

当环保宣传成为文化标识

When environmental advocacy becomes a cultural identity

烟花三月，草长莺飞。在一年中最美好的江南时节，来自全国各地的数百位嘉宾齐聚阳澄湖畔，与300万昆山人民以及上千万在线网民一起，共同见证3·25“地球一小时”中国区主场城市活动的精彩时刻。活动从当天下午3点开始，风景如画的小桃源微雨濛濛，使在此举办的可持续发展城市主题论坛充满了润物细无声的氛围，在昆山城市生态森林公园同时举办的公益嘉年华活动，吸引了众多前来参与的市民，而晚上8点在极具地方特色的昆山梁辰鱼昆曲剧场举办的熄灯仪式及晚会，则把当天的活动推向了高潮。

作为全球最具影响力、规模最大的环保公众参与活动，“地球一小时”活动进入中国已是第十五个年头，但今年活动的社会关注度及媒体传播量格外引人注目，据统计，活动当天，网络直播参与人数达到了300万以上，除了人民网、新华网、央视网等主流媒体的广泛报道，截至3月27日，新浪微博上的“地球一小时”话题，阅读量已达30.9亿，讨论达1446.7万人次，成为现象级的传播活动。

一项环保公益活动能够引起如此巨大的舆论关注，自有其可堪探究之处。作为今年活动的总体策划和组织者，总结此次活动的经验，我认为活动的成功得益于以下三个方面。

首先，“地球一小时”活动本身独具的“光”彩魅力。我们常说，灯光，是文明的标志，火火的发明是人类走出蒙昧的开始。点亮灯，就是点亮希望，而为地球熄灯一小时的号召，则代表着人类的反思和超越。在人类工业文明象征的现代城市地标熄灯一小时，这一活动本

身除了节约能源的具象表达，深层意蕴则是满足了人们期待回归自然的潜在心理，因而得到了广泛的社会响应。在今年的熄灯仪式上，还启动了“我为地球献出一小时”的大型生态环境志愿服务活动，除了响应本年度的活动主题，也将保护地球母亲的点滴行动扩大到全年。

其次，活动的生命力在于不断创新。这次的“地球一小时”中国区活动，首次由国家生态环境宣教主管部门、世界自然基金会中国代表处、地方政府联合举办，并且通过公开征集，形成了一个主场城市和多个参与城市共同举办的格局。这是一项重要的环保宣教实践创新。特别是在中国的现实背景下，如果活动没有政府的动员和倡导，仅停留在民间自弹自唱的层面，很难产生如此巨大的社会反响和同频共振。希望这种更具动员力的环保社会参与模式未来为各国活动开展提供可资借鉴的经验。

再次，活动设计上的巧思对增强传播力至关重要。这次活动邀请到昆山籍的功勋航天员费俊龙从天宫发来了保护地球的倡议，这在全球“地球一小时”活动历史上是前所未有的。而昆山主场的熄灯地点选在了周庄古镇等全球知名地标，晚会上还专门上演了精美的昆曲唱段，把“民族的才是世界的”逻辑发挥到了极致。

2023年“地球一小时”活动被赋予了更大的使命。熄灯一小时，让世界看见昆山，也看见中国环境教育人勇毅前行的背影。

田斌川