

# 抢救异议新闻事业大作战

作者 / 社论 Jul 23, 2010 10:24:46 pm

【《独立新闻在线》社论】在2008年三月全国大选前夕草创、五个月后以The Nut Graph命名正式推介的英文新闻网站，昨天宣布经费耗尽，编采团队将在八月底解散，过后网站虽然继续开放，但将从目前每周五天更新减少至每周只更新一次，且只刊登评论文章。The Nut Graph创办人兼主编洁珂琳（Jacqueline Ann Surin）透露，该网站资助人在网站开通一年后就已停止注资；去年该网站向读者征求捐献，但收获并不理想，至今年1月5日为止仅筹得马币4万1000元左右，仅够支付半个月的开销。

The Nut Graph的际遇，不仅是The Nut Graph的际遇；它反映了在马来西亚经营异议新闻事业的艰难，无疑也是对同业的一记重要警钟：如何求存已在燃眉之急！新闻网站的求存问题，不在于内容的品质与公信力经不起考验，而是在营业收益方面，无法收支平衡，更别说自给自足以永续经营。

我们不必妄自菲薄，以不卑不亢的态度自我评估，马来西亚异议新闻网站处理新闻与评论之深度、关注社会议题之广度，乃至文字与书写的驾驭能力，不仅不比传统报纸逊色，甚至有过之而无不及；此现象在中文媒体业里特别显著。问题是：新闻网站的优越品质未能兑换成优渥的广告收入。

营业收益欠佳，与新闻网站的人手部署顾此失彼不无关系；我们几乎可以看到一个共同的现象，新闻网站罗致了优秀的新闻编采人才，虽然幅员有限，但是业务部人手不足的情况，却比编采部更为严重。新闻网站经营者不是没有察觉到此问题的严重性，但开发业务部门面对一个先天性的条件限制：能挑大梁的资深业务经理人未必认同这门理想事业而愿意屈就于小规模公司，而未能挑大梁的社会新鲜人，则无法为公司争取相应的收入。

## 非战之罪

新闻网站营业收益欠佳，部分原因其实乃“非战之罪”。首先，一般来说，马来西亚的商家对于互联网广告的效益仍有保留，与此同时，大企业的广告通常交由公关公司与媒体买家（media buyer）投放，而这些业者主要还是和已经建立了密切联系的媒体集团合作。至于小企业，他们认为以其有限的业务范围而言，根本无需花钱打广告。以2009年1-6月的广告开销（Adex）为例，报纸和无线电视就瓜分了大约九成，互联网广告只占区区6%左右，就足以看出网络媒体在营业方面的艰难。

此外，由于执政党长期以不友善态度对待网络新闻业，传统媒体也跟着官方论调起舞，帮助执政党妖魔化新闻网站，在一定程度上也造成商家对于在异议新闻网站刊登广告存有疑虑，担心因此被政府归类为反对派，给自己找麻烦。

在依赖广告维生行不通的情况下，采用收费制似乎也不是良策，因为可以预测的结果是，只要一收费，读者至少流失一半以上。媒体大亨、新闻集团董事长梅铎（Rupert Murdoch）曾经认定，收费制将可为其媒体集团带来巨额营收，并自本月初开始在旗下《泰晤士报》网站推行收费制。根据梅铎的想法，此举倘若成功，旗下其他免费网站也将收费；但《泰晤士报》网站的收费制似乎出师不利，收费制一启动，马上流失了将近90%的原有用户。今年三月，美国著名市场调查机构皮尤（Pew）的调查显示，82%的美国网民不愿意接受网站收费模式。

### 读者愿意掏钱抢救吗？

异议新闻网站收费之后，读者流失，有违创设时立意促进讯息自由流通与舆论多元之初衷。再说，推行付费制之后，多人共用一个账户的现象可以预见的，届时收费制未必能汲取巨额营收，反而得拨出预算聘用专人做客服和建立网站付费系统，极有可能反而入不敷出。事实上，《当今大马》中文版创建初期也采收费制，但这个历史最悠久、认为收费制是保障“独立新闻”的重要命脉的新闻网站，后期也作了一定程度的妥协，只有英文版收费，中文、马来文及淡米尔文版本都废弃了收费制。

相对于民主开放的国家与地区如欧美、台湾、香港，马来西亚的网络新闻业有更为特殊与重要的意义。在拥有自由媒体的社会如英国，上网看《泰晤士报》或其他新闻网站，与掏钱买一份纸本的《泰晤士报》，可能并无特殊差异；但在传统媒体遭政府严厉管制、舆论市场一元化的马来西亚，原生新闻网站不只是传播新闻讯息而已，更承担了协助民众行使知情权与言论自由的使命，其存亡与一般商业媒体之存亡，焉能相提并论？

如今，抢救异议新闻事业，读者的角色似乎十分吃重，问题是，读者在汲取异议新闻网站带给他们具有启悟意义的讯息，以及言词间赞扬原生新闻网站为马来西亚的民主化与舆论多元性做了伟大贡献之际，愿不愿意秉持“有钱出钱、有力出力”的精神，掏出一块钱抢救异议新闻事业呢？想象一下，《独立新闻在线》兢兢业业且刻难地奋斗了五年，有朝一日我们必须仰赖读者付费才能延续过去五年的成果时，读者是否愿意说声“I do！”？（2010年7月23日）

---