

图像的谎言：符号交际视阈下的视觉修辞行为

甘莅豪

(华东师范大学 传播学院, 上海 200241)

[摘要] 视觉修辞起源于符号系统、传者构图和受者观看三种不同的学术视角。这三种视角都局限于单向中心论, 而忽视了将主体间的社会维度、交流维度和对话维度纳入考察的视野。从主体间性视角看, 图像交际具有两种修辞观: 一种认为图像有助于主体间彼此认同, 一种认为图像只是编码者劝服解码者的修辞工具。作为一种劝服手段, 图像谎言大量运用了框架、视角和表征等多种空间认知因素, 利用“有图有真相”的心理预设, 借助互联网交叉套叠的传播链条, 让无数“网络一节点”的解码者点击、转发与评论, 从而重塑了编码者的符号权力。由此, 各种海量、粗糙、碎片化的图片谣言、谎言和极端情绪交杂呼应, 最终形成了“众生喧哗”的后真相“读图时代”。

[关键词] 视觉修辞; 图像谎言; 空间认知; 符号交际; 后真相

[中图分类号] G 206

[文献标识码] A

[文章编号] 1001-9162(2020)02-0015-12

[DOI] 10.16783/j.cnki.nwnus.2020.02.002

虽然在艺术领域, 柏拉图和色诺克拉底都看出图像超越现实的可能性, 前者将“图像”视为对理念模仿的再模仿, 后者则认为艺术绘画不仅要模仿自然, 还要“高于自然”, 但是在不少语境中, 图像又似乎天然具有现实性和可信赖性。从史前时代的岩画到西方模仿自然的绘画传统, 再到现代的照相机相片, 图像一直致力于再现眼中的“现实”。^[1]特别是在追求信息真实性的语境中, 比如新闻、论文和报告等体裁领域, 图像常常在“有图为证”的预设前提中提升着文字的真实性和冲击力。也就是说“有图为证”“眼见为实”的观念一直在无形中统摄着观者的接受语境和认知心理。

然而, 随着媒介社会进入后真相时代, “有图为证”“眼见为实”的观念屡屡遭受冲击。人类社会中利用图像进行误导和欺骗的现象层出不穷, 公众亦常常陷入信任危机之中。由此, 这种现象也对视觉修辞学术领域提出了一系列的理论命题: 视觉修辞理论应该以何种变化来呼应这些蕴含“欺骗目的”的图像? 这些图像不少并非虚构, 为何它们依然可以被纳入“谎言研究”的范畴? “图像谎言”

有哪些类型, 其背后存在哪些认知机制? 本文试图从符号交际视角对这些问题进行观照, 在三个方面进行探讨: 第一, 探讨符号交际视角对视觉修辞研究的意义。第二, 探讨符号交际视角如何深化了人类对“谎言”的理解, 以及如何在此基础上理解“以图欺骗”的视觉修辞行为。第三, 从符号交际视角, 探讨图像符号的视觉修辞实践行为及其谎言生产的认知心理, 以期完整把握后真相时代视觉传播的交流认知机制。

一、视觉修辞:

从单向中心论到双向交际论

2017年, 国际学术期刊《符号学》主编马塞尔·德西尼指出视觉修辞起源于三种不同视角的学术成果: 1964年罗兰·巴特的重要论文《图像的修辞》; 1969年鲁道夫·阿恩海姆的专著《视觉思维》; 1972年约翰·伯格的电视系列片《观看之道》。^[2]巴特从符号结构和象征意义出发, 将图像看成语言、直接意指和内涵意指构成的多层级符号系统, 从而开启了在图像中寻找意义的视觉修辞传

[收稿日期] 2019-11-06

[基金项目] 国家社会科学基金项目“中国国家形象在维基百科条目中的建构与重塑研究”(18BXW006); 中央高校基本科研业务费培育项目(2017ECNU-JP011)

[作者简介] 甘莅豪(1977—), 男, 江西高安人, 语言学博士, 华东师范大学副教授, 华东师范大学国家话语生态中心研究员, 主要从事媒介话语分析、修辞学研究

统。^[3] (PP. 152—163) 同时, 由于不满形而上的美学桎梏, 阿恩海姆开创性地运用格式塔心理学揭示视知觉形式动力构造的基本问题。他立足于实证主义, 希望通过探讨传者应该如何利用视知觉来调配和建构图画色彩、形状、构图等元素, 实现修辞意义上的视觉美学。^[4] 伯格则有别于符号主义和结构主义, 其并非立足图像来讨论图像, 而是从观看“结构”的视角来讨论图像的修辞意义。伯格认为政治、历史和文化会制约观看的结构, 而观看的方法又直接影响图像的修辞意义。^[5] 总体来说, 这三位奠基者分别从符号系统、传者构图和受者观看的视角分析图像修辞意义的生成与诠释。

经过半个多世纪的发展, 伴随互联网技术、VR 和 AR、数据可视化技术的出现, 人类进入读图时代和景观社会, 视觉修辞理论越来越受传播学、语言学、文化研究、艺术学和政治学等各学科的重视, 逐渐成为“一个显性的学科领域”。^[6] 视觉修辞的研究范围也从单纯的图像学延伸到“实物修辞”“空间修辞”“VR/AR 修辞”“数据可视化修辞”等领域。然而, 虽然如此, 视觉修辞的理论取向、理论命题和研究路径却依然徘徊于三大奠基人的视野之下。无论是符号中心、传者中心还是观者中心都是单向中心论, 而没有将图像的中介维度、交流维度和对话维度纳入考察的视野。由此, 造成了三种研究视角的割裂, 符号、作者和观者之间各自为阵, 似乎彼此之间毫无关系, 自说自话。符号中心论过分重视了符号意义的客观属性和文化属性, 而忽视了主体的存在意义。传者中心论将作者神圣化, 认为视觉符号是作者精心组织的对象, 观者隐退于研究视野之外, 似乎完全能够正确理解图像。观者中心论则无视传者的主观意图, 将观者的主体性过分张扬, 导致对图像的过度诠释。总之, 这三种视角反映了单向线性中心论研究的困境。视觉修辞研究呼唤双向互动交际研究的出场。和传统修辞学讨论语言的策略和风格不同, 视觉修辞必须关注各种视觉符号的结构、使用和交际效果。如果把图像视作一种交流的媒介符号, 视觉修辞研究可以被视为探究人类交际行为如何运用视觉符号传情达意, 进行人际间讯息交流与讯息共享的学问。也就是说, 在符号交际视阈观照下的视觉传播研究应该成为 21 世纪视觉修辞研究的理论增长点。

视觉修辞从单向中心论转向双向交际论和当代

哲学从主体性转向主体间性的发展趋势一致。主体间性视角最初来源于胡塞尔现象学、哈贝马斯交往行为理论、伽达默尔哲学解释学等西方哲学家对主体中心论的反思, 其认为人在交往中生存, 即所谓主体与客体、人和物、自我和对象之间并非截然二分, 而是相互依存、相互渗透和相互生成的。人类生存意义和交流的基础, 来源于主体与主体分享着的共同经验, 以及双方的互相理解。在米德看来, 主体间进行交流的基础在于符号, 即“为了有效的合作, 人们必须具有能使反应借以发生的符号, 因此掌握一种表意的语言头等重要……表意的符号只不过是动作的一部分, 可以作为一种姿态, 在做出姿态的个体的经验中唤起该过程的另一部分即他人的反应”。^[7] (P209) 哈贝马斯则在西方“语言学转向”的哲学背景下将奥斯汀“言语行为理论”引入主体间性的讨论, 将遵守“真实、真诚和正确”有效性原则视为交往的前提。同时, 语用学者格莱斯也提出了人际交往的合作原则, 认为主体间言语行为只要遵守“量的准则”“质的准则”“关系准则”“方式准则”就能有效地完成交际任务。^[8] (PP. 307—308) 现代符号学则受香农和韦弗 (Shannon and Weaver) 的信号理论启发, 提出人际交往的“代码模式”, 认为主体通过共享编码和解码码本就可以成功实现交际。也就是说, 人们在正常的交际活动中, 只有设法把码本调整为相同相通的一——亦即在此时、此地、此题上实现码本共通, 才能尽可能理解对方, 即这种“码本互通”取决于发话者和受话者之间是否存在“共享定识 (assumption)”。^① 或者说, 交际双方要彼此理解, 不仅仅要求他们使用相同的码本, 而且要求他们有相同的推理能力、相同的知识背景, 即他们彼此的了解和熟悉程度、“对未来的期望、科学假设或宗教信仰、记忆中的轶事、广义的文化定识、对言者思维状体的信念等, 都可能在理解中起作用”。^[9] (P20) 总体来说, 从符号交际视角来看, 哈贝马斯的交往行为、格莱斯的言语行为理论、现代符号学的“代码模式”都认为, 主体之间彼此尊重、同情、设身处地、将心比心, 通过互相倾诉和倾听的对话交流, 进入对方的内心世界, 可以充分实现意义共享, 彼此理解, 交流无碍。

然而, 对于伽达默尔试图超越主客二分实现主体间完美融合的观点, 彼得斯指出, 由于人类肉体的不可超越性, 以及媒介带来的幻想, 主体交流存

在无法弥补的沟壑。^[10] (PP. 10—15) 对于哈贝马斯将交往行动定义为具有言语能力和行动能力的主体之间达成理解的行为, 福柯称其为“交往的乌托邦”, 布尔迪厄亦称之为“乌托邦现实主义”。^[11] 对于基于符号交往的代码模式, 语言学和哲学研究者斯珀波和威尔逊从认知心理学出发, 指出“共享定识”在现实中并不存在, 其只是“人努力追求的理想, 因为他们……希望尽量避免误解”。^[12] (P56) 斯珀波和威尔逊提出, 交际双方要分清哪些是他们的“共享定识”, 哪些不是, 就必须另行构建出比原定识更高一级的二阶定识, 以确定哪些是他们共享的一阶定识。但这样一来, 他们又应该确认他们所共享的二阶定识, 并为此构建三阶定识。如此再三, 以至无穷。显然, 从心理学角度看, 这种无限构建高阶定识的现象无法实现, 也就意味着“共享定识”并不存在。总体来说, 符号交际理论越来越意识到主体之间永远无法融合, 相反, 误解、偏见、欺骗等现象应该长期存在。

显然, 从符号交际的这两种观点出发, 视觉修辞理论亦具有两种主要的取向: 以亚里斯多德为代表的古典修辞学的“修辞劝服观”和以肯尼斯·伯克为代表的新修辞学的“修辞认同观”。^[13] “修辞劝服观”坚持主客二分论, 将视觉修辞定义为“一种能在任何问题上找出可能说服方法的功能”, 即传者策略性、工具性地使用各种视觉符号资源, 促使受者接受自己观点的交际行为。^[14] (P10) “修辞认同观”则追随主客一体论, 认为修辞的最终归宿是促进主体之间的共同理解, 修辞目的在于通过视觉符号的使用促使传者和受者解决歧见、达成共识。^[15] (PP. 55—56) 本文关注主体之间如何利用视觉符号进行“欺骗”的现象, 即传者如何利用视觉思维、视觉表现、视觉语境进行符号操纵, 从而实现欺骗目的的行为, 自然属于视觉“修辞劝服观”的研究范围。

二、谎言研究:

从自然真实论到交际真诚论

《现代汉语辞典》在词条中将“谎话”解释为“不真实的、骗人的话; 假话”。^[16] 在该解释中, 谎言包括了两个特征, 即“真实性”和“真诚性”。真实性强调言语符号信息和自然信息的契合度。而真诚性重视“说话者希望听话者接受的信息”和“说话者所认可信息”之间的契合度。前者是自然

主义视角, 后者是人际交往视角。

实际上, 谎言的衡量标准经历了从“真实性和真诚性”向“真诚性”的转变, 也就是说“真实性”逐渐不再成为判定“谎言”的标准。18世纪, 康德在《论善意谎言的所谓权利》中认为“谎言是被定义为故意对他人说不真实的话”。^[17] (PP. 64—65) 在康德看来, 谎言必须符合“不真实”和“不真诚”两个条件, 其中“真实性”更加重要。然而20世纪80年代以来, 康德的看法遭受到科尔曼和凯 (Coleman & Kay) 的挑战, 他们用罗斯 (Rosch) 的原型范畴理论^②对“谎言”进行了分析, 指出“谎言”的原型范畴应该满足三个条件: (1) 说话者相信陈述的内容是不正确的。(2) 说话者故意将这些内容告诉听话者。(3) 实际陈述的内容是不正确的。^[18] (PP. 26—44) 在这三个条件中, 前两个条件和“真诚性”相关, 后一个条件和“真实性”相关。他们认为, 如果三个条件都满足, 是原型的撒谎行为, 即“真实性”和“真诚性”同时满足, 可以视为“原型谎言”; 而如果满足三个条件中的一条或者两条, 则是撒谎行为的边缘状态, 即满足“真诚性”和“真实性”其中一个, 可以视为“边缘谎言”。然而, 语用学言语行为专家斯威策 (Eve E. Sweetser) 质疑了原型理论分析的有效性。她指出原型理论采用条件分析法, 认为人与人之间的交往行为只存在信息的获取与给予, 对人际交往的理解过于简单化。实际上, 人际交往过程非常复杂, 其不仅仅表现为信息的获取与给予, 还包含玩笑行为、礼貌行为、文学欣赏行为和夸张等修辞行为。而这些行为都有可能符合科尔曼和凯对撒谎行为原型范畴界定的三个条件, 比如虚构故事的文学创作行为就完全符合这三个条件, 但是其并不是撒谎行为。玩笑行为也符合三个条件, 也并不是撒谎行为。^[19] (PP. 44—66) 斯威策认为只有在要求信息真实的语境中, 比如新闻、科学论文等语境, 原型理论才能适用。

同时, 史蒂文·麦克纳克 (Mocornack, S. A) 从信息操控视角, 进一步告诉人们“真实性”也许不是“谎言”的必要条件。^[20] (PP. 1—16) 麦克纳克敏锐地发现, 格莱斯乌托邦理想主义的“合作原则”其实可以用来分析人类的欺骗行为。也就是说, 传者可以巧妙利用人们对“合作原则”的心理预设, 隐蔽地违反“合作原则”, 在人际交往中进行信息操纵, 从而在不违背“真实性”的条件下,

完美地欺骗受者。^[21] 麦克纳克列举了一个案例，充分说明了欺骗行为和“真实性”的不相关性：

假设甲（男）与乙（女）是男女朋友关系，某天甲参加派对并临时和另一个女孩约会，直到早上才回家。这时乙突然出现在甲的家门口，问甲：“昨晚你在做什么，我昨晚给你打电话，你一直没有回。”对此甲可能会用以下几种方式回应：

合作方式，遵循合作原则，诚实回答：很抱歉让你担心，我昨天晚上参加派对，和另一个女孩在一起。

质量违背，提供违背事实的信息：很抱歉让你担心，我昨晚生病，躺在床上。

数量违背，提供少于所需数量的信息：很抱歉让你担心，我参加了一个聚会，玩得很开心。

关系违背，提供和问题无关的信息，或者将无关信息关联在一起：很抱歉让你担心，可是你怎么总是监视我，不放心我。如果我检查你，你会怎么想？

方式违背，制造模糊不清的信息：很抱歉让你担心，我昨晚忙一些事情，所以手机关机了。

在这几种回答中，如果甲试图和乙依然保持男女朋友关系，合作方式通常不会被选择。违背质量准则，说假话，是赤裸裸的欺骗，说话者容易产生心理负担，所以也很少被采用。而违背数量准则、关系准则和方式准则，由于没有违反“真实性”，往往是说话人心理负担最小、最容易采用的说话方式。

实际上，在麦克纳克之前，国内学者胡范铸就从交际的编码和解码视角提出了谎言生成的“码本失衡”模型，见图1。

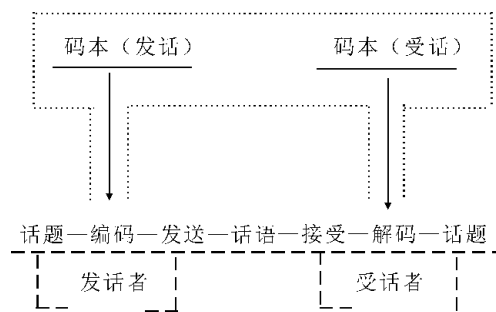


图1 胡范铸“码本失衡”模型

胡范铸将交际双方编码和解码的信息（记为“X”）细分成不同的五类：

- X1——客观事实
- X2——编码者所认可的事实与信息
- X3——码本形式在客观上所荷载的信息
- X4——编码者希望解码者所接收到的信息

X5——解码者所实际理解的信息

胡范铸认为，“所谓谎言，最根本并非在于其他，在于编码者和解码者之间的信息失衡。”谎言的信息失衡，并不是 $X1 \neq X5$ ，或者 $X2 \neq X5$ ，而在于“编码者所认可的事实与信息”同“编码者希望解码者所接收到的信息”二者之间不一致，即： $X2 \neq X4$ 。^[22] 胡范铸明确指出，“真实性”并非谎言的充分必要条件，“真诚性”才是谎言的充分必要条件。只要传者不真诚，即使受者接受了真实信息，也可以认为传者实施了欺骗行为，比如传者认为“天圆地方”，故意对受者说“地球是圆的”，即使受者相信了传者，形成了“地球是圆的”这个符合自然真实的认知，我们也可以认为传者实施了欺骗。至此，谎言研究从最初重视言语和自然是否一致的“真实性”观点，转向只强调交际者内心认知和言语行为是否一致的“真诚性”观点。

显然，胡范铸将“谎言”和“真实性”剥离开，直接否定了“有图为证”“眼见为实”这种常识性观念的合理性。换言之，即使图像完全来自于现实，没有任何人为虚构成分，在符号交际的过程中，编码者也完全可以充分利用和受话者“共享定识”的不同，有意利用各种空间认知手段，在视觉修辞中将现实中一些关键性信息匿而不传，或者竭力误导，形成编码者与解码者双方的“码本失衡”，以致解码者偏离事实，误解话语，而只接受编码者想让其接受的错误信息，从而造成一个个“图像谎言”。

三、图构谎言：

空间认知作用下的视觉修辞

格式塔心理学认为，任何图形皆非对客体的“真实描写”，而是知觉力进行了积极组织或建构的结果或功能。^[23] (P3) 考夫卡也指出“‘心理场’和‘物理场’之间并不存在一一对应的关系”。或者说，视觉图形是有机体的“心理场”和客观环境的“物理场”交互作用的图式结果。^[24] (P4) 基于此，我们将图像视为一套符号认知系统，这套认知系统并非单独存在，而是与其他认知系统有联系和交叉，比如感知系统、推理系统、情感系统、文化系统和运动系统等。在这些认知系统的交叉作用下，图像的符号表征在编码者和解码者运用不同认知系统进行调配与解读作用下，催生了交际过程中的谎言现象。

谈起“图构谎言”，人们自然会想起图像 PS 现象。的确，图像 PS 是生产艺术、制造幻象和产生谎言的典型手段。图像 PS 意味着将不同时空和语境中的事物置于同一个时空框架展现。这种时空并置虚构了事物之间的关系，比如对立关系、因果关系、包容关系等。这些虚假关系虽没有以图形的形式在画面中展现出来，却能在解码者的认知、推理、知识架构、事实再现与价值判断中起至关重要的勾连作用。2007 年 10 月 3 日，陕西省安康市镇坪县城关镇文采村村民周正龙向省林业厅提交了一张宣称在神洲湾森林中拍摄到的濒危动物野生华南虎的 PS 照片，之所以在全国引起轩然大波，正是因为这张 PS 图片将华南虎年画图片和神洲湾森林拼接并置于一起，误导解码者认为神洲湾森林有野生华南虎生存繁衍的迹象，制造了“华南虎没有灭绝”的谎言图像，并间接虚假宣传了陕西省林业厅生态环境保护工作。

其实，除了 PS 以外，互联网中以图撒谎的修辞手段千变万化，层出不穷。根据图像符号在不同认知系统中的作用，我们将从框架、视角、表征等方面考察图像如何在人际交往中实施欺骗行为。

（一）框架：视觉场景的选择性观看

在视觉修辞中，框架不仅仅是一个艺术构图概念，也意味着一种认知限制与社会权力，其指图像符号系统选择所指场景的某些方面，同时忽视其他方面来表征整体的认知和交际过程。从交际功能来看，其意味着编码者决定了什么样的信息能够进入解码者的视野，以及信息以什么样的方式作用于解

码者的诠释。从框架形成的认知路径来看，视觉图片常见的修辞方式有三种：场景分割；视觉注意；空间拓扑。

“场景分割”指编码者对场景进行取舍、裁剪、构图的行为。在阿恩海姆看来，每一幅图片都是编码者视知觉和拍摄/绘画技巧对场景信息主动选择、裁剪与过滤后的结果。^[23]（P3）而编码者对场景信息的每一次决策都可能蕴含编码者的交际意图。^[25]（PP. 1—45）这些交际意图不仅包括真实再现和艺术表现，也包括撒谎欺骗。下面这张照片拍摄于伊拉克战场（图 2）。照片左右两边是两个美国士兵，中间晕倒的是一名伊拉克士兵。图 2 中间的图片一方面向解码者提供了美国大兵给伊拉克士兵喝水的画面，一方面又展示了美国大兵用枪指着伊拉克士兵头颅的图像。这张图片用一个相互矛盾的场景，将战争残酷与人性关怀之间的张力很好地表现了出来。然而，这种艺术张力完全可能因为剪裁的不同，而产生不同的意义。图 2 左边的图片将右边拿水壶的士兵剪除，图像立刻生产了不同的修辞意义，解码者仿佛看到了美国大兵正拿枪凌虐一位濒死、手无寸铁的伊拉克士兵头颅。右边的图片裁剪了左边持枪士兵，解码者又似乎看到充满爱心的美国军人正在用水救助自己的敌人。显然，每一次对图像的裁剪并非只是简单的信息增减问题，而是在格式塔层面重新赋予了图像新的意义。这种意义来源于解码者视知觉对图片的意象重构。也就是说，图片的意象建构有如迷宫般的花园小径，每一次裁剪都将解码者引向一个完全不同的意义世界。



图 2 美国大兵喂伊拉克士兵喝水

布罗德本特（Broadbent）在《知觉和通讯》中写道：“注意是一个容量有限的信息处理系统的必然结果。”^[26]（PP. 33—34）基于此，他开创了注意力研究，其中包括听觉注意、嗅觉注意、视觉注意等。所谓“视觉注意”指人类认知系统在连续视觉场景中通过对一部分场景的前景化，另一部分场景背景化，而促使“心理能量在感觉事件或者心理事件上的集中”。^[27]（P75）在交际过程中，编码者经常利用思维定式和框架限制来诱导解码者在观看图片时注意某些场景，同时忽视某些场景，从而对图片产生不同、甚至相反的认知。在不少农贸市场中，不良商贩经常利用视觉注意的图形/背景认知模式来欺骗消费者，见图3。

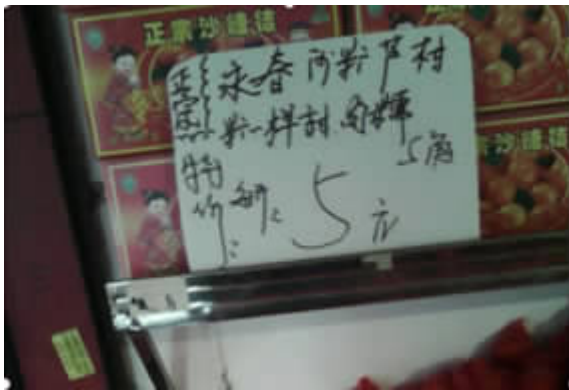


图3 水果标价牌

在价格牌上，商家并没有按照惯常的“5.5元一斤”书写，而是写成“5元5角”，同时把“5角”置于价格牌的斜上方。由于受思维定式影响，消费者看价格时，往往会将“5元”置于注意前景，“5角”置于注意背景，而误以为芦柑只需要5元钱，从而产生错误的比价和购买行为。可见，商家正是通过巧妙利用农贸市场语境、文字位置安排和大小设计等方法，在视觉认知上将“5元”这个信息凸显出来，将“5角”这个信息隐藏下去，从而在逃避市场法律监管的同时，达到欺骗消费者的目的。显然，从自然客观上看，图像所有信息都平等地展现在二维图片中，然而编码者可以利用图像闭合度、组织的对称性和简洁性、相对大小设计、图像方向和位置等元素，^[24]（PP. 157—163）促发观看者形成不同的“心力”作用，从而产生出“图像/背景”的区分，最终在认知过程中，看到了编码者想“凸显”的信息，而忽视了编码者欲“隐藏”的某些信息，进而建构出编码者暗示的事实和知识。

事实上，视觉注意并非一个客观信息刺激大脑，大脑再根据信息建构事实的过程。相反，视觉注意更可能是大脑依据思维定式、习惯模式、历史知识，对客观信息主动性建构的过程。在各种流行的山寨品牌中，商家就经常通过对商标符号和品牌文字进行少许变动，误导消费者，比如用“味干拉面”冒称“味千拉面”，“金庸”冒充“金庸”，用三个拱门的“MCDNOALD'S”代替两个拱门的“MCDONALD'S”（麦当劳）等。显然，商家在图像、颜色、装潢、包装和文字等方面创设了一些似是而非的表征符号，促使消费者注意到自己头脑中已经存在的知识、意义、判断和记忆。如果说假名牌采取名称、外形上完全复制抄袭名牌的手段欺骗消费者，会遭到政府的严格监管和打击，那么这种似是而非的图形利用解码者头脑中自有的模式进行视觉欺骗的方式，则种类繁多地长期游走于法律和监管的边缘地带。

所谓“空间拓扑”指自然物体从三维世界进入到图像二维世界时，编码者并非单纯拍摄，也非简单投影，而是在抽象化、理性化的基础上进行虚拟几何描述。大多数时候，这种虚拟描述并不具备“欧基米德”几何学的性质，即对物体的长短、大小、远近进行精确的组合和描述，相反，这种描述必需在忽略实际物体的“量值”以后，将该“拓扑”性质的图形绘制于二维平面中，并在社会语境、文化观念的保障下，促使人们将此当作真实事物来接受。比如地铁线路图最初严格精确按照实景的大小、直曲和距离来进行描绘，可是在实际使用过程中，由于信息过于繁杂，导致很多乘客无法理解，从而无法在准确的地点下车。之后经过多次改进，地铁图才成为现在通行的拓扑图，采用粗略的“横直线”和“点状图”的形式，描绘实景。显然，多数乘客在观看地铁图的时候并没有意识到该拓扑图和实际情况有极大不同，而是在简单认为其和实景一致的基础上进行通勤。

实际上，从“纪实照片”到“地铁线路图”存在一种在拓扑学意义上的连续体，其对“量”省略的多少都受制于编码者的主观选择和目的。在这连续体中，地图最为明显。虽然很多地图声称自己忠实反映了现实，可是美国著名地图研究专家蒙莫尼尔就指出，“没有哪种地图能保持面积、角度、形状、距离、方向不变形，所有地图都只是折中解决

方案的产物。”^[28] (P13) 地图的设计必需符合其使用用途, 比如用于人口研究的地图和用于航海的地 图就绝对不能相同。由此就导致在交际过程中, 编 码者完全可以利用地图的拓扑性质和现实的非一一 对应性, 对解码者实施恶意的欺骗行为。在很多房 地产销售中心, 经常采用地图来销售房源, 这种地 图常常会误导消费者。在房地产销售地图中, 房产 所在地通常采用大比例尺, 而周边商圈则采用小比 例尺。由此该销售地图, 给购房者两种直观的错误 感觉: 一种是该地块很大, 是一个大型小区, 另一 种是该地块距离商圈很近, 生活便利。显然, 房产 开发商将地图作为具有科学意义的修辞工具, 通过 对各种地标名称、方位和河流流向大体正确的表 达, 同时巧妙地对地图绘制技巧进行掩盖, 让购房 者形成“摆脱了销售员天花乱坠销售话术”的现场 幻觉, 从而在一种视觉的沉默中无意识地将地图拓 扑几何的虚假真实当成客观真实。

(二) 视角: 心智之眼的选择性投影

泰尔米 (Talmy) 在《认知语义学》中将视角 视为认知图式结构中一个重要的范畴。在他看来, 任何认知行为都意味着“一个人通过‘心智之眼’ 去‘向外观察’所指对象的结构”。^[29] (P47) 视角 的选择意味着编码者主观性的介入, 也意味着图像 中包含了编码者的个人价值。新闻记者可以通过图 片传达自己的价值判断, 使其产生视觉冲击力, 引 发情绪共鸣, 比如平拍意味客观、强调平等, 仰拍 塑造伟岸、引发崇敬, 俯拍造成压抑、引发蔑视 等。^[30] 从交际双方关系来看, 视角选择还意味着编 码者对解码者的视觉权力。阿恩海姆在《艺术与视 知觉》中指出, 一副图像的创造过程意味着编码者 “选择物体的一个或者几个方面的投影”, 也意味着 编码者对其他视角的排除过程, 解码者只能依照编 码者的视角去感受图形, 去补充视觉投影, “再现 实际物体的完整的视觉概念”。^[31] (P129) 显然, 编码者可以通过操纵对客观事物的观察视角和视觉 投影, 促使解码者对图片产生虚假性补充, 从而产 生不恰当的理解。

视角操纵有三种类型: 角度操纵、距离操纵、 时空操纵。所谓角度操纵, 指编码者利用视角点和 被观察实体的空间角度进行投影, 从而显示这个角 度的对象信息, 却掩盖了对象其他部分信息, 而解 码者无法正确补足这些信息, 从而对该对象产生了 错误的理解。2018 年一张从侧面视角拍摄英国威

廉王子的照片在外网上流行, 在照片中一向温文尔 雅、举止端庄的英国未来王储威廉王子竟然面对 公众和媒体竖起了中指 (图 4 上)。这张照片激发了 公众对王子的反感和探求丑闻的娱乐心理。可是后 来, 随着一张正面视角的图片发布出来 (图 4 下), 同时搭配文字解释, 人们才发现原来威廉王子向媒 体伸出的是三个手指, 他正在兴冲冲告诉公众, 他 刚刚喜获第三子。可见, 解码者在观察事物时常常 必需借助完形心理对事物进行理解, 比如一头牛从 山洞里露出一个头, 依然将其看成整头牛。同时在此 过程中, 解码者还会依据自身所处的文化环境、过 去经历和心理情感赋予被观察事物一些额外的内 容和价值判断。这就导致编码者可以利用交际双方 的“信息失衡”, 巧妙迎合人们头脑中名人傲慢无 礼的刻板印象, 使得编码者的谎言能够不露声色地 被解码者自身的诠释实践接受。



图 4 威廉王子喜获第三子

所谓距离操纵, 指编码者利用视角点与被观察 实体的相对距离进行投影, 从而展示被观察实体不 同的延展程度, 这些延展程度的范围、大小、清晰 度都会造成解码者对被观察实体产生错误的理解。 2016 年社交媒体上, 一位支持希拉里的网友发布 了一幅大量美国选民来到奥马哈 (Omaha) 竞选现场 疯狂支持希拉里, 为她摇旗呐喊, 现场人潮涌动、 异常热闹的中景图 (图 5 上)。可是紧接着另一位网 友发布了一张远景图, 该图显示出竞选现场只有 50 多个人, 并没有中景图显示得那么热闹, 甚至有点 冷清 (图 5 下)。显然, 编码者视点距离造成了不 同的人物、框架、留白和装置的搭配与构型。这种框

架构型已经不是自然的描写，而是一种携带完全不同的修辞意义和叙事偏见的政治行为，其可以在解码者心中引发不同的事实判断和情感态度。



图5 希拉里竞选现场

所谓时空操纵，指编码者选取被观察事件的某一时间节点进行视角投影，从而将某一瞬间固定下来。这种时间固定会造成解码者将“瞬间”解释为“长时”，从而对被观察事件产生错误理解。2010年网上突然传出中国影星范冰冰和65岁的王学圻同居两年的事件，并配了两人面对采访时亲密牵手的照片（图6上）。对此，范冰冰和王学圻不得不出来说明，指出这张照片只是拍摄了两人在发布会上传递话筒的瞬间（图6下），其故意塑造了两人亲密牵手接受访谈的场景，是公开诬陷。显然，图像是二维场景，其无法利用动态的行动、光线的变化、空间的转移来传达被观察场景的时间信息，相反只能利用色彩、表情、姿态间接激发解码者的想象，间接复原整个场景。该图中，编码者不仅利用了空间角度的选取，也利用了时间投影的选择，利用人们认

为明星两性关系混乱的刻板印象，塑造了一个网络媒体热点事件，吸引了眼球，赚取了流量。



图6 范冰冰、王学圻抢话筒

（三）表征：互文意义的误导性生成

符号学家斯图尔特·霍尔提出，“表征意味着用符号向他人就这个世界说出某种有意义的话来，或有意义地表述这个世界。”^[32]（P17）在认知心理学看来，表征指人们通过判断、抽象、推理、想象和问题解决这些心理特征之间复杂的相互作用，来实现信息转换，从而形成新的心理表征过程。^[27]（P371）也就是说，表征研究关心人们如何形成概念，如何对概念进行组织、集束、安排和分级，以及在它们之间建立复杂联系、形成意义的过程。从生成意义的视角来看，摹状、转喻、隐喻、联想和象征都是影响表征的认知因素。

在交际过程中，编码者可以利用符号表征的多义性、凸显性、推理性、联想性和语境性来误导解码者。也就是说，编码者在表征图像符号时，除了依靠形象、色彩、视角和构图等修辞手段外，还可以利用“互文”生成的联想意义和凸显意义误导解

码者。所谓“互文”指文本的意义并非单纯体现于单个文本所叙之事中，而是还在多个文本互相印证、互成系统之中生成。其视角分为狭义和广义，狭义强调文本之间彼此配合、交互见义而完整达意。广义则认为任何文本并非单独存在，“而是对另一文本的吸收与转换”。^[33]（P146）本文将从狭义视角，探讨编码者利用图像并置、图数互叙、图文互证三种表征范式误导解码者的现象。

图像并置指两个图像在空间上并置、在时间上接续，就会在大脑中形成一种联想意义。这种联想意义并非图像在大脑中的直接投射，而是必须经过大脑推理得出，其可以产生因果意义或对比意义。由于联想意义和文化语境、解码者思想密切相关，编码者通过对图像的巧妙选择和排列会促使解码者产生错误的推理和诠释，从而实现视觉修辞的“劝服性目的”。2011年11月16日，甘肃省庆阳市一幼儿园运送幼儿的校车，与对向行驶的重型货车发生正面相撞，造成21人死亡（其中幼儿19人）、43人受伤。血淋淋的事实再次引起了大家对校车安全的关注。在这种语境中，网上突然出现大量中美校车对比图片，说明美国校车安全牢固，中国校车质量堪忧。这些图片似乎用铁一般的事实暗示读者，和美国相比，中国政府无视学生的生命安全。实际上，美国也存在很多校车被撞毁的情况，而这些图片往往被网友隐而不见。显然通过将图像并置和突发事件语境结合起来，编码者不露声色地让解码者自己形成贬损中国政府执政水平的联想意义，达到“劝服”的目的。事实上，编码者在并置图片时，对图片经过了精心选择，这种选择和对比将特殊案例普遍化，是种简单的归因处理，其将中美简

单置于同一水平进行比较，忽视了校车制度背后的国家经济发展情况、人口状况和地区差异等复杂因素。

图数互叙，指利用数据和图形两种方式互相参证、互相说明来阐释事实和观点。图数互叙主要出现于各种数据可视化新闻中，强调将复杂、抽象、难懂的数据转换成形象、具体、生动的画面，其包括可视化地图、可视化图表、可视化数轴等。^[34]然而“具象的图像思维”和“抽象的数据思维”非常不同，前者强调对自然界的模拟，展现出连续不绝的情景，而后者往往是离散的、不连续的数值。因此将两者统一起来不得不依靠“数据分级”和“区域合并”等认知技巧，即首先设定不同的量级，其次将调研数据按照不同的量级分类，最后形成量级集合，再用波浪线、颜色块、饼状图等图形进行可视化展示。而即使是相同的数据，由于量级设定的不同，也会形成不同的数据集，这些数据在图面上的直观展示也非常不同，从而让观者产生截然不同的解释。而编码者完全可以利用这个特点，实现视觉修辞意义上的误导。比如蒙莫尼尔在《会说谎的地图》书中举了一个例子。他首先列出一张户均电视机数量统计图表，然后利用不同量级对这些数据进行分级打包，再涂色后可可视化，结果得出两种截然不同的图形（图7）。^[28]（P162）

表1 户均电视机数量

1.90	1.90	2.00	1.75	3.50	4.20	8.90
1.30	1.50	1.55	1.60	1.79	2.60	4.20
0.71	0.70	0.75	0.80	0.85	0.90	1.40
0.20	0.20	0.20	0.20	0.20	0.20	0.20

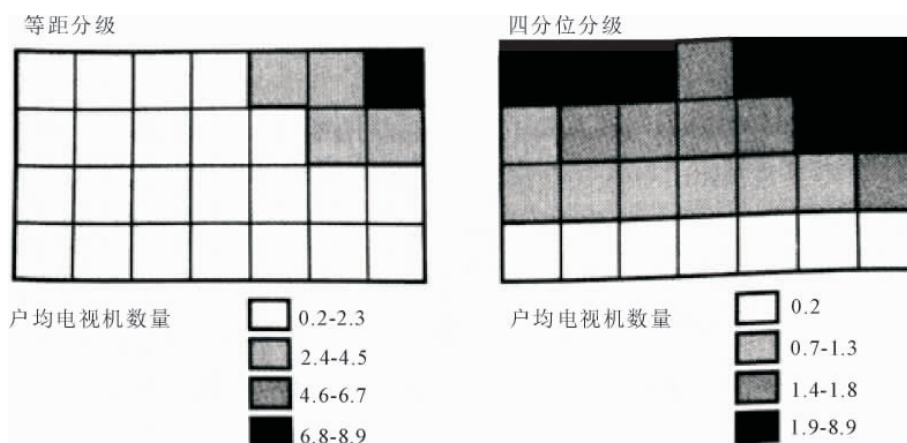


图7 户均电视机数据可视化

显然在图7中,由于量级划分不同,从直观上看,右图比左图户均似乎拥有更多的电视。认知心理学家卡尼曼在《思考,快与慢》中认为,我们的大脑有快与慢两种做决定的思维:快速思维为依赖情感、记忆和经验迅速判断的思考方式,这种方式能让人迅速对眼前的情况做出反应,但也容易上当,它任由“眼见为实”的错觉误导我们;慢速思维则通过调动注意力、推理、分析来解决问题,并做出决定,它比较慢,需要耗费更多的心力。^[35](PP. 3—13)由此,通过偷偷在量级划分上动用技巧,编码者完全可以制成不同类型的可视图,诱导解码者形成迥异的观感和判断,从而在快速思维的作用下,对事实产生错误判断。

图文互证指图像和文字互相说明、互相验证。从表征角度来看,文字和图像在意义生产中各具特色,“图像以直观和具体性见长,而文字以抽象性和联想性著称,文字读物可以唤起读者更加丰富的联想和多义性的体验,在解析现象的深刻内涵和思想的深度方面,有着独特的表意功能。图像化的结果将文字的深义感性化和直观化。”^[36]也就是说,图文互证时,一方面图像可以为文字提供“证据”,另一方面文字又可以对图像意义进行“锚定”^③。据此,从符号交际的角度看,编码者可以从两方面误导解码者:利用虚假图片佐证文字,利用虚假文字锚定图片。2008年3月12日西藏骚乱事件中,西方媒体就出现了大量图文互证式谎言,比如《华盛顿邮报》在报道西藏突发事件时,故意使用了“尼泊尔警察殴打民众”的图片,从而将西藏骚乱事件塑造造成专制政府对西藏民众实施“暴力镇压”事件。英国BBC在报道西藏事件时,发布了武警急救被暴徒伤害民众的图片,可是照片下方的文字,却故意对图片进行曲解,说该图表明西藏事件是“中国政府一次军事镇压”。可见,从佐证到锚定,图文之间的复杂关系为符号交际中的欺骗行为提供了丰富的修辞手段。米歇尔曾认为:“整个文化史相当程度上就是语言符号与图像符号为争夺主导权而进行不断斗争的历史。”^[37](P8)不仅如此,图文符号还有互相配合共同塑造意识形态的可能。在2008年的西藏骚乱事件中,西方新闻行业正是利用了图文虚假性配合构建出“拟态环境”,展现出浓厚的“西方中心主义”意识形态特征。

四、结语:符号交际与 视觉修辞实践中的权力关系

霍尔讨论符号意义表征的运作模式,提出三种

解释路径:反映论、意向论和构成论。如果用这三种路径观看图像,反映论认为图像如镜子一样反映真实的意义,就像意义已经在世界上了;意向论则陈述了相反的理由,它认为意义来源于作者,是作者通过图画将他或她心中的意义强加于世上之人;构成论则认为自然、主体均不能确定意义,意义来源于图像符号之间的概念系统,来源于人类集体所构建的人类文化。^[32](PP. 24—26)其实,符号意义表征还有一种解释路径:交际论,即意义也可以来自编码者和解码者意向互动的主体间性中。也就是说,以图像为沟通媒介进行交际时,意义在编码者和解码者之间来回变化,其无法用主体间文化共享的构成论来解释。特别是,从交际的修辞劝服观来看,编码者和解码者之间反而存在一道深深的信息沟,在沟的两端,对于同一幅图像,编码者和解码者依据各自的语境、文化、记忆、知识、情绪、认知和习惯等去解读,从而陷入各自的“信息茧房”之中,最终导致编码者和解码者对该图像存在截然不同的理解。

面对交流的信息沟,刘亚猛从修辞者和受众的权力关系探讨了两种不同的修辞实践范式。一种赋予受众相当的权力,修辞者并没有被置于支配者地位,而是被认可的地位,其话语必须迎合商业领域消费者的购买欲求、政治领域公众的政治诉求、文学领域读者的审美需求等。同时,“讯息的接受者并非被迫遵循编码者的意愿来接受讯息,而是通过对文本进行歧义性或反抗性解读来抵制意识形态权力及文本的影响”。^[38](PP. 250—251)另一种赋予修辞者相当的权力,其“施展出自己的浑身解数,通过修辞手段和技巧在事实上‘剥削’受众享有的选择自由的自由”,“修辞者本来就是鼓吹者和游说者的合二为一”。^[39](PP. 113—114)因此,沟通过程中的揣测、假定和预设是编码者和解码者之间长期存在的博弈心理。受众可以发挥自己的权力,对文本随意曲解、申发、望文生义,而修辞者亦可以随意夸大事实、虚构文本、误导受众。

实际上,随着媒介技术发展,传播格局中传者和受者的权力关系也在逐渐发生变化。在大众传播转向群体传播的过程中,控制信息的权力逐渐从传统的新闻机构、专业媒体转向处于各个“网络一节点”中的用户,每一个用户都在“构建以自身为中心的独特的信息环境”。^[40]也就是说,传者和受者之间的权力关系逐渐被打破,传统媒体的修辞权力被逐渐消解,而每个用户似乎同时拥有了编码者和

解码者的权力。然而，在社交媒体时代，充斥于网络中的各种新奇、刺激的图片谎言却似乎展示了另一种潮流，在这个潮流中，编码者和解码者的权力差距并没有融合，相反继续扩大，即编码者反而可以借助互联网“大规模业余”生产、传播链条的交叉套叠让无数解码者陷入视觉陷阱之中。也就是说，框架、视角、表征等视觉认知因素都成了部分编码者向解码者施加权力的视觉修辞手段。^[41-42]这些编码者会利用自身对信息充分掌握和有目的的选择、配置和架构图像，利用交际过程中的“码本失衡”，在无形中让解码者产生符合自己欺骗意图的错误的理解。和赤裸裸虚构现实的语言谎言不同，在

这个陷阱中，编码者主观不真诚地利用各种“有图有真相”心理预设，在视觉误差中误导解码者点击、转发和评论。同时，由于互联网中大多数“图构谎言”的核心目的是希望通过欺骗来吸引眼球，这就导致解码者在发挥诠释权力，还原真相，试图对编码者权力进行抵抗时，依然无法摆脱编码者的权力设置，相反，解码者对编码者的抵制和否定只能掀起公众对“图像事件”更大的一波关注，从而无形中和编码者一起构筑了一个个戏剧性的“图像话语事件”。由此，各种海量、粗糙、碎片化的谣言、谎言和极端情绪交杂呼应，最终得以形成“众生喧哗”的后真相“读图时代”。

[注 释]

- ① 定识是当事人主观上当作事实的思想。
 ② 原型范畴理论基本假设：(1) 个体范畴化的依据是其属性条件而非基本特征；(2) 范畴中各成员地位并不平等，其中有典型成员和非典型成员的区别；(3) 范畴中原型性更高的成员具有更多的与同类其他成员共有的属性，并具有更少的与相邻类别的成员共有的属

- 性。参见 Rosch, E. & Mervis, C. B. Family Resemblances: Studies in the Internal Structure of Categories. *Cognitive Psychology*, no. 7. 1975.
 ③ 所谓锚定指图像具有不确定性和多义性，文字的作用就是固定其中某一种含义。参见 Barthes, R. *Image Music Text*, London, Fontana Press, 1977, p. 41.

[参考文献]

- [1] 冯原. “图像时代”的源流与契机——当代图像阐释的维度 [J]. *美与时代*, 2019, (2).
 [2] Danesi, M. *Visual Rhetoric and Semiotic, Communication*, Oxford Research Encyclopedias (online), 2017, para. 4. 转引自刘涛. 视觉修辞的学术起源与意义机制：一个学术史的考察 [J]. *暨南学报 (哲学社会科学版)*, 2017, (9).
 [3] Barthes, R. *Rhetoric of the Image*. In C. Handa ed. *Visual Rhetoric in a Visual World: A Critical Sourcebook*, New York: Bedford /St. Martin's, 1964 /2004.
 [4] Arnheim, R. *Visual Thinking*, Berkeley: University of California Press, 1969.
 [5] Berger, J. V. *Ways of Seeing*, Harmondsworth, U. K.: Penguin, 1972.
 [6] 刘涛. 视觉修辞的学术起源与意义机制：一个学术史的考察 [J]. *暨南学报 (哲学社会科学版)*, 2017, (9).
 [7] [美] 乔治·H·米德. *心灵、自我与社会* [M]. 赵月瑟译. 上海：上海译文出版社，2005.
 [8] Grice, H. P. *Logic and Conversation*. In P. Cole & J. Morgan (eds.) *Syntax and Semantics 3: Speech Acts*. New York: Academic Press. 1975.
 [9] [英] 斯珀波，威尔逊. *关联：交际与认知* [M]. 蒋严译. 北京：中国社会科学出版社，2008.
 [10] [美] 约翰·杜翰姆·彼得斯. *对空言说：传播的观念史* [M]. 邓建国译. 上海：上海译文出版社，2017.
 [11] 甘莅豪. *幻想还是理想：哈贝马斯协商民主批判之批判* [J]. *南京社会科学*, 2015, (10).
 [12] H. Clark, C. Marshall. *Definite Reference and Mutual Knowledge*. In Aravind K. Joshi, Bonnie L. Webber, and Ivan A. Sag, editors. *Journal of Logic Language & Information*, 1981. 转引自斯珀波，威尔逊. *关联：交际与认知* [M]. 蒋严译. 北京：中国社会科学出版社，2008.
 [13] 刘涛. 视觉修辞何为？——视觉议题研究的三种“修辞观” [J]. *中国地质大学学报 (社会科学版)*, 2018, (2).
 [14] [古希腊] 亚里士多德. *修辞学* [M]. 罗念生译. 上海：上海人民出版社，2006.
 [15] Burke, K. *A Grammar of Motives*. Berkeley, CA.: University of California Press, 1969.
 [16] 中国社会科学院语言研究所词典编辑室. *现代汉语词典* [Z]. 北京：商务印书馆，2018.
 [17] Kant. *Grounding for the Metaphysics of Morals with On a Supposed Right to Lie Because of Philanthropic Concerns*. Cambridge: Hackett Publishing Company, Inc., 1993.
 [18] Coleman, I. And P. Kay. *Prototype Semantics: The English verb “lie”*. *Language* vol. 57 (1). 1981.

- [19] Eve E. Sweetser. *The Definition of Lie: A Examination of the Folk Models Underlying A Semantic Prototype*. New York; Cambridge University Press, 1986.
- [20] Mocornack, S. A. *Information Manipulation Theory*. *Communication Monographs*, vol. 59. 1992.
- [21] Galasinski, D. *Deception: Linguist's Perspective*. Paper Presented at the International Communication Association Convention, Sydney, Australia, 1994, July.
- [22] 胡范铸. 真实陈述·虚假陈述·事实所指 [J]. 徐州师范学院学报 (哲学社会科学版), 1990, (1).
- [23] [美] 鲁道夫·阿恩海姆. 视觉思维 [M]. 滕守尧译. 北京: 光明日报出版社, 1987.
- [24] [美] 库尔特·考夫卡. 格式塔心理学原理 [M]. 李维译. 北京: 北京大学出版社, 2016.
- [25] Leech, D. H. *Principle of Pragmatics*. London; Longman, 1983.
- [26] Broadbent, D. E. *Perception and Communication*. London and New York; Pergamon Press, 1958.
- [27] [美] 索尔所, 麦克林等. 认知心理学 [M]. 邵志芳等译. 上海: 上海人民出版社, 2017.
- [28] [美] 蒙莫尼尔. 会说谎的地图 [M]. 黄义军译. 北京: 商务印书馆, 2012.
- [29] [美] 泰尔米. 认知语义学 [M]. 李福印译. 北京: 北京大学出版社, 2017.
- [30] 魏传涛. 新闻照片拍摄视角的不同对拍摄效果的影响 [J]. 中国传媒科技, 2014, (1).
- [31] [美] 鲁道夫·阿恩海姆. 艺术与视知觉 [M]. 滕守尧, 朱疆源译. 北京: 中国社会科学出版社, 1987.
- [32] [英] 斯图尔特·霍尔. 表征 [M]. 周宪, 许钧译. 北京: 商务印书馆, 2005.
- [33] Julia Kristeva. *Bakhtine, le mot, le dialogue et le roman, Semeiotike. Recherches pour une semantalyse*, Paris, Seuil, 1969.
- [34] [英] 罗杰斯. 数据新闻大趋势: 释放可视化报道的力量 [M]. 岳跃译. 北京: 中国人民大学出版社, 2015.
- [35] [美] 卡尼曼. 思考, 快与慢 [M]. 胡晓姣, 李爱民, 何梦莹译. 北京: 中信出版社, 2017.
- [36] 周宪. “读图时代”的图文“战争” [J]. 文学评论, 2005, (6).
- [37] W. J. T. Mitchell. *Iconology: Image, Text, Ideology*, Chicago: University of Chicago Press, 1987.
- [38] [美] 迈克尔·古列维奇, 派迪斯·坎内尔. 赢得经典? 斯图亚特·霍尔的《编码/释码》[A]. 卡茨等编. 媒介研究经典文本解读 [C]. 常江译. 北京: 北京大学出版社, 2011.
- [39] 刘亚猛. 追求象征的力量 [M]. 北京: 生活·读书·新知三联书店, 2005.
- [40] 刘鹏. 用户新闻学: 新传播格局下新闻学开启的另一扇门 [J]. 新闻与传播研究, 2019, (2).
- [41] 刘涛. 元框架: 话语实践中的修辞发明与争议宣认 [J]. 新闻大学, 2017, (2).
- [42] 刘涛. 语图论: 语图互文与视觉修辞分析 [J]. 新闻与传播评论, 2018, (1).

Visual Rhetoric Behavior from Symbolic Communication Perspective

GAN Li-hao

(School of Journalism and Communication, East China Normal University, Shanghai, 200241, PRC)

[Abstract] Visual rhetoric originated from three different academic perspectives: symbolic system, posterior composition and recipient viewing. All three perspectives are limited to one-way centralism, while ignores the social, communication and dialogue dimensions. From the perspective of inter-subjectivity, image communication has two rhetorical views: One thinks that images help the subjects to identify with each other, and the other thinks that the image is only a rhetorical tool for the coder to persuade the decoder. As a means of persuasion, image lie uses a large number of spatial cognition factors such as frame, perspective and representation, and the psychological presupposition that “the picture tells the truth” to induce countless decoders’ clicks, forward and comments. As a result, various picture rumors, lies and extreme emotions eventually form the post-truth era.

[Key words] visual rhetoric; image lies; spatial cognition; symbolic communication; post-truth

(责任编辑 周蓉/校对 小舟)