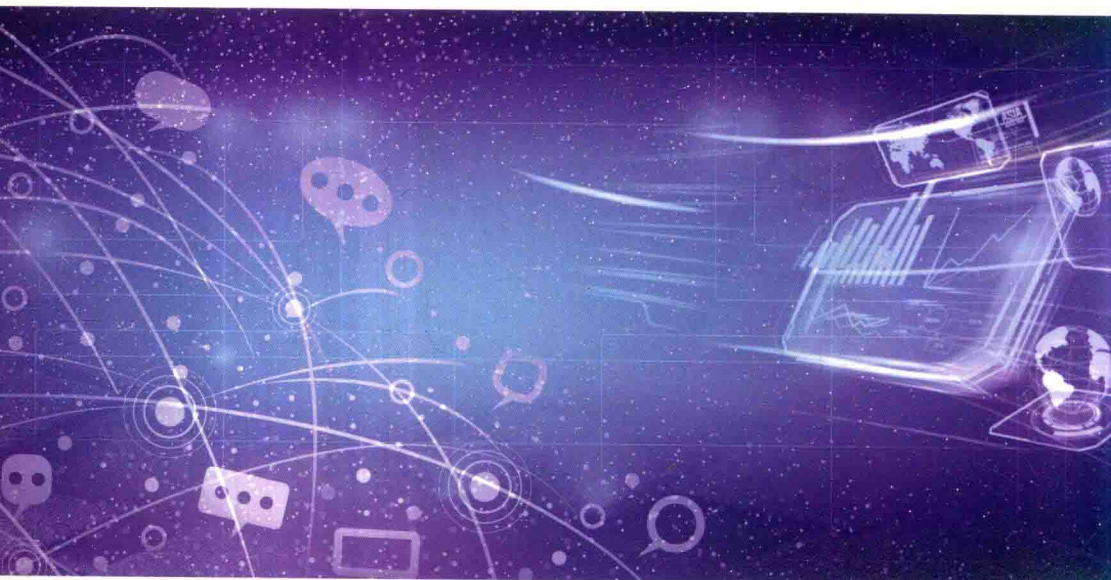


舆情观察

PUBLIC OPINION OBSERVER

暨南大学舆情大数据研究中心 主编



视频舆情

- 彭伟步** 视觉化的中国两会：
新加坡《联合早报》对两会的图片叙事与想象延伸
- 曾凡斌** 微视频的发展现状与问题剖析
石佳
- 邓绍根** 新闻短视频舆论场存在的问题及其解决思路
梁婷 ——以“梨视频”为例
- 周思敏** 视频自媒体舆情中的阶层化话语表达
——以“优衣库不雅视频”事件为例
- 马湉湉** 视频新闻的次生舆情现象成因分析
——以《局面》“江歌案”系列报道为例
- 方静** 新媒体时代文化场域的博弈
——以视频《许知远对话马东》舆情分析为例
- 奚尧** 社会燃烧理论视角下“李威俊疑似家暴”事件分析

輿情观察

第14辑

视频輿情

暨南大学輿情大数据研究中心 主编

人民日报出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

輿情观察·视频輿情 / 暨南大学輿情大数据研究中心编.

—北京: 人民日报出版社, 2018.8

ISBN 978-7-5115-5637-0

I. ①輿… II. ①暨… III. ①輿论—研究—中国

IV. ①C912.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 189258 号

书 名: 輿情观察·视频輿情

作 者: 暨南大学輿情大数据研究中心

出 版 人: 董 伟

责任编辑: 林 薇

封面设计: 春天书装

出版发行: 人民日报出版社

社 址: 北京金台西路 2 号

邮政编码: 100733

发行热线: (010) 65369527 65369509 65369510 65369846

邮购热线: (010) 65369530 65363527

编辑热线: (010) 65369526

网 址: www.peopledaily.com

经 销: 新华书店

印 刷: 北京鑫瑞兴印刷有限公司

开 本: 889mm×1194mm 1/16

字 数: 237 千

印 张: 13.75

版 次: 2018 年 9 月第 1 版 2018 年 9 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5115-5637-0

定 价: 32.00 元

发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换

视觉符号中的舆情生态

■ 晏 青

视觉，是知觉现代化的一种历险，是人类在文字的中心主义和层级丛林之侧开辟的认知航线的一次历险。

尽管崎岖坎坷，视觉还是开辟了思想新陆地。基于视觉的认知框架和思想图式形成当代社会的文化图谱，视觉一跃成为知觉链顶端，成为政治展演、人际交往、商业谋利、教育启蒙等领域通达“脑层”的最重要端口。

舆论也挣脱不了视觉这个重要框架。舆论表达的载体由文字、图片到视频的转变，也是逻辑转变下的产物。

近年来，舆论领域呈现诸多特征，比如网民结构与社会人口结构趋同、网民代际更新、网络流行议题和文化热点发生转换、专业自媒体步入兴盛等。媒介素养的提升，媒介平台的普及，越来越多的用户尝试生产一些视频，最初这样一些UGC常被认为是蹩脚的模仿，视频质量的优劣标准依据审美品位和文本品位，专业视频的质量总被认为好于用户生产的视频。所以，这些视频往往被认为缺少全球化逻辑或艺术的规则的审美意味。但奇怪的是，草根视频一开始并不是以艺术或商业规则为旨归，作为个体性情绪发泄，以及对精英化的视频话语抗争的视频也因为亚文化的抗争性被热捧，比如2005年《一个馒头引起的血案》。当然UGC机制中的视频很快也关注现实社会，尤其智能手机普及后，摄像成为手机的常规配置，手机视频与各种专业机构制作的视频成为舆论呈现的重要手段。

如今，构成舆论的那些互联网评论、图片、视频等用户生产的内容的身份定位在不同维度下呈现其多面性，弃之者将其形容为“闲言碎语”的“唾沫星子”，重之者将其视为社会舆论，关系到社会稳定。而站在中立视角来看，我更以为它们就是我们的一种认知呈现。只不过在这个认知丛林中，视觉作为舆情来源的重要性越来越凸显。2011年小悦悦事件，激起人们关于漠视与道德，以及道德网络泡沫的讨论。2017年，那些被推上舆论风口的事件似乎都有视频的影子，比如浙江金华大妈

“史诗级碰瓷”、北京地铁“经济学家”掌掴女孩、河南洛阳老人与年轻人争夺篮球场、广东惠州跳广场舞老人拒绝为高考让步等事件。另如本期要讨论的视频语法、视频类型、视频人物、视频案例，以及视频使用与阶层博弈、微视频与政治参与等研究，可谓正当其时。

本雅明认为，诸如摄影艺术、电影艺术等视觉艺术的展示价值抑制了膜拜价值。艺术作品的社会意义减少，观众的批判力和鉴赏力降低。他看到了精英艺术的去光晕化，而忽视了大众力量生产的新的社会意义和批判力。

当然，在舆论中视频以最直接的方式展示冲突，“赤裸裸”地告诉新的热点所在。相比文字、图片，流质的视频能更直接地提供相对全面的“眼见为实”，是一种更加人性化的传播形式。

需要说明的是，我们不担心视频总量是否太多，而是担心视觉思维是否有一天会主导人的认知生产。因为视听感官抵制其他感官，视听维度上的优势意义首先被接受，甚至主导整个事件意义的总体性解读。这也是视频舆情研究中应规避的风险。🔒

（作者晏青系暨南大学新闻与传播学院副教授）

CONTENTS 目录 | VOL.14

| 卷首

- 003 晏青 视觉符号中的舆情生态

| 重磅

- 009 彭伟步 视觉化的中国两会：新加坡《联合早报》对两会的
图片叙事与想象延伸

- 025 侯东阳 2017年视频触发类舆情分析报告
刘怡
靳钰凌

| 视点

- 039 莫智勇 “站队效应”：网络短视频舆情热潮下的冷思考
孔秋仪

- 048 曾凡斌 微视频的发展现状与问题剖析
石佳

- 061 邓绍根 新闻短视频舆论场存在的问题及其解决思路——
以“梨视频”为例

- 072 周思敏 视频自媒体舆情中的阶层化话语表达——以“优
衣库不雅视频”事件为例

- 082 傅安琪 PGC语境主导下政治领域的短视频舆情初探——
以十九大短视频为例

| 案例库

- 097 马湉湉 视频新闻的次生舆情现象成因分析——以《局
面》“江歌案”系列报道为例

- 108 谢灵佳 视频广告病毒式传播影响因素分析——以《世界
再大，大不过一盘番茄炒蛋》视频广告为例

- 121 方静 新媒体时代文化场域的博弈——以视频《许知远
对话马东》舆情分析为例

- 135 谭武 《局面》专访“江歌案”网络视频舆情引导效果
李晗 研究

- 152 田佳惠 榆林产妇坠楼事件中监控视频对舆情走向的影
响浅析

| 前沿

- 163 胡 敏 浅析网络视频广告中的舆情问题——以 SK-II 广告片《她最后去了相亲角》为例
- 172 奚 尧 社会燃烧理论视角下“李威俊疑似家暴”事件分析
- 180 张 岚 图见移民：在穗日本移民子女教育选择折射出的汪姝含“旅居者”形象

| 形象建构

- 201 赵晓营 “微”见中国：《央视新闻》公众号十九大微视频报道的仪式传播与国家形象建构
- 210 王 菁 “第一夫人”视频媒介形象传播引导社会舆情发展

輿情观察

第14辑

视频輿情

暨南大学輿情大数据研究中心 主编

人民日报出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

舆情观察·视频舆情 / 暨南大学舆情大数据研究中心编.

—北京: 人民日报出版社, 2018.8

ISBN 978-7-5115-5637-0

I. ①舆… II. ①暨… III. ①舆论—研究—中国

IV. ① C912.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 189258 号

书 名: 舆情观察·视频舆情

作 者: 暨南大学舆情大数据研究中心

出 版 人: 董 伟

责任编辑: 林 薇

封面设计: 春天书装

出版发行: 人民日报出版社

社 址: 北京金台西路 2 号

邮政编码: 100733

发行热线: (010) 65369527 65369509 65369510 65369846

邮购热线: (010) 65369530 65363527

编辑热线: (010) 65369526

网 址: www.peopledaily.com

经 销: 新华书店

印 刷: 北京鑫瑞兴印刷有限公司

开 本: 889mm×1194mm 1/16

字 数: 237 千

印 张: 13.75

版 次: 2018 年 9 月第 1 版 2018 年 9 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5115-5637-0

定 价: 32.00 元

发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换

视觉符号中的舆情生态

■ 晏 青

视觉，是知觉现代化的一种历险，是人类在文字的中心主义和层级丛林之侧开辟的认知航线的一次历险。

尽管崎岖坎坷，视觉还是开辟了思想新陆地。基于视觉的认知框架和思想图式形成当代社会的文化图谱，视觉一跃成为知觉链顶端，成为政治展演、人际交往、商业谋利、教育启蒙等领域通达“脑层”的最重要端口。

舆论也挣脱不了视觉这个重要框架。舆论表达的载体由文字、图片到视频的转变，也是逻辑转变下的产物。

近年来，舆论领域呈现诸多特征，比如网民结构与社会人口结构趋同、网民代际更新、网络流行议题和文化热点发生转换、专业自媒体步入兴盛等。媒介素养的提升，媒介平台的普及，越来越多的用户尝试生产一些视频，最初这样一些UGC常被认为是蹩脚的模仿，视频质量的优劣标准依据审美品位和文本品位，专业视频的质量总被认为好于用户生产的视频。所以，这些视频往往被认为缺少全球化逻辑或艺术的规则的审美意味。但奇怪的是，草根视频一开始并不是以艺术或商业规则为旨归，作为个体性情绪发泄，以及对精英化的视频话语抗争的视频也因为亚文化的抗争性被热捧，比如2005年《一个馒头引起的血案》。当然UGC机制中的视频很快也关注现实社会，尤其智能手机普及后，摄像成为手机的常规配置，手机视频与各种专业机构制作的视频成为舆论呈现的重要手段。

如今，构成舆论的那些互联网评论、图片、视频等用户生产的内容的身份定位在不同维度下呈现其多面性，弃之者将其形容为“闲言碎语”的“唾沫星子”，重之者将其视为社会舆论，关系到社会稳定。而站在中立视角来看，我更以为它们就是我们的一种认知呈现。只不过在这个认知丛林中，视觉作为舆情来源的重要性越来越凸显。2011年小悦悦事件，激起人们关于漠视与道德，以及道德网络泡沫的讨论。2017年，那些被推上舆论风口的事件似乎都有视频的影子，比如浙江金华大妈

“史诗级碰瓷”、北京地铁“经济学家”掌掴女孩、河南洛阳老人与年轻人争夺篮球场、广东惠州跳广场舞老人拒绝为高考让步等事件。另如本期要讨论的视频语法、视频类型、视频人物、视频案例，以及视频使用与阶层博弈、微视频与政治参与等研究，可谓正当其时。

本雅明认为，诸如摄影艺术、电影艺术等视觉艺术的展示价值抑制了膜拜价值。艺术作品的社会意义减少，观众的批判力和鉴赏力降低。他看到了精英艺术的去光晕化，而忽视了大众力量生产的新的社会意义和批判力。

当然，在舆论中视频以最直接的方式展示冲突，“赤裸裸”地告诉新的热点所在。相比文字、图片，流质的视频能更直接地提供相对全面的“眼见为实”，是一种更加人性化的传播形式。

需要说明的是，我们不担心视频总量是否太多，而是担心视觉思维是否有一天会主导人的认知生产。因为视听感官抵制其他感官，视听维度上的优势意义首先被接受，甚至主导整个事件意义的总体性解读。这也是视频舆情研究中应规避的风险。🔒

（作者晏青系暨南大学新闻与传播学院副教授）

CONTENTS 目录 | VOL.14

| 卷首

- 003 晏青 视觉符号中的舆情生态

| 重磅

- 009 彭伟步 视觉化的中国两会：新加坡《联合早报》对两会的
图片叙事与想象延伸

- 025 侯东阳 2017年视频触发类舆情分析报告

刘怡

靳钰凌

| 视点

- 039 莫智勇 “站队效应”：网络短视频舆情热潮下的冷思考
孔秋仪

- 048 曾凡斌 微视频的发展现状与问题剖析
石佳

- 061 邓绍根 新闻短视频舆论场存在的问题及其解决思路——
以“梨视频”为例
梁婷

- 072 周思敏 视频自媒体舆情中的阶层化话语表达——以“优
衣库不雅视频”事件为例

- 082 傅安琪 PGC语境主导下政治领域的短视频舆情初探——
以十九大短视频为例

| 案例库

- 097 马湉湉 视频新闻的次生舆情现象成因分析——以《局
面》“江歌案”系列报道为例

- 108 谢灵佳 视频广告病毒式传播影响因素分析——以《世界
再大，大不过一盘番茄炒蛋》视频广告为例

- 121 方静 新媒体时代文化场域的博弈——以视频《许知远
对话马东》舆情分析为例

- 135 谭武 《局面》专访“江歌案”网络视频舆情引导效果
李晗 研究

- 152 田佳惠 榆林产妇坠楼事件中监控视频对舆情走向的影
响浅析

| 前沿

- 163 胡 敏 浅析网络视频广告中的舆情问题——以 SK-II 广告片《她最后去了相亲角》为例
- 172 奚 尧 社会燃烧理论视角下“李威俊疑似家暴”事件分析
- 180 张 岚 图见移民：在穗日本移民子女教育选择折射出的汪姝含“旅居者”形象

| 形象建构

- 201 赵晓营 “微”见中国：《央视新闻》公众号十九大微视频报道的仪式传播与国家形象建构
- 210 王 菁 “第一夫人”视频媒介形象传播引导社会舆情发展

重 磅

彭伟步 视觉化的中国两会：新加坡《联合早报》对两会的
图片叙事与想象延伸

侯东阳 2017 年视频触发类舆情分析报告

刘 怡

靳钰凌

视觉化的中国两会：新加坡《联合早报》对两会的图片叙事与想象延伸

■ 彭伟步

2018年3月3—21日，全国政协十三届一次会议与十三届全国人大一次会议在北京召开。此次两会适逢换届选举，对政协与人大以及国家领导人进行选举，决定未来五年中国的政治版图和社会发展方向。每年两会均会涉及多项政治、经济和民生议题，深刻影响中国未来的走向，也涉及中国与其他国家的国际政治关系的重构。尤其是此次两会对宪法进行修改，必须由人大投票表决，为全世界所瞩目，海外华人社会也不例外。作为在海外华人社会中享有较大影响力的华文媒体，《联合早报》对两会给予了高度关注，刊发了大量有关两会的新闻报道，在海外华人社会中产生了极大影响。《联合早报》通过图片报道的方式，展现两会的全貌，并对两会进行符号叙事，不仅丰富了新闻报道的方式，而且在新媒体时代以更加直观、简洁且有深度的新闻叙事，强化了两会的主题，说明图片也能解读新闻故事，深化新闻主题，描述新闻过程，引导受众阅读，并实现议题设置。

一、利用照片报道新闻早已有之

《联合早报》是于1983年在新加坡政府的主导下，由《南洋商报》（1923年）与《星洲日报》（1929年）合并之后形成的。这两家报纸的创办人都有很深的中国情结，一是通过创办报纸为商业服务；二是利用报纸推动当地华文教育的发展，弘扬和传播中华文化。为了达到这两个目标，两报均聘用了大量来自中国的文化人士，安排他们从事编务与管理工作。

《南洋商报》和《星洲日报》分别由著名侨领陈嘉庚与胡文虎创办。他们虽然来自福建，但分属不同的语言社群。陈嘉庚讲闽南话，胡文虎讲客家话，两人各自在不同的商业领域拥有众多的支持者。早期两人政见不一，陈嘉庚拥护共产党，而胡文虎则钟情国民党，两人因此都卷入了中国的政治纷争，甚至利用《南洋商报》与《星洲日报》进行论战。新加坡和马来

西亚各自独立后,《南洋商报》与《星洲日报》在新加坡独立运作,经历了新加坡建国后一系列的历史事件,特别是20世纪70年代,《南洋商报》公开质疑李光耀的华文教育政策,受到政府的压制,报社高层相继被缉拿入狱,并被迫出售股份,最后被政府所控股。而星洲日报虽然没有遭遇南洋商报的厄运,但是在强势的李光耀的主导下,胡氏家族也不得不向公众出售股份,政府乘机购买其股份而对其进行控制。

新加坡政府通过法律手段,把两报纳入由政府设立的淡马锡公司之中。直到1983年之前,两报均处于良性竞争态势,但新加坡政府鉴于市场狭小、受众有限等原因,强行把两报进行合并,推出《联合早报》与《联合晚报》。虽然《联合早报》多次宣称继承了两报的历史,但是两报的报名早已荡然无存,风格与内容都发生了很大变化,很多年轻读者已经不了解两报的历史了。

《南洋商报》与《星洲日报》早期极为关注中国新闻,特别是抗战时中国抵抗日本侵略的战况,许多侨民通过两报看到中国战事紧张,纷纷到两家报社了解情况,每天报社门口都会聚集大量侨民。为了响应中国抗日的号召,陈嘉庚与胡文虎呼吁侨民出钱出力,支持中国军队抗战。

创办早期,《南洋商报》与《星洲日报》面对的是缺乏华文教育的侨民。许多侨民从中国南来,虽然不乏优秀的中华民族传统,例如勤奋努力、重视对子女的教育,但是,由于贫困,无钱接受良好教育。因此,如何开拓市场,争取侨民的支持,实现两报创办的宗旨与目标,成为陈嘉庚与胡文虎不得不考虑的问题。鉴于当地侨民较低的文化教育情况,两报的管理层不约而同地通过多种渠道培养读者。一是努力在新加坡与马来西亚开展华文教育,不仅捐钱给华文学校,当了解到华文学校缺乏师资后,甚至派记者编辑利用业余时间到当地华文学校客串教师,努力培养华文报纸未来的读者群;二是精心编辑版面,加强版面的视觉化效果,为缺乏教育的侨民提供阅读便利,其中之一就是利用照片代替文字报道新闻。侨民的阅读水平低,但是对照片的信息认知却不存在太大的问题。因此,两报都采用了新闻照片辅以少量文字的做法。这一招起到了很好的效果,订阅量上升很快。此外,由于报纸刊登大量照片,也吸引了一部分当地的马来族读者。他们不懂华语,但是却能看懂图片的报道。所以,早期两报之所以发展很快,与当地记者编辑采用照片报道新闻的方式有很大关系。

新加坡独立之后,本地华人只能效忠自己的新生国家。《南洋商报》与《星洲日报》的办报宗旨与色彩逐渐减少了侨报色彩,报道内容更注重新马华人社会的新闻,并承继两报创办早