

# 从愤怒到厌恶：危机事件中公众的情绪图景

刘 念<sup>1</sup> 丁汉青<sup>2</sup>

(1. 首都经济贸易大学 文化与传播学院, 北京 100070; 2. 北京师范大学 新闻与传播学院, 北京 100875)

**【摘要】**本文以“红黄蓝幼儿园虐童事件”为例, 借鉴整合危机图式(ICM)理论, 采用大数据及机器学习算法, 对微博中的公众情绪进行测量和分析。研究发现, 愤怒和厌恶是此事件中的主导情绪; 随着危机事件发展, 公众情绪经历了由愤怒到厌恶的演变过程, 整个过程中负面情绪始终较强, 其原因主要是危机衰退期内的官方回应未起到良好的情绪疏导作用, 反而造成了公众的负面情绪反弹。最后, 本文基于以上结论修正和发展了中国语境下的ICM理论模型。

**【关键词】**危机传播; 情绪; 整合危机图式

**【中图分类号】**G206

**【文献标识码】**A

在中国, 如何有效组织公共危机相关信息发布、减少危机事件带来的负面影响, 是政府决策者和危机传播研究者迫切关注的问题(史安斌, 2004)。近年来, 社会化媒体以其快速发布、即时共享、高介入性及公共对话性质, 对政府的危机传播带来诸多机遇和挑战(许静, 2013), 以“情绪压倒事实”为特征的“后真相”逐渐成为舆情走向的主导性因素(史安斌、邱伟怡, 2018)。同时, 大数据及计算机文本挖掘等相关技术的发展为基于大规模的文本情绪分析提供了基础。在此背景下, 本文选取发生于2017年底的“红黄蓝幼儿园虐童事件”(以下简称“红黄蓝事件”)为个案, 以“整合危机图式”(integrated crisis mapping, 简称ICM)为理论指导, 采用大数据分析和机器学习算法, 对微博文本中的公众情绪进行实证测量和分析, 主要探究以下研究问题:

(1) 这一危机事件中公众的主导情绪类型是什么? (2) 此危机事件中的公众情绪经历

**【作者简介】**刘 念, 首都经济贸易大学文化与传播学院讲师。

丁汉青, 北京师范大学新闻与传播学院教授。

**【基金项目】**教育部十三五重大课题“网络舆情传播的‘情绪感染—演变’机制与社会影响的临界点研究”(16JJD860006)。

了怎样的变化？为何变化？本文通过上述问题的探索，旨在丰富和发展ICM理论模型和危机传播相关理论体系，并为政府危机传播的策略决策提供一定借鉴。

本文之所以选择这一案例，主要出于以下几点考虑：第一，该事件涉及虐待甚至性侵儿童，具有较强的道德冲突，容易引发公众的愤怒、同情、震惊等情绪，网民对此事件的讨论具有较强的情绪性色彩，比较适合分析危机事件中公众的情绪特点。第二，该事件的关注度较高，影响力较大，具有一定的典型性。事件发生后，人民日报、新华网、法制日报等多家大型媒体参与报道此事件，并且在微博中经过大量娱乐明星转发，该事件关注热度持续高涨，影响力迅速扩大，具有较强的研究价值。第三，该事件在微博中的讨论量最多，占比98%以上（鹰眼舆情观察室，2017），作为公开的社交媒体平台，微博数据较易获得，可操作性更强。

## 一、基于情绪视角的危机传播理论：整合危机图式

危机传播研究中的两大主导理论——Benoit提出的形象修复理论（image repair theory）（Benoit & Pang, 2008）和Coombs提出的情境式危机传播理论（situational crisis communication theory，简称SCCT）（Coombs, 2006、2007）——旨在理解组织应在什么情况下采取怎样的策略，这些理论往往基于具体情境的视角，源于组织基于危机情境的反应。随着实践发展，研究者们开始关注到情绪在说服和危机传播中策略决策的重要性，有学者指出，理解情绪将成为危机传播研究中的下一个前沿（Jin & Pang, 2010）。例如，Coombs和Holladay（2005）认为，当我们能够认识到利益相关者（stakeholders）的情绪反应并将其纳入危机应对的策略选择时，危机沟通可以更有效地保护组织声誉。

在此背景下，Jin, Pang和Cameron（2007）提出了一种基于情绪视角的危机传播理论——“整合危机图式”。这一模型通过理论推导提炼出在危机传播中公众最主要的四种情绪：愤怒（anger）、惊吓（fright）、焦虑（anxiety）和悲伤（sadness），并分别依据公众的应对策略（X轴）和组织的参与水平（Y轴）建立了危机矩阵（如图1）。在这里，公众（publics）的概念等同于利益相关者，也有学者称其为受众（audience）（Benoit & Pang, 2008），主要是指“一群面临共同问题的人”（Gonzalez-Herrero & Pratt, 1996）。

在这一矩阵中，公众的应对策略分为意动型应对（conative coping）和认知型应对（cognitive coping）。意动型应对主要是指通过实际措施和步骤改变公众与组织之间的实际关系；认知型应对主要是指只改变公众阐释这种关系的方式。组织的参与水平分为高参与度和低参与度。高参与度意味着强烈、持续而巩固的参与，并在处理危机的资源分配中处于优先；低组织参与度则意味着组织投入相对较少的资源和精力。据此，

危机矩阵被分为四个象限。每个象限中的危机事件分别对应两种不同的主导情绪。

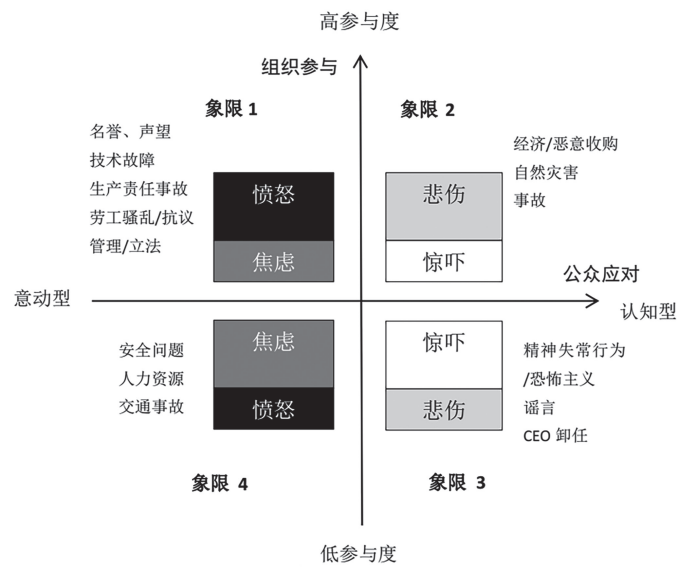


图1 “整合危机图式”理论模型（Jin, Pang & Cameron, 2007；史安斌、邱伟怡，2018）

在理解公众情绪方面，ICM理论借鉴了Lazarus（1991）的研究，将公众的情绪评估反应分为两类，一类是初级评估（primary appraisal），主要指公众评估危机事件是否与自身相关以及如何相关，其内容包含目标相关性、目标一致性及其他团体的参与；另一类是次级评估（secondary appraisal），主要指公众对自己的选择及处理危机的资源和未来前景的评估，这意味着在危机期间，公众需要评估是否需要及采取何种行动来对危机事件施加影响。基于以上分析，ICM理论认为危机事件中的公众可能会经历两种水平的情绪。初级情绪（primary level emotion）是公众在危机发生的第一时间所经历的情绪，次级情绪（secondary level emotion）是公众在后续情况下经历的情绪，并取决于组织对危机的回应。次级情绪可由初级情绪转变而来，也可与初级情绪同时存在。据此，ICM提炼出四个象限主要的情绪类型：第一象限主要的初级情绪是愤怒，次级情绪是焦虑；第二象限的主要初级情绪是悲伤，次级情绪是惊吓；第三象限的主要初级情绪是惊吓，次级情绪是悲伤；第四象限的主要初级情绪是焦虑，次级情绪是愤怒。

ICM理论在现有的基于情境的危机应对研究路径外，提供了一种新的研究路径——基于情绪视角的危机传播，以理解参与危机事件的公众可能经历的情绪变化，以便组织能够制定合理化策略满足公众的具体需求（Jin & Pang, 2010）。在此基础上，本文通过借鉴这一理论框架，聚焦于危机事件中的公众情绪，旨在对ICM理论模型的本土化应用做出尝试，并进一步丰富和发展这一理论模型。

## 二、文献综述与假设推导

### （一）公众的主要情绪类型

在“红黄蓝事件”中，一方面，由于公众主要将危机责任归因于幼儿园，将监管及调查责任归因为政府、公安机关等部门。事件发生后，政府和公安机关第一时间进驻幼儿园展开调查工作，并通过微博向公众通报最新进展，幼儿园也先后两次发布情况说明及致歉信，说明政府部门和商业组织在危机事件中的卷入度较高，属于ICM理论模型中纵轴上的组织高参与度。另一方面，大量网民在微博中关注危机事件进展、谴责涉事教师、呼吁相关部门严查事实真相，并且部分家长在幼儿园门口聚集，希望得到园方回应。这些行为说明公众是有针对危机事件采取具体动作的趋势和表现的。具体来看，在此事件中，红黄蓝幼儿园作为提供育幼服务的商业组织，在提供服务的过程中出现问题，应属于第一象限中“责任事故”类危机。因此，在ICM模型的横轴上应属于公众意动型处理，处于第一象限。根据ICM理论模型，愤怒和焦虑应是此类事件的主要情绪。

但已有实证研究表明，在第一象限的危机事件中，公众的主导情绪与ICM理论模型并不一致。例如，Jin, Pang和Cameron（2012）的研究表明，在第一象限的五类危机中，声望危机（惠普内部泄密）和技术故障危机（戴尔电池召回）中的主要初级情绪是愤怒、次级情绪是焦虑；责任事故（美国Sago煤矿爆炸）和劳工骚乱/抗议（福特公司裁员）中的主要初级情绪是焦虑、次级情绪是悲伤；管理/立法类危机（美国2006军事委员会法）中的主要初级情绪是焦虑、次级情绪是愤怒。由此来看，在第一象限的五个案例中，有三个案例表现出ICM模型所提示的愤怒与焦虑情绪。在这两种情绪中，焦虑主要作为初级情绪在所有案例中均有体现；愤怒作为初级情绪或次级情绪，在五个案例中的三个有体现。而悲伤情绪是这一象限中的一种新类型，在其中的两个案例中有明显表现。上述研究表明，在第一象限的危机事件中，可能存在三种主要情绪而非两种。据此，他们基于美国语境下的危机事件修正了ICM理论模型，认为第一象限中除了焦虑情绪作为默认情绪外，主要情绪还有愤怒与悲伤。而史安斌、邱伟怡（2018）以“美联航逐客门”事件为例，将该事件归为ICM理论模型中第一象限中的危机事件，他们虽未具体区分公众的初级情绪或次级情绪，但通过对微博文本的内容分析，发现这一案例中公众的主要情绪是厌恶和愤怒。

通过以上研究可以看出，实证研究中发现的第一象限危机事件的主导情绪类型与ICM理论模型存在差异。并且已有的模型修正基于西方语境，在中国语境下的本土化应用相对较为缺乏。由于本文案例与“美联航逐客门”事件相比存在一定的共性，两者同属ICM模型第一象限中的“责任事故”类危机，并且所研究的情绪主体均为中国公众。因此，本文假设此案例中公众的主导情绪与“美联航逐客门”相同，据此提出假设1：

假设1：在本案例中，公众的主导情绪类型是厌恶与愤怒。

## （二）公众的情绪—时间变化

ICM理论在理解公众情绪时将其分为两个水平：初级情绪与次级情绪。初级情绪是公众在危机发生后的当下所经历的即时情绪反应，主要是指公众判断危机事件是否与自身相关；而次级情绪是公众后续经历的情绪，主要是对危机应对和未来前景的选择与资源的评估。次级情绪可由初级情绪演变而来，也可能两者同时存在（Jin, Pang & Cameron, 2012）。可见，ICM理论对危机事件中公众情绪的变化已有提及，但未具体从时间维度上对不同阶段的公众情绪演变进行详细刻画。关于这一点，目前已有其他文献有过相关论述。

余红、吴雨青、晏慧思（2018）以山东辱母案为例，研究发现在危机爆发期内，公众的厌恶、悲伤、愤怒等负面情绪较强，随着事件发展过程中政府与媒体的信息释放与议程转移，公众的负面情绪逐渐减弱，正面情绪和无情绪表达明显增多，情感态度逐渐由感性转向理性。王英、龚花萍（2017）以南昌大学自主保洁事件为例，研究发现在危机高峰期内，负面情绪占比最多，随着事件发展，中性情绪比重逐渐上升，成为主要情绪，负面情绪比重则略微下降。Ahmed, Jaidka和Cho（2017）以Twitter中印度的Nirbhaya抗争事件为例，发现愤怒情绪在抗争早期比较强烈，随着事件发展而逐渐减弱；悲伤情绪在抗争行动之前最高，在抗争行动之后最低；焦虑与确定感呈相反趋势，焦虑在抗争行动前最强烈，在抗争过程中开始下降，之后降至最低，而确定感在抗争前最低，在抗争过程中最高；成就感在抗争前期最低，在后期达到最高。

整体来看，在危机前期和危机爆发的过程中，公众情绪多以愤怒、厌恶、悲伤、焦虑等负面情绪为主，随着事件发展，在危机事件后期，公众的负面情绪逐渐减弱，而正面情绪有所上升。由于本文借鉴Ekman对人类基本情绪类型的划分（Ekman, 1994; Ekman & Friesen, 1971），在这一划分中，快乐（happiness）是唯一的正面情绪类型，并且根据Cherry（2019）和VandenBos（2015）的定义，快乐整体上是一种愉悦（pleasant）的情绪状态，其内涵较为广泛，包含了满足/满意（contentment/gratification/satisfaction）、高兴/愉快（joy/gladness）、幸福（well-being）等多种特点。因此，本文提出假设2：

假设2：随着危机事件发展，本案例中公众的愤怒、厌恶等负面情绪逐渐减弱，快乐的正面情绪逐渐增强。

## 三、研究方法

本文以微博文本为研究对象，通过机器学习算法对“红黄蓝事件”相关微博进行自



动化情绪分类,进而对公众情绪进行测量与分析。

### (一) 数据获取

本研究借助拓尔思舆情分析大数据平台,以“红黄蓝幼儿园”“三原色”“性侵”“虐童”等为关键词搜索相关微博内容,抓取时段为2017年11月22日(事件发生)至2017年12月2日(公安机关公布事件调查结果后4天)。这一时段内,网民的讨论热度较高,且基本包含了从危机事件发酵、爆发到逐渐平息的过程,能够较为全面地体现网民的情绪变化。因平台数据处理能力上限约为10万条,需从总数据约460万条微博中,随机抽取约2.2%作为研究样本。在此基础上,剔除已失效的微博链接后,共采集到有效微博数据63863条。

### (二) 情绪识别

由于研究样本量较大,按照大数据研究的一般思路,本研究从总数据集中随机抽取1/10的数据(约6386条微博)作为训练数据集,采用人工标注的方法对微博文本中的情绪进行0~5分标注,将打标后的数据用于训练机器学习的分类模型。用训练好的分类模型对剩余9/10数据(57477条微博)进行自动化情绪标注。

在情绪分类方面,Jin, Yan和Cameron(2012)的研究使用的实证材料是小样本新闻报道(n=328),其语言表达较为明确、规范和完整,因此,可采用人工编码的方式区分危机事件中的初级情绪评估与次级情绪评估。但这一操作化方法对本文并不适用。由于网民在微博中语言表达的口语化、多样性与模糊性,区分初级情绪评估与次级情绪评估难度较大。因此,本文借鉴史安斌、邱伟怡(2018)的研究思路及大数据情绪分析的常用方法(Quan & Ren, 2010; Wang, Chen & Thirunarayan, 2012; Larsen et al., 2015),在此不区分网民的初级与次级情绪,而采用目前心理学中较为公认的Ekman的六种基本情绪类型(Ekman, 1994; Ekman & Friesen, 1971)将情绪分为愤怒、厌恶、恐惧、悲伤、快乐、惊讶。

在人工情绪标注方面,参考叶永豪等(2016)的研究思路,招募传播学相关专业学生40名作为编码员,并对他们进行统一培训。为尽量减少误差,首先从样本数据中随机抽取100条,分别请40名编码员进行试评,取40名编码员对每条微博评分的平均数作为标准示例。待编码员达成共识后,再对训练数据集中的所有微博进行情绪值标注。最终,训练数据集中的每条微博都会在6种情绪强度上分别有一个对应值。

在机器学习情绪分类方面,本研究借助拓尔思大数据舆情分析平台,对微博文本进行自动化情绪标注。由于机器学习算法局限,部分低于20字左右的微博内容因有效信息过少无法识别出所含情绪,最终有效标注的微博为63607条。

## 四、数据分析

### （一）公众的主要情绪类型

整体来看，愤怒（ $M=1.48$ ， $SD=1.007$ ）是此事件中最主要的情绪类型，其次是厌恶（ $M=1.24$ ， $SD=0.911$ ），恐惧（ $M=0.32$ ， $SD=0.739$ ）和悲伤（ $M=0.31$ ， $SD=0.634$ ）较弱，快乐（ $M=0.03$ ， $SD=0.330$ ）和惊讶（ $M=0.03$ ， $SD=0.247$ ）最低。可见，在本文的案例中，公众的主要情绪是愤怒与厌恶。因此，假设1得到了验证。

### （二）公众的情绪—时间变化

首先，本文以此事件中两次重要的官方回应为节点，将整个危机分为导入期、爆发期和衰退期。节点一是11月23日朝阳区政府发布首个情况通报，意味着该事件已受到官方的关注，并开始进入调查阶段，此后，该事件的讨论热度迅速高涨；节点二是11月28日北京警方公布事件调查结果，意味着该事件告一段落，随后危机逐渐平息。据此，本文将危机事件划分为导入期（2017年11月22日）、爆发期（2017年11月23日至2017年11月28日）和衰退期（2017年11月29日至2017年12月2日）。

其次，为验证假设2，本文以24小时为一个时间单位，以每天“所有微博在该情绪类型上的得分总和/总微博数”表示每天的情绪强度，绘制情绪—时间走势图（如图2）。从中可以看出，在危机事件发生后，公众的愤怒情绪迅速上升至顶点，随后略有下降，11月29日愤怒再次上升后保持平稳。而厌恶在危机事件前期呈现小幅度波动后，于11月30日迅速上升至顶点，随后逐渐下降。悲伤在整个过程中呈现先下降后上升并保持平稳的态势。恐惧主要在危机事件早期有所上升，随后保持平稳并略有下降。快乐和惊讶在此事件中始终较弱，未有明显变化。

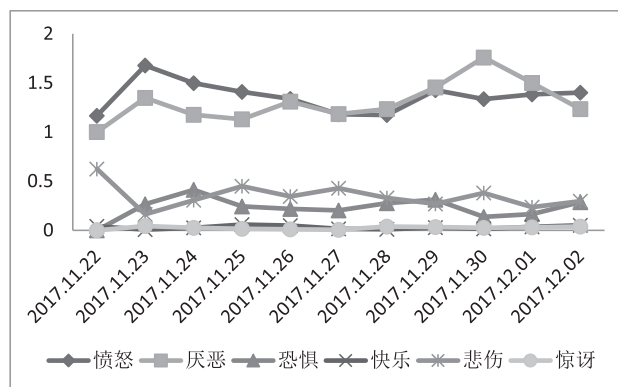


图2 情绪—时间走势图

为了更直观地看出不同危机时期内公众主要情绪类型及强度变化，本文通过计算各

危机时期内的情绪强度均值来分析不同危机时期的公众情绪演变（表1）。从表1可以看出，在整个危机事件过程中，负面的愤怒和厌恶情绪始终占据主导地位。具体来看，在事件发生之初，因家长反映的幼儿园虐待儿童一事引发了公众的“道德震撼”（moral shock）（Jasper & Poulsen, 1995），网民愤怒和厌恶情绪被迅速触发，之后是对受害者的悲伤情绪与支持公众和媒体发声的正面情绪；在危机的爆发阶段，公众愤怒情绪依然最为强烈，其次是厌恶。随着事件中关于“爷爷医生”“叔叔医生”“性侵”等信息的传播，恐惧情绪也开始上升，正面情绪逐渐降低；在危机的衰退期，警方调查结果的公布并未使负面情绪减弱，厌恶情绪反而成为最主要的情绪类型，其次是愤怒情绪，悲伤和恐惧较弱，惊讶和快乐情绪最低。

表1 各危机时期内的主导情绪类型

导入期		爆发期		衰退期	
情绪类型	情绪强度	情绪类型	情绪强度	情绪类型	情绪强度
愤怒	1.17	愤怒	1.48	厌恶	1.51
厌恶	1.00	厌恶	1.21	愤怒	1.40
悲伤	0.63	恐惧	0.33	悲伤	0.29
快乐	0.04	悲伤	0.31	恐惧	0.26
恐惧	0	惊讶	0.03	惊讶	0.03
惊讶	0	快乐	0.03	快乐	0.03

据此可以看出，在整个危机事件过程中，公众的主要情绪由愤怒逐渐演变为厌恶，负面情绪一直占据主导，而正面情绪在整个过程中则始终较弱。因此，假设2被否定。

最后，为进一步探究在该事件中负面情绪未得到明显缓解的原因，笔者对微博内容进行了文本解读，发现主要是由于公众对警方公布调查结果产生了失望和不满。例如，有网民表示：“我真的不相信…我们要看视频”<sup>[1]</sup>。类似言论体现了政府与公众之间存在“信任鸿沟”（何子英、陈丽君、黎灿辉，2014）。具体来看，公众对官方公布调查结果的反感与不信任主要源于以下两点：

第一，大量网民表示在危机事件过程中存在删帖、关闭评论等信息管制行为，导致公众认为政府在此事件中有处置不当之处。例如，有网民表示：“为什么要删评论，如果真是这个调查结果，视频人证物证供词都大大方方放出来呀，删评论只会让别人觉得心虚。”<sup>[2]</sup>从中可以看出，官方避免负面影响扩大的做法非但没有起到正面引导的效果，反而造成了网民负面情绪的反弹和高涨。

第二，由于此前许多其他事件的调查结果显示“监控或视频已损坏”，这种回应方式给公众造成了一种不负责任、故意隐瞒的印象，这降低了公众对此次政府危机应对



的接受度，导致网民对此次调查结果中“视频储存硬盘已有损坏”的说法抱有质疑和反感。例如，有网民表示：“为什么监控，永远在最关键的时刻就会坏？”<sup>[3]</sup>“…监控又坏了…”<sup>[4]</sup>“每次关键时候的录像都是坏的…”<sup>[5]</sup>。由此可见，以往的不良危机应对会降低公众对政府的信任程度，并在公众心中产生累积效果，在新的危机事件中极易被重新触发，从而对公信力造成负面的认知循环。

## 五、结论与讨论

### （一）公众情绪类型分布与时间演变

本文通过对“红黄蓝事件”中相关微博的情绪分析，从静态的情绪类型分布与动态的情绪一时间演变两个角度描绘了此次危机事件中公众的情绪图景。

#### 1. 公众情绪的主要类型

从静态的情绪类型分布来看，愤怒和厌恶是此事件中的两种主导情绪。在ICM模型第一象限的“责任事故”类危机事件中，与Jin、Pang和Cameron（2012）以及史安斌、邱伟怡（2018）的研究相比，本文的结论与前者不同，与后者基本一致，但也存在一定差别。

“红黄蓝事件”中的公众的愤怒情绪最强，厌恶次之；“美联航逐客门”事件中的主要情绪类型虽然与此相同，但厌恶最强，愤怒次之；而在美国Sago煤矿爆炸中，焦虑最强，其次是悲伤。具体来看，产生这些异同的原因主要体现在以下三个方面（如表2）。

表2 责任事故类危机事件研究比较

	“红黄蓝事件”	“美联航逐客门”	美国 Sago 煤矿爆炸
主导情绪	愤怒、厌恶	厌恶、愤怒	焦虑、悲伤
危机主体	政府、商业组织	商业组织	商业组织
公众群体	社交媒体用户	社交媒体用户	煤矿安全与健康管理局、受害者家属和 Sago 居民
案例本身	道德冲突	服务纠纷	安全生产

#### （1）危机主体

在危机主体方面，“美联航逐客门”的危机主体是美国联合航空公司，政府并未参与其中，网民情绪主要是对美联航暴力拖拽乘客行为的不满与愤怒。Sago煤矿爆炸事故的危机主体是煤矿所有者ICG集团，公众情绪主要指向对公司开展救援行动的质疑等。与此相比，在“红黄蓝事件”中，虽然红黄蓝教育机构已于美国上市，但仍是一家中国企业，且因教育业具有一定的公共性质，涉及到政府的监管职责；因此，公众情绪不仅

包含了对幼儿园的谴责与声讨，而且随着政府介入，公众情绪由商业组织逐渐“偏移”向政府。而在中国语境下，这种危机主体的“偏移”现象并不罕见，本以企业为危机主体的商业危机往往演变为政府信任危机。

这种危机主体的“偏移”现象一定程度上根植于中西方政治、经济与社会之间的结构差异。在西方社会中，政治力量与经济、社会三者相对分离。而在中国社会中，政治力量则渗透于经济和社会领域之中。在政治与经济的关系方面，经济从来就被定义为政府责任的内在部分，政府以推动经济发展为己任（郑永年，2019）。

一方面，我国社会管理存在较强的“行政依赖”，政府部门出于社会稳定等目的考虑，往往倾向于对危机事件进行强力干预，进而将自己代入到危机主体角色中。但政府并非万能，在面对复杂状况时常常无法迅速给出准确答案，这种做法实则不利于政府公信力的构筑，易使公众对政府产生质疑。

另一方面，中国公众在遇到问题时往往倾向于直接向政府讨要答案。首先，在教育模式方面，中国的记忆型基础教育限制了公众批判性思维成长；在掌握知识的目标下，学生成为一个“知识容器”，思维的自主建构能力逐渐弱化，惯于直接寻求一个现成答案而非探索答案（肖薇薇，2015）。其次，政府对网络空间中的负面信息进行严格的管控（Yang，2017）。久而久之，公众倾向于直接向政府要一个说法。

因此，在中国特殊的社会背景下，政府在危机事件中主动的主体角色代入与公众一贯对政府部门抱有的巨大期待，使得危机主体往往由商业组织偏向政府部门，导致公众的情绪表达对象也存在差异。在本文的案例中，公众的情绪除了指向幼儿园外，也指向了政府。

## （2）公众群体

在公众群体的界定方面，已有研究对公众的界定等同于利益相关者。具体来说，这类公众有以下三个特征：（1）他们受危机的影响最大；（2）他们有共同的利益；（3）他们对组织的声誉和运作有长远的兴趣和影响（Jin, Pang & Cameron, 2012）。而“红黄蓝事件”与“美联航逐客门”的研究以社交媒体中的海量用户为公众群体，其中绝大多数是普通网民。根据Fan、Xu和Zhao（2018）对新浪微博用户的大数据研究，微博中愤怒情绪的用户相对更加活跃，并且愤怒情绪在传播过程中更偏好弱关系，这使得在网络空间中，愤怒情绪更容易被传播并占据主导。因此，“红黄蓝幼儿园虐童事件”与“美联航逐客门”事件的研究中，愤怒情绪均较为明显。

## （3）案例本身

案例本身的不同特点也导致了公众情绪的差异。“红黄蓝幼儿园虐童事件”因涉及虐待儿童甚至性侵等话题，违背了人类基本的道德底线，存在较强的“道德震撼”（Jasper & Poulsen, 1995），因而容易激发公众的愤怒情绪。而这一过程中因政府对言论的管制与警方调查结果的公布又引发了公众的厌恶与不信任。“美联航逐客门”属

于服务纠纷，故公众的情绪大多是对美联航暴力行径的强烈指责，以厌恶为主，由于其中也涉及种族歧视等违背社会基本价值的行为，因而也引发了公众的愤怒情绪。

## 2. 公众情绪的时间演变

通过对不同类型情绪在时间维度上的变化分析，本文发现，在危机前期及爆发过程中，公众的愤怒情绪主要是对幼儿园及涉事教师涉嫌虐童，甚至性侵等违反社会道德行为的愤慨，而到危机后期，公众的愤怒情绪逐渐演化为厌恶，负面情绪持续高涨的原因主要是对处理方案的反感与不信任。

具体来看，一方面，在危机事件的应对中，舆情处理不再以解决问题为导向，而以消除负面信息为目的（李彪，2018）。但这一做法非但不能有效疏导公众情绪，反而造成公众负面情绪的反弹，本是关于危机事件本身的公共讨论逐渐衍生出次生舆情，将政府置于更加不利的舆论环境中，加剧了危机威胁。

另一方面，组织的“过往表现”在危机传播中的重要性日益凸显。组织的过往表现（performance history）这一概念是Coombs（1995、1998、2004）提出的。研究表明，与过往表现不佳的组织相比，公众更愿意原谅有良好过往表现的组织（Barton，1993；Griffin, Babin & Attaway, 1991）。具体来讲，过往表现又可分为危机历史（crisis history）和关系历史（relationship history）。危机历史主要是指组织过去是否有过相似的危机，而关系历史主要指组织对公众的良好或不良行为记录。不同的危机史和关系史会改变公众对危机责任的看法，从而影响组织声誉（Coombs，2004）。在此案例中，由于此前在其他危机事件中多次用“视频已损坏”的类似说法，导致公众对此类说法的怀疑与抵触。这种不良的过往表现降低了公众对政府的信任，加强了公众对政府责任的归因。

## （二）ICM理论发展与策略建议

通过以上实证案例的分析与比较，本文主要在以下两方面对ICM理论模型在中国语境下的本土化应用进行了一定的修正与完善（如图3）：一是在公众的情绪类型上，第一象限的主要情绪类型由愤怒与焦虑改为愤怒与厌恶；二是增加了时间维度，将原二维模型转变为三维模型，并发现了公众情绪类型由愤怒到厌恶的演变过程。

在情绪类型方面，本文研究发现，在“公众意动型应对—组织高参与度”危机事件中，公众的主导情绪并非ICM理论模型所提示的愤怒与焦虑，而是愤怒与厌恶。这一结论与史安斌、邱伟怡（2018）的研究结论基本一致，说明根植于西方语境下的这一理论模型并不能完全适用于中国语境。至少在本案例中，第一象限危机中的主导情绪应是愤怒和厌恶。

在时间维度方面，本文通过探究危机事件中的公众情绪一时间演变，增加了危机事件发展的时间维度，扩展了原有的ICM理论框架。已有的ICM理论模型仅提到了公众情绪

的两种不同类型——初级情绪与次级情绪，且这两种情绪主要是基于公众的认知判断，并未将时间维度纳入模型当中具体考察。本文发现不同危机时期内公众的主要情绪类型经历了由愤怒到厌恶的演变过程，且整个过程中公众的负面情绪持续高涨。时间维度的引入强调了危机事件过程中公众情绪的动态演变，有助于危机传播者更好地把握公众情绪，以评估危机威胁和制定传播策略。当然，目前这方面的实证研究还比较缺乏，有待于今后更多案例研究来修正和充实此理论模型。

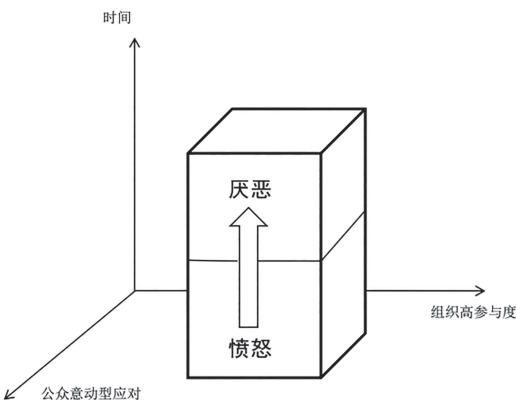


图3 ICM理论第一象限修正模型

目前学界对危机传播中情绪要素研究还处于较为初级的阶段，作为一项探索性研究，本文也存在诸多不足之处。首先，由于机器学习算法的局限性，大量的评论内容因字数不足，无法通过机器学习进行情绪分析而未纳入此研究当中。未来研究可尝试其他方法，将此类评论内容纳入考察当中，对公众情绪进行更全面的描述和分析。其次，由于本文主要关注危机事件中公众情绪的演变，因此，未对政府的危机处理策略进行详细的理论分析。今后的研究可将情境式危机传播理论（SCCT）与ICM理论相结合，深度探究危机传播策略与公众情绪的关系。最后，由于危机事件涉及政府、企业、公众、媒体等多种参与主体，今后的研究可对多元主体共同参与下的危机情境建构及其与公众情绪的关系进行更为深入的解读。

注释：

[1] 数据来源于新浪微博：<http://weibo.com/1978771637/Fxe2hBf4K>，20171128。  
[2] 数据来源于新浪微博：<http://weibo.com/2173705564/FxdZyyves>，20171128。  
[3] 数据来源于新浪微博：<https://www.weibo.com/1881142424/FxjJZ2Cff?type=comment>，20171129。  
[4] 数据来源于新浪微博：<http://weibo.com/2491640735/FxdUV0RJX>，20171128。  
[5] 数据来源于新浪微博：<http://weibo.com/1890684935/FxdZAngWS>，20171128。

## 参考文献:

- [1] 史安斌. 危机传播与新闻发布[M]. 广州: 南方日报出版社, 2004.
- [2] 许静. 社会化媒体对政府危机传播与风险沟通的机遇与挑战[J]. 南京社会科学, 2013(5), 第98-104页.
- [3] 史安斌, 伟怡. 社交媒体环境下危机传播的新趋势新路径——以“美联航逐客门”为例[J]. 新闻大学, 2018(2), 第122-154页.
- [4] 鹰眼舆情观察室. 2017年11月社会舆情热点分析[EB/OL]. <https://www.eefung.com/hot-report/20171201104342,20171201>.
- [5] Benoit, W. L., and Pang, A. "Crisis Communication and Image Repair Discourse." *Public Relations: From Theory to Practice*. Eds. T. Hansen-Horn, B. Neff, Boston, MA: Pearson Allyn & Bacon, 2008:244-261.
- [6] Coombs, W. T. "The Protective Powers of Crisis Response Strategies: Managing Reputational Assets During a Crisis." *Journal of Promotion Management* 12.3/4 (2006):241-260.
- [7] Coombs, W. T. *Ongoing Crisis Communication*. Thousand Oaks, CA: Sage, 2007.
- [8] Jin, Y., and Pang, A. "Future Directions of Crisis Communication Research: Emotions in Crisis-the Next Frontier." *Handbook of Crisis Communication*. Eds. W. T. Coombs, S. J. Holladay, Malden, MA: Wiley-Blackwell, 2010:677-682.
- [9] Timothy Coombs, W., and Holladay, S. J. "An Exploratory Study of Stakeholder Emotions: Affect and Crises." *The Effect of Affect in Organizational Settings*. Eds. Neal M. Ashkanasy, Wilfred J. Zerbe, Charmine E.J. Härtel, Bingley, UK: Emerald Group Publishing Limited, 2005:263-280.
- [10] Jin, Y., Pang, A., and Cameron, G. T. "Integrated Crisis Mapping: Toward a Publics-Based, Emotion-Driven Conceptualization in Crisis Communication." *Sphera Publica* 7 (2007):81-96.
- [11] Benoit, W. L., and Pang, A. "Crisis Communication and Image Repair Discourse." *Public Relations: From Theory to Practice*. Eds. T. Hansen-Horn, B. Neff, Boston, MA: Pearson Allyn & Bacon, 2008:244-261.
- [12] Gonzalez-Herrero, A., and Pratt, C. B. "An Integrated Symmetrical Model for Crisis-Communications Management." *Journal of Public Relations Research* 8 (1996):79-105.
- [13] Lazarus, Richard S. *Emotion and Adaption*. New York: Oxford University Press, 1991.
- [14] Jin, Y., Pang, A., and Cameron, G. T. "Toward a Publics-Driven, Emotion-Based Conceptualization in Crisis Communication: Unearthing Dominant Emotions in Multi-Staged Testing of the Integrated Crisis Mapping (ICM) Model." *Journal of Public Relations Research* 24.3 (2012):266-298.
- [15] 余红, 吴雨青, 晏慧思. 网络抗争事件的情绪传播和引导——以山东辱母案为例[J]. 情报杂志, 2018(5), 第117-122页.
- [16] 王英, 龚花萍. 基于情感维度的大数据网络舆情情感倾向性分析研究——以“南昌大学自主保洁”微博舆情事件为例[J]. 情报科学, 2017(4), 第37-42页.
- [17] Ahmed, S., Jaidka, K., And Cho, J. "Tweeting India's Nirbhaya Protest: a Study of Emotional Dynamics in an Online Social Movement." *Social Movement Studies* 16.4 (2017):447-465.
- [18] Ekman, P. "Strong Evidence for Universals in Facial Expressions: a Reply to Russell's Mistaken Critique." *Psychological Bulletin* 115.2 (1994):268-287.
- [19] Ekman, P., and Friesen, W. V. "Constants Across Cultures in the Face and Emotion." *Journal of Personality and Social Psychology* 17.2 (1971):124-129.
- [20] Kendra Cherry. *The 6 Types of Basic Emotions and Their Effect on Human Behavior*. Retrieved From <https://www.verrywellmind.com/an-overview-of-the-types-of-emotions-4163976,20190627>.
- [21] Vandenbos, G. *APA Dictionary of Psychology*. Washington: American Psychological Association, 2015.
- [22] Quan, C., and Ren, F. "A Blog Emotion Corpus for Emotional Expression Analysis in Chinese." *Computer Speech & Language* 24.4 (2010):726-749.
- [23] Wang, W., Chen, L., Thirunarayan, K., and Sheth, A. P. "Harnessing Twitter 'Big Data' for Automatic Emotion Identification." *2012 International Conference On Privacy, Security, Risk And Trust And 2012 International Conference On Social Computing*. IEEE, 2012:587-592.
- [24] Larsen, M. E., Boonstra, T. W., Batterham, P. J., O'Dea, B., Paris, C., and Christensen, H. "We Feel: Mapping Emotion on Twitter." *IEEE Journal of Biomedical and Health Informatics* 19.4 (2015):1246-1252.
- [25] 叶勇豪, 许燕, 朱一杰, 梁炯溶, 兰天, 于淼. 网民对“人祸”事件的道德情绪特点——基于微博大数据研究[J]. 心理学报, 2016(3), 第290-304页.
- [26] Jasper, J. M., and Poulsen, J. D. "Recruiting Strangers and Friends: Moral Shocks and Social Networks in Animal Rights and Anti-Nuclear Protests." *Social Problems* 42.4 (1995):493-512.
- [27] 何子英, 陈丽君, 黎灿辉. 突发公共事件背景下的有效政府沟通与政府公信力——一个新的分析框架[J]. 浙江社会科学, 2014(4), 第40-47页.
- [28] 郑永年. 国家与发展: 探索中国政治经济学模式[J]. 文化纵横, 2019(1), 第30-37页.
- [29] 肖薇薇. 批判性思维缺失的教育反思与培养策略[J]. 中国教育学报, 2015(1), 第25-29页.
- [30] Yang, G. "Demobilizing the Emotions of Online Activism in China: a Civilizing Process." *International Journal of Communication* 11 (2017):1945-1965.
- [31] Fan, R., Xu, K., and Zhao, J. "An Agent-Based Model for Emotion Contagion and Competition in Online Social Media." *Physica A-Statistical Mechanics and Its Applications* 495 (2018):245-259.
- [32] 李彪. 后真相时代网络舆论场的话语空间与治理范式新转向[J]. 新闻记者, 2018(5), 第28-34页.
- [33] Coombs, W. T. "Choosing the Right Words: The Development of Guidelines for the Selection of the 'Appropriate' Crisis-Response Strategies." *Management Communication Quarterly* 8.4 (1995):447-476.



- [34] Coombs, W. T. "An Analytic Framework for Crisis Situations: Better Responses from a Better Understanding of the Situation." *Journal of Public Relations Research* 10.3 (1998):177-191.
- [35] Coombs, W. T. "Impact of Past Crises on Current Crisis Communication: Insights from Situational Crisis Communication Theory." *Journal of Business Communication* 41.3 (2004):265-289.
- [36] Barton, L. *Crisis in Organizations: Managing and Communicating in the Heat of Chaos*. Cincinnati, OH: South-Western Publishing Company, 1993.
- [37] Griffin, M., Babin, B., and Attaway, J. "An Empirical-Investigation of the Impact of Negative Public Publicity on Consumer Attitudes and Intentions." *Advances in Consumer Research* 18 (1991):334-341.
- [38] 魏礼群. 实现从社会管理到社会治理的新飞跃—习近平总书记关于社会治理重要论述的思想内涵[EB/OL]. <http://theory.people.com.cn/n1/2019/0318/c40531-30980546.html>, 20190318.
- [39] 新华网. 习近平出席中央政法工作会议并发表重要讲话[EB/OL]. [http://www.xinhuanet.com/politics/2019-01/16/c\\_1123999899.htm](http://www.xinhuanet.com/politics/2019-01/16/c_1123999899.htm), 20190116

issues. It is found that: Under the conditions of opinion polarization on the Internet, there are a certain number of neutrals exist in reality. These neutrals could be divided into two categories, some neutrals' attitude could be considered assertively neutral, while others' attitude would indicate ambiguity. The former neutrals include scientific progressives and scientific neutralists, but both of them can understand the perceived risk based on the understanding of scientific uncertainty. The latter neutrals however have stronger perception of risk due to panic about scientific uncertainty. Moreover, the two kinds of neutrals whose media use are mostly internet-based, expect that the state institutions and news media organizations can give a final word as the basis for adopting their standpoints, owing to high institutional trust.

**[Keywords]** neutrals; opinion polarization; media use; risk perception; trust

### 35 From Anger to Disgust: the Picture of Public's Emotions in Crisis Event

---

· *LIU Nian, DING Han-qing*

**[Abstract]** With the development of social media, emotions have become the frontier and hotspot in the study of crisis communication in recent years. This paper took the "RYB Kindergarten Child Abuse Incident" as an example, drew on the Integrated Crisis Mapping (ICM) theory, and used big data and machine learning algorithms to analyze the public's emotions in Weibo. The study found that anger and disgust were the two dominant emotions in this crisis. With the development of this crisis, the public's negative emotions were always strong, and they experienced the evolution from anger to disgust. The main reason was that the official response did not play a good emotional guidance effect, but caused a rebound in negative emotions like disgust and anger. On one hand, this variation mainly resulted from government's excessive speech control during the crisis management phase, which caused the further confrontation of public discourse. On the other hand, it was due to the "performance history" of the government in other past incidents, which had caused public disappointment and distrust of the government. Finally, based on the above conclusions, this paper revised and developed the ICM theoretical model in the Chinese context and proposed corresponding strategies for government crisis communication.

**[Keywords]** crisis communication; emotion; integrated crisis mapping