

媒介事件的本土化： 中国内地媒介事件研究再回顾

苏 晨 许永超

摘 要：文章通过对发表于CSSCI期刊上关于媒介事件研究论文的分析，发现我国内地媒介事件研究经历了一个动态的发展过程。起初，受既有观念和本土实践的影响，媒介事件多被理解为“假事件”和“新闻策划”；而自《媒介事件》中译版发行以后，学界丰富了这一话题的研究内涵，既延续了戴扬和卡茨的仪式研究传统，更拓宽了如冲突性媒介事件、媒介事件与商业逻辑等面向的研究视角；随着技术发展和社会变迁，媒介事件研究在新媒体时代还呈现出网络公共事件研究转向。文章最后总结了内地媒介事件研究的不足，并讨论了未来的方向与议题。

关键词：媒介事件；假事件；媒介仪式；新媒介事件

作者简介：苏晨，女，硕士生。（华中师范大学 新闻传播学院，湖北 武汉，430079）

许永超，男，讲师，文学博士。（华中师范大学 新闻传播学院，湖北 武汉，430079）

中图分类号：G212

文献标识码：A

文章编号：1008-6552 (2019) 02-0072-06

戴扬与卡茨在其出版的《媒介事件》一书中提出了对媒介事件的经典定义：“对电视节目的节日性收看，即是关于那些令国人乃至世人屏息驻足的电视直播的历史事件——主要是国家级的事件。”^[1]戴扬与卡茨对许多学者有所感知却未能精准描绘的现象作出了清晰有力的界定，使媒介事件获得更多人的认同与兴趣，成为一个蔚然发展的学术研究话题。

《媒介事件》诞生距今已过四分之一世纪。这段时期见证了国际社会的变迁、媒介技术的发展和人类代际的更迭。在这一时代背景下，西方传播学界对媒介事件展开了持续性研究和阶段性总结。2007年，德国不来梅大学召开了国际学术会议“媒介事件、全球化与文化变迁”；2017年，《Media, Culture & Society》发行了“媒介事件”特刊。反观国内，对媒介事件研究取得的成果和经历的流变，我们尚缺乏清晰的认知。虽然也有学者回顾了1990年以来媒介事件研究的大致状况，^[2]有的尝试厘清两种不同的媒介事件概念，并对其进行理论溯源。^[3]但这些文献或表述简略，或仅限于特定截面，系统研究仍然比较匮乏和不足。因此，对中国内地媒介事件研究进行系统梳理是非常有必要的。只有这样，我们才能认清当前取得的成果与存在的不足，把握整体研究脉络、预测未来研究方向，争取加入全球学术对话。

内地的媒介事件研究起步较晚，但总体上关注度呈上升趋势，且近些年来相关文献数量显著增加。截至本文写作时，笔者以“媒介事件”为主题在中国知网进行检索，得到结果622条。其中在2000年《媒介事件》中译本正式引入中国内地之前，有6篇文献论及“媒介事件”，时间可追溯至1990年。2000年至2010年有245篇；2011年至今共371篇。考虑到文献的参考价值和研究的可操作性，本文将文献来源限定于CSSCI期刊，共125篇。以相关性为筛选标准，得到64篇。本文试图从知识社会学的角度爬梳与评价内地媒介事件研究，将各文献按内容聚类进行归纳与综述。新媒介事件是近年来方兴未艾的议题，尚未形成清晰的理论体系与研究框架，故将其与传统媒介事件区分开来单独论述。

一、研究缘起：作为假事件、新闻策划的媒介事件

任何理论、概念的引入，都会受到本土原有观念、实践的影响。媒介事件这一概念亦如此。在戴扬与卡茨的《媒介事件》中译本出版前，国内学界、业界对媒介事件概念的认知多理解为“假事件”或“新闻策划”。

“假事件”（Pseudo event）的概念源于1961年美国历史学家布尔斯廷《形像》一书，指那些非自然发生的、主要是为了被媒体报道和吸引公众注意而人为制造的事件。^[4]1982年，施拉姆在《传播学概论》中延续了布尔斯廷的观点，将“假事件”表述为“媒介事件”（Media event）。^[5]在他的引导下，假事件成为我国学界理解媒介事件的一个重要理论来源。李彬、陈力丹在各自的论著中都提及过这一概念，并突出其中人为策划、参与的成份。

1980年代以来，市场经济催生了公关活动的繁荣，不少个人或组织开始有计划、主动地制造有新闻价值的事件以吸引媒体报道，树立良好形象。这些策划宣传活动强化了学术视野下“媒介事件”研究的公关取向，推动了一批关注公关策划的实证研究。如南京路步行街建设的宣传策划分析，“哥德堡”号媒介事件的操作策略分析，大堡礁招聘的公关传播分析等。

公关界曾将这类活动表述为“制造新闻”，即“社会组织为吸引新闻媒介报道并扩散自身所想传播出去的信息而专门策划的公关活动之一”，^[6]“制造新闻已越来越成为公关活动的热点”。^[7]这一表述挑战了新闻界捍卫的真实性与客观性原则，引起了广泛的批评。随后公关界以“新闻策划”取而代之。1996年出版的《策划大师与经典案例》列出的“新闻策划”案例，即是讲述如何策划出适合媒体报道的事件。^[8]

公关界的“新闻策划”与布尔斯廷的假事件、施拉姆的媒介事件一脉相承。不过，新闻界也有“新闻策划”的表述，即媒介组织的新闻报道策划。一时间，“新闻策划”被赋予了两种不同内涵。部分文章在分析媒介组织的策划活动时将之表述为“媒介事件”，有论者则指出媒介事件是属于公关界的概念，不可与新闻策划混淆。^[9]

二、研究的丰富和发展：多理论视角下的媒介事件研究

2000年，戴扬和卡茨的《媒介事件》中译本发行，“媒介事件”的内涵也随之改变。在这一阶段，研究者对众多个案进行理论观照，选取的媒介文本不仅来自电视直播，亦有不少来自报纸和网络媒体。一批延续戴扬和卡茨经典定义、立足仪式视角的研究涌现，研究对象多为各类仪式典礼、体育赛事。随着社会与媒介环境的变迁，冲突性媒介事件成为一个重要议题。而本土媒介文化景观的兴起则引发了学者对媒介事件与商业逻辑的关注。

1. 仪式典礼

“仪式”是《媒介事件》的核心概念。近年来，媒介事件常与媒介仪式、传播的仪式观被一同提及。被探讨较多的问题集中在两方面，一是何谓媒介仪式？其与媒介事件有何关联？二是《媒介事件》与《作为文化的传播》两书的仪式理念是否一脉相承？

学界一致认为媒介仪式与媒介事件既有联系也相互区别，但在具体的界定上则众说纷纭，对《媒介事件》《作为文化的传播》两书之仪式观的认识亦存在分歧。当前，“媒介仪式”“仪式传播”并没有一个统一的定义，不同学者援引的理论资源出入较大，对概念内涵和外延的解读亦不同，观点纷杂。这一方面提示我们，做学术研究需重视理论概念的知识考古工作；另一方面，也要求我们不能仅将研究流于概念之间而忽视了外向性观点，即还须思辨概念于具体研究的意义何在。只有这样，研究才能跳出宏大理论的陷阱，体现出更深切的问题意识。

在实证研究方面,学界多对历史事件的周年纪念活动、媒介的灾难报道或具有仪式色彩的媒介节目等予以理论观照,较多考察了媒介事件的建构策略、社会意义和现实效果,指出其具有凝聚情感、强化认同、确认秩序等作用。如 2008 年的汶川地震引发了大规模的媒介报道。有论者指出媒介展演了对灾难的征服和对政府的加冕,具有动员、记忆、慰抚的社会功能^[10]。也有论者发现,媒介实现了对媒体人、受众和灾民的定位和意义赋予,发挥着序化人们生活、组织社会空间的作用,体现出寇德瑞所谓“媒介化中心的神话”的建构^[11]。此外,春节联欢晚会、国庆 60 周年庆典、抗日战争胜利 60 周年纪念活动以及《感动中国》颁奖晚会等电视直播节目也纷纷进入了研究者的视野,关注焦点亦大多在于分析电视直播的仪式化过程和现实功能,并提出相应改进策略。

2. 体育赛事

体育赛事往往完整体现出媒介事件的三种脚本,即竞争、征服和加冕。近年来,仪式性媒介事件影响力下降,但体育媒介事件却依然能够制造节日收视效果,这既是体育自身魅力与特性使然,也与体育媒介事件的构建机制、传播途径相关。关于体育媒介事件怎样被建构与传播?有什么社会意义和现实功能?其生产机制如何?现有的研究对上述问题作出了回答。

研究者多从报道层面解读媒介事件的建构与传播。如考察体育直播的文本构成、形式、意义及其叙事结构,分析赛事直播如何营造出节日收视的氛围、增强观众的爱国情怀体验。不少研究还发现体育媒介事件与意识形态、商业利益等因素之间的紧密联系。其中最典型的案例是中央电视台奥运会直播。有学者认为奥运会是权力、资本和技术联姻的结果,既传播了组织者的意识形态,也是展示国家软实力和开展公共外交的舞台;^[12]也有研究认为奥运新闻的生产是在政党和国家的外部控制、经济利益驱动下对观众兴趣的满足和意识形态化处理。^[13]另有研究者通过考察央视的姚明退役直播,指出中国官方、美国利益集团和姚明本人的利益诉求,是“姚明形象”建立的动力。^[14]

3. 冲突性媒介事件

随着我国社会的转型,冲突性、破坏性媒介事件越来越受到关注,有论者结合新兴社会实践对媒介事件经典理论进行了丰富和发展,以增强其现实适应性。如探讨媒介事件研究范式从“媒介化”向“事件化”转变,提出“媒介导向事件”“冲突实践型媒介事件”等概念,并分析其类型体系或实践过程。

现有研究多以媒介报道为切入点来考察冲突性媒介事件,其结论在一定程度上揭示出事件的建构性。有论者发现媒介间议程设置、赋予事件意义和争夺报道话语权等在《死亡日记》这一媒介事件中得到充分体现。^[15]有研究考察了马加爵事件的传播途径,发现国家权力和大众传媒的强力结合推动了案件的完结。^[16]还有研究对美国媒体的报道内容进行分析,发现《纽约时报》对中国民族问题的报道嵌入了破坏性媒介事件的框架,即中国政府被塑造成负面形象,分裂活动被赋予悲情和英雄主义色彩。^[17]而电视媒体对恐怖主义的报道,仍是对美国既有社会秩序和主流价值观的确认与强化。^[18]

4. 媒介事件与商业逻辑

在传媒市场化改革的浪潮下,消费话语和媒介景观的结合越发紧密。国内本土电视综艺节目的兴起催生了一批应用研究,大多是对电视节目的栏目形态、编排策略等进行分析,并考察其成功原因。有论者提出“类媒介事件”的概念来指称由大众传播机构为获取商业利益而利用自身强大传播系统制造出的非常规化事件,如《超级女声》《快乐男声》等大型电视文娱节目,它们通过全民造星展现出平民加冕仪式。^[19]不过,随着直播日益普及,电视直播的仪式功能下降而娱乐性凸显。^[20]也有论者通过文本分析,考察了 11 月 11 日这一天是如何被建构为“光棍节”、继而又成为“购物狂欢节”的。研究发现,这一节日的建构过程中,存在大众传媒、意识形态、商业话语以及民众实践等多重力量的权力博弈和话语竞争。以电视直播的形式呈现的“双十一春晚”,也具有媒介事件的特质,但两者又存在诸多差异。^[21]

三、研究转向：社会变迁与新媒介事件兴起

随着媒介技术与传播格局的变迁，新媒介事件日益成为学界关注的焦点。通常来说，我们将“新媒介事件”理解为新媒体环境下的媒介事件。学界对此提出了多种术语，但尚未出现权威、公认的定义。本文暂以“新媒介事件”称之。严格来说，当前中国语境下的“新媒介事件”和戴扬与卡茨的经典媒介事件并非一脉相承，它更大程度上是基于本土社会现实，呈现出网络公共事件研究的转向。

1. 新媒介事件概念的提出与研究取向

2006年，香港中文大学邱林川教授提出了“新媒体事件”这一概念，他和陈韬文将新媒体事件的学术源流追溯至戴扬与卡茨的《媒介事件》。不过，在他们的具体论述中，新媒体事件并未以仪式人类学为理论资源，而是吸纳了公共传播的研究传统。例如，他们认为新媒体事件不仅是政经势力和媒介体系制造出的成品，更是一种过程，或“发展中的事件”（the unfolding event）。这是公民新闻、“群众书写”的要点所在，也是新媒体事件最根本的“新”特征。^[22]

“新媒体事件”推动了研究者们对新媒体环境下媒介事件的关注。在内地，学界、业界使用较多的术语有“网络群体性事件”“网络舆论事件”“网络媒介事件”“网络公共事件”等。虽理论概念不同，但指说的对象却高度一致，即关于公民为表达利益诉求而借助网络媒体进行议程设置，形成舆论压力甚至集体行动的社会事件。正如有论者所指出的，近年来此类研究更多关注公民参与和网络公民社会，转向公共传播和与转型期社会变迁相关联的研究视角。^[23]

这种研究取向的变化与国内外现实境况密切相关。转型期的中国社会各类矛盾凸显，而日新月异的媒介技术帮助公民实现了传播赋权，依托新媒体平台发生的公共事件越发引起各界重视。在世界范围内，自“9·11”事件和“阿拉伯之春”以来，以冲突、分裂和创伤为特征的事件也愈加受到国际社会关注。为适应现实变化，戴扬和卡茨又提出幻想破灭（Disenchantment）、脱轨（Derailment）、冲突（Disruption）三种脚本对原理论进行修补，凸显了异见与分化。2017年戴扬又提出了表达性事件（Expressive event）的概念，以补充全球化背景下媒介事件的冲突性维度。

西方的研究转向与恐怖主义在世界范围内的出现有关，而中国的研究转向则凸显了转型期中国社会的痛点。这是本土语境下对3D模式的呼应，也是对社会现实的关怀。不过，笔者以为，将幻想破灭、脱轨、冲突等仅理解为底层的传播赋权，是对这一具有广阔学术探索前景的新模式的窄化，我们可将网络袭击、公共灾难、国际争端等视角考虑在内。

2. 新媒介事件的实证研究

在实证研究方面，关于这一话题的研究立场和理论资源呈现出较大区别。有的立足公共传播视角，关注公民参与及其对权力结构的影响；有的则出于危机管理的面向，分析事件的演变、监测和应对，也有研究探讨了媒介事件与权力结构转变的机制性关联，发现由于新媒体的多元化、碎片化等特性，加之使用者之间缺乏组织化力量，民众通过新媒体事件对既有权力结构造成的冲击是有限的。^[24]有论者通过文本分析，发现虽然新媒介事件有被来自大众媒体掌控或操纵话语的力量所常规化和工具化的趋势，但并未从根本上改变当代中国传统精英控制话语权的格局。^[25]还有论者考察了“9·3大阅兵”在微博平台的传播，发现自媒体平台中虽然也存在不同言论的相互影响，但专业媒介依然在媒介事件中发挥着主导作用；在集体协商的过程中，冲突、脱轨话语是否会冲击媒介事件所塑造的价值认同，取决于该事件本身所传达的价值体系能否激发公众的集体认同。^[26]

同时，新媒介事件的负面性引起了部分学者的警惕。他们注意到新媒体中的信息具有同质化倾向，不对称的信息结构有可能导致网络舆论暴力。^[27]譬如新媒体环境下关于城管的媒介事件层出不穷，给城管构建了难以洗脱的“刻板印象”；^[28]新媒介事件还使弱势群体与公权力之间的矛盾不断显现，不利于

社会整合。^[29]为此,有论者对新媒介事件的传播特征及其舆论系统构成进行了考察,为舆论引导提出建议。

四、结语和探讨

《媒介事件》在传播学研究领域取得了突破性的学术价值,其理论魅力至今犹存。就中国内地学界而言,媒介事件是一个动态概念,相关研究受西方学术、社会变迁和本土经验等因素的共同影响。不同时期的研究取向一定程度上折射出特定的时代特征。在研究过程中,学界亦就特定议题形成争鸣与互动,且不断加以修订和发展,并立足本土情境,积极寻求解决现实问题的路径。

但从当前文献来看,相关研究还存在一些问题,主要表现为以下几个方面:一是研究视角不够广泛,主要囿于“媒介事件策划”“仪式性媒介事件”“网络公共事件”等范式;二是研究方法较单一,多思辨性研究,缺少扎实的定量分析;三是受实用主义影响深厚,应用研究、侧重媒介操作层面的分析较多;四是疏于对西方理论的知识考古,导致误解、混用理论概念,很大程度上阻碍了研究的进度与深度。我们需要立足本土经验,观照中国语境下媒介事件的呈现与意义,同时怀有全球视野,汲取外来方法资源。值得注意的是,学界还应努力跳出抽象的理论游戏,摆脱功能主义的框架。

李金铨与李红涛两位学者曾对媒介事件研究的四个未来走向进行了探讨,包括媒介事件的类别,媒介事件发展过程中的霸权与抗争,全球化和数字时代中的媒介事件,右翼民粹主义崛起与媒介事件等。^{[30](128-129)}笔者综合当前社会环境与研究现状,经过深入思考尝试提出几点研究方向与议题以供探讨。

一是全球化语境下的媒介事件。戴扬与卡茨的研究是基于民族国家的视角,得出媒介事件能促进社会整合的结论。在全球化时代,媒介事件是否有实现国际整合的可能?每天世界上都有大量事件发生,哪些能得到全球性关注?对于国际性媒介事件,不同国家、地区的媒体有不同的报道框架,我们如何解读其差异?

二是新媒体环境下的媒介事件。新媒体打破了传统传播格局,影响着信息传递方式、权力关系格局以及个人行为。新媒介事件的冲突源于但不限于事件本身,媒介使用者本身也在制造风险。一定条件下,这些风险可从网络空间延伸至现实世界。新媒体使用者的行动及其后果越来越需要被我们考虑在内。随着媒介融合的日趋强化,媒介事件的跨平台传播亦是一个值得重视的议题。

三是媒介事件与身份认同、社会记忆。风云跌宕的 20 世纪见证了人类社会中的不少重大事件与关键转折。随着颇具仪式意味的周年纪念来临,历史如何与当下建立起联系?怎样理解媒介在唤起社会记忆、实现自我/国族身份认同中扮演的角色?历史事件的媒介呈现往往具有较大的可建构空间,这是否体现了尼可·寇德瑞所谓的“媒介中心化的神话”?

四是媒介事件与大众文化。消费社会语境下,商业逻辑成为媒介事件的重要逻辑之一。大众文化虽有与资本结合的倾向,但一定程度上也蕴含着对精英文化的反抗与消解。李金铨与李红涛曾认为,权力结构中,反抗力量与“兼并”力量之斗争贯穿了媒介事件的发展历程。^{[30](129)}可追问的是,随着主流意识形态对媒体的渗入强化,这种斗争是否会发生变化?它还受哪些因素影响?在收编与抵抗之外,反抗力量可有其他归宿?

五是个体化、生活化转向的媒介事件。近年来,以普通个体主导、与市民日常生活息息相关的媒介事件正登上舞台,大量用户在网络平台上对自我或他人进行展现。此类媒介事件在日常生活的身份认同中扮演着什么角色?与主流媒体的集体想象有何互动关系?它是个体重建主体性的预言,抑或是后现代语境下制度性话语的投射?

参考文献：

- [1] 戴扬, 卡茨. 媒介事件 [M]. 麻争旗译. 北京: 北京广播学院出版社, 2000: 1.
- [2] 陈新民, 张华. 我国内地媒介事件研究述评 [J]. 科学·经济·社会, 2009 (2).
- [3] 董天策, 郭毅, 梁辰曦, 何旭. “媒介事件”的概念建构及其流变 [J]. 新闻与传播研究, 2017 (10).
- [4] Daniel Boorstin. The Image: A Guide To Pseudo Events in America [M]. New York: Atheneum, 1985: 11-12.
- [5] 施拉姆, 波特. 传播学概论 [M]. 陈亮等译. 北京: 新华出版社, 1984: 272-274.
- [6] 贺建平. 公关“制造”新闻的原则 [J]. 公关世界, 1997 (7).
- [7] 王萍. 试谈公关活动中的“制造新闻” [J]. 郑州大学学报 (哲学社会科学版), 1996 (6).
- [8] 邹宝元. 浅谈编辑记者在新闻策划中的作用 [J]. 新闻世界, 2001 (8).
- [9] 董天策. 不要混淆新闻与公关的界限——也谈“新闻策划” [J]. 新闻界, 1997 (6).
- [10] 李春霞. 灾难·媒介仪式与国家 [J]. 贵州社会科学, 2008 (6).
- [11] 李春霞. 地震与“媒介世界” [J]. 广西民族大学学报, 2008, 30 (4).
- [12] 骆正林. 奥林匹克运动会的景观制造与价值传播 [J]. 体育与科学, 2016, 37 (6).
- [13] 庄永志. 被建构的奥运——以中央电视台《新闻联播》为例 [J]. 新闻大学, 2009 (1).
- [14] 李戈. 媒介事件视阈下姚明退役直播的文本叙述与意义建构 [J]. 体育与科学, 2012, 33 (1).
- [15] 施喆. 《死亡日记》: 一个媒介事件的建构和伦理分析 [J]. 现代传播, 2001 (2).
- [16] 黎杰. 马加爵事件的传播途径 [J]. 新闻界, 2004 (2).
- [17] 严怡宁. 媒介事件化的中国民族问题——对《纽约时报》2000年以来中国民族问题报道的研究 [J]. 外交评论, 2013 (5).
- [18] 姚志文. “媒介事件”: 美国电视媒体如何报道恐怖主义 [J]. 新闻与传播研究, 2011 (5).
- [19] 张建, 夏光富, 魏波. 《超级女声》《快乐男声》的“类媒介事件”思考 [J]. 新闻界, 2009 (3).
- [20] 曾一果. 媒介仪式与大众娱乐——关于现场直播的媒介分析 [J]. 当代传播, 2010 (5).
- [21] 刘勇, 郭静. 意义建构与话语争夺: 作为节日的“双十一” [J]. 现代传播, 2017 (4).
- [22] 邱林川, 陈韬文. 迈向新媒介事件研究 [J]. 传播社会学刊, 2009 (9).
- [23] 师曾志. 网络媒介事件及其近年来的研究现状与特点 [J]. 国际新闻界, 2010 (6).
- [24] 孙黎. 转化性建构: 媒介事件与权力结构转变——新媒体语境下对媒介事件研究的再回顾 [J]. 新闻记者, 2013 (9).
- [25] 方洁. 被裹挟与被规制: 从新媒体与大众媒体的框架建构看新媒介事件的消解 [J]. 国际新闻界, 2014 (11).
- [26] 王爱玲, 丛雅清. 转化性重构: 微博平台“媒介事件”的话语结构转变——以新浪微博“9·3大阅兵”的信息传播为例 [J]. 新闻界, 2016 (20).
- [27] 韩敏. 商议民主视野下的新媒体事件 [J]. 新闻与传播研究, 2010 (3).
- [28] 彭华新. 论当代媒介环境中的“城管之殇” [J]. 现代传播, 2014 (1).
- [29] 王一岚. 新媒介事件与当前意识形态构建新趋势 [J]. 光州传播, 2016 (10).
- [30] Lee C-C & Li HT. “Media events”: first quarter of a century and the next [J]. Media, Culture & Society, 2017, 40 (1).

[责任编辑: 詹小路]