应国家号召的责任行为。同时建议有针对性地在气候议题之中凸显中国的国家角色，强调国家层面对气候议题的高度重视。

3. 善用自媒体以及主流媒体的新媒体渠道进行传播

相较于其他的群体，自我的疏离者很少关注知乎、豆瓣等知识科普类信息渠道，而是依赖抖音、快手等流媒体平台，倾向于通过自媒体中的民间 KOL、营销号，以及主流媒体的新媒体账号获取相关信息、塑造自我对世界的认知。建议在叙事风格、传播策略上，采用民间草根自媒体账号等符合平台调性的方式（如具有“短、平、快”特征的短视频等），更好地触达该人群。



4. 凸显气候问题对底层民众当下生活的影响

自我的疏离者对包括气候在内的公共议题都十分冷感，他们大多的注意力都投入了对自我的经济、生活保障问题之上。在叙事中凸显气候问题对底层民众的实际影响是能较好吸引其打破对气候问题冷感的方式。建议在叙事时强调气候行动对农业生产、经济增长、公共健康、解决贫困、社会福利方面的积极影响，这些都是较为有效的叙事主题。

5. 突出气候议题在当下已然产生的负面影响

自我的疏离者在风险感知维度也处于平均水平以下，尚未意识到气候变化是正在发生且已经带来不利影响的棘手问题，这一定程度上造成了该类人群行动意愿的不足。在针对该类人群定向传播时，建议突出气候变化在当下已经或短期内潜在地对个体生活产生的不利影响，从切实可感的个体生活质量受损案例（如夏季热浪对室外工作者尤其不利的影响）入手，使其认识到气候问题的切身性、紧迫性、重要性。

6. 强调气候行动的短期内收益，谨慎谈及长远效果

自我的疏离者反感“为实现长期利益，需要折损短期利益”这一类的观念，反对为未来并不确定的气候负面影响买单。相比而言，他们更加在乎即时的、当下的影响。在针对他们进行叙事策略构建时，要注意避免从未来和长远的角度去谈论气候变化，更应该去强调和关注气候变化问题已然对类似人群造成严重影响，或短期内可能产生的其他影响，详尽阐述应对气候变化能在短期内带来的收益（尤其是保障粮食安全、提升维护公共卫生水平、优化出行等方面）。

3.3

热血的奋斗族

PASSIONATE STRIVERS





热血的奋斗族 (约占中国公众的 21%)

一、谁是热血的奋斗族

表 3-3 热血的奋斗族人群画像

典型观念	人口特征	关注社会议题	信任的信源	常用媒体渠道
家国情怀	45 岁以上	阶层流动	专家学者	人民日报
政治效能感高	本科学历为主	疫情下的贫困	政府	新华社
自我超越	二线城市中产		媒体	抖音、快手

(一) 热血的奋斗族的生活信念特征



图 3-20 热血的奋斗族的生活信念得分

1. 民族自豪感极强，认为中华民族独一无二

热血的奋斗族在所有人群中拥有最高的民族主义得分（均值 6.21）。热血的奋斗族对政府的各项政策都秉持最高的支持态度，他们对自身的民族国家身份认同不仅来源于对中国历史文化的认同，也表现为对政府的支持和对民族精神和品格的认可——如团结抵御灾难、奉献精神、韧性。他们认为这些品质是中华民族区别于其他民族的重要因素，并对此展现出强烈的自豪感。

「我们国家自己的一个强大和对自己民族和自己公民的一个爱护，我觉得这是别的国家可能没有的吧，因为就像大家说的一个传统文化，我们中国人就是比较团结和善吧，我觉得这是一个非常骄傲和自豪的事情。」

「我觉得是作为个体的一个骄傲吧，像作为中国人的每一个人的乐观，还有韧性。还有在一些比较大的灾难面前，大家非常主动的去自组织起来。我因作为生活在这片土地上的一份子而感到骄傲」

「我骄傲的点也是说我觉得我们有非常悠久的文明。然后中国人非常善良，勤奋，而且是一个特别有凝聚力或者说是在大是大非面前是有凝聚力的，是有这种友爱的一个民族，我觉得这些人民是特别让我值得自豪的。」

2. 政治效能感高，相信自我能为政策制定提供有影响力的意见

同时，热血的奋斗族还秉持最高的政治效能感（均值 6.02），他们不相信宿命论（均值 2.67），认为个人努力是为自己、亲人带来好生活以及为社会环境带来改变的核心要素。他们主张积极参加社会事务，对能够增加公众福祉的事情很热心。在所有人群中，他们最为相信政府会重视公众的意见和建议，并且相信包括自己在内的每个公民都能对政府的政策和行为产生影响，同时，他们对自己的行动能够缓和气候变化并带动他人参与充满信心（效能感均值 6.02）。



3. 追求自我超越，注重社会价值和公共价值的实现

他们还秉持最高的自我超越倾向（均值 6.19），关心自身的行为和活动对他人、社会和自然带来的积极影响，推崇快乐、健康、可持续的生活方式。同时，与自我的疏离者不同的是，他们将自身的发展与社会价值的实现相统一，追求超越自我的生活和社会意义。他们主张国家和政府通过自上而下的渐进式改革来逐渐解决社会中的结构性问题，主张通过积极的行动来使社会变得更好。

尽管他们认为努力是获得理想生活的必然选择，但是他们也对社会中的过度竞争感到焦虑，认为努力不应该是排他的，而应该是为了自我和他人之间的共赢。

「这种压力有的时候觉得是一种没有意义的那种内耗，因为大家可能本身就比较优秀，也都不甘愿于往后面掉队。所以这种内部的竞争就觉得非常的严重。希望看到一个社会上的转型，就是把这样的压力更多来自于你自己内部的一个向上争取的动力，而不是同行之间的这种很没有意义的竞争跟内耗。」

（二）热血的奋斗族的人口特征与媒介特征

1. 人口特征：中小城市的中产家庭中老年人占比高

从人口统计学上看，热血的奋斗族在各年龄段均有 18% 以上比例的分布，但总体上来看，46 岁及以上的中老年人群占比在所有人群中位列前茅。该人群在学历上主要以本专科生为主（本科占比 41.0%，大专占比 25.9%）；其生活较为富足，家庭月收入均值在所有人群中处于最高水平。

2. 媒介特征：信任官方主流媒体，以短视频为主要娱乐方式

热血的奋斗族在所有人群中使用传统媒体，包括中央媒体（如新华社、人民日报、央视）和地方媒体（如北京日报、浙江日报）的时长最高（中央媒体 2.38h/

天，地方媒体 2.06h/ 天）；同时他们使用娱乐型视频平台（腾讯视频、快手）的时长也在所有人群中最高（3.23h/ 天），因此可以看出他们在媒介使用上，主要满足获取新闻信息和娱乐两种需求，对官方媒体存在媒介依赖，对视频平台的娱乐需求也非常高。



图 3-21 热血的奋斗族的生活信念词云

小结

- 民族主义情绪高，对中华历史文化感到骄傲，认为中国拥有独特的优秀品质；
- 政治效能感高，认为自己可以影响到公共事务、政府会重视自我意见；
- 追求自我超越，坚持个人价值与社会价值的统一；
- 46 岁及以上拥有大专、本科学历的中老年，居住在二三线城市，收入水平高；
- 偏好传统官方媒体作为新闻信息来源，喜欢使用短视频作为娱乐方式。



二、热血的奋斗族与气候变化

（一）人群对气候议题的知识水平与关切程度

1. 关切程度最高，但心理距离较远

热血的奋斗族对气候表示关切的比例（得分 4 以上）是所有人群中最高的（98.8%），并且对气候表示非常关切（得分为 7）的人数也是各人群内部占比最高的（43.3%），这表明他们是民间气候议题的积极倡导者与参与者。

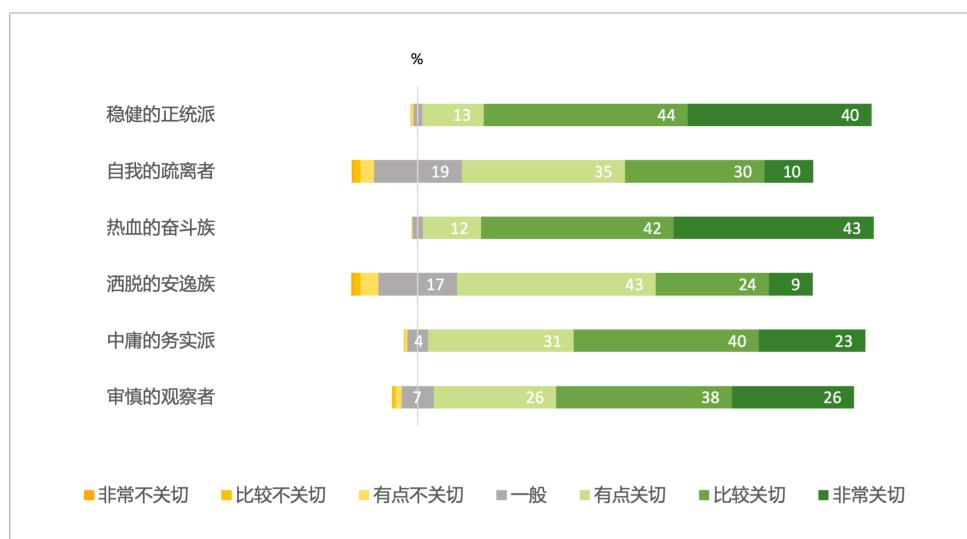


图 3-22 各人群对气候关切程度占比

尽管热血的奋斗族对气候议题的关切程度很高，但是他们认为气候与自己的心理距离比较远，日常生活中只能通过生活经验和媒体报道，比如异常气候造成的影响——持续高温天气造成的干旱、特大暴雨带来的洪涝灾害等，来了解气候变化。

「气候变化这个问题很远，它离我们太远了，所以说我觉得我自己做的一些行为根本改变不了这个大环境，但是当环境问题和健康问题联系在一起的时候，可能就不一样了，比如说拿我自己举例，在我小时候在河南的时候，每次有秋

收的时候都需要烧麦秸秆，特别大的雾霾，总是呛的特别难受，然后可能会咳嗽。」

「其实这两年我觉得不光是高温，由高温衍生出来的一些极端的天气、洪涝灾害、干旱，其实都是挺大影响的，包括今年因为高温导致四川重庆那边断电限电的情况，已经影响到我们日常生活了。」

「今年长沙的天气特别特别的热，新闻报道有超过 40 多度了，一出门身上就必须出汗，所以我感觉到现在这种气候，会不会以后变成 50 度，那还怎么生活。」

2. 相信人为因素是主要诱因

尽管认可气候波动具有自然本身的规律性，但是热血的奋斗族仍然认为，人类对自然的不合理利用是使气候变得更糟的主要原因——极端天气愈演愈烈，就是人类活动破坏地球生态环境，进而使全球变暖加速的例证。

「气候变化其实是（因为）我们作为人类不够尊重自然，总是想去改变自然；从比较微观的角度，是我们每个人的生活方式造成的浪费以及一些不太负责任的行为导致的。」

「我觉得（气候变化）就是人类的生产活动对整个气候带来的一些非自然性的变化。」

「气候变化问题就是人类的发展、过度开采对自然环境的一个破坏，反映在极端气候现象的增多上。」

3. 行动意愿最高，积极践行亲气候行为

热血的奋斗族拥有最高的气候行动意愿（均值 6.23）。热血的奋斗族在面对全



球气候变化风险时，更愿意通过切实的行动去应对，并且相信自己的行动会对鼓励他人参与和应对气候问题产生积极影响。这不仅表现在愿意通过节约用电、使用可降解产品、乘坐公共交通来减少个人碳排放，相比其他人群，他们还表现出最高的亲社会行动——参与环保活动（付诸该行动的人占比 50.4%）和劝说家人（付诸该行动的人占比 49.3%）。

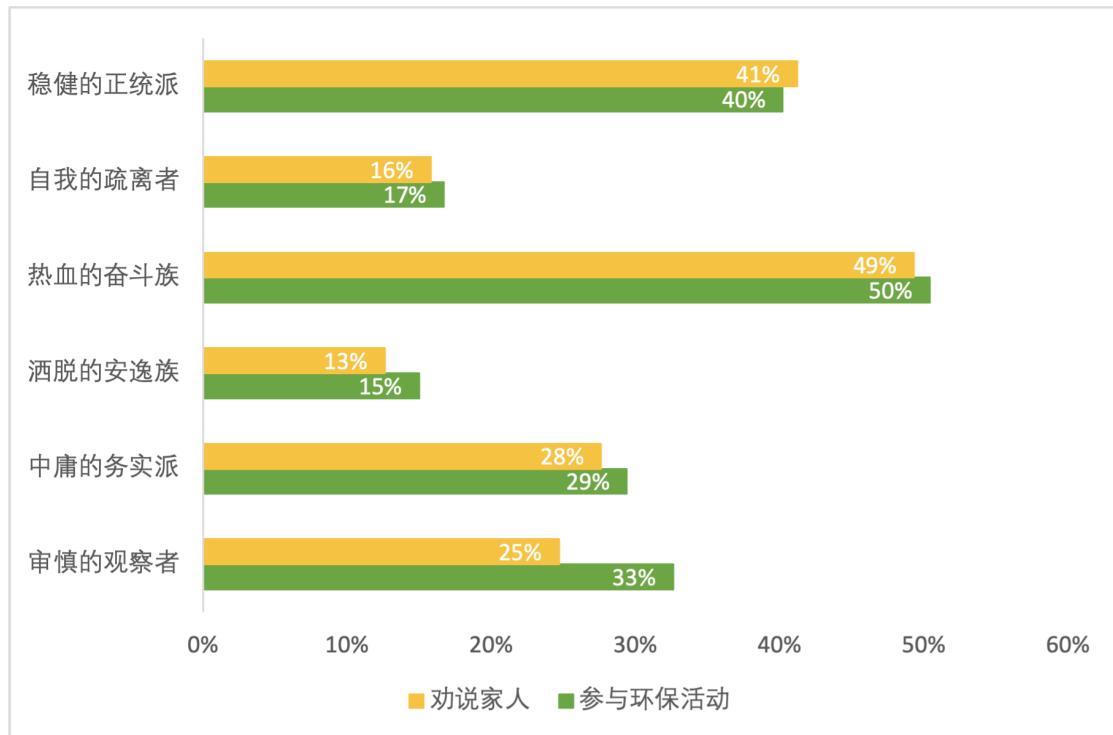


图 3-23 各人群已经“参与环保行动”和“劝说家人”的占比

（二）总体风险感知最高

热血的奋斗族具有最高的气候风险感知（均值 6.14）。无论是在个体风险感知（均值 6.07），还是社会风险感知层面（均值 6.17），热血的奋斗族都得分最高，社会风险感知略高于个体风险感知，体现出他们对社会影响的关注，与前述该人群注重自我超越相吻合。

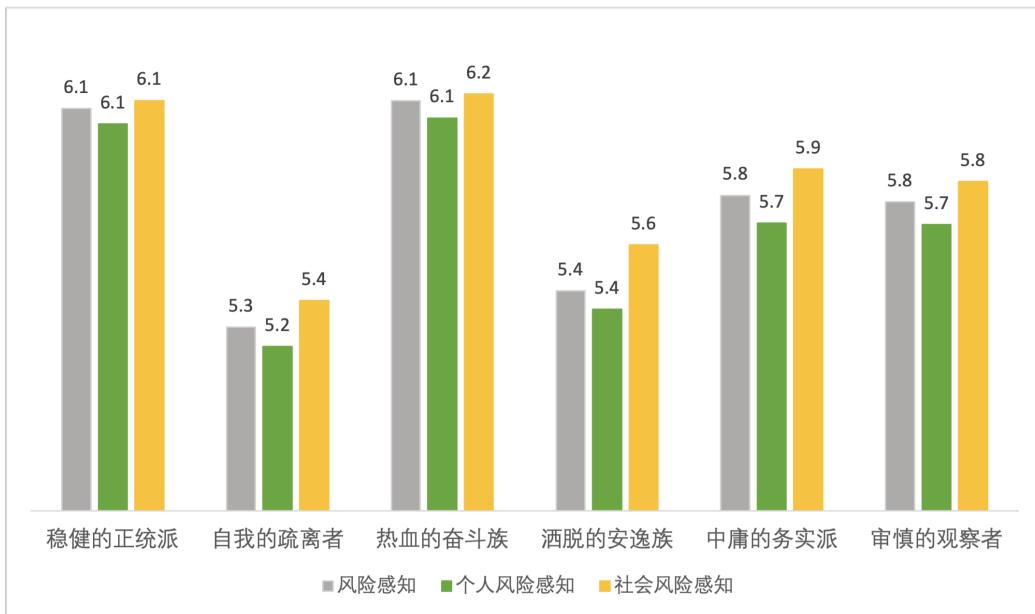


图 3-24 各人群的风险感知均值

（三）政策倾向：主张国际合作与减排转绿

尽管超过六成的热血的奋斗族（61.3%）认为，中国在减排方面的历史责任小于美国和欧洲，但是依旧有超过半数（51.6%）的人非常认同（得分为 7）“与世界各国合作应对气候变化，中国与其他国家具有同等的责任与义务。”这表明他们在应对气候变化上主张全球合作并支持中国积极承担责任，具有世界主义（cosmopolitanism）精神。虽然热血的奋斗族总体上对政府的各项政策都持支持态度，但是他们尤为支持能源与汽车的减排转绿政策——补贴清洁能源（如太阳能、风能）、对新能源汽车免税和针对机动车制定更为严格的排放标准。

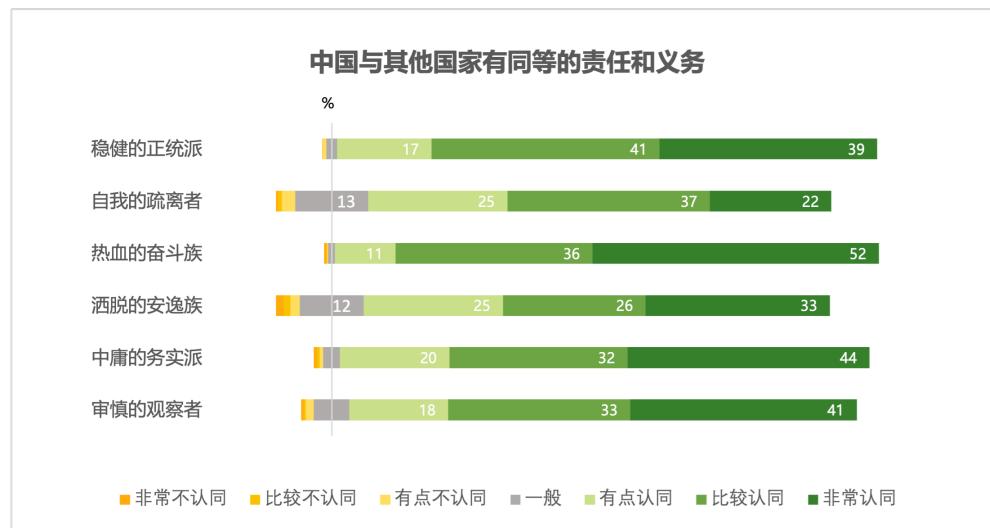


图 3-25 各人群对“中国与其他国家有同等的责任和义务”的态度占比

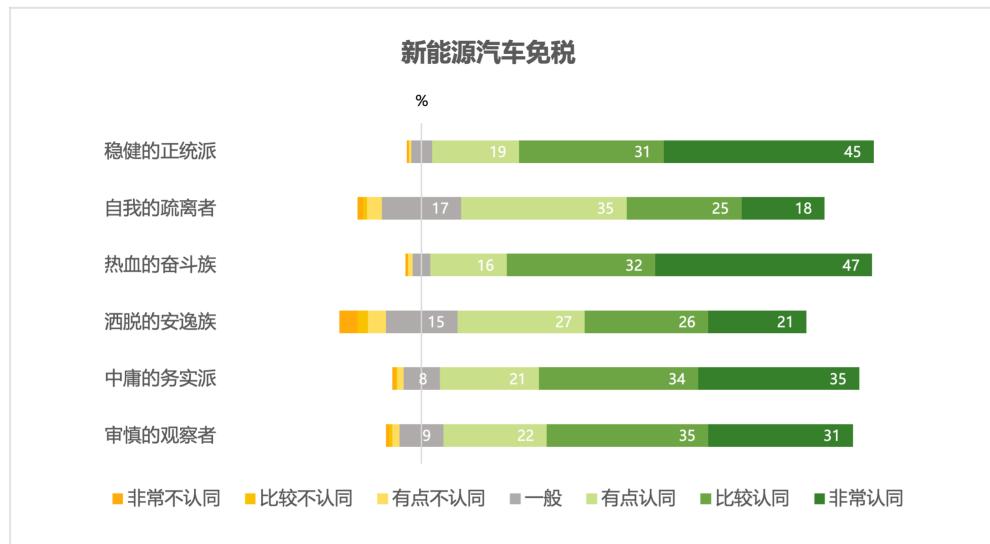


图 3-26 各人群对“新能源汽车免税”的态度占比

(四) 对权威主体的信任度最高

在对气候的公共言论中，相比民营企业，他们更信任专家（均值 5.94）、媒体（尤其是官方媒体）（均值 5.57）和公益组织（均值 5.70）的发言。他们获取信息的渠道大多来自新闻报道和相关行业组织的官方微信、微博。热血的奋斗族对权威主体的信任度很高，尤其信任专业人士和行业组织。因此，面向他们

的气候叙事需要诸如专家学者这样的权威主体来讲述，抑或是借用他们的话语来增强气候叙事的可信度。

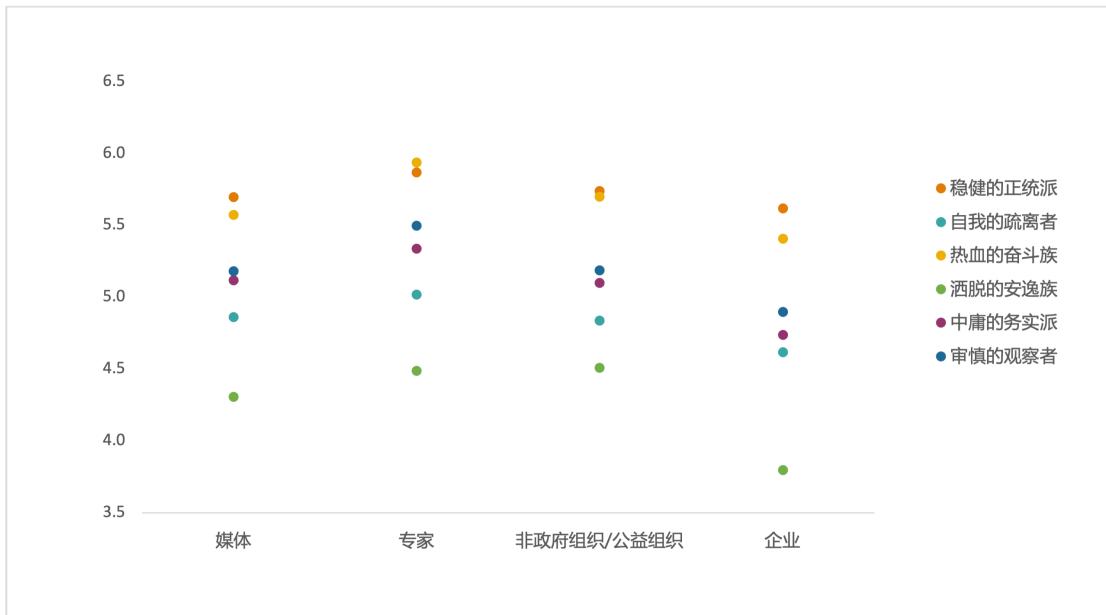


图 3-27 人群对四类社会主体的气候议题信任度均值

「我觉得政府可能会起到一个宣传教育倡导，甚至说宏观调控的一个作用。就比如说他提出的一个“碳达峰”“碳中和”，可能会对企业进行宏观上的政策性把握，企业可能需要树立自己的一个形象，所以去承担自己的责任。NGO 组织的话和个人我觉得其实差不多，也是一种倡导性的作用，但可能是从一些小范围的，或者说某个方向来进行倡导。」

「我们国家在生态方面的一些报道，其实是缺少相关的专业性意见的，当然有一些杂志和公众号是非常权威的，可是普及度不是特别高。」

「我关注这个气候变化，还会通过比如说每天的央视新闻，他偶尔会提到，我就可能会关注一下，然后其次就是啊，iDaily · 每日环球视野和 China Daily。」



小结

- 对气候关切程度最高，但心理距离远
- 相信人类活动等人为因素是全球气候变化的主要诱因
- 气候行动意愿最高，亲社会行为表现突出
- 总体风险感知最高，但社会风险感知高于个体风险感知
- 主张国际合作，并支持汽车行业转型发展
- 对权威主体的信任度最高，尤其信任气候专业人士的发言

三、热血的奋斗族关注的社会议题

（一）阶层流动问题

热血的奋斗族关注阶层流动问题——包括教育中的高考移民问题、医疗保障中的城乡和区域差异问题等。他们认为解决这些问题，归根结底需要通过进一步发展来做大蛋糕，其次是通过再分配来平衡和缓解这种差异。

他们认为中国目前的教育资源分配不均，经济发达地区的教育资源远远好于落后地区。他们反对投机分子利用教育制度漏洞来获得高等教育机会，并认为教育资源应该向中西部地区及农村地区倾斜。

「我记得我高二那一年。我们班突然莫名其妙来了两个插班生。这两个插班生就是属于那种高考移民。嗯，他不在班里上课，他只是期末或者是学考的时候露个面儿，然后参加一下考试。然后是其实他们的户口属于教育资源比较好的地方，但是可能在他们当地可能只够一个普通二本甚至是专科的，但是他们到这边儿来，因为这边儿的分数线比较低，因为这边儿教育资源比较偏落后嘛，他们基本上随便走个重本，或者985应该是没问题的。」

「我是河北省的，就是也算是一个高考大省，我当初在本科学校的时候就是在整个宿舍或者整个班级的话，那个成绩都是比大家都高出二三十分或者三四十分的那种，就是同一套卷子。然后。因为我们挨着天津嘛，它的那个分数线肯定是要比河北省要低很多的，所以我们有很多人，他就会去办那个天津户口，如果你买房的话，然后户口就可以迁过去。」

另外，他们还关注因社会发展水平所限，带来城乡与区域医疗资源的差异问题——城市的医疗资源比农村更好，落后地区的医疗基础设施不完善等。他们认识到这种社会差异是由当前社会的发展阶段所决定的，将会长期客观存在，但是仍旧希望通过发展和再分配，进一步实现落后地区的医疗现代化。

「我老家是在东北的一个小城市。我高中的时候，我同学，他母亲当时是得了阑尾炎，在我们本地的一个小的医院去做一个阑尾炎的手术，手术当中很不幸地因为并发症没有抢救过来；我觉得如果这种情况发生在北京或者上海，应该可以避免——就是一个小的、常规的手术，不会造成这么大的一个医疗（事故）。」

「我也认为不平等归根到底是资源的不充分问题。如果生产力是高度发展的，物质资源是极大丰富的，那我们能做到按需分配。」

（二）新冠疫情下的弱势群体关怀

在新冠疫情下，热血的奋斗族关注因疫情冲击而产生的社会分化进一步加剧的问题，即贫富差距拉大问题。

不同阶层的资源差异导致他们的抗风险能力不同。他们认为，在新冠疫情的冲击下，医疗资源差的地区、数字基础设施差的地区、积蓄少的家庭、因疫情而失去工作的体力劳动者，受到了最大的冲击和损害。而城市中产家庭因为掌握



知识和财富，又靠近好的医疗资源，因而受到的冲击较小。除了进行自我调适外，他们认为缓解这种问题还需要重新进行社会资源分配和社会结构调整。

「这两年疫情期间，奢侈品的消费量是快速上涨的，百分之三十，因为这些奢侈品的目标群体是我们所谓的超高净值人群，他们的资产是一直在上涨的，因为他们手持的不管是固定资产，还是说基金股票信托之类的都在上涨，而普通人在疫情中受的影响非常严重。」

「(疫情之后)很多学校改成网课，之后呢？同样一个学校的学生，有的住在农村、乡下，还有的在城市里边儿，家庭条件好，有pad、手机、电脑，甚至有打印机，可以打印他自己的考卷儿、复习的一些资料。这个差距还是客观存在的。」

总结：社会议题与气候的连接点

- 突出气候变化可能对现有社会差距所产生的影响
- 强调气候变化对弱势群体的冲击

四、热血的奋斗族的气候叙事与话语系统

(一) 热血的奋斗族偏好的气候叙事

气候变化与国家责任

叙事核心：应对气候变化能够增进国家对基础民生的保障能力。应对气候变化能在农业生产、绿色经济增长、公共卫健防治、物种多样性保护等方面，为老百姓带来切实的好处。

关键词：积极成效、发展机遇、中国方案、人类命运共同体、携手并肩、共同应对

「2020年，中国碳排放强度比2015年下降18.8%，超额完成“十三五”约束性目标，基本扭转了二氧化碳排放快速增长的局面。中国非化石能源占能源消费总量比重提高到15.9%，连续8年成为全球最大新增光伏市场。」（喜欢）

「将全球气候变化视为机遇，我们就能获得新的机会……应对气候变化需要全球性行动，任何国家都无法单独应对这场危机。」（喜欢）

「每个个体可能文化背景、价值观不同，但面对的风险挑战是相同的，面对灾难时的渺小无力也是类似的。人类作为整体应当携手并肩，共同维护生态平衡。」（喜欢）

「气候变化国际合作面临的挑战，根本上是由于缺乏从人类命运共同体的角度审视并加强国际合作的价值观引领。」（喜欢）

热血的奋斗族乐于看到中国在国内展开的一系列应对气候变化所取得的成果，可以通过列数字的方式量化展现这种气候治理成效。同时，展现中国的国际责任也符合他们的世界主义倾向，可以强调气候行动的全球互惠性，强调中国参与全球气候治理不仅是一种单方面的投入和让步，还是中国自身转型发展的历史机遇，展现气候危机中转危为机的一面。

气候变化与社会公平正义

叙事核心：1. 强调穷人、妇女、老人等弱势群体在承担气候变化后果中的不平等地位；2. 突出应对气候变化可以改善弱势群体和普通人的生存和发展权利。

关键词：弱势群体、生存权利、生活质量、健康风险、气候变化的伤害



「我们应该关注气候变化中每一个具体的人，关注人们的生活境况的差异和在良好环境中生活的权利，保护贫困和弱势群体免受气候变化的最严重影响。」（喜欢）

「当气候变化威胁到人的基本生存权利：水、食物、住宅、教育、就业、经济发展，甚至生命本身，这就是一个公平和正义问题。」（喜欢）

「我们知道，并不是每个人都平等地享有环境权利，也并不是每个人都平等地承担环境恶果。我们呼吁其他国家一起关注气候公平问题，用低碳转型引领全球经济，让绿色发展成果为所有人共享，绝对不让任何一个人掉队。」（喜欢）

热血的奋斗族关注气候变化带来的负面影响在不同人群之间的非均衡影响，他们喜欢能够为社会弱势群体发声的叙事方式，比如老人、穷人和妇女儿童在气候变化带来的健康风险（如高温、瘟疫）中的高危性和低抗风险能力，乐于看到应对气候变化努力中改善社会不平等现象的可能性。

气候变化与宏观经济发展

叙事核心：1. 应对气候变化可以创造新的就业机会，提高经济增量；2. 应对气候变化可以降低经济发展中因气候风险产生的损失。

关键词：经济增长点、就业机会、降低农业风险、经济效益、经济发展

「根据国际可再生能源机构的数据，到 2050 年将全球变暖限制在 1.5° C 的努力可以创造约 1.22 亿个与能源相关的工作岗位，是该行业目前 5800 万个的两倍多。」（喜欢）

「气候经济是全球新的经济增长点，蕴含着广阔的发展空间。采取大胆的气候行动至少可以在 2030 年前产生 26 万亿美元的经济效益，可以在创造就业机会、经济节约、市场机会和改善世界各地人民福祉方面看到实实在在的好处，促进各

国家地区的经济发展。」（喜欢）

「降低气候变化带来的农业生产风险，切切实实为老百姓守好粮袋子，让中国人稳稳端牢自己的‘饭碗’。」（喜欢）

在遭受疫情冲击，经济衰退的大背景下，他们对应对气候变化可能产生的正面经济影响喜闻乐见。尤其是将应对气候变化的经济效益与人民群众切身利益相关的就业、粮食安全相连接，他们会更青睐。

（二）热血的奋斗族反感的气候叙事

气候变化及其恶劣后果

叙事核心：气候变化对社会、经济、人类健康、生态环境等造成了恶劣的影响，危害极大。

关键词：破坏、罕见、危机、死亡

「去年，河南、山西等地强降雨对古遗址、古建筑、历史城镇带来了很大破坏，甚至有“中国旱极”之称的敦煌也出现了极为罕见的冰雹雨现象。」（不喜欢）

「老人和残障人士首当其冲地受到气候变化的伤害，数据表明，全球气候难民中有80%是女性，妇女儿童在气候危机中死亡的可能性是成年男性的14倍。」（不喜欢）

热血的奋斗族不喜欢看到气候变化对社会经济、人类社会造成的极端恶劣影响，这会造成他们的心理不适，并使他们主动回避这些描述。



（三）热血的奋斗族的气候话语系统



图 3-28 热血的奋斗族的气候话语词云

他们喜欢能够展现中国在全球气候变化应对中承担责任和做出贡献的叙事，倾向于“携手并肩”的气候合作叙事。积极乐观的精神使他们经常能够看到气候危机中转危为机的一面。因此，他们乐于看到中国在应对气候变化中做出的经济转型努力，强调绿色经济是一种新的发展机遇，并且这一转型可以减少气候变化对经济造成的风险。

热血的奋斗族注重自我超越，在面对弱势群体和社会公平正义时，他们会更加注重应对气候变化的社会价值。因此，他们喜欢将应对气候变化与保护弱势群体生存发展权相关联的叙事，并强调应对气候变化本身也是维护不同抗风险能力的群体之间公平与正义的一种举措。

五、针对热血的奋斗族的气候叙事建议

针对人群的传播目标

- 鼓励他们积极通过气候行动的方式惠及他人（如响应、发起气候公益活动）；
- 提升其理解气候变化对个人生活多维度的影响；
- 向该群体推介公民参与气候政策的正规路径，并鼓励他们积极参与相关气候政策的制定进程；
- 基于该群体最高的社会信任水平，推动他们传播官方声音，做气候议题在民间和官方之间的连接者。

热血的奋斗族注重自我超越、拥有很高的民族主义情感和政治效能感。从人口统计学上来看，他们来自中小城市的中产家庭，在45岁以上的中老年群体中占比很高。

因此，带动和发挥他们在气候传播、气候行动中的能动性和自主性是我们传播的主要目标。这首先需要架起他们与其他群体之间的桥梁，让他们参与更多气候行动，鼓励他们身体力行地感染和带动其他人了解气候相关政策信息、参与气候相关的行动和活动。甚至可以鼓励他们成为民间气候活动倡议的宣传者，赋予他们绿色行动先行者的荣誉感。

同时热血的奋斗族对影响政府气候治理的政策制定和治理决策有较高积极性，在传播中可调动他们的民族国家主人翁精神，促使他们积极建言献策。注意强调应对气候变化也是国家奋斗与发展史中的历史机遇，展现中国的国内外积极姿态和已经取得的成效。



1. 塑造民族国家主人翁地位，呼吁他们积极参与气候相关的政策与治理议程

他们的政治效能感很高，相信政府代表人民的利益，愿意参与到气候相关的政治决策中去。因而可以着力塑造他们在气候行动和全球治理中的主体地位，突显他们的民族国家主人翁意识，呼吁他们以“国家的主人”身份参与到气候议程中去，强调人民的智慧在中国应对气候变化中的重要性，为他们指明参与政策制定和气候治理的权利和渠道。

2. 将应对气候变化叙述为国家经济奋斗历程的必经之路

他们具有强烈的奋斗精神，认为奋斗是改变现状的手段。因此，可以将应对气候变化叙述为中国改革开放后面对的又一个发展难题，将它置于中国经济发展奋斗史中看待，转译为中国在经济发展中的又一个奋斗关口。

3. 强调气候危机中“转危为机”的可能性

在摆明气候危机可能带来的社会经济损失的同时，应将重点放在应对气候变化中的新发展机遇。强调应对气候危机的努力虽然会带来损失，但是可以创造新的经济增长点和大规模的就业岗位，有利于国家的可持续发展。

4. 鼓励他们做气候行动先行者，发挥模范带动作用

指出气候行动虽然有赖于集体的共同参与，但是存在不同群体的参与程度和意愿之别，强调气候行动需要一批社会责任感强、富于行动力的先行者，作为社会集体行动的源动力和带头人，将他们的高行动意愿转化为实际的气候行动。

5. 指出应对气候变化对新冠疫情下经济复苏的益处

热血的奋斗族对新冠疫情下经济疲软、工商业大量停产倒闭感到担忧。将应对气候变化带来的经济转型和绿色经济发展可能带来的经济增长，与社会民生议题相关联，比如增加税收，有利于保障再分配环节的医疗、教育、社会救济等社会保障的投入。展现新冠疫情下绿色经济发展在增进人民福祉、展现社会关怀方面积极的一面。

6. 向他们积极推介致力于帮助他人的气候公益活动

热血的奋斗族具有利他精神，认为自身的活动也应该给他人带来福利。因此，可以向他们推荐和介绍可以为他人和社会带来良好影响的气候公益活动，尤其要对这种对他人的帮助具体落实在什么地方展开详细叙述。比如，向中西部土地沙化的地区捐赠树木可以为当地的人们带来经济收益、改善生存环境、减少恶劣气候相关疾病的患病率等。

7. 展现应对气候变化对维护低社会阶层生存权的重要性

热血的奋斗族具有朴素的公平正义观。叙事可以指出不同社会阶层对抵御气候变化风险的资源差异，强调低社会阶层和弱势群体在气候变化风险中比其他群体更容易受到健康风险的侵袭。强调应对气候变化对保障他们基本生存权利是一种有益行动，体现气候行动在维护社会公平正义上的作用。

8. 避免刻意拔高和自我加冕

他们乐于见到中国在国际合作中做出积极姿态，但是并不喜欢叙事中出现刻意的拔高和自我加冕。因此，在有关气候应对的国际合作叙事中应该强调中国积极承担全球治理的负责任的形象，并提供切实的故事和说明。



3.4

洒脱的安逸族

EASYGOING LEISURISTS



洒脱的安逸族 (约占中国公众的 8%)

一、谁是洒脱的安逸族

表 3-4 洒脱的安逸族人群画像

典型观念	人口特征	关注社会议题	信任的信源	常用媒体渠道
随遇而安	28-45 岁中青年	代际差异	亲身经历者	抖音
向往平和、自由	受教育程度高	性别平等	普通百姓	微博
对不平等较冷感	超一线城市			知乎

(一) 洒脱的安逸族的生活信念特征

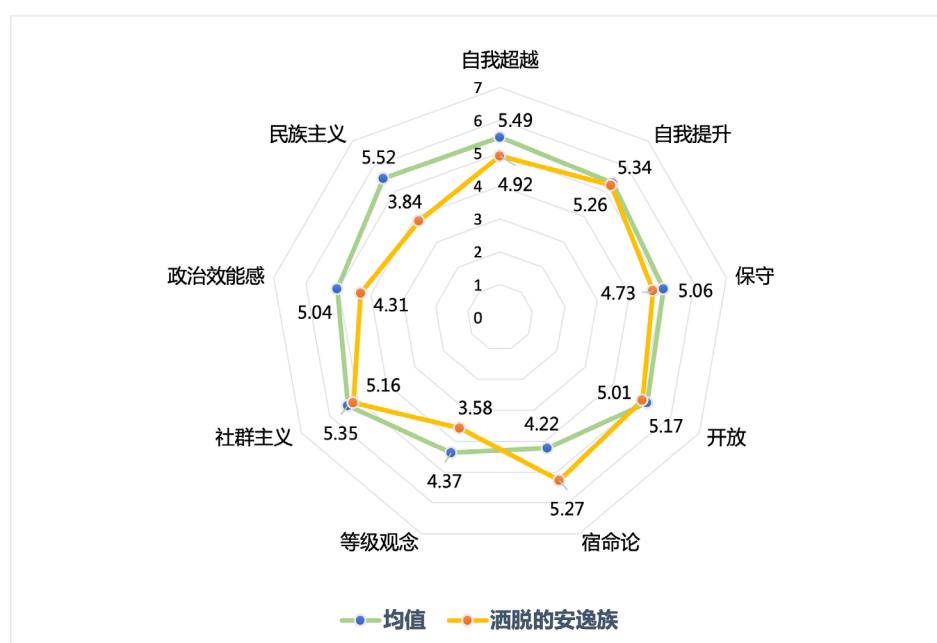


图 3-29 洒脱的安逸族的生活信念得分



1. 随遇而安，向往舒适

洒脱的安逸族在生活态度上与其他人群一样，也追求个人价值的实现与自我提升（均值 5.34），但没有太强的奋斗及自我超越（均值 4.92）的倾向，**主张享受生活及活在当下**。他们对未来不会有太多的焦虑，相信一切都已注定（宿命论均值 5.27），但也会灵活地应对任何改变。此类人群**向往自由舒适的生活环境**，采用随遇而安的态度来面对生活的方方面面。他们认为工作和生活应该结合，工作同时也是生活的意义和价值。

「我觉得我现在的状态还可以，我个人比较满意这种偏自由的状态。我比较能快速地找到让自己平静的方式，和自己和解。我选择这种方式，也感觉自己会那么一直走下去。」

「想着就是能活得体面一点，能够有一点尊严的那样就好，也不需要大富大贵。... 我未来的职业也不是一个在经济方面有很多成就的职业，但是我很在意的是这个行业在有限范围内的自由度，还有我整个人心智在不断的成长。」

「我希望自己的工作是可以发挥出我自己的一些价值。我能够接受那种很疯狂、加班的工作，但是我也希望自己能够有一些时间去体验自己的生活，从生活当中去体验，去跟其他人交流，才可以得到一些工作上创意的灵感和源泉。」

2. 拒绝争执，对公共议题参与意向有限

与其他人群一致，此类人群对中国人这一身份感到自豪，但总体而言他们的民族主义得分较低（均值 3.84），平等主义观念突出。他们向往和平，不喜欢与人争执或发生冲突，由于认为公共事务大多涉及到不同群体之间的利益纠纷而不愿参与其中去与他人争辩。他们同时也认为国族文化只有差异没有明显的优劣势，应该客观和平等地对待不同国度的文化。从政治效能感角度出发可以发现，此类人群的政治效能感（均值 4.31）比各人群总体均值低，其参与公共事

务的意向较为有限。另外，相较于其他群体，全国性调研数据也呈现出洒脱的安逸族对机动车的限制政策表现出更多的不支持态度。

「对于我自己来说，我是对中国人这个身份很有认同感，然后我当然爱我的民族和我这个国家的人民，我也爱中国文化，但我还是坚持应该平等地对待不同国家的文化，不能天然地觉得我们就比人家好。」

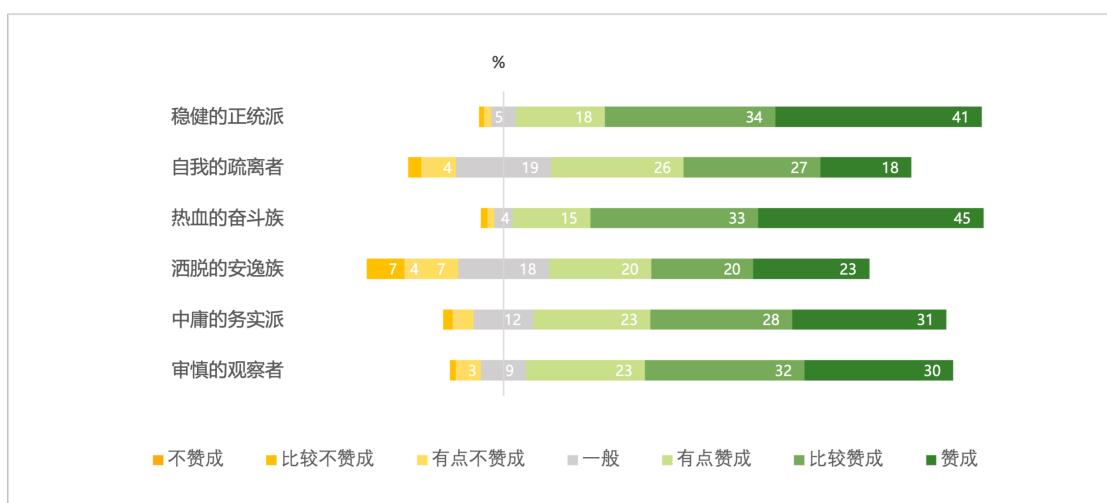


图 3-30 各人群对“为机动车制定更严格的排放标准”的态度占比

3. 对历史文化感到骄傲，也向往现代生活

他们对于中国的工艺、美术在国际社会上的传播持积极且正面的态度，文化自信相对较高。但是，由于这类群体追求个人价值的实现与心灵成长的同时也向往现代生活，对于一些相对固化的传统观念持保留态度。

「我对宗族观念持以保留态度。比如传统的‘家长’，认为父母对孩子们有一些天然的支配权，不是很尊重孩子是独立的个体。」

另外，此类人群对于吃苦耐劳、韧性、中庸等传统的中华民族特质持肯定的态度。



在国族认同上，他们为中华民族的历史文化、哲学沉淀感到骄傲。

「中国人应该是这个世界上最吃苦耐劳的，为什么叫建基狂魔，是因为中国人真的是很能吃苦，什么样的条件都可以。」

「中国人比较中庸，干什么事儿、说什么话都不会做的很绝，这一点非常好。」

4. 对不平等现象持中立态度

洒脱的安逸族除了关注因资源分配和发展不均衡导致的教育、工作机会差异和贫富不均外，还对城乡、代际间的信息不平等表示关切，表现出信息社会中的资源分配关切和朴素的生态平等观。尽管此类人群关注的社会议题与其他人群不谋而合，但他们认为社会不平等现象是一个应该承认的现实，是社会发展中一个阶段性的现象。

（二）洒脱的安逸族的人口特征与媒介特征：媒体冷感的超一线城市中青年

从人口特征上来看，这类人群在 28- 45 岁这个年龄段的中青年占比远比其他人群来得高。此类人群大多接受过或正在接受高等教育，本科（60.1%）及硕士（11.4%）的学历相比其他人群占比最高，且居住在超一线城市的人群占比远比其他人群高。

整体而言，洒脱的安逸族对媒体（信任程度均值 4.31）、专家（信任程度均值 4.49）、公益组织（信任程度均值 4.51）、企业（信任程度均值 3.80）这四类社会主体都表现出较低的信任度（在六类人群中最低）。此外，七类媒体平台中，洒脱的安逸族对中央级媒体、传统地方媒体、传统专业性媒体、网络社交媒体的使用时长均为六类人群中最低水平，不会经常进行浏览，整体对媒体保持着疏离态度，但会使用抖音、微博、知乎等社交媒体和网络知识社区来获取相关

资讯。由于他们秉持着“万事天注定”的消极观念和怀疑态度，认为“外界变化随时可能发生”，因此对于外界的观点，往往较为冷感。



图 3-31 洒脱的安逸族的生活信念词云

小结

- 追求自由舒适，随遇而安，主张享受生活、活在当下；
- 有较强的宿命感，相信一切已然注定；
- 秉持文化平等观念，认为应该客观平等地对待不同国度的文化；
- 对公共事务参与能动性较低，普遍对非激励性的、限制个人生活选择自由的政策持反对态度；
- 多为 28—45 的中青年人，生活在超一线城市，拥有本科及以上学历，收入高；
- 最低的媒体信任度和整体偏低的媒体平台使用时长，不经常浏览以传统媒体为首的媒体平台。



二、洒脱的安逸族与气候变化

（一）人群对气候议题的知识水平与关切程度

1. 气候变化相对不紧急，成因还需考虑地球自身因素

与其他人群相似，洒脱的安逸族也认为气候变化是一项重要的议题。此群体认为国家、国际组织都对气候变化作出了回应及制定了战略，中国也出台了许多绿色政策，也让他们意识到气候变化是一个急迫的问题。但相较于疫情与经济等问题而言，他们认为气候变化议题仍旧不是特别急迫。且在气候变化的成因上，此类人群在认同人类活动是主要原因外，也认为应该将地球自身周期性的因素纳入考量。

「我觉得（气候变化）不如经济发展那么急迫，但也是需要面对的问题。」

「地球本身内部就是不停发生各种变化的，有一个温度的变化周期，人为肯定有因素在里面，但是决定性的因素可能并不是人类人为的，可能只是给他火上浇油了一把。」

2. 知识水平略高于人群平均水平

洒脱的安逸族在六类人群中的气候变化知识水平比中庸的务实派（气候知识均值 2.82）略低，但仍旧比整体的气候知识均值（2.7）高，有着 2.8 的数值，属于有一定气候知识储备的人群。这点与他们的人口特征，即生活在一线城市及受过高等教育相符合。

尽管在各人群比较中，洒脱的安逸族有着较高的气候知识水平，但提高此群体的气候知识也应是值得注意的传播目标之一，因为该类人群总体学识水平较高、宿命论强，较为媒体冷感，有较为坚定自治的价值体系，看待问题通常秉持着较为个性化的思考立场，如果缺乏对气候变化议题紧要性和急迫性的共识，则

容易发展为气候变化的怀疑论者。

3. 效能感与行动意愿低，认为形成社会规范比个人行动更重要

洒脱的安逸族肯定了个体气候行动的意义，但该群体的自我效能感（均值 4.5）较低，同时认为个体气候行动的效果不可衡量、没有反馈，导致执行气候行动的意愿不高，多数人认为“气候行动”应是企业或公益组织的范畴。此外，在此群体中也存在认知模糊，不能确定日常减塑、节约、资源回收是否属于“气候行动”的情况。

「我可以在生活中少使用点儿水，节约用电，少消费一些，但是我不清楚这些做法有什么实际的改变，因为工厂还要浪费水，我感觉我做这一小点儿的事情就无益于对整个气候发展，这个问题我至今都是存疑的，所以对于我要承担的责任的态度就没有那么的明确。」

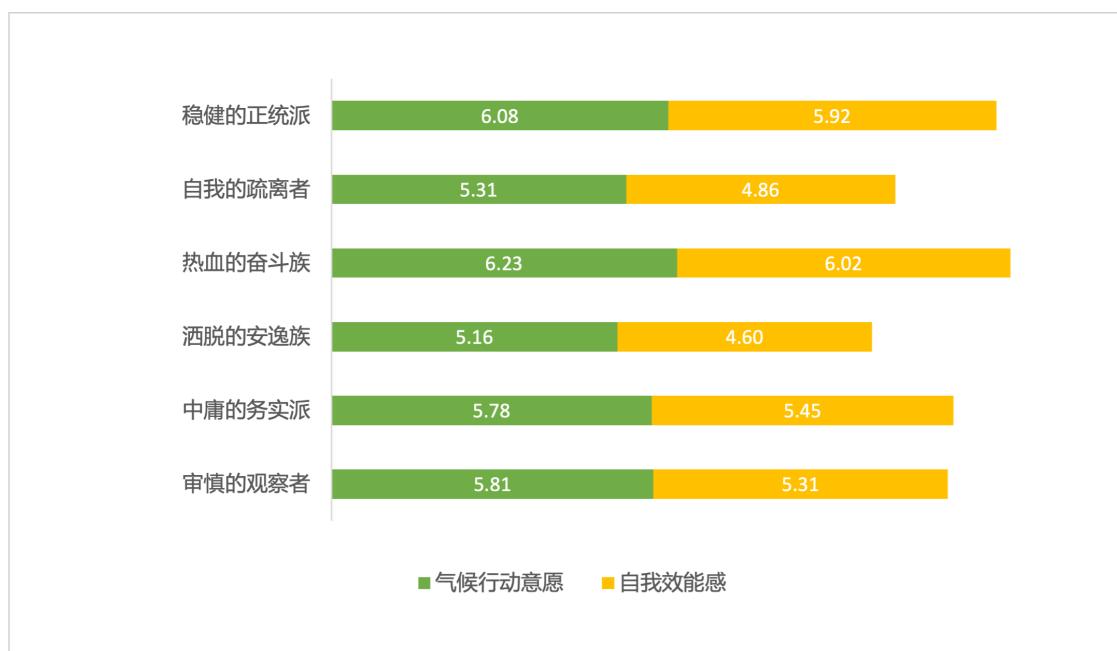


图 3-32 各人群气候行动意愿及自我效能感均值



相比个人行动，这类人群认为更重要的在于形成社会规范，如垃圾分类和再利用，和塑造整体的社会意识，如整体的环保和减排共识。此外，从数据中可以看得出，行为成本较高的气候行动如劝说家人、减少肉类消费普遍不受此类群体的欢迎。

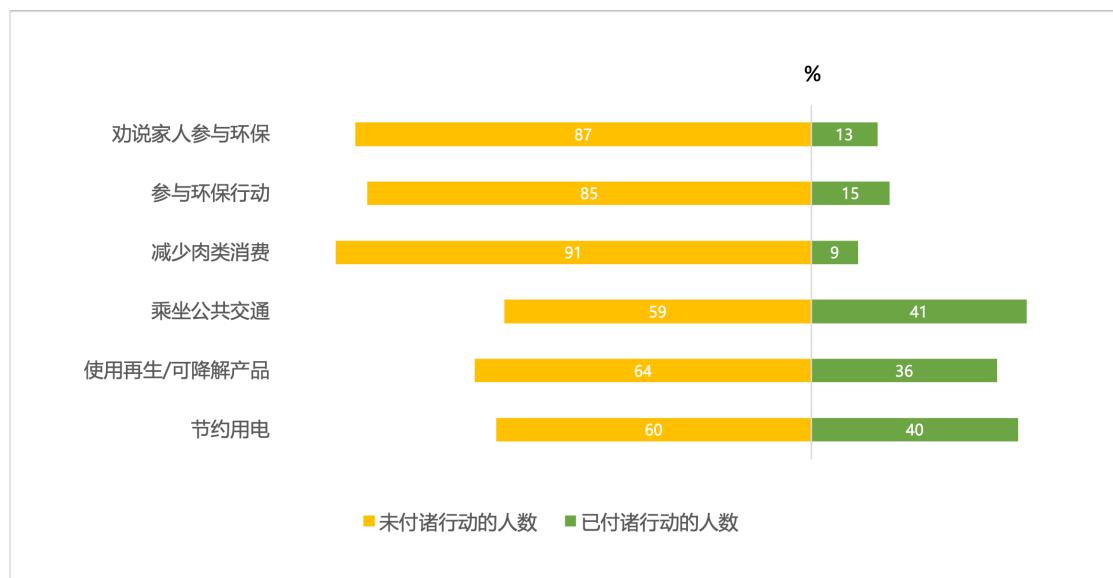


图 3-33 洒脱的安逸族的气候行动占比

4. 认同媒体应承担其气候责任，但自我的关注意愿低

此类人群认为商业媒体和平台对气候变化的信息传播与治理承担起了一定的社会责任，同时认同加强媒体和机构使用广告或绿色软件（如，蚂蚁森林）对气候变化信息进行普及与推广对促进个人气候行动并形成社会规范有着积极作用。

这类人群不会刻意搜索气候变化的信息，获取此类信息的渠道主要包含信息偶遇和专业需要。尽管国家推行了许多绿色政策与战略，如碳中和、发展新能源等，但这类人群认为在相关的公共信息传播力度方面仍有待提升。

「我觉得气候变化一方面是通过学校教的知识了解到，一方面也是生活中确实感受到。作为一个传播受众，好像没有特别多看到气候变化相关的新闻，反而更多地通过学习的知识和亲身经历来认识气候变化。我觉得要应对的话也是自上而下和自下而上，这两个角度去应对此问题。」

（二）风险感知水平偏低，主张活在当下

在全国性调查问卷中，洒脱的安逸族在多项维度中都呈现了较低的数值。此类群体的个人及社会风险感知的数值虽然比自我的疏离者略高，但总体而言相比起其他人群，此类人群的风险感知（均值 5.4）仍偏低。因此，此类群体对气候变化在未来可能会带来的负面影响并不会感到焦虑，这点与此类群体向往舒适自由、活在当下的特点一致。

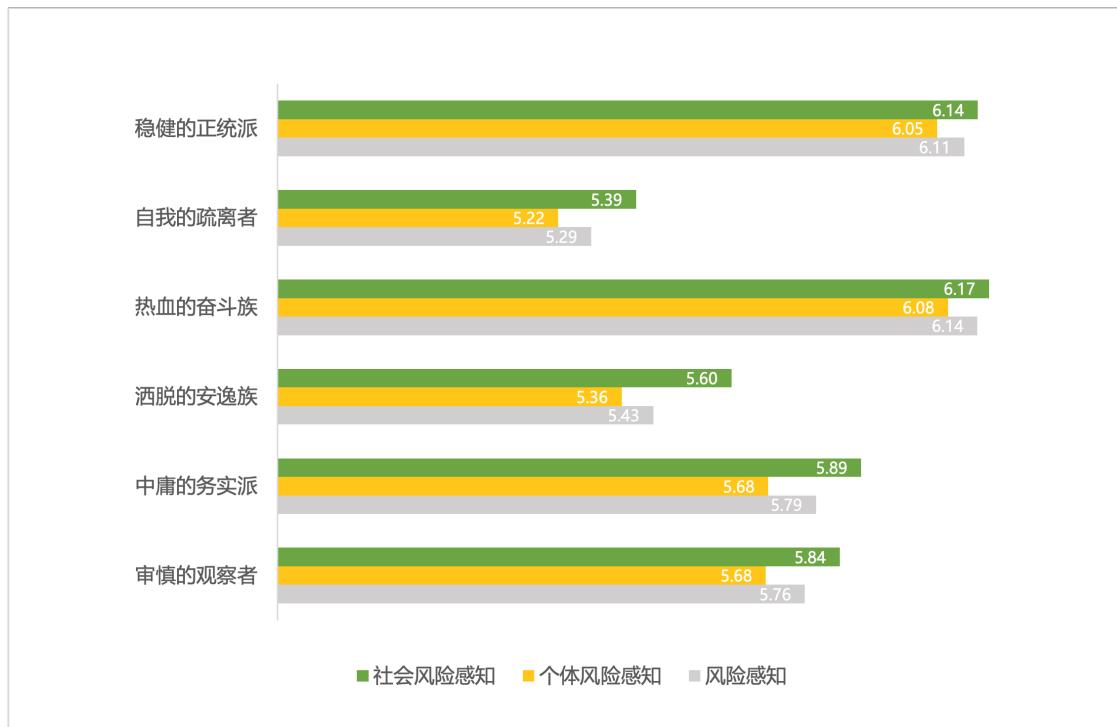


图 3-34 各人群的风险感知均值



（三）政策倾向：气候行动需要漏斗状的系统性管理模式

当提到相较于西方国家，中国在减排方面的历史责任时，洒脱的安逸族认为中国并不能因为自身作为发展中国家而否定其应承担的责任。他们认为应将中国置于全球眼光下，履行自身的责任与义务。从国内看，在肯定政府和企业的责任之外（绿色政策，包含双碳、碳中和、绿色金融、新能源等），他们认为个人也需要承担相应的责任，如节省用水用电、减少资源浪费等。整体而言，此类群体认为气候治理应以漏斗状的管理模式，从国家层面制定规章制度，进而影响企业，再到个人责任。

「气候变化需要的是一个比较系统性的改变，比如说负责研发技术的团队与经济上作出一些配合，然后整个社会也都要配合。在国家层面或者是国际组织层面会做出一些法律的约束及规章制度去强行地改变可能对碳中和，对气候不利的生产行为或者发展行为。最后落实到个人在自己的生活中也做出改变，朝着对气候有利的方向去发展。」

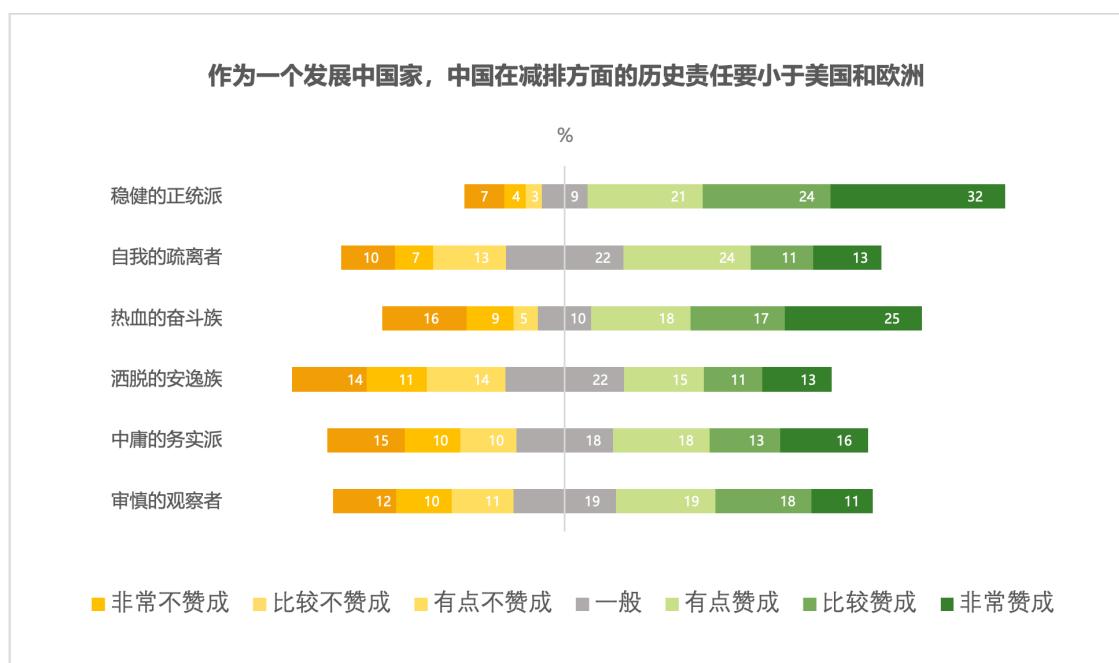


图 3-35 各人群国际责任观占比

（四）信任程度最低，但高度信任“普通人”

比起“人定胜天”，洒脱的安逸族更享受当下，相信“万事天注定”，自我效能感不强，有自己坚定自治的思考逻辑，并不太接受和信服来自外界的观点。因此，比起其他人群，洒脱的安逸族对各类社会主体的信任程度都最低：媒体（均值 4.31）、专家（均值 4.49）、公益组织（均值 4.51）及企业（均值 3.80）。在所有信源中，相比之下，来自专家或公益组织的气候内容比来自媒体或企业的内容更能该群体信服。而由于此类群体的等级观念（均值 3.58）较低，亲身经历过气候变化影响的“普通人”很可能取代官方信源，成为此类群体最信任的社会角色。

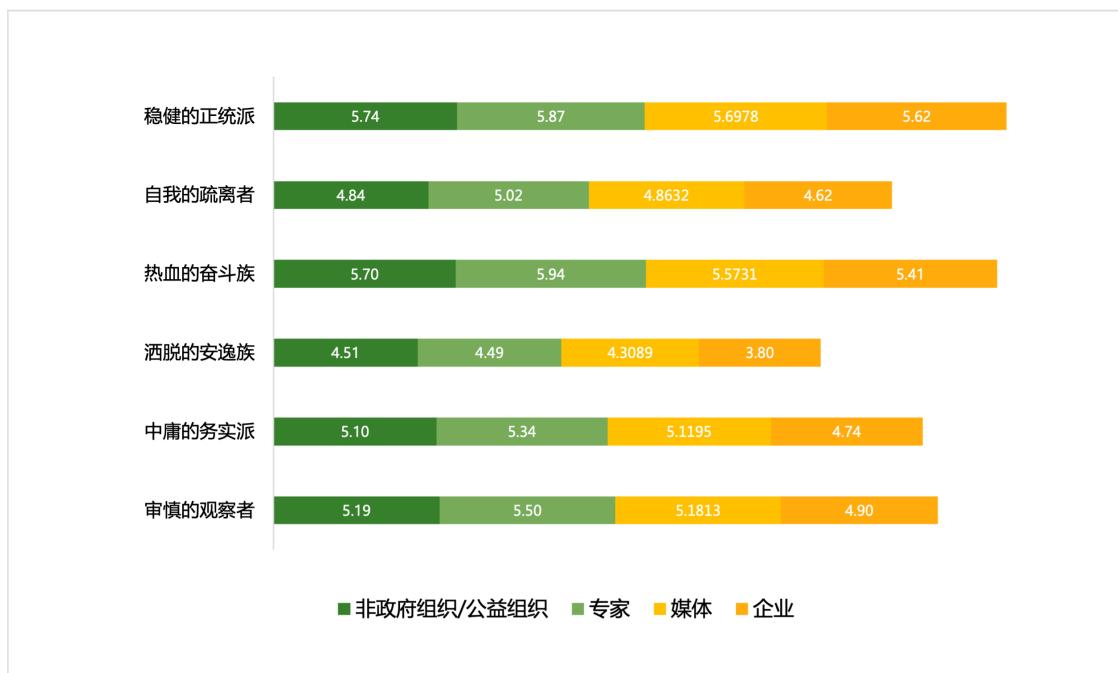


图 3-36 各人群对四类社会主体气候议题的信任度均值



小结

- 认为气候变化不是一个相对紧迫的问题
- 气候知识的获取在于信息偶遇，不会刻意检索气候知识
- 认为形成社会规范的社会行动比个人气候行动有效
- 政府的漏斗状的管理与媒体加大力度推广能促进气候行动
- 对未来气候变化会带来的负面影响并不会感到焦虑
- 尤其反对限制个人生活选择自由的抑制型气候政策
- 对大多社会角色的信任程度偏低，但信任有过亲身经历的“普通人”

三、洒脱的安逸族关注的社会议题

(一) 代际差异问题

洒脱的安逸族认为社会中的一些不平等现象是社会发展过程中不可避免的，他们高度关注信息与代际不平等的议题，并将信息资源差异解释为阶层差异的一种后果和表现。

「不平等是很多因素共同决定的，比如说可能阶级和经济是个比较基础的因素，但是表现到外在的话，比如说信息、教育方面的不平等，我觉得现在是很迫切需要解决的一些问题。」

(二) 性别平等议题

此外，此类人群也关注性别不平等的议题，具体从受教育机会、工作机会、社会角色期待切入。但认为盲目改变现状可能进一步激化社会矛盾，因此需要讲

究解决问题的方式和方法。

「国家现在还是出台了很多措施来保护妇女权益，包括想改变这种不平等的措施。但性别问题它就是一个很难调和的矛盾，女性想要收回自己的权益的话必然会影响到其他很多人的利益，所以这个不仅是观念的问题，还是一个资源分配的问题。」

尽管此类群体关注了许多与其他人群类似的社会议题，但是他们对于这些社会议题并没有体现出强烈的反抗心理和意向，反之是用一种更开放的态度去认识这些问题，在“活在当下”的心态基础上为解决这些社会议题作出贡献。

「发生在我身上不平等现象还是很多的，但我更希望自己能去努力适应和达到自洽。」

「但是我也不清楚我自己播撒的这些种子，它能开出什么花，结出什么果。我觉得不要考虑这个，你当下这么去做了，它就是一件正确的事情。」

总结：社会议题与气候的连结点

- 气候变化将加剧贫富差距，深化社会问题
- 气候变化所带来的负面后果将激化现今相对可控的社会矛盾



四、洒脱的安逸族的气候叙事与话语系统

（一）洒脱的安逸族偏好的气候叙事

气候变化与大国担当

叙事核心：个体气候行动的局限性；强调中国的责任和担当，推动中国在推进气候行动的积极效应；引领国际合作；体现无私的奉献精神。

关键词：个体局限；责任；担当；主力军；共同应对

「中国向世界郑重宣布，中国将力争 2030 年前实现碳达峰、2060 年前实现碳中和，彰显了中国应对气候变化的坚定决心和责任担当。」（喜欢）

「中国非化石能源占能源消费总量比重提高到 15.9%，连续 8 年成为全球最大新增光伏市场，是全球森林资源增长最多和人工造林面积最大的国家，成为全球“增绿”的主力军。」（喜欢）

「中国在气候治理领域的雄心壮志世界瞩目，这也将鼓励其他国家承担更多责任，共同应对气候变化挑战。将全球气候变化视为机遇，我们就能获得新的机会。中国在气候治理领域的贡献，可以提升在国际社会的政治地位，并进一步证明自身制度的优越性，这关乎中国的长远政治利益。」（喜欢）

气候变化与长期经济效益

叙事核心：适度强调已有的气候变化应对成就及其带来的发展与机遇，突出长期效益。

关键词：社会经济发展；创新与成就；长期效益

「同时为近 120 个发展中国家培训了约 2000 名应对气候变化领域的官员和技术

人员。不仅树立我国积极的国际形象，扩大国际影响，还为我国的社会经济发展出创造了更为有利的国际政治经济大环境。」(喜欢)

「过去十年以来，我国能源绿色低碳转型取得重要进展，可再生能源装机规模突破10亿千瓦，水电、风电、太阳能发电、生物质发电装机均居世界第一。」(喜欢)

「采取务实的气候行动，至少可以在2030年前产生26万亿美元的经济效益，可以在创造就业机会、经济节约、市场机会和改善世界各地人民福祉方面看到实实在在的好处，促进各国家地区的经济发展。」(喜欢)

气候变化与对人基本生存发展的关怀

叙事核心：体现对于人基本生存与发展的关怀，以影响人的生存和生活的角度讲述气候变化议题。

关键词：民生；子孙后代；安全

「农业与粮食安全是国计民生的重中之重，气候变化给农业生产带来的影响不容忽视，相关行动刻不容缓。」(喜欢)

「农业生产关系国运民生。积极采取科学应对措施，将有利于减缓气候变化对我国农业生产和粮食安全的影响，切切实实为老百姓守好粮袋子，让中国人稳稳端牢自己的‘饭碗’。」(喜欢)

「虽然气候变化影响了每个人，但那些对气候危机贡献最小的人——儿童和我们的子孙后代，却受到的影响最大。我们出生时的世界，并非由我们所塑造，而是无数先人遗留下来的产物；而我们也将用自己的方式去影响世界，最终让子孙后代去继承。子孙后代迫切地需要我们现在有所作为，以便留给他们一个尚可减缓气候变化的机会。」(喜欢)



（二）洒脱的安逸族反感的气候叙事

气候变化与“家长”式叙事

叙事核心：将气候变化与政治联系，以“家长”式的叙述方式，用官方用词及相对宽泛的内容述说气候变化。

关键词：政治利益；审视；共同体

「气候变化国际合作面临的挑战，根本上是由于缺乏加强国际合作的价值观引领。」（不喜欢）

（三）洒脱的安逸族的气候话语系统



图 3-37 洒脱的安逸族气候话语词云

对于政治效能感低且有较高宿命感的洒脱的安逸族而言，相比起国家或政府的气候行动，气候议题中的个人行动较为局限，因此，此群体非常认同强调中国的大国责任和担当的叙事。叙事中以“中国可以在国际气候行动中产生积极效应”为基础，描画气候行动会带来的美好未来图景，突出中国在促进气候行动的国

际合作中担任重要的引导者，体现深刻的奉献精神，可以获得此类群体的认可。

另外，适度强调中国已取得的气候变化应对成就，包括技术创新带来的低碳转型、可再生能源占比增加等也可以成为有效的叙事。此外，强调中国应对气候变化带来的经济发展机遇，指出个体在经济转型中受惠，突出长期减排的效益也能获得此群体的支持。

与其他群体一致，洒脱的安逸族对中国文化的沉淀感到骄傲。因此，将气候叙事聚焦在气候变化行动中的底层关怀及代际责任与关怀，不强调后代承受的恶果，而是通过先辈的恩赐应被我们积极传承的角度去讲述气候变化议题或许能得到此群体的认同。真实且积极的气候信息也能获得此群体的关注，但大篇幅的数据罗列、武断的论断、夸耀、情绪化的词语会引起此群体的怀疑心理，过度描述气候变化带来的恐怖后果也会让此群体反感。

五、针对洒脱的安逸族的气候叙事建议

针对人群的传播目标

- 基于该群体较高的气候知识水平，促成其气候知识的进一步提升或对于相关知识的传播，进而推动气候行动；
- 提升该群体对气候行动的正面认识，使其对气候行动产生积极正面的态度；
- 提升该群体在气候议题中的自我效能感，让其了解到个人和社会都是应对气候变化的重要主体；
- 让此群体了解到个人气候行动所带来的社会与个人收益。



这一类人群对空洞或口号式的呼吁无感。正面且积极向上的气候信息，如：责任、成就、担当等关键词能唤起他们对于气候变化的责任感。涉及健康、安全等更关注个人生活的叙事是针对这类人群最有效的传播信息。然而，此类人群整体有着较强的“自由”与“宿命”心理，对于限制自由的信息及过于强调个人能动性的信息会产生怀疑。此外，过度放大气候变化的负面影响，尤其是骇人的负面后果则会引发这类人群的怀疑心理。

1. 以中国作为大国应承担的责任讲述真实且具有前瞻性的故事

描绘气候变化恐怖后果不太可能成为针对洒脱的安逸族的最佳叙事主题。相反的，以中国在国际社会上的（经济）地位，强调中国的大国责任并阐释气候变化是全球共同责任，可以提升此类人群的民族自豪感也提升他们对气候行动的支持。此类叙事凸显大国的责任和担当，但需避免使用大篇幅的数据描绘未来图景。

2. 强调气候经济的长期效益：气候行动是一种长期的投资回报

以行政文件用语呈现的叙事并不会对该人群起到正面的积极影响。这类人群投入气候行动并不是出于行动本身对气候变化的贡献，而是了解到其中的好处，有利于自身的发展与自我价值的实现。因此，在谈论气候经济时，可以从气候相关的经济产业发展可以带来惠及民生的社会福利和发展机会入手，建立叙事联系。

3. 将气候与积极正面的信息联系

此类人群注重个人的价值与成长，也希望顺应时代的变化与发展，因此与个人价值和成长有关的社会或经济问题是他们优先关注的议题。在众多社会议题中，与气候有关的问题并不是他们优先关注的核心议题，突出弱势群体的遭遇

会让他们对气候议题更为反感。对此，强调积极的气候行动能为社会和经济造成正面影响、确保更有弹性的经济发展都是可以采用的叙事主题，进而让此类群体将气候变化议题放置在能使社会进步的核心议程中。

4. 使用“韧性”及“团结感”作为叙事主题

由于文化自信相对较高，利用此类人群本身的生活信念及公民意识可以加强他们对气候行动的支持。此类人群秉持政府、机构和个人合作共赢的理念，认为气候变化议题是至上而下，也是至下而上的运行模式。此类人群自我行动效能感较低，认为气候行动长期得不到反馈，但他们对吃苦耐劳、韧性等传统的中华民族特质持肯定、欣赏的态度。针对人群的这一特点，可以在叙事上使用“韧性”作为主题，将中华民族过去面对困难时的坚韧、百折不挠和应对气候变化挑战联系起来，展现中华民族一如既往面对困难、解决困难的美好品质和有效应对好气候变化的美好前景。强调这是一项长期的共同努力，能够让该类人群产生更多共鸣，从而鼓励他们加入气候行动。

5. 强调普通公众在应对气候变化中所能发挥的作用

在六类人群中，洒脱的安逸族有着较高的气候知识，但由于认为个体气候行动没有反馈，其行动效果无法衡量，进而形成此群体较低的气候效能感并对气候行动的效果持怀疑态度。因此，让此群体感受到自身在气候变化中具有一定的作用与责任是有必要的。相关叙事可强调公众在应对气候变化中能承担的角色，该种方式可促进此群体的气候行动效能感，进而动员该群体参与气候行动。秉持着“积少成多”的理念，从个人生活方式、消费习惯一直延伸到社区集体气候行动的叙事有望让此群体意识到公众是气候变化议题至关重要的参与者。

6. 讲述一个真实且积极的故事



对此群体而言，过多强调气候影响带来的负面影响将可能触发该群体的不信任及怀疑心理。相反的，作为一个对国家进步有信心的经济舒适群体，在国家已经取得成功的经济与科技发展的基础之上，强调建立一个低碳的未来的美好愿景对此类群体会更有效。

7. 气候与个人健康的联系

相较于其他人群，洒脱的安逸族的社会信任有着最低的数值，风险感知也较低，因此，将气候行动与自身有关的议题，比如健康问题联系起来可能是激发此类人群对气候变化议题关注的其中一个突破口。如「不点外卖首先是因为不健康，其次才是减少白色污染和碳排放」的叙事能有效地激发注重个人价值与发展的洒脱的安逸族。

8. 以普通人作为信源，讲述积极应对气候变化的个体故事

洒脱的安逸族认为气候变化是真实存在的，然而典型的“环保主义”叙事和他们认为家长式叙事会加深他们对气候变化的怀疑。此类人群对政府、媒体、专家、公益组织及企业的信任都相对较低，许多来自这些群体的“绿色”信息容易被忽视。因此，寻找一些此类群体关注的信源，如工作正因气候行动而往好的方面发展的普通人可以吸引此类群体对气候变化议题的关注。

9. 讨论“公平”而非“正义”

“正义”在此类群体中并没有产生共鸣，相反此类群体对“公平”的需求是明确的。对他们而言，“公平”指的是对每个人都是正确的，相反的，“正义”意味着过去的错误行为都需要得到补偿。

3.5

中庸的务实派

MODERATE PRAGMATISTS





一、谁是中庸的务实派

中庸的务实派
(约占中国公众的 21%)

表 3-5 中庸的务实派人群画像

典型观念	人口特征	关注社会议题	信任的信源	常用媒体渠道
中庸	本科学历	自身经济利益	行业专家	抖音
讲究实用	一二线城市	身心健康	公益组织	本地主流媒体
追求传统的成功	18-35 岁	漠视不平等		微博
倡导做好小事	收入中等			

(一) 中庸的务实派的生活信念特征

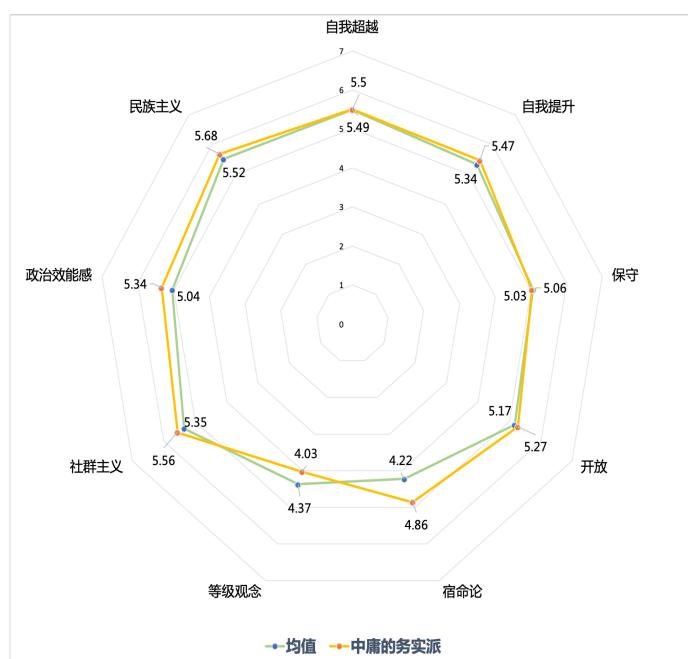


图 3-38 中庸的务实派的生活信念得分

1. 高度追求实用价值

“追求实用价值”是该群体最为突出的特点。他们对问题的认知与界定往往从自身实际生活经验这一相当微观的角度出发，更多从自我对外界事物的经验观察、以及外界事物对自身生活的影响两个方面来形成自我认知，并且以“能否为自我带来实际的利益”，以及“行动成本是否在自我主观可接纳范围之内”作为其判定自我是否付诸行动的核心逻辑。

「我一直以来都觉得我其实是个挺现实的人，我做事的原则就是，在不违背公序良俗的情况下，这个事如果能给我带来实际的收益，并且我有能力精力去完成，我才会去考虑说要不要做……当然这个收益不仅仅是物质的，能带来精神的满足我觉得也是一方面」

2. 秉持中庸的生活观念

中庸的务实派高度秉持中国传统的“中庸”观念，对待万事万物都希望辩证看待，去认识事物的两面性。除宿命论得分稍高于均值外，该群体其他各项指标得分都非常接近均值，对等级制度、民族主义、自我提升等都保持着“适度的热情”，既不一味迎合，也不完全背道而驰。因而在气候问题的传播中，让他们看到该议题本身的多面性特征显得很有必要性。

3. 追求中国传统意义的“成功”

在对理想生活的构想方面，中庸的务实派们对理想生活的追求与中国社会的传统主流成功价值有着高度的一致性，“事业有成”、“家庭美满”、“体面的社会地位”是该群体普遍的价值追求。虽然该群体中相当部分的人也非常认同应该“实现自我的个性价值”，但也普遍认同个性价值的实现是一种更加高维



度的价值实现，其应该建立在经济独立、事业生活稳定等传统基础价值的实现之上。

「首先要拥有一份不错的工作和收入我觉得是最重要的，能让我的家人有很好的物质保障，也能生活地好一些……现在房价、物价其实都挺高，要达到生活的好其实很难，其他的个人理想得在这个基础上再说。」

4. 倡导通过约束自我形成“群聚效应”，进而推动公共事务改变

中庸的务实派对公共事务，尤其是政治事务的参与热情较低，其所具有的政治效能感普遍不强，且认为政治事务更多属于政府的工作领域，参与和影响政治决策并不是其自身的主要职责所在。但同时他们也坚定地相信社会宏观层面的改变需要通过普通个体的集体行动来达成。他们虽然不愿意直接地参与相关的公共事务，但他们高度提倡公民应该在生活中约束自我、做好小事，从而形成“群聚效应”来推动公共事务的改变。

「我觉得很多大的议题不是我们小老百姓能够去决定的……但涉及公共利益的事情我们还是应该在自己的能力范围内去做出一些行动的。这样你做一点，我做一点，大家团结起来才能真正带来改变。」

（二）中庸的务实派的人口特征与媒介特征：都市青年白领是主力

值得注意的是，年轻人（35岁以下）在该群体之中的占比高达64%，同时接受过本科及以上教育的占比超过61%，且近70%的人群居住在除超一线城市外的省会城市、直辖市和其他地级市，在很大程度上代表了当前中国年轻一代的普遍面貌与价值选择。中庸的务实派收入水平中等，同样十分接近于所有人

群的均值。在媒体渠道的使用上，中庸的务实派们也与他们的人口特征与价值特征保持着高度一致。一来喜欢通过本地的主流媒体来了解与自我生活息息相关的相关资讯，同时热衷于抖音、Bilibili 与微博等短视频平台与广场式社交平台。

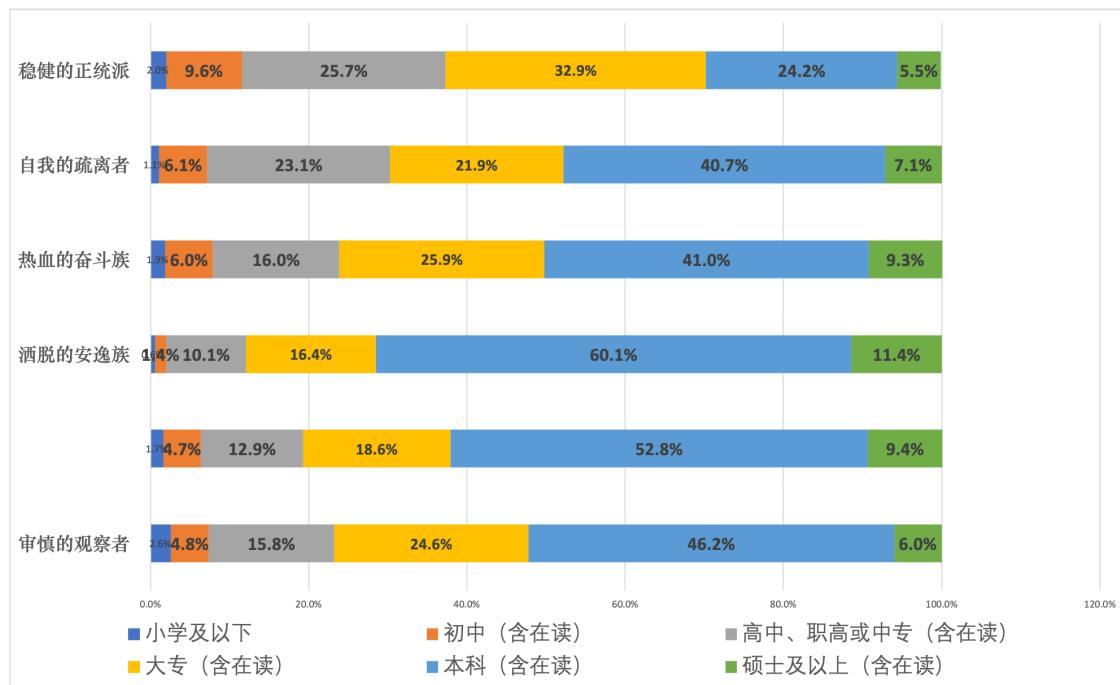


图 3-39 各人群不同受教育程度占比



图 3-40 中庸的务实派的生活信念词云



小结

- 高度追求实用价值，将以能为自我带来实际益处，且成本可控作为行动前提；
- 对万事万物保持中庸，辩证地看待各种事务的两面性；
- 追求中国传统意义的成功，期待事业有成，家庭美满；
- 提倡通过约束自我，做好小事来形成“群聚效应”，从而推动公共事务的改变；
- 18—35岁，生活在一二线城市的白领，且多数接受过本科教育

二、中庸的务实派与气候变化

（一）人群对气候议题的知识水平与关切程度

1. 依托个体经验来认知气候变化，认为其“重要且紧急”

与其他人群一致，中庸的务实派们同样认为气候变化是一项非常重要的议题（该人群超过95%认同气候变化应该引起重视）。值得注意的是，他们对气候变化的感知与认识往往与自我生活经验高度关联，对极端天气普遍感到担忧，相较于其他的群体而言也更加认为气候行动这一议题是较为紧急的。

「我对气候变化最直观的感觉就是广东的冬天越来越短了。现在是十一月，我还在穿短袖短裤……这种变化我觉得是需要引起重视，而且积累到现在这样我感觉（行动）已经刻不容缓了」

「极端天气出现地越来越多，今年夏天那么长，我看到好像是因为汤加火山爆发。」

还有我老家是广西的，是非常南方的地方，之前一直都不下雪的，这两年居然都下雪了。」

2. 具有最高的气候知识水平，但仍需继续提高

相较于其他群体，中庸的务实派拥有最高的气候知识水平，其在气候知识方面的得分显著高于所有样本的均值，且在所有的人群之中处于最高水平，证明其对气候变化议题具有较高的认知水平。

但值得注意的是，虽然该人群的知识水平相对较高，但从总体来看其气候知识均值仍只有 2.82（满分 7 分），具有较大的提升空间，仍旧需要重视对该群体进行持续的气候知识科普。

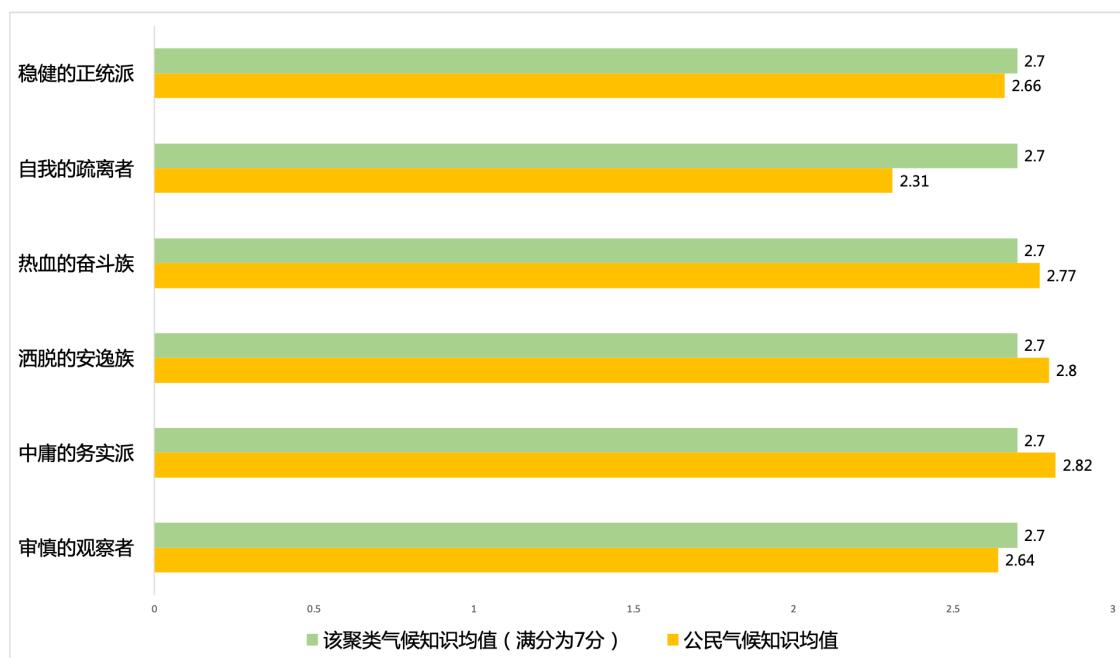


图 3-41 各人群的气候知识水平均值

3. 行动意愿强烈，缺乏便利渠道与发起人是阻碍行动的重要原因

中庸的务实派并不逃避应对气候变化的责任，相反，他们参与气候行动的意愿



非常强烈。从数据统计结果可以看出，中庸的务实派采取的气候行动普遍高于平均水平，同时也是所有人群中参与气候行动积极性数一数二的群体。如劝说家人、参与环保活动、乘坐公共交通、使用再生 / 可降解产品和节约用电等都是该人群愿意积极付出的行动。在减少肉类消费方面，他们的参与意愿要低于平均水平，或许因为这种做法虽然有利于应对气候变化，但却会明显损害自身利益。

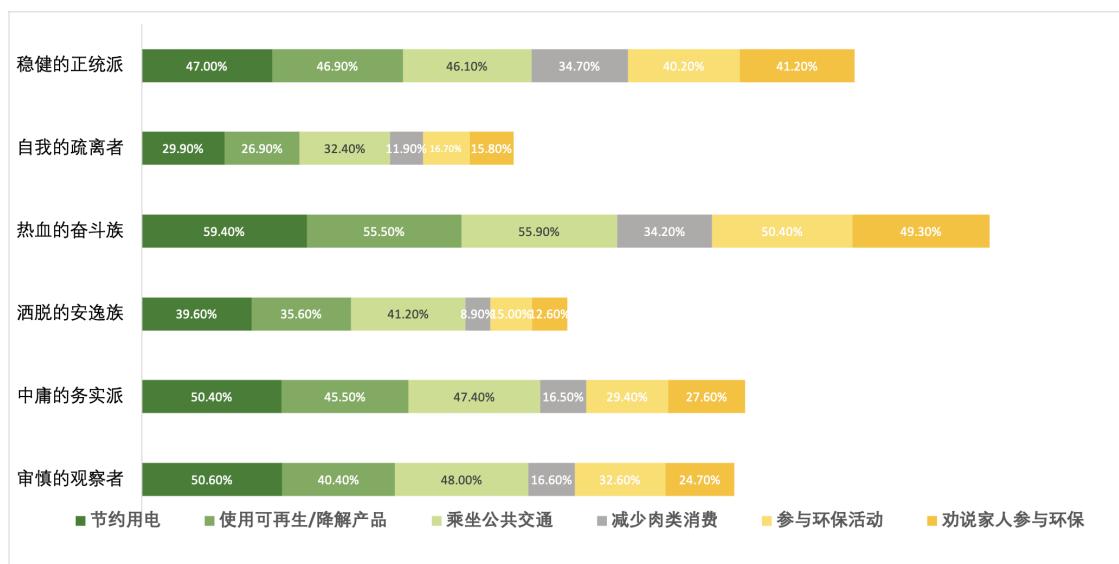


图 3-42 各人群不同气候行动意愿占比

不过值得注意的是，他们更愿意作为参与者而并非发起者参与到气候行动中。目前，阻碍其参与气候行动的核心原因在于缺乏便利的参与渠道与相应的发起人。有时，这些渠道存在，但他们并不知晓，这也反应出当前气候行动宣传与该群体的断层。

「唯一参加过的就是旧衣服。主要还是渠道机会太少，没什么机会去参与。」

「参加过一些沙滩边的捡垃圾的活动。但很多的时候我会更觉得其实更应该从源头解决问题。我感觉好像想做环保的人很多，但不知道到哪里去找活动。」

4. 愿做好小事，但认为效果有限

中庸的务实派高度认同“个体应该做好小事来延缓气候变化”这一观点，并且愿意身体力行。他们这样做的原因只是认为这是自己的义务，并不寄希望于自己的行为真能影响气候变化的进程。实际上，他们认为在气候变化议题上，个人的能力很有限。

「我觉得这个好像没有什么办法去应对，我们好像应该节约用电呀，从个人做起呀，只是为了下一代我们应该去做一些事情。」

「我们个人就把环保行为做好就行了，但更多的碳排放并不是个体。」

在中庸的务实派看来，应该承担气候变化责任并积极采取气候行动的是大型组织，比如企业、公益组织、政府乃至国际社会。因为个人努力带来的效果是很有限的，产生碳排放最多的也是大型组织。

「从碳排放来说，只有工厂这种大规模组织的影响力才是大的，所以我觉得企业其实应该付更多的责任。」

（二）风险感知水平中等偏上，对未来的焦虑感较重

中庸的务实派的总体风险感知（均值 5.8）、个体风险水平（均值 5.7）、社会风险感知（均值 5.9）均处于较高得分段，证明该群体在总体上仍认为自我的生活及生活的社会具有较多的潜在风险。同时，他们普遍对气候变化在未来的持续性负面影响有较强的忧患感。他们大多担忧气候变化的负面影响会在未来更加显著地影响自我及下一代的生活，尤其是对极端天气这一真实可感的气候变化后果具有高度的关注。



「未来，气候变化可能对大家的衣食住行会发生影响，可能对我们的物质和精神生活的影响应该也挺大的……尤其可能对我们孩子这一代的负面影响会非常大，我还挺担心的」

「今年重庆的极端高温对我最直接的影响就是电费翻倍地涨，而且这几年这种天气越来越多。现在这个费用可能还勉强能承受，但未来我真的很担心这样的情况会越来越严重。」

（三）偏好激励型政策，倾向能源技术创新

与其他人群类似，中庸的务实派在气候政策态度方面也普遍偏向于支持通过激励型政策来从宏观上缓解气候变化，对“对使用清洁能源的企业给予补贴”、“对新能源汽车免税”等政策的支持度明显高于“提高燃油价格”、“限制大排放机动车出行”等抑制型政策。

而较为特别的是，相较于其他群体，中庸的务实派尤其支持并期待通过技术创新的方式来缓解气候问题，其对“加强先进节能减排技术研发”这一政策的支持度在所有人群中处于最高水平，且有超过半数的人明确表示对这一政策非常支持。

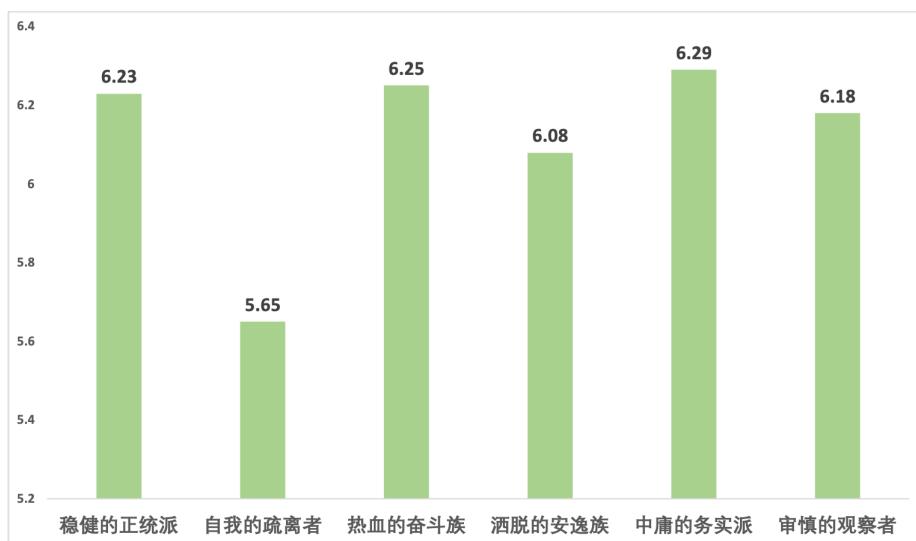


图 3-43 各人群对“加强先进节能减排技术研发”的支持度

（四）信任程度中等，最信任专家

在气候议题相关信源的信任上，中庸的务实派对当前各传播者整体信任程度中等（均值 5.1），在所有人群中排第四。其认为大多关于气候变化的信息是可信的，但仍对少量信息，尤其是商业企业的“洗绿”行为持有较高的批判。同时与其他人群类似，在气候议题方面，中庸的务实派最信任的信源角色是相关专家，其次是公益组织，对企业的信任程度最低。

「现在很多企业都标榜自己是亲环境的，但我觉得大多不可信。工业发展和环保之间的本质就是矛盾的，企业很大程度上不可能主动去关注气候变化……很多企业宣称自己包装亲环境的背后更多可能掩盖了他们在生产、原料等环节对环境的破坏，这些他们当然不会说，我觉得对他们的发言我个人比较持保留意见。」

小结

- 依托个人生活经验来认知气候变化，认为其紧急且重要
- 具有最高的气候知识水平，但仍需继续提高
- 参与气候行动意愿强烈，更愿意做好生活小事
- 认为个体层面的行动效果有限
- 对气候变化的未来影响有较强焦虑感
- 偏向支持激励型气候政策，尤其倾向支持能源技术创新
- 最信任相关气候专家，对企业发布的气候信息较为谨慎



三、中庸的务实派关注的社会议题

（一）自身经济利益

中庸的务实派坚定地践行“经济基础决定上层建筑”的理念，认为高阶的追求必然需要建立在夯实的经济基础之上，其因而也最为关注与自身经济利益密切相关的社会议题。其中该群体中几乎所有人都高度关注且期冀提升个人的收入与储蓄。

该人群中的年轻群体更关心就业难题，一致认为就业难是社会面临的普遍问题，即便是拥有优秀教育背景的人也担心自己能否找到合适的工作。已经拥有工作的群体也对自己的职业前景感到担忧，担心自己的职业或所处行业会不符合时代的需要，前景黯淡。一些特定行业受到疫情冲击较大，这些行业的从业者对前途感到迷茫，格外关心行业的发展前景。

「我是体育从业者。现在体育赛事很多都被延期了，疫情给我们带来了很大的影响。我现在最关心的就是行业经济发展问题。」

（二）关注身心健康，漠视不平等

除个体经济收益外，身体健康与心理健康问题也都得到了中庸的务实派的高度重视。首当其冲的是食品安全问题，他们对外卖无法保证饮食安全，垃圾食品泛滥等现象感到担忧。其次，现代人精神压力大，工作和生活上的焦虑无法得到疏解也是困扰中庸的务实派的议题之一。

「社会问题的话，我觉得当前一个突出问题是健康焦虑。在锻炼身体方面，还有吃的方面，比如外卖和垃圾食品都让人挺焦虑的。第二个是现在人们的精神压力都太大了。」

相比之下，中庸的务实派不太热衷于社会平等问题。他们大多将少数人掌握的特权与不平等视为社会发展的一个阶段，更倾向于让自我适应这一社会大环境。

「我觉得要追求绝对的平等其实是不太可能的。」

「社会本来就是不平等。所以社会的不平等很多时候可能更多时候只能归结到自己的不努力之上。」

总结：社会议题与气候的连接点

- 气候变化带来的经济后果，强调对就业、不同行业发展与货币购买力的影响；
- 气候变化带来的经济发展机遇，及对个人创收的潜力；
- 气候变化对个体身心健康的影响；
- 避免突出气候变化所造成社会不公

四、中庸的务实派的气候叙事与话语系统

（一）中庸的务实派偏好的气候叙事

气候变化与经济发展

叙事核心：将气候变化与经济发展相关联，明确指出高污染发展和可持续发展将导致怎样的后果。

关键词：可持续发展；污染；转型



「随着人类社会经济规模的急速扩张，过度开采使用煤炭、石油、天然气等石化能源，加剧地球温室效应，气候变暖问题日益突出。与此同时，产能扩大推动能源价格高涨，也极大增加了经济发展的成本。」（喜欢）

「越来越多企业开始将可持续发展作为战略重心，创造了大量新的职业机遇，比如首席社会责任心官，可持续发展负责人等，其他岗位招聘时亦将绿色技能纳入候选人衡量因素。」（喜欢）

「在制定复苏计划中面临两个选择：要么锁定高污染、低效、高碳和不可持续的发展方式；要么加速推动必须的转型，发展低碳、价格合理的能源及可持续的城市和交通系统，从而创造长期经济和社会效益。后者才是我们应该选择的方向。」（喜欢）

气候变化与身体力行

叙事核心：强调气候变化问题在未来可能产生的严重后果，并借此强调在当前采取气候行动的必要性。

关键词：直接行动；个人；弱势群体

「外卖所需的各类一次性塑料、木制餐具也引出了白色污染，能源消耗，生态破坏，土地沙化等一系列“环境税”问题。」（喜欢）

「我们要关注气候变化中每一个具体的人，关注人们的生活境况的差异和在良好环境中生活的权利，保护贫困和弱势群体免受气候变化的最严重影响。」（喜欢）

「极端高温天气带来的健康影响是最主要和最直接的。」（喜欢）

中庸的务实派喜欢呼吁采取切实可行的行动的叙事。他们认同气候变化可能给

人类带来的身体和心理上的健康风险；注重强调气候变化对个体的生活所可能产生的最直接、直观的影响；强调“从小事做起”，突出细小的、且与普通人的生活息息相关的亲气候行为，并对该行为加以鼓励（如少点外卖，拒绝使用一次性餐具）。

（二）中庸的务实派反感的气候叙事

气候变化与中国国际地位

叙事核心：气候变化是中国提升国际政治地位的机遇性议题，中国对气候治理做出的贡献可以提升自身的政治地位。

关键词：政治地位

「将全球气候变化视为机遇，我们就能获得新的机会。中国在气候治理领域的贡献，可以提升在国际社会的政治地位，并进一步证明自身制度的优越性，这关乎中国的长远政治利益。」（不喜欢）

他们不喜欢凸显气候议题的政治面向，同时也觉得国际关系的叙事离个人日常生活有些遥远。

（三）中庸的务实派的气候话语系统

中庸的务实派喜欢强调气候变化对经济发展带来的影响的叙事，认同气候变化可能带来经济损失，采取气候行动可能为经济发展带来的益处。强调能源转型在经济发展、促进就业层面的积极效应的叙事普遍得到中庸的务实派的支持。



图 3-44 中庸的务实派的气候话语词云

五、针对中庸的务实派的气候叙事建议

针对人群的传播目标

- 让该群体认识到他们是未来解决气候问题的核心人物；
- 鼓励该群体成为青年一代低碳生活的践行者；
- 提供各类气候行动的途径、信息和建议，将其高度的气候焦虑转化为切实的气候行动；
- 推动他们跨越日常小事的行动范畴，动员他们参与民间气候公益活动；
- 鼓励他们在网络中积极为气候议题发声，促进群体效应；
- 提升该群体对气候行动意义的理解，从而提升气候效能感。

从人口特征来看，中庸的务实派在很大程度代表了我国青年一代的主流，让他们意识到自我是中国未来应对气候变化的核心力量显得很有必要。同时基于他们在低碳生活方面极高的行动力，可致力于鼓励他们保持行动并在社会中形成的示范效应，进而成为低碳生活的引领人群。此外，还可进一步促进他们提升

行动维度，参与到相关的气候公益活动之中。此外，该群体中大多为活跃的社交媒体用户，可释放他们在网络中为气候议题塑造相关舆论的潜力。

动员中庸的务实派加入气候行动的核心在于让该群体充分认识到气候变化对他们个体日常生活的方方面面，尤其是他们最关切的问题可能产生的影响，并从微观处入手，向他们提供直接的、切实可行的、且操作性强的行动方式。同时，中庸的务实派也是积极的气候行动的响应者，应该注重将他们与其他积极倡导气候行动的群体与角色进行连接。

1. 强调气候变化对个体生活带来的直接影响，尤其是对经济生活的影响

中庸的务实派对气候问题的认知和行动在很大程度基于其如何将自身经验与气候问题进行连接。在针对该群体展开气候传播实践时，可注重去强调气候变化给他们的日常生活带来的影响，尤其要注重凸显气候问题对储蓄理财、就业、物价波动、社会福利等与个体息息相关的经济生活的影响，展示气候变化对个人经济产生的威胁与带来的机遇。同时，气候变化对个体身心健康、生活舒适度等方面负面影响亦可成为动员该群体参与气候行动的参考方向。

2. 鼓励他们在网络平台积极讨论并为气候议题发声

中庸的务实派虽然网络使用的时长略短于其他群体，但他们整体偏向年轻化，热衷于使用微博、知乎等广场式社交平台，是当前生成网络舆论的主力军。可在该类平台塑造气候变化的相关话题并鼓励该群体积极参与讨论，将他们对气候变化的高关注度转化为实际的发声。

3. 强调“共同责任”并鼓励“个体行动”

强调气候变化是全球、全人类的共同责任，凸显全球公民群体在解决气候问题



上的重要作用。在气候传播实践中为中庸的务实派提供切实可行的气候行动方案，鼓励该群体形成亲气候的生活方式，将气候问题的解决塑造成为一个需要全民共同努力才能“积少成多”的过程。

4. 塑造“未来气候议题的主人翁”身份，并创造一定的“未来焦虑”

中庸的务实派的年轻化特征，使得他们必然成为未来气候变化后果的“主要承担者”。此外，该群体对气候变化的未来影响具有普遍的担忧，即使是那些当前受到气候变化影响较小的中庸的务实派，也对气候变化未来的潜在负面影响怀有担忧。应通过叙事让该群体意识到他们是“气候变化后果的主要承担者”与“应对气候议题的主人翁”，创造和强调这种未来焦虑可以更好地让该群体萌生“行动是为了我们自己的未来”的意识，进而引发该群体对气候问题的关注与进一步行动。

5. 强调青年群体的“群聚力量”

中庸的务实派大多为一二线城市的青年群体，虽然他们直接参与公共行动的意愿和热情并不高，但他们高度认同应该通过约束自我，并做好个人小事来形成“群聚效应”，进而推动公共事务的改变。因而在动员他们参与气候行动时，可以多强调青年群体在气候议题方面的“集体行动”，通过具体且典型的个案来凸显青年集体气候行动的积极效果，并鼓励该群体效仿。

6. 兼顾气候行动在宏观与微观层面的经济效益、双赢效应

经济效益是中庸的务实派最为在意的问题，经济基础被他们视为自我的基本需求，同时对各种层面的经济发展问题持以高度的关注。在向他们提供气候行动方案，或寻求气候政策的舆论支持时，可以更多地强调该种方案或政策潜

在的宏观与微观的经济效益，并指出该类方案对宏观经济发展与个体经济增长方面的积极影响。

7. 组织便民的气候活动并通过传播进行动员

中庸的务实派们一方面在投入气候行动方面具有很强的积极性，但同时也十分在意自我在气候行动中的成本。他们往往容易被动员参与到空间范围接近、时间和经济成本适中的气候行动中，如社区气候活动、校园气候活动、街头气候活动等，这可以成为公益组织努力的方向。

8. 从个人化视角出发来阐释气候政策

中庸的务实派对政治的参与热情较低，反感单纯的政治视角的叙事。要提升他们对气候政策的关注和参与，应多从个体化角度出发来阐释气候政策，尤其需要用简明易懂的方式向该群体解释宏观政策对他们个体生活，尤其是他们所关注的个人发展、身心健康等方面的影响。

9. 尽量避免将气候议题塑造成为单纯的政治议题

中庸的务实派对国家政府怀有较高的信任，但参与政治活动的热情较低。将气候议题塑造为单纯的政治议题，可能会产生使该群体将气候行动视为单纯的政府与国家责任，从而拒绝气候行动的风险，且叙事中单纯的政治话语表达也容易引发该群体的反感。

10. 弱化气候议题与公平议题之间的关联

中庸的务实派对社会不公的钝感较强，强调气候问题中的不公平性似乎并不能够促进该群体对气候变化议题严重性的正确认知。



3.6

审慎的观察者

PHILOSOPHICAL OBSERVERS



审慎的观察者 (约占中国公众的 17%)

一、谁是审慎的观察者

表 3-6 审慎的观察者人群画像

典型观念	人口特征	关注社会议题	信任的信源	常用媒体渠道
注重自我精神世界	本硕在读	弱势群体	气候专家	财新
己所不欲，勿施于人	18-27岁	务工人员保障	公益组织	人民日报
审慎思考，疏于行动	家境优渥		媒体机构	垂直类媒体平台

(一) 审慎的观察者的生活信念特征



图 3-45 审慎的观察者的生活信念得分



1. 注重精神世界的充盈

审慎的观察者把人生看作体验的过程，注重内心的丰盈和自在。他们不对各类职业做价值判断，希望在保证最基础的生活条件下通过读书和旅行不断探索和拓宽生命的尺度，从而更好地认识自己。该群体在社会成功等方面的自我提升意愿较低，对于金钱、权力等世俗尺度较为无感。

2. 不强求他人认同自我，不对任何生活方式极度热切

对于他们而言，理想的人生状态是过一种自给自足的、“己所不欲、勿施于人”的生活；对个人事务有主见，过自己想过的生活，不想接受来自外界的约束。他们也不会强迫自己的观点于他人身上，如果自身的力量足够，也希望能打破中国婚恋、择业、生活等传统观念对个体束缚，让每个人可以自由的选择喜欢的生活方式，过忠于自己的生活。

该群体的特殊之处就在于，他们在价值取向上很少偏向极端，也没有表现出对任何价值信条的极度热切，这很大程度上也是“审慎”的结果。

■ 1=非常不赞成 7=非常赞成

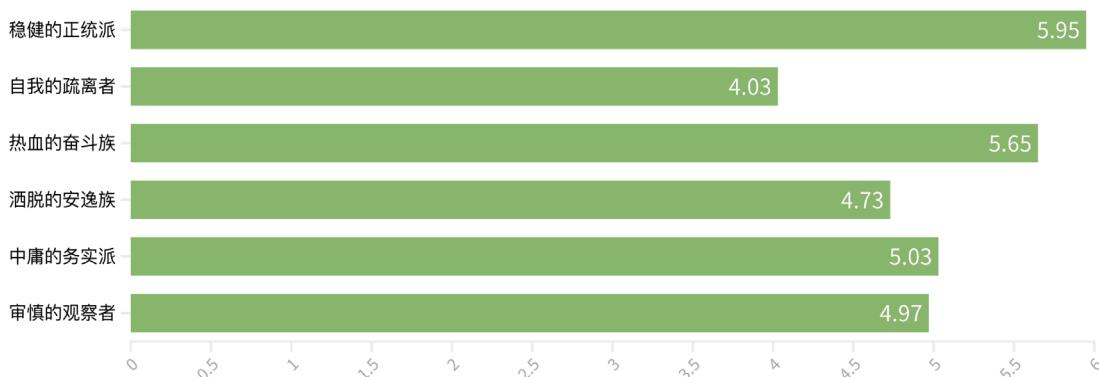


图 3-46 各人群对“政府应该告诉人们如何生活”的态度均值

「非常完整地度过这一生就可以了，一生总归是一种体验。同时，我希望学一些我比较感兴趣的知识，探讨哲学的那种知识，希望可以对这个世界有一个更理性的认识。另一方面也希望对这个世界有更广阔的视野，希望去各个地方看到各种各样的事情，看到各种各样的人。」

「我的理想职业是图书馆管理员，希望可以在确保最基础的生活条件下，尽可能看更多的书。」

3. 审辨思考，疏于行动

在面对社会性事务时，审慎的观察者保持着一定的距离。他们视野开阔，对任何“主义”保持怀疑，但其实对社会现实有着相当深入的个人思考。他们对极端情绪化的讨论和基于自己的偏见而妄下定论的“快思考”持保留态度，理性思考和批判性思维是他们面对纷繁复杂的世界最重要的武器。

得益于他们批判性的思维模式，审慎的观察者对公共事务有着自己独到的见解。他们反对社会等级的束缚，有很强的社会正义感。他们往往仅限于反思，疏于行动。因此他们更多将视线投向自身和周围，关注个人感受。

（二）审慎的观察者的人口特征与媒介特征

1. 关注新闻“真相”的高知青年群体

“关注精神世界的丰富”、“反对‘主义’与说教”、“不接受外界束缚”、“理性爱国”、“思辨能力强”……从人口学特征上看，这一群体大多是接受过或正在国内外知名学府接受高等教育的 Z 世代¹。除学生外，该群体的职业聚集在中上中产阶级岗位，如高层和中层管理人员、专业技术人员等，普遍拥有出国旅行或长期居住的经历。他们大多居住在省会及超一线城市，生活舒适，该

¹ 指 1995 年至 2009 年出生的一代人



群体生活较为富足，高收入群体（家庭月收入在 17000 以上）的比例在所有聚类中位列第二，同时与位列第一的洒脱的安逸族基本持平（比例仅相差 0.1%）。他们在物质层面需要担心的事情很少，高度重视满足个人的精神需求。

在媒体渠道的使用上，审慎的观察者会依据不同的议题类型来择选不同的媒体平台。他们是使用中央级媒体时间最长的人群，央视新闻、澎湃新闻、财新是他们最为青睐和信任的媒体平台，新闻的事实核查能力和媒体的社会责任感是他们最看重的品质。此外，邮箱新闻信（newsletter）、NGO 行业报告和自己订阅的垂直类微信公众号也是他们获取新闻的重要方式。



图 3-47 审慎的观察者的生活信念词云

小结

- 注重自己精神世界的充盈，对个人事务有主见
- 批判性思维强，对社会事务保持冷静理性的思考
- 行动意愿强，但疏于行动
- 较低的宿命论倾向，较低的社群主义倾向
- 18—27 岁的高学历青年，家境优渥，长期生活超一线城市

二、审慎的观察者与气候变化

1. 气候知识：对共识性的结论持谨慎态度

审慎的观察者对气候变化的主动关注较少，相比而言，民生问题是更为迫切需要关注的问题。他们对气候变化的了解大多来源于极端天气事件及双碳新政，对气候知识的了解略低于中国公众的平均水平。其中女性受访者对于气候变化认知水平较高，能将气候变化和生物多样性减少、环境污染、国家地区人群之间的不平等结合起来讨论。

他们不会全盘接受互联网上对气候变化的名词解释，习惯性的批判性思维会让部分受众首先反思“为什么气候变化会在该时间点受到重视”，从国际形势和政治经济学的角度进行反向推理，做出另类、甚至反科学的推断。

与他们的群体肖像一致，审慎的观察者对说教式政策宣导的冷感也导致一些受众有意疏离气候新闻，他们对气候变化的认识主要来自于日常生活和文献阅读中。审慎的观察者不是气候怀疑论者，但他们是谨慎的，不会轻易相信任何观点，而是需要看到数据、信源和可靠的逻辑链条后才会谨慎地相信。

「气候关注度是媒体话术呈现出来的。极端天气现象是周期性的，气候变化不是自古以来就有的，也不是说现在才有的。而且气候变化还是国际话语权的问题，气候变化伤害最大的往往是抗风险能力最小的国家。另一方面，非洲那些地方其实也在发生干旱，但我们并没有关注到。」

「气候变化产生了很多无法逆转的生态环境变化，比如说人工化学物质的污染、生态多样性减少，气候变化正在加剧国家和国家之间、地区之间还有人群之间的不平等的问题，绝大多数坏的后果都由少部分弱势方承担了。」



2. 情感态度：紧迫而悲观，但青年力量带来希望

审慎的观察者对气候变化普遍持悲观态度。宏观地来看，该群体 32% 的人感到愤怒，29% 的人感到悲伤，34% 的人感到恐惧，远高于中国公众的平均值。他们认为大部分企业和民众气候意识不强，个体行动的作用有限；另一部分受访者感到谨慎乐观，因为已有民众和组织在努力应对气候变化，相信仍有时间改变气候轨迹。特别地，年轻人崛起的气候意识让他们充满希望，例如开始倡导无痕露营、爬雪山要把所有的垃圾带走等力所能及的行为。年轻人将是未来社会的中流砥柱，该群体相信青年人的气候行动将带来巨大的积极影响。

「大家都只知道在倡议碳中和，但是并不知道碳中和怎么做。比如现在说新能源电动车造电池需要用到的电是用火电发出来的，它本质上并不是所谓的新能源，源头上都不环保。所以我觉得我们的环保之路还需要进一步地往前走。」

「对气候变化，我前几年我是感觉很焦急的，非常想去做一些事情，但是最近我越来越感到无助，因为我觉得好像这几年没有产生太大的影响，哪怕很多人在积极地做很多事情，这个进程好像是无法挽回的，行动的影响非常微弱。」

3. 更关注社会层面的风险感知

审慎的观察者的风险感知要显著低于中国公众的平均值，其中社会层面的风险感知高于对个体层面风险的感知。他们认识到气候变化会带来更为频繁的暴雨洪涝、高温干旱、低温冷害等自然灾害风险，但认为极端天气和由气候变化带来的健康风险发生在自己身上的可能性较小。相较而言，该群体更为关注由气候变化带来的社会性风险，例如生态系统受损、生物多样性的减少、粮食减产、流行传染病风险增高等系统性问题。

4. 关注 NGO 行动与个体消费

审慎的观察者认为人类需要承担气候变化带来的后果，多数受访者认为个体的力量是渺小的，由政府和企业引领行动更为有效，更能从源头解决问题。他们特别强调公益组织在提升群众气候意识和推动民众参与公共管理的角色。该群体认为，应对气候变化的牵头方是政府，大型企业和工厂是重要的参与方，媒体是不可或缺的监督方，NGO 承担着整合社会力量，协助政府部门治理的作用。同时，个人行动虽有限但也能减缓气候变化的速度，负责任的绿色消费将倒逼生产端不断调整传统商品的生产理念，建立“不绿色生产就将失去消费者”的普遍共识将逐步塑造制造业更好的生产氛围。

「社会和政府之间的空白地带应该由 NGO 等社会组织来填充。西方的基层治理是有很多发展得很好的 NGO……所以我们需要 NGO，也要更加主动地去对政府进行建言献策，对政策制定产生影响。」

「大家通常认为生产者创造那么多垃圾，责任就一定在他们身上，但是每个个体的选择决定了市场提供的物品，个人的环保主义选择会倒逼生产者生产更环保的东西。每个个体的选择，然后到整个群体的选择，会对环境问题产生很大的影响。」

5. 行动欲望强烈，愿做好小事

为应对气候变化，审慎的观察者愿意从少开车、使用可再生产品或随手关灯等小事做起，贡献自己的一份力量。受访者表示，对环保的支持要建立在不损害正常生活的基础上进行，无法接受在日常生活中随时记录碳排放量并以此规范自己的行为选择。受访者表示，他们不愿意为气候变化放弃已有的生活方式，比如计算坐飞机的碳排放量、放弃外卖塑料包装、放弃肉类消费。审慎的观察者表示，“我还是想活着，不想让自己活得那么不堪，如果要损己以利人，我还做不到”，这也佐证了这一群体关注自我的特质。



值得注意的是，该群体参与环保活动的意愿值要大于中国公众的平均值；在深度访谈中，超过一半以上的受访者均有参与环保公益的经历。例如三江源保护、义工旅行、有机农产志愿者、塑料知识学习与科普、偏远地区饮水安全调查实践、NGO 及联合国实习等项目。许多年轻人开始有意识的参与气候行动，在开拓视野的同时践行生态文明的理念，提升自我成就感与自豪感。但受访者也表示，参与商业化或跨国的环保活动的噱头要大于环保本身，积少成多做一些力所能及的行为是更为行之有效的。

受访者 A：「…… 我之前报名过去澳大利亚保护海龟。」

受访者 B：「我想说的可能有一点点冒犯，但没有恶意。去国外救海龟这件事情本身可能一趟飞机的碳排放要比海龟没受到保护还要大一点点。一些当地人做一些当地的事情是比较好的。」

6. 自我效能感：因缺乏指引产生行动犹豫

该群体的气候行动意愿（均值 5.80）与中国公众平均值基本持平（均值 5.86），他们参与环保欲望强烈，但目前参与应对气候变化的路径不明晰。究其根本，气候报道面临着“真空”现象，即在强调气候变化时使用极端天气或具有紧迫性的事件作为案例，激发读者产生悲观和无助情绪，但却并未提供一个明确的解决方法。

「这两年媒体的宣传，让我感觉气候变化是很紧迫同时很悲观的问题。气候变化已经过了论证“有没有”的阶段，剩下的问题是“我们到底应该怎么做”，论证“怎么做”比“有没有”更困难。比如说气候变化的时候，我们应该怎么样去传播 green message、怎么减碳、怎样确保 transition justice …… 气候变化是留给我们的是一种“我们不知道该怎么做、也不知道怎么做好，但是我们必须行动”

的一种感觉。」

7. 支持激励型政策，信任水平低于中国公众

审慎的观察者赞成激励型的政府政策，比如对使用清洁能源的企业给予补贴、加强先进节能减排技术研发、新能源汽车免税；而对于与个人生活相关的抑制性政策则倾向于持中立态度，比如提高燃油价格，或对机动车制定更为严格的排放标准，不合格不予以出行。

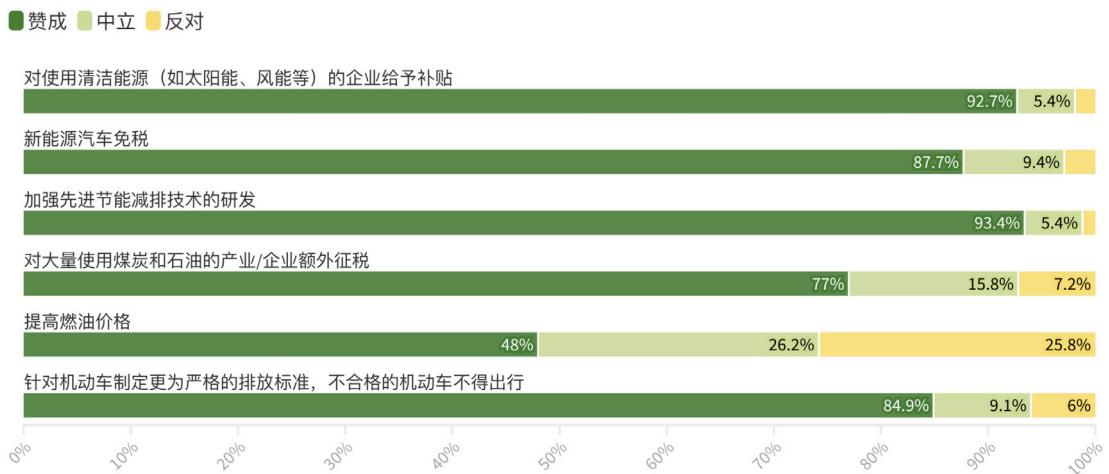


图 3-48 审慎的观察者对应对气候变化政策的态度占比

在气候变化议题的信源信任问题上，审慎的观察者对所有的社会角色的信任程度都低于中国公众的平均水平。他们的信任排序分别为，气候专家和科研机构、公益组织、媒体机构和企业。



小结

- 气候知识水平较低，对共识性概念持谨慎态度
- 对气候变化感到悲观，但觉得青年气候行动鼓舞人心
- 对个体风险感知较低，更在乎气候变化带来的社会性风险
- 对 NGO 抱有厚望，是动员公众参与气候行动、弥补政府公共管理中空白的重要主体
- 参与环保活动意愿强，过半受访者参与过环保项目
- 希望媒体给出更为明晰的气候行动路径，而非一味强调其紧迫性
- 对气候变化议题的信源信任水平低于公众均值

三、审慎的观察者关注的社会议题

1. 生理弱势群体

审慎的观察者高度关注社会中可见性相对较低的问题，他们对残障人士、罕见病人群等生理弱势群体保有强烈的关怀，强调应在日常生活中加强针对于他们的便民措施。

「比如说残疾人他们如何的在社会里正常的生活，他们面临的是一个社会对他们的不公平，社会资源到底该对他们怎么分配？比如说盲人要有更广阔的盲文；比如说我们上公交车，他们该怎么看站；再比如说他们要上下楼梯，她们应该怎么按电梯，这些问题都是需要一些社会资源对他们的倾斜，重新对他们进行分配的问题。」

「我印象最深的是一个关于罕见病的项目，他们出钱让一个让罕见病的朋友来北京试镜，在电影里当群演。但是我觉得是比较难的，因为他们基本没有收入来源，主要是靠一些朋友们的关注和捐赠。」

他们认为有限的资源必然导致社会不平等，因此需要将社会资源对弱势群体倾斜。国家和政策层面的改善是解决这种问题的关键，大多受访者相信“围观”的力量，他们认为持久的社会关注能够推动上层关注该类议题并通过政策的制定与执行来推动此类问题的解决。

「在中国互联网环境下，围观就是力量。当这个议题被提出来的时候，就说明某些东西就已经在发芽了。可能我的一个转发，一个观看，一起讨论，一场辩论，就很有意义。」

「我知道有很多人还有组织在努力地在各方面做这些事情，每一个小议题总是或多或少有人关注的。我自己的办法就是去关注那些人，然后跟着他们学习，看他们是怎么想的怎么做的。」

2. 务工人员权益

审慎的观察者也高度重视与服务行业务工人员的相关问题，提升社会对外卖员、快递员、网约车司机等服务行业人员的尊重和社会归属感是该群体在意的社会议题。在审慎的观察者看来，外来务工人员是当前社会不可或缺的群体，是提升市民生活便捷度和助力城市发展的中坚力量，这与他们不对任何职业做价值判断的观念是一脉相承的。尽管该群体认为无法在短时间内改善普通公众对服务行业务工人员的态度，但审慎的观察者希望可以为他们设立带有尊重性质的便捷措施，提升群体社会归属感。

「比如说外卖员，他们在高峰期上下楼梯很困难，有没有可能给他们这样一部电梯，给他们多一些的这种宽容？这种带有尊重性质的东西可以帮助改善不平等造成的不良后果。」



「之所以有不平等的产生，是因为一个人脑子里头不平等，他不把自己和别人放在一条平等线上，才产生了各种各样的不平等。」

总结：社会议题与气候的连接点

- 将气候变化与残障群体相勾连，例如气候变化将如何影响他们的身心健康、个人安全与福祉
- 强调气候变化对外卖员、建筑工人等长期在户外工作人群的健康威胁
- 使用微博、抖音等新媒体平台进行传播，激发群众“围观”的力量和讨论的欲望

四、审慎的观察者的气候叙事与话语系统

（一）审慎的观察者偏好的气候叙事

气候变化与量化表达

叙事核心：将气候变化给人类社会带来的影响，与采取气候行动的积极收益量化、具体化表达。

关键词：人次；经济损失；经济效益；金额

「2000–2021年因气象灾害及其引发的次生地质灾害年均造成全国3亿人次受灾，直接经济损失2897亿元。」（喜欢）

「采取大胆的气候行动至少可以在2030年前产生26万亿美元的经济效益。」（喜欢）

「2020年，中国碳排放强度比2015年下降18.8%，超额完成“十三五”约束性目标，

基本扭转了二氧化碳排放快速增长的局面。」（喜欢）

对于审慎的观察者，信息的可靠性是说服他们的起点。他们注重辨析信息来源的可靠性，反感没有根据的判断。在气候议题上，他们希望了解气候变化到底在多大程度上会对社会造成影响，并对气候行动的价值进行量化的定位。

气候与弱势群体

叙事核心：弱势群体更有可能遭受气候变化带来的风险，如不妥善解决，将可能加剧社会分化。

关键词：弱势群体；贫困；环境权利

「我们应该关注气候变化中每一个具体的人，关注人们的生活境况的差异和在良好环境中生活的权利，保护贫困和弱势群体免受气候变化的最严重影响。」（喜欢）

「我们知道，并不是每个人都平等地享有环境权利，也并不是每个人都平等地承担环境恶果。气候变化对发展中国家的贫困人群影响最大，他们更可能生活在危险的地方，面临更强的经济不稳定性。妇女儿童、老人和残障人士首当其冲地受到气候变化的伤害。」（喜欢）

审慎的观察者特别关心气候变化影响下的弱势群体，叙事语料中与残障人群话题相结合的内容引发了他们强烈的共鸣。但他们更愿意接受以建设性的方式谈论与气候平等相关的议题，反感情绪化的抱怨和发泄。受访者在接受焦点小组访谈时表示，有些表述对人群指代不明确、更容易挑起人群对立，而不是有理有据地讨论气候变化中的不平等现象。例如，“当有钱人花钱来避免高温、饥饿和冲突时，其他人群却在遭受痛苦”的类似表达。



气候行为简单易行

叙事核心：气候行动是简单的，不会对我的生活造成过多不必要的打扰。

关键词：生活方式；消费；交通

「理性消费是避免浪费的第一选择。」（喜欢）

「生活方式里，可以尝试使用电磁炉代替燃气液化气，逐渐适应未来必然的厨房生活。一出一行中，选择多乘坐公共交通工具来代替私家车。」（喜欢）

正如审慎的观察者在访谈中表达出的对宏大叙事的漠然，他们在语料中更偏好务实的内容，比如针对普通公众的日常生活，提供相对简单可行的气候行动建议。对于乐于参与环保活动的受众而言，强调气候行动的简单可行也能进一步巩固他们的认知。

（二）审慎的观察者反感的气候叙事

气候变化与歌颂苦难

叙事核心：过度煽情，使用民族英雄过去为国奉献的苦难史说服个体参与气候行动。

关键词：歌颂苦难

「钱学森在一个老旧筒子楼里住了几十年；袁隆平经常穿几十元的T恤、衬衫，他说下田最快乐」（不喜欢）

（三）、审慎的观察者的气候话语系统



图 3-49 审慎的观察者气候话语词云

该群体较强的个体思辨能力导致他们更希望看到包含相关数据及支撑论证的对特定领域的深入分析，而不是对社会生活多方面的杂糅，或是宽泛的宣传话语。由于他们更看重个体的生活感受和体验，叙事不应使用苦难和煽情策略。

在对审慎的观察者进行叙事撰写时，应注意明确词汇的明确代指，避免空泛。在向他们讲述气候变化下“我们”“应该做什么时，务必明确主语指代的范围。如「我们离拥有足够的人才和技能实现绿色转型还很遥远，必须从现在开始行动」的表述，这对该群体几乎是一句无效的话，既没有明确行动的主体，也没有说明应该如何行动，更没有解释行动的实际目的。



针对人群的传播目标

- 高学历、高收入的青年人群体，对生活有独到见解，可以鼓励他们成为气候议题的意见领袖，声援青年气候行动；
- 改变该群体对气候议题的悲观态度，让他们意识到当前气候变化仍处于可应对阶段；
- 该群体行动意愿强烈，重视 NGO 的气候角色，可以鼓励他们参与相关机构的气候行动；
- 进一步普及气候变化的具体知识，强调共识性结论。

总的来说，审慎的观察者是由一群知识水平较高的青年人和掌握话语权的精英人士所组成的。他们是审辨的、有个人主见的、对公共事务有着冷静的疏离，在确保他们拥有正确气候知识的前提下，提升他们的群体参与感和气候行动自我效能感是最为重要的传播目标。一方面，成为应对气候变化的参与者将帮助他们摆脱气候悲观的情绪，减少他们变得愤世嫉俗的可能。另一方面，参与气候行动将重塑他们将气候变化与宏大叙事强勾连的认知习惯，提升他们对气候变化的自主关注程度。

此外，对于该群体的叙事建议要避免建立对立关系，要在充分肯定日常减碳行为的基础上赞许环保公益活动的参与者。正所谓众人拾柴火焰高，审慎的观察者缺乏的是对自我的肯定。

1. 使用全球范围内高认可度的国际性组织作为信源

该群体有着全球化视野而且思考问题十分理性，通过数据支撑和案例深度分析相结合的方式，阐明气候变化产生的缘由会更有说服力。可以使用来自国内外

科研机构及 NGO 报告等多个信源，通过交叉验证的方法向该群体普及气候变化的正确知识。

2. 勿使用喊口号式的爱国主义叙事，应讲述真实的社会现状和务实的政策举措

“审慎的观察者”认为政府的宣传不应只关于改善国家形象和利于国家利益，而要落实到具体的民生福祉，例如针对某一民众热切关心的问题，是否存在应对的不足，政府采取了哪些务实的做法，有哪些相关的改变。

3. 强调气候变化对弱势群体的影响

气候变化不是此类人群最为在意的事情，将其与生理弱势群体相结合有助于延长他们对气候变化议题的兴趣度。例如在气候危机面前，残障人士面临的发病率和死亡率远高于健全人群¹，其获得紧急救助的能力也受限。对残障人士的关注将推动残障人士的需求被纳入到灾害应对和风险管理的相关规定中。

4. 鼓励在互联网中分享自己的气候知识

该群体的整体学历较高，或成为未来的精英群体，应进一步鼓励他们将自己的气候知识分享在互联网平台上，提升他们的集体效能感和个人成就感。通过鼓励他们采取行动，促进该群体对气候变化的悲观情绪转换为一种“悦己”的行为。

¹ 联合国妇女署，气候变化与女性 | 气候变化对残障女性有哪些影响？微博，2022 https://weibo.com/2085248835/LlocRDcbe?from=page_1006062085248835_profile&wvr=6&mod=weibotime&sudaref=www.sogou.com



5. 聚焦青年行动的故事，并鼓励他们积极声援青年气候行动

该群体关注自己，他们对他人的关注也是个体化的。可以聚焦民间社会，使用人物特稿等形式探析青年人是如何通过自己的力量让自己的声音被商界、NGO、政府决策方听到并纳入最终的决策层，推动社会向更公平更正义的方向进步，这对于该人群将会是十分鼓舞的，也有利于鼓励他们积极声援青年的气候行动。

6. 通过多元且真实的案例强调气候变化仍处于相对可控制、可应对的阶段

审慎的观察者自我提升意愿尚可，宿命论倾向较低，告知群体气候变化仍处于可应对的状态可以提升他们的参与意愿。分享具体真实的案例不应限于传统新闻门户网站，也应囊括行业研报、气候科普微信公众号与非赢利性组织等全方位、多维度的信源。

7. 采用谨慎乐观的叙事方式，不使用紧急且悲观的叙事

不在气候变化议题上采取倾向性过于明显的表达方式（无论是过于乐观还是悲观），以一种务实的而非喊口号的方式把气候变化的事实讲述清楚，运用传播学中“两面提示”的观点方式，既谈乐观前景，也要对风险挑战加以提示。

8. 采用审辨性的表述，避免绝对化的表达

审慎的观察者不喜欢“彻底”、“必须”等绝对化表述，也不喜欢武断地对气候变化做因果推断，他们认为这让问题看起来没有讨论的空间，表达上缺乏严谨性。

4

报告使用指南

PRACTICAL GUIDELINES



4.1 如何使用报告的核心结论

本研究致力于以公众的生活信念为核心归纳出不同类型受众的典型特征，并依据这一分类标准为传播者提供一套切实可行的关于气候传播实践的分众化原则指导，建构起个体对气候变化问题的深度关切，塑造公众参与气候行动的内驱力。该报告对公众的洞察也为传播者思考如何在不同的群体之间求同存异，建立起联盟提供了丰富的参考。利用不同人群共享的生活信念与他们建立起深刻的情感联结，从其所处的位置出发替他们发声，并促使亲气候行动的生成。在此章，我们对在何时使用报告、如何使用报告做出进一步的说明，并提供了一套情景化的典型使用流程供气候传播实践者参考。

此外，在参考本份报告列举的核心结论和原则性叙事来对不同类型的中国公众进行有效的分众化传播的同时，我们为政府政策制定者、气候传播实践者等群体列举出了在传播策略制定、内容生产等层面可供团队参考的相关问题。

实践层面，本报告的核心洞察致力于帮助您：

- 更为全面和深刻地了解目标人群对于气候变化议题的认知、态度、行为准则，以及其个人内在驱动和社会文化观念等稳定的人格特质信息，进而找到更为新颖的角度来切入气候变化的议题叙事，提升内容的吸引力；
- 更好地通过线上和线下的方式快速定位目标受众，并建立强有力的个性化内容生产；
- 在国际谈判中提供有力的科学数据支撑，展现中国公众对气候变化认知态度的最新情况。促进国内公共政策制定者拟定基于公众内在稳定特征的气候新政；
- 为气候传播研究的学术研究提供实证层面的支持，为后续研究提供可使用的测量工具。

可供机构讨论的问题：

- 我们的目标受众群体是谁，属于公众人群中的哪几种？
 - 目标用户一般使用什么媒介平台来获取信息，应当如何通过媒体渠道的选择，确保成功触达正确的公众人群？
 - 传播目标的制定，是否足够具体、且充分契合细分受众的生活信念和气候认知特征？
 - 应当如何针对各细分人群的具体特征，进行相应的气候议题内容生产？
-
- **稳健的正统派**拥有很高的政治效能感，但同时他们更相信政府才是第一责任人。在移动互联网时代，我们该如何更好的动员这一庞大的社会群体，巩固其对气候议题的高关注度和对气候政策的高支持度，让气候行动变成一场始于公众的全民性行动？



- 该如何让**自我的疏离者**感受到，我们真实地期待将该群体纳入应对气候变化行动的版图。我们也渴望以气候变化为契机，让政府创造更多体面的工作和绿色就业机会，帮助他们实现“小康生活”，而非仅是远方的梦想？
- 该如何在气候变化议题中合理使用爱国主义和民族情怀，从而既激发**热血的奋斗族**的国家主人翁意识，也不引起其他政治效能感较低群体的反感？热血的奋斗族中，中老年群体占比较高，因此是否能找到一种能激发他们群体认同感的集体记忆和情感，并为他们寻求共同的记忆和价值？
- 如何让**洒脱的安逸族**对艺术、自然、美学的欣赏和价值的肯定与树立正确的气候观相连接？如何将他们享受生活、自由舒适的生活观念和天人和谐的朴素思想转换为积极的气候行动？
- 如何利用**中庸的务实派**追求事物“实用价值”及高度赞同“群聚效应”的特点，巩固他们节约用电和使用可降解产品的行动习惯？如何提高他们主动寻求改变的意愿，而非坐等社会亲气候的大环境形成后被迫改变自己的行为？
- 如何更好地将**审慎的观察者**关注个人内在精神需求的特质与亲气候行为相结合？如何避免他们对社会性事务“过分理智”而导致不做任何价值判断，也不愿意与他人形成共情的问题？

当针对特定聚类进行分众化内容生产时，传播者可以思考以下问题：

- 受众对气候知识的了解程度和行动意愿是怎样的？
- 改善气候变化能对他们带来什么实质性的好处？
- 受众最重视的议题是什么？
- 叙事方式是否说教色彩过于浓厚？
- 内容的写作逻辑是否能持续的抓住受众的注意力？

- 是否有使用受众听得懂的语言和与他们共鸣的情绪来传达信息？
- 传递的信息中是否包含了他们关注的社会性议题或特定群体？
- 这些信息是否必须要使用文字来进行传播？是否能使用数字多媒体等充满艺术创意的媒介形式来展现，收效是否会更好？

当思考如何加强公众的气候动员和共治时，政府政策制定者和传播者可以思考以下问题：

- 是否有充分认识到，环境治理不仅需要自上而下的国家发力，也需要自下而上的社会应答和社会各主体的自主行动？
- 公益组织以及企业的非官方身份能助力社会动员活动的开展。是否有增强其他社会主体在减缓气候变化中的行动能力和行动的空间？
- 是否有充分考虑到社区在动员公众进行亲气候行为中的作用？
- 能否换个叙事方式来持续激发公众对气候议题的自主性热情？
- 是否有将公众当作平等的对象来沟通，以及，是否为公众参与提供了必要的条件、设施，从而让公众参与得以真正开展。

4.2 六类公众的人口特征和典型人物画像

对于六类中国公众而言，每类公众在生活信念的诸多层面都具备其鲜明特征。这些观念的形成，都与公众自身的年龄、教育程度、职业等人口属性和社会属性密切相关。为此，对目标人群的识别，可以借助包括年龄、学历、专业、家庭月收入、居住地属性、职业等在内的人口统计学指标进行判断。

各个细分人群在人口统计学层面的特征如下：



稳健的正统派

1. 46-65 岁的中老年群体占比高于其他人群；
2. 较多居住在二三线城市；
3. 家庭月收入中等偏低，70% 在 13000 元以下；
4. 该人群中相当比例的人事业和家庭基本趋于稳定，有一定的储蓄，最关心全家人的身体健康；其中处于迈向老年群体的 56-65 岁人群正开始享受退休生活；
5. 职业主要分布在制造业、建筑业等第二产业。

·典型人物：

1. 居住在山东青岛，46-55 岁的制造业技术员工。继续学习欲望强，紧跟主流社会发展潮流。用储蓄理财。京东、天猫用户，最喜欢购买生活电器。关注全家人的身体健康。最信任央视新闻和新华社，关注国际局势、时事新闻。今日头条用户、掌阅用户、非付费视频用户；
2. 居住在湖北荆州，56-65 岁的退休员工。年轻的退休群体，活跃的银发网民。喜欢集体活动，有强烈的社交需求。可支配自由时间多。最信任《人民日报》，今日头条极速版用户、喜马拉雅用户、人文历史内容关注者。习惯线下消费。

自我的疏离者

1. 大多是年龄段在 18-27 岁的年轻人群，拥有中专大专学历的比例较高；
2. 大多来自或常驻地级市、县城等经济欠发达地区；
3. 较高比例的人从事着建筑装修、卫生清洁、网约车司机、外卖员、餐厅服务员等生活服务类工作；

4. 家庭月收入偏低，高收入人群比例（家庭月收入 17000 以上）在所有人群中排行倒数第二，低收入人群占比（家庭月收入 5000 元以下）最高。

·典型人物：

1. 居住在重庆的 18-27 岁外卖员，Oppo 手机用户，快手用户、全民 K 歌用户、QQ 用户。

热血的奋斗族

1. 46 岁及以上的中老年人群占比高；

2. 大多数奋斗族拥有本科和大专学历；

3. 居住在二三线城市等省会内的经济强市或县级市；

4. 大多人收入较高，奋斗族的平均家庭月收入在所有人群中处于最高水平，其职业多为企业事业单位中高层管理人员、机关退休人员；

·典型人物：

1. 居住在乌鲁木齐，36-45 岁的事业单位中高层管理人员。关注职场危机、育儿教育、慢性疾病，喜欢自驾游。阅读微信公众号，得到用户、爱奇艺用户、果壳用户、淘宝用户、抖音用户、作业帮 / 学而思网校用户；

2. 居住在海口，56-65 岁的机关在职或退休员工。日常生活主要在公园广场活动、照顾孙辈、有听书和看书的习惯、种花种草，喜欢小区团购。搜狐新闻用户、抖音用户、仍保留着看电视的习惯。



洒脱的安逸族

1. 主要集中在 28-45 岁，较多生活在超一线城市；
2. 在所有群体中，他们拥有本科学历和硕士学历的比例最高，主修人文社会科学等专业，较高比例的安逸族从事着与专业技术相关的岗位；
3. 收入水平较高，他们也是高收入人群（家庭月收入 17000 以上）占比最高的群体；
4. 享受自由舒适的生活，主张活在当下，对未来的焦虑感没有其他人群强烈。

·典型人物：

1. 居住在上海，32 岁的国企市场部员工。飞猪、得物、大众点评、小红书、剪映使用率高，关注旅游胜地，有独特的小众爱好（摄影、健身），有逛展览和去博物馆的习惯。阅读三联生活周刊、人物、Vista 看天下，使用抖音、微博、知乎。

中庸的务实派

1. 主要为 18-35 的青年群体，占比超 60%，代表了我国青年一代的主流样貌；
2. 多数人拥有本科学历，长期居住在一线城市和二线发达城市；
3. 务实是他们的基本特征，短期追求经济独立，长期追求传统的“事业成功，家庭圆满”；
4. 该群体中相当部分为都市白领；
5. 家庭月收入处于中等水平，其家庭平均月收入与所有人群总的家庭平均月收入较为接近。

·典型人物：

- 1、居住在南京，28-35岁的互联网从业者。关注行业动态、重疾险、理财。关注的软件包括汽车之家、美柚、亲宝宝、脉脉、链家、拼多多，使用小米电器、瑞幸咖啡的比例高，阅读华尔街见闻、澎湃新闻、南方周末、微信读书。
- 2、居住在杭州，18-27岁的基层公务员。关注职业发展、个人储蓄，使用东方财富。使用微博、哔哩哔哩、抖音，日常生活使用闲鱼、自如等服务类软件居多，关注良品铺子、李佳琦、丁香医生。36氪用户、虎嗅用户、央视频用户、网易公开课用户。

审慎的观察者

1. 主要生活在超一线城市，生活富足，高收入人群（家庭月收入17000以上）比例高（仅次于洒脱的安逸族，比例仅相差0.1%）；
2. 以18-27岁的本硕在读学生居多，或正从事着与专业技术相关的工作，大多数人有境外生活、学习的经历；
3. 注重自身精神的充盈，只忠于自己内心、而非迎合他人期待的生活；
4. 对于公共事务，他们鲜少表达自己的观点，但却对社会现象有着十分深入的思考，审辨思维是他们最显著的特点。

·典型人物：

- 1、居住在北京，18-27岁本硕管理学在读。豆瓣、看理想、小宇宙、小睡眠用户，使用知识星球关注行业研究报告和NGO报告。喜欢看社会哲学类书籍，资深影迷。喜欢旅游，感受不同的人文风情。



4.3 六类公众的媒介偏好

除了年龄、学历、职业、收入等人口统计特征，每类人群的媒介使用习惯也不尽相同。对于目标人群的触达，需要结合目标人群所偏好的媒介平台、媒介使用时长、媒介信任等媒介使用习惯进行综合考量，从而实现对于目标人群的精准触达。

各人群的媒介使用习惯如下：

稳健的正统派

1. 空闲时间多，综合媒介使用时间最长；
2. 平日里最常使用今日头条来获取信息，喜欢囊括搜索、图文、问答等兼具多种功能的综合性网络资讯平台；
3. 最信任的媒体机构是以人民日报、央视新闻为主的中央级媒体；
4. 观看娱乐性内容和放松身心的第一去处是短视频平台，较少在手机端使用腾讯视频、爱奇艺视频等在线视频平台；
5. 仍然保持着使用电视观看电视剧和电影的习惯。

自我的疏离者

1. 更多借助媒体内容进行放松和娱乐；
2. 鲜少阅读新华社、腾讯新闻、微信公众号等“硬核”长文，也较少关注CCTV等中央级媒体的电视频道，但是对该类中央级媒体的信息持以高度的信任；
3. 他们喜欢情绪化强、视觉刺激强的自媒体平台来观看电影剪辑、搞笑段子，使用快手等短视频平台的时长高于使用微信朋友圈的时间。

热血的奋斗族

1. 奋斗族媒介使用主要用于满足休闲娱乐的放松需求；
2. 最常使用的媒体平台是快手和腾讯视频等网络娱乐视频平台；
3. 他们青睐于使用中央级主流媒体（如人民日报）和地方级主流媒体（如浙江日报）来获取最新的新闻资讯。
4. 学习能力强，愿意在闲暇时间了解更多的专业知识，使用网络知识社区的时长高于中国公众均值。

洒脱的安逸族

1. 在所有群体中，洒脱的安逸族最不热衷于使用媒体平台获取新闻；
2. 对媒体平台的使用局限于抖音、微博、知乎等社交媒体和网络知识社区。

中庸的务实派

1. 使用各类媒体平台时长都短于中国公众平均值；
2. 使用最多的是抖音等娱乐化视频平台及微博等广场式社交媒体；
3. 他们对本地化媒体发布的消息保持高度关注，特别是对当地主流媒体、自媒体发布的生活类资讯信息保持着高度关注。

审慎的观察者

1. 当对特定议题感兴趣时，会根据新闻内容的不同属性来选择使用不同的媒体平台；
2. 最常使用新华社等国内外中央级主流媒体来核实新闻信息的真实性，使用以



财新为主的传统专业型媒体来阅读深度新闻；

3. 使用垂直类内容平台来了解最新的美妆、科技、商业和文娱热点。

4.4 针对六类公众的传播目标

在对每个细分人群进行气候议题传播的过程中，需要根据每个人群在生活信念、人口特征、气候认知等方面的特征，制定有针对性的传播目标。以下内容可以为制定针对细分人群的传播目标提供参考：

稳健的正统派

1. 巩固其对气候议题的高关注度和对气候政策的高支持度，使其成为应对气候变化坚定的支持者，积极的政策倡导者和踊跃的行动者；
2. 将其较高的行动意愿转化为实际的气候行动；
3. 鼓励他们成为民间气候行动的动员者和引领者。

自我的疏离者

1. 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怀疑论者；
2. 提升该群体对气候议题的关注度，为该群体打开气候议题的信息接收渠道，引领该群体对气候变化形成科学的认识；
3. 让该群体了解到气候变化对当下的影响，提升其风险感知水平；
4. 向该群体提供对缓解气候危机和提升个人物质水平均有助益的生活方式，并鼓励他们以此作为生活方式指南，从而提升行动意愿和效能感。

热血的奋斗族

1. 鼓励他们积极通过气候行动的方式惠及他人（如响应、发起气候公益活动）；
2. 提升其理解气候变化对个人生活多维度的影响；
3. 向该群体推介公民参与气候政策的正规路径，并鼓励他们积极参与相关气候政策的制定进程；
4. 基于该群体最高的社会信任水平，推动他们传播官方声音，做气候议题在民间和官方之间的连接者。

洒脱的安逸族

1. 基于该群体较高的气候知识水平，促成其气候知识的进一步提升或对于相关知识的传播，进而推动气候行动；
2. 提升该群体对气候行动的正面认识，使其对气候行动产生积极正面的态度；
3. 提升该群体在气候议题中的自我效能感，让其了解到个人和社会都是应对气候变化的重要主体。

中庸的务实派

1. 让该群体认识到他们是未来解决气候问题的核心人物；
2. 鼓励该群体成为青年一代低碳生活的践行者；
3. 提供各类气候行动的途径、信息和建议，将其高度的气候焦虑转化为切实的气候行动；
4. 推动他们跨越日常小事的行动范畴，动员他们参与民间气候公益活动；
5. 鼓励他们在网络中积极为气候议题发声，促进群体效应；



6. 提升该群体对气候行动意义的理解，从而提升气候效能感。

审慎的观察者

1. 鼓励他们成为气候议题的意见领袖，声援青年气候行动；
2. 改变该群体对气候议题的悲观态度，让他们意识到当前气候变化仍处于可应对阶段；
3. 该群体行动意愿强烈，重视 NGO 的气候角色，可以鼓励他们参与相关机构的气候行动；

4.5 面向六类公众的差异化叙事策略

在针对各细分人群设定具体传播目标的基础上，需要进一步明确目标人群在气候议题上的叙事偏好，并据此制定相应的叙事策略。每个细分人群的气候传播叙事策略如下：

稳健的正统派

· 应当强调：

1. 鼓励稳健的正统派成为亲气候行动的领导者
2. 强调中国在全球气候治理中的引领作用
3. 强调中国的政治制度优势
4. 强调中国与其他国家承担共同但有区别的责任
5. 强调关注气候政策的重要性，鼓励他们积极为气候政策发声
6. 鼓励他们积极分享并带动他人关注气候议题

7. 选择值得信赖的信使
8. 充分利用权威媒体的影响力

·尽量避免：

1. 避免在气候议题中过度使用“恐惧诉求”

自我的疏离者

·应当强调：

1. 寻找可同时实现“提升物质水平”与“亲气候”的生活方式并鼓励该群体积极实践
2. 强调国家倡导气候行动，突出国家对气候议题的重视，强调个体气候行动是在积极响应国家号召
3. 善用自媒体以及主流媒体的新媒体渠道进行传播
4. 凸显气候问题对底层民众当下生活的影响
5. 强调气候行动的短期内收益

·尽量避免：

1. 谨慎谈及气候行动的长远效果

热血的奋斗族

·应当强调：

1. 塑造民族国家主人翁地位，呼吁他们积极参与气候相关的政策与治理议程
2. 将应对气候变化叙述为国家经济奋斗历程的必经之路



3. 强调气候危机中“转危为机”的可能性
4. 鼓励他们做气候行动先行者，发挥模范带动作用
5. 指出应对气候变化对新冠疫情下经济复苏的益处
6. 向他们积极推介致力于帮助他人的气候公益活动
7. 展现应对气候变化对维护低社会阶层生存权的重要性

·尽量避免：

1. 避免刻意拔高和自我加冕

洒脱的安逸族

·应当强调：

1. 以中国作为大国应承担的责任讲述真实且具有前瞻性的故事
2. 强调气候经济的长期效益：气候行动是一种长期的投资回报
3. 将气候与积极正面的信息联系
4. 使用“韧性”及“团结感”作为叙事主题
5. 强调普通公众在应对气候变化中能发挥的作用
6. 讲述一个真实且积极的故事
7. 气候与个人健康的联系
8. 以普通人作为信源，讲述真实且正面的故事

·尽量避免：

1. 避免从“正义”切入，应多从“公平”切入

中庸的务实派

· 应当强调：

1. 强调气候变化对个体生活带来的直接影响，尤其是对经济生活的影响
2. 鼓励他们在网络平台积极讨论并为气候议题发声
3. 强调“共同责任”并鼓励“个体行动”
4. 塑造“未来气候议题的主人翁”身份，并创造一定的“未来焦虑”
5. 强调青年群体的“群聚力量”
6. 兼顾气候行动在宏观与微观层面的经济效益、双赢效应
7. 组织便民的气候活动并通过传播进行动员
8. 从个人化视角出发来阐释气候政策

· 尽量避免：

1. 尽量避免将气候议题塑造成为单纯的政治议题
2. 尽量避免从公平正义的角度来谈论气候议题

审慎的观察者

· 应当强调：

1. 使用全球范围内高认可度的国际性组织作为信源
2. 强调气候变化对弱势群体的影响
3. 鼓励在互联网中分享自己的学识
4. 聚焦青年行动的故事，并鼓励他们积极声援青年气候行动
5. 给予明确的气候行动路径，具备实操性



6. 通过多元且真实的案例强调气候变化仍处于相对可控制、可应对的阶段

·尽量避免：

1. 避免使用紧急且悲观的叙事，尽量采用谨慎乐观的叙事方式
2. 避免绝对化的表达，尽量采用审辨性的表述
3. 避免使用喊口号式的爱国主义叙事，应讲述真实的社会现状和务实的政策举措

4.6 面向六类公众的共性叙事策略

除通过揭示不同的叙事策略来为动员各类公众提供指引外，我们的研究还总结了下述可同时连接多类公众的共性叙事策略。这些叙事策略可为实践者们提供相对较为省力的传播方案，尤其资源相对有限、或者寻求与更广泛公众产生互动的组织，可着重考虑运用这些共性叙事策略对中国公众展开气候传播。

4.6.1 国家角色

无论哪一类型的公众，“国家高度重视气候变化”是他们关注气候议题的重要动机，“国家高度提倡公民行动”是他们践行气候行动的重要原因。此外，国家也被所有类型的公众视为气候行动的最关键行动者。因而注重强调气候行动是“重要国家战略”这一意象应被视为一种重要的共性叙事策略。

4.6.2 物质生活水平

物质生活水平是六类公众均保持着高度关注的话题。经济水平较低的公众（自我的疏离者）与经济水平中等的公众（稳健的正统派、中庸的务实派）高度渴望进一步提升自我的物质生活水平，而经济水平较高的群体（热血的奋斗族、洒脱的安逸族、审慎的观察者）则更为期待维持现有的物质生活水平，警惕生活质量的下降与消费降级。因而解读气候变化与个人物质生活水平之间密切的

关联性、强调气候变化对物质生活水平的影响将可能在很大程度上引发中国公众对气候议题的集体关注。

4.6.3 当下影响与短期收益

中国公众对气候变化较为遥远的未来情景和长期影响总体上没有显著兴趣，更倾向于关注那些已然产生的影响，以及自我行动在短期内可能产生的具体效益。因而更多通过真实可感的案例去强调气候变化已然造成的影响，以及描绘公民气候行动可能带来的短期收益将更有可能实现较大规模的公民动员。

4.6.4 弱势群体关怀

稳健的正统派、热血的奋斗族与审慎的观察者三类人群都高度关注弱势群体议题，对残障人士、务工人员、失业人员等弱势群体的生活保障、精神需求等具有很高的道德感与责任感。该三类人群人数占比高（占总人口的 63%），其中稳健的正统派与热血的奋斗族效能感强，期待成为行动引领者与政策影响者；审慎的观察者具有较高知识水平与独到见解，具有成为意见领袖的绝对潜力。在叙事中更多强调气候对弱势群体的影响，凸显弱势群体受气候影响的现状，能更好地动员该三类关键人群为气候议题争取行动与舆论上的支持。

4.7 实践案例：如何让北京大学生参与气候行动

· **运用报告的核心结论来指引和明确工作流程：**

· **明晰组织的使命与愿景：**确定本机构在应对气候变化中应承担怎样的身份，肩负何种责任。展望未来五到十年，机构未来将与哪些目标公众群体紧密联系在一起，期冀达成什么样的成果。



- **洞察项目的目标人群：**了解当下不同年龄段、社会阶层、常驻城市的公众在生活信念、气候认知、气候态度层面的不同。
- **选择具体活动目标：**在确定了受众年龄层之后（比如，退休的新老年群体、奋斗的中年群体、Z时代群体），根据他们的人口学特征，洞察其中主要的公众聚类以及其生活信念特征。
- **策略选择与内容组织：**选择合适的媒体渠道进行内容推广，根据受众最显著的内在特征和关注的外在社会性事务对气候叙事进行针对性的内容生产，更好地与受众进行深度连接。

【案例模拟】

假设气候传播者的受众对象是北京市在读大学生，传播者希望青年群体可以在行为层面为气候变化作出切实地改变。在此背景下，气候传播实践者可以考虑如下方法来使用报告的核心结论。

· **洞察目标人群：**北京市大学生并非单一同质化的群体，年龄段集中在18岁至25岁，主要分布在中庸的务实派、审慎的观察者、自我的疏离者三个群体中，但自我的疏离者在地域上大多分布于中国的四五线城镇，因而不必作为重点人群进行考虑。从聚类在中国公众的占比来看，中庸的务实派代表了当前中国青年一代的主流样貌，而审慎的观察者整体占比偏低。针对大学生制定传播策略时应把更多的笔墨和财务用于和务实派进行连接，从而触及到更多数量的青年群体，达到最优的传播效果。审慎的观察者对个人事务和生活方式有非常强的主见，其希望过“己所不欲，勿施于人”的生活，因而大规模的信息投放未必能达到理想的传播效果。贴合他们的生活信念做个性化定制的传播方针，才能更好提高他们的亲气候行为。

· **如何触达人群：**中庸的务实派和审慎的观察者喜欢活跃在微博、哔哩哔哩、知乎、豆瓣等较为年轻的广场式交友平台。不同人群关心社会议题的不同导致他们关注的博主类型有明显的分野。以哔哩哔哩为例，中庸的务实派关心的议

题与自我发展密切相关，大学生务实派更倾向关注生活知识类、校园学习类、资源分享类的知识科普 up 主，以及满足放松娱乐的搞笑类和周末探店类博主。审慎的观察者更关注社会观点类视频，例如罗翔说刑法、歪果仁研究协会、观察者网。因此，在年轻化的平台中首先锚定不同聚类感兴趣的内容类型，与特定类型中以超一线城市的大学生为主流粉丝群体的头部博主合作传播效果会更好。更为精准地找到审慎的观察者聚集地需要深入地了解他们偏好的一些小众社交媒体，例如小宇宙等垂直类内容平台。

· 如何设定传播目标：针对不同人群，传播者可以对提升大学生采取更多亲气候行动这一传播目标进行更细致的拆分。中庸的务实派追求传统意义上的成功，参与气候行动的意愿强烈，促进该群体成为亲气候行为的支持者和践行者，并适当地给予证书作为精神激励不仅与他们务实的核心特征相勾连，还能解决该群体的气候行动个人效能感低下的困境，形成良性循环。审慎的观察者理性、辩证思考的特征使他们成为促进中国公正转型先进理念的认同者和推广者，他们相信“围观”的力量，也对促进社会的公正公平持高度的认同，这有助于提升他们的自我效能感并提升他们气候行动的意愿。

· 形成针对性的气候叙事：青年务实派关注气候变化对个体当下切实际的影响，用应届毕业生的视角去帮助他们理解气候新政、最新政策如何重塑未来行业发展前景与格局，在此背景下该如何重新定位就业领域，可以成为动员该群体的具体参考方向。审慎的观察者相信普通人的声音，愿意聆听普通人的真实故事，这与务实派喜爱的部分叙事方式并不冲突，甚至可以相互融合。

5

针对利益相关方的 洞察与叙事建议

NARRATIVE RECOMMENDATIONS FOR
STAKEHOLDERS

5.1

针对政府部门的 气候叙事建议





1. 找到气候政策与公众个体利益的连接点。未来叙事要避免将气候变化塑造成遥远的、宏大的议题，而是需要将气候政策与公众的个人生活相关联，提升公众的个体关切。我们的研究发现，绝大多数人群都喜欢和支持激励型的气候政策。激励型的气候政策包括“对使用清洁能源的企业给予补贴”、“对新能源汽车免税”、“加强节能减排技术研发”等，这些政策是气候议题与个人利益非常紧密的连接点，也是政府在气候议题上吸引更多人关注的可挖掘的撬动点。并且，以“中庸的务实派”为代表的聚类人群对技术创新的支持度非常高，他们认为节能减排技术是应对气候问题的关键举措。因此，政府可以强调为激励技术创新所做出的努力，以此体现中国政府在气候议题中的高效行动。明确地向公众传递实现气候目标并提供具体的个体气候减缓行动方式，也可能成为政府叙事中更为重要的发力点。

2. 发掘气候议题的多维宏观面向，尤其注重对经济、健康的积极影响。虽然政府需要在气候治理中发挥主导作用，但是要尽量避免过度关注气候变化的政治属性。在人群中，“中庸的务实派”、“洒脱的安逸族”、“审慎的观察者”等人群的政治效能感较低，单纯的政策话语无法动员他们的行动。相反，此类人群更加关注气候变化与自我生活的联系。应当在未来叙事中从个体化视角出发，结合宏观视角循序渐进地阐述应对气候变化对个体以及社会发展带来的积极影响，诸如提升个人健康与宜居的环境、提供更广泛的绿色就业机会、保障粮食安全、推动韧性的城市建设、加快绿色高质量经济发展（如碳定价、绿色融资）等务实性的好处。此类叙事可以提升更多人群的参与意愿，特别是培养低效能感人群的参与度。

3. 重点鼓励“稳健的正统派”与“热血的奋斗族”成为民间气候行动榜样。政府应当在人群中找到重点面向人群发力，以达到分众化的传播效果。那么，“稳健的正统派”与“热血的奋斗族”则是政府的主要传播人群。这两类人群共同点是较高的政治效能感与民族主义倾向，并且社会信任度也非常高。他们对政府的各项政策都秉持最高的支持态度，对自身民族国家的身份也非常认同。极高的社群主义也促使他们成为最有可能积极践行国家“双碳目标”的人群。这

说明政府是他们最为信任和支持的行动者，也能成为最能够提升这些人群行动力的渠道。政府作为这些聚类人群最信任的信源，可以提供更加明确的行为指南以提升他们亲气候行为的行动效果；也可以发挥这几类人群在政治效能感上的优势，呼吁他们以“国家的主人”身份参与到气候议程中去。这有利于塑造他们在气候行动和全球治理中的主体地位，强调人民的智慧在中国应对气候变化中的重要性。

4. 避免绝对化的表述，将宏观政策转换为结合当地实际的叙事。几乎所有的受访人群都提到，不喜欢空洞的政策宣教话语和难以理解的政策文件。相反，地方政府在积极响应中央政府政策的基础上，更多结合当地实际情况进行创新的气候叙事受到欢迎。各地的实际情况既可以包含当地自然环境的独特性，又可以涵盖地方经济结构中与能源环境有关的产业结构。例如，过渡依赖化石能源结构的省份会受到哪些经济冲击，受到极端天气影响较多的城市又该如何保障民众生活等。这种叙事可以深入探析气候变化是如何影响当地发展和群众生活，进而展现不同的社会主体是如何积极推动和保护气候脆弱人群免受未来的气候冲击。这将有助于在宏大叙事下建立个体的参与感，提升公众整体的政治效能感。

5. 关注青年聚集的人群，致力培养该群体长期的亲气候行为。青年群体是未来气候议题中的主要参与者，他们的气候观念和认知都会塑造未来应对气候变化的模式。从我们的调研中可以看到，青年人主要分布在“自我的疏离者”、“审慎的观察者”、“中庸的务实派”等聚类人群中，他们的自我效能和社会效能较低，对大多数的社会议题保持疏离的态度。这意味着该群体有可能因为不相信自己的行为能够产生价值，进而降低亲气候行为的意愿。但同时可以看到，这些青年群体对政府角色具有较高的信任程度，甚至将政府号召作为自我投身公共服务的重要动力。因而政府机构可利用这一优势，强调青年的个体行为在社会整体应对气候变化中的价值和意义，提升该群体的参与意愿，并将应对气候变化塑造成需要全民努力才能“积少成多”的过程，鼓励青年群体形成气候友好的生活方式。

6. 促成多元化气候科普，提升“审慎的观察者”等群体的气候认知。调研结果



显示，当前中国公众的气候知识水平普遍偏低，审慎的观察者、自我的疏离者、稳健的正统派三类人群的气候知识水平更是显著低于中国公众的平均水平。进行有效的气候科普，提升公众整体，尤其是自我的疏离者等可能产生气候怀疑论倾向的人群对气候变化的科学认知尤为重要。传统的气候科普内容大多停留于较为单一的科学数据罗列，而政府可高效协调各类传播资源的优势并有效改善这一现状。如政府可以鼓励当地科技馆、博物馆或者学术研究机构定期开展关于气候变化的相关讲座和科普活动，也可以利用自己的宣传渠道（如官方微博账号、官方微博）不断输出通俗易懂的气候变化科普内容，以此吸引这些群体的关注因而这些渠道对他们有着更高的权威度，也有助于帮助更广泛的公众明确气候变化领域的科学共识。

7. 持续塑造中国积极且负责任的领导形象。本项目调研显示，无论是哪一个人群，均认为中国政府应当成为中国语境中气候变化议题的“先行者”与“领导者”，是为中国气候行动做出“顶层设计”的权威角色。在未来叙事中，进一步强调中国政府的引领力有助于提升气候议题在公众心目中的重要性，也为公众的个体行动带来信心。

8. 强调国际社会在气候议题中的共同努力。政府叙事首先强调参与气候议题对国际社会的共同利好，再提及中国政治利益的方式更能被大多数的人群所接受。换句话说，气候叙事要更加关注中国在国际社会共同应对气候变化中所做的努力，进而凸显中国在积极承担全球治理责任、践行“人类命运共同体”的大国形象。

5.2 针对公益组织的 气候叙事建议





1. 将专业人士作为主要信息来源。本报告显示，相较于媒体与企业，六类公众普遍对专业人士的社会信任度更高，更愿意相信来自气象专家、专业机构研究报告披露等的信息。因此，建议 NGO 紧跟国内和国际最新研究进展、会议和文件签署，为公众筛选气候变化领域的可靠信源与信息，以其中与个体生活直接相关的议题为切入点，提升公众对气候问题的关注，更好起到连接学界与公众的关键作用、加深公众对气候问题的认知。

2. 引领“热血的奋斗族”塑造民间舆论，影响气候政策。“热血的奋斗族”是社会经济的中坚力量，相较于其他群体，他们在个体和社会范围内掌握更多的社会资源、更有能力推动共同利益的形成，也具有相应的话语权和影响力，且与当下 NGO 气候传播中重点关注的群体——“城市中产消费者或家庭”——高度重合。建议 NGO 继续沿着该路线推进。在动员该群体时，应注重树立其在气候行动中的“主人翁”意识、提供气候行动的可操作指南，发挥其影响力和主体作用，打好低碳转型的舆论基础。

3. 开办基层气候公益活动，并动员“中庸的务实派”参与其中。“中庸的务实派”在“城市中产消费者或家庭”群体中也占较高比重，气候危机意识和参与气候行动意愿高，值得积极动员。阻碍该群体投身气候行动的主要原因是低自我效能感和参与渠道不明确——他们希望通过便捷的社区、校园、街头等基层活动，或者在日常生活中的点滴小事中，为缓解气候危机贡献力量。因此，建议 NGO 通过传统的线下社区公益活动（如二手商品交易展、环保文化节、社区废弃物管理等）与该群体建立切身的连接感，在“附近”和“日常”中将该群体纳入宏大的气候行动议题中，并尽量明确传递气候行动的积极影响。

4. 鼓励“审慎的观察者”成为 Z 世代气候议题的意见领袖。在“城市中产家庭”之外，当前 NGO 的气候传播的另一重点对象是“青年行动者（Z 世代）”。Z 世代在人口统计与价值偏向上，主要与“审慎的观察者”、“中庸的务实派”、“自我的疏离者”重合，而“审慎的观察者”是这中间尤为需要重点动员的一群人。该群体对民间 NGO 和整合社会力量、协助政府部门治理的作用持有高度认可，收入、受教育程度、媒介素养较高，在青年一代中属于最有潜在影响力的一群

人。同时该人群具有很强的思辨能力，对公共议题有自己独到的见解，对气候议题层面也有诸多自我的思考，并对青年群体的气候行动持以高度评价。NGO 可有效利用该群体这一特点，积极鼓励该群体成为 Z 世代群体的气候意见领袖，为他们创造为气候议题积极发声的平台和契机，促使他们引领 Z 世代群体对气候行动的关注和参与。

5. 将各人群关注的民间议题与气候议题连接并持续深耕。 NGO 作为组织化的民间力量，与公众关注的民间议题有着天然的亲近性，因而在气候传播中可参考各人群所关注的民间议题与气候议题的连接点并进行持续深耕，做到针对核心议题进行集中发力。如自我的疏离者最为关注物质生活提升，NGO 可集中向该群体提供通过气候行动来节约开支、提升收入等方面的可能性措施。

6. 向各人群提供更为详细的低碳生活指南。 各人群普遍乐于从日常生活小事做起、参与气候行动，但较为反感针对个体发展和消费选择的直接干涉或限制，建议传播导向由“理性消费”转向“绿色消费”，以当代人的生活方式为切入点来引导其选择“亲环境的低碳产品”等，从而培养“低碳消费践行者”，将气候行动融入大众日常，潜移默化地推动公众参与。同时也建议向受众提供多维度的、可供借鉴的且具有实操性的低碳生活指南，利用“个案示例”将个体典型的低碳生活方式进行宣传，利用榜样效应来达成员目的。

7. 借力多维传播平台，弥补公众对 NGO 传播平台关注不足的局限。 NGO 本身作为“行动派”，在传播资源的掌控上是相对有限的，这也是当前阻碍 NGO 提升气候传播成效的重要原因。因而，积极主动地去影响各人群所关注的相关主流媒体和自媒体的议程，应该成为 NGO 推动气候传播的重要路径，这也是国际上现已探索出的有效经验。在中国公众主要使用的社交媒体“两微一抖”之外，各人群在媒介选择上有所区别，NGO 需要注意到不同群体的媒介使用习惯，与不同类型的媒体合作，以弥补自身在传播中的资源短板，提高已有优质内容创作的影响力。



5.3 针对企业的气候 叙事建议



1. 公开披露环境信息，提升公众信任度。公众调研显示，在气候变化议题的各个主体中，六类人群对企业的整体社会信任程度最低。我国目前绝大部分的企业环保举措相关信息处于“黑箱”状态，自愿披露少、完整度低，并且很难进入普通公众的视野和议程。加强对环境信息的公开披露并将其作为日常传播工作的一部分，提升公众整体信任是企业在气候叙事上最首要的任务。除了正面宣传企业在绿色低碳方面的积极贡献，也要客观展示企业生产过程中排污、能耗等对环境产生的负面影响，让企业环境信息更加公开透明，从而提升公众信任，也让公众更加清楚了解自身消费选择可能对推动绿色转型的作用。

2. 突出企业响应国家环保号召的措施，并给出实际的证据。本报告显示，所有人群都认为在应对气候变化领域应该采取“漏斗状的系统性管理模式”，国家应该成为顶层设计和领导者，企业是应对气候变化重要的行动者，需要在政府的组织下积极加入气候行动之中。企业可以在叙事上强调自己对政府气候行动的贡献和配合，融合对国家民族的情感叙事，表明自己作为政府和个人之间的中观层次主体，以主人翁角色积极响应国家可持续号召、承担气候相关责任，并且全程追踪跟进可持续举措的落地，实时对外公开，展示企业已经做出了何种努力。

3. 鼓励“稳健的正统派”和“热血的奋斗族”营造积极的气候议题舆论。这两类群体在中国公众中占比最高，拥有较高的气候行动意愿，也是最为关注气候变化、对企业的信任程度最高的人群；在职业分布上，“稳健的正统派”从事采矿、制造、建筑等行业的人群占比在六个人群中最高，对这类易造成能耗和污染的行业较为熟悉。因此可以利用这一优势，鼓励他们向其他人科普企业的可持续举措、创新技术突破等行业信息，构筑友好的社会舆论基本盘。“稳健的正统派”和“热血的奋斗族”都具有较高民族主义情感和政治效能感，且对专家、政府、中央级媒体的媒介信任较高，在叙事操作上，企业可以多利用这类信使讲述自己的亲气候行动，强调亲气候行动对国家产业转型、深化改革等发展方面的积极影响，从而获得这两类群体的信任和支持。

4. 挖掘“审慎的观察者”和“中庸的务实派”作为潜力人群。“审慎的观察者”



和“中庸的务实派”对企业的信任程度处于中等。“审慎的观察者”关注残障群体、外卖员、建筑工人等社会弱势群体的个人健康与福祉，因此，企业可以尝试发起公益行动，将公众绿色消费所得利润用来帮助改善他们的生活，并在叙事上使用这些普通人作为信源，讲述他们因企业的亲气候行为获益的故事，从而引发该群体的共情。“中庸的务实派”则尤其支持并期待通过技术创新的方式来缓解气候问题，其对“加强先进节能减排技术的研发”这一政策的支持度在所有人群中处于最高水平，因此企业可以在叙事中强调自己对节能减排技术研发的投入来加强对这一群体的说服力。

5. 尽可能消除审慎的观察者等人群对企业“洗绿”的疑虑。当前以审慎的观察者最为典型，大多人群对企业的信任程度低主要源于在不同程度上对商业企业的“洗绿”行为（通过标榜亲环境来达成商业利益）持以批判的态度，消除这一怀疑将对争取他们的信任和支持有很大助益。在叙事中单纯地言说产品的环保并不能很好地引发公众对企业环保行为的认可，在进行该类叙事时应注重强调从生产、运输到销售的全链条式环保，也可注重用实际的数据和案例突出企业为环保行动所舍弃的重要利益。

6. 向中庸的务实派等人群强调公众商业行为对气候的重要影响。报告显示，“中庸的务实派”、“审慎的观察者”、“洒脱的安逸族”几类人群对气候行动的参与意愿并不低，但缺乏效能感，多数受访者认为个人行动的效果很微弱，企业才应该承担主要责任，只有企业作为才能产生积极的变化。但商业逻辑必然导致企业的行动需要公众支持才会发生根本性改变。企业应该让公众意识到自身力量在绿色低碳消费、应对气候变化问题上的重要性和巨大潜力，在叙事中着重说明，企业单方面的行动不可持续、需要消费者的实际购买和支持。同时，需要提供明确的数据让消费者感受到其购买行动的影响力、使其能够量化自己的某一消费行为 / 生活行动在应对气候问题上的具体贡献程度（如支付宝蚂蚁森林种树），使气候行动透明化、可视化、具象化，从而提升他们对企业的信任度。

7. 发挥“洒脱的安逸族”在绿色消费和低碳生活方面的引领作用。作为以

18-27岁和28-45岁为主要年龄群体的人群，“洒脱的安逸族”拥有对新生事物和知识较为开放的接受度和对新的生活方式的探索热情，也易于通过消费行为去接受绿色消费的理念。企业可以从气候经济、投资回报角度出发，以产品为支点，为他们提供更多高质量、高回报性、亲环境的消费选择，将用户的消费行为和绿色理念结合在一起，传递并倡导“绿色环保可持续”的长期生活方式和态度，以此激发该人群践行绿色消费理念、接受低碳生活观念，进而借助他们的力量影响更多的社会公众。

8. 强调企业在产生经济效益、促进就业方面的贡献。“中庸的务实派”等多个群体都关注经济发展、就业等社会议题，将气候变化议题与经济/金钱、就业等触及切实个人利益的议题联系起来能够吸引他们的注意。基于此，企业可强调自己采取的气候行动为经济发展、促进就业带来的益处，自觉履行社会责任，关注低收入群体的利益，这样能够获得公众群体的支持。

6

研究方法 METHODOLOGY

本报告的所有发现及结论均是在对项目组收集到的大量数据、经验材料进行系统性分析的基础上产生的。

本项目的研究工作历时约一年，共计经历了研究设计、研究设计可行性评估、数据与经验材料收集、数据与经验材料分析、得出初步结论、结论的科学性评估、报告成型等阶段。同时在项目推进的各个关键环节，项目组邀请了学界、业界的各位专家、学者对研究项目推进的各环节提供了全程的建议与指导，以提升本项目的科学性与针对性。

研究方法上，本项目主要使用了公众调研、聚类分析、焦点小组、公众叙事工作坊、深度访谈、专家和利益相关方工作坊来推进具体的研究工作，具体操作流程如下：

6.1 公众调研

公众调研阶段通过网络问卷调研的方式，在全国范围内对中国公众的生活信念、气候知识、气候风险感知等变量进行了测量，共 113 题。正式调研阶段共回收





有效问卷 8077 份，样本在性别、年龄、学历、职业与地域等人口学变量分布上均贴合于我国的人口结构分布特征。

公众调研共计分为三个阶段：

（一）预备阶段：问卷设计与修改

该阶段耗时约一个月，项目组前期通过对国际国内大量已有文献和研究工具进行了收集、整理与分析，并参考了大量对基于中国语境的文化和生活信念的研究来提炼关键变量与测量的问题，并对诸多国际通行测量问题的表述进行了针对中国化语境的调整。

问卷除必要的人口统计学变量外，整体结构在设计上分为了 A/B 变量两大板块。其中 A 变量主要涉及中国公众的生活信念，B 变量则主要用于测量中国公众对气候议题的相关认知、态度、

行为等关键信息。（具体变量阐释参考报告第二章）

在完成初步的问卷设计后，项目组分别邀请了来自 Climate Outreach、清华大学新闻与传播学院、清华大学社会学系、复旦大学社会学系、苏州大学传媒学院的调研专家，通过一对一交流、工作坊等形式对问卷初稿进行了审阅。项目组同时结合各专家提出的建议对问卷进行了初步修改。



图 6-1 中国新闻网在微博发放调查问卷链接

（二）试调研阶段

该阶段耗时约半个月。项目组依托线上问卷平台对问卷的初稿进行了电子化，并联合中国新闻网等机构发起试调研，共回收有效问卷 566 份。

项目组基于回收的数据对问卷中的各变量进行了信度、效度检验，并进行了初步分析。在此基础上，对少量信度、效度不达标（科隆巴赫系数 <0.7 , $KMO<0.6$ ）的变量进行了调整与修改，以保证问卷的整体质量。

（三）正式调研阶段

正式调研阶段耗时约一个月。项目组与中国知名调研公司上海零点指标信息咨询有限公司达成合作，在全国范围内发放并回收调研问卷。其中第一天回收的数据作为第二次试调研数据，用以再次检验问卷信效度，显示所有变量信度、效度均达标（科隆巴赫系数 >0.7 , $KMO>0.6$ ），证明该份问卷在检验所需数据及变量方面的质量达标。

正式调研阶段共回收有效问卷 8077 份。为研究需求，全部样本分为随机库和配额库两个部分同步进行。其中随机库共计回收有效问卷 6077 份，控制了性别、年龄、学历、职业与地域该五种显著影响公民的生活信念与对气候议题认知的人口学变量，使之贴合于我国的人口结构分布特征（对标第七次全国人口普查数据）。配额库共计回收有效问卷 2000 份，其将年龄变量限定在 18-27 岁，并根据该年龄特征将职业变量调整为“学生”与“已就业”，同时对性别、学历与地域三项人口变量进行控制，使之贴合于我国的人口结构分布特征。但受限于网络调研的样本库结构及针对未成年展开网络调研的相关伦理、法律规定，本研究的研究样本并未包含未成年人，同时农村人口的样本也相对偏低。具体样本分布情况如下：

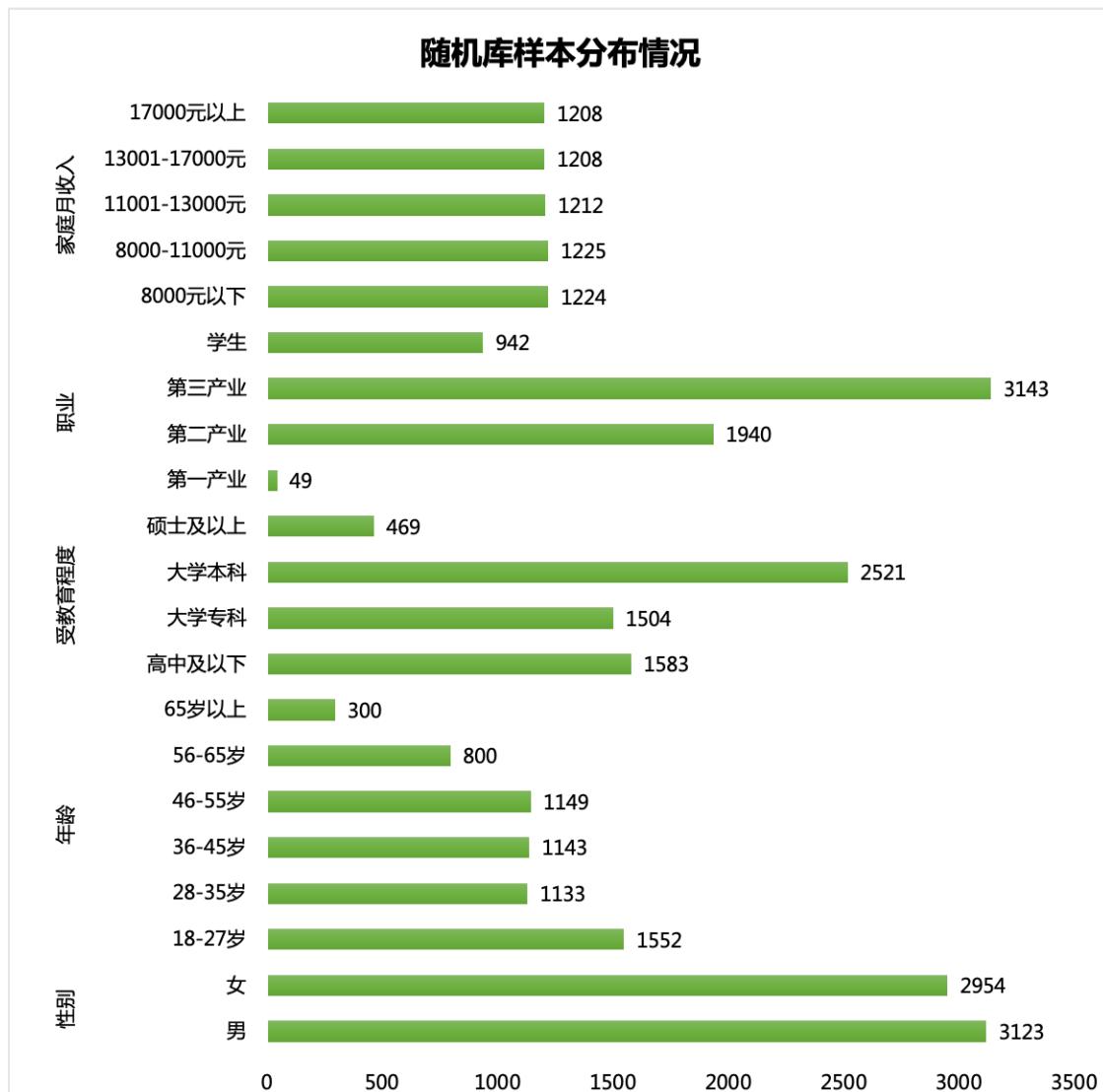


图 6-2 随机库样本分布情况



图 6-3 随机库样本地域分布情况

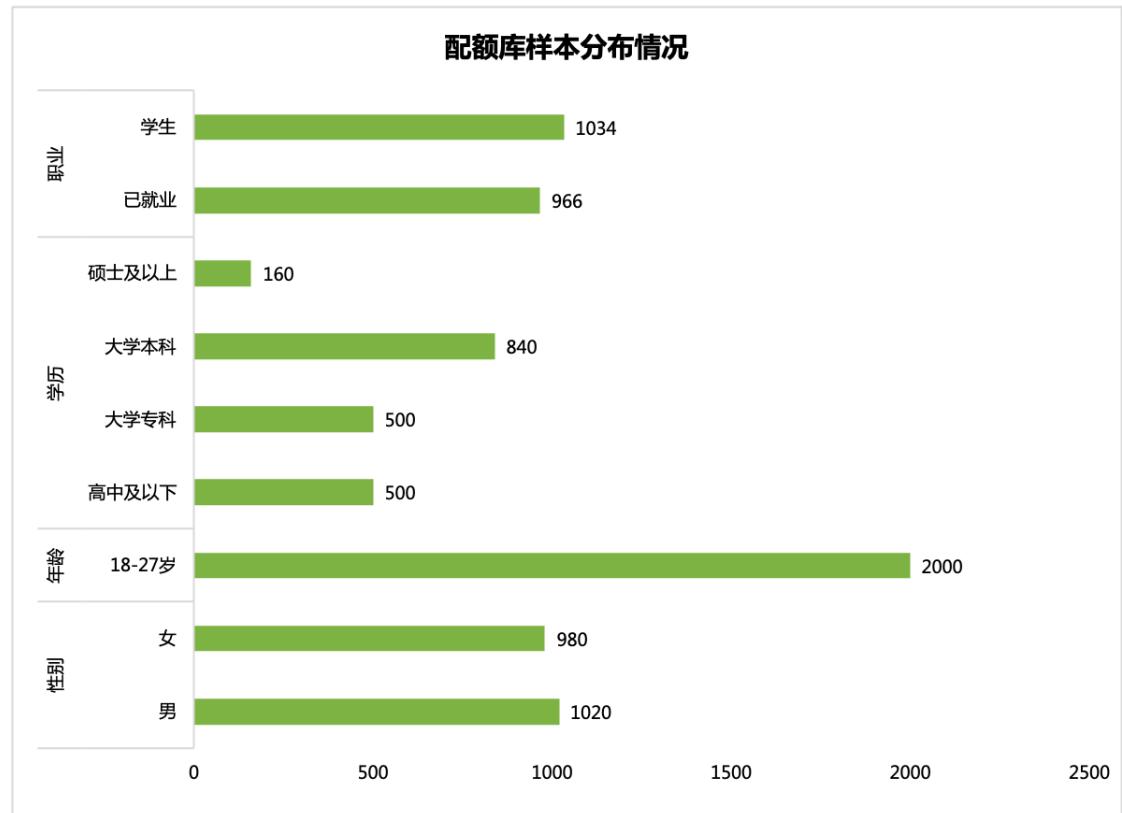


图 6-4 配额库样本分布情况



图 6-5 配额库样本本地域分布情况

6.2 聚类分析

对于公众调研阶段获取的数据，本研究采用聚类分析法进行分析，进而得出公众分类。聚类分析的具体过程如下：

第一，确定聚类指标。本研究将生活信念变量作为主要的聚类指标，用于确定公众分类。纳入聚类的分类指标包括：自我超越、自我提升、保守、开放、宿命论、等级观念、社群主义、政治效能感和民族主义，共 9 个变量。

第二，进行聚类分析。首先，运用系统聚类法，确定适合的聚类数目，并筛查异常值。其次，运用 K 均值聚类法进行人群分析，并得出合理聚类数目范围内的所有聚类方案。再次，对所有聚类方案进行筛选和判断，筛选标准包括各聚类数量、各聚类变量特征、各聚类之间的互斥程度、各聚类对中国语境下公众分类的解释力等。最后，确定聚类结果，并对各聚类进行命名。聚类命名基于各聚类在各变量上的得分数值，并结合中国语境下公众生活信念的认知特征。

6.3 焦点小组

通过人群分析完成对公众的分类及其对人群相关变量的基础分析之后，为弥补问卷对个体层面重要的深度信息难以进行收集的局限，项目组通过焦点小组访谈的方式来完成对该类重要深度材料的收集。

焦点小组的开展以六种人群为分类标准，每一种人群分别组织一次焦点小组访谈，该项工作共计历时 40 天左右。

在受访者的招募上，项目组在前期公众试调研的问卷之中设置有“是否愿意接受课题组进一步访谈”的调研题目，在完成问卷回收后，项目组成员对在问卷填写中明确表示愿意接受进一步访谈的公众信息按照其所属人群进行分类，并尽量保证每个组内受访者的年龄、性别、职业、地域、受教育程度五项人口变量之间呈现出差异性的原则对受访者进行筛选，再经由其在问卷中自愿留下的联系方式与其联系并发出焦点小组参与的邀请，以完成对受访者的招募。

焦点小组共计开展 7 次，包含 1 次试调研与 6 次正式调研，线下焦点小组于清华大学新闻与传播学院办公大楼会议室举办，线上焦点小组在腾讯会议平台举行。试调研用以探索焦点小组的访谈提纲设置是否合理及为开展正式焦点小组访谈工作积累相关经验。正式调研则主要用以对深度信息进行收集。由于试调研中仍收集到了部分极具代表性的重要经验材料，故在本报告的分析过程中也一并将其纳入。

每一次焦点小组时间控制在 2-3 小时，每组包括 8-10 名受访者及 1 名主持人、1 名记录员与 1 名组织员。焦点小组以半结构化的方式展开，讨论方向与问卷的 A/B 变量结构保持一致，包含通过对“理想生活状态”、“关注的社会问题”等的交流来了解不同人群的生活态度与生活信念，通过“如何看待气候变化”、“自我的气候行动意愿”等问题来了解不同人群在气候认知与气候行动方面的深度信息。



图 6-6 焦点小组访谈现场

6.4 公众叙事工作坊

对上述问题的访谈结束后，项目组组织了对受访者的叙事工作坊。

公众叙事工作坊借鉴 Climate Outreach 开发的质化研究方式，旨在让受访者对气候议题常见的叙事方式进行评价。¹ 受访者使用不同颜色的记号笔对“喜欢”与“不喜欢”的句子和短语进行标注，并在随后的无领导小组讨论中分享对语句喜欢或厌恶的原因。叙事工作坊着力于让公众，这一长期被视为“被动的”信息接收者，参与进关于气候传播的对话中。恰当地对气候传播效果进行评估，有利于传播主体更好的把控话语策略的应用，向不同人群讲述更有说服力的故事。与传统的焦点小组相比，叙事工作坊的小组讨论扎根于受访者的[生活信念](#)。

¹ Shaw, C., & Corner, A. (2017). Using narrative workshops to socialise the climate debate: Lessons from two case studies – centre-right audiences and the Scottish public. *Energy Research & Social Science*, 31, 273–283. <https://doi.org/10.1016/j.erss.2017.06.029>

与其在复杂和抽象的科学模型和知识中论证气候变化的重要性，语料是否回应了受众在乎的事情、反映了他们对生命意义的追求、理解了他们对美好生活的期待，才能更好的点燃受众亲气候的行为动机。

叙事工作坊的操作流程分为两个阶段。

第一阶段：制作叙事测试语料、招募受访者、进行预测试

第一步：为确保测试语料囊括了当前不同传播主体常见的叙事方式，研究小组首先收集了政府机构、公益组织、企业、自媒体等传播主体现有的叙事语料，按照不同主题类型进行分类与整理。在此基础上，回顾了学界对气候叙事的既有研究，并对利益相关方进行结构化访谈来对语料主题进行查漏补缺，增补了部分新近气候叙事主题。

第二步：基于不同的气候态度和社会阶层形成假设，对语料进行改写。测试语料遵循“中心思想——行动者的行动与动机——当前的问题、解决方案、目的——包含意义和身份认同的词汇”的写作结构。每一份语料测试对象的不同也导致了语料主题、句式语词、对应假设的不同。

然而，没有一个世界的气候行动能够协调不同的近 20 个行为体的集体行动。 精英层 在这种国际背景下， 精英层 需要通过“联合国气候变化框架公约”的方大会等国际会议与各 国交涉和商讨气候变化国际合作。 精英层 和 精英层 的气候行动小结。	然而，没有一个世界的气候行动能够协调不同的近 20 个行为体的集体行动。这是在 这种国际背景下， 精英层 需要通过“联合国气候变化框架公约”的方大会等国际会议与各 国交涉和商讨气候变化国际合作。 精英层 和 精英层 的气候行动小结。	然而，没有一个世界的气候行动能够协调不同的近 20 个行为体的集体行动。这是在 这种国际背景下， 精英层 需要通过“联合国气候变化框架公约”的方大会等国际会议与各 国交涉和商讨气候变化国际合作。 精英层 和 精英层 的气候行动小结。
习近平总书记第七十五届联合国大会一般性辩论上宣布，中国“二氧化碳碳排放力争于 2030 年前达到峰值，努力争取 2060 年前实现碳中和”。气候变化国际合作将进一步促进落实减碳 减排目标。今年是关键的一年，已没有时间可以浪费。气候变化国际合作影响的持久， 根本上是取决于人类命运共同体的使命和责任并付出行动的行动力和决心。	习近平总书记第七十五届联合国大会一般性辩论上宣布，中国“二氧化碳碳排放力争于 2030 年前达到峰值，努力争取 2060 年前实现碳中和”。气候变化国际合作将进一步促进落实减碳 减排目标。今年是关键的一年，已没有时间可以浪费。气候变化国际合作影响的持久， 根本上是取决于人类命运共同体的使命和责任并付出行动的行动力和决心。	习近平总书记第七十五届联合国大会一般性辩论上宣布，中国“二氧化碳碳排放力争于 2030 年前达到峰值，努力争取 2060 年前实现碳中和”。气候变化国际合作将进一步促进落实减碳 减排目标。今年是关键的一年，已没有时间可以浪费。气候变化国际合作影响的持久， 根本上是取决于人类命运共同体的使命和责任并付出行动的行动力和决心。
人类只有一个地球家园，保护地球家园的安全是每一个国家的责任。面对国际形势的风云变 幻，只有秉持真正的多边主义、秉持合作共赢的精神，才能从根本上对我们的家园的全球性 负责，构建人与自然生命共同体，保护我们共同的人类家园。	人类只有一个地球家园，保护地球家园的安全是每一个国家的责任。面对国际形势的风云变 幻，只有秉持真正的多边主义、秉持合作共赢的精神，才能从根本上对我们的家园的全球性 负责，构建人与自然生命共同体，保护我们共同的人类家园。	人类只有一个地球家园，保护地球家园的安全是每一个国家的责任。面对国际形势的风云变 幻，只有秉持真正的多边主义、秉持合作共赢的精神，才能从根本上对我们的家园的全球性 负责，构建人与自然生命共同体，保护我们共同的人类家园。
近年来，不管是风光的可再生能源行业，还是化石、制造、建筑等传统行业，都在朝着低碳 转型的东风“扬帆起航”。绿色事业相关的工作者会发展前景良好。根据国际可再生能源机构 的数据，到 2050 年将全球变暖限制在 1.5°C 的努力可能会创造约 1.22 亿个绿色人才工作岗位。 绿色技能也在广泛地被视作绿色产业的定义，应用于更广泛的行业或领域内。	近年来，不管是风光的可再生能源行业，还是化石、制造、建筑等传统行业，都在朝着低碳 转型的东风“扬帆起航”。绿色事业相关的工作者会发展前景良好。根据国际可再生能源机构 的数据，到 2050 年将全球变暖限制在 1.5°C 的努力可能会创造约 1.22 亿个绿色人才工作岗位。 绿色技能也在广泛地被视作绿色产业的定义，应用于更广泛的行业或领域内。	近年来，不管是风光的可再生能源行业，还是化石、制造、建筑等传统行业，都在朝着低碳 转型的东风“扬帆起航”。绿色事业相关的工作者会发展前景良好。根据国际可再生能源机构 的数据，到 2050 年将全球变暖限制在 1.5°C 的努力可能会创造约 1.22 亿个绿色人才工作岗位。 绿色技能也在广泛地被视作绿色产业的定义，应用于更广泛的行业或领域内。
国家对于绿色发展的关注已经让很多企业将可持续发展作为战略重心，创造了新的职业机 遇。比如首肯责任、可持续发展负责人等。然而，满足绿色岗位要求的人才却十分有限。	国家对于绿色发展的关注已经让很多企业将可持续发展作为战略重心，创造了新的职业机 遇。比如首肯责任、可持续发展负责人等。然而，满足绿色岗位要求的人才却十分有限。	国家对于绿色发展的关注已经让很多企业将可持续发展作为战略重心，创造了新的职业机 遇。比如首肯责任、可持续发展负责人等。然而，满足绿色岗位要求的人才却十分有限。
在决策层时候，不能考虑与气候变化相关的专业和非专业人士在内。在决策层时候的决策， 专业的对的对的决策，决策层的决策自己负责。“绿色新政”本来可能，具有坚定的未来决策优 势，我们每个人都可能发挥一己之力，以更负责任的方式决策负责的决策和决策的平衡。	在决策层时候，不能考虑与气候变化相关的专业和非专业人士在内。在决策层时候的决策， 专业的对的对的决策，决策层的决策自己负责。“绿色新政”本来可能，具有坚定的未来决策优 势，我们每个人都可能发挥一己之力，以更负责任的方式决策负责的决策和决策的平衡。	在决策层时候，不能考虑与气候变化相关的专业和非专业人士在内。在决策层时候的决策， 专业的对的对的决策，决策层的决策自己负责。“绿色新政”本来可能，具有坚定的未来决策优 势，我们每个人都可能发挥一己之力，以更负责任的方式决策负责的决策和决策的平衡。

图 6-7 气候语料实例



第三步：招募受访者进行预测试，根据受众反馈对语料进行二次调整。利用朋友圈招募公告和研究小组成员的社会关系网点对点邀请等方式招募受试者。为提升项目可控性，预测试叙事工作坊的参与者以职业（学生）为组别，以邀请不同教育背景和政治信任程度的受访者的方式来提升小组内的多样性。预测试结束后，对小组成员和典型人物进行深度访谈，了解他们关心的事务和偏爱的叙事方式，并对叙事语料进行新一轮的修订。

第四步：确定叙事语料库。本研究最终形成十五种叙事主题，涵盖生存议题、气候能源转型的新增长议题、潮流生活方式议题、关乎家庭与社区的情感情议题、与民族自豪感和文化遗产相勾连的精神信念议题等五大方向。

第二阶段：开展叙事工作坊、对语料结果进行总结性分析

在焦点小组结束前将测试语料分发至受访者，邀请参与者对叙事语料进行标记：喜欢的勾划成绿色，反感的勾画成红色，中立的部分不用勾画，随后使用批注功能解释为什么喜欢或厌恶特定的叙事表达。将回收的文档标注与焦点小组中产生最大共识和争论的话题相结合进行质化的解释性分析。

对标注出的关键词和短语的进行量化统计，大多数受访者标注为绿色或红色的叙事、词汇、短语意味着可以激起该人群的共识；相反，很少被标记的句子与短语意味着叙事方式过于温和以至于无法引发受众的任何反应。对勾画出的高频关键词、叙事手法进行分析，从而得出一般性结论。最后我们使用词云的方式寻找与人群生活信念相联系的叙事关键词，结合人群特征产出分众化的叙事建议。

6.5 深度访谈

深度访谈法主要用以对焦点小组结论进行检验与补充。项目组在清华大学校内对 20 余名学生进行了针对性的访谈员培训，并与该 20 余名访谈员对不同类型的中国公众展开深度访谈以收集相关材料。

该工作共计访谈了 74 名不同类型的中国公众，访谈步骤为首先邀请受访者填写公众调研问卷，并根据其填写结果对其进行人群的归类，接着对其展开深度访谈，其中访谈的提纲与焦点小组访谈提纲一致，并邀请部分极具代表性的受访者进行了语料标注。

6.6 专家和利益相关方工作坊

本项目在推进过程中召开共计六次专家和利益相关方工作坊。

第一，在项目开题、中期、结项等阶段多次召开专家工作坊，邀请来自国家气候变化专家咨询委员会、中国城市规划设计研究院、中国能源研究分布式能源专业委员会、中国环境部宣教中心、中国新闻社、国家广告研究院、清华大学、复旦大学、苏州大学等机构的相关专家、学者对项目结构进行审阅。

第二，与国际知名气候传播研究机构 Climate Outreach 进行公众调研问卷的审阅，以完善公众调研的变量设计；同时在本报告完成后，Climate Outreach 对报告相关结论进行了审阅，并提出建设性意见。

第三，邀请澎湃新闻、绿色和平、野生救援、自然之友等数十家媒体与 NGO 参与“气候叙事沙龙”，共享自我在气候传播方面的经验与案例，为研究在案例收集，背景研判、语料设计等关键环节提供重要材料。此外，在项目研究工作正式完成后，项目组邀请了南方周末、澎湃新闻、中华环保联合会、自然之友、野生救援等近二十家媒体与 NGO 参与项目的成果分享会，以促进项目相关成果落地到一线实践之中。

End



免责声明

- 若无特别声明，报告中陈述的观点仅代表作者个人意见，不代表能源基金会的观点。能源基金会不保证本报告中信息及数据的准确性，不对任何人使用本报告引起的后果承担责任。
- 凡提及某些公司、产品及服务时，并不意味着它们已为能源基金会所认可或推荐，或优于未提及的其他类似公司、产品及服务。

DISCLAIMER

-Unless otherwise specified, the views expressed in this report are those of the authors and do not necessarily represent the views of Energy Foundation China. Energy Foundation China does not guarantee the accuracy of the information and data included in this report and will not be responsible for any liabilities resulting from or related to using this report by any third party.

-The mention of specific companies, products and services does not imply that they are endorsed or recommended by Energy Foundation China in preference to others of a similar nature that are not mentioned.

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管理研究中心，2023.

