

反观诸己： 美国“新闻业危机”的三种话语

王辰瑶

摘要

面对新闻业在经济、技术、文化、政治诸多方面所面临的重大挑战，近年来欧美新闻学界和业界纷纷启用“危机”一词来描述当代新闻业状况，构成“新闻业危机”话语。本文以“批判性媒介话语”和“元新闻话语理论”为视角，根据不同新闻学英文文献中对新闻业危机的本质、表现、原因、应对等核心问题的不同阐述，归纳出三种当代“新闻业危机”的话语类型——盈利危机话语、结构危机话语和观念危机话语。在此基础上，本文通过比较三种新闻业危机话语的异同和交锋，讨论了当代新闻学研究如何从“危机”出发，想象未来新闻业图景的共识基础和进一步研究的可能。

关键词

新闻业危机、美国、元新闻、新闻话语

作者简介

王辰瑶，南京大学新闻传播学院教授，邮箱：xiaoyaojinwcy129@163.com。本文为国家社科基金青年项目“网络时代新闻报道观念创新研究”（项目编号14CXW001）成果之一。

DOI:10.13495/j.cnki.cjic.2018.08.002

To See Ourselves: Three Discourses of “Journalistic Crisis” In America

WANG Chenyao

Abstract

Facing the tremendous challenges due to the changing technological, economic and cultural realities, journalism scholars and experts often invoke the term “crisis” to describe the current situation of journalism in this era, which constitutes the “journalistic crisis discourses”. Through the theoretical views of critical media discourse and metajournalistic discourse, this article analyzes the different interpretations of the causes, results and responses of journalistic crisis, and clarifies them into three discourses of journalistic crisis: business crisis of journalism; structural

crisis and conceptual crisis. After elaborating and comparing the similarities and differences of the three journalistic discourses, this article further discusses that how can the contemporary journalistic studies proceed from the current “crisis”, construct the consensus of the future and promote the next researches in journalistic field.

Keywords

The crisis of journalism; American journalism; Metajournalistic discourse

Author

Wang Chenyao, Professor of Journalism and Communication School, Nanjing University, Email: xiaoyaojinwey129@163.com. The paper received support from the National Social Science Foundation Research Program for Young Scholars “Ideas Innovation on News Coverage in the Internet Era”(No. 14CXW001).

新闻业正处在一个激烈变化的时刻。面对新闻业在商业模式、生产常规、文本形态、与使用者关系等多个方面遭遇的巨变和挑战，很多“圈内人士”诸如新闻从业者和研究者，纷纷启用“危机”（crisis）一词来概括和分析新闻业当下的状况。而由这些变化引发的所谓“危机”的研究和言说，构成了“新闻业危机”话语。这些话语在新闻业发展的特定历史时刻生成，从共同认知到的新闻业当前困境出发，将何为新闻、新闻由谁并经由什么过程而生产、新闻具有什么价值和功能等基本问题“重新问题化”，这既是新闻界在特定时点“反观诸己”的努力，同时也是对新闻业变迁做出不同解释、对新闻业何去何从进行的观念交锋。

本文着重分析近年来国际新闻学英文文献中各种新闻业危机话语的内容、特征、因果论述和行动逻辑，意在一方面呈现英语文献中关于“新闻危机”的话语建构，并通过比较不同的“危机话语”之间的异同及探寻它们之间的交锋，归纳业界和学界对于新闻业危机的理解，以及其中蕴含的行动指向；另一方面也试图建构一个“元话语”分析的案例，并经此展示考察话语争锋的“元话语分析”路径。

国际新闻学英文文献在描绘当下新闻业状况时，普遍认为在经济和技术因素的冲击下，新闻业在收入、吸引力、自主性等多个方面陷入困境，这一事实“已经无需讨论”了（Pickard, 2011），而且这一情况被认为广泛存在于“西方”国家，其中又以美国的情况最为典型和严重（Siles & Boczkowski, 2012; Brüggemann, et al., 2016; Starr, 2012; Nielsen, 2016等）。对美国新闻业危机的论述也的确在讨论新闻业危机的英语文献中占据核心位置，一方面，有许多不加定语地谈论

较研究也发现，美国新闻业危机的话语框架已经输出到一些欧洲国家对新闻业现状和未来的公共讨论中去，并可能对这些国家的政策制定与行业发展产生影响（Brüggenmann, et al., 2016）。虽然缺乏严格意义上的中美新闻危机比较研究，但在传播技术和经济活动都日益全球化的今天，“危机”同样也已成为中国新闻界的基本话语轮廓（李艳红，陈鹏，2016）。中国新闻业者与学者在描述普遍意义上的新闻业现状、诊断行业问题和提出解决方案时，不仅对美国经验的介绍和分析着力最多（刘自雄等，2010；王哲平，高姗，2013；李赛可，2015），而且援引美国新闻业的案例作为中国新闻业发展的“他山之石”（张志安，2011），同时也借鉴美国研究者对新闻业危机的阐释路径来分析发生在中国语境下的报纸停刊、报人离职事件等（白红义，2017）。在这种情况下，本文试图厘清美国“新闻业危机”的多元话语，也就含有另一重“反观诸己”的企图，即通过展示新闻学英语文献分析审视美国新闻业自身变迁、困境及未来的话语呈现，亦能给处于中国语境之中的我们某些启发。

一、作为话语的“新闻业危机”

一些新闻学研究者已经意识到“危机”一词具有特定的话语含义。吉特林（Gitlin, 2011）认为，新闻界之所以使用“危机”（crisis）来描述自身的问题而不使用“问题”（issue），是因为一个“问题”往往意味着可被解决，而“危机”听起来却“极为严重”。翟利泽（Zelizer, 2015）援引鲍曼的观点，认为讨论“危机”时，我们首先传达的是不确定的感受，因为我们对事物可能展开的方向一无所知；其次，“危机”敦促干预，以减少不确定性，因为“危机是一个有效的处理不确定性焦虑的话语反应”（Wallerstein, 2004: 39）。可见，“危机”不仅意味着问题严重，可能威胁到社会总体，而且在现实中难以解决，却迫切地需要解决方案。可能也正因为这样，当下新闻业的状况促使新闻学研究者不约而同地启用“危机”一词来表达对新闻业困境的关注，并在“危机”叙述框架下展开对一系列实质问题的探索：如新闻业危机的原因、影响、表现和可能的应对方案等。

当下新闻业危机具体始于何时、波及多大范围，并无定论。但研究者们较普遍地引用2009年美国皮尤报告（Pew, 2009）的数据，把2008、2009两年间美国报业收入下滑23%作为当下新闻业危机开始或明朗化的标志。美国毫无疑问是新闻业危机首要和典型的发生地。近年来国际新闻学研究中关于“新闻业危机”的讨论，也大多数集中于关注美国媒体尤其是美国报业状况。虽然有不少研究讨论了美国之外

的情况,如英国、加拿大、澳大利亚、法国、希腊、德国、芬兰、瑞典、挪威等,但常置于与美国比较的框架之下。因此可说,美国既是事实上的新闻业危机首要和典型的发生地,也是新闻学界和业界有关新闻业危机话语最主要的成型场所。根据这一特点,本文在对关于“新闻业危机”的英文文献进行分析时,意识到它以美国经验为核心的问题。如无说明,为简便起见,下文所说的“新闻业危机”特指美国语境下的新闻业危机,但本文也同时把英语文献中涉及的其他国家的新闻业危机话语作为重要的参照。

具体而言,本研究的关涉文本来源包括:2008年以来在国际新闻传播SSCI刊物上发表的以新闻业危机为关键词的学术论文;来源于皮尤新闻与媒体项目、尼曼报告、哥伦比亚新闻评论、路透新闻新闻研究中心等知名机构的、讨论新闻业危机和重建问题的重要研究报告;新闻学研究者、业界分析家和评论人士出版的论文集和专著等。因为大多数对当下新闻业状况的讨论都或多或少含有某些“危机”意味,本文当然绝无可能“穷尽”这一“正在被经历”的领域的文献,也不试图对其进行内容分析式的解读。本文选取那些能充分讨论前文所说关于“新闻业危机”实质问题的文献,通过大量甚至反复阅读,尽可能提炼出论述者对“新闻业危机”的各种理解,包括他们如何识别危机、如何寻找危机的原因以及试图以何种方式解决危机,并在此基础上呈现“新闻业危机”的不同的话语类型。

“话语”是一个在不同学科被广泛使用的术语,如果按照费尔克拉夫(Norman Fairclough, 1995: 21-32)的分类,仅媒介话语分析的路径就至少有:语言学和社会语言学分析、对话分析、批判性的符号分析、批判性的语言学和社会符号分析、梵迪克(Van Dijk)的“社会-认知”模式分析和英国文化研究采用的文化类型分析等六种。而费尔克拉夫在此基础上带有点“集大成”意味地提出“批判性媒介话语”(critical media discourse)的理论路径。这一理论内含两个彼此交叉的分析视角,一为“传播事件”(communicative event),一为“话语规则”(the order of discourse)。从传播事件的话语框架可体现出对其背后深层话语秩序的采用,比如如何在内部生成、再生产或重新结构话语边界,以形成不同的话语类型,以及各种话语类型之间的关系(Fairclough, 1995: 60-62)。本文大致采用这样的思路——从“新闻业危机”这样一个新闻学界和业界对一系列传播性事件构成的描述新闻业现状的话语集簇入手,剖析其体现的言说新闻业的深层话语秩序,及其内在张力。

因为这一问题是指向新闻业自身的,本文亦借鉴了美国学者卡尔森(Matt

Carlson)在“元新闻话语理论”(Theory of metajournalistic discourse)中提出的分析性概念。“元新闻话语”概念源于语言学对“对象语言”和“元语言”的分类(Eason, 1977)。当人们讨论一个对象时,所使用的语言被称为对象语言,而当人们谈论语言本身时,所使用的语言被称为元语言。如果把这一语言学的分类运用于新闻领域即可看到:当人们通过新闻来认知世界时,这时的新闻(主要指报道)可视为一种复杂的“新闻话语”(news discourse);而当人们谈论新闻自身时,这种“关于新闻的公开言说”则被视为“元新闻话语”(Carlson, 2014)。相比于新闻话语,元新闻话语分析常常是缺位的。记者们通过报道新闻提供关于世界的认知,却较少公开谈论自己的工作;社会公众通过新闻感知世界,也较少意识到并分析新闻这个“框架”本身。结果就是,研究者很少直接注意到关于新闻自身的话语(Haas, 2006)。但是,新闻学研究已经一再表明,新闻实践及其结果与人们对新闻的理解和观念是密不可分的(如Carlson, 2017; Zelizer, 1993),尤其在当下这样充满不确定性的时代节点,保持对“元新闻话语”的关注和敏感尤为重要。

卡尔森(Carlson, 2016)的“元新闻话语理论”模式,与本文密切相关的有两点:首先,这一理论认为新闻并非是确定无疑的、稳定的、独立的知识生产,而是植根于转变的社会、经济、技术、文化语境中的多元实践。研究者通过考察元新闻话语的不同的讲述者、时空节点、讲述对象和主题,有可能呈现出一个不断讨论新闻业基本问题和核心理念的话语空间,而这正是理解当下巨变中的新闻业,也是建构未来新闻业所需要的空间。本文采用这一理论前提,对“新闻业危机”进行元新闻话语分析,不是用既定的“传统”标准来比照当下新闻业的状况,哀叹“失去的新闻”,而是把不同行动者关于新闻业危机的言说视为一个正在发生、相互竞争又容纳对话可能的有弹性的元新闻话语场。

其次,本文借用元新闻话语理论的三个阐释性过程来理解“新闻业危机”话语。这三个阐释性过程分别是:定义(definition making)、定界(boundary setting)与合理化(legitimization)。在元新闻话语场中,多元的行动者比如新闻记者、媒介批评家、政界人士、媒体所有人、新闻使用者等运用各种明示或暗示的方式,对“什么是新闻”“谁是新闻记者”等核心问题上不同的定义,并运用象征性资源通过阐释性工作来确定或重新确定新闻的边界。考察“定义”和“定界”,旨在建立“区分”,探讨新闻危机话语背后的话语秩序及其内在话语类型的不同;考察“合理化”,则旨在建立“协商”,探讨行动者如何可能经由新闻危机话语,不断协商对新闻的理解。一个职业要能建立自己的文化权威(cultural authority),

不能仅靠强制性的权力，而主要靠建立在合理性基础上的社会接受（Starr, 1982: 13），尽管在现实中这样的共识并不一定总能达成。

本文分析发现，从“区分”层面上看，“新闻业危机”话语内部对危机本质的界定不同、对危机如何影响新闻业与社会以及由此应该如何展开危机应对的观点不同，对新闻业社会角色这一“元新闻”问题的深层理念也不同。在此基础上，本文将新闻业的危机话语区分为三种基本的话语类型：盈利危机话语、结构危机话语和观念危机话语。当然这一区分带有韦伯式“理想类型”（ideal type）的色彩，旨在通过对一些典型元素的“抽取”和“组合”，尽力使“新闻业危机”这样复杂的话语清晰化，以便于理解和对话。但现实中关于“新闻业危机”的大部分言说则不会这么典型，它们时常或多或少地混合着不同危机话语类型的成分；从“协商”的层面看，本文试图考察这三种新闻业危机话语类型蕴含的规范性叙述，也即比较它们在新闻理念层面的相似与差异，讨论其在当前语境下有无寻求共识、重建新闻业的可能，以及更进一步的——如何落实这种可能性。

二、新闻业盈利危机话语

新闻业盈利危机话语建立了这样一种叙述：新闻业正遭受着严重的盈利危机，危机发生的主要原因是以网络为代表的技术因素和以2008年世界金融风暴为直接冲击力的经济因素的双重夹击，危机主要的受害者是传统媒体组织和员工，危机的主要应对方案是媒体自身的“转型”，但同时又深深地怀疑“转型”能否成功。

新闻业的盈利危机话语可能是关于当下新闻业处境的最醒目的叙述方式。这是因为，首先，新闻业的盈利危机话语建立在可见的、急剧下滑的新闻媒体商业收入数据之上，这是说明“危机”最直观和最有说服力的证据。皮尤中心从2004年起开始发布美国新闻媒体行业的年度报告，并在当年就提出对新闻行业具有“预警”意味的趋势（Pew, 2004），此后连年认为美国新闻业“处于麻烦中”，直至2009年的皮尤报告开始用最高级来形容美国新闻业尤其是报业处境：“一些数字令人不寒而栗”“报纸收入在过去两年中下跌了23%”“2008年美国新闻业的表现最为暗淡”“2009年可能会是最糟糕的一年”等（Pew, 2009）。根据美国新闻媒体报业联合会(NAA, 2014)公布的广告数据（该数据至2014年停止更新），美国报纸广告收入更是在2008-2009的两年内缩减了40%，堪称“自由落体式坠落”。

这类报告及所列出的数据旋即被业界和学界广泛引用，不仅使“危机”成为不言而喻的描述新闻业处境的叙事，而且将商业失利作为理解“危机”的主要方式。

其次，拥有话语权的新闻从业者自身是新闻业盈利危机话语的主要讲述者。不难理解，对新闻行业危机反应最强烈的，就是受影响最大的新闻人自己。一项对《华尔街日报》、《今日美国》和《纽约时报》如何报道报纸自身危机的研究发现，超过四分之一的报道使用了“死亡”意向（Chyi, Lewis & Zheng, 2013）。在诸如《基督教科学箴言报》、《底特律自由时报》、《底特律新闻》、《论坛报》等著名报纸或者关闭印刷版、缩减出版日期或者宣布破产的事实冲击下，以及在美国报业2008年的裁员数猛然达到上年5倍的情况下，唇亡齿寒的媒体讲述了大量颇具悲情色彩的因为商业失败导致新闻业尤其是报业“死亡”的危机故事，这使得新闻业的问题超越了行业自身，成为一个能见度很高的公共话题。有意思的是，一些没有遭受严重盈利危机的国家，也把盈利危机作为公共讨论新闻业状况的核心话题（Brüggenmann, et al., 2016）。

以媒体从业者和分析人士为主要表达者的新闻业盈利危机话语把危机视为外部问题，对危机的看法也不断随外部因素的变化而变化。这使得新闻业盈利危机话语表现出较大的矛盾性，在情绪上也显得较为脆弱多变，时常在乐观与悲观的两极翻转。一些研究者认为新闻业盈利危机话语存在诸多认知盲点，如聚焦于短期的急剧变化而非长期的趋势、仅把危机视为外部威胁而缺少对媒体自身的反省；而且媒体诉诸悲情主义的自我“唱衰”，固然可能是一种引发社会关注的策略性框架，但这种强烈的应激反应亦可能伤害新闻业的文化权威（Chyi, Lewis and Zheng, 2013）。

记录2009-2010年间《纽约时报》面临的危机及转型努力的获奖纪录片《头版编前会：纽约时报内部故事》（*Page One: Inside the New York Times*）¹是这类危机话语的典型文本。该片将危机归咎于突如其来的外部因素——经济危机的爆发和在线新闻网站的涌现，尤其是那些免费的在线新闻内容夺走了读者，蚕食了报纸的收入。影片也记录了传统媒体人在面对新出现的在线新闻网站时既彰显精英意识又把自己建构为受害者的复杂矛盾心态。优越感与焦虑感并存于媒体行动者之中，一方面，他们相信危机是“可以被解决的”：通过采用新技术、转移到读者喜欢和方便的平台、降低新闻生产成本、采用更有吸引力的新闻形式、创新新闻付费模式等媒体转型方式，就可以走出危机。新闻业的专业优势仍在，未来是安全的（Curran, 2010）。这一观念成立的前提条件是，相信新闻业的社会使命与盈利目标可以并存。新闻业只要重新拿出好的新闻产品，转变商业模式，就可以重新夺回使用者，并获得好的经济回报。因此，当媒体遇到盈利危机时，所要做的是拿出可信证据重新说服投资人，提升公信力将有助于媒体的市场收益（Meyer, 2004: 82）。

但另一方面，新闻业盈利危机话语又不断孳生出对这一信念的怀疑。首先，现实中媒体从商业本身出发的危机应对路径往往与理想背道而驰，不是在创新新闻产品、提高新闻产品质量上增加投入，而是缩减在新闻生产上的成本（Kaplan，2009）。研究表明，美国报纸上的国际报道、国内政治报道、科学和文化报道都显著减少了，报纸更少原创而依赖转载外部新闻来源（Starr，2009；Siles & Boczkowski，2012）。一些媒体集团正在削减分配给新闻部门的资源，甚至干脆抛弃新闻部门。已故《纽约时报》资深记者卡尔（Carr，2014）撰文批评美国三个主要的新闻公司剥离报纸业务时，检讨了其背后短视的自由市场法则，媒体公司把资源从不盈利的新闻生产中剥离出来是逐利本性使然，它们并不真的在乎新闻的未来。媒体公司即便可以用这种方式成功转型，渡过眼下的盈利危机，挽救的也只是企业的利润，而非新闻媒体的角色与使命，这显然有悖拯救和重建新闻业的初衷。其次，也是更重要的怀疑是，公众是否愿意购买高质量的新闻产品？正如普利策奖获得者、芝加哥论坛报的前出版人富勒（Fuller，2010：2）所描述的：“传统媒体的公信力与新闻专业标准正在螺旋式下滑。与此同时，赤裸裸的煽情新闻、不容分说的观点表达和缺乏核实的声称，却赢得了受众的青睐。受众怎么了？为何‘弃明投暗’？”

诸如此类的困惑催生出悲观的关于未来的想象，就像纪录片《头版编前会》所提出的问题：如果未来的媒体背离事实基础和原创报道的原则，不能再帮助我们正确理解我们所处的社会。那将会发生什么？随着时间的推移，通过媒体自主转型应对危机的信心也在不断损耗。距离给新闻业带来直接重创的2008年全球金融风暴已有十年，新技术也早已内置为一种常态环境，但全球新闻媒体致力进行的一系列转型和创新策略并未从整体上挽回新闻业的下行趋势（Zelizer，2015），新闻媒体也没有随全球经济回暖而重回轨道。一些从新闻组织结构、新闻文化等角度进行的研究开始反思新闻媒体创新性还不够的原因，经济管理界的专家给媒体开出了“颠覆式创新”的药方（Christensen，Skok & Allworth，2012），但不仅传统媒体未能从整体上建立新的可持续发展的商业模式，即便是在纯网络环境下发展起来的数字媒体，到目前为止也很少有证据表明它们能获得稳定的长期商业发展（Marshall，2017；Packard，2017）。这些现实都在不断加深新闻业盈利危机话语内在的脆弱性，尽管个别新闻媒体的创新举措和成就仍不时给新闻界带来振奋和欢欣的情绪，如美国纽约时报公司发布2017年第三季度财报称，数字订阅收入比去年同期上涨46%，数字广告收入比去年同期上涨11%，因为数字领域的强劲拉动，《纽约时

报》的总收入上涨6%²。但总体上李普曼（Lippmann, 1922/2004: 174）的警示仍然难以回避——“我们期待报纸提供真相，然而可能是不能盈利的真相”。

三、新闻业的结构危机话语

在表达危机的程度方面，新闻业的结构危机话语与盈利危机话语有共通之处——它们都常常采用“死亡”“崩塌”“消逝”“终结”“核冬天”之类有强烈冲击力的词汇来描述新闻业的困境。但在阐述危机的原因和应对方案时，新闻业的结构危机话语则几乎可以作为盈利危机话语的对立面。新闻业结构危机话语的主要提出者是秉持政治经济学研究路径的美国学者，他们认为：美国新闻业在过去十年内遭遇的收入下降正是长期以来商业新闻模式结构性弊病的必然结果。相应的，解决这一危机的途径必然是在新闻业进行深层次的结构“改革”。

在笔者所见的文献中，采用政治经济学派路径的研究惯常启用“危机”来批评新闻业，但研究者认为“危机”指的是新闻业制度失灵而非赢利受损。如1979年柯兰（Curran, 1979）就批评英国报业存在合法性危机，危机的核心是英国报业在二战后的经济转型背离了原先建立在观点自由市场基础上的传统报业自由理论；2003年，麦克切斯尼（McChesney, 2003）亦批评美国新闻业的当代模式已然崩塌，并使美国政治也深陷民主危机。彼时英美报业都是高利润行业，可见，持此路径的研究者们原先警告的“危机”是基于媒体的表现和社会作用而非媒体的收入。当后者也出现问题，尤其是美国的问题还表现得相当严重的情况下，研究者继续沿用原先的政治/经济路径，对媒体当下的经济困境提出了一套明确的解释和应对方案。

如果说新闻业的盈利危机话语把“危机”视为突然的、意料之外的事件，那么新闻业的结构危机话语则把“危机”视为必然的、终于为人所知的状况。研究者（McChesney, 2003; Nadler, 2016: 2）指出，美国新闻业眼下的困境正是其长久以来过度商业化结构痼疾的必然结果。从19世纪开始，美国报纸的运行就从政治的逻辑逐渐转变为商业的逻辑。到1970年代左右，美国新闻产业已经进入“后专业主义范式”，主要根据受众喜好而非民主理念和专业自主性在进行新闻生产。但因为这一变化趋势是渐进的，而且在新闻界内部表现得也不均衡，地方新闻业受影响程度较深，那些著名的大都会媒体则保留了相对较强的自主性（它们往往是最容易被外界关注到的对象），因而这一逐渐恶化的趋势并没有得到充分重视。至于为何美国新闻业高度商业化的结构反而会在当下出现严重的盈利问题，结构危机论者的解释是：首先，美国新闻业高度依赖广告，收入来源过于单一，如美国报纸广告收

入占总收入的70—85% (Picard, 2011); 当互联网抢占报纸的广告大户分类广告市场, 金融危机又使得广告投放总数锐减时, 报业受到重创也就不足为奇了; 其次, 美国新闻业把满足投资者期待放在首位。新闻媒体聚焦于利润而不是提升采编业务方面的质量 (Downie & Kaiser, 2002: 25)。为了满足商业价值和“股票持有者”的短期利益, 新闻媒体还进行高风险的并购、减少在新闻生产上的投入, 结果过高的逐利动机, 反而损害了报纸的经济条件 (McChesney & Nichols, 2010)。

在结构危机话语看来, 要应对新闻业眼下的危机, 靠媒体“转型”重新获得市场青睐的路径是不可行的。且不说这一路径是否可操作, 即便能获得市场好评, 也不过是继续掩盖原先的结构问题罢了。如新闻学者纳德勒 (Nadler, 2016) 认为, 那些依靠算法的社交新闻网站和新闻聚合应用更加直接地采用市场逻辑, 直接让使用者偏好来为新闻组织设置议程, 是传统媒体已暴露出的范式问题在数字时代的深化。尽管有很多优秀的新闻从业者仍抱有真诚的公众服务理念, 但这不足以改变商业新闻媒体内在的“增长逻辑”, 因此解决危机的方案只能是从整体上进行新闻业制度和结构层面的改革, 或者更激进一点的想法是, 需要一场新闻业的结构“革命”。

2009年3月, 尼克尔斯和麦克切斯尼 (Nichols & McChesney, 2009) 在《国家》(The Nation) 杂志发表封面长文, 提出了一个很有影响但也颇具争议的方案: 通过政府资助的方式来改造媒体结构, 从危机中拯救美国新闻业。他们提出了一个三年的拯救新闻业的刺激计划, 包括: 1) 取消所有期刊的邮发费用; 2) 给所有美国人提供每年200美元的税收抵免 (tax credit) 额度, 用于订阅或在线订阅日报; 3) 资助所有的初中、高中和大学创办自己的媒体, 包括一份日报和一个调频广播电台和网站; 4) 资助社区媒体和公共广播, 大力发展地方新闻。这个三年刺激计划约耗资600亿美元, 目的是在短期内通过扶植青年媒体、地方媒体、公共广播, 通过减免邮发费用和国家资助订阅缓解报刊业的压力, 从总体上“激活”美国新闻业的“公共性”, 在危机下争取时间, 以便在未来能真正实现高品质新闻业与民主社会的双向哺育。

这一方案并非横空出世, 政府是否应该干预新闻业——这一过去的几十年里在美国几乎没有讨论空间的问题因为新闻业糟糕的经济处境而悄悄端上了台面。2006年密苏里大学新闻学院教授即在一份报告中呼吁应正视政府在新闻领域的角色 (Overholser, 2006), 当时她遇到了明显的反对。而尼克尔斯和麦克切斯尼在三年后更进一步, 给出了明确的政府扶持路线图。同年, 宾大传播学院教授皮卡德等人 (Pickard, Sterns & Aaron, 2009) 也提出了一个类似但更复杂的拯救新闻计划,

其中短期策略主要是支持地方新闻业，长期策略则包括政府提供媒体创新基金、创建世界级的公共媒体系统等。

结构危机话语指出美国商业新闻模式的制度痼疾——过度迎合市场、追逐利润的发展逻辑在过去的几十年里日益凸显为新闻业结构的不合理。在过去的十几年里更是因为外部环境的改变，这种不合理的新闻业结构进一步演变成新闻业的生存危机。据此，新闻业结构危机话语在理念上毫不含糊地重申新闻业的“公共”精神，并在强烈理想主义指导下给出具体的危机应对措施。但它的激进路径在逻辑上也有内在矛盾：一方面，它深刻质疑“市场驱动新闻”，另一方面，在危机之下坚信“政府拯救新闻”。如尼克尔斯和麦克切斯尼在报告中认为，只有政府可以提供一个支持高质量新闻业的制度性框架。这一声称在告诫要警惕新闻媒体的逐利动机与民主使命相矛盾的同时，也基本否定了新闻业从政党新闻模式发展到商业新闻模式的普遍趋势，把新闻专业追求视为保护媒体所有者利益的外衣（McChesney, 2003）。

如果说美国商业新闻模式是结构危机话语猛烈的抨击对象，那么欧洲的公共新闻模式则是持这种话语的部分研究者大加肯定的对象。普林斯顿社会学教授斯塔（Starr, 2012）发现，美国的商业新闻模式曾在很长一段时间内是欧洲新闻业学习的对象，但在危机之下，相反的趋势出现了。与那些有强大的公共广播和政府资助传统的欧洲国家相比，美国新闻业在面对危机时的确要脆弱得多。然而，媒体体制的差异是否就是解释眼下不同国家新闻业危机程度不同的唯一因素？一些对欧洲国家新闻业现状的实证分析并不支持这种简化的论断。如德国报业被认为在新闻危机中的处境要比美国报业好得多（Revers, 2017），但这两国的新闻记者都普遍不接受国家直接资助的理念（Brüggenmann, et al., 2016）。在有国家扶植新闻业传统的欧洲国家，如芬兰、瑞典等北欧国家强调新闻媒体在接受政府资助的同时要确保政府管理与新闻实践有“一臂之遥”的原则（the arm's length principle），以保护媒体的公共性（Larsen, 2016），而在法国则出现对政府直接资助新闻业导致资源分配不公问题的讨论。这些经验提示人们，在构想用结构变革拯救新闻，恢复新闻业公共性的同时，不应缺乏从自下而上的视角出发对确保这一理想能够落实的现实考量。

四、新闻业的观念危机话语

从某种意义上，新闻业的观念危机话语反对不加审视地使用“危机”一词（Zelizer, 2015），而是建议将“新闻业危机”作为一个理解当下新闻业的开放的“阐释性框架”（Carlson, 2016; Brüggenmann, et al., 2016）。这一立场和新闻

业观念危机话语所持的社会研究路径有关，它既反对媒介中心论，也反对仅把新闻作为国家和经济结构的产物，强调从市场、国家、各类新闻组织、新闻使用者和公民群体等多元的行动者视角，以及政治、经济、文化和技术条件的变化带来的文化形式的创新和规约的角度，考察新闻这一特定文化类型的实践（Schudson, 2000）。观念危机话语将新闻业眼下所经历的状态视为一个形塑新闻实践的核心观念面临挑战、发生变化的过程：形成和维系职业化的、面向大规模公众的现代新闻业的诸多社会条件正在发生根本性变化，并可能消解、重新生成或重新定义新闻职业的某些共识性观念。危机，即可理解为对新闻业原有观念确定性的动摇。

按照哈林的叙述，美国新闻业曾在上个世纪六十年代达到它的“高度现代性”的状态，也即对新闻职业观念的高度自信和确定性，新闻记者认为他们已经解决了过去困扰新闻业的主要争议，他们可以在私有制下保持独立、批评政治人物，可以克服个人偏见，并被公众喜爱和信任。而这一阶段之所以可能，在哈林看来因为有两个社会条件同时成立，一是政治共识，二是经济安全。但在短暂的“高度现代性”状态之后，这两个社会条件都持续性地失效了。哈林在文中并没有明确地分析这两个社会条件失效的原因，但在他看来，传播技术可能是一个重要触发因素，如收视率驱动下的电视向娱乐化方向发展的逻辑。“很清楚的是，这些暗中的变化已经动摇了新闻专业”（Hallin, 1992）。

尽管哈林没有直接使用“危机”一词，但其对新闻职业观念的确定性已动摇的判断，可以说是一种很有洞见的预言。从观念危机话语的视角出发，21世纪头十年里发生的新闻业危机，正是这种不确定性在原有以及新的（如网络技术普及）社会条件的促使下越来越明显的过程。这一过程不仅导致新闻选择、采制、发布等一系列生产流程发生重大变化，使得原有新闻组织在收入和用于新闻的资源分配上难以按原来的模式继续运行，而且产生了对“什么是新闻”“谁是新闻记者”“新闻业的价值标准”等一系列观念问题的重新定义与阐释。新闻业观念危机话语在承认新闻业目前面临经济困难和可持续模式遭到重大挑战的前提下，进一步观察维系新闻业原有运转方式的观念发生什么样的改变。后工业社会理论家曾对信息生产的未来有过乐观想象，但现实却出现了他们“未曾预料”的危机（Starr, 2012）。研究者从时间、空间、新闻组织、生产流程、新技术采用、编辑部文化、记者认同等不同角度探讨了当下新闻业的境况，证明多重因素的变化都构成了对新闻职业自主性和文化权威的挑战。如新闻学者厄舍（Usher, 2015）研究了美国都市报纸编辑部在地理位置上从市中心搬到郊区的变化，认为这一空间上的“离场”不仅是新闻业危

机的表征,而对供职记者来说这可能也意味着失去了与原有体制的关联性。她还发现,为了应对变化和竞争,都市报纸打破原有新闻生产秩序,不断提高新闻的更新速度,以满足使用者需要。但从长远看,过分追求速度,降低品质,又可能会损害报纸存在的价值和独特性,进一步深化危机(Usher, 2017)。此外,新技术提供的空前丰富的表达渠道,增加了普通人表达的自由,但新闻编辑对新闻议程的把关影响力却因为新闻渠道的增加而面临重大挑战(Bruns, 2011)。新闻使用者看上去对于他们所消费内容有了更多的选择权,但新闻业目前来看不仅没有像后工业社会理论家所预言的那样兴盛繁荣,反而出现机体损伤。

与盈利危机话语和结构危机话语的行动指向相比,新闻业观念危机话语更多是在“解构”而非“解决”危机。它采取的是一种重新“定义”的阐释路径,从观念演化的角度理解眼下新闻业危机的发生,并提供面对危机的思路(或者说心态)。布里斯(Breese, 2016)分析了美国新闻史上曾出现过的不同的危机时刻,她认为每当新闻业遇到新出现者的“扰乱”,通常都会被阐述为对新闻性价值的威胁。而新闻记者作为“阐释群体”(Zelizer, 1993),不断通过共同的话语实践,确认群体内的职业认同,并建立与其它群体区别开来的边界(Revers, 2014)。当碰上“异质”案例时,记者共同体会启动观念的“范式修复”机制(Reese, 1990),一个单独的异质个案不能撼动整个观念范式的逻辑,但一系列异质事件则能促成更彻底的反思。前述当代新闻业社会条件的变化,造成了绵绵不绝的异质事件——新闻业收入出现断崖式下跌、新闻媒体的倒闭破产转卖、记者失业等,以至于成为一种“异质的常态”。在这种情况下,驱逐批评个别异质案例已经不能回应新闻业的大规模动荡,新闻业的观念危机话语呼吁要通过“解放观念”来面对危机,需要从整体上“重新塑造对新闻业的公共理解”(Carlson, 2016)。

但就目前而言,这一思路下的危机应对多少显得“呼吁”大于“落实”,如何将“重新定义新闻”的宏大问题细化,并作用于现实,可能还需要更多时间。相对来说,小唐宁(Leonard Downie, Jr.)和舒德森(Michael Schudson)给出了在这一路径下一个比较清晰的危机应对方案。他们建议,美国国家税务局或国会应制定明确的政策,允许任何投身公共事务的独立新闻组织组建为或转变为非赢利或低盈利目标的有限责任公司,并明确允许对各种新闻组织包括以盈利为目标的商业新闻组织内与公共利益相关的新闻报道项目进行慈善基金资助(Downie & Schudson, 2009)。该方案与尼克尔斯和麦克切斯尼的方案相比较,两者的共同点是:都强调新闻业的公共使命;都不认为新闻业可以独自渡过危机,需要国家在政策方面的帮

扶。但在实现路径上，尼克尔斯和麦克切斯尼的方案更强调国家直接帮助建立公共新闻媒体，而小唐宁和舒德森的方案则希望新闻政策能有助于实现一个有利于各种类型的公共性新闻组织生存的环境，依靠社会上的各类行动者在不同行动逻辑下的实践促成新闻的繁荣。前者有更多的“国家色彩”，后者有更多的“社会色彩”。

新闻业的观念危机话语抱持着内在不确定的观念演化立场，且对传统新闻行业之外的行动者持相对开放和欢迎的态度，因此这一话语类型可能给人留下比较“超然”的印象，但需要说明的是，新闻业的观念危机话语并非虚无主义，并非对新闻业往何处去的问题没有确定的指向。小唐宁和舒德森在重建报告中反复申明，他们的目的是帮助确保独立、原创、可信的新闻报道的基本元素能在未来得以保留，而且这些元素可能需要以过去没有的创新方式被实践。类似的，阿姆斯特丹大学教授德茨（Mark Deuze，2005）将新闻性价值概括为五个理想型要素：公共服务、客观、自主、及时和伦理，在变化的社会条件下，这五个理想要素需要重新思考其内涵，但非抛弃其本身。经验研究也发现，新闻行业的新入行者/挑战者并不意味着对新闻原有规则的完全背离。当他们外在地采用颠覆式创新，而内在延续新闻场域的既定逻辑时更容易成功（Benson，2013）。因此，在多元而显得混乱的实践中，在传统新闻组织持续性下滑的趋势中，新闻业观念危机话语仍旧对未来的新闻性价值及其实践抱有希望，或者说有一种谨慎的乐观（Schudson，2016）。

五、讨论：从“危机”出发

“危机”是目前欧美新闻学研究对当代新闻业状况的一种普遍表述。本文以“批判性媒介话语”和“元新闻话语理论”为视角，根据不同文献对新闻业危机的本质、表现、原因、应对等核心问题的不同阐述，归纳出三种当代“新闻业危机”的话语类型。根据上文分析，将这三种“新闻业危机”话语类型最主要的构成要素进一步以表格方式概括如下：

表1：三种当代“新闻业危机”的话语类型

“新闻业危机”话语类型	危机归因	危机表现	危机应对
盈利危机话语	网络技术经济危机（外部原因）	新闻业收入下降，市场份额缩小（生存危机）	新闻媒体转型，采纳新技术，重建商业模式（市场解决模式）

结构危机话语	市场驱动下不合理的新闻媒体结构（内部原因）	新闻业过分逐利，背离民主目标（合法性危机）	政府采取有力措施，促使新闻业结构性改革（政策解决模式）
观念危机话语	多重社会条件的急剧变化造成新闻业诸因素关系的变化（新闻生态原因）	新闻业基本观念遭到重大挑战（范式危机）	多元行动者在新闻创新实践过程中重建新闻文化类型（文化实践解决模式）

本文的目的不仅试图厘清多元复杂的危机叙述，更希望能在在此基础上建构不同话语类型在“危机”核心问题上的对话，从“危机”出发，探讨在想象未来新闻业时图景有无形成共识的基础，以及研究者可能在哪些方面展开更进一步的研究。

（一）新闻业的盈利危机话语将危机理解为对既有新闻组织的严重的外部威胁。外在于新闻业的技术和经济因素不仅对新闻组织一时的盈利状况造成重大打击，而且挑战了传统新闻组织以广告为主的盈利模式。在美国的商业新闻模式语境中，盈利危机话语将危机视为新闻业的生死存亡问题，而在商业新闻模式不那么典型的欧洲国家，盈利危机话语更多是一种对可能的未来的“警示”。盈利危机话语关注的核心问题是新闻业还能否重建可持续的商业模式，媒体所有者、经营者和从业者作为直接利益的相关方，是这一话语最主要的发出者，并在一定程度上左右了对新闻业危机的公共讨论。这一话语的主要逻辑是：只有重建新闻业的商业模式，才能使新闻业回到正轨，并服务于社会。而它隐含的危险性在于，倘若新闻业无法在市场上重建可持续的商业模式，未来该当如何。新闻业的盈利危机话语的应对之道是媒体“转型”，这主要指依靠媒体组织自身的创新，包括对新技术的采用、对新闻生产模式、新闻发布方式的改造、对新闻产品的开发以及对收入方式的转变等各种举措，重新赢得使用者青睐，重新在市场上焕发活力。近十多年来传统新闻媒体的商业“转型”实践与盈利危机话语逻辑大致相符，但是在已经过去的十几年间，传统新闻媒体尝试了很多创新方案，却没能出现一个从整体上帮助传统媒体进行商业转型的模式。这一现实一方面加强了新闻业盈利危机话语的悲观情绪，另一方面动摇了新闻业盈利危机话语的深层前提，即在西方民主社会，新闻业的商业目标和社会使命天然匹配的。

（二）新闻业的结构危机话语将危机理解为商业新闻模式内在结构痼疾的显化。这一话语从根本上质疑市场驱动的新闻业能服务于民主社会的信条，因此商业新闻的合法性危机早在其经济繁盛的时期就存在了，而当下外部条件的变化进一步

暴露出市场驱动模式不仅无法解决新闻业的合法性危机，也无法克服自身的经济危机。对于结构危机话语来说，眼下固然是商业新闻业生死存亡的时刻，但同时也是一个激进改造商业新闻体制结构的时机。一贯对商业媒体持批评立场的欧美左翼媒介研究者是这一话语的主要提出者，他们的主要逻辑是：只有对商业新闻体制进行结构性变革，才能真正实现新闻业的社会使命。改造新闻商业体制的力量主要是自上而下的政府对新闻业的政策和资金支持。

（三）新闻业的观念危机话语将危机理解为新闻观念不确定性的生成。这一话语的提出者主要是从社会 / 文化视角对新闻业进行研究的学者，他们内在地将新闻实践与观念变化视为一个随社会条件变化不断演变的过程。这一话语的主要逻辑是：观念危机对于新闻业来说并非新事，但是当代新闻传播环境的急剧变化，使得新闻业无法仅通过对观念范式的修复来渡过眼下的危机，而需要对新闻业基本观念体系进行重新阐释——区分哪些因素应该或者能够保留，哪些会变化，哪些会消失——以此重新建立未来新闻的文化类型。这一过程需要社会各类行动者展开多元实践，政府、既有媒体固然是重要的一员，公民、各类社会组织、新成立的媒体组织等新的行动者也都应当在这一过程中扮演重要角色。

这三种新闻业危机话语彼此之间存在两大明显的矛盾：首先，盈利话语是新闻业界的主要观点，它与作为学界观点的结构危机话语、观念危机话语的争议点在于市场与新闻业的关系。盈利危机话语假定市场与新闻是内在适配的，新闻业的原有商业模式遭到重大挑战，但只要找到创新之路，就可以重建新闻业的商业模式。但主要来自学界的两种危机观点都质疑这一前提，它们认为新闻业尤其是美国新闻业发展出高度商业模式具有历史的偶然性，新闻业未来的可持续发展不能或者至少不能完全依赖市场。结构危机话语更偏向于激进地批判市场，观念危机话语则在肯定市场对新闻业基本作用的情况下指出应警惕和平衡市场之不足；其次，观念危机话语与盈利危机话语和结构危机话语在确定性问题上的分歧。盈利危机话语和结构危机话语都给出了确定的新闻业危机拯救方案，尽管两者基本上是反向的，前者认为只有保证新闻业在商业上的成功，才能维护新闻业的独立性和自主性，履行其社会功能；后者认为，新闻业的逐利动机与它的民主使命日渐背离，只有在危机中采用自上而下的结构改造才能恢复新闻业与民主社会的良性关系。观念危机话语则从根本上反对这两种确定性叙述，它并没有给新闻业的未来提出一个明确的蓝图，而是认为社会应形成一个更有利于各类行动者开展创造性新闻实践的空间，并相信未来的新闻范式可能从这些零散的实践中逐渐生成。

本文不认为现有这三种不同的新闻业危机话语有可能彼此认同或调和，但是理解它们的基本观点、诉求和分歧，却有可能是从“危机”出发，展开下一步研究工作的起点。第一，新闻业危机的客观存在，激发了不同路径下对元新闻问题的追问。无论是新闻业的经济基础、新闻与政府的关系还是维系新闻实践运行的一系列观念，最终都会指向“什么是新闻”“谁是新闻实践主体”“新闻的社会角色与合法性基础”“新闻实践的规范与边界”等元新闻问题。对新闻基本观念的重新问题化应该成为当代新闻理论研究的核心命题；第二，三种危机话语尽管彼此矛盾，但都从不同方面肯定与维护着新闻性价值（journalistic values），比如真实性和公共性追求，它们都没有因为危机的存在而否定新闻本身。这三种危机话语对新闻作为提供事实报道的文化类型和真实代表广泛社会群体观点并进行对话的公共使命并不存疑，虽然它们在能否以及如何实现这些新闻性价值上有不同的看法，但它们都意识到如果新闻的价值目标落空，受损害的绝不仅仅是新闻机构、新闻人，也不仅是新闻行业，而是整个国家、社会和公众。这表明，从“危机”出发的不同研究——无论是讨论媒体转型、新闻政策还是新闻观念——都有特定朝向的价值归属，而不是划向虚无主义；第三，三种危机话语的矛盾之处也显示了目前新闻学理论研究的薄弱之处，如对新闻作为一种特殊的公共物品（common goods）的属性理解不够，这使得研究者对新闻与市场的关系以及应该制定什么样的新闻政策上有较大分歧。美国新闻业的传统的广告收入模式基本坍塌，但这是否意味着新闻业的商业基础在未来无法再作为新闻业的基石存在？如果广告不再是，那么什么将是新闻媒体持续性发展的“燃料”？公众和社会团体能否自下而上地资助新闻业？还是必须由国家权力进行资源调配才能使新闻业得以生存？再如，新闻职业的“文化性权威”（cultural authority）在历史上是如何生成的，什么原因导致其被挑战、质疑乃至出现衰落？以及与此相关的，新闻作为一种文化实践的产物，在变化的时间、空间和交往条件下，其知识形态是否会发生重大改变？这些核心问题不仅需要不同国家的研究者从具体的历史和社会语境出发加以讨论，而且需要在“新闻业危机”的背景之下进行共时性地比较研究。美国经验可以在这个意义上成为一个重要的参照系。

（责任编辑：方惠）

注释 [Notes]

1. “Page One”在这里语带双关，它既指《纽约时报》的头版，也指编辑部每日决定头版刊登什么新闻的编前会。
2. <https://www.nytimes.com/2017/11/01/business/media/new-york-times-earnings.html>.

参考文献 [References]

- 白红义 (2017)。“正在消失的报纸”：基于两起停刊事件的元新闻话语研究。《新闻记者》，(4)，11-25。
- 陈博 (2015)。《每个人都有15分钟站上道德高地骂记者》，检索于<http://news.sina.com.cn/c/2015-01-17/164231412098.shtml>。
- 李艳红，陈鹏 (2016)。“商业主义”统合与“专业主义”离场：数字化背景下中国新闻业转型的话语形构及其构成作用。《国际新闻界》，(9)，135-153。
- 李赛可 (2015)。框架视角下的新闻业危机。《新闻记者》，(11)，12-20。
- 刘自雄，许雯，高亚男 (2010)。论美国报业面对数字化转型危机的拯救策略——解读《重构美国新闻业报告》。《国际新闻界》，(5)，71-77。
- 王哲平，高姗 (2013)。新闻业的危机与新闻价值的坚守。《浙江传媒学院学报》，(5)，22-29。
- 张志安 (2011)。美国报业的危机、对策及启示。《科学发展》，(8)，112-116。
- Benson, R. (2013). Theorizing journalism in time on the explanatory and political uses of journalism history. *American Journalism*, 30(1), 4-14.
- Born, A., Hart, P. & McConnell, A. (2009). Crisis Exploitation: Political and Policy Impacts of Framing Contests. *Journal of European Public Policy*, 16(1), 81-106.
- Brüggemann, M., Humprecht, E., Nielsen, R., Karpinen, K., Cornia, A. & Esser, F. (2016). Framing the Newspaper Crisis. *Journalism Studies*, 17(5), 533-551.
- Bruns, A. (2011). Gatekeeping, gatwatching, real-time feedback: new challenges for journalism. *Brazilian Journalism Research*, 7(2), 117-136.
- Carlson, M. (2014). Gone, but not forgotten: Memories of journalistic deviance as metajournalistic discourse. *Journalism Studies*, 15(1), 33-47.
- Carlson, M. (2016). Metajournalistic discourse and the meanings of journalism: definitional control, boundary work, and legitimation. *Communication Theory*, 26(4), 349-368.
- Carlson, M. (2017). *Journalistic authority: Legitimizing news in the digital ear*. New York: Columbia University Press.
- Carr, D. (2014). Print is down, and now out. Retrieved from https://www.nytimes.com/2014/08/11/business/media/media-companies-spin-off-newspapers-to-uncertain-futures.html?rref=collection%2Fbyline%2F david-carr&action=click&contentCollection=undefined®ion=stream&module=stream_unit&version=latest&contentPlacement=19&pgtype=collection.
- Christensen, C. M., Skok, D. & Allworth, J. (2012). Breaking news: Mastering the art of disruptive innovation in journalism, *Nieman Report*, 66(3), 6-20.
- Chyi, H. I., Lewis, S. C. & Zheng, N. (2013). A Matter of Life and Death? Examining how newspapers

- covered the newspaper “crisis” . *Journalism Studies*, 13(3), 305-324.
- Curran, J. (1979). Press freedom as a property right: The crisis of press legitimacy. *Media, Culture and Society*, 1(1), 59-82.
- Curran, J. (2010). The future of journalism. *Journalism Studies*, 11(4), 464-476.
- Deuze ,M. (2005). What is journalism: Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism*, 6(4), 442-464.
- Downie, L, Jr. & Schudson, M. (2009). The reconstruction of American Journalism. Retrieved from https://archives.cjr.org/reconstruction/the_reconstruction_of_american.php.
- Downie, L. & Kaiser, R. G(2002). *The news about the news: American journalism in peril*. New York, NY: A.A.Knopf.
- Eason, D. L.(1977). Metajournalism: the problem of reporting in the nonfiction novel. PhD Dissertation, Southern Illinois University, Carbondale.
- Fairclough, N. (1995). *Media Discourse*. London, UK: Adward Arnold.
- Fuller, J. (2010). *What is happening to news: The information explosion and the crisis in journalism*. Chicago and London: The University of Chicago Press.
- Gitlin, T. (2011). A Surfeit of Crises: Circulation, revenue, attention, authority and deference. In McChesney, R.W. & Pickard, V. (Eds). *Will the Last Reporter Please Turn Out the Lights*. New York, NY: The New Press.
- Hallin, D. C. (1992). The passing of the “high modernism” of American journalism. *Journal of Communication*, 42(3), 14-25.
- Haas, T. (2006). Mainstream news media self-criticism: A proposal for future research. *Critical Studies in Media Communication*, 23(4), 350-355.
- International Journalists’ Network (2009). Should journalists be writing journalism’ s obituary? Retrieved from http://itnet.org/ijnet/discussions/should_journalists_be_writing_journalism_s_obituary.
- Kaplan, D. (2009). Earnings: NYTCo times loss on cost, but revenues continue to drop. Retried from <https://gigaom.com/2009/10/22/419-earnings-nytco-slims-loss-on-cost-cuts-as-revenues-continue-to-drop/>.
- Larsen, H. (2016). The crisis of public service broadcasting reconsidered: Commercialization and digitalization in Scandinavia. In Alexander, J. C., Breese, E. B. & Luengo, M. (Eds.). *The Crisis of Journalism Reconsidered*. New York, NY: Cambridge University Press. 43-58.
- Lippmann,W.(1922/2004). *Public opinion*. Mineral, NY: Dover Publications.
- Marshall, J. (2017). There's a digital media crash, but no one will say it. Retrieved from <https://talkingpointsmemo.com/edblog/theres-a-digital-media-crash-but-no-one-will-say-it>.

- McChesney, R. W. (2003). The problem of journalism: A political economic contribution to an explanation of the crisis in contemporary US journalism. *Journalism Studies*, 4(3), 299-329.
- McChesney, R. & Nichols, J. (2009). The Death and Life of Great American Newspapers. *The Nation*. April. Retrieved from <http://kelsocartography.com/blog/?p=2134>.
- McChesney, R. & Nichols, J. (2010). *The death and life of American Journalism*. Philadelphia, PA: Nation Books.
- Meyer, P. (2004). *The vanishing newspaper: Saving journalism in the information age*, Columbia, MO: University of Missouri Press.
- Nadler, A. M. (2016). *Making the news popular: Mobilizing U.S. news audiences*. Champaign, IL: University of Illinois Press.
- Nielsen, R. (2016). The many crisis of Western Journalism: A comparative analysis of economic crisis, professional crisis, and crises of confidence. In Alexander, J. C., Breese, E. B. & Luengo, M. (Eds.). *The Crisis of Journalism Reconsidered*. New York, NY: Cambridge University Press. 77-97.
- NAA(2012). Newspapers fact sheet. Retrieved from <http://www.journalism.org/fact-sheet/newspapers/>
- Overholser, G. (2006). On behalf of journalism: A manifesto for change. Retried from <https://www.annenbergpublicpolicycenter.org/wp-content/uploads/OnBehalfJune20082.pdf>.
- Packard, V. (2017). Rediscovering the news: Journalism studies' three blind spots. In Boczkowski, P. and Anderson, C.W. (Eds). *Remarking the news: Essays on the future of journalism scholarship in the digital age*. Boston, MA: the MIT Press. 47-60.
- Pew (2004). The state of the news media: An annual report on American Journalism. Retrieved from <http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/13/2017/05/24141554/State-of-the-News-Media-Report-2004-FINAL.pdf>.
- Pew (2009). The state of the news media: an annual report on American Journalism. Retrieved from <http://assets.pewresearch.org.s3.amazonaws.com/files/journalism/State-of-the-News-Media-Report-2009-FINAL.pdf>.
- Picard, R. G. (2011). *The economics and financing of media companies*. New York, NY: Fordham University Press.
- Pickard, V. Sterns, J. & Aaron, C. (2009). Saving the news: Toward a national journalism strategy. Retrieved from <http://ccubes.net/press-features/saving-the-news-toward-a-national-journalism-strategy/>.
- Pickard, V. (2011). Can Government Support the Press? Historicizing and Internationalizing a Policy Approach to the Journalism Crisis. *The Communication Review*, 14(2), 73-95.
- Reese, E. B. (2016). The perpetual crisis of journalism: cable and digital revolutions. In Alexander, J.

- C., Breese, E. B. & Luengo, M. (Eds.). *The Crisis of Journalism Reconsidered*. New York, NY: Cambridge University Press. 31-42.
- Reese, S. D. (1990). The News Paradigm and the Ideology of objectivity: A Socialist at the Wall Street Journal. *Critical Studies in Mass Communication*, 7(4), 390-409.
- Revers, M. (2014). Journalistic professionalism as performance and boundary work: Source relations at the state house. *Journalism*, 15(1), 37-52.
- Revers, M. (2017). Contemporary journalism in the US and Germany. New York, NY: Palgrave Macmillan.
- Schudson, M. (2000). The sociology of news production revisited (again). In Curran, J. & Gurevitch, M. (Eds). *Mass Media and Society*. London, UK: Edward Arnol. 175-200.
- Schudson, M. (2016). The crisis in news: Can you whistle a happy tune? In Alexander, J. C., Breese, E. B. & Luengo, M. (Eds.). *The Crisis of Journalism Reconsidered*. New York, NY: Cambridge University Press. 98-115.
- Siles, I. & Boczkowski, P. J. (2012). Making sense of the newspaper crisis: A critical assessment of existing research and an agenda for future work. *New Media & Society*, 14(8), 1375-1394.
- Starr, P. (1982). *The social transformation of American medicine*. New York, NY: Basic Books.
- Starr, P. (2009). Goodbye to the Age of Newspapers (Hello to a New Era of Corruption). *The New Public*, March 4, 2009, 28-35.
- Starr, P. (2012). An Unexpected Crisis: the News Media in Postindustrial Democracies. *The International Journal of Press/Politics*, 17(2), 234-242.
- Usher, N. (2015). Newsroom moves and the newspaper crisis evaluated: Space, place, and cultural meaning. *Media, Culture & Society*, 37(7):1005-1021.
- Usher, N. (2017). Breaking news production processes in US metropolitan newspapers: Immediacy and journalistic authority. *Journalism*, 19(1), 1-16.
- Wallerstein, I. (2004). *The uncertainties of knowledge*. Philadelphia, PA: Temple University.
- Zelizer, B. (1993). Journalists as interpretive communities. *Critical Studies in Mass Communication*, 10(3), 219-237.
- Zelizer, B. (2015). Terms of choice: uncertainty, journalism, and crisis. *Journal of Communication*, 65(5), 888-908.