

# 情感激发与意象表达： 新媒体事件图像传播的受众视觉框架研究

王超群

## 摘要

本文着重探讨新媒体事件中的图像，如何通过受众对其“视觉框架”的解读，最终实现关于新媒体事件的舆论生成与表达。选取2007年至2015年九年来有着明显热点图像传播现象的50件新媒体事件作为研究对象，共搜集65张图片作为样本进行分析。综合运用多模态话语分析、中文情感语义识别研究方法和视觉修辞分析方法，探讨了“视觉框架”通过刺激受众“情感激发”和营造“文化意象”两种途径实现舆论生成与表达的过程，并大胆提出建构新媒体事件“情感范型”图像传播模式的可能性。

## 关键词

视觉框架、新媒体事件、情感激发、文化意象

## 作者简介

王超群，湖南科技大学人文学院新闻系讲师，电邮：wchaoqun1982@sina.com。

## Emotional Stimulation and Imagery Expression: The Research on Audience Visual Frameworks of New Media Events Image Communication

WANG Chaoqun

## Abstract

This article focuses on the new media event images, through the creation and dissemination of the “visual framework”, which finally achieved the generation and expression of public opinion. The paper researched on the new media events from 2007 to 2015, while about 50 new media events with obvious hot spots in the past nine years were selected as the research objects. About 65 images were collected as samples for analysis. With the methods of multi-modal discourse analysis, Chinese emotion meaning recognition and visual rhetoric analysis, this paper discussed the process of realizing the expression of public opinion idioms by stimulating the audience's “emotional stimulation” and creating “cultural images”. The paper boldly put forward and constructed the new media event “emotion pattern” image

propagation mode.

### Keywords

Image framework, New media events, Emotional stimulation, Cultural imagery

### Author

Wang Chaoqun is a lecturer at the Journalism Department of Humanity College, Hunan University of Science and Technology. Email: wchaoqun1982@sina.com.

随着视觉技术和传播技术的进步，全世界都在普遍经历一个从以语言为中心的理性主义文化形态向以形象为中心的感性主义“视觉文化”形态的转型，整个社会逐渐演变成以视觉性为基础的实践系统和生产系统，进入了以图像（Image）为中心的时代。新媒体事件中的视觉图像传播现象不容忽视，图像在新媒体事件发生发展进程中的舆论力量不容小觑。钱云会事件、郭美美事件等最先都是由图像引发网民关注，“有图有真相”进而引起巨大的舆论反响；网民也能够给图像赋予象征性意义进行情感动员和网络感召引发共鸣；网民还能够针对图像中的疑点进行分析，“有图未必有真相”，倒逼社会公权力查明真相。总之，网民对于图像的观看与理解成为新的思考和观察事物的方式，也悄然改变着新媒体事件中的舆论建构方式，成为网民实现话语赋权的一种新途径。

本文旨在考察图像如何影响新媒体事件中的舆论建构，并在这个过程中逐渐实现网民的话语赋权。为此，作者搜集了2007年到2015年间具有典型意义的新媒体事件图像，并对之进行视觉框架分析。

## 一、文献回顾

### （一）视觉框架研究

根据大众传播学框架理论先驱Entman（1993）的观点，框架将注意力集中在现实的某些方面，同时模糊其他元素，这可能会导致受众产生不同的反应；框架可以促进特定的问题定义，因果解释，道德评价及对策建议。框架理论的原则主要应用于分析文本，运用于分析图像的相对较少。图像是强大的框架工具，当文本和视觉框架之间存在冲突时，视觉框架（Visual Framing）通常会获胜，这不仅仅是因为照片等视觉效果更接近现实，还因为它们有能力创造更强烈的情感和直接暗示（Rodriguez & Dimitrova，2011）。与文本框架相比，使用视觉框架的研究相对较少的主要原因之一是视觉框架研究的方法论和具体方法相当庞杂，缺乏相对统一的标准，这可能会削弱而不是协助我们将视觉分析作为重要的框架机制。目前的视觉

框架研究可以划分为四种层次类型：风格层次、外延层次、内涵层次与意识形态层次（Rodriguez & Dimitrova, 2011）。

文体层次的视觉框架研究（stylistic level of framing）：它是指通过枚举视觉中实际显示的对象（objects）和离散的元素（discrete elements）来识别框架，回答“这里描绘的是谁或者是什么”的问题，“对象”很大程度上依赖于Messaris & Abraham（2001）所称的图像的类比和索引属性，相机捕获的内容与现实世界中实际看到的内容一一对应。“离散的元素”涵盖了色彩、形状、空间、位置、场景等诸多要素，在不同研究者那里被归纳得各有不同。如Fahmy（2004）归纳了五个元素变量：视觉从属关系（visual subordination）、观点（point of view）、社会距离（social distance）、虚构的接触（imaginary contact）、行为和一般接触（behavior and general contact）。而Archer等人（1983）则创建了一个“面部主义”指数，用以测量照片中脸部的突出性，Hardin等人（2002）则重点关注“摄像机的位置”，测量观察者与受试者处于同一水平的程度。众多研究中，最常见的元素是社会距离，视觉模态和主体行为（Bell, 2001）。社会距离是指图像中的人或物与观众的亲密度，它与取景相联系，镜头取景的框架大小不同，给人带来不同的感觉。视觉模态是由图像的某些方式（颜色、代表性细节、深度、色调等）表达用以增强真实感的程度（Bell, 2001），主体行为是指在框架中描绘的人的动作和姿势。

外延层次的视觉框架研究（denotative level of framing）：它是通过检查视觉中描绘的不同主题来识别视觉框架，标题、字幕和其他文本描述的视觉互文性效果能帮助识别主题。它运用格式塔理论（Gestalt），通过运用接近性（根据它们的接近度分组），相似性（看起来是同一类），闭合（倾向于将多个元素视为一个整体，缩小差距而形成整体）和平衡（每个视野趋于有序和精确）等原则将元素组合成组织的整体（Kearsley, 1998），并在它们之间产生主题分类的视觉框架。运用这种模式，Smith（2006）在干细胞研究的新闻杂志照片发现了四个主题框架：科学、政治、医学和宗教；法赫米等人在分析印度洋海啸和卡特里娜飓风的新闻图片中发现了六类视觉框架：生命损失、生命拯救、体力损害、情感框架和政治框架（Borah & Bulla, 2006）。

内涵层次的视觉框架研究（connotative level of framing）：它是指通过分析图像领域中符号的存在来识别框架，认为视觉中显示的人和物不仅表示特定的个人、事物或地点，而且还表示与其相关的想法或概念。该层次研究借用的理论资源也比较丰富。第一个是借用Peirce（1868）符号学三分法（象似符号、指索符号和象征符

号)理论,且更多的根据象征符号来考察图像中符号所表达的社会意义;第二个是借用Van Leeuwen(2001)多模态话语分析方法,对图像符号的“再现意义”“互动意义”和“构图意义”进行分析,旨在揭示新闻体制、文化传统和政治立场等因素影响下的图像符号会建构出不同的话语意义,从而体现出图像新闻视觉符号的批判性话语分析研究取向(Wang, 2014);第三个是借用隐喻修辞理论来揭示图像背后的所表示的抽象概念,比如在新闻照片中使用美国国旗来象征爱国主义,又比如El Refaie's(2003)对奥地利政治漫画的分析,指出在奥地利领土上放置移民的原产国旗帜,隐喻移民是一个“对奥地利大多数人口具有侵略性攻击的种族群体”。

意识形态层次的视觉框架研究(ideological level of framing):它是指将图像的符号和风格特征汇集成一个连贯的解释,来揭示视觉陈述背后的思想和权力关系,“这些陈述表达了什么利益?听到谁的声音?什么想法占主导地位?”这些问题不仅涉及可衡量的经济和政治利益,而且涉及文化,情感和心理领域中更微妙的性质关系,以及这些关系在从属现象中所处的各种方式(Pieterse, 1992)。这个层次解决了新闻图像如何被用作塑造公众意识和历史权力的工具问题(Anden-Papadopoulos, 2007),恰如Panofsky(1970)所言,“确定揭示一个国家、一个时期、一个阶级、一个宗教或哲学说服的基本态度的基本原则”。该层次研究多用于分析社会问题报道、灾难或战争新闻报道。比如在社会问题报道方面,媒体通过在骚乱事件报道中使用黑人照片,让受众形成“年轻的非洲裔美国人”就是罪犯的刻板印象,从而将社会问题和种族之间设置关联(Messaris & Abraham, 2001),这样的框架可能会减少同情穷人和弱势群体的受众。在移民问题方面,Cisneros(2008)的研究披露,美国媒体对无证移民的视觉描述经常呼应公众对移民的主流言论——“移民是污染物和入侵者”。又比如在战争新闻报道方面,Griffin和Lee(1995, 2002)分别对美国媒体中海湾战争和911事件中的新闻图像分析发现,前者图片支持美国政府对伊拉克的开战立场,掩盖了军事伤亡和伊拉克人民的痛苦,后者图片支持布什总统关于恐怖主义的观点,有效地“掩盖”由此产生的对伊拉克的干预以及伊拉克入侵的后果。

Entman(1991)提出新闻框架存在于两个层面:作为信息处理的精神存储原则(受众框架audience frames)和作为新闻本身的特征(媒体框架media frames)。媒体框架是“为一系列事件提供意义的中心组织理念或故事情节.....框架表明了争议的内容,问题的本质”(Gamson & Modigliani, 1987),大众媒体中新闻事件的呈现可以



系统地影响新闻接受者如何理解这些事件（Price, Tewksbury & Powers, 1995）。而受众框架是人们形成的心理地图，以应对他们每天所遭受的大量信息。根据Goffman（1974）的观点，受众积极地分类和组织他们的生活经历以理解他们。这些“解释图式”或“框架”使个人能够“定位、感知、识别和标记”他们周围的世界。从前文研究成果梳理也可以看到，目前视觉框架研究多属于媒体框架研究视角，很少有从受众框架视角来考察受众对图像及其意义的接收与阐释。而根据Rodriguez & Dimitrova（2011）的观点，无论分析视觉图像的媒体框架还是受众框架（受众对视觉总体信息的个体感知），都可以应用这四大层次的视觉框架分析系统。

## （二）图像情感语义研究

研究亚里士多德在《修辞学》中提出三种基本修辞论证方法：诉诸理性、诉诸情感和诉诸人品。其中，“诉诸情感”包含两层含义：其一是“激发观者的情感”，往往伴随着对情感的夸张；其二是“通过唤起观者的情感促使他们采取行动”，以说服观众采取特定的行动为明确的目的和导向，把情感与情绪视为行动背后的理性动机（Brinton, 1988）。经验认知表明，图像能够激发观看者的情感，但是“图像是如何激发受众情感的，又激发了受众哪些情感”，一直是研究上的难题，图像情感语义研究就旨在解答这一难题。

于20世纪90年代在计算机科学领域兴起的“图像情感语义识别研究”指的是：计算机以适当的模型描述和表达人观察图像所引起的情感反应，使用带有主观感情色彩的语义表述图像。具体操作可表现为：通过计算机得出描述图像形状、色彩、机理等人的感觉的语义描述的公式，然后再根据这些描述，得到图像的基本情感描述：愉快、紧张、放松、动感等，从而建立从图像特征与人物情感之间的关系映射（王伟凝，余英林，2003）。因此，图像情感语义分析通常要经历三个步骤：

第一步，视觉特征提取。图像有三个语义层次：特征层（图像中特定的颜色、形状、纹理等视觉特征）、对象层（图像中出现的对象及对象间相互的空间关系）、语义概念层（场景语义、行为语义和情感语义）（Eakins & Graham, 1999），且情感语义是图像的最高语义，指的是图像激发人们产生的感觉、印象、情绪等主观体验（黄崑等，2010）。

第二步，情感空间建立，也即图像情感分类，指图像能够被激发的受众情感究竟有多少种。目前学界还没有统一的标准，其中具有代表型的观点主要有：Ekman（1992）把情感分为6类，即高兴、愤怒、厌恶、恐惧、悲伤、惊讶；Mikels（2005）把情感分为8类，即表示积极情感的娱乐、敬畏、满意、刺激，表示消极

情感的生气、厌恶、害怕和悲伤; Plutchik (1950) 认为情感有8种基本类型, 分别是愉快、信任、恐惧、惊讶、悲伤、恶心、愤怒, 期望, 每种情感又有3种不同的愉悦度( valence), 即把情感分为24类( 赵思成, 姚鸿勋, 2017; 王伟凝, 余英林, 2003)。

第三步, 视觉特征与情感空间的映射。即将图像的视觉特征与受众的情感类别相匹配。目前的研究中主要使用的方法有支持向量机、神经网络、模糊理论和朴素贝叶斯等( 汤丽萍, 陈芬, 2018)。但是研究效果远不能让人满意, 其中最主要的原因之一便是底层特征与高层情感语义之间存在“语义鸿沟”, 它大大降低了图像情感识别的准确率。故而借助文本信息与图像间的情感语义关联性, 帮助缩小语义鸿沟, 不失为一种有效的补充手段( 汤丽萍, 陈芬, 2018), 比如通过对描述图像或者评论图像的文字进行“中文情感分析”, 来实现图像情感语义的识别。

### (三) 视觉修辞研究

如果说目前视觉框架研究的落脚点是回答“图像的意义表达”问题, 而图像情感语义研究的落脚点是回答“图像的情感激发”问题, 那么如何将图像符号与情感激发、意义表达两者有机结合起来? 查理斯·希尔 (Charles A. Hill) 和玛格丽特·赫尔默斯 (Marguerite Helmers) 在合编的《定义视觉修辞》一书中提出了“视觉修辞”说, 意在解决这个问题。视觉修辞研究指出, 图像符号具有“视觉劝服”(Visual Persuasion)功能, 它的作用机制表现为: 图像以一种看不见的方式制造某种劝服性的“修辞意象”(Rhetorical Image), 从而让受众产生情感认同反应(Hill, 2004)。但在图像刺激面前, 受众的第一反应只是暂时的情感, 真正有效的“视觉劝服”策略, 需要经由特定的修辞策略(转喻、象征、隐喻、互文等)的改造与涂抹, 以产生一种持续性的自反思维, 进而实现图像符号向文化意象、文化意象向价值信仰的无缝转化(Scott, 1994)。也就是说, 以“文化意象”为中介, 图像对受众的刺激, 实现了从情感到理性、从知觉到思维的跨越。这种视觉修辞理论与视觉心理学家阿恩海姆(1997/1998)的视觉思维理论不谋而合, 他指出“视觉意象”是沟通感性与理性、感知与思维、艺术与科学之间的桥梁, 思维需要通过“视觉意象”进行运行, 只有以“视觉意象”为中介, 图像文本的视觉“感知”才具有了“理性”的基础以及“思维”的可能。

视觉意象具有三种样态: 原型意象、概念意象、符码意象。原型意象本身携带元语言, 因而具有强大的意义赋值功能。因为图像文本意义的不确定性, 其释义过程必然依赖于一定的元语言系统, 而原型意象的征用则创设了文本释义的文化语

境;概念意象的思维本质是隐喻思维,本质上是由图像表征到概念意指的系统映射,概念与特定的视觉形式“相遇”,从而使得我们能够在图像维度上来把握概念;当一种符码形式获得了普遍的社会认知基础,并且承载了一定的认同话语时,它便成为符码意象(刘涛,2018)。

“意象”强调的是“意”与“象”的结合,物象(Physical image)与寓意(Connotation)是意象(Image)的两个重要的组成部分。物象是信息意义的载体,是形成意象的客观事实;寓意是物象在一定语言文化环境中的引伸意义。具体的意象究竟有多少种?应该说,有多少种物象,就有多少种意象的可能。意象可以有空间意象,如弄堂、闺阁;有景物意象,如流水、月光;有动物意象,如鸽子、麻雀;有衣物意象,如旗袍、婚服等(李澜,2014)。文化意象的构造,就是从“物象”到“寓意”的转化过程,其中主要诉诸于两种修辞手段:隐喻修辞和转喻修辞。换句话说,视觉修辞的核心策略之一,便是运用隐喻和转喻这两种修辞手段,对“各种文化意象”加以“启动、提炼、招募与征用”(刘涛,2011)。

隐喻修辞就是用一种事物暗喻另一种事物,在彼类事物的暗示之下感知、体验、想象、理解、谈论此类事物的心理行为、语言行为和文化行为。比如“红光”这个物象,常用来描绘小孩子出生时整个庭院被“红光”笼罩的景象,象征着这个小孩命运非同寻常将飞黄腾达,久而久之“红光”便被约定俗成用来隐喻“飞黄腾达”的“命运”,“红光意象”便成为了一种展现人物命运的意象。转喻修辞就是指当甲事物同乙事物不相类似但有密切关系时,可以利用这种邻接关系,以乙事物的名称来取代甲事物的一种修辞手段。比如电视选秀节目中起用“李宇春”为形象代言人,来暗示所有海选女孩,“你”可能就是下一个“李宇春”,这里“李宇春一夜成名”转喻成“所有海选女孩一夜成名”。

按照刘涛(2011)的观点,从图像符号到文化意象的转化是启发性认知机制在工作,而从文化意象到价值信仰的转化便是系统性认知机制在起作用。可以借助“罗克奇价值量表”(Rokeach Values Scale)中的“终极性价值观”概念来考察视觉修辞竭力构造的价值。所谓终极性价值观,是对生命的终极期望状态,一定意义上是以普世伦理为其基本叙事机制,比如救世、友谊、自尊、幸福、自由、平等、快乐、安全、睿智、社会承认、成就感、内在和谐,等等。为了有效地激活心理活动的系统性认知机制,一个核心的视觉修辞策略是:视觉符号所制造、所招募的文化意象首先应该和某种终极性价值观建立连结关系——或者是对终极性价值观的正面渴求与仰望,或者是为了达到特定的寓言或反讽效应而对终极性价值观的解构与颠覆。

## 二、研究问题的提出与研究方法

### （一）研究问题的提出

基于以上视觉框架理论，本研究拟从受众视觉框架的视角来考察新媒体事件图像传播中的情感激发与意象表达。

新媒体事件主要指以网络为传播媒介，由网民传播、推动事件进程并挑战主流意识形态和现存社会权力结构的权威，带有争议性的社会事件（Gillmor，2006）。本研究选取受众视觉框架作为研究视角，考察内容分两个部分：第一部分旨在考察图像如何引发公众的关注进而引发新媒体事件舆情发酵；第二部分旨在考察公众如何通过观看对图像符号展开意义阐释进而影响自身关于新媒体事件的舆论表达。之所以选择受众视觉框架而不是媒体视觉框架，原因有二：一是新媒体事件图片的传播者并不仅仅局限于作为报道主体的媒体组织，还常常表现在作为爆料者的公众个人；二是在新媒体事件舆情传播中，媒体对图片进行视觉框架设置的说服效果，可能因遭遇受众的对抗式解读而被瓦解。而找出公众对图片意义进行解读的规律，正是本文要研究的重点。

具体研究问题如下：

1. 新媒体事件图像的视觉框架类型有哪几种？分别激发了公众的哪些情感，进而促使事件以及事件所反映的社会矛盾或问题迅速成为公众关注的焦点，完成公众议题建构，实现舆论发酵？
2. 新媒体事件图像的视觉框架创造了哪些文化意象？这些文化意象所转化的价值观是什么，进而促使公众实现舆论价值观的表达？
3. 不同类型的新媒体事件在采用图像视觉框架的偏好上是否存在差异？所创造的文化意象类型又是否存在差异？
4. 不同类型的新媒体事件，其图像视觉框架的情感激发与文化意象存在怎样的关联性？

### （二）研究方法

以人民网舆情监测室发布的年度《中国互联网舆情分析报告》所评选出的每年20件网络热点事件为基础，选取2007年至2015年九年来有着明显热点图像传播现象的50件新媒体事件中的图像作为研究对象。样本标准为：只选取那些由图像引发网民关注的新媒体事件，即图像在第一篇爆料的帖子（博文）或者新闻报道里就已经出现，且因图像给公众强烈的视觉冲击进而引发公众对事件的积极关注，导致舆情发酵。有些新媒体事件，其中的图像传播只是在中后期进入公众视野，如2009年张



海超“开胸验肺”事件，其自证病情开胸验肺的图片在舆情后期才广为传播，并没有在一开始引发网民关注，便不在此次研究范围之内。因视频与图片的符号构成特征存在巨大差异，不能混为一谈，故本研究样本仅限于图片，那些主要由视频引发网民关注的新媒体事件，如“小悦悦事件”“山东招远麦当劳事件”，也不在本研究范围内。由于部分新媒体事件第一篇爆料帖子或新闻报道同时出现好几幅图片，皆纳入考察范畴，故而本研究共获得50件新媒体事件的图片65张。

对于新媒体事件的类型划分，目前国内学界仍无统一说法，较有代表性的划分标准有邱林川、陈韬文（2009）、许鑫（2011）和方洁（2014）等几种。<sup>1</sup>本文认为，邱林川与方洁的分类中有三种虽命名上略有差异，但实质上存在高度重合性（反贪腐监督事件、权益抗争事件、道德丑闻事件），而各自剩余的一种则互为补充（民族主义事件、文化冲突事件），许鑫的分类中补充了另一类事件，即公共安全事件，故而本文综合这三种分类标准，囊括邱林川、方洁的划分种类，并添加许鑫划分出来的“公共安全事件”，最终将新媒体事件划分为六类：权益抗争事件、反腐监督事件、公共安全事件、道德丑闻事件、民族政治事件、文化娱乐事件。权益抗争事件强调强弱之争，尤其是弱者争取和捍卫权益的过程；反腐监督事件主要涉及监督公权力的腐败；公共安全事件主要包括天灾人祸类公共突发性社会事件；道德丑闻事件主要涉及对事件当事人及相关群体的道德指摘；民族政治事件指涉及国家利益和民族感情的事件；文化娱乐事件多涉及娱乐化解读文艺事件。在50份事件样本中，权益抗争事件为22件（44%）；反腐监督事件9件（18%）；公共安全事件9件（18%）；道德丑闻事件6件（12%）；民族政治事件2件（4%）；文化娱乐事件2件（4%）。

表1：2007-2015图像引发关注的新媒体事件一览表

事件类型	事件具体名称
权益抗争事件 44%	2015男童饿成干尸事件、2014广西玉林狗肉节事件、2014湖南湘潭产妇羊水栓塞、2014海南校长性侵小学生事件、2014撑同志反歧视运动、2013冀中星首都机场爆炸案、2012山西安康产妇被引产、2012四川什邡群体性事件、2012广东乌坎事件、2012启东排污事件、2011湖北利川官员非正常死亡事件、2011“随手拍解救被拐儿童”行动、2012钱云会事件、2010江西宜黄拆迁自焚事件、2010安徽池州掀翻市长轿车事件、2010马鞍山6·11事件、2009唐福珍自焚事件、2009湖北巴东邓玉娇案、2009湖北石首群体性事件、2007重庆最牛钉子户事件、2007厦门PX项目事件
公共安全事件 18%	2015上海外滩踩踏事件、2015福建漳州PX项目爆炸、2015天津滨海新区爆炸事故、2014昆明火车站暴恐事件、2012哈尔滨阳明滩大桥坍塌事件、2013黄浦江死猪事件、2011铁道部7·23甬温线动车事故、2011上海地铁追尾事件、2009成都公交车燃烧事件、2009央视新址大火事件



反腐监督事件 18%	2013黄浦江死猪事件、2012微笑局长杨达才事件、2011郭美美炫富事件、2011四川会理领导悬浮照事件、2009最年轻市长周森锋打伞门事件、2009杭州宝马飏车案、2008六警察打死大学生事件、2008周久耕事件、2007周正龙华南虎事件
道德丑闻事件 12%	2015上海小学生为老师打伞、2014西安医生手术台自拍、2014文章出轨事件、2013老外撞大妈事件、2009大学生救人被挟尸要价、2007唐笑怒踢武警战士事件
民族政治事件 4%	2012中国保钓人士登上钓鱼岛事件、2008圣火受阻与抵制家乐福事件
文化娱乐事件 4%	2015女教师辞职信、2010犀利哥事件

本研究主要针对65张新媒体事件图片进行定量内容分析,对视觉框架、情感反应、文化意象和价值观内涵四方面进行编码,然后运用SPSS软件对相关数据进行处理。

视觉框架类型编码:本研究主要内涵层次的视觉框架研究模式中van Leeuwen (2001)多模态话语分析方法中提出的“信息值”(information value)、“显著性”(salience)、“取景”(framing)和“情态”(modality)四大要素来识别视觉框架。“信息值”是指图像中的各种元素占据不同的位置而实现各自的价值,如中心与前景的信息重要,边缘的信息次要等;“显著性”是指不同元素在前景或背景中的不同位置、大小、亮度等方面的差异,以引起读者不同程度的注意;“取景”是通过造成分割线条或实际分割框架的线条,隔断或连接图像中的元素;“情态”要素强调的是图画表达手段的使用(色彩、再现的细节、深度、照明和语境等)对现实真实度的反映。比如有些图片颜色被处理成黑白虽然会造成失真但却带来感情强烈的效果(韦琴红,2008:18-19;杨颖,2016)。这四大元素同时兼顾了外延层次的视觉框架研究模式中的“主题内容”,以及文体层次视觉框架模式中Bell(2001)提出的为学界普遍所接受的三大元素“社会距离、视觉模态和主体行为”,最为集中展现了各图像元素诸如色彩、形状、空间、位置、场景的意义建构作用。故而以此来识别视觉框架,可以归纳出新媒体事件图像视觉框架五大类别:(1)政治框架(2)悲剧框架(3)冲突框架(4)奇观框架(5)标语框架(详见表2)。

情感反应编码:运用中文情感分析工具来分析图像的情感激发功能。因为Plutchik的划分较为全面与贴切,既涵盖了Ekman所有类型的内容,又避免了Mikels

表2：新媒体事件图像的视觉框架类型及其要素一览表

视觉框架类型	信息值（主题）	显著性（主体行为）	取景（社会距离）	情态（视觉模态）	范例
政治框架	多反映政治人物的正面形象的静态瞬间	人物多居于图像的中心位置	中近景镜头为主	色彩浓烈，突出人物的表情，周围环境用以衬托人物的状况	 图1：微笑局长杨达才事件
悲剧框架	多反映个人悲惨命运的静态瞬间	人物多居于图像的中心位置	中近景镜头为主	以灰暗冷色调为主，不突出人物的表情，突出周围环境的反应	 图2：男孩饿成干尸事件
冲突框架	多反映人、事、物矛盾双方对峙的动态瞬间	突出冲突双方的规模，并突出冲突双方或一方人物表情、动作	中近景镜头为主	以灰白冷色调为主	 图3：四川什邡群体性事件
奇观框架	多反映事物或活动的宏大场景	缺乏核心焦点，重在体现场面的壮观	远景镜头为主	色彩浓烈，具有强烈的视觉现场冲击力	 图4：天津塘沽大爆炸事件
标语框架	多反映标语内容与含义	举标牌的人物为标语之外的另一核心焦点	近镜头为主	忽略不计	 图5：校长开房找我社会运动

划分命名上的口语化（具体可见文献综述相应部分），所以本研究采用Plutchik的情感类型划分标准，将情感划分为8种类型：（1）愉快（2）信任（3）恐惧（4）

惊讶（5）悲伤（6）厌恶（7）愤怒（8）期望，进而对图像所激发的公众情感反应类型进行编码。对此，本文搜集每一个新媒体事件第一篇含有图片的爆料贴子（博文、新闻报道）下面的网友评论，随机抽选网友评论50份/每张图片，然后运用中文情感分析工具平台“NLPIR大数据搜索与挖掘共享平台”的“情感分析”功能，对这50份评论进行情感语义识别，得出基于每张图片的情感类型分布图，将占据优势比例的那一种情感，编码为该图的“情感反应类型”。由于不少图片评论整体上同时反映了两种甚至两种以上的情感，故而本研究将情感反应类型细分为11种，在Plutchik的划分基础之上，另外增加三种：（9）悲伤 & 愤怒（10）惊讶 & 恐惧（11）厌恶 & 愤怒。

意象样态编码：按照刘涛对于视觉意象的分类标准，本研究将意象样态划分为3种，（1）原型意象（2）概念意象（3）符码意象。

价值观内涵编码：参照克罗齐价值量表，结合新媒体事件价值观表达的实际，将价值观内核划分为10类：（1）体制公平（2）法律平等（3）环境正义（4）社会安全（5）政治清廉（6）国家强大（7）民族统一（8）社会信任（9）个人自由（10）其他。

三、研究发现

（一）新媒体事件图像所运用的视觉框架以“悲剧框架、奇观框架和冲突框

表3：新媒体事件图像视觉框架类型与情感反应类型 交叉表

视觉框架类型	情感反应类型										
	悲伤	悲伤&愤怒	愤怒	惊讶	恐惧	惊讶&恐惧	期望	厌恶	厌恶&愤怒	愉快	信任
政治框架								50.0%	50.0%		
悲剧框架	36.8%	63.2%									
冲突框架			78.6%					21.4%			
奇观框架				50.0%	5.6%	44.4%					
标语框架							100.0%				
无特定框架				14.3%			14.3%	14.3%	28.6%	28.6%	
合计	10.8%	18.5%	18.5%	13.8%	1.5%	12.3%	6.2%	9.2%	6.2%	3.1%	

架”为主，多激发“悲伤、愤怒、恐惧、厌恶”等负面情绪。

1.不同类型的图像视觉框架，所激发的情感类型存在较大差异。而一个特别的现象是，政治框架所激发的情感类型，在传者与受众之间存在巨大反差（具体数据见表3）。

悲剧框架：激发“悲伤”情感的几率是100%，同时激发“悲伤”和“愤怒”情感的几率也非常高（63.2%），如图1中男童尸体居于中心位置，惨状触目惊心，被放置在了图像的前景处，具有显著性，且突出了图片中背景人物的动作表情，容易让观看者产生与图片中旁观者相同的情感体验，产生悲伤的情绪。

冲突框架：主要激发了“愤怒”情感（78.6%），有时也会激发“厌恶”情感（21.4%），如图3观看者往往容易被力量悬殊的冲突场景或冲突一方细微的表情所触动，站在弱势方的立场上产生针对强势方的愤怒情绪。

奇观框架：主要激发了“惊讶”和“恐惧”情感，并且同时激发这两种情感的几率也不小（44.4%），如图4的天津塘沽大爆炸事故，火光冲天、到处都是残砖断瓦，广场的汽车瞬间化为灰烬只剩铁架，场面对受众的震撼程度不亚于好莱坞大片的灾难特效厉害，让人容易产生惊讶、恐惧的情绪。

标语框架：无一例外激发的是“期望”情感（100%），如图5多数网友看到图像纷纷效仿表示支持，表达了“期望”社会运动能见成效的朴素情感。

政治框架：政治框架主要激发了“厌恶”和“愤怒”情感，并且同时激发这两种情感的几率高达50.0%。但实际上政治框架中的原图均为官方媒体记者拍摄，意在対图片中的官员进行正面报道，以求激发受众对官员的“信任”情感。然而事实证明图像传播中的媒体框架意图与受众框架效果大相径庭，如图6和图7。根据表4的媒体报道内容与网民解读内容可以发现，图6是当地媒体报道新任市长上任之前下乡考察工作的事情，意在树立新市长勤政爱民的形象；图7是新华社媒体报道高



图6 周森锋打伞门事件



图7 微笑局长杨达才事件

速路重大交通事故动态以及当地交通局长第一时间

赶赴事故现场的现场图片，意在宣传其兢兢业业的工作精神。然而公众却从“29岁的市长需要专人打伞”这一细节中嗅出了“官僚主义作风”的味道，从“局长的微笑”这一表情中读出了“官员对平民百姓冷血无情”的内涵。

表4：政治框架中的媒体报道与网民解读案例

事件	媒体报道内容	网民舆论发酵来源
周森锋打伞门事件 (图6)	2009年6月7日下午，市委副书记、代市长周森锋冒雨来到流水镇，就西瓜产业发展、新农村建设、镇村两级财政收入情况进行调研。周森锋（左一）在流水镇调研西瓜产业发展情况。 ——2009年6月23日宜城市政府网站《湖北宜城29岁市长周森锋工作照[组图]》	6月21日下午，宜城市四届人大四次会议以无记名投票的方式，选举产生了新一任人民政府市长。据了解，以全票当选市长的周森锋今年29岁，系湖北省目前年龄最小的市长。周森锋（左一）这么年轻为什么不自己打伞呢 ——2009年6月23日凯迪社区网友rawkohu《29岁市长周森锋为什么不自己打伞？》
微笑局长杨达才事件 (图7)	8月26日凌晨2时许，陕西省延安市境内的包茂高速公路安塞服务区南出口处发生一起特大交通事故，一辆双层卧铺客车和一辆甲醇运输罐车追尾，并致两车起火，经确认，事故共造成36人死亡。……目前伤员救治、现场勘查和事故调查等工作正在紧张进行当中。（新华社记者 李一博 摄） ——2012年8月26日新华网《陕西延安特大交通事故35名遇难者身份得到认定》	事故现场官员满面笑容，情绪稳定。 ——延安市境内的包茂高速公路发生卧铺客车与罐车追尾事故，致36人死亡。 ——2012年8月26日新浪微博网友@JadeCong

（3）同一类型的新媒体事件，若采用不同类型的框架，引发的情感刺激也会不同。

通过比较研究发现，即使是同一类型的新媒体事件，若是使用不同的框架进行图像表征，引发的情感刺激也是不相同的。如反腐监督事件，以2008年六警察打死大学生事件（图8）与2009年杭州宝马飊车案（图9）进行对比便可以发现，前者采用的是“悲剧框架”引发悲伤；后者采用的是“冲突框架”，引发愤怒。



图8：2008年六警察打死大学生事件



图9：2009年杭州宝马飊车案



（4）虽然不同视觉框架激发的情感反应具有较大差异，但整体上呈现负面情感的高度一致。

在Plutchik划分的8种情感类型里，有“恐惧、悲伤、厌恶、愤怒”四类负面情绪，“惊讶”属于中立情绪，“愉快、信任、期望”三类属于正面情绪。值得注意的是，虽然不同的视觉框架激发的是各种不同的情感反应，但是根据表3可以知道，新媒体事件中“悲伤、愤怒、恐惧、厌恶”这四类负面情绪的出现率非常高，合计占比77.0%。其中“信任”情感从未在新媒体事件的图像中出现过，“愉快”情感虽然出现，但与视觉框架的刺激并没有直接联系，而“期望”情感仅在标语框架中出现过（见表3）。可见，新媒体事件图像传播中激发的大部分都是负面情感。

（二）新媒体事件图像的视觉框架主要营造了灾难意象、死亡意象、水舟意象、人多力量大意象以及蒙冤受辱者意象等，传达了丰富的意象内涵。

1.新媒体事件图像传播中较多的运用了原型意象和符码意象这两种意象样态，营造出多元化的文化意象，具体意象内涵各有侧重。

根据表5可以知道，在38.5%的新媒体事件图像中发现了“原型意象”，在57.0%的图像中发现了“符码意象”，且有4.6%的图像兼有“原型意象”和“符码意象”；同时并没有在图像中发现“概念意象”。有且只有9.2%的图像缺少文化意象。

表5 新媒体事件图像视觉框架中的文化意象类型一览表

意象样态	意象类型	所占比例	意象的原型或符码表征	意象内涵（意义层）
原型意象	人多力量大意象	12.3%	叙事原型：人心齐泰山移	众志成城
	蒙冤受辱者意象	12.3%	叙事原型：蒙冤受辱	弱小个体的悲惨命运
	水舟意象	10.8%	叙事原型：水能载舟亦能覆舟	压迫与反抗
	侠客意象	3.1%	叙事原型：侠义英雄	义士追求公理与正义
符码意象	灾难意象	15.4%	火、残垣断壁	普通百姓面临毁灭
	死亡意象	10.8%	血	普通百姓面临灾难与死亡
	道德败坏者意象	7.7%	笑、怒、木然等表情	道德败坏
	贪腐官员意象	6.2%	表、笑、打伞	官员权力腐败
	水舟意象	4.6%	车、政府大楼	百姓反抗暴政
	家国意象	4.6%	火炬、国旗	维护国家尊严
	社会运动意象	4.6%	人物社会身份	社会运动支持者画像
	纨绔子弟意象	3.1%	车	权贵生活糜烂奢腐

首先分析原型意象。在新媒体事件图像中，主要存在着“水舟意象”<sup>2</sup>（如安徽池州事件中的群众掀翻市长轿车）、“人多力量大意象”（如湖北石首事件中的群

众围堵政府）、“蒙冤受辱意象”（如被绑在精神病院上的邓玉娇）以及“侠客意象”（自焚抗拆的唐福珍）等原型意象。

原型，作为具有一定稳定性的、典型的、反复出现的意象、象征、人物、母题、思想或叙述模式即情节，其根源既是社会心理的，又是历史文化的它往往根植于同一民族或同一国家人民的内心之中，作为一种潜在因素和深层动机影响着读者对文本的解读（曾庆香，2005）。第一，在中国古代文化中从公元前209年的陈胜吴广起义，到《水浒传》里108条被官府逼上梁山的好汉揭竿而起，都可以管窥具有官逼民反之意的“水能载舟亦能覆舟”原型意象，并在当代“征地拆迁抗争”类的新媒体事件传播中（如安徽池州村民因征地拆迁纠纷掀翻市长轿车事件）再次密集地召唤出来；第二，“人多力量大”也一直占据中国人文化意识中的核心地位。

“三个臭皮匠顶个诸葛亮”“众人拾柴火焰高”“人心齐，泰山移”“聚沙成塔，集腋为裘”等民间谚语都表达了对这种文化传统的肯定与认同，在新媒体事件中“人多力量大”的原型意象不断被召唤（如湖北石首事件数万群众围堵交通），以表达人们众志成城维权抗争的精神。第三，“蒙冤受辱意象”更是在各种文学作品与民间故事中流传不息，从六月飞雪的窦娥冤、杨乃武与小白菜，到被恶霸欺负的武大郎身上都可以看到，并且这些“蒙冤受辱意象”在当代城管、救助站、拆迁、征地、计生等领域发生的各种被侮辱与受损害故事中（如陕西安康妇产被强制引产）毫无违和的再次被激活。第四，在中国文化中“侠”是英雄，更是具有豪迈人格风范的印象，从岳飞“三十功名尘与土”到施谷兰一弱女只身刺杀孙传芳报家仇民恨，都可以从中看到“侠士”的凛然正气。在新媒体事件中，无论是自焚抗争的唐福珍，还是在机场手持爆炸物以死相博求关注的冀中星，都化身为“侠客义士”，成了追求公理和正气的象征。当图像携带了原型意象的形式，它便获得了强大的意义赋值系统，帮助我们把握图像的意义。

其次分析符码意象。在新媒体事件图像中，常用的符码意象有：火、血、手表、火炬、国旗、伞、政府大楼、残垣断壁、人物表情（微笑、发怒、木然等）。这些符码所塑造的意象，要跟中国传统与当前特定的文化情境相联系起来。

在中国文化中，“火”常常被赋予两大象征意义，一是毁灭，二是洗礼。“血”则蕴含着“血光之灾”的含义，表示的是天灾人祸，艰难困苦带来的灾难。同时也被赋予生命意义，流血，就意味着失去生命，如《旧唐书·李密传》中就有描写“尸骸蔽野，血流成河，积怨满于山川，号哭动于天地”。在公共安全事件的图像传播中常常出现“火”和“血”的意象元素，与“残垣断壁”的意象元素相结合，

营造出老百姓生命被毁、家园被毁“灾难意象”和“死亡意象”。“车、伞”等一系列符码则是“官权力”的象征，其象征意义来源于生活经验。皇家贵族是尊者，从来都是让下人驾车打伞，而绝不自己亲自为之，久而久之本来遮阳避雨的伞盖和代替走路的车马，就成为了体现权贵威仪的一种仪仗（王飞，2010）。“车、表”同时也是“财富”的象征，“车、表”在历史上首次登台均是以一种奢侈品的形象出现，只有权贵阶层才有财力拥有它们。在安徽池州事件中，人们把车推翻，就是象征着把侵害老百姓利益的权贵阶层推翻。另外，“笑、怒、木然”等一系列表情都能被赋予象征意义。表情具有生理性、心理性和社会文化性几重密码，一个表情都能被解读出多重内涵，非常复杂。比如笑，在中国古代的画作上帝王臣子往往没有一丝笑容以示威仪，因为笑容意味着轻浮和浅薄；可到了新中国建设时期的学大寨学雷锋等主题宣传画中往往又呈现出笑容，来表明了一种革命乐观主义和政治正确性（孙振华，2017）。而在新媒体事件中，官员在事故现场的“笑”会被赋予“对老百姓生命的漠视”态度（微笑局长杨达才事件）、明星对无辜百姓的“怒”会被赋予“对老百姓作威作福”的意义（超女唐笑怒骂武警战士）、捞尸队员对尸体的“木然”表情会被贴上“冷漠无情”的职业群像标签。

另外，需要特别指出的是，在“社会运动意象”中，常常征用的符码并不是“手持标语的人物本身”，而是“人物所具有的社会身份”。如“校长开房找我放

表6 新媒体事件图像中的视觉框架类型与文化意象类型交叉表

文化意象类型	视觉框架类型						合计
	悲剧框架	冲突框架	奇观框架	标语框架	政治框架	无框架	
道德败坏者意象		35.7%					7.7%
水舟意象		50.0%					10.8%
纨绔子弟意象		7.1%				14.3%	3.1%
家国意象	5.3%	7.1%				14.3%	4.6%
蒙冤受辱者意象	42.1%						12.3%
死亡意象	36.8%						10.8%
侠客意象	10.5%						3.1%
人多力量大意象			44.4%				12.3%
灾难意象			55.6%				15.4%
社会运动意象				100%			4.6%
贪腐官员意象					100%		6.2%
无意象	5.3%					71.4%	9.2%
合计	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

过小学生”社会运动中那张广为流传的图片，中心人物是手持标语的叶海燕，但在受众眼中叶海燕的形象不再代表她本人，而是代表着性工作者这一群体，因而图像隐喻着“性工作者”对运动的支持。

通过表6的分析可以知道，不同的图像框架营造出来的文化意象存在较大差异。悲剧框架主要营造的是蒙冤受辱者意象（42.1%）、死亡意象（36.8%）和侠客意象（10.5%）；冲突框架主要营造的是水舟意象（50.0%）、道德败坏者意象（35.7%）、纨绔子弟意象（7.1%）和国家尊严意象（7.1%）；奇观框架主要营造的是社会灾难意象（55.6%）和人多力量大意象（44.4%）；政治框架主要营造的是贪腐官员意象（100%）；标语框架营造的则是社会运动意象（100%）。

（三）不同类型的新媒体事件对视觉框架的选择上存在偏好，尽管它们在营造文化意象方面存在较大差异，但较为集中地反映了人们对于“民主法治”和“清明政治”的价值诉求，且在整体上呈现出负面情感刺激的一致性。

1.不同类型的新媒体事件在使用图像视觉框架上存在不同偏好。

根据统计数据（详见表7），权益抗争事件所采用的视觉框架类型较为多元，按照被运用比例高低顺序排列依次是：悲剧框架（37.9%）、冲突框架（27.7%）、奇观框架（21.5%）、政治框架（6.2%）和标语框架（4.6%）。值得注意的是：在权益抗争事件中，奇观框架总是与冲突框架一起相互配合着使用，而不是被单独使用。公共安全事件主要采用了奇观框架（58.8%）和悲剧框架（41.2%）。且通过进一步数据挖掘发现，高达77.8%的公共安全事件同时运用了这两种框架类型。反腐监督事件以政治框架占有明显的优势（50.0%）；道德丑闻事件以冲突框架占据绝对优势（83.3%）；民族政治事件没有显示出优势框架类型，而文化娱乐事件则没有发现明显的框架特征，其中不排除“样本量过小”因素的影响。

表7：不同类型新媒体事件图像传播的视觉框架分布一览表

事件类型	视觉框架类型						合计
	悲剧框架	冲突框架	奇观框架	标语框架	政治框架	无特定框架	
权益抗争事件	37.9%	24.1%	24.1%	10.3%			100.0%
公共安全事件	41.2%		58.8%				100.0%
反腐监督事件	12.5%	12.5%			50.0%	25.0%	100.0%
道德丑闻事件		83.3%				16.7%	100.0%
民族政治事件		33.3%	33.3%			33.3%	100.0%
文化娱乐事件						100.0%	100.0%
合计	29.2%	21.5%	27.7%	4.6%	6.2%	10.8%	100.0%

2.不同类型事件所产生出的文化意象存在差异，指向的寓意内涵各有侧重，但较为集中地反映了人们对于“民主法治”和“清朗政治”的价值诉求。

尽管文化意象从种类上来说较为多元，但在寓意内涵的指向上却存在很多共通之处。比如权益抗争型事件，它们主要包含四种不同的文化意象，但始终指向体制公平、法律平等、环境正义等“公平正义”类寓意内涵，反映了公众对“民主法治”的舆论诉求。通过总结归纳，可以把寓意内涵及公众舆论表达内核划分为四类（详见表8）。

表8：不同类型新媒体事件中的视觉框架、文化意象与情感反应一览表

事件类型	视觉框架类型	文化意象 （比例）	价值观 内涵	舆论 内核	情感 反应
权益抗争事件	悲剧框架（37.9%） 冲突框架（27.7%） 奇观框架（21.5%） 政治框架（6.2%） 标语框架（4.6%）	水舟意象（24.1%） 人多力量大意（24.1%） 蒙冤受辱者意（24.1%） 社会运动意象（10.3%）	体制公平 法律平等 环境正义	民主法治	悲伤 愤怒 恐惧 期望
公共安全事件	奇观框架（58.8%） 悲剧框架（41.2%）	灾难意象（58.8%） 死亡意象（41.2%）	社会安全 政治清廉	清朗政治	悲伤 恐惧 愤怒 厌恶
反腐监督事件	政治框架（50.0%） 悲剧框架（12.5%） 冲突框架（12.5%） 无特定框架（25.0%）	贪腐官员意象（50.0%） 纨绔子弟意象（25.0%） 蒙冤受辱者意（12.5%）			
民族政治事件	冲突框架（33.3%） 奇观框架（33.3%） 无特定框架（33.3%）	家国意象（66.7%）人 多力量大意象（33.3%）	国家强大 民族统一	民族复兴	厌恶 愤怒
道德丑闻事件	冲突框架（83.3%） 无特定框架（16.7%）	道德败坏者意象 （88.3%）	社会信任	社会信任	愤怒 厌恶
文化娱乐事件	无特定框架（100%）	无特定意象（100%）	个人自由	个人自由	愉快

（1）公民权利层面对民主法治的诉求。权益抗争事件主要生产出水舟意象（24.1%）、人多力量大意象（24.1%）、蒙冤受辱者意象（24.1%）和社会运动意象（10.3%），主要展现在弱势群体在城管、救助站、拆迁、征地、计生等领域因国家执法暴力遭遇的悲惨命运，激发公众对“民主法治”的诉求。

（2）公共政治层面对清朗政治的诉求。公共安全事件主要生产出灾难意象（58.8%）与死亡意象（41.2%），主要展现老百姓在交通运输事故、环境污染、生态破坏事件等事故灾难现场的悲惨遭遇，这些公共安全问题的产生根源往往是由于



国家公共安全监管机制的不健全,故而公众的悲伤、恐惧以及对“政府失职”的愤怒情绪最终转化成对“责任政府”的诉求。而反腐监督类事件中的“腐败官员意象”(50%),“纨绔子弟意象”(25.0%)激发公众对“清廉政治”的诉求。

(3) 民族政治层面对民族复兴的诉求。钓鱼岛事件与奥运火炬受阻等民族政治事件中产生的“家国意象意象”(66.7%)和“人多力量大意象”(33.3%)激发了公众对“国家强大”“民族统一”的诉求。

(4) 社会道德层面对社会信任的诉求。道德丑闻事件反映的是道德性信任机制在现代化社会的全面崩塌,对“道德败坏者意象”(83.3%)的营造,激发公众对“社会信任”机制重新的诉求。

(5) 社会压力层面对个人自由的诉求。文化娱乐类事件图片数量过少,并没有显露出明显的意象规律,但它们的广泛传播体现了公众对权威的颠覆、对新兴事物的追求、对打破常规的渴望,及对“个人自由”的诉求。

总之,通过对文化意象的营造,新媒体事件主要实现了五个层面的价值观诉求:公民权利层面对民主法治的诉求、公共政治层面对清明政治的诉求、民族政治层面对民族复兴的诉求、社会道德层面对社会信任的诉求、社会压力层面对个人自由的诉求。

3. 尽管不同类型新媒体事件所营造的文化意象具有多样性,但整体而言所激发出来的负面情感具有相对一致性。

在所有的文化意象中,被塑造得最多的文化意象从高到低依次排列是:灾难意象(15.4%)、人多力量大意象(12.3%)、蒙冤受辱者意象(12.3%)以及水舟意象(10.8%)和死亡意象(10.8%),具体数据见表5。这些文化意象主要由悲剧框架、冲突框架和奇观框架营造,故而激发的多为“悲伤、愤怒、恐惧、厌恶”等负面情感。

#### 四、结论与讨论:尝试建构新媒体事件图像传播的情感范型

综上所述,能否从整个过程中总结归纳出新媒体事件图像传播的一般规律呢?要回答这个问题,就不得不追溯到视觉修辞的情感范型研究。20世纪图像学家阿比·瓦尔堡(Abbie Warburg)提出“情感范型”(Pathos formel)概念,来揭示图像制作者在具体的情境之中,如何借助特定的情感类型图像来实现修辞意图(林成文,2017)。英国艺术史家肯尼斯·克拉克(Kenneth Clark)对“情感范型”的修辞维度做了进一步的阐释,他探讨了视觉艺术史中几种重要的“情感范型”,如

“力量”“痛苦”和“迷狂”：比如“力量”的经典表现图式是人的一条腿弯曲，另一条腿和他的背部构成一条延伸的斜线，形成“英雄对角线”。这类情感图式将人体转变为“英雄主义”价值的视觉符号，在进行政治宣传的时候用以唤起民众的荣誉感和崇敬感（Clark，1956）。

笔者认为，本研究所尝试建构的图像框架类型，恰恰是对瓦尔堡“情感范型”运用到新媒体事件图像符号传播中的一种大胆尝试。每一种类型的图像框架都可视为一种情感范型。如果克拉克提出的“力量”“痛苦”“迷狂”类型是艺术领域的情感范型，那么本研究建构的“悲剧框架”“冲突框架”“奇观框架”“政治框架”和“标语框架”便是新媒体事件图像传播领域的五种“情感范型”。

悲剧框架：多为权益抗争事件与公共安全事件所运用，多引发“悲伤”情感刺激，且常常同时引发“悲伤 & 愤怒”的情感刺激；主要营造的是蒙冤受辱者意象、使者意象和死亡意象，多反映公众对体制公平、法律平等和环境正义的诉求。

冲突框架：被运用得最为广泛，在道德丑闻事件、权益抗争事件、反腐监督事件和民族政治事件都有涉及，多引发“厌恶”和“愤怒”的情感刺激；主要营造的是水舟意象、道德败坏者意象、纨绔子弟意象和国家尊严意象，多反映公众对政治清廉、国家强大和社会信任的诉求。

奇观框架：主要为公共安全事件和权益抗争事件所运用，其中100%的公共安全事件和环境群体性事件类的维权抗争都有用到奇观框架，多引发“恐惧 & 惊讶”的情感刺激；主要营造的是社会灾难意象和人多力量大意象，多反映公众对社会安全、体制公平和环境正义的诉求。

政治框架：主要运用在反腐监督事件中，大多数反映的是人们对公权力人物形象的厌恶、对公权力腐败的愤怒情感，多引发“厌恶 & 愤怒”的情感刺激；主要营

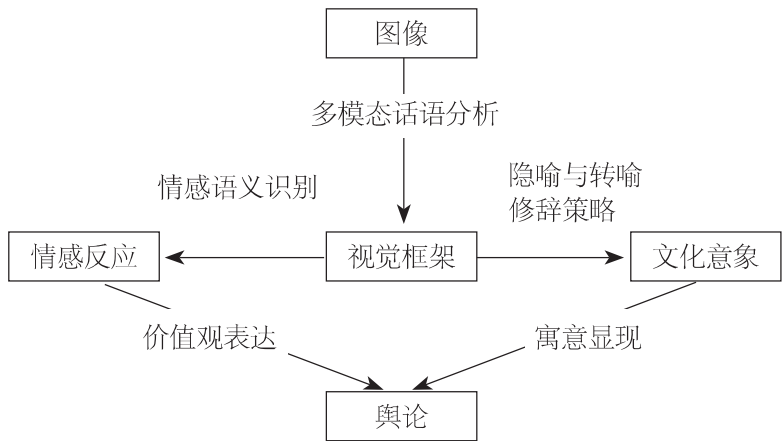


图10：新媒体事件“情感范型”图像传播模式

造的是贪腐官员意象，多反映公众对政治清廉的诉求。

标语框架：主要运用在新社会运动类的权益抗争事件中，多引发“期望”情感刺激，营造的是社会运动意象，多反映的是公众对民主政治的诉求。

在建构这五种情感范型的基础上，本研究对新媒体事件“情感范型”图像传播模式进行了雏形描绘（详见图10）。

如图10所示，新媒体事件“情感范型”图像传播模式就是：以“视觉框架”的创建和传播为核心，分两步走。第一步，图像通过对信息值、显著性、取景和情态等诸多元素的运用，创建关于事件信息的“视觉框架”。第二步，两面同时出击，一方面视觉框架激发受众强烈的情感体验，引发受众对事件产生关注；另一方面视觉框架通过符号的隐喻修辞机制给受众头脑中营造关于事件信息的“文化意象”，启发受众对事件表达自己的态度和价值观。

本研究综合运用了分析方法，包括多模态话语分析方法、中文情感语义分析方法和视觉修辞策略分析方法。在对这些方法的运用上有创新也有遗憾。对Kress和Van Leeuwen的多模态话语分析方法进行了改良，使之更适用于本课题的研究，算得上创新之处。而采用中文情感语义分析方法解读受众情感反应类型，并不是直接针对图像进行研究，而是针对图像跟帖上的评论进行情感词汇的提炼来归纳，虽然图文关系紧密，但毕竟是以文字为中介，实乃美中不足之处。笔者认为，引入计算机学科领域的图像情感语义识别研究，将为我们进一步深入挖掘新媒体事件传播中的图像话语魅力，增添客观性和科学性，也将为新媒体事件图像传播研究提供更广大的空间与机会。

（责任编辑：徐诚）

### 注释 [Notes]

1. 邱林川、陈韬文（2009）根据事件内容的相似性，将新媒体事件划分为四种：民族主义事件、权益抗争事件、道德隐私事件和公权监督事件。许鑫（2011）以事件内容的相似性、事件当事人身份、事件中权力部门与网民的关系等为标准，将新媒体事件划分为七类：民族主义事件、官民对立事件、文化娱乐事件、社会道德事件、公共安全事件、阶层对立事件和名人争议事件。方洁（2014）按照议题是否属于公共领域范畴，为政府所介入的标准，将群体性事件划分为反贪腐监督事件、权益抗争事件、道德丑闻事件和文化冲突事件四种。
2. 水舟意象，是对“水能载舟亦能覆舟”这一文化意象的简称。

## 参考文献 [References]

- 黄崑, 骆方, 游祎 (2010)。图像情感特征及其检索应用。《情报科学》, (4), 602-606。
- 李澜 (2014)。意象·隐喻·身份建构——论《长恨歌》中人物身份建构的策略。《湖北师范学院学报(哲学社会科学版)》, 34 (05), 50-53。
- 刘涛 (2011)。文化意象的构造与生产——视觉修辞的心理学运作机制探析。《现代传播: 中国传媒大学学报》, (9), 20-25。
- 刘涛 (2018)。意象论: 意中之象与视觉修辞分析。《新闻大学》, (4), 1-9。
- 孙振华 (2017)。笑的偶像与文化象征。《世界美术》 (4), 70-75。
- 汤丽萍, 陈芬 (2018)。基于情感的图像分类研究进路。《情报理论与实践》, (6), 149-153。
- 王伟凝, 余英林 (2003)。图像的情感语义研究进展。《电路与系统学报》, (5), 101-109。
- 王飞 (2010)。中国挥之不去的“打伞文化”。《共产党员》, (23), 32。
- 韦琴红 (2008)。论多模态话语的整体意义构建: 基于一个多模态媒体语篇的话语分析。《天津外国语学院学报》, (6), 16-21。
- 杨颖 (2016)。对外传播与多模态话语研究。《全球传媒学刊》, 3 (3), 93-102。
- 赵思成, 姚鸿勋 (2007)。图像情感计算综述。《智能计算机与应用》, (1), 1-5。
- 鲁道夫·阿恩海姆 (1997/1998)。《视觉思维: 审美直觉心理学》(滕守尧译)。成都: 四川人民出版社。
- 曾庆香 (2005)。《新闻叙事学》。北京: 中国广播电视出版社。
- Alan Brinton (1988). Pathos and the appeal to emotion: an Aristotelian analysis. *History of Philosophy Quarterly*, 5 (3), 207-219.
- Anden-Papadopoulos, K. (2007). Frontline war reports by US soldiers on the Internet: Perpetrator photographs and the changing perception of war. *Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association*, San Francisco, CA.
- Archer, D., Iritani, B., Kimes, D. D., & Barrios, M. (1983). Face-ism: Five studies of sex difference in facial prominence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45, 725-735.
- Bell, P. (2001). Content analysis of visual images. In T. Leeuwen & C. Jewitt (Eds.). *Handbook of visual analysis*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 10-34.
- Borah, P., & Bulla, D. (2006, Aug.). The visual framing of the Indian Ocean Tsunami and Hurricane Katrina: A comparison of newspaper coverage in three countries. *Paper presented at the annual convention of the Association for Education in Journalism and Mass Communication*, San Antonio, TX.

- Cisneros JD (2008) Contaminated communities: The metaphor of "immigrant as pollutant" in media representations of immigration. *Rhetoric and Public Affairs*, 11, 569–602.
- Ekman P(1992). An argument for basic emotions. *Cognition & Emotion*, 6 ( 3/4 ), 169 – 200.
- El Refaie, E. (2003). Understanding visual metaphor: The example of newspaper cartoons. *Visual Communication*, 2, 75-95.
- Entman, R. M. (1991). Framing US coverage of international news: Contrasts in narratives of the KAL and Iran air incidents. *Journal of Communication*, 41 (4), 6-27.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Towards clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43 (4): 51-58.
- Fahmy, S. (2004). Framing visual news: The 9/11 attack and the war in Afghanistan in English- and Arabic-language newspapers. *Paper presented at the annual conference of the International Communication Association*, New Orleans, LA.
- Gamson, W. A., & Modigliani, A. (1987). The changing culture of affirmative action. In R. G. Braungart & M. M. Braungart (Eds.), *Research in political sociology* (Vol. 3, pp. 137–177). Greenwich, CT: JAI.
- Gillmor D(2006). *We the Media: Grassroots Journalism by the People, for the People*. O’ Reilly Media.
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Griffin, M., & Lee, J. (1995). Picturing the Gulf War: Constructing the image of war in Time, Newsweek, and US News & World Report. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 72 (4), 813-835.
- Griffin, M., & Lee, J. (2002). Picturing the “new war” : Newsmagazine images of conflict revisited. *Paper presented at the annual conference of the International Communication Association*, Seoul, Korea.
- Hardin, M., Walsdorf, S. L., Walsdorf, K., & Hardin, B. (2002). The framing of sexual difference in SI for Kids editorial photos. *Mass Communication and Society*, 5 (3), 341-359.
- Kearsley, G. (1998). *Explorations in learning and instruction: The theory into practice database: Gestalt theory*. George Washington University. Retrieved March 21, 2007, from <http://www.gwu.edu/~tip/wertheim.html>.
- Kenneth Clark(1956), *The nude: A Study in Ideal Form*, Princeton: Princeton University Press.
- Kress, G. & T. VanLeeuwen(2001), *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication*. London: Edward Arnold.



- Research*. 1994, 21: 252-273, p.265.
- Marguerite Helmers & Charles A.Hill. Introduction. In Charles A.Hill and Marguerite Helmers (Eds.), *Defining Visual Rhetorics* (pp.1-24) .Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., 2004, p.84.
- Messaris P and Abraham L (2001) The role of images in framing news stories. In: Reese SD, Gandy OH and Grant AE (eds) *Framing Public Life: Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*. Mahwah, NJ:Lawrence Erlbaum, pp. 215–226.
- Mikels, J. A., Fredrickson, B. L., Larkin, G. R., et al (2005). Emotional category data on images from the international affective picture system. *Behavior Research Methods*, 37(4), 626–630.
- Panofsky, E. (1970). *Meaning in the visual arts*. Harmondsworth, UK: Penguin Books.
- Peirce, C. S. (1868). On a new list of categories. *Proceedings of the American Academy of Arts and Sciences*, 7, 287-298.
- Pieterse, J. M. (1992). *White on black: Images of Africa and Blacks in Western popular culture*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Plutchik R(1980). *Emotion: A Psych Evolutionary Synthesis*. New York, USA: HarperCollins College Division.
- Price, V., Tewksbury, D., & Powers, E. (1995, November). Switching trains of thought: The impact of news frames on readers' cognitive responses. *Paper presented at the annual conference of the Midwest Association for Public Opinion Research*, Chicago, IL.
- Rodriguez L and Dimitrova D (2011) The levels of visual framing. *Journal of Visual Literacy*, 30(1): 48–65.
- Smith, N. E. (2006, Aug.). Stem cell research: Visual framing of the ethical debate in Time and Newsweek. *Paper presented at the annual convention of the Association for Education in Journalism and Mass Communication*, San Francisco, CA.
- Wang, J. (2014). Criticising images: critical discourse analysis of visual semiosis in picture news. *Critical Arts*, 28(2), 264–286.