



傳統媒體的轉型

2016-04-20 記者 劉敏慈 文



將時間推移到二十年前，當時人們的新聞來源主要是報紙與電視媒體，長久固定的營運下，傳統媒體形成一個龐大的人事組織，彼此分工清楚，如今面臨閱聽率下降，這些傳統媒體勢必要轉型，方能永續經營。

改變 從數位思考開始

傳統媒體的訓練非常扎實，記者具有高度採訪及撰稿的能力，重要的是，長期實務經驗培養出靈敏的新聞鼻，因此能在短時間內產出質量兼具的新聞，現任上下游記者汪文豪表示：「我自己是主流媒體出身的，這份工作給我非常有效的訓練，讓我對於新聞現場的掌握度更敏銳。」傳統媒體的記者在寫稿時，多是以報紙排版的形式呈現，然而報紙的形式並不適合在網站或是社群媒體上露出。



報紙已經不再是資訊傳播的主要管道。(圖片來源/UPSC)

《聯合報》副總編輯官振萱對此提出一個新的觀念，現代記者必須要有「端」與「流」的思考能力。她將「端」定義為記者必須思考到文章的呈現模式，舉例來說，在社群媒體的新聞應該精簡扼要，而且適合即時新聞，而在新聞平台的話則可將議題挖深。「流」的能力則是記者新聞產製的流程，必須瞭解出產新聞的每個環節，並精確地分配時間，讓新聞即時又正確。為了接觸更多讀者，新聞媒體除了有自己的新聞平台外，也紛紛設立專屬的粉絲專頁，有的甚至開發應用程式，像是《聯合報》、《端傳媒》及《關鍵評論網》等，滿足不同讀者的需求。

載具多元 不同閱讀體驗

新聞媒體會開發如此多元的管道，盡可能接觸讀者，主要的原因便是讀者接受訊息的平台從單一的報紙，至現在的多元化，早期用一樣資訊滿足百種人的模式已經無法使用。造成現代人閱讀模式分眾的原因很多，除了網路普及外，也跟新科技有關，不同的載具會帶給讀者不同體驗。

在現代，一個閱聽人通常會有二至三個載具，有個人電腦、手機、平板或是穿戴式裝置，這些都是能接觸新資訊的管道。每個載具都代表使用者不同的閱讀時間與體驗，像是在通勤的人可能就會用手機閱讀，而睡前的人可能就有滑平板看影片的習慣。

不同的載具也會對應到媒體的呈現方式，像是國外媒體YAHOO!奇摩的新聞應用程式在美國大受好評。此應用程式每天會幫讀者精選十篇以內的焦點新聞，而內容會依據讀者一開始所勾選的興趣話題產生，每篇文章配合一張圖，宜人的閱讀排版，加上定時提醒讀者閱讀新聞，讓此應用程式在程式商店得到高度評價。

媒體歷屆廣告

推薦文章

- 後站春天 延續家鄉的味道
- 探尋自我 背包客文化
- 文化新景象 街頭表演藝人

總編輯的話 / 胡浣莊



本期共有二十九篇稿件，以文字與照片為主，動畫四篇、新聞圖表四篇、影像三篇、廣播二篇、照片故事五篇。

本期頭條王 / 許馨仁



我是許馨仁，台北人。鼻子過敏，很愛喝開水，食量很大，很杞人憂天，但看待事情很理性。是最不像雙魚的雙魚座。

本期疾速王 / 薛如真



我是薛如真，粉紅與夢幻狂熱者。生性吵鬧卻又喜歡獨處，好懂又極好相處的一個雙魚座女孩。

本期熱門排行



巨型流浪犬 脆弱心靈
許心如 / 社會議題



框架外的人生 格外有意思
許馨仁 / 人物



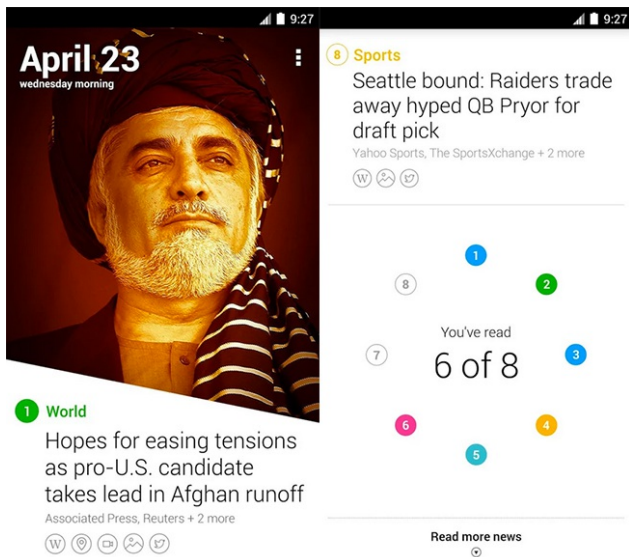
虛擬實境大蒐秘
吳維倫 / 科技



都市計畫技師面面觀
麻愷暉 / 文化現象



帥氣中性 戴安娜忠於自我
呂安文 / 人物



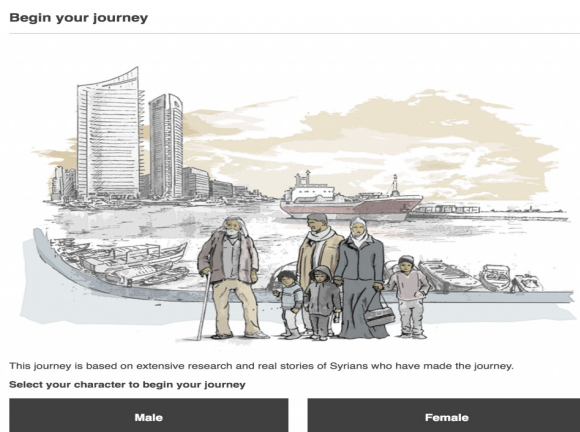
活潑的介面令閱讀舒適，定時更新則加強讀者黏著度。(圖片來源/Tech in Real Life)

國內新聞媒體也有開發平板專屬的新聞閱讀器，讓讀者可以在平板上閱讀互動式新聞，針對大多讀者在平板上滑與點的習慣，讓資訊與讀者互動。舉例來說，像是踢球或是拉動時間軸的動作，在平板上，具有較大的版面，也有讓影片與動畫有發揮的空間，比手機可承載更多訊息。

閱聽人除了隨著時間變換不同的閱讀載具，閱讀習慣也不停地變化。例如過去人們在通勤時，可能在手機上看網路新聞，因此這類手機網路新聞不能夠太長，篇幅約在三百字至五百字之間，翻頁功能也會減低閱讀意願。但現在許多人可能在捷運上看影片，因此像是《關鍵評論網》，便在影音部推出關鍵七十七秒，使讀者可以在捷運一站的行車時間內閱讀完三則國際新聞。官振萱說：「人們閱讀習慣都是千變萬化的，能夠抓住趨勢的關鍵就是多思考跟多調查。」養成習慣，才能讓新聞在資訊爆炸的多螢幕的時代，成功地接觸到最多讀者。

國外發展 如火如荼

美國及英國的主流媒體，在新時代的來臨，領先其他國做最新的嘗試。結合互動與故事，讓讀者在吸收故事時，更能印象深刻，像是英國《衛報》推出的敘利亞難民遊戲，藉由遊戲述說難民的故事，讓玩家了解他們生活中的風險與無奈。而《紐約時報》則在奧運中將選手的姿勢一一分解，並讓讀者能針對不同階段的姿勢，點進該動作進行深入了解。



讓讀者選擇自己的逃難路線，體驗難民生活的艱辛，

並希望引起更多人關注難民議題。(圖片來源/BBC新聞網)

《紐約時報》之所以如此積極，除了要鞏固自己的新聞品牌的地位，不被後起之秀取代，更是受到數位浪潮的衝擊。近幾年已經兩次縮減人力，而在網路成立付費牆的盈利模式，希望讀者能為內容付費，然而效果不彰，因此目前還在繼續嘗試中，並在未來增加互動新聞或資訊新聞的人力，極力將傳統媒體數位化。

國內媒體轉型 荊棘中學習

不同於國外，國內的發展多是由網路原生媒體先做許多嘗試，而確立了新模式具有一定的收視族群，主流媒體才願意投入。造成這樣的原因，可能與組織大小有關，因為傳統媒體大多屬於科層

化組織，員工之間有階級制度，雖然可讓新聞產製較嚴謹，但也比較保守，因為只要一小幅度的改變，都會牽一髮而動全身。但是新媒體則較有彈性，找到新的方法就可大膽嘗試。像是《報導者》的共同創辦人何榮幸曾在演講中表示，《報導者》是個扁平化組織，沒有主管與員工的分別，每個人都可以提出自己的想法，並發揮自己的創意，享有創作自由。

現在主流媒體大多已體認到紙媒只是一個管道，就像社群媒體或是電視，接觸某個特定族群的媒介，未來讀者的面貌會越來越零碎，興趣也會越來越分化。因此每個媒體都必須開發自己的多元管道，而背後的風險其實也很巨大。官振聲表示：「能不能轉型成功，都在於主事者願不願意冒險嘗試。」每一步都是風險，而每一步也都是機會，國外雖有許多看似成功賺錢的營利模式，但也有許多投資大量金額卻失敗的例子，目前，大多傳統媒體都在不斷地嘗試新方法，希望能在數位時代找到對應的經營的模式，挺出這次網路對新聞產業的衝擊。



牆經濟 線上線下應用

只要一面牆、QR Code和能上網的智慧型手機，就能輕鬆完成購物，到底什麼是牆經濟？



框架外的人生 格外有意思

就讀台灣大學社會系的陳其農和法律系的王馨妤，成立格外有意思工作室，將格作品製成田點販售。

▲TOP

關於喀報 聯絡我們

© 2007-2016 國立交通大學 傳播與科技學系 All Rights Reserved.

Powered by  DODO v4.0