

关于新闻事件群的思考

李越

内容摘要：本篇文章以新闻事件聚集效应为角度，通过对新闻事件聚集这一现象的总结归纳，提出新闻现象群的概念，并且以科尔曼理性选择理论、布迪厄实践理论与反思社会学的习性观对这一现象加以解读，认为媒体的理性选择和广大受众面对新闻的习性反应是新闻事件时常被聚集报道和关注的主要原因，从而解释了新闻事件群存在的普遍性与合理性。

关键词：新闻事件群 理性选择 习性

首先，笔者极有必要对新闻事件群的概念做一下简单描述，它不同于群体性新闻事件，而是具有相似性的新闻事件的集合，即某某类新闻事件，除同一类别内的同质性特征外，新闻事件群的另外一个鲜明特征是由某一新闻事件的曝光为导火索，接连引发多起相似事件而构成事件群（类）广受关注和热议，而后又极易被新的新闻热点所取代而渐渐退出人们的视野范围。例如自5月8日，海南省万宁市后郎小学6名就读6年级的小学女生被校长带出去开房的新闻曝光之后，截止5月27日，20天内又至少有8起校园内猥亵性侵幼女案被媒体曝光。从而社会影响和客观事实上看明显构成了性侵小学生的新闻事件群，引起社会广泛关注和讨论。与此相似的还有诸如厂房大火、室友投毒、情妇反腐、房哥房姐、城管打人、大学生自杀等等，就连看似意外的校车事故，竟然也能短时间内各地区接连发生从而构成校车安全类的新闻事件群。

这种“有趣”的现象是如何产生的呢？基于这个问题和自己对新闻事件特征的总结，笔者希望通过结合所学的社会学知识，对其有一些社会学角度的阐释。在搜集资料的过程中，笔者发现对于这个问题的社会学角度分析比较少见，大家关注的焦点一般是停留在某个热点新闻事件本身和对其深层次的分析思考，研究切入点比较具体和微观，很少有综合起来宏观看待热点新闻事件的研究和文章，在宏观角度解读新闻事件的论文中，常见的也都是新闻传播专业的学术性论文，并没有对新闻事件群的具体化阐释，因此笔者选取科尔曼理性选择理论、布迪厄

实践理论与反思社会学的习性观对其加以解读。

一、理性选择——媒体造就新闻事件群

科尔曼理性选择理论以“理性人”为基本假设和出发点，以效益最大化为行动的追求目标。“理性人”不同于社会学的纯粹工具理性的抽象经济人假设，也不是帕森斯意义上的仅受限于社会规范的“社会人”，而是处于社会互动、社会关系中的能动选择的主体，获取最大利益的主体。所以，“理性人”兼有经济人和社会人的性质，既追求最大利益又受社会关系的制约。其“效益”并不局限于经济效益，还包括社会的、文化的、情感的、道德的多种偏好影响下的其他效用，理性人以合理性行动追求这些效益的最大化。同时理性人还被赋予行动的权利，科尔曼指出：“行动权利的获得取决于权力以及他人的承认。在社会系统的研究中，权利的分配是极其重要的问题。一种物品中包含着各种权利，它们可以分别为不同的行动者所掌握”。^①

在新闻事件群的产生中，新闻媒体的作用当然是不可忽视的，这些所谓热点新闻事件无不都是媒体呈献给大众的，无论是网络、电视、报纸、广播甚至网络环境下的自媒体，都会成为成为其传播的媒介，那么在传播之前，媒体必然会有一个选择，媒体不会去选择报道某个小孩吃饭之前没有洗手、某个普通人刚刚理完发这样没有新闻价值的生活琐事，很显然，媒体在进行报道的时候会选取和追求新闻价值的最大化，因而会进行新闻策划。所谓新闻策划应该细分为新闻报道策划与新闻事件策划，对于新闻报道策划，大多数研究者持肯定的态度，认为新闻报道需要以策划来求异、出新；而对于新闻事件策划，则意见不一、众说纷纭。多数研究者认为，新闻媒介“直接参与事件策划，自编、自导、自演、自报，与传统的新闻报道观念即客观、公正、真实地反映事实相背离。”^② 反观新闻事件群的产生，新闻策划是必不可少的，能够制造出高关注度或紧跟热点进行的再度报道，一定是经过新闻报道策划的结果，表现在其报道的目的性明确、切入角度迎合大众需求、报道内容包含自有亮点等多个方面；当前，媒体为了追求利益和社会影响力，也在不断的尝试新闻事件的策划，“信息的同质化使媒体对新闻事

①单琳琳 《试析科尔曼理性选择理论》

②方毅华 《对新闻策划若干问题的思考》

实本身出现了特别的关注和膜拜，为争取“独家新闻”“率先发布”“第一落点”“第一时间”等竞争资源，不断有媒体发布令人震惊的新闻事件”^③ 例如2007年接连发生轰动全国的“纸馅包子”“茶水发炎”等传媒假新闻是媒体自身制造、报道新闻的佐证，也一度成为当时的焦点话题。当然，从理性选择论的角度考量，媒体这样做也有其自身的道理，只是利用大众好奇、怜悯、同情、义愤等心理博取关注的做法令人有种被欺骗的侮辱感，对媒体自身的形象非常不利。

可见，新闻事件群的产生过程中少不了新闻媒体的“辛勤耕耘”，作为新闻的报道、传播、解读甚至是制造者，新闻媒体扮演着举足轻重的角色，这也并没有什么好质疑的，毕竟绝大多数媒体在进行着自己的理性选择也还能恪守着职业操守，所以可以说，新闻事件群首先是新闻媒体遵循理性选择所进行促使自身利益和社会影响力最大化的制造活动，是他们的工作。

二、受众习性——大众造就新闻事件群

习性这一概念源自亚里斯多德的希腊语概念，意指习惯、素养、经验等。布迪厄借用并扩展了习性这一传统的概念，并将它设计成衔接结构与实践的中介，以强调存在于社会与个体之间以及社会客观结构与主体内化结构之间的辩证关系。具体来看，这一辩证关系表现如下：特定类型的社会客观结构，其表现形式为特定阶级或群体所拥有的物质及文化生活条件，经由社会行动者的内化(身体化)而生成特定类型的习性。布迪厄指出：从客观的角度来看，这些实践形式和表象可以是被规范化了的并且合乎规则，但这丝毫也不是顺从地履行规则的结果；它们可以完全符合其目的，而不需要以有意识地瞄准这些目的并明确地掌握实现这些目的所必需的操作为前提；它们可以表现出集体协调性，但却不需要是某个“乐团指挥家”指挥行为的杰作。^④ 换句话说，尽管社会行动者的行动和实践从一个客观的(观察者)的角度来看符合某种理性的目的，但这并不表示行动者本人正是出于这一理性的考虑而从事了这一实践。^⑤

细细回想一下，在面对社会热点新闻事件的时候，我们社会大众都会习惯性的关注并且向周围传播这一热点，分享自己的看法，这一行为无疑是在帮助扩散

③ 庞晓红 《新闻策划及其误区》

④ [法]布迪厄，[美]华康德：《实践与反思》，李猛、李康译

⑤ 孙进 《布迪厄习性理论的五个核心性结构特征：德国的分析视角》

热点新闻事件，激发起更多人的关注。我们这一习惯性的做法并没有什么明确目的性或者功利主义色彩，而已经在现代生活环境中逐渐演变成一种对待新闻事件的应激性反应，即已经成为一种习性。就像在布迪厄看来，“社会行动者在行动时所遵循的并不是一种自识自觉的理性的逻辑，而是一种实践的逻辑，一种含混与模糊的逻辑，因为它通常不为行动者本人所意识到，因此也就超出了他内省检查或意志控制的范围。”^⑥

在大众习惯性的助力热点新闻的传播之外，大众普遍具有的好奇心总是促使自己主动去寻求报道的跟进和深入，媒体迎合大众的这种需求进行相关报道也正好就达到了引发关注的目的，双方在此不谋而合，一个新闻事件群之所以在短时间内又会迅速被新的热点所代替，也就是源于大众的这种猎奇心理。此外，我们的日常生活和媒体报道还存在一点距离感，虽然报道大多来源与生活，但是经过媒体加工它还是不同于生活并且生活事件发展到新闻事件需要一个过程。这就容易造成大众一种“不识庐山真面目，只缘身在此山中”的错觉，就是说新闻报道的事件在我们普通人的身边可能早有类似事件发生，但是未经过报道的这些事件根本没有引起足够的关注，在平凡的生活里它逐渐被人忽略和遗忘，比如流浪乞讨人员冻死事件，几乎每年都有发生但是并没有立即引发众人关注，直到2012年11月30日和12月12日郑州接连发生两起流浪者被冻死立交桥下和路边的事件，并且被媒体报道后，才成为热点问题引发大家对于流浪者生存现状的关注，相关部门也加大对他们的救助力度，将自己负责地区不发生流浪人员冻死冻伤事件作为救助工作的目标和业绩考量。

可见，社会大众在面对热点新闻事件时表现出来的习惯性行为（固有心理形成的习性）促使新闻事件的发酵成群，是新闻事件群的成长沃土。

三、结语

综上所述，笔者认为新闻事件群现象的产生主要是因为媒体和受众双方共同作用的结果，在当下这个信息时代，新闻热点事件是媒体的追求与大众的需求，新闻事件群的存在极具合理性。当然，我们平日面对这些应接不暇的新闻事件，也应该有自己的冷静思考，就像舒茨所说：“人不仅是科学家观察领域中的一个

^⑥孙进 《布迪厄习性理论的五个核心性结构特征：德国的分析视角》

要素，也是他自己的行动领域的先在解释者；人的公开的外显的行为只是他全部行为中的一个片断。”我们完全可以凭借自己的分析冷静面对媒体的试图发起的舆论导向，做一名新闻事件群中不随波逐流的智者。

参考文献:

①单琳琳 《试析科尔曼理性选择理论》，辽宁师专学报(社会科学版)，2008年第5期(总59期) JOURNAL OF LIAONING TEACHERS COLLEGE (SOCIAL SCIENCES EDITION) NO. 5 2008

General No. 59

②方毅华 《对新闻策划若干问题的思考》 《新闻传播学前沿2004》 [M] 第205-211页 北京：北京广播学院出版社2004年第1版

③庞晓红 《新闻策划及其误区》 兰州大学学报(社会科学版) 第38卷第5期 2010年9月

④[法]布迪厄，[美]华康德：《实践与反思》，李猛、李康译，中央编译出版社，1998. 7- 11

⑤ ⑥孙进 《布迪厄习性理论的五个核心性结构特征：德国的分析视角》 哲学研究 SOC IAL SC IENCES IN NANJ ING No . 6 Jun. 2007