

错把冯京当马凉： 咖啡馆不是咖啡店

作者 / 唐南发专栏 Jul 25, 2011 10:45:50 am

【乱石崩云 / 唐南发专栏】从我初阅《经济学人》（The Economist）至今，少说也有二十年了。人在英伦而互联网并不普及的那些年月，这份杂志不时报导一两则马来西亚相对重要的政治新闻，聊胜于无。每次杂志一到手，总是先打开亚洲的部分，然后才是其他。

《经济学人》每周五准时在伦敦各书报摊面市。1998年9月4号，我不但在杂志里头找到马来西亚，还获知副首相安华两天前已遭革职。我的烈火莫熄记忆，就源自那一天。

其实我一直不很认同《经济学人》过分推崇放任的经济自由主义；也不苟同其某些国际议题的立场。之后互联网上可供选择和参考的资讯更多，加上发现其他更适合我口味的杂志期刊（例如深度评论英美与欧盟政治的Prospect月刊），也就减少碰触《经济学人》。但我从不否认这是一份具有广度和深度的权威杂志。

互联网冲击主流媒体

我原先并不知道《经济学人》近日刊登一份长达14页的专题报导，谈论互联网如何颠覆新闻业，促使其转型。若非《星洲日报》副总编辑郑丁贤在《回到咖啡店》一文中提及，并借此反击所谓的“愤青”，随后遭他人面子书上揭发错误诠释或扭曲，我肯定错过这份内容丰富精彩的报导。

《经济学人》的通篇报导，从社论《回到咖啡馆》（Back to the coffee house），引文《来自未来的公告》（Bulletins from the future），到结论《回到起点》（Coming full circle），中间涉及的议题包括报纸在先进与发展中国家各自的前景，报社如何寻找新的商业模式，阅听人已不再是消极的受众，以及《维基泄密》模糊了新闻事业与社会运动之间的疆界等等。

我认真地把整份报导读完，发现当中阐述的并非郑氏所担心的什么“咖啡店里……没有一套专业和道德准则……社会一片混乱，没有人相信谁，没有人确定发生什么事，只有小道消息，咖啡店言论”。

和郑氏的理解相反，《经济学人》的这份深度报导强调的是通过互联网传达的另类资讯如何冲击了主流媒体的运作模式，既破旧又立新。其所举例的另类资讯皆认真而严谨。例如“巴基斯坦的一名电脑顾问无意间经由一系列推文（tweets）描绘了围剿奥萨玛藏身处的情况；2008年的孟买恐怖袭击事件，也是由在场者使用推特做实时报道。”

又例如2004年，美国CBS广播公司的《60分钟》节目基于一份外泄的备忘录，报导小布什总统于1970年代服役期间曾凭借家庭关系获取特殊待遇。一些部落客对该备忘录提出



质疑，却遭CBS奚落为“一个穿着睡衣坐在客厅里头发表看法的人”（a guy sitting in his living room in his pyjamas writing what he thinks）。结果部落客们是对的，CBS撤回相关新闻，而知名主播Dan Rather也被迫辞职以示负责。

此外，报导也引述《纽约时报》社交媒体编辑Liz Heron，谈到阿拉伯起义和日本地震之后，新闻从业员摒弃原先轻视的态度，转为重视社交媒体。美国网络报章《赫芬顿邮报》（The Huffington Post）创办人之一的阿丽安娜赫芬顿肯定网络阅听人的贡献，因为他们不再只是消费新闻，反而参与分享和增加其内容，与新闻产生了一种极具活力的关系（it's a very dynamic relationship with news）。

英国《卫报》总编辑Alan Rusbridger 则认为“只要对他人的贡献持开放的态度，一般上就能获得更为丰富、良好、多元和精准的内容，这比试图独撑来得好”（If you are open to contributions from others, you generally end up with richer, better, more diverse and expert content than if you try to do it alone）。

新闻不再是新闻从业员专利

《经济学人》这份质量兼具的报导有着什么样的结论？即新闻事业已不再是新闻从业员的专利。若要成功，媒体机构“必须以服务读者而非广告商为导向，拥抱社会特征，协同合作，放下政治与道德身段，并停止尝试在新闻业周边建立壁垒以保障自身的地位”（They need to reorient themselves towards serving readers rather than advertisers, embrace social features and collaboration, get off political and moral high horses and stop trying to erect barriers around journalism to protect their position）。



就马来西亚而言，媒体机构若渴求成功，务须以读者为中心，而非向权力靠拢。看看面子书和其他网站上的网民们如何提供一段又一段的画面以驳斥廖中莱和警方在同善医院事件上的谈话，就知道新闻业已经到了一个变革的关口。这些网民以真名实姓甚至真面目示人，已然迥异于所谓“咖啡店”中的匿名“愤青”。他们争取的，是在威权体制中对新闻的发言权和主导权。

《经济学人》的报导于是呼应了其引文的立场：“新闻变得更加社会化、参与性、多样化和党派立场之际，它在许多方面亦回到大众媒体在19世纪出现之前，较为混沌、随心所欲和充满政治色彩的的环境。虽然互联网对新闻工作者产生了极大的干扰，对于消费者而言——他们如今有了更多的新闻来源可供选择，以及各式各样读取新闻的方法——业已证实，这是一个几无保留的祝福。”

（It will argue that as news becomes more social, participatory, diverse and partisan, it is in many ways returning to the more chaotic, freewheeling and politically charged environment of the era before the emergence of mass media in

the 19th century. And although the internet has proved hugely disruptive to journalists, for consumers—who now have a wider choice than ever of news sources and ways of accessing them—it has proved an almost unqualified blessing.)

另类资讯提升新闻业素质

写到这里，这份报导的核心论点已极为清晰。它谈的压根儿不是郑氏所提的什么“小道消息”，而是能够提升新闻业素质的另类资讯。这个趋势固然会造成“干扰”，但受干扰的不是阅听人，而是原有那固态的新闻业运作模式。

换言之，把《经济学人》的观察放在马来西亚的语境中，社交网站资讯铺天盖地之势，会为星报、世华、新海峡时报和前锋报等媒体集团产生冲击，而非其读者。互联网上真真假假的讯息固然多如牛毛，但这丝毫不是该份报导的重点。郑氏虽非杞人忧天，但引用《经济学人》的这份报导来表达其忧虑，轻则是因为理解不足而张冠李戴，重则可能是为了达到某种目的而断章取义。

至于郑氏有关“公信力”的担忧，[庄迪澎](#)鸿文无范，我且藏拙。

这份珍贵的报导正面评价了社交媒体，通篇主题呼应贯通，怎么会被诠释成“网络媒体须以咖啡店为鉴”？这样水平的解读能力，《前锋报》亦瞠乎其后。

误读咖啡馆比喻

就算撇开该篇报导的内容不谈，郑氏依然闹了个错把冯京当马凉的笑话。《经济学人》所比喻的咖啡馆，绝非马来西亚随处可见的咖啡店（kopitiam），而所谓马来西亚中文网络舆论所出现的“咖啡店”之类的论坛更不可比拟。

滥觞于17世纪中叶而风行至18世纪末英格兰的咖啡馆，实乃男士们（其时女性政治权益不彰）针对特定政治与社会议题交换意见，观点和探讨概念之场所。这样一种民主论坛自然引发了国王的不安，于是查理二世下达对咖啡馆的禁令，不出两周即在民众抗议声中撤销。英国《独立报》尝有评论曰：“国王输掉了下来的战役，咖啡馆风行了起来，皆标志着英国宪法历史之转捩点。这些咖啡馆已成了民主之背脊，那人们以对等姿态碰面的地方，而他们的观点也相匹敌——甚至与国王对等。”

咖啡馆政治氛围甚浓，以至托利党（今保守党前身）和惠格党（今自民党前身）各有其所，一如目前许多英国酒吧有各自所支持的足球队般，只是少了偶尔的暴力。人们在咖啡馆内引经据典，各抒己见，加上里头备有印刷刊物供人阅读，咖啡馆一度被称为“便士大学”

（[Penny University](#)），意即人们只需付出一便士的低廉价格买杯咖啡，离开之时已然长了见识。

咖啡馆同时也是经济思潮和现代商业概念的摇篮之一。许多工业革命的论点由此产生，船商水手荟萃亦催生了英国的保险业巨子：[劳埃德保险社](#)（Lloyd's）。



深度而理性的讨论让当时英国的中产阶级意识到自己不只是国王的臣民（subject），更是国家的公民（citizen），咖啡馆俨然一个落实启蒙运动理念之场域。伟哉！可惜这个被德国社会学家哈伯玛斯视为极具公共领域代表性的咖啡馆，在郑氏笔下竟成了充斥着流言蜚语的咖啡店，让人不禁再次怀疑究竟是他误读、错读，抑或根本读不懂？

郑氏搞错漫画中英国背景

郑氏的文章一开头就犯了个致命的错误。假若他没有被网络上批评主流媒体不敢据实报导709净选盟大集会的声音激怒，而能够保持冷静并认真地研究，他会发现该期《经济学人》封面的漫画其实大有学问。



这幅漫画并非什么“以古讽今”，而是尝试想象古人会如何善用社交媒体。各位读者请留意漫画中那热闹的咖啡馆的墙壁上贴着两则广告：“轻博客上的小皮特”（Pitt the Younger on Tumblr），以及“玛丽安托瓦内特的部落格——新蛋糕食谱”（Marie Antoinette’s Blog - New Cake Recipe）。

小皮特即小威廉皮特（Pitt the Younger），乃英国史上最年轻的首相；玛丽安托瓦内特则是法国国王路易十六的夫人，即玛丽皇后，夫妻俩恶名昭著，大革命后死在断头台上。

此外，有个咖啡客提到美国独立运动推手托马斯潘恩（Tom Paine）用推特，而读者们更不可错过躺在地上的《茶叶党公报》（Tea Party Gazette）。

这些人物和事件出现的年份为1780年代前后，当时的英国国王为乔治三世，即维多利亚女王的祖父，维多利亚本身则要到1837年才登基。所以，当郑氏写道“一群维多利亚时代的男子”，根本就搞错了时空，因为漫画中的人物比维多利亚时代早了好几十年。而且，到了**维多利亚时代**，**英格兰绅士们的服饰**已经有了新的潮流，而非郑氏所描绘的“头上一顶假发，一顶高帽子，身上一套紧身衣……煞是可笑”。

郑氏不但搞不清楚漫画的时代背景，还言之凿凿地说“维多利亚时代的英国，还没有现代的报业，当然更没有大众传播；人们传播消息，交换资讯的管道，就是咖啡店”。

事实正好相反。打从19世纪初期开始，英国的新闻业就已蓬勃发展，其中具有影响力的包括《标准报》（今The Evening Standard）、《曼彻斯特卫报》（今《卫报》）、流行于苏格兰地区的《苏格兰人》（The Scotsman）、《伦敦新闻画报》（The Illustrated London News，已停刊），大文豪狄更斯曾先后服务过的《纪事晨报》（The Morning Chronicle）和《每日新闻》（The Daily News），拥护皇室和英格兰传统的《每日电讯报》（Daily Telegraph），两周前遭梅铎“壮士断腕”的《世界新闻报》（News of the World，创刊于1843年），全世界历史最悠久的犹太人报纸《犹太纪事报》（The Jewish Chronicle），以及为争取自由贸易而于1843年诞生的《经济学人》等。其中《伦敦时报》（The London Times，又称泰晤士报）早在1785年就已创刊。

反观曾经风靡社会的咖啡馆，到了1830年，即维多利亚女王时代开始前七年——已因为茶叶、工业革命和大众媒体的兴起而近乎消失殆尽，残存者则转型成为高档俱乐部。

媒体高层旧做法出糗

由此可见，从封面漫画到内容，郑氏彻头彻尾错误诠释《经济学人》的这篇专题报导已不容否认。内政部为了掩盖镇压709大集会的事实，在网络时代还诉诸人手涂黑《经济学人》，是愚蠢；但堂堂一份“具国际水平的中文报”的副总编辑在网络时代还以为蒙混可以过关，以至**误读甚至扭曲《经济学人》的专业报导**，吾人又该如何形容之？

马来西亚政府严控新闻，媒体集团垄断资源，网民们从互联网上找到缺口，得以分享和强化讯息，对政权和与其交好的媒体形成了挑战，让许多人感受到了自己的公民身份和责任，主流报章竟对此现象完全麻木。



只能说：时代改变了，视野扩大了，媒体高层却抱着以前的思想，坚持过去的做法，难免出糗，而且还糗大了。

因此，邓章钦对中文报业的批评非但切实，而且问题显然更为严重。如果还有**读者坚持郑氏的《回到咖啡店》**不过是“见仁见智”的个人观点，若非迷信所谓的“大报”，就是彻底被误导。中文报害了谁？由此再添一例证。

📍 唐南发是时事评论人，毕业于英国伦敦大学国际政治系硕士班。

编按：本文作者义助《独立新闻在线》渡过难关，本文不计稿酬。欲解囊相助的读者请点击：[付款方式](#)