

practice of business enterprises is mainly based on the logic framework of public relations crisis management.

### Keywords

environmental pollution, mass incidents, multiple subjects, media discourse

### Authors

Zhuo Guangjun is an associate professor at School of Journalism & Communication, Chongqing University.

Xue Kui is a postgraduate student at School of Journalism & Communication, Chongqing University.

## 一、引言

近年“井喷式”生态旅游正成为新的污染源，而伴随外来投资人口侵入及强势文化渗入的古镇古村落民族生态地区环境恶化现象更凸显严峻性。诸如生态旅游大省云南地区在近几年就发生多起环境污染事件，“大理巍山古城失火事件”“双廊客栈排污事件”“情人湖填湖建别墅事件”“剑川沙溪硫酸厂事件”等等。

环境问题具有公共性和重大性，往往涉及多元利益主体，而多元利益主体的话语实践过程其实就是一个风险沟通的过程，不同主体在其中扮演着不同的角色，践行着不同的行为策略以实现自己的目标（陈寒，2012）。在当下媒介社会化表征体系中，中国舆论生态发生了极为显著的变化，公共事件中的话语权实现了重新分配，话语秩序也随之改变。

话语在现代社会的方方面面都起着举足轻重的作用，因为人类的很多活动是通过话语才得以实现。按照福柯的界定，他认为“话语”是一种“事件”，即话语实践，是人们斗争的手段和目的<sup>1</sup>。话语一旦形成，它便拥有了自己的意义世界，形成自己的场域，排除其他异己话语，形成对某一社会现象和问题的支配与控制权力。也就是说，谁掌握了话语权，谁就能争取到博弈的主动优势，使事件朝着有利于自身的方向发展（毛旻铮、李海涛，2007）。

上世纪六十年代西方国家轰轰烈烈的环境运动，推动了一些研究者将话语分析运用于环境问题的话语研究中。事实上，我们一直以来视之为理所当然的或熟视无睹的环境问题，其实是一种经由环境话语实践的产物。因此针对环境污染事件，多元主体的话语实践，其实质是不同行动者针对某一环境污染现象所赋予的不同意义之间的话语竞争，目的在于获取话语权，并进而影响政府的政策制定与安排（李亮、郭辉，2016）。

目前在学术上基于环境污染事件的话语分析主要有两个研究视角：（1）地方政府、污染企业和周边居民等利益博弈问题；（2）工程项目的环境评估和事态处置过程中的信息传播问题。其中城市主要以“邻避政治”诉求为主，农村主要以“补偿政治”诉求为主（刘德海，2013）。那么，民族生态区域的多元利益主体又是如何使用媒介资源，参与到环境污染事件的话语实践过程中，这些是本文所要关注和思考的问题所在。本文所做的环境话语实证分析，不同于以往对于环境抗争以及政策过程的传统研究。笔者主要着眼于民族生态旅游地区的复杂性与脆弱性，围绕代表性污染事件交叉探讨生态旅游脆弱区不同利益主体的话语实践，具体研究问题如下：

在环境污染事件中的多元利益主体，如何建构自己在环境污染事件中的身份？分别有着怎样的利益或价值诉求？如何运用媒介资源对事件进行传播和呈现？这种传播和呈现对于事件的最终结果起到了什么样的作用？即当地政府是如何处理不同利益主体的环境诉求或维权自救行为，原住民或少数民族群体是否处于社会不利位置，外来商户是否比原住民更有话语权或媒介近用权等一系列问题。

## 二、调查问卷与个案

### （一）调查问卷样本情况分析

本研究的所有数据来源于课题组对云南大理白族自治州的实地调研，分为质性访谈和问卷调查两种方式。其中在双廊、大理古城、丽江古城三地共发放456份问卷，其中有效问卷399份；深度访谈80人，集体座谈4人。

问卷情况：当地原住人口<sup>2</sup>占39.7%（158），外来常住人口<sup>3</sup>占40.5%（161），游客占19.8%（79）；少数民族人口占39.3%（157），汉族人口占56.9%（227）；商户从业者占27.3%（109），自由职业占33.6%（134），学生占19.3%（77），公职人员占2.8%（11），退休者占1.5%（6），其它15.5%（62）。

为了检验不同居民身份、不同民族的受教育程度和收入水平是否存在显著差异，本文研究方法分别使用了曼恩-惠特尼U检验<sup>4</sup>和独立样本T检验法<sup>5</sup>。

**表1：比较不同居民身份、民族与其受教育及收入水平之间关系**

	均值	Sig.（双侧）
不同居民身份教育差异		0.036★
当地原住民	147.45	
外来常住居民	168.35	

不同民族教育差异		0.004**
汉族	203.88	
少数民族	172.02	
不同居民身份收入差异		0.044*
当地常住居民	2.44	
外来常住居民	2.69	
不同民族收入差异		0.569
汉族	2.57	
少数民族	2.50	

表1说明,不同居民身份、不同民族的教育水平均存在显著差异,其中外来常住居民的有序值(均值排168.35)明显高于当地常住居民教育程度的有序值(均值排序147.45);汉族教育程度的有序值(均值排203.88)明显高于少数民族教育程度的有序值(均值排序172.02)。同时,不同居民身份的收入水平存在显著差异( $P=0.044<0.05$ ),外来常住居民的收入水平均值( $M=2.69$ )略大于当地常住居民收入水平均值( $M=2.44$ )。但不同民族的收入水平不存在显著差异( $P=0.569$ ),汉族的收入水平均值( $M=2.57$ )略大于少数民族收入水平均值( $M=2.50$ )。

综上显示,生态旅游业的发展确实给少数民族地区带来了大量经济利益和投资机会。外来流动人口已是当地人口的重要组成部分,除了商户老板,自由职业者也占相当比重。需要说明的是游客对于环境事件的推动起到一定的作用,但基本呈原子散状,流动性非常大。

根据Tilly(2010)提出的“行动者”概念,同时结合生态民族地区的特殊性,笔者将按照人在参与环境事件中的政治与职业身份来进行分类。主要有四大类:

(1) 意见领袖:既包括具有一定号召力的环保领域践行者和知识分子,也包括职业记者等媒体人士;

(2) 政府及从业人员:与公众进行沟通或者政府新闻发布中的身份是政府工作人员、官员的人;

(3) 常住居民:主要指受教育水平低,无商业产权,参与市场活动层次低的人群;

(4) 企业商户:主要指有实体经营场所的商家或管理者。

## (二) 双廊客栈整顿事件

2013年5月,@钰程21在微博上爆料杨丽萍艺术酒店“占山收费”,质疑其“污水直排洱海”。随后这一爆料被网络大V转发,进而在网络上持续发酵,双廊

客栈首当其冲。

2013年10月起,共有64家客栈收到大理市环保局的整改通知。11月8日,60家客栈组成“双廊客栈联盟”对排污联合整治的行动集体喊冤,先后在微博上发布了两封公开信,然而被网络大V@施怀基直指“傲慢”。

11月16日,媒体报道已有多家客栈正在全力采取措施整改。20日,大理市城市管理综合执法局已对完成排污整治的客栈排污口进行了解堵。

2015年1月4日起,大理州对所辖大理市双廊镇300多家客栈、酒店、宾馆、饭店及餐饮行业开展了持续18天的环境大排查。

2015年8月25日,大理客栈协会双廊分会在双廊镇政府成立,洱海保护成为协会重点关注问题。

### 三、多元利益主体的媒介话语实践分析

#### (一) 意见领袖话语实践

随着互联网技术和自媒体迅速发展,一部分具有名人博客、名人认证的知识分子们迅速崛起,他们与职业新闻人共同构成了互联网平台上的两大意见领袖群体。

##### 1. 身份建构:舆论浪潮的推动者

意见领袖不仅是台前的言说者,地域型意见领袖则更是事件幕后的直接推动者。正如一些学者指出,在中国发声的诸多公共事件中,意见领袖是最为活跃的话语群体,他们的意见和观点对事件的发展方向产生了影响。以下是我们对@兰若山居 @施怀基 @禅中子归三人在如何处理双廊排污事件的访谈资料节选:

“双廊开了很多客栈,但没通过环保局审批,排污直排到洱海,本地人很清楚。前年,洱海蓝藻爆发。我们在网上公开反对海边客栈向洱海排污……这就直接涉及客栈利益,他们建成一个QQ群,在网络上形成很大一股力量,和政府对抗。

我们选择杨丽萍是因为她关注度高,所以才会拿她客栈开刀。这些客栈老板则改变策略临时找了一个双廊才子……把所有责任都推到农民身上。”

通过@兰若山居的话语可知,意见领袖重视情感修饰的说服作用。同时,他们在发表看法时,更喜欢叙述、抗议、质疑的修饰话语,直接确立“我们”与“他们”之间的二元对立。这里的地域型意见领袖很显然为原住民居民代言,与原住民建立情感联系,但与企业商户确立了对立关系。

##### 2. 身份诉求:社会责任感、历史使命感及个人影响力

@邓飞是凤凰周刊记者部主任,在微博上拥有500万粉丝。他曾是“免费午餐

发起人”，积极参与“微博打拐”，现在也致力于公益事业，利用其强大的新媒体平台，为“儿童大病救助”募捐。可见邓飞个人光环与社会责任感相互辉映。

@施怀基，白族人，作家，是云南的网络名人。不仅限环境事件，他对于民众遭受的种种不公正事件，都能为民呼吁，发出自己的声音。@兰若山居是大理土著人，宗教人士，喜欢从宗教的角度谈论环境问题，关注社会事件。

### 3. 媒介资源运用情况及效果

(1) 微博等社交媒体是意见领袖的主要消息源和讨论平台。这些意见领袖对媒体运作很了解，往往他们的手中也有很多媒体资源，而微博等社会化媒体确实为为事件的发展提供了话语平台。同时类似于像@邓飞这样百万级别的网络大V很难关注到相对小的环境事件中，还需要依靠更多的诸如@施怀基 @兰若山居 @禅中子归等地域性为代表的意见领袖。正如@兰若山居说道：

“首先是通过微博反映问题，其次直接向政府起草报告，最后把报告写成文章，通过一些熟人把它送到中南海，希望他们手下留情，各方面压力。拍纪录片。实在不行就组织人去市政府静坐。”

(2) 媒体不直接“生产”话语，主流舆论场的出现呈异地化倾向。传统媒体话语一般不涉及直接的话语“生产”，但是其“议程设置功能”能够在一定程度上主导社会的舆论方向。同时，负面新闻报道经常呈现异地化倾向，在少数民族生态地区得到证实。@兰若山居本人也表示，单纯比较网络媒体和传统媒体传播效果，“还是传统媒体比较好，但这里的传统媒体主要是省外媒体”。对于其原因，他认为，“作为一家本地媒体，如果我去监督能够拉动本地经济的这些企业，那媒体估计也不用干了”。

### (二) 地方政府话语实践

2015年元旦，号称中国史上最严环保法《环境保护法》出台，加之国家领导人在洱海调研释放出环境治理的政治味道，洱海问题成为了全国范围内得到关注的“社会问题”，它在一定程度上也成为了当地政府城市形象建设工程。正如，大理州环保局政府官员告诉我们，洱海问题在国家环境政策压力和经济压力之下被凸显出来，因而成为了大理州的“首要问题”。

#### 1. 身份建构：话语事件中的“主导者”

在富有争议性的公共事件中，地方政府往往身处舆论漩涡中心，是媒体、公众、意见领袖们联合起来的合作抗争对象。地方政府的话语与行动深受各方主体的影响，也影响着事件的走向、演变与结果。在对涉及双廊客栈整顿问题中可以看到

随着市场、政策、媒体等各种因素的介入，洱海治理的主体变得多元化。在政府的牵头下，双廊客栈事件暂时得到解决，并促进公民更加积极地投身于保护洱海的行动之中。政府在对洱海治理上由早期的“隐身人”到后期实际扮演着绝对主导权，在公众心中塑造了一个全能者形象。

## 2. 身份诉求：吸纳、控制与发展

通过政府在这事件中角色扮演可知，在面对重大事件之时，政府扮演主导者和管控者角色，先采取安抚政策：如洱海爆发大面积蓝藻，洱海保护本来就是州政府的“首要任务”，于是顺势从处于舆论风口的客栈出发，平息众怒。可见，大理州政府还是能够分轻重缓急，有效引导舆论，疏导风险。

## 3. 媒介资源运用情况及效果

(1) 微博是地方政府与民众沟通的重要场所。2010年以来，我国地方政府开始主动采纳Web2.0技术，官方微博、政务微博和官员微博在各地大量涌现。事实表明，微博不仅成为大理州政府重要的信息发布平台，还成为不同层面和空间舆论形成与扩散的重要场域。在当地出现突发群体性事件时，官方微博能够及时地了解民意，在平时也能为公民提供适度的、正常的“安全阀”渠道发泄不满。

(2) 定期开展多种形式环保宣传，但力度不够大，形式较为单一。当地政府采用的传播环境信息的方式有发小册子、传单、贴标语、民族特色歌舞、“三清洁”活动等方式，但是宣传的内容大部分也仅仅限于现象化管理，形式较为单一。环保局会定期与当地电视台，当地日报、环保杂志进行合作宣传，环保局局长表示，这些宣传最主要也是要让当地老百姓明白，“环境好了最受益的还是老百姓自己”。

### (三) 原住民话语实践

如果没有外来人口的流入，由于原住民在过去生活方式简单，且大都仰赖当地自然资源维生，再加上现代科技的使用有限，他们与周围环境多能保持和谐的关系。

## 1. 身份建构：环境事件中的看客和被边缘化

民族信仰和宗教信仰对当地少数民族居民的规约使得他们对周边发生的环境问题，保持着自己特别的价值判断标准。但由于绝大多数原住民并未发展出书写文字，他们对于自然生态的知识并不容易被外人所知悉与流传。在面对环境问题此类的公共议题之时，原住民往往只是在表达一种民族信仰或是宗教教义的要求。@兰若山居在接受我们采访时也表示：



“我和朋友用了很多西方环保观念，但经过这么多年努力依旧收效甚微，这需从宗教信仰方面入手，我举一个例子：一个环保人士到藏族一个村落说，这棵树你不要砍，他一年可以产生多少氧气，还有水源，还可以吸收多少二氧化碳。但是他听不懂，然后喇嘛就告诉他，那是一颗神树，第二天去烧香，这样他们就不砍了……这是因为宗教方面的信仰。”

尽管在洱海保护议题上，当地原住民参与度高，但是他们的声音仅仅是“被代表”，完全处于一种被动局面。可以说，双廊排污事件更多的是客栈老板与地方政府的博弈，客栈老板与意见领袖的博弈。

### 2. 身份诉求：出于本能保护自己的家园，但需要依赖他人

当地原住民文化水平普遍不高，对环境的保护往往出于本能。在调研中我们发现他们普遍环保意识强，参与热情高，但对于环境变化的感知比较迟钝，不易察觉环境破坏正在潜移默化的发生。同时，原住民文化水平低，缺乏运用媒介技能，这使得他们在参与环境污染事件讨论上的话语权明显不足，甚至处于缺位状态，或是被代言状态。

正如纪骏杰（1996）所言，愈来愈多的原住民族群因为外来的压迫而积极的从事捍卫自己家园的活动与运动，这些都是需要外人，尤其是有话语权与行动力量之学者积极支持的。大理原住民在接受我们采访时，表示：

“他们（商户）不会管，他们来租地皮，租个十年八年，把钱一捞就走了，但我们世代代都在这生活，像我们本地人反映比较多。”

“如果政府再是这样（一拖再拖），我们可以在网络上，我们是大老粗，说不了几句话，可以通过外地过来的投资商，他们人脉广，他们可以反映。”

从当地居民话语中我们得知原住民认为对洱海环境造成影响主要是游客和移居者，但对于重大环境污染事件的推进，他们还需要依赖这些外来人。需要关注的是，当地原住民和外来居民还需要一定磨合，外来人群的一些无心之举也可能引发当地居民的错误解读。加强当地居民与外来人群的融合相处也是当务之急。

### 3. 媒介资源运用情况及效果

（1）电视是原住民了解当地环境信息的重要方式，其次是口头传播。获取信息渠道的差异致使不同群体之间获得的信息存在差异，对环境议题的认识也产生了不同。原住民对周围环境的变化与感知在一定程度上依赖于大众传播媒介，相比报纸，他们更喜欢电视。但是地方电视由地方政府把控，这使原住民对事件的判断起到了一定限制作用。而口头传播，或者称人际传播依旧是当地生活中最直观、最常见的传播现象。

(2) 原住民环保意识高,但运用媒介渠道捍卫权益的能力有限。虽然有居民向政府反映过情况,但是大部分居民都没有向政府表达自己的观点。一位在路边摆摊的赵大哥直言道:“我们是敢怒不敢言。”除部分喜欢在微博、微信发表意见之外,较少在或有能力在具有影响力的媒体上针对环境污染事件发出自己的声音。如果没有极少数意见领袖的组织,当地原住民甚至连斯科特所说的“弱者的武器”都可能不会好好利用。

#### (四) 企业商户话语实践

##### 1. 身份建构:置于舆论风口中或“抵制”或“规训”

在双廊客栈排污事件中,客栈老板从起初对政府公告的不以为然到联名抗议将矛头直指原住民——农业用水,再到自觉开挖修缮管道,服从政府安排以及最后于2015年成立大理洲双廊分会,双廊客栈由此自觉接受训导走向规范化。哈杰曾对“话语联盟”意图做出这样的解释“并不一定是基于共同的利益或目标,而是由于行动者实现了对于政策问题的共同理解。”(张海柱,2012)而此次双廊客栈的表现既是基于对于利益的可持续化也是基于政府政策的认同。相比原住民,外来居民更擅长利用社会化媒介通过话语表达与其它主体之间展开话语博弈,争夺话语权,建构有利于自己的事件意义。

Zavestoski(2004)等人提出“精明公众模型(prudent public model)”,一定程度上消解公众(包括媒体)的不信任和其他引发集体动员的因素。从双廊客栈排污事件中,可以看出,企业商户能够抱团,在关键时刻出击,转移焦点,缓解舆论压力。这些外来居住人口在当地政府眼中,在一定程度上属于“精明公众”。但是政府机构采取“精明公众模型”解决环境问题又存在不确定性,它只有在不涉及到利益集团的利益而又在政府可控范围之内,才可能存在。

##### 2. 身份诉求:“环境即商机”理念下的民主诉求

大部分外来商户保护环境的先决认识是,“环境即商机”,只有保护好了环境,客人才会来,生意才会好。一位丽江外来客栈老板在接受我们访问时,表示“这是必须的,这是本能,环境破坏了生意还做得了吗?肯定是做不了的,而且我们这种餐饮业,污水排到海里,政府就要管你,民众就要吼你。用得着环保人士吗?用不着啊。”

通过调研笔者了解到这些外来人口大多都是其他城市的中产阶级,其中还包括部分的社会精英。他们习惯性思维则是从利益的角度思考问题,处理问题。正如另外一位丽江外来客栈老板所言,“如果守着一个臭水潭,谁来做生意?没打扫干



净，客人就不来了。”

### 3.媒介资源运用情况及效果

(1) 企业商户青睐于广播了解环境事件信息。企业商户的经济水平和教育水平都普遍高于原住民，他们更青睐于广播、报纸等媒体了解环境事件信息。这是因为广播是一种伴随性较强的媒介，往往是“有车一族”的“宠儿”。外来常住人口在来这里旅游、投资或生活前，已经习惯于开车，这样广播便成为他们接触当地环境信息的一种重要途径。阅读报纸往往需要更高的文化水平和注意力，外来居民的受教育程度高于当地居民，因而更多时候他们选择通过报纸获取信息，而当地居民会选择电视。

(2) 企业商户擅长将环境污染事件当作公关危机处理，动用一切可用媒介资源。当客栈面临舆论夹击之际，他们便团结起来，先声夺人，公开发表指责政府的联名信。网民先验性对政府有偏见，暂时能够赢得舆论回转。当客栈收到政府要求整顿通告之际，他们又发表第二封联名信，通篇引证据典，巧妙地将责任都推到农民身上，与当地政府对话。不管结果如何，双廊商户至少能在第一时刻发声，转移舆论焦点，将利益受损降至最低。

## 四、小结与讨论

综上，多元利益主体的话语实践正是基于他们所处的关系位置、媒介资源、行动者身份和基本的价值主张而进行。

1. 知识分子以及媒体等意见领袖的话语最具影响力，其中尤以地域型意见领袖最为突出。意见领袖一般拥有较强的社会责任感和历史使命感，其话语实践由于在专业背景和经验累积的状况下既涉及了理性的辩论也包括情感唤起和道德诉求等技巧。其中尤以地域型意见领袖作用最为突出，他们比任何人更为熟悉他们周边的环境，是舆论事件中的直接推动者和组织者，也是弱势群体的依赖对象。

2. 地方政府一般是公共事件中的“全能者”，但遇到棘手的事情则成为“被言说者”。地方政府可以控制当地媒体，但无法禁止外地媒体和社会化媒体的跟踪报道，因而初级舆论场的出现往往是呈异地化倾向。在信息传播渠道充分互动情况下，本地的控制只是暂时改变了初级舆论场形成区域，最终还是会回归到相关人，即本地群众，成为覆盖本地群众的高级舆论场。因此政府和大众媒体共同营造一个相互尊重的辩论氛围以及一个开放畅通的话语场域，促成各种话语及意义之间充分的论争及碰撞，并在尊重差异的前提下期待共识的达成应是应有之义。

3. 原住民习惯依靠他人表达意义和价值诉求。原住民往往是公共事件中的直接参与者,但很少能够发出有分量的声音,偶尔也会寻求能者解决,比如地域型意见领袖;目前的状况则是,弱势群体“人微言轻”思想严重以及公民权利意识不强。他们当前最重要的还是需要在遭遇环境不公或面临家园正在被破坏的行径之际积极主动地参与环境运动,与环境意识觉醒的民众,联合意见领袖对政府进行监督,并对政府形成一定压力,只有这样才有可能成功。

4. 企业商户的话语实践主要基于公关危机管理的逻辑框架。外来居住人群的身份有些复杂,他们往往能自发形成组织,形成联盟,还是能够形成一定气候。相比原住民,无论是在经济上还是文化上,企业商户更具有优势争取话语权。但部分商户在对待环保问题上,视野显得有点狭隘,“邻避效应”(何艳玲,2009)心态尤甚。有学者提出决策倡议联盟模式,认为这个模式的建立可以使政府与居民之间从猜疑走向互信,从对抗走向合作,最终规避邻避效应。

(责任编辑:李艳艳)

### 注释 [Notes]

1. 福柯指出:“必须将话语看作是一系列的事件,看作是一种政治事件:通过这些政治事件才得以运载着政权、并由政权又反过来控制着话语本身。”转引自冯俊等著:《后现代主义哲学讲演录》,商务印书馆,2003年版,第417页。
2. 当地常住人口是指户籍在本地的居民。
3. 外来常住人口是指户籍不在本地的居民。
4. “如果单自变量的两大类值是‘组间变量’,而因变量是有序变量,正确的研究方法是非参数分析法的曼恩-惠特尼U检验(Mann Whitney U)法”。见蓝石编著:《基于变量类型做好统计分析——SPSS实例示范》,重庆大学出版社,2014年版,第5页。
5. “如果单自变量的两大类值是‘组间变量’,而因变量是正态分布的,正确的方法是参数分析的T检验法(T Test)或非参数分析的单因素方差分析方法”。见蓝石编著:《基于变量类型做好统计分析——SPSS实例示范》,重庆大学出版社,2014年版,第4页。

### 引用文献 [Reference]

陈寒(2012).多元话语分析视角下的城市垃圾焚烧问题探究.《东南大学学报》(哲学社会科学版),(1),45-49.

[Chen,Han(2012).An explore on theurban waste incineration from the perspective of multiple discourse analysis. *Journal of southeast university(Philosophy and social sciences)*, (1),45-49.]

纪骏杰(1996).环境正义:环境社会学的规范性关怀.“第一届环境价值观与环境教育”学术研讨会论文.11月,台湾.