

移动互联网语境下纸媒退出的社交媒体 用户话语研究

陈曦林 张勇军

摘要:近年来,纸媒体刊/停刊的消息不断传出,讨论纸媒能否存活以及存活多久意义不大。究其根本,纸媒难以为继源于用户的选择。以新浪微博和知乎平台上自2017年1月1日到2017年12月31日社交媒体用户关于“纸媒退出”“报纸停刊”的热门微博和热门评论作为样本,结合纸媒经历的移动互联网时代静态语境以及社交媒体中特有的网络文化动态语境进行研究,可以探索传统纸媒“为何”退出的深层次原因以及勾勒出纸媒“如何”退出的路线图。考察用户语言的文本构成与话语实践,能够发现读者话语背后广阔的社会历史空间与意蕴。针对纸媒存在的问题,可以引入广义新闻、积极使用移动互联网、虚拟现实、增强现实等新技术手段。

关键词:纸媒退出;社交媒体;媒体用户;话语分析

中图分类号:G206 **文献标识码:**A **文章编号:**2096-5443(2018)05-0040-07

项目基金:国家社会科学基金一般项目(17BXW099)

一、移动互联网语境下的“报纸危机”

移动互联网是指互联网的技术、平台、商业模式和应用与移动通信技术结合并付诸实践活动的总称。以手机为中心的移动智能设备,成为“万物互联”的基础,移动互联网服务场景不断丰富、移动终端规模加速提升、移动数据量持续扩大,为移动互联网产业创造更多价值挖掘空间。^[1]从传统意义上来看,一般谈到报纸休刊、停刊的时候,更多将其归因于行政干涉,极少涉及市场因素。而在移动互联网语境下,面对新媒体的技术冲击,纸媒的内容、版式、编排等优势被新媒体覆盖甚至超越。另外,新媒体应用的新型商业模式和组织管理方式让其具备传统媒体无法比拟的“吸粉”能力和盈利能力。

报纸作为一种传统、经典的信息传播途径,并不一定会快速消亡,尤其是结合中国的国情,报纸扮演着无可替代的宣传和意识形态教育角色。但报纸受众数量和利润呈断崖式下滑,是无法回避的现实。目前,中国的纸媒依然奉行着“二次售卖”的盈利模式,广告决定着一家报刊的生死。但是,各类新媒体的出现,逐渐蚕食着传统媒体赖以生存的广告。可以肯定的是,社交媒体平台在移动设备上的快速扩张,以及更快的互联网接入和更复杂技术的出现,已经使许多人获取信息的方式发生了根本转变。报纸的生存境况只会越来越难,选择退出的报纸也将越来越多。

在笔者统计的2010—2017年停刊的41份报刊中,都市报共23份(56%),军报7份(17%),专业报7份(17%),行业报3份(7%),生活报1份(2%)。由此可以清晰地看出,在报业危机中,受影响最大的是都市报。都市报面向城市读者,报道的都是老百姓喜闻乐见的社会新闻、娱乐新闻及生活资讯等软新闻。而在互联网时代,尤其是移动互联网环境下,新媒体得到蓬勃发展,各地发生的大小新闻在社交媒体上可以得到多角度、实时、多媒体合作的传播,而社会新闻和娱乐新闻更是新媒体

的拿手好戏,我们熟悉的微信朋友圈和微博几乎无时无刻不在传播着这类信息。由此可见,都市报在都市市民生活中扮演的角色完全被新媒体覆盖和超越了。都市报在新媒体的冲击下,由于内容原因和市场竞争,面临着最为惨烈的停刊危机。而军报由于军队改革的不断深入,处于逐渐式微的境地。行业报和专业报往往面向的是特定群体,本来受众范围就相对狭窄,再加上定位不清以及内容可替代性高,造成广告量减少,甚至入不敷出,停刊就在情理之中了。

二、研究概念及研究方法

(一) 研究概念

“纸媒退出”“纸媒停刊”正如字面含义所示,意味着以报纸为代表的传统媒介自发或者被迫退出媒体行业。其中,纸媒自发退出媒体行业,包含着积极的应对态度,存在着转型求生的态势或者破产保命的退路。而被迫退出,则意味着因违背市场规律惨遭淘汰或因行政指令被迫退出。“退出”又可从动态和静态两个角度进行阐释。从动态角度来看,理解着重点在于“纸媒”正在经历着由衰落到坠落的态势,以及在此种态势中行为主体呈现出来的具体表现和动作。从静态角度看,理解重点则在于“纸媒退出和停刊所采取的具体措施和机制”。笔者以受众的角度,通过研究其在社交媒体上针对“纸媒退出”做出的评论和看法等话语,试图结合社交媒体语境探索受众眼中纸媒“为何”退出的原因和纸媒“如何”退出的路径。

广义的受众指信息传播的接收者,微观的受众则指报刊和书籍的读者、广播的听众、电影电视的观众、网民等。在本文中,受众特指“新浪微博”用户和“知乎”平台用户。新媒体语境下,传统媒体垄断信息的特权不再,普通网民的话语空间得到释放,社交媒体传播影响力显著提升,已成为互联网媒体中最为流行的媒体类型之一,凭借用户基数大、信息传播快、互动功能强等特点,成为网上内容传播的重要力量。

(二) 抽样方法

笔者采用话语分析的质化研究方法,分析的对象主要包括笔者从新浪微博以及知乎平台搜集到的热门微博、热门评论、热门回答等。

移动互联网时代,网络的便利性为我们利用社交媒体收集其用户的评论和意见提供了可靠的新途径。本研究是事后回溯性研究,因此采用社交媒体搜索引擎检索资料。研究时段选定为2017年1月1日—2017年12月31日。以“报纸停刊”和“纸媒退出”为关键词使用新浪微博进行高级搜索,类型选择为“热门”,搜索出热门微博8条及相关热门评论203条。为提高抽样可信度,使用同样方法在知乎平台搜索话题(由于版面限制,知乎只截取重要文本段落),搜索出9条热门帖及相关热门评论80条。手动剔除重复、谩骂、广告、水军及不相关帖子,并结合笔者语境性理论路径,充分考虑评论所具备的代表性,选择互动频率、点赞数、转发数高于10次的评论,得到微博样本数28条,知乎样本数25条。

(三) 话语语境与话语建构

布格兰德和得斯勒,认为话语是一种“交际活动”,必须具有七项标准:衔接性、连贯性、意向性、可接受性、语境性、信息性和互文性。这七个因素成为话语分析重点考虑的问题,不同的研究目的可能针对一个或几个因素进行分析。其中,语境性是指话语的意义如何在语境中制作、传达与获得,分为直接语境、文化语境、社会语境,直接语境主要指情景语境,它决定了语义系统的概念意义、人际意义、文本意义。而且,社会文化、历史以及性别等语境性因素对话语制作与理解也产生巨大影响。^[2]

在言语活动中,沟通交流的双方无时无刻不处于一定的环境之中,即语境。语言学家对于语境有两种不同的解释角度,即动态语境与静态语境。静态语境是能对言语者产生影响的各类背景信息,包括时间、地点、社会环境、文化传统、教育程度、素质涵养等。而身处互联网时代的社交媒体用户,对于传统媒体的“退出”和“停刊”呈现出冷漠、消极甚至戏谑式的语言特点和趋向。动态语境则

认为双方言语沟通是在实际交流过程中通过认知环境重新建构的,呈现出一问一答的螺旋上升式特点。^[3]在实际交流过程中,交际双方不断地交换彼此的交际动机、情绪、不断萌发的新想法、交际需要等,再重新构建自己的话语结构。在新浪微博中,由于其用户特质,缺乏有效的理性探讨,多为自我观点的贩卖,大家各执一词互不谦让。在具体的言语和文本没有进入语境之前,其意义多是抽象、概括、难以理解的。而一旦进入实际交流的动态语境,结合静态语境,即可显示出话语具体的、特指的、实际的意义。本研究尝试结合语境,通过新浪微博和知乎问答等社交媒体中纸媒受众的相关话语,勾勒出纸媒“为何”和“如何”退出的图景。

在社交媒体中,交际双方除了被常规的语境所影响,还受到特殊的互联网文化的制约,也就是说使用社交媒体自成一派的语言。交际的双方有许多约定俗成的对话前提,使用尽量简洁的言语,甚至用图片和表情包表达自己的观点。另外,由于交际是关于说话者和听众对于所传达的信息的处理,语境也相应具备两大功能,即制约功能和解释功能。制约功能指的是语境对语言表达的影响和作用,它针对说话人而言。解释功能指的是语境对于话语的解释和说明作用,它针对听者而言。因此,对于说话人生成的话语,其受到社交媒体发言和传播规则的限制,因此与口头话语和书面话语呈现出不同的特征。而听者则需要结合特定的社交媒体语境,通过一定的推理机制进行理解,灵活地处理交际双方的语言表达,才能获取说话人所传递的信息与深层交际意图。从这个意义上看,语境性建构了话语。

1. 通过对语境性的把握,建构完整的言语表述

人们在日常交往中经常有着约定俗成的经济原则,一句话并不按照严格的语法规则说出来,常常会省略掉一些字词信息,但并不会因此影响整句话的表达意义。尤其是在社交媒体中,大量充斥着网络语言的应用。网络语言伴随着谐音、方言、外语的使用,部分源自社会热点事件,言语者在建构话语时力求简便,以追求个性,并以此区别分属不同群体的“他”和“我”。结合语境,才可补足信息,了解上下文和内在含义。

2. 通过对语境性的把握,建构形象的表述

事物间的联系复杂多样,但呈现的方式却比较单一。通过直白、简单的言语输出是有很大局限的。形象性信息是“凭借观点、知识、经验、体验、感受,按照形象信息的内在联系,同意境和谐统一的轨迹,把各种具有不同质的形象性信息有机地组合成一个完整的有新义的意象”。^[4]采用形象的表述,能把原本抽象、深奥、复杂、难以接受难以描述的事理、情状,转化为浅显、形象、生动、易懂、易接受的东西,为话语的理解提供便利。^[5]

三、社交媒体用户的框架建构及其话语实践

本节主要讨论纸媒危机的话语建构过程,探讨社交媒体用户如何通过话语建构“纸媒退出”“报纸停刊”的危机,在建构过程中使用何种框架和话语,不同的框架和话语如何呈现危机、应对危机。按照恩特曼的研究,话语等的框架主要有四种:界定问题、因果解释、道德评价和处理建议。结合笔者对于“纸媒退出”危机的研究以及社交媒体用户的讨论,笔者选取原因认定框架及对策建议框架。原因认定框架:主要用来解释危机发生的原因,包括内部框架及外部框架两种次级框架。内部框架主要将危机发生原因归于纸媒内容硬伤和体制僵化;外部框架将纸媒危机归咎于时代之殇、媒体竞争等。对策建议框架:即对危机处理和应对提出对策建议,包括发展思路(转变思路/精英路线)和具体措施(抛弃载体)两种次级框架。^[6]

(一)关于纸媒“为何”退出的危机原因认定框架及话语实践

通过样本分析,笔者发现知乎用户对于纸媒退出话题的论述较为全面、深刻,就某答主的单个回答即可厘清关于纸媒的现实状况、问题发生原因及未来思考。而微博就纸媒退出话题的评论较为碎片化,更多的是个人情感和感受的描述,需要结合社交媒体发展、纸媒衰退的静态大背景,以及评论

下面跟帖、讨论的动态语境,才能够准确判断评论的情感倾向和深层意义。具体来说,纸媒受众对于“纸媒退出”“报纸停刊”的原因可以概括归纳为四种因素:

1. 时代之殇

所谓时代之殇,即是传播由传统媒体时代进入新媒体时代,随之而来的是信息生成方式、传播方式以及受众阅读习惯的改变,使以报纸为代表的传统媒体无法适应新的媒体时代特征所引发的一系列风险和问题。

微博文本“报纸这种在移动端时代显得过于僵化的信息服务模式,正在逐步退出历史舞台,这是信息发展的必然趋势”,笼统地阐释了纸媒由于依然沿用以前老套的信息框架,如今已经无法适应受众的要求。知乎文本从具体、现实入手理清报纸为何在移动互联网时代变得落后:“纸媒是属于上个时代的信息结构,这种信息结构已经被移动互联网以更先进的生产力和更集中的资本力量联合摧毁”,并且“现在人太浮躁难得静下来,看看速成以及肤浅的信息就可以满足”。结合静态语境进行解读,手机阅读新闻变得十分普遍,很大程度上减少了读者购买报纸的行为,纸媒面临着来自新媒体和受众的压力,造成了纸媒在新媒体时代的窘迫境地。很大程度上,新媒体发展迅速,网民规模扩大,导致纸质报刊的受众量减小。而在时间、精力和环境下,新媒体比较适合新时代下受众的需求,显然纸质报刊衰败趋势十分严峻。知乎文本提出未来展望:“任何媒体,任何形式的媒体,在不同时代,必须要产生其适用公众需求的新特征”,即是受众对于纸媒遭受时代之殇的解读。

2. 市场竞争

微博用户论述了自己对于纸媒退出的实际感受:“手机实在太方便,APP 足够多,免费,最重要的是自己时间太零碎”“现在新闻 APP 这么多,看新闻还给红包,谁还花钱买报纸啊”。知乎文本试图从市场竞争角度进行分析:“大部分人有信息可看就行了,并不想为更高质量的文章付钱”;“杂志小说纸质版的东西大都要付费,而且价格是电子版的几倍”。结合纸媒退出的背景及评论动态语境进行分析,随着数字技术在媒体领域不断发展和应用,多种形式的媒体获得了充足的发展,在市场上呈现出齐头并进的态势,以报纸为代表的传统媒体依然沿用白纸黑字的表达方式,与其他媒体更为先进、便利、廉价的表达方式相比处于绝对劣势。纸质报刊在形式上属于文字类,相比广播、电视在听觉和视觉方面不占优势。在传媒业快速发展时期,广播和电视大幅度改版,广播打造听觉上的共鸣,电视打造视觉上的盛宴,毫无疑问会影响纸质报刊。尤其在移动互联网时代,移动端的社交媒体,集文字、图像、音声、视频于一体,报纸与之竞争不占优势。

另外,也有微博文本阐述自己的经历:“今天心血来潮,在报摊上将《北京青年报》和《南方周末》各买了一份。前者 10 分钟翻完,后者整整看了一个下午。”结合语境分析表明报纸期刊之间也存在激烈的竞争,由于它们质量参差不齐,内容质量不高的报纸杂志自然会在激烈竞争中淘汰。

3. 内容硬伤

微博文本阐述道:“报纸里相当大一部分都是广告,新闻时效性也没了”“除开广告全是政治新闻,而且还是昨天的,时效性太差,跟不上节奏”。实际上,互联网拥有受众所需求的海量信息,并能够通过网络进行实时传播,而纸质报刊由于新闻的采写和传播需要一定的流程,则相对滞后。总而言之,网络媒体对于受众来说更加的方便及实惠。

知乎文本则深刻解析纸媒内容上存在的硬伤:“互联网移动化阅读,为读者提供了多元化的可供选择的内容”,而纸媒“内容不行,质量上不去,成本下不来,速度比不上,图文加互动反馈转发不如新媒体”。互联网涵盖信息量非常庞大,每天要处理和传播海量的信息,网络媒体几乎可以完完整整地还原信息的来龙去脉,而纸质报刊由于其信息处理框架只能选取有限的切入角度,同时由于版面的限制,只能在有限的版面上呈现有限的信息。

4. 体制僵化

微博文本表示“报纸都是摊派的,不得不买”指出媒体的经营管理常被作为“政绩”一样来对待,