

# 年终报道: 华文网络的成长



## 纸媒转型 变革需勇气

王鹏



从业者说



今年8月,美国《华盛顿邮报》被互联网大亨贝索斯收购,陷入经营困境的“百年老店”在数字化浪潮中无奈易主。对此,有人惊呼“一个时代已经结束”。发行量萎缩、广告收入下滑,互联网时代纸媒的发展前景再一次成为媒体热议的焦点。

身处网络时代,海外华文媒体面临类似的挑战。如何熟悉并适应新媒体环境是所有华媒需要思考的问题。在网络化转型过程中,海外传统媒体的战绩喜忧参半。

很多华文报纸小而分散,常会受到资金、人员、技术等因素的制约,在海外打拼着实不易。面对信息化浪潮时,常常心有所往,然力有未逮。尤其在受众萎缩的情况下,诚如一些华媒老板所言,“生存是最大的问题”。

还有一些实力较强的海外传统媒体在网络时代应付自如,颇具转型的眼光与变革的勇气。《欧洲时报》社长钟诚表示,该报坚持以中文纸媒为支点,顺应时势向新媒体、全媒体进军。《日本新华侨报》从2002年起就尝试创办自己的网站,一路坎坷走来,现已成为日本华文网站的佼佼者。类似的案例在海外华文媒体中不胜枚举。

数据显示,1952年至2012年间,取得日本国籍的在日华人数超过12万。旅日华侨华人平日关注华文媒体时,希望了解日本政府对华人的法规政策,华侨华人的生活百态,各种娱乐交流等活动等信息。除此之外,日本本地资讯也是旅日华人关心的热点。

综合发行量、媒体品牌度等因素,《日本新华侨报》、《中文导报》、《东方时报》是日本最具影响力的3家华文媒体。通过了解其发展历程不难看出,这3家媒体也是最早利用网络、内容最具特色的华文媒体。2002年前后,这3家华媒几乎同时创办了网站。大家铆足了劲,想在网络时代抢得先机,如同蹒跚学步的婴儿,经历了各种困难与挫折,但依然不断尝试与探索,寻找适合自己的道路。



用户通过平板电脑浏览日本新华侨报网

经过十多年的发展,日本新华侨报依托《日本新华侨报》、《人民日报海外版日本月刊》的纸媒优势,每天提供最多、最快、最新的日本新闻、日本华人新闻;《中文导报》则利用网站推介各种文化活动,成功组织了多场中日大型文化演出;《东方时报》网站将重点放在旅游及流行时尚上,主要为游客提供信息服务。三大华文媒体分别在新闻、文化、旅游时尚上形成各自优势,共同为旅日华侨华人提供了广阔的视角与全面的资讯。

产生于网络时代的新媒体,变革与转型是永恒的主题。以日本新华侨报网为例,其成立、发展和壮大都得益于日本新华侨报不断进行的“自我革命”。

2002年,一直坚持文章原创的《日本新华侨报》社长吴晓乐发现,该报上的新闻开始大量出现在各家网站上。她敏锐地意识到,网络已经开始深刻地影响纸媒,这将是一个时代性的变化,因此,《日本新华侨报》必须有自己的网站。

想法固然很好,但如何创办一个网络媒体,大家心里却没有底。资金从哪里来?面对什么样的读者?怎么运作又如何盈利?问题一个接一个摆在面前,做还是不做?对此,公司内部的想法也大相径庭。习惯了运作纸质媒体的公司“写作腕”们,对网络媒体基本一无所知,害怕一旦做不好,反而砸了大家辛辛苦苦打造的纸媒这块牌子。

当时31岁的吴晓乐摆事实、拿数据、讲道理,并表示即使网站与纸媒脱钩,也要做起来。“网络洪流挡不住的,做或许是找死,不做却是等死。干什么事都不能等所有材料好了才下锅。做!”她最后一锤定音。

时不我待,要做就要快。从做出决定到日本新华侨报网

开始运营,前后不到3个月时间。快速创办起来的网站,自然存在各种问题,需要及时调整。首先,网站创办时采用日式网站设计,很快有华人网友反馈“不符合华人阅读习惯”,对此,日本新华侨报网参照中国主流新闻网站的模式进行改版。其次,为了满足各方需要,网站最初定位为“大而全”,但后来发现丧失了核心竞争力,于是将自身定位明确为“新闻类网站”,并形成“报网联动”的模式。目前,日本新华侨报网的日均浏览量已超过61万。

日本新华侨报网的成长故事,折射出部分海外华文网站建立、发展、壮大的轨迹。在海外创办华文网络着实不易,尤其是传统媒体,更要有变革的眼光与勇气。“变革、变革还是变革,网络时代只有永远比人家快半步,才能成为新媒体的弄潮儿。”《日本新华侨报》总编蒋丰如此感慨。

展望未来,日本华文媒体的发展并非一路坦途。在向新媒体的转型过程中,日本华媒由于资金、人员、技术等方面的实力所限,无法与当地主流媒体比拼,因此必须找准自身的定位。从转型历程来看,内容以日文为主、目标受众瞄准日本读者的华文媒体,都未能取得理想的发展结果,而主打“华人路线”的华媒则取得了很好的成绩。这种状况对日本华媒来说既是机遇又是挑战:虽然华媒通过新媒体为旅日华侨华人提供更多、更好的资讯服务,方便其学习、工作、生活,但反过来讲,华媒影响力主要局限于华人圈,对日本社会与民众的辐射力还远远不够。如何在新媒体转型过程中取得两者的平衡,是日本华文媒体共同面临的课题。

(作者供职于日本新华侨报)

## 华文网络 势不可挡

高炳

改革开放以来,众多中国青年走出国门,在世界各地学习、工作,海外华人群体中出现越来越多年轻的身影。不像老一辈华人那样钟爱报纸,年轻一代拿着手机上网冲浪,网络已成为其获取信息最主要的方式。

年轻受众是华文网络的宝贵财富。加拿大“温哥华在线”有许多80后、90后版主,他们经营的网络社区增强了访问者的忠诚度。除此之外,也有众多海外华媒在微信、微博等社交平台“安营扎寨”,受到年轻人追捧。以新浪微博为例,英中时报、中希时报、欧洲时报、新西兰华页报社、西班牙欧华报、美国侨报网、北欧华人网、中荷商报、北美世界日报、美国中文电视、阿根廷中文网等多家海外华媒经过新浪认证,通过社交平台与海内外网友沟通交流,其中不乏粉丝过万的账号,目前,“美东侨报”的粉丝数已超过200万。

数字时代的海外传统媒体在信息浪潮中默默坚守,用专业主义为自身赢取立足之地;华文网络作为后起新秀,虽略显稚嫩但锐气十足。加拿大《财富世界》杂志社长任大伟曾说:“中国大陆走出的是新移民,新移民需要‘新’媒体。”新一代海外华人的信息需求,正是华文网络乘风破浪的最大动力,虽然途中会遇到种种困难,但拓土开疆、势不可挡。



## 华文网络 寄托思乡情

李伟



受众说

作为长期生活在挪威的留学生,我平时非常关注华文媒体,因为它们是我与祖国保持深厚感情的重要纽带。海外华文网络为挪威华人与留学生提供本地的信息;浏览国内网站帮助我更全面地了解中国的新闻。

在北欧地区,有一个用户较多的中文论坛——欧中家(欧洲华人及中国留学生之家, kina.cc)。论坛分为挪威、瑞典、丹麦、芬兰等国家的专区,有交友/寻人、招贴广告、语言学习等诸多栏目。各国本地华人论坛和招贴广告栏目是比较活跃的板块,其内容涵盖了日常生活中的方方面面:留学问题、婚姻问题、房屋租赁、闲置物品买卖、旅游信息等。我平时最为关注招贴广告的板块,它提供了各类兼职招聘、物品出售和租房等信息。网站为网友搭建互动的平台,大家发布各类信息,

彼此交流,互通有无。

我还经常浏览另一个华文网站——挪威中文信息网,这里面有挪威英语新闻和中文滚动新闻,有信息导航以及聚会活动,还会发布一些工作信息和帖子,对我的留学生活很有帮助。

虽然在海外读书,我常常挂念祖国的点滴变化。浏览国内网站可以让我获取国内信息、寄托思乡之情。我在微博上关注自己的同学、朋友和一些北欧华人,看看大家在做什么、想什么,关心朋友生活的同时也丰富了我的留学生活。挪威有几个QQ群,其中“战斗在挪威”活跃度最高。这个群的成员以学生为主,留学生和当地华人的子女居多。大家平时聊聊天、谈谈学习、交流厨艺,话题丰富多彩。

从受众的角度来看,我希望北欧地区的华文网络能

够提供更为丰富的本地新闻。可能由于多方因素的影响,很多网站的本地资讯内容非常有限,并且更新速度很慢,一些活动信息都是靠网友在论坛上发帖来传播。华人在融入当地社会的过程中,这种不畅通的信息流动往往带来负面的影响。除此之外,我希望华文网络在报道中国新闻时能提供一种“本地化”的视角,结合当地的具体情况,最好能达到“本地信息华文化,中国信息本地化”,为华侨华人提供丰富、及时、独特的资讯。

在海外生活,华文网络让自己觉得并没有离家太远。我身在挪威,根在中国,华文网络架起了一座桥,连接着祖国与漂泊在外的留学生,为游子“寻根”提供了一个方便快捷的通道。

(作者为挪威奥斯陆大学中国留学生)

## 海外华文网络 现状与未来

彭伟步



专家说

近年,华文网络异军突起,发展迅猛,对传统华文传媒构成强烈冲击。当前,在世界其他国家创办的华文网站不计其数,一些有影响力的华文网站主要由留学生创办。这些网站时效性很强,新闻量较大,内容多样化且比较注重差异化,在新闻资讯的独特性上下了不少功夫,贴近海外留学生的生活,受到留学生和新移民的欢迎,为我们了解海外华人生活提供了一个窗口。不过传统媒体创办的网站消息来源比较权威,事实准确。如果说留学生创办的网站给人“阿里巴巴”的印象,那么传统媒体网站“阳春白雪”的色彩更浓一些。

按地区划分,加拿大华文网站已有600多个,美国的华文网站更多,据不完全统计接近800多个。在欧洲,华文网站不少,仅在荷兰和比利时,就有逾20家华文网站。在东南亚,华文网站的数量也很多,但它们主要是由传统媒体建立的网站,以推动传统媒体与新媒体的融合。在新移民比较少的国家,如中东等国家,由于缺少新移民以及受当地制度的影响,华文网站的数量就很少,故此,从目前的情况来看,由留学生创办的华文网站占据主导地位,信息来自于世界各地的华人网络,有点像网摘。

随着各种新媒体的快速发展,传统的华文传媒不得不面对受众群萎缩的危险。在新媒体的强劲挑战和网络传播强势介入的情况下,海外华文报纸的销量和华语电视的收视率均出现了下滑的趋势。海外传统华文媒体的生存本就不易,新媒体的冲击使它们的生存与发展面临

更大的困难。广告大量流失到华文网络中,这既反映了海外华文媒体必须向新媒体方向转型的事实,又反映了新媒体已经是华文传媒必然的发展方向。

从今天海外华文新媒体的发展趋势来看,媒体融合已经成为传媒业今后发展的必然趋势。一些运作比较规范、经营管理状况良好的华文传媒集团,已经朝着新媒体方向转型,如马来西亚星洲媒体集团,旗下拥有多个华文报刊和网站,逐步建立起跨媒体和全球化的传播网络。它抓住媒体融合的发展趋势,重点发展新媒体传播领域,并根据新媒体的特点在业务上进行改革和创新,不仅继续维持其在马来西亚和世界华文传播网络的影响力,而且还为读者提供了新的信息分享网络,其因应媒体融合而实现的一系列变革取得了明显成效。

当前,越来越多的海外华人从手机和网络获取信息,比如说,在加拿大,华裔的出租车司机因为在开车时用微信与其他人联系,受到乘客的投诉;在马来西亚,社交网络不仅受到年轻人的欢迎,一些上了年纪的华人也通过这些渠道获取信息,这说明向媒体融合方面转型,已经成为海外华文传媒生存与发展的必然选择。然而,虽然以网络为代表的媒体发展已经势不可挡,但是大多数华文网络的经营并不理想,它们在异文化空间中靠少量广告和捐赠苦苦维持,这对它们的长远发展来说,是一个极大的隐忧。

此外,华文网络以强大的传播力、渗透力和穿透力,为海外华人提供了生活与工作的帮助,在社区化方面做

得很到位,但是由于其大多只是做信息的汇集,而没有充分发挥媒体的教育功能,培养华人的文化与族群认同、实施“文化留根工程”缺乏力度,导致其在文化与族群的象征作用方面明显不如传统媒体,因此面对华人的母语危机,华文网络如何因应政治、文化环境的变化和新媒体传播的要求,在媒体乱局当中抓住媒体融合的机会,加强自身的变革与创新,构建全球化、跨媒体的传媒网络,强化中华文化的承传与华人族群的认同,走出唐人街的孤岛文化,任重而道远。

(作者为暨南大学海外华文传媒研究学者)



11月8日,华人聚集在纽约抗议此前ABC节目播出侮辱华言论。在此次华人维权的过程中,美国华文网络发挥着非常重要的作用。图片来源:美国中文网