

网友自制短视频中的“雾霾中国”： 公共危机、个体叙事与影像表达

吴世文 周夏萍

摘要:频发的雾霾是我国当下的公共健康危机之一。以公共危机的个体叙事为视角,运用内容分析法研究秒拍、美拍和土豆中网友自制雾霾短视频(N=2009)发现:拍摄方式、出镜人物性别影响着网友自制短视频界定、表述雾霾,以及呈现的应对雾霾的行为。大多数视频都将雾霾视作危机,但未突出雾霾的危害性、成因以及应对措施,实则是对雾霾的浅层认知,淡化了雾霾危机。网友自拍多于非自拍,但倾向于利用“他者”或从“他者”身上出发寻找雾霾发生的原因,而不是从自身出发。不少视频以娱乐的方式讲述雾霾,但从科学的角度讲述雾霾较少。绝大多数短视频未提及或呈现应对雾霾的行为,并且接近一半的人在雾霾天出行。真实的雾霾场景可能通过技术的手段或娱乐化的策略去真实化,从而被“异化”,因此,“有图有真相”“眼见为实”等见解需要在新的技术条件下被重新定义。如果说自上而下的雾霾叙事或官方话语存在宏大叙事的不足,那么,自下而上的雾霾言说也并不理想。作为参与式视频的一种表现形式,自制短视频如何呈现公共危机与公共议题,个体的危机叙事何以上升为公共叙事,是一个新的问题。

关键词:雾霾;影像叙事;个体叙事;自拍;短视频

中图分类号:G209 **文献标识码:**A **文章编号:**2096-5443(2019)02-0037-17

项目基金:教育部人文社会科学重点研究基地重大项目(17JJD860004);中国博士后科学基金面上项目(2017M610483)

一、引言

随着我国城市化、工业化与现代化进程加快,雾霾天气出现并引发关注^[1]。2010年,美国驻华大使馆公布的一组关于北京空气质量的监测数据,引起人们讨论PM2.5的问题。近年来,雾霾天气频繁爆发,推动雾霾问题进入公共视野。墨迹天气对2015年10月15日至2016年10月15日间全国城市雾霾天气的监测显示,全国雾霾最严重的衡水、保定的雾霾天气达半年以上,北京的雾霾有147天^[2]。2017年,全国共发生6次大范围霾天气过程,全国平均霾日数为27.5天,京津冀、长三角、珠三角平均霾日数分别为42.3天、53.3天、17.9天^[3]。

频发的雾霾带来了不可低估的健康成本^[4]与经济损失^[5]。已有研究表明,PM2.5对人体呼吸系统^[6]、心血管系统、生殖系统、血液系统和免疫系统^[7]会产生有害影响,而长期暴露在污染的空气中会导致人的寿命减短^[8]。大量的流行病学研究表明,长期或短期暴露于PM2.5之中会增加心肺疾病的发生率和死亡率^[9],老年人与儿童更易受到影响^[10]。

对于雾霾这一公共健康危机,不同的社会行动者如何言说之,直接影响着我们对它的认知、态度与行为。目前,已有不少研究探究了政府^[11]与媒体^[12]如何界定与应对雾霾,但公众的言说尚没有得到应有的关注。在社交媒体时代,网友自制短视频来呈现雾霾,形成了雾霾的个体叙事。本文运用

量化内容分析探究 2009 个网友自制短视频如何呈现雾霾,有助于丰富我们对个体危机叙事的理解,并进一步审视新媒体环境下个体危机叙事的功能与影响,亦有助于推动雾霾信息的传播研究与短视频研究。

二、理论框架与研究问题

(一) 中国雾霾议题的建构与呈现

雾霾问题已成为一个跨学科的研究议题,公共卫生、环境科学、新闻传播学等都关注之。在新闻传播学领域,不少研究聚焦考察媒体对雾霾议题的呈现与建构,发现不同的行动者(包括公众、政府与媒体等)采取了差异化的策略讲述雾霾。例如,研究发现,公众倾向于认为社会或政府应当在雾霾治理和预防中发挥更多的作用。^[13]政府从维持社会稳定的立场出发,倾向于淡化风险,避免发布造成公众感知严重性的信息,并抬高人们的自我效能。^[14]不同类型的媒体会使用差异化的策略呈现雾霾议题。例如,官方媒体利用“伦敦烟雾事件”开展历史类比,把雾霾编织成有关发展的叙事,将其视为工业化特定阶段的必然结果;而商业化的媒体则重在通过“伦敦烟雾事件”总结历史教训,更多地指出中国雾霾问题的紧迫性与严重性,呼吁政府采取行动。^[15]

媒体的雾霾报道会影响受众对雾霾的认知、情感与行为^[16],但有研究批评道,媒体的雾霾叙事归责模糊,存在“无归因,有归责”“有归因,无归责”等多框架组合,干扰着公众的认知^[17]。这带来了公众对媒体报道的信任问题,当媒体所说的与公众所见有所差距,公众则会更愿意相信自己对空气质量好坏的判断^[18]。公众对空气污染的认识影响其危机叙事与应对行为。例如,一项针对村民的调查显示,不少人把空气污染归因为“工业污染”的产物,而较少谴责农村地区家用固体燃料这一污染源^[19],甚至村民们也没有意识家用固体燃料可能产生的污染^[20]。在很大程度上,人们日常选择如何处理污染受到个人、社会以及年龄、收入、性别、教育背景等因素的影响^[21]。这意味着,我们有必要考察公众如何讲述雾霾。

(二) 危机叙事及其个体化转向

叙事是传达象征意义的理想方法,它影响着公众如何理解并赋予接收到的信息意义,在公共意义的生成中具有举足轻重的作用^[22]。危机叙事从叙事学的视角考察危机信息的生产与传播,关注人们如何感知和表述危机。Caldiero 指出媒体的叙事模式一定程度上是可预见的,“叙事的方法被运用到了这样一种程度,即不管所涉及的具体危机如何,危机报道中的叙事类型形成了一种明显的、可预见的线性模式,使人们对新闻杂志未来危机的报道具有一定的预期”,一般说来,媒体的报道模式包含 5 个叙事顺序:个人和集体叙事、寻找“替罪羊”的叙事、预防叙事、想象的未来叙事(imagined futures narratives)以及反思叙事^[22]。虽然叙事范式不一定影响特定的话语类型的存在或可取性,但它直接影响到人们如何解释和评估危机^[23]。

过往的危机传播大多关注组织或媒体如何向利益相关者呈现与讲述危机,而忽略了一个事实,即危机的利益相关者需要自主发声^[24]。网络媒体鼓励了公众的在线参与^[25],因而公众可以扮演危机的“故事的讲述者(homo narrans)”^[26]的角色。因此,新媒体正在推动危机传播转向网络化与个体化的视角^[27]。

在新媒体语境中,个体危机叙事与官方、媒体的危机叙事共同构成了危机的表述系统。有论者认为,个体的叙事可作为媒体叙事的补充^[28]。也有论者认为,因为互联网在某些领域能够替代传统媒体^[29],社交媒体正在挑战传统大众传媒的角色和功能^[30],而新闻业正在朝着更深刻的“草根”与民主方向发展^[31],从而产生了一种新的新闻(信息)生产传播模式^[32],因此,个体叙事可在一定程度上取代媒体叙事^[33],甚至成为主流。这意味着,个体的危机叙事的地位与重要性正在上升。

对于个体来说,其个体叙事范式的哲学基础是本体论或生活经验^[26]。形形色色的新媒体用户是

危机叙事中的“故事的讲述者”,他们作为危机的亲历者较之媒体而言更贴近危机本身^[34]。个体通过其个人的危机叙事传达其对危机的认知,而他们的认知受到个体因素的影响。研究表明,个体对危机的认知受到诸如性别^[35]、年龄^[36]、收入和受教育水平^[37]、所处环境与生活经验^[38]、传统文化价值观念^[39]以及个体对风险的容忍差异^[40]等多种因素的影响。因此,个体的危机叙事具有差异性。叙事是叙事者的价值观的表达^[34],也是理解复杂社会情境的有力工具^[41]。这意味着,通过个体的叙事能让我们了解叙事者的思想、价值观、认知等,从而进一步理解社会情境。

叙事不仅记录一个事件或一个行动的过程,而且也会影响事件的发展及相应的行动的过程^[42]。对于媒体的危机叙事来说,及时、准确报道灾情,能够消除人们危情压力下和灾难不确定性所导致的信息恐慌,进而减轻危机带来的损害,这也是媒体的职责与权力。^[43]在危机事件中,社交媒体同样会影响个体的观念与行为^[25],尤其是社交影响。例如,用户在社交平台上的叙事会影响其他在线用户。也即是说,个体通过新媒体平台开展的危机叙事会影响他人对危机的认知、采取的行为等^[44-45]。调查显示,较之媒体、政府等信息来源,“像自己一样的人”所说的话常常被受众认为是最可信的^[46]。对于在线用户而言,他们也倾向于相信其他用户生产的内容。^[45]这表明,虽然个体的危机叙事在社交媒体平台上会呈现碎片化的特点,但这些叙事仍会产出态度与行为层面的社交影响。目前,有关中国环境与气候变化的在线讨论的研究还不够^[47],个体的雾霾叙事尚未得到探讨。

(三) 个体的影像叙事与雾霾呈现

文字、图像、视频等承载着叙事的内容,各有其表达的特性与功能。不过,有论者指出,文本叙事将鲜活的信息转换成符号化的文字,不可避免地受到文字表达的限制,可能造成严重的信息损耗。^[48]如果从信息损耗的角度讲,图片叙事与文本叙事相比,具有明显的优势。^[49]当然,图片叙事的清晰程度会低于文本叙事。从传播效果与社会动员的层面讲,图像叙事提供了视觉化的情绪,更具情绪感染与调动性。^[50]更进一步讲,图像叙事相比文字而言,其社会动员的优势在很大程度上源于图像的“在场”^[51]。影像则更是如此,影像作为社会记忆的“储存体”,其社会价值远远高于其他“视觉媒介”^[52]。因此,“读图时代”的文化与叙事思维正在从图片为主向以视频影像为中心变革^[53],这也正在催生视觉文化时代的叙事逻辑^[51]。

视频作为图像叙事提供了视觉化的效果^[50],常常被认为能更好地记录真实的情形^[48]。与文字相比较,影像能提供“可见的场景”与“更可靠的事实”,也即是所谓的“有图有真相”。当下,网络拍客们的作品丰富了影像叙事^[54],拟态环境的塑造越来越影像化^[55]。这突出表现在人们利用影像技术记录正在发生的历史活动^[48],建构对日常生活的空间认同与集体记忆^[56]。视频分享亦成为个体主动维权的重要手段^[57],短视频则成为公众表达自我、呈现社会环境、展现人类冲突、塑造集体记忆等的载体^[58]。网友自制短视频是参与式视频(participatory video)的一种,参与式视频的叙事方式被认为有助于消除人们对某类人群的偏见^[59],也可以用来捕捉在两性不平等的环境中那些外界难以接触到的声音^[60]。

由于个体差异的存在,个体的危机叙事如何界定与表述危机,如何呈现应对危机的行为,是存在差异的。但是,网友拍摄与发布视频是一种社交方式,因而是一种社会话语。一般说来,作为符号创造者的拍摄者,可以通过所拍摄的图像来构建自身的故事与社会情境的意义^[61]。由于亲历者往往能提供更加可靠的心态史内容,因此,亲历者的话语使我们能够更加深入地洞悉社会,也使得影像叙事更具社会价值。^[62]这意味着,网友自制短视频不仅是个体参与式的表达行为,也具有不可忽视的社会意义。

从个体危机叙事模式上看,有研究指出,与官方媒体封闭控制、单向宣教和双向互动的叙事模式不同,个体主要采用揭露模式、抵触模式和肯定补充模式。^[63]从危机叙事的内容与框架来看,有论者考察公众在微博中的空气污染叙事发现,公众主要关注自身应对行为与空气污染对健康的影响两个

方面,少数用户表达了希望有关部门采取相关措施以提升空气质量的请求。^[64]在叙事策略和方式上,表演性抗争叙事是个体叙事区别于官方叙事的重要维度,即通过制造一幕幕或悲情、或戏谑、或讽刺的“图像事件”^[65],在身体维度^[66]、视觉修辞维度^[51]编织抗争性叙事话语,并通过图像化的感性方式作用于公众的情感认同,从而将自身的诉求合法化^[67]。

不同的拍摄者会赋予自制短视频不同的意涵,这是由拍摄者作为视频生产者的地位决定的。通常来说,不仅拍摄者的意图和认知影响其自制短视频所传达的意义,而且不同的拍摄方式(例如自拍与非自拍等)影响着自制短视频想要表达的意涵。同时,有研究认为,自拍有助于我们认识与揭示拍摄者的个性、特征等。^[68]本文关注拍摄方式与自制短视频界定、表述雾霾的关系,提出如下研究问题:

研究问题1:拍摄方式与自制短视频中界定雾霾的关系为何?

研究问题2:拍摄方式与自制短视频中表述雾霾的关系为何?

个体自制的雾霾短视频由不同的叙事元素组成,主要包括:人物、场景、音乐、配音、字幕、情节等。叙事元素常常被用来描绘一个特定的“问题或概念”,以此表达需求或导致动员。^[69]对于自制短视频来说,出镜人物是重要的叙事元素,而且容易辨识。通常,自拍被认为是一种存在性别差异的活动,女性较之男性而言更爱自拍,且在自拍时多关注自己的外表,倾向于使自己看起来更具有吸引力。^[61]本文关注出境人物性别,提出如下研究问题:

研究问题3:出镜人物性别如何影响自制短视频表述雾霾?

研究问题4:出镜人物性别在应对雾霾的行为上存在何种差异?

三、资料收集与内容分析设计

本文采用内容分析法考察个体在自制雾霾短视频中如何言说雾霾。这区别于问卷调查法或深度访谈法。个体在自制短视频中的言说是“自主表达”,被动叙事的色彩相对较弱,而问卷调查法或深度访谈法需要激发个体的“自我报告”,可能会导致个体的被动叙事。

(一)资料收集

1. 平台选取

本文选取网友自己拍摄的雾霾短视频作为研究对象,以秒拍、美拍和土豆视频作为资料来源。之所以选择这三个短视频平台,主要考虑如下因素:一是短视频平台的影响力(主要参考用户渗透率、播放量等数据);二是检索到的雾霾视频具有一定的规模。据易观“2017年第3季度移动全网短视频平台渗透率Top10”排行榜显示,秒拍、头条、快手、美拍和土豆视频排名前五,其中西瓜和快手视频由于界面设置无法完整检索所需的样本,而秒拍、美拍和土豆视频可以检索到完整的历史视频。因此,本文选取秒拍、美拍以及土豆视频作为抽样平台。

2. 样本抽取

本文于2017年12月在美拍(<http://www.meipai.com/>)、土豆(<http://www.tudou.com/>)以及秒拍(<http://www.miaopai.com/>)中分别以“雾霾”“PM2.5”为关键词搜索其创设以来的雾霾视频,最终获取美拍视频6479个(截至2017年12月3日10点,视频发布时间在2014年6月12日—2017年12月3日之间),土豆视频1680个(截至2017年12月29日,视频发布时间分布在2012—2017年),秒拍视频458个(截至2017年12月31日,视频发表时间分布于2012—2017年)。

为保证抽样的有效性,研究者将检索结果按照“热度”“播放最多”予以排序,然后利用随机数表分别抽样美拍与土豆视频;由于秒拍检索到的视频总量不大,因而剔除重复后选取了全样本。最终,分别获得样本795个(美拍)、756个(土豆)、458(秒拍),共计2009个。这些雾霾视频中有些是网友自己拍摄/记录自己(占11.8%),有些则是网友拍摄/记录他人或他物(占88.2%),为了分析的

统一性,本文均将它们视为网友“自制”视频。绝大部分短视频是个体账号(91.3%)发布的,只有一小部分来自非个体账号(8.7%)。

(二) 编码设计

本文按照视频的主要属性(拍摄方式和出镜人物)、界定雾霾(即在短视频中如何定义界定雾霾)、表述雾霾(即如何叙述雾霾)、应对雾霾四个部分设计编码类目。编码规则如下:考虑到影像的元素与特征,以画面和声音传达的意义为主进行编码,解说文字作为辅助。具体编码类目为:

1. 拍摄方式与出镜人物性别

(1)出镜人物性别:根据视频所呈现的画面及时长,考察视频中所呈现的人物的性别,记最主要的人物性别,分别为:1=女性;2=男性;3=画面不以人物为主。

(2)拍摄方式:根据视频所呈现的画面及时长,考察视频中的人物是自拍还是非自拍,分别为:1=自拍;2=非自拍;3=其他。

2. 界定雾霾

(3)雾霾的角色:即网友在自制短视频中将雾霾作为何种角色呈现,按照画面的时长,记最主要角色,分别为:1=作为背景,即将雾霾作为视频的背景呈现,并没有过多提及雾霾本身;2=作为公共危机,即将雾霾作为危机予以呈现;3=作为提出建议或科普的由头,重在科普应对雾霾的措施或妙招,或呼吁重视雾霾以及采取防护行动;4=作为娱乐或自我表演的由头,即以雾霾为娱乐或恶搞的由头,重在展开娱乐化的行为或表演;5=其他。

(4)严重性:借鉴 Yang 等人对雾霾严重性的考察^[14],本研究考察视频是否呈现雾霾的严重程度,诸如雾霾的浓度等,以视频画面、视频叙述者的话语描述为主,辅以说明文字进行判断,记为:1=是;2=否;3=无法判断。

(5)危害性:借鉴 Yang 等人对雾霾危害性的考察^[14],本研究考察视频是否呈现雾霾的危害,以视频画面、视频叙述者的话语描述为主,辅以说明文字进行判断,记为:1=是;2=否;3=无法判断。

(6)危害方面:主要考察视频呈现雾霾哪些方面的危害,记最主要的危害。借鉴 Guo Zu 对空气污染的危害方面的划分^[70],主要分为:1=人体健康;2=生活方式;3=生态环境;4=社会经济;5=其他;6=无呈现。

(7)主题框架:框架提供了对事件背景,包括意愿、目标等的理解^[71],环境问题叙事常常被认为是一个描述环境变化信息如何被框架化或“故事化”的过程^[72]。按照恩特曼(Entman)的研究,演讲、说话、新闻报道、小说(speech, utterance, news report and novel)(文本)的框架可以分为四种:界定问题(define problems)、因果解释(diagnose causes)、道德评价(make moral judgments)、处理建议(suggest remedies)等。^[73]四种框架可以视作是四个框架要素(构件),它们构成描摹、映射人们认知、理解和阐释特定议题的过程的“连续体”。当然,恩特曼(Entman)指出,特定的文本不一定同时包括这四种框架。

本研究利用恩特曼(Entman)的四种框架探究雾霾短视频的主题,以视频画面和声音为主,配音或字幕为辅,考察最主要的框架,根据时长予以判断。分别为:1=定义问题框架,即视频中对雾霾状况的描述、问题的界定等;2=诊断原因框架,即视频对出现雾霾的归因;3=道德评价框架,即对与雾霾有关的人、事或行为等进行道德评价;4=对策建议框架,即对防治雾霾的行为建议;5=其他框架。

3. 表述雾霾

(8)论述框架:即网友如何利用视频讲述雾霾,以视频画面和声音为主,配音或字幕为辅,考察最主要的框架,根据时长予以判断。分别为:1=日常生活框架,视频是个体用来记录日常生活的重要手段之一^[74],本类目考察网友是否将雾霾作为日常生活的一部分,在叙述日常生活的情境中表述雾霾。2=科学框架,即从科学的角度表述雾霾。有研究指出,通过冷静、理性、周到与谨慎的叙事,追

溯事件的起源与相关知识,合理分析与寻找解决办法,并关心所采取的行动的可行性与益处是科学叙事的主要特征^[39]。3=娱乐框架。王庆等人考察微博空间中雾霾的风险话语发现,其主题、修辞和情绪等被“娱乐”元素广泛渗透,形成了对官方话语的反抗和解构。^[75]本研究考察网友是否以游戏、娱乐、恶搞等形式表述雾霾。4=商业利益框架,即从商业利益出发表述雾霾,带有商业目的与诉求。5=环境框架,即通过呈现或描述具体的环境或情形来表述雾霾。6=其他框架。

4. 应对雾霾

(9) 应对行为:即视频画面中呈现的应对雾霾的行为,分别为:1=少开私家车;2=使用空气净化器;3=关窗;4=减少户外运动;5=戴口罩;6=前往空气洁净处或旅行(逃离);7=饮食调理;8=个人护理;9=未采取措施;10=没有明确提及。

(10) 日常生活行为:即视频中所呈现的日常生活行为或场景。根据影像研究对日常生活行为的划分^[76],记为:1=衣着,包括穿戴等动作的过程或结果;2=饮食;3=起居,一般指作息状态;4=出行;5=工作或学习;6=娱乐或运动;7=其他。

(三) 编码过程与编码员信度

编码由两名研究生完成,研究者在编码前对两名编码员进行了培训,明确了编码任务与细节。为保证编码的效果,编码集中于2017年12月—2018年1月完成,以期利用集中与连续的时间来保障两位编码员按照同一标准与思路进行编码。对两位编码员存在争议的编码结果,研究者本人作为专家(“第三人”)加入共同研判,争取得出一致认可的结论。

在正式编码之前,随机选取了180条视频进行信度测试,Cohen's Kappa系数计算结果为0.85,单个变量的编码一致性在0.79(论述框架)和0.94(出镜人物性别)之间。具体单个变量的编码一致性为:出镜人物性别(k=0.94),拍摄方式(k=0.83),雾霾的角色(k=0.88),严重性(k=0.81),危害性(k=0.85),危害方面(k=0.88),主题框架(k=0.81),论述框架(k=0.79),应对行为(k=0.89),日常生活行为(k=0.81)。

四、界定雾霾:拍摄方式的影响

(一) 雾霾的严重性与危害性

频率分析显示,绝大部分短视频(85.8%)呈现了雾霾的严重程度,但较少呈现雾霾的危害性(24.7%)。这表明,网友利用自制短视频更多地呈现了雾霾的严重性,而较少呈现雾霾的危害。(见表1)

表1 短视频对雾霾严重性与危害性的呈现

呈现雾霾严重性与危害性	严重性	危害性
频数(占比)	1724(85.8%)	497(24.7%)

在界定雾霾危害的短视频中,拍摄者较多地把雾霾的危害定义在社会层面(15.2%),而较少意识到雾霾对个体健康的危害(8.1%)(见表2)。这反映出拍摄者对社会问题的关注,但对个体健康危害的关注不够,体现了集体主义的立场,以及呈现个体层面危害与社会层面危害的不平衡。个中原因在于,雾霾在社会层面造成的危害(例如堵塞交通、影响能见度等),具有即时性、显著性、易察觉性,容易被观察和通过视频呈现,而对个体健康的影响相对潜在与无形,难以通过视频直接呈现。

表 2 短视频呈现的雾霾的危害方面

危害方面	人体健康	生活方式	生态环境	社会经济	无呈现	合计
频数(占比)	162(8.1%)	10(0.5%)	19(0.9%)	305(15.2%)	1513(75.3%)	2009(100%)

(二)拍摄方式与出镜人物性别

数据显示,绝大多数自制短视频采用景或物作为主体元素(1595个,占比79.4%),以人物作为出镜主体的有414个,比重较低(20.6%)(见表3)。在以人物为主体的短视频中,自拍(57.5%)多于非自拍(42.5%)(见表4),且女性的出镜率(13.1%)高于男性(7.5%)(见表3),这说明网友自制雾霾短视频呈现的人物具有性别差异。

表 3 短视频的出镜人物

出镜人物	女性	男性	画面不以人物为主	合计
频数(占比)	263(13.1%)	151(7.5%)	1595(79.4%)	2009(100%)

表 4 短视频的拍摄方式

拍摄方式	自拍	非自拍	合计
频数(占比)	238(57.5%)	176(42.5%)	414(100%)

从拍摄方式的角度看,女性更多时候是自拍(66.2%),而男性更多的是“被拍”入镜(57.6%)($\chi^2=22.187, p<0.001$)(见表5)。迈克尔·福斯曼(Michael Forsman)认为,自拍具有社会性别,女性往往对自拍抱有更大的热情和参与度^[61]。本文进一步支持了此观点,在自制短视频呈现雾霾这一公共健康危机事件时,女性的出镜率高于男性,而且更倾向于“自拍”。

表 5 出镜人物性别与拍摄方式的交叉分析

	自拍	非自拍	合计
女性	174(66.2%)	89(33.8%)	263(100%)
男性	64(42.4%)	87(57.6%)	151(100%)
合计	238(57.5%)	176(42.5%)	414(100%)

注: $\chi^2=22.187, p<0.001$ 。

(三)雾霾角色与拍摄方式

对于研究问题1,考察网友将雾霾天作为何种角色在自制短视频呈现,发现3/5的视频将雾霾作为危机呈现。但是,网友自制短视频很少将雾霾作为提出对策建议或科普的由头,仅占2.3%(见表6)。由此可见,网友将雾霾正确地视为一种危机,这跟政府的信息发布有时忽略了雾霾作为公共健康危机不同。11.1%的短视频将雾霾视为娱乐或自我表演的由头,主要在视频中呈现娱乐化(包括自我表演)的内容,娱乐化正在成为拍摄者呈现雾霾的方式之一。

表6 雾霾在短视频中的角色

雾霾的角色	作为背景	作为公共危机	作为提出建议或科普的由头	作为娱乐或自我表演的由头	其他	合计
频数(占比)	468(23.3%)	1205(60%)	46(2.3%)	223(11.1%)	67(3.3%)	2009(100%)

网友在视频中为何会采取这些方式呈现雾霾,尤其是会以娱乐化的方式呈现雾霾?除却自制短视频自身的娱乐取向,其作为一种社会话语,具有深层次的心理动机与社会原因。贾弢等人(Jayson Jia et al.)发现,享乐行为作为一种适应性的风险应对策略,可以帮助个体从危机经历中恢复心理健康。^[40]基于本文的分析,以娱乐化的方式呈现雾霾,可谓是网友应对雾霾的一种适应性策略。娱乐化策略可以帮助网友自我淡化甚至消解雾霾所带来的紧张感和危机感,这也是个体自我“疗伤”的选择。但这种乐观化的自我化解危机的观念与行为,无疑导致了危机感的降低^[40]。

深入考察人物的出镜方式与视频对雾霾的角色定位发现,自拍和非自拍对雾霾的角色定位存在显著差异($\chi^2=65.804, p<0.001$),个体在“自拍”时带有较强的娱乐色彩(53.4%),在非自拍时更多地把雾霾作为叙事的背景(占比56.3%)。相较于自拍(12.2%),非自拍较多地将雾霾视为危机(16.5%)(见表7)。这意味着,个体因拍摄方式的不同采取了差异化的叙事意图。

表7 短视频的拍摄方式与雾霾角色的交叉分析

	作为背景	作为公共危机	作为提出建议或科普的由头	作为娱乐或自我表演的由头	其他	合计
自拍	52(21.8%)	29(12.2%)	10(4.2%)	127(53.4%)	20(8.4%)	238(100%)
非自拍	99(56.3%)	29(16.5%)	5(2.8%)	39(22.2%)	4(2.2%)	176(100%)
合计	151(36.5%)	58(14%)	15(3.6%)	166(40.1%)	24(5.8%)	414(100%)

注: $\chi^2=65.804, p<0.001$ 。

(四) 拍摄方式与主题框架

从主题框架上看,接近4/5(79.1%)的自制短视频采取了“定义问题”的框架,运用诊断原因(4.6%)、道德评价(0.7%)以及对策建议(4.2%)(见表8)框架的视频均较少。这意味着,网友在自制的雾霾短视频中侧重描述或界定雾霾的现状与问题,而较少去分析原因,开展评价或者提出应对雾霾的对策建议,这呼应了前文对雾霾角色的分析。结合前文对严重性与危害性呈现的分析,自制短视频对雾霾问题的界定更多停留在雾霾严重性上,而较少去阐述雾霾的危害性。

表8 短视频呈现雾霾的主题框架

主题框架	定义问题	诊断原因	道德评价	对策建议	其他	合计
频率(占比)	1589(79.1%)	92(4.6%)	14(0.7%)	84(4.2%)	230(11.4%)	2009(100.0%)

进一步分析,网友在自拍与非自拍时会采取不同的主题框架($\chi^2=19.697, p<0.005$)。相比之下,在自拍时,网友倾向于采用定义问题(50.4%)与对策建议框架(10.9%)。在非自拍时,网友更多地使用了定义问题(54%)与诊断原因(5.7%)的框架(见表9)。这说明,在雾霾原因的寻找上,网友倾向于利用“他者”或从“他者”身上寻找原因,而不是从自身出发。有研究发现,人们虽然强烈

抗议工业所带来的空气污染,但对家中使用的生物燃料对空气污染的影响却选择忽视或没有意识。^[20]这表明,自拍和非自拍影响着网友呈现雾霾主题的框架。

表 9 主题框架与拍摄方式的交叉分析

	定义问题	诊断原因	道德评价	对策建议	其他框架	合计
自拍	120(50.4%)	1(0.4%)	4(1.7%)	26(10.9%)	87(36.6%)	238(100%)
非自拍	95(54%)	10(5.7%)	6(3.4%)	6(3.4%)	59(33.5%)	176(100%)
合计	215(51.9%)	11(2.7%)	10(2.4%)	32(7.7%)	146(35.3%)	414(100%)

注: $\chi^2 = 19.697, p < 0.005$ 。

五、表述雾霾:出镜人物性别与拍摄方式的差异

(一) 论述框架

雾霾论述方面,环境框架(69.7%)、娱乐框架(13.1%)与日常生活框架(6.1%)是网友使用的三个主要论述框架。这说明网友主要通过呈现和描述自身所处的环境来讲述雾霾,这跟“定义问题框架”有相通之处,亦是一种直观而有效的讲述方式。同时,不少视频以娱乐的方式讲述雾霾。但是,从科学的角度讲述雾霾较少,仅占0.9%。见表10。

表 10 短视频呈现雾霾的论述框架

论述框架	日常生活框架	科学框架	娱乐框架	商业利益框架	环境框架	其他框架	合计
频率(占比)	122(6.1%)	19(0.9%)	263(13.1%)	55(2.7%)	1401(69.7%)	149(7.5%)	2009(100%)

(二) 拍摄方式与论述框架

对于研究问题2,考察拍摄方式与论述框架的关系发现,不同的拍摄方式对应着差异化的论述框架($\chi^2 = 36.163, p < 0.001$)。网友在非自拍时,较自拍而言更多使用日常生活框架(25.6%)和环境框架(22.2%)来论述雾霾,而在“自拍”时则更倾向于使用娱乐框架(57.1%)与环境框架(14.7%)(见表11)。

表 11 拍摄方式与论述框架的交叉分析

	日常生活框架	科学框架	娱乐框架	商业利益框架	环境框架	其他框架	合计
自拍	26(10.9%)	7(2.9%)	136(57.1%)	16(6.7%)	35(14.7%)	18(7.7%)	238(100%)
非自拍	45(25.6%)	1(0.6%)	63(35.8%)	4(2.3%)	39(22.2%)	24(13.5%)	176(100%)
合计	71(17.1%)	8(1.9%)	199(48.1%)	20(4.8%)	74(17.9%)	42(10.2%)	414(100%)

注: $\chi^2 = 36.163, p < 0.001$ 。

(三) 出镜人物性别与论述框架

对于研究问题3,进一步考察呈现的人物性别与论述框架发现,不同性别的出现与论述框架的交叉结果存在显著差异($\chi^2 = 16.430, p < 0.01$)。在呈现女性的短视频中,更多使用了娱乐框架(50.6%)和商业利益框架(6.5%),而呈现男性的视频则较多地采用了科学框架(4.6%)和日常生

活框架(18.5%)(见表12)。这意味着,呈现女性的短视频倾向于以娱乐化的方式表达,而呈现男性的短视频倾向于用科学框架进行论述。

表12 出镜人物性别与论述框架的交叉分析

	日常生活框架	科学框架	娱乐框架	商业利益框架	环境框架	其他	合计
女性	43(16.3%)	1(0.4%)	133(50.6%)	17(6.5%)	47(17.9%)	22(8.3%)	263(100%)
男性	28(18.5%)	7(4.6%)	66(43.7%)	3(2%)	27(17.9%)	20(13.3%)	151(100%)
合计	71(17.1%)	8(1.9%)	199(48.1%)	20(4.8%)	74(17.9%)	42(10.2%)	414(100%)

注: $\chi^2 = 16.430, p < 0.01$ 。

六、应对雾霾:出镜人物性别与行为差异

(一)应对雾霾的行为

数据显示绝大多数网友(75.1%,见表13)并未在视频中提及或关注应对雾霾的行为,仅18%的视频讲述或呈现了应对雾霾的行为。这说明,应对行为并非网友讲述雾霾危机的重点。戴口罩(11.7%)是视频中的人物提及或采取的最多的应对方式。这呼应了之前的研究(Wang et al.),即戴口罩是个体经常采取的应对方式^[64],此外,短视频中的出镜人物有139人在雾霾天未采取任何防护措施,占出镜人物总数的33.6%,这一定程度说明了个体对雾霾的危害认识不够。

表13 自制短视频呈现的应对行为

应对行为	少开私家车	使用空气净化器	关窗	减少户外运动	戴口罩	前往空气洁净处或旅行/逃离	饮食调理	个人护理	未采取措施	没有明确提及	合计
频数	4 (0.2%)	21 (1%)	6 (0.3%)	47 (2.3%)	234 (11.7%)	11 (0.6%)	30 (1.5%)	9 (0.4%)	139 (6.9%)	1508 (75.1%)	2009 (100%)

(二)出镜人物性别与应对行为

对于研究问题4,考察视频呈现的人物性别与应对雾霾的行为发现,短视频中的个体大多未提及或采取明确的应对行为(男性59.6%,女性48.7%)。其中,出镜的女性采取明确的应对行为的比重高于男性($\chi^2 = 4.6, p < 0.05$)(见表14)。

表14 出镜人物性别与采取明确应对行为的交叉分析

	采取明确行为	未提及或采取明确行为	合计
女性	135(51.3%)	128(48.7%)	263(100%)
男性	61(40.4%)	90(59.6%)	151(100%)
合计	196(47.3%)	218(52.7%)	414(100%)

注: $\chi^2 = 4.6, p < 0.05$ 。

进一步分析短视频呈现的雾霾天的日常行为发现,网友在雾霾天的日常行为涉及衣食住行等多个方面,其中出行(45.8%)比重最大,其次是娱乐或运动(17.9%)(见表15)。雾霾天给人们的日常生活带来了不便,因此,不少专家建议人们减少外出^[77]。但是,出行却是雾霾天主要的日常行为。之前的调查研究也发现了这一点,超过半数的宁波市民会在空气条件差的时候出行^[38]。这意味着,雾霾天并未对人们的出行造成显在的障碍。其原因可能是人们对于减少雾霾天出行的意识不够,也有可能是由于上班、上学等要求,不得不出行。总之,人们在雾霾天并没有减少出行行为,而且有很大比例的网友在出行时没有采取戴口罩等保护性行为。

表15 短视频呈现的日常行为

日常行为	衣着	饮食	起居	出行	工作或学习	娱乐或运动	其他	合计
频数	18	25	9	921	17	359	660	2009
(占比)	(0.9%)	(1.2%)	(0.4%)	(45.8%)	(0.8%)	(17.9%)	(33%)	(100%)

有研究指出,雾霾对个人日常生活的影响是塑造人们雾霾认知的重要因素,即当雾霾问题影响到个人生活时,雾霾会被个体认为是限制自身生活质量的重要因素,便会提高对雾霾问题的关注。^[21]从自制短视频呈现的日常生活行为上看,雾霾天影响日常生活的情形并没有得到呈现(例如减少出行),或者拍摄者并没有意识到雾霾对日常生活的影响,这反过来可能影响其对雾霾的关注。

七、结论与讨论

持有“后物质主义(post-materialist)”立场的研究者通常认为,发展中国家或贫困社区的人在基本的物质需求得到满足之前,很少重视环境保护。然而也有越来越多的研究表明,不论贫富,环境问题对人们而言都是突出且重要的问题^[21]。本文分析网友在自制短视频中呈现的雾霾发现,网友们拍摄雾霾,表明对于他们来说,雾霾是一个值得关注的问题。因此,大多数视频都将雾霾视作危机。但是,这种关注的深度与程度有所不足,例如,未突出雾霾的危害性,未突出雾霾的成因以及应对雾霾的措施等。这与短视频的表达方式有关,更与视频生产者对雾霾危机的深层次理解有关。

性别是预测用户在线行为差异的重要变量^[78],许多研究都表明女性相较于男性更倾向于拍摄并发布与自己有关的图像^[79-80]。本文亦发现,女性在自制雾霾短视频中更倾向于自拍。从社会层面讲,女性往往希望将自己展示为有吸引力的以及是社会群体的一部分^[81],因此她们更喜欢自拍。有研究则进一步指出,自拍能够让女性不断试验她们的外貌,从而使自己看起来更有吸引力^[82]。从自制短视频的角度讲,可能是女性用户多于男性用户。

在自拍与非自拍两种拍摄方式下,网友自制短视频对雾霾的界定与表述存在差异,自拍方式下对雾霾的表述带有娱乐化色彩。自拍作为“描绘自我”的方式,有论者指出,我们在解释自拍的内容与构成时应重视自拍所起的作用^[68]。在自拍时,拍摄者的注意力常常集中在其自身语境与自我呈现上。^[83]虽然个体自拍的原因尚不明晰,但已有研究发现诸如自恋、自尊等人格特质与个体的自拍行为有关。^[84-85]拍摄方式的选择在一定程度上亦是由拍摄者的意图与动机所决定的^[86],比如寻求关注、沟通与娱乐等^[87]。因此,不同拍摄方式下网友界定与表述雾霾的差异反映了个体叙事意图及其对雾霾认知的差异。

基于本研究的发现,个体的雾霾危机叙事传达出了多元的观念与行为取向,其叙事指向较为杂乱,因而难以形成“共言式”的集体型叙事^[88]以表达集体的利益诉求。这意味着,一方面我们彰显个体危机叙事的重要性,另一方面,我们需要对个体的危机叙事保持警惕。个体的危机叙事何以上升

为公共叙事,是一个新的问题。通常说来,媒体的危机叙事常常被认为具有自身倾向或利益偏向,因而存在缺失与失衡的问题^[42],甚至诱致内部的话语矛盾^[34]。这在一定程度上影响着人们对危机的界定与应对。本文发现,个体作为雾霾危机的亲历者,其雾霾叙事同样并不理想。这意味着,个体的危机叙事既无法替代媒体叙事,也难以与媒体叙事形成互补。

网友通过自制短视频呈现雾霾,参与建构雾霾议题,实则是参与式视频的一种实践。参与式视频(participatory video)是参与式媒体的形式之一。个体、团体或社区制作他们自己的视频,在这一过程中聚集在一起探讨问题,进而以视频的方式提供关切的声音^[59]。参与式视频与诸如纪录片等官方视频的关键区别在于,个体能够根据他们自己而非其他人的意图来制作视频^[60],因而它使得个体、群体或社区能够采取他们自己的行动来解决他们自己的问题,并且能够向决策者/其他群体和社区传达他们的需要和想法^[59]。参与式视频的方式被认为给个体提供了一个新颖、有吸引力的平台^[60],是艺术干预的新形式,在影响我们生活的关键实践和决策方面开辟了新的思维方式、对话的新途径,以及理解主体性、社区福祉或与他人联系的新途径^[89]。参与式视频也是视频制作的个体或群体与其他公众“接触”的一种方式。^[59]因此,参与式视频在促进个体或团体自我发声、描述危机与解决问题上的潜力正在被学者们讨论。有研究指出,图像与声音的组合具有很强的潜力,可以增强对特定环境下人们的生活状态的理解,因此,参与式视频是能够改变人们对环境理解的一个有力的工具。^[90]

网友自制短视频作为参与式视频的一种,大多短小精悍。如此容量的内容是否能够或有助于呈现雾霾危机?是否能够更加深刻地呈现雾霾成因与对策分析?基于短视频的技术属性,也许我们会认为,自制短视频并不适合深度呈现雾霾。但是,技术并不能从根本上限制思想的表达。拉斯韦尔(Lasswell)指出,“技术手段的不足是可以靠知识来克服的”^[91]。这涉及媒介属性与公共议题呈现的问题。随着短视频产业的快速发展,以及视频成为人们重要的表达方式,网友自制雾霾短视频无疑是雾霾公共叙事的组成部分。然而如何更好地发挥影像叙事的功能与视频的优势,更加真实地呈现雾霾,以促进人们的危机意识,值得深入探讨。

除却短视频的表达形式之外,在个体的浅层叙事与娱乐化叙事背后,我们或许应结合社会语境探讨。娱乐化取向是一种普遍的现象,正在成为尼尔·波兹曼(Neil Postman)担忧的“一种文化精神”^[92],并不为中国社会所特有。对于年轻人来说,娱乐化也是他们主要的言说(“说话”)方式。自制短视频的娱乐化叙事难免弱化雾霾危机,淡化雾霾危机作为公共议题的重要性与意义。但是,娱乐化表达是否是一种新的表达诉求的方式?是否是年轻人关注公共话题的方式之一?毕竟,娱乐化的方式有时被认为是在严肃的情境下做出的抗争选择^[93]。这值得我们反思和深入探讨。

影像叙事相较于文字与图像而言,被认为能够还原与记录更加真实的场景,视频的形式便于灵活、立体和形象化地呈现雾霾。但是,由于技术手段的进步,影像叙事可以被美化或者修改,真实的雾霾场景可能通过技术的手段去真实化,从而在自制短视频中异化了雾霾的真实场景。同时,影像叙事策略也直接影响着真实的呈现,例如,娱乐化的策略等。这意味着,“有图有真相”“眼见为实”等见解需要在新的技术条件下被重新定义。

笔者研究了三个短视频平台,但未详细比较他们带来的个体雾霾叙事的差异。三个平台存在不小的差异,例如,美拍视频定位于围绕“美”进行资源投入与用户获取^[94],拥有大量的女性用户与年轻的用户^[95]。美拍提供了不少特效供用户选择,帮助用户提升视频的效果。而土豆短视频在拍摄功能上则无美颜或修饰功能^[96],也较少提供视频制作特效,因而具有更多的纪实指向。后续研究需要考虑平台的差异,开展比较研究。网友自制短视频是新的研究对象,如何设计抽样短视频的方法更为合理(例如如何考虑热度、点击量、下载量等综合因素),需要不断探索。相比于针对传统媒体的内容分析,对短视频的内容分析应当不断优化分析策略,以更好地契合短视频的特征,并能促发新的

洞见或知识生产,这是后续研究需要努力的方向。

雾霾短视频的生产者影响着其对雾霾的呈现。富有灵活与吸引力的参与式视频被认为更契合年轻女性的认知与表达方式,年轻人被期望作为“产生意义的人”参与其中^[60]。因此,视频生产者的年龄是一个重要因素,基姆等人(Kim et al.)研究发现,年轻人对于环境风险的感知更低^[37]。本文遗憾未能考察视频生产者的人口统计学特征。这主要是因为,三个平台并未强制要求视频上传者填写准确的资料。后续研究应当从生产者角度考察其在视频中的危机叙事。

参考文献:

- [1] 宋娟,程婷,谢志清等.江苏省快速城市化进程对雾霾日时空变化的影响.气象科学,2012,3:275-281.
- [2] 搜狐新闻客户端联合墨迹天气发布2016雾霾数据.搜狐科技,2016-12-19.[2018-02-12] <http://it.sohu.com/20161219/n476276446.shtml>.
- [3] 黄彬.2017年大气环境气象公报指出我国大气环境持续改善.中国气象局,2018-02-12.[2018-03-20] http://www.cma.gov.cn/2011xwzx/2011xqxxw/2011xqxyw/201802/t20180212_462395.html.
- [4] 曹彩虹,韩立岩.雾霾带来的社会健康成本估算.统计研究,2015,7:19-23.
- [5] 李辉,王鹏飞,杨崇海.论雾霾天气下的环境成本.河北企业,2015,2:39.
- [6] 吴国平,胡伟,滕恩江等.室外空气污染对成人呼吸系统健康影响的分析.中国环境监测,2001,S1:33-38.
- [7] 孙志豪,崔燕平.PM_{2.5}对人体健康影响研究概述.环境科技,2013,4:75-78.
- [8] Y. Y. Chen, A. Ebenstein, M. Greenstone et al. Evidence on the Impact of Sustained Exposure to Air Pollution on Life Expectancy from China's Huai River Policy. National Academy of Sciences, 2013, 110(32):12936-12941.
- [9] 阚海东,陈仁杰.PM_{2.5}对人体危害有多大.中国经济报告,2015,4:114-116.
- [10] 胡伟,魏复盛,滕恩江等.空气污染对儿童及其父母呼吸系统健康的影响.中国环境科学,2000,5:41-44.
- [11] 李华强,韩译萱,范春梅.雾霾危机情境下应该如何应对?——基于高阶与低阶应对行为分类的视角.中国行政管理,2017,6:121-126.
- [12] 欧阳静美.中国雾霾问题的新闻话语研究(2006—2015)——基于对《人民日报》和《纽约时报》雾霾报道的比较.宁夏大学学报(人文社会科学版),2017,1:192-196.
- [13] Y. T. Wang, M. X. Sun, X. C. Yang, et al. Public Awareness and Willingness to Pay for Tackling Smog Pollution in China: A Case Study. Journal of Cleaner Production, 2016, 112:1627-1634.
- [14] Q. H. Yang, F. Yang, C. Zhou. What Health-Related Information Flows Through You Every Day? A Content Analysis of Microblog Messages on Air Pollution. Health Education, 2015, 115(5):438-454.
- [15] H. T. Li, R. Svarverud. When London Hit the Headlines: Historical Analogy and the Chinese Media Discourse on Air Pollution. China Quarterly, 2017:1-20.
- [16] 郭瑞超.专家信源及报道倾向对雾霾报道传播效果的影响研究.广州:暨南大学硕士学位论文,2016.[2018-06-01] <http://cdmd.cnki.com.cn/Article/CDMD-10559-1016733854.htm>.
- [17] 王庆.媒体归因归责策略与被“雾化”的雾霾风险——基于对人民网雾霾报道的内容分析.现代传播(中国传媒大学学报),2014,12:37-42.
- [18] L. Ma. The Beijing Smog: Between Media Frames and Public Perceptions. China Media Research, 2015, 11(4):6-10.
- [19] K. Aunan, M. Halskov Hansen, S. X. Wang. Introduction: Air Pollution in China. The China Quarterly, 2017:1-20.
- [20] M. Halskov Hansen, Z. H. Liu. Air Pollution and Grassroots Echoes of “Ecological Civilization” in Rural China. China Quarterly, 2017:1-20.
- [21] X. Y. Li, B. Tilt. Perceptions of Quality of Life and Pollution among China's Urban Middle Class: The Case of Smog in Tangshan. China Quarterly, 2017:1-17.
- [22] C. T. Caldiero. Crisis Storytelling: Fisher's Narrative Paradigm and News Reporting. International Communication Association, 2004:1-26.

- [23] W. R. Fisher. The Narrative Paradigm: An Elaboration. *Communication Monographs*, 1985, 52(4): 347-367.
- [24] L. V. Chewning. Multiple Voices and Multiple Media: Co-Constructing BP's Crisis Response. *Public Relations Review*, 2015, 41(1): 72-79.
- [25] Q. J. Luo, X. T. Zhai. "I Will Never Go to Hong Kong Again!" How the Secondary Crisis Communication of Occupy Central on Weibo Shifted to a Tourism Boycott. *Tourism Management*, 2017: 62.
- [26] W. R. Fisher. Narration as a Human Communication Paradigm: The Case of Public Moral Argument. *Communication Monographs*, 1984, 51(1): 1-22.
- [27] F. Schultz, S. Utz, S. Glocka. Towards a Networked Crisis Communication Theory: Analyzing the Effects of (Social) Media, Media Credibility, Crisis Type, and Emotions. *Proceedings of the International Communication Association*, 2012: 1-27.
- [28] 杨国田. 自媒体与传统媒体新闻传播的互补性研究. *新媒体研究*, 2016, 18: 5-6.
- [29] L. Ha, L. Fang. Internet Experience and Time Displacement of Traditional News Media Use: An Application of the Theory of the Niche. *Telematics and Informatics*, 2012, 29(2): 177-186.
- [30] A. A. Olorunnisola, B. L. Martin. Influences of Media on Social Movements: Problematizing Hyperbolic Inferences about Impacts. *Telematics and Informatics*, 2013, 30(3): 275-288.
- [31] G. Dan. We the Media: The Rise of Citizen Journalists. *National Civic Review*, 2004, 93(3): 58-63.
- [32] D. Leigh. Are Reporters Doomed? *Nieman Reports*, 2008, 1: 54-55.
- [33] G. Dan. Foreword in J. D. Lasica, eds. *We Media: How Audiences are Shaping the Future of News and Information*, The Media Center at the American Press Institute, 2003: Vi.
- [34] K. E. Anthony, T. L. Sellnow. Information Acquisition, Perception, Preference, and Convergence by Gulf Coast Residents in the Aftermath of the Hurricane Katrina Crisis. *Argumentation & Advocacy*, 2011, 48(2): 81-96.
- [35] L. Huang, C. Rao, Tsering Jan van der Kuijp, et al. A Comparison of Individual Exposure, Perception, and Acceptable Levels of PM_{2.5} with Air Pollution Policy Objectives in China. *Environmental Research*, 2017, 157: 78-86.
- [36] X. Liao, H. Tu, J. E. Maddock, et al. Residents' Perception of Air Quality, Pollution Sources, and Air Pollution Control in Nanchang, China. *Atmospheric Pollution Research*, 2015, 6(5): 835-841.
- [37] M. Kim, O. Yi, H. Kim. The Role of Differences in Individual and Community Attributes in Perceived Air Quality. *Science of the Total Environment*, 2012, 425(3): 20-26.
- [38] S. Yang, L. Shi. Public Perception of Smog: A Case Study in Ningbo City, China. *Journal of the Air & Waste Management Association*, 2016, 67(2): 219-230.
- [39] S. A. Bowen, R. L. Heath. Narratives of the SARS Epidemic and Ethical Implications for Public Health Crises. *International Journal of Strategic Communication*, 2007, 1(2): 73-91.
- [40] J. S. Jia, J. M. Jia, C. K. Hsee, et al. The Role of Hedonic Behavior in Reducing Perceived Risk: Evidence from Post-earthquake Mobile-App Data. *Psychological Science*, 2017, 28(1): 23-35.
- [41] J. Perkins, N. Blyler, eds. *Narrative and Professional Communication*, Stamford, CT: Ablex Publishing Corporation, 1999//E. Holroyd, C. McNaught. The SARS Crisis: Reflections of Hong Kong Nurses. *International Nursing Review*, 2008, 55(1): 27-33.
- [42] X. Xiao. A Hero Story without Heroes: The Hong Kong Government's Narratives on SARS. *International Communication Association*, 2006: 1-25.
- [43] M. W. Seeger. Best Practices in Crisis Communication: An Expert Panel Process. *Journal of Applied Communication Research*, 2006, 34(3): 232-244.
- [44] R. E. Kasperson, O. Renn, H. S. Brown, et al. The Social Amplification of Risk: A Conceptual Framework. *Risk Analysis*, 1988, 8(2): 177-187.
- [45] Y. Mou, F. Shen. (Potential) Patients Like Me: Testing the Effects of User-Generated Health Content on Social Media. *Chinese Journal of Communication*, 2018, 11(2): 186-201.

- [46] 2006 Edelman Trust Barometer. Edelman. 2006. [2018-06-19] <https://www.edelman.com/research/edelman-trust-barometer-archive>.
- [47] C. E. Liu, B. Zhao. Who Speaks for Climate Change in China? Evidence from Weibo. *Climatic Change*, 2017, 140(3-4): 413-422.
- [48] 吕萌. 影像资料的历史文化价值探析. *档案学通讯*, 2002, 4: 25-27.
- [49] 王子海. 媒介融合背景下新媒体叙事元素分析. *新闻知识*, 2016, 6: 48-50.
- [50] L. Zeng, N. A. Akinro. Picturing the Jos Crisis Online in Three Leading Newspapers in Nigeria: A Visual Framing Perspective. *Visual Communication Quarterly*, 2013, 20(4): 196-204.
- [51] 刘涛. 符号抗争: 表演式抗争的意指实践与隐喻机制. *中国地质大学学报(社会科学版)*, 2017, 4: 92-103.
- [52] 鲍昆. 作为历史意义的影像价值. *中国摄影家*, 2009, 3: 82-83.
- [53] 胡鸿保, 魏爱云. 硬伤、时空错乱与审美符号——浅谈历史剧. *民族艺术研究*, 2004, 2: 15-19.
- [54] 王长潇, 刘盼盼. 短视频跨媒介叙事的形态特征及其舆论导向. *现代视听*, 2017, 9: 38-41.
- [55] 潘元金, 徐尚青. 论读图时代语境下拍客传播的当代价值. *武汉纺织大学学报*, 2013, 2: 36-39.
- [56] 汪振城, 何维. 影像记忆: 纪录片中的南京形象. *艺术百家*, 2012, 6: 151-155.
- [57] 王长潇, 刘瑞一. 从乌合表达达到理性传播——以群体心理学视角解析网络视频分享传播. *当代传播*, 2014, 2: 16-18+28.
- [58] 刘艺玮. 媒介融合语境下网络拍客视频叙事的解构主义分析. 武汉: 华中科技大学硕士学位论文, 2015. [2018-06-30] http://www.wanfangdata.com.cn/details/detail.do?_type=degree&id=D736773.
- [59] R. M. H. Peters, M. B. M. Zweekhorst, W. H. Van Brakel, et al. "People Like Me Don't Make Things Like That": Participatory Video as a Method for Reducing Leprosy-Related Stigma. *Glob Public Health*, 2016, 11(5-6): 666-682.
- [60] L. Waite, C. Conn. Creating a Space for Young Women's Voices; Using "Participatory Video Drama" in Uganda. *Gender, Place & Culture*, 2011, 18(1): 115-135.
- [61] 迈克尔·福斯曼. "鸭唇"与装酷: 四所瑞典学校的13岁学生自拍现象的社会符号学和社会性别分析. 田依雨译. *新闻与传播研究*, 2014, S1: 124-137.
- [62] 宋欣政. 记忆生产与意义构建——《我在故宫修文物》的影像叙事与传播. *新闻论坛*, 2016, 6: 106-109.
- [63] 何舟, 陈先红. 双重话语空间: 公共危机传播中的中国官方与非官方话语互动模式研究. *国际新闻界*, 2010, 8: 21-27.
- [64] S. L. Wang, M. J. Paul, M. Dredze. Social Media as a Sensor of Air Quality and Public Response in China. *Journal of Medical Internet Research*, 2015, 17(3): e22.
- [65] 刘涛. 视觉抗争: 表演式抗争的剧目结构与符号矩阵. *西北师大学报(社会科学版)*, 2016, 4: 5-15.
- [66] 刘涛. 身体抗争: 表演式抗争的剧场政治与身体叙事. *现代传播(中国传媒大学学报)*, 2017, 1: 62-67.
- [67] 刘涛. 情感抗争: 表演式抗争的情感框架与道德语法. *武汉大学学报(人文科学版)*, 2016, 5: 102-113.
- [68] B. Musil, A. Preglej, T. Ropert, et al. What Is Seen Is Who You Are: Are Cues in Selfie Pictures Related to Personality Characteristics? *Frontiers in Psychology*, 2017, 8: 82.
- [69] M. K. Mcbeth, E. A. Shanahan, M. C. Arrandale Anderson, et al. Policy Story or Gory Story? Narrative Policy Framework Analysis of Buffalo Field Campaign's YouTube Videos. *Policy & Internet*, 2013, 4(3-4): 159-183.
- [70] G. Zu. Framing Pollution: An Analysis of the Coverage of Air Pollution in China in 2013 by China Daily. com. Ohio: Master Degree Thesis of Ohio University, 2015: 21. [2018-07-21] https://etd.ohiolink.edu/pg_10?0::NO:10:P10_ACCESSION_NUM:ohiou1429698709.
- [71] E. Goffman. *Frame-Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1974.
- [72] J. A. Paschen, R. Ison. Narrative Research in Climate Change Adaptation——Exploring a Complementary Paradigm for Research and Governance. *Research Policy*, 2014, 43(6): 1083-1092.
- [73] R. M. Entman. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 1993, 43(4): 51-58.

- [74] 小肖. 拍客:用影像记录生活. 科技潮,2007,12:52-53.
- [75] 王庆,余红. 泛娱乐化与自媒体雾霾环境风险传播. 当代传播(汉文版),2015,5:21-23.
- [76] 彩色电影专题片——中国人的衣食住行娱. 中外文化交流,2001,4.
- [77] 吉林雾霾天气持续专家提醒居民尽量减少外出. 新华社. 2016-11-06. [2018-12-31] http://www.xinhuanet.com/local/2016-11/06/c_1119859112.htm.
- [78] I. Arpaci, S. B. Yalçın, M. Baloğlu, et al. The Moderating Effect of Gender in the Relationship between Narcissism and Selfie-Posting Behavior. *Personality and Individual Differences*, 2018, 134: 71-74.
- [79] A. Dhir, S. Pallesen, T. Torsheim, et al. Full Length Article; Do Age and Gender Differences Exist in Selfie-Related Behaviours? *Computers in Human Behavior*, 2016, 63: 549-555.
- [80] P. Sorokowski, A. Sorokowska, T. Frackowiak, et al. Sex Differences in Online Selfie Posting Behaviors Predict Histrionic Personality Scores among Men but Not Women. *Computers in Human Behavior*, 2016, 59: 368-373.
- [81] A. M. Manago, M. B. Graham, P. M. Greenfield, et al. Self-Presentation and Gender on MySpace. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 2018, 29(6): 446-458.
- [82] A. J. Nguyen. Exploring the Selfie Phenomenon: The Idea of Self-Presentation and Its Implications among Young Women. Massachusetts; Master Thesis of Smith College School for Social Work Northampton, 2014//A. Dhi, S. Pallesen, T. Torsheim, et al. Full Length Article; Do Age and Gender Differences Exist in Selfie-Related Behaviours? *Computers in Human Behavior*, 2016, 63: 549-555.
- [83] P. Frosh. The Gestural Image: The Selfie, Photography Theory, and Kinesthetic Sociability. *International Journal of Communication*, 2015, 9: 1607-1628.
- [84] S. Etgar, Y. Amichai-Hamburger. Not All Selfies Took Alike; Distinct Selfie Motivations are Related to Different Personality Characteristics. *Frontiers in Psychology*, 2017, 8: 842.
- [85] R. Wang, F. Yang, Haigh, et al. Let Me Take a Selfie; Exploring the Psychological Effects of Posting and Viewing Selfies and Groupies on Social Media. *Telematics and Informatics*, 2017, 34(4): 274-283.
- [86] A. J. D. Bij de Vaate, J. Veldhuis, J. M. Allea, et al. Show Your Best Self(ie): An Exploratory Study on Selfie-Related Motivations and Behavior in Emerging Adulthood. *Telematics and Informatics*, 2018.
- [87] Y. Sung, J. A. Lee, E. Kim, et al. Why We Post Selfies; Understanding Motivations for Posting Pictures of Oneself Pers. *Individ. Differ.*, 2016, 97: 260-265.
- [88] 苏珊·S. 兰瑟. 虚构的权威: 女性作家与叙述声音. 黄必康译. 北京: 北京大学出版社, 2005: 23.
- [89] C. Tremblay, L. Harris. Critical Video Engagements; Empathy, Subjectivity and Changing Narratives of Water Resources through Participatory Video. *Geoforum*, 2018, 90: 174-182.
- [90] T. Crystal, H. Leila. Critical Video Engagements; Empathy, Subjectivity and Changing Narratives of Water Resources through Participatory Video. *Geoforum*, 2018, 90: 174-182.
- [91] 哈罗德·拉斯韦尔. 社会传播的结构与功能. 何道宽译. 北京: 中国传媒大学出版社, 2013: 50.
- [92] 尼尔·波兹曼. 娱乐至死. 章艳译. 桂林: 广西师范大学出版社, 2004: 4.
- [93] 王蒙. 当代中国政治中的表演式抗争: 景观、结构与效能. *西南大学学报(社会科学版)*, 2013, 5: 23-31.
- [94] 中国短视频行业年度盘点分析 2018. 易观, 2018-04-08. [2018-12-31] <http://www.199it.com/archives/707472.html>.
- [95] 马世聪. 中国移动短视频市场专题分析 2017. 易观, 2017-03-20. [2018-12-31] <https://www.analysis.cn/article/analysis/detail/1000646>.
- [96] 竞品分析|快手和土豆视频. 开课吧 V, 2017-08-02. [2018-12-31] http://www.sohu.com/a/161621585_530965.

"China Haze" in Self-Made Short Videos by Netizens: Public Crisis, Individual Narration and Image Expression

Wu Shiwen, Zhou Xiaping (Wuhan University)

Abstract: Frequent Haze is one of the current public health crises in China. The research is starting from the perspective of the individual narrative of public crisis, using content analysis to examine the haze-related self-made short-video (N=2009) respectively from Miaopai, Meipai and Tudou Video. Results show that the definition and expression of haze, and the related coping behaviors that were presented in self-made short videos are influenced by shooting ways and the gender of characters presented in the screen. Although most videos regarded haze as a crisis, they did not highlight the hazards, causes and countermeasures of haze, which essentially showed the superficial cognition of haze and therefrom, played down the crisis role of haze. Netizens took more selfies than non-selfies, but they tended to use the "other" or from the "other" to find the cause of haze, rather than from their own. Many videos described haze in an entertaining way, but less from a scientific point of view. The vast majority of short videos did not mention or present coping behavior to haze, and nearly half of the people went out in haze. This paper holds that the authenticity of haze scene may be "alienated" by means of technology or entertainment strategy. Therefore, the views of "Picture is truth" and "Seeing is believing" need to be redefined under new technical conditions. If the top-down haze narrative or official discourse has its deficiencies because of the grand narrative, then the bottom-up haze narrative is not ideal. As a manifestation of participatory video, how to present public crisis and public issues in self-made short video and how to promote individual crisis narrative to public narrative is a new problem.

Key Words: haze; image narration; individual narration; selfie; short video

■收稿日期:2018-07-27

■作者单位:吴世文,武汉大学新闻与传播学院、武汉大学媒体发展研究中心;湖北武汉 430072
周夏萍,武汉大学新闻与传播学院

■责任编辑:汪晓清