

在新闻理想与转型现实之间

——都市报休刊宣言的话语实践分析

□ 董天策 赵帅杰

[中图分类号]G210[文献标识码]A[文章编号]1009—5322(2020)04—0071—6

【内容提要】近年来,报纸休刊成为颇受关注的媒介事件,不少媒体公开发表的休刊宣言在新闻界广为流传。本文分析了都市报休刊宣言的话语实践,发现媒体调用古今诗词、创刊口号和政治话语等语用资源来阐释纸媒意义、重申理想信念、维护职业权威。休刊宣言预设了“休刊”而非“停刊”的立场,理想化地建构担当责任的报人、内容优质的报道和热心忠实的读者三类主体形象;告别话语、转型话语和广告话语的转换叠加,实现了“新闻理想”与“转型现实”的话语平衡。

【关键词】都市报;休刊宣言;话语实践;新闻理想;互文性

进入移动互联网时代,传统报业面临着用户数量锐减和营收能力下滑的双重压力。第十六次全国国民阅读调查报告显示,目前我国成年国民报纸阅读率仅为35.1%,不及数字阅读率的一半。^①《2019年中国传媒产业发展报告》指出,我国报纸广告收入和发行收入在2011年达到历史顶点后双双进入下行区间,并在2013年前后进入“断崖式”下跌阶段,寥寥数年间报纸营收狂跌至巅峰时期的六分之一。^②与此同时,全国多家报纸出现缩版、减张或减量等情况,整个报业在加速“去产能”的过程中迎来关停并转。

首当其冲的是各地都市报。自1995年我国第一份都市报——《华西都市报》创刊以来,都市报已走过20多年历程。依靠服务市民的办报思想、受众导向的传受关系和按读者需求办报的价值取向,都市报在报业市场上取得巨大成功。^③然而,随着互联网的强势崛起,都市报发展脚步渐渐趋缓,近几年更是迎来受众流失、广告下滑、机构裁员乃至报纸休刊等结构性变革。据不完全统计,近五年有超过70家都市纸媒体刊。值得注意的是,这些报纸在休刊之际总是发表文采斐然的休刊宣言,并在新闻界广为流传。那么,关于都市报休刊宣言的文本都强调了哪些内容、传递出什么信息?媒介融合背景下,这些“告别信”的话语实践又反映了怎样的媒体认知、呈现出怎样的价值判断?

一、文献回顾 媒体宣言与休刊话语研究

媒体习惯在某些重要时间节点发表体现自身观点

和态度的文章——媒体宣言,它们通常以发刊词、致读者、新年献词、停刊启事等名义出现,^④这些文本多由媒体机构公开发布,代表组织发声,刊载于报刊、网站等传统介质或“两微一端”等新媒体平台。相比其他媒体文本研究的源远流长,学界对宣言类体裁的关注较晚。2014年,美国学者科涅茨纳和罗宾逊以非盈利新闻组织的创刊宣言为主要样本,探讨了新兴媒体机构和新闻主体如何服务公众、重建社会信任。^⑤2016年,卡尔森等在一项研究中考察了欧美地区10家新闻创业公司的初创宣言,并将其视作元新闻话语阐释的经典案例。^⑥国内较早关注媒体宣言的学者是以新中国成立30周年前后再生报纸发表的复刊词以及改革开放初期新创刊的发刊词为研究材料,回顾了我国报业发展的波折历程。^⑦此后,又以党报创刊词和改版词为对象,通过各个历史时期宣言的不同表述,透视了中国共产党新闻思想的演变。^⑧还有学者从“微观宣言”出发,遴选了36份报纸评论版发刊词探究新世纪以来我国新闻评论的发展轨迹。^⑨

互联网勃兴以来,公民新闻方兴未艾,传统媒体失去了新闻事件唯一报道主体的权威地位,新闻生产越来越倾向职业记者与社会公众共同参与的动态实践。^⑩面对这样的行业变迁,有学者基于媒体新年献词分析了新闻权威的话语建构,发现不同类型的媒体有其独特路径,运用的话语资源包含执政合法性、绩效合法性、道德合法性和历史合法性等。^⑪还有学者以澎湃新闻的发刊词为例研究了新闻社群的策略建构,指出澎湃发刊词打破了“理想”和“新媒体”二元对立的话语

【作者简介】董天策,重庆大学新闻学院教授、博士生导师。

赵帅杰,重庆大学新闻学院硕士生。

【基金项目】本文系重庆大学横向课题“全媒体传播体系与社会治理研究”阶段性成果,编号:H20200185。

框架,借助理想主义的情怀话语,将已被技术祛魅的新闻职业权威再度“神话”。^⑫也有学者选取停刊、改版和传统媒体所办新媒体平台创刊三种不同类型的媒体宣言,探究新闻业如何“正当化”自身的危机应对策略,归纳出政治与市场、传统与创新、分界与合界三组核心话语资源。^⑬

休刊宣言作为媒体宣言的子目,本质上是媒体记录发展历程和新闻业变革的告别文本。相比以往,它很少关注社会问题,转而谈论新闻业本身,学者卡尔森称之为“元新闻话语”,即关于新闻文本、产生新闻文本的实践以及接受新闻文本的条件的公开表达,^⑭阐释主体包括但不限于媒体机构、从业记者,每个人都可参与其中。卡尔森曾深入解读两份经营失败的休刊报纸的记者回应,发现报业坚守的专业主义范式正面临网络媒体日益深重的挑战,他因此提出“二级范式修补”的概念,试图重新审视新闻实践、捍卫核心价值。^⑮吉列维奇分析了美国四份休刊报纸的最后一期内容,认为媒体人往往借助回溯记忆和前瞻记忆来阐述新闻工作的意义,前者指调用过去的集体记忆理解当下,后者铭记未竟的事业,强调新闻工作如何以及为何在未来依然值得纪念。作者不无悲观地表示,报纸面临的根本问题是新闻的非物质化,报业危机将随着数字网络时代的到来而延续下去。^⑯

受卡尔森“元新闻话语”理论的启发,有学者以《京华时报》和《东方早报》两份休刊媒体为个案,从报纸、同行、读者、员工四个视角揭示了不同话语主体对休刊事件的阐释,发现危机话语是各类言说主体的主框架,在此基础上二次生成了纪念、告别、转型和怀旧等子框架。^⑰也有学者通过对38家纸媒发表的休刊词为主要文本,考察了媒体“告别话语”区别于日常新闻话语的特征,认为报纸维护自身荣誉和形象的意图明显,休刊话语的本质意涵是对“纸”亡“媒”存的宣示和重申。^⑱

总体而言,学界对媒体宣言的研究偏少,既有文献也多关注新年献词、创刊宣言等庆典时刻的新闻话语。媒体融合转型背景下,尽管遭遇休刊的报纸不在少数,但却少有研究关注它们的休刊宣言。因此,本文将都市报休刊宣言为主要对象,引入费尔克拉夫批评性话语分析的理论和方法,从休刊纸媒的话语实践探究媒体机构如何认识当下的新闻业变迁,它们都调用了哪些话语资源、试图达成何种目的,休刊言说建构了哪些主体形象、转型路径又有何不同。

二、研究设计 理论、方法与对象

(一)研究理论和方法

批评性话语分析(简称CDA)既可当作理论,也可当作一种以文本为取向的研究方法。CDA着重分析口头语言和书写语言,如词、短语、句子等被人们设计出来的符号形式,它的一个重要使命在于透过意识形态

等方面的遮蔽,在更广泛的社会文化生活过程中重现、诠释或解读文本与话语的真实意义。^⑲

费尔克拉夫在《话语与社会变迁》一书中主张,批评性话语分析应在三个向度的框架——文本分析、话语实践分析和社会实践分析——的范围内展开。文本层面包含词汇、语法、连贯性和文本结构四个方面;话语实践分析强调文本的生产、分配和消费过程,尤其重视文本的“互文性”;社会实践分析常常被置于社会文化环境中,讨论意识形态与权力斗争的关系。本文将依据话语实践分析的路径,重点在生产层面分析休刊宣言的“互文性”,这是文本所具有的属性,即某些文本充斥着其他文本的片段,是对其他文本的吸收和转化,能够被明确地区分或融合,^⑳包括明确的互文性和建构的互文性两部分。一定程度上,“互文性”与意识形态作用相似,可以隐藏话语来达到不着痕迹的自然化效果,传递生产者的价值观念。因此,本文的另一重点将努力揭示休刊宣言中含而不露的话语意义。

(二)研究对象与概念界定

本文选取从2014年1月1日至2019年7月31日、51家都市报公开发布的58篇休刊宣言作为研究对象。需要说明的是,本研究的“都市报”特指“都市类报纸”,包括以都市报、晚报命名的纸媒以及与两者功能近似,同样突出信息性、服务性和实用性,以市场为导向的大众化报纸,如晚刊、晨刊、商报、时报、新报等。同时,为使研究对象之间更具接近性,本文剔除了文化报、行业报、地铁报、文摘报和军报等与都市类报纸相去较远的媒体。所选媒体中,除《新闻晚报》《京华时报》《楚天金报》《西部开发报》《西部商报》《北京晨报》《法制晚报》的休刊宣言为两篇外,其余均只有一篇(见表1)。

表1 51家都市报休刊宣言一览表

序号	刊载媒体	宣言标题	出版时间
1	新闻晚报	致读者	2014.01.01
		是的,我们要休刊了	
2	竞报	十年相伴——竞报休刊词	2014.04.25
3	生活新报	有骨气人非凡	2015.07.01
4	长株潭报	休刊词	2015.09.21
5	上海商报	感恩,告别!再见!亲爱的读者!	2015.10.01
6	海口晚报	明天开始我们叫海口日报	2015.12.09
7	今日早报	致谢读者	2016.01.01
8	都市周报	换个角度 无限可能	2016.01.01
9	九江晨报	在每一个明天再见	2016.01.01
10	鹤都晚刊	休刊辞	2016.01.01
11	天天商报	转型 为了更好地前行	2016.01.01
12	赣东都市报	休刊启事	2016.07.04
13	江南时报	如果可以重新选择	2016.07.15
14	泸州晚报	前行,未改初心	2016.08.01
15	时代商报	休刊词	2016.09.01
16	京华时报	我们只是转身我不会离去	2017.01.01
		京华网全新改版 APP“京华圈”元旦上线	

17	东方早报	青出于蓝 而胜于蓝	2017.01.01
18	九华晨刊	6年,感谢有你—— 九华晨刊停刊致读者	2017.01.01
19	遂宁晚报	在每一个明天再见	2017.01.01
20	肇庆都市报	感恩,致读者	2017.01.01
21	茶城晚报	致读者	2017.01.01
22	新余晚报	应势而变	2017.09.01
23	楚天金报	再见 休刊启事	2017.12.01
24	赣西晚报	并非终点 再见声起 时光依旧	2017.12.31
25	渤海早报	致读者	2018.01.01
26	汕头特区晚报	新起点 再出发	2018.01.01
27	汕头都市报	再见,为了更好的相遇	2018.01.01
28	湘潭晚报	致谢 致敬	2018.01.01
29	白银晚报	拿出最大诚意说再见	2018.01.01
30	西部开发报	明窗数编在 长与物华新 从“涅槃重生”到“华丽转身” ——本报休刊致读者	2018.01.01
31	西凉晚报	告读者	2018.01.01
32	北部湾晨报	我们不说再见	2018.01.01
33	皖南晨报	休止或是新启程 ——写在皖南晨报休刊之际	2018.01.01
34	大别山晨刊	芳华虽逝,初心犹在	2018.01.01
35	西部商报	休刊 转型——致读者 铅墨芳华 最好的见证	2018.06.23
36	新疆都市报	《新疆都市报》停刊致读者	2018.07.01
37	淮海商报	融合是更好地发展——致读者	2018.09.01
38	北安信息	致读者	2018.12.15
39	黄山晨刊	并非休止符而是新开始	2018.12.29
40	郴州新报	今日告别 不诉离殇 ——休刊致读者,2019我们 相约《文明周刊》	2018.12.29
41	辽沈晚报铁岭版	16年相伴,感谢有你!	2018.12.31
42	新商报	时间不肯回头 只因希望总在前方	2019.01.01
43	安阳晚报	我们永远在追梦的路上	2019.01.01
44	北京晨报	最后一声问候早安 1998年之前 2018年以后	2019.01.01
45	法制晚报	休刊公告 《法制晚报》转型新媒体	2019.01.01
46	新晨报	休刊公告	2019.01.01
47	亳州新报	就此别过	2019.01.01
48	华商晨报	感恩过往 致敬未来	2019.01.01
49	成都晚报	致读者	2019.03.03
50	三晋都市报	敬告读者	2019.07.26
51	城市信报	致最亲爱的你	2019.07.31

三、都市报休刊宣言的话语描述： 做新闻理想的践行者

话语描述是明确的互文性的重要形式,指某些文本被明显地吸纳进特定文本中,或被明确地标示(如使用引号),或由文本表面特性暗示出来。费尔克拉

夫区分了媒体文本的四种话语描述形式:一是直接话语,被描述的句子置于引号之中;二是间接话语,去掉引号,采用分句形式表达;三是直接话语的亚类,被描述的话语部分地置于引号中;四是转述,不明显出现被描述的话语,常被用于报道标题。^④研究发现,都市报采用话语描述的形式多样,包括直接引用诗歌、截取创刊口号、转述政治话语等,通过话语描述,休刊宣言完成了纸媒意义的建构、新闻理想的表达以及职业权威的维护,折射出传统媒体对新闻职业的坚守与执着。

(一)巧引诗歌:诠释纸媒意义

都市报休刊宣言多处直接引用诗歌,无论古典诗词还是现代流行歌词,统统成为告别之际传情达意的工具。“若不得不分离,也要好好地说声再见,也要在心底存着感谢,感谢你给了我一份记忆”,诗人席慕蓉《无怨的青春》中的名句被《新闻晚报》用来致谢读者。同样,2019年初休刊的《新商报》在宣言中以歌手毛不易的代表作《消愁》开篇,“一杯敬明天,一杯敬过往”,致敬媒体的过去和未来。一个致谢、一个致敬,几乎概括了所有都市报休刊时的态度——虽然部分报纸因时代更迭而退场,但纸媒依然值得感谢和尊敬。

都市报对纸媒饱含深情,即使在新旧媒体“交锋”中黯然离场,依旧不忘在休刊宣言中建构纸媒对社会的特殊意义。《东方早报》的休刊标题《青出于蓝而胜于蓝》,这则看似褒奖新媒体“后来者居上”的话语,实则暗示纸媒孕育新媒体的意涵,新媒体需要继承纸媒的意志和优秀基因。这种基因,《大别山晨刊》称其为“伐恶效狮吼,逢善魂相就,图一个天地无垢心无垢”(原文出自《记者之歌》),意指纸媒锤炼了记者惩恶扬善、心底无私天地宽的担当精神。《白银晚报》则看重纸媒油墨飘香的铅字力量,以“明窗数编在,长与物华新”(原文出自陆游《读李杜诗》)为题,阐释纸媒的独特价值——纸质出版物的留存,像自然万物一样历久弥新。此外,《淮海商报》引用古诗“欲穷千里目,更上一层楼”(原文出自王之涣《登鹳雀楼》)作为宣言结语,暗示将以纸媒时代的积累为基础,推动媒体融合向纵深发展。

(二)征用口号:宣示理想信念

都市报休刊之际往往喜欢征用创刊时的口号,并巧妙地将其融入休刊话语。与整句整段引用诗歌不同,休刊都市报使用的口号往往有所选择,并将其作为话语描述的一部分:从《长株潭报》“我们秉承‘湘江不腐,吾道不孤’的信念”,到《九江晨报》“‘太阳一出,我们上路’的发刊词言犹在耳、‘九江晨报,向上生活’的办报理念依然闪亮”,再到《九华晨刊》“我们将继承‘情系百姓,关注民生’的优良传统”,无不符合费氏“直接话语亚类”的分类标准。

“办报理念”“优良传统”“秉承信念”……都市报频繁征用创刊口号无疑是在重申理想信念、宣示不忘

初心。《湘潭晚报》在宣言中郑重表示,尽管作为纸媒的晚报已完成她的历史使命,但读者朋友们不久就能用上全新的“湘潭在线”客户端,并称它将“肩负起《湘潭晚报》‘记录伟大时代,唱响奋进凯歌’的责任担当,坚持‘和您最近,同您最亲’的本土情怀,继续将‘可读,可信、可用’作为不懈的追求”。可见,决定停止出版纸质刊物的同时,并未一并舍弃纸媒时代创设的办报理想与情怀,而是准备一以贯之地传承,将纸媒“办市民报纸”的理念迁移到新媒体平台上,同时也深刻诠释“变的是传播方式,不变的是理想信念”的价值判断。

(三) 转述话语: 强调职业权威

受数字技术影响,过去被媒体垄断的新闻报道权渐趋开放,传媒行业越来越成为多元主体共同参与的场域,新闻职业权威遭遇前所未有的挑战。既有研究认为,都市报相较党报面临更大的生存危机,因此需要不断维护自身的职业权威,具体而言,则通过道德合法、绩效合法和历史合法完成职业权威重塑。^②研究发现,都市报在休刊转型的热点时刻已不仅限于调用道德、绩效和历史话语完成合法性阐释,而是开启向党报学习之路,借助既有的政治话语维护自身职业正当。

其中,政治话语中关于媒体部分的论述更是备受追捧。例如,《汕头特区晚报》《湘潭晚报》等十余家媒体均提到报纸休刊转型后要不断提升传播力、引导力、影响力和公信力。休刊后计划融入《新余日报》都市新闻版面的《新余晚报》也在宣言结尾郑重表示,我们一定牢记习近平总书记关于媒体融合发展的系列重大论述,不忘初心,坚持围绕中心、服务大局、关注民生的办报方针,宣传好中央和省、市委的重大决策部署。都市报通过转述增强了自身新闻职业的分量与重要性,也再次强调了新闻工作的职业权威。

四、都市报休刊宣言的话语预设： 单向想象的美好愿景

预先假设是“明确的互文性”的另一重要形式。费尔克拉夫认为,预设就是由文本生产者作为业已确立的或给定的东西加以采纳的主张,文本表层结构中存在着各种符合规范的暗示以表明这一点。^③媒体预设可以轻易掩盖虚假或存疑的命题,传播带有偏见的内容。揭露话语中由预设表达的隐含意义,是批评性话语分析的有力武器。分析发现,都市报休刊宣言不仅以“休刊”定性为重振旗鼓埋下伏笔,而且单方面预设了担当社会责任的报人、内容优质的报道和热心忠实的读者,建构出一番主观想象的美好愿景。

(一) 报纸: 休刊定性

一篇宣言通常由标题和内容两部分组成,其中标题“居文之首、勾文之要”,是传递价值观念的起点,扮演着重要的社会意义赋予功能,奠定全文的基调和方

向。58篇宣言的标题名称多样,既有开门见山又有直抒胸臆。

统计排名前十的标题词频发现(见表2),出现频率最高的是“读者”,这是与互联网时代“用户”概念相对应的报业黄金期受众的专有称呼,也是宣言主要的传播对象。其次则是“休刊”,是“停刊”的6倍,该命名特征也从侧面表明,在融合转型的当下,都市报并不认为自身已经“山穷水尽”,相反对“卷土重来”保有较大的回旋余地。预设休刊立场充分反映媒体对舆论场话语权的争夺,其逻辑恰如有学者所言,媒体命名的过程即是赋予新闻事件社会意义的“仪式化”过程,命名使用的词汇和文本建构具有受众情绪的引航标、感觉的筛选器的价值,并与话语权紧密相连,对事件第一时间定义和价值赋予决定了舆论场话语权声量的高低。^④虽然外界不少声音指出,都市报“转型即转场,休刊即停刊”,特别是2016年底宣布休刊半年的西南地区某商报至今仍未复刊,更加坐实了停刊性质的外界断言,然而都市报在标题措辞上依然强势地预设“休刊”立场,公开承认“停刊”的媒体屈指可数,仅有两家,即便加上意义相近的“休止”,数量也仅有“休刊”的三分之一。此外,“再见”“明天”“转型”“更好”等寓意美好的词汇却频频出现,可见都市报对未来重整旗鼓、再次与读者见面充满信心。

表2 标题词频(前10)

序号	词语	出现频次	序号	词语	出现频次
1	读者	16	6	转型	3
2	休刊	12	7	感恩	3
3	再见	8	8	更好	3
4	我们	6	9	停刊	2
5	明天	3	10	休止	2

(二) 报人: 担当责任

休刊宣言总是不忘展示成就,即秉承怎样的理念、做过哪些事情、取得了怎样的成效,即使受篇幅所限,也会用话语预设的方式隐蔽地披露。如《遂宁晚报》提到“这一年报纸更加成熟、容量更加巨大,新闻更加丰富”,预设了报纸比较成熟、新闻比较丰富等。值得注意的是,休刊宣言预设的主语通常笼统地称为“我们”,一方面由于成绩的取得和理念的贯彻绝非一人之功,是报社同仁共同努力的结果;另一方面也表明都市报休刊宣言的创作往往非一人之劳,也是集体智慧的结晶。为便于理解,本研究将之统称为“报人”。关于报人的预设,最常见的是由关键词“继续”引出的命题,如:

未来,我们将继续关注您的所思所盼、所需所想、所恨所痛,在多元化的传播体系中,继续记录生活、歌颂时代,继续陪伴我们的用户和读者。

——《九华晨报》:《6年,感谢有你》

我们将从传统纸媒转到线上运营,继续见证发展,

追问事实,探求真相,维护公平正义,在媒体融合的新战场上建功立业书写新篇。

——《北部湾晨报》:《我们不说再见》

通过“继续+动词+决心”的结构化表达,都市报休刊宣言预设出报人业已完成的一系列意义标志性事件:“记录生活、见证发展、维护正义”等等,既巧妙地展示了报纸存续期间为城市社区、读者朋友作出的贡献,又突出强调了报人的担当精神和社会责任意识,且进一步表明这种精神和责任将在未来依然得以传承。

(三)报道:内容优质

“内容为王”是新旧媒体为数不多的共识。在宣言预设的重要主体——报道方面,与担当道义的报人不同,由于报道是记者采写、报纸刊发的作品,直接与读者见面,是检验报纸质量与成色的试金石,也关乎一家媒体声誉,因此有关报道的话语预设,休刊媒体都不约而同地把内容优质放在突出位置,同样由“继续”一词引出,如:

一篇篇担当道义、关注民生、传播真相的新闻报道,连接了千家万户。在新的环境里,继续秉承使命,勉力尽责……做出掷地有声的报道。

——《京华时报》:《我们只是转身我们不会离去》

顺应市场,主动选择休刊……一些商报人将会走上辽宁报业传媒集团新的工作岗位,继续生产出优质新闻内容,通过新的信息载体为读者服务。

——《时代商报》:《休刊词》

《京华时报》声称的“继续做出掷地有声的报道”,预设了“已经做出掷地有声的报道”,《时代商报》表达的“继续生产出优质新闻内容”预设了“已经生产出优质新闻内容”,两家媒体对报道的预设均指向优质的内容,并对过去的工作成绩给予充分肯定。这种宣称自身能为公众提供优质产品和服务的话语,学者Suchman称其为实用或绩效合法性,意为“组织能给最直接的交易相关者和公众带来直接利益”,^⑤有学者引之作为媒体融合语境下建构新闻职业权威的方式之一。休刊媒体正是通过“能够生产优质报道”的话语预设,维护了自身的绩效合法性,同时在休刊转型等行业变动不居的过程中再次巩固新闻的职业权威。

(四)读者:热心忠实

休刊宣言预设话语关涉的另一主体是读者。在都市报看来,存在始终关心和支持报纸发展的读者群体,对这部分读者的感谢和回馈成为报纸情感寄托的重要环节。都市报的读者预设话语通常采用“一直+动词”或“深受+动名词”的结构,以表明读者与报纸的亲近关系。如2018年宣布休刊的《西部商报》在宣言中称:“我们怀揣新闻梦想,恪尽职守,兢兢业业,将智慧和汗水挥洒在这张承载民生情怀的报纸上,把《西部商报》打造成了一份深受读者喜爱的都市报。”该句便预设了“西部商报是一份受读者喜爱的报纸”。此外,《东方早报》《泸州晚报》《西凉晚报》等媒体也均有类似表述。

不难看出,无论报人、报道还是读者的预设,都带有强烈的主观性和单向性。主观性集中体现在预设总是站在发话人即宣言生产者的视角看待问题,遵从的是新闻从业者的社群经验和知识背景,尤其涉及报道内容和读者态度时,宣言预设的“质量优、粘度高”更是一种主观想象,鲜有客观评价的要素。单向性指预设话语是都市报在休刊转型的热点时刻,面向社会和公众单方面做出的,并未与作为听话人的读者沟通协商,其中媒体是否担当起社会责任、报道是否守望公平正义、读者是否支持热爱等都需要公众的互动反馈,然而事实却大有可能是,在宣言见报前公众仅仅相对于媒体这个讲话人而存在,并未充分参与到文本的协商与生产中,结果不免降低宣言预设话语的信度。

五、告别、转型与广告话语转换叠加: 从阐释理想到回归现实

费尔克拉夫等话语分析学者将未明确标示出的文本称为“建构的互文性”或互为话语。相比旗帜鲜明的引用,互为话语是一种不露痕迹的互引,引用的内容不是具体文本,而是话语的社会秩序、机构秩序或话语类型等。^⑥其中,话语类型又称文类,不同时代流行不同的社会文类系统,如市场经济和消费主义影响下,学术话语与经济话语的结合日益紧密。文类也相对固定,不同时代的话语类型都遵循当时社会的共同规范和意义常规,编码者和解码者对话语类型的理解通常较为一致,也易达成共识。费尔克拉夫认为,文类不仅包含特定的文本类型,也包含文本生产、分配和消费的特定过程……同时以可被预测的方式转换为其他系列中的一个或更多成分,也可以在转换的意义上彼此相连。^⑦休刊宣言即包含多个历经转换的文类,具体而言,则是告别话语、转型话语和广告话语的转换叠加。首先是告别话语。都市报发表休刊宣言最直接的目的、最鲜明的特征便是与读者告别、与纸媒切割,哪怕这种切割是暂时的、态度是犹豫的、心情是矛盾的。无论如何,告别话语都是宣言最本质的属性,几乎所有休刊媒体都明确表达“离场”意涵。只是,都市报的用意显然不满足于仅仅停留在告别层面。

告别之余,都市报亦有现实层面的考量,它不再一味回顾辉煌历程、重申新闻理想和职业正当,而是交代休刊后的转型路径,并由此实现从告别话语向转型话语的切换。统计发现,51家休刊媒体的转型路径主要有四种:一是融入本级党报,共有12家媒体选择该种模式;二是摒弃纸媒,全员转向新媒体平台,同样有12家媒体做此选择;三是改版更名,或由晚报改为都市报,或由都市报转向行业报,选择改版更名的媒体仅有6家;四是数量最多的则是休刊,甚至干脆停刊,多达21家媒体选择此种方式,比例占全部休刊媒体的41%。

或许是“为稻粱谋”,休刊宣言中的广告话语同样占比不低,这里的广告主要指媒体对转型平台的宣

传。不论融入本地党报、更名改版或是彻底转向新媒体，都市报都会借宣言对新的媒体平台作重磅推介。休刊媒体热衷叠加广告话语，颇有借势传播的意味。由此观之，借休刊事件的话题热度推广新平台，对日渐式微的都市报来说，不失为一种理性且现实的选择。

六、结论与探讨

通过分析58篇都市报休刊宣言的话语实践，本文发现，面对新闻行业危机，休刊媒体虽经历结构性变革，却未将报业失利归咎于组织或个人，而是把重心置于新闻理想与转型现实上。理想层面，宣言调用古今诗词、创刊口号和政治话语等语用资源，试图完成纸媒意义的建构、新闻信念的阐释以及职业权威的维护，认为纸媒时代积累的专业主义精神在新媒体平台依然不可或缺，其背后深刻体现传统媒体对新闻职业的坚守与执着，现实层面，休刊媒体不再一味回望报业黄金时代，而是依据发展环境选择不同的转型路径，并适时地叠加广告话语对新平台不遗余力地推广，达到“新闻理想”与“转型现实”的话语平衡。

休刊宣言建构的报人、报道和读者三类主体形象，带有强烈的主观性和理想化色彩，无论担当责任的报人、内容优质的报道还是热心忠实的读者，都像是都市报告别之际单向想象的美好愿景，原因在于作为受者一方的公众未能充分参与到文本的协商与生产中。从宣言的话语实践来看，都市报对“后会有期”持乐观态度。一方面，报纸的休刊主流定性在某种程度上预示着报业转型绝非终点，或许存在着复刊的可能性；另一方面，宣言也旗帜鲜明地指出，报纸休刊并不意味着完全退出公众视野，而是选取融入党报系统、转向新媒体平台或改版更名再出版等转型路径，继续行使媒介职能，服务社会大众。

作为批评性与阐释性的话语分析，本文囿于研究方法固有的局限，即解释层面不可避免的主观性，亦存在不足，然受宣言文本和社会条件的制约，本文同样没有过度阐释的自由。可以预见的是，随着媒体融合向纵深发展，越来越多的都市媒体或将加入休刊行列，彼时样本数量的增加也将为本文提供修正的空间；后续研究可将样本扩大至整个休刊媒体从而开展内容分析，辅以量化分析方法而补充研究结果。■

参考文献：

- ①刘彬：《数字化阅读方式的接触率为76.2%，纸质阅读率增长放缓》，《光明日报》2019年4月19日，第9版。
- ②崔保国、徐立军、丁迈：《传媒蓝皮书—中国传媒产业发展报告(2019)》，社会科学文献出版社2019年版，第13页。
- ③董天策：《论“为市民服务”的办报思想》，《西南民族学院学报(哲学社会科学版)》2001年第1期。
- ④⑬白红义、李拓：《新闻业危机应对策略的‘正当化’话语：一

项基于中国媒体宣言的探索性研究》，《新闻大学》2017年第6期。

⑤ Magda Konieczna, Sue, Robinson. Emerging news non-profits: A case study for rebuilding community trust. *Journalism*, 8, 968-986.

⑥ Matt, Carlson., & Nikki Usher. (2016). News startups as agents of innovation: For-profit digital news startup manifestos as metajournalistic discourse. *Digital Journalism*, 5, 563-581.

⑦童兵：《报刊的追求和社会的接纳——从报刊复刊词看共和国报刊发展的历程》，《新闻记者》2009年第10期。

⑧童兵：《中国共产党办报宗旨的表达与实践——以党报创刊词与改版词为视角的考察》，《新闻记者》2011年第7期。

⑨杨娟、赵振宇：《新世纪中国新闻评论的发展与变化研究——以36份报纸评论版发刊词为例》，《新闻大学》2015年第4期。

⑩陆晔、周睿鸣：《‘液态’的新闻业：新传播形态与新闻专业主义再思考——以澎湃新闻‘东方之星’长江沉船事故报道为个案》，《新闻与传播研究》2016年第7期。

⑪⑫⑳张志安、章震：《媒介融合语境下新闻职业权威的话语建构——基于48家媒体2016年新年献词的话语研究》，《现代传播(中国传媒大学学报)》2017年第1期。

⑬尹伟：《新闻社群的‘情怀’策略建构——以澎湃新闻的刊词为例》，《新闻世界》2016年第7期。

⑭ Matt Carlson. (2014). Gone, but not forgotten: Memories of journalistic deviance as metajournalistic discourse. *Journalism Studies*, 1, 33-47.

⑮ Matt Carlson. (2012). Where Once Stood Titans: Second-Order Paradigm Repair and the Vanishing U.S. Newspaper. *Journalism*, 3, 267-283.

⑯ Nicholas Gilewicz. (2015). To embody and to embalm: The uses of collective memory in the final editions of failed newspapers. *Journalism*, 5, 672-687.

⑰白红义：《‘正在消失的报纸’：基于两起停刊事件的元新闻话语研究——以《东方早报》和《京华时报》为例》，《新闻记者》2017年第4期。

⑱李佳妹、张玉川：《‘纸’亡‘媒’存的宣言——对42篇报纸休刊词“告别话语”的研究》，《新闻战线》2017年第18期。

⑲⑳㉑[英]费尔克拉夫著，殷晓蓉译：《话语与社会变迁》，华夏出版社2003年版，第1页，第73页，第78页，第110页。

㉒㉓胡春阳：《传播的话语分析理论》，复旦大学2005年博士学位论文。

㉔郑满宁：《舆情2.0时代新闻事件命名机制研究》，《当代传播》2016年第6期。



新晨(水彩画)

欧阳松柏