



數碼年代的新聞業何去何從 – 記 Digital Journalism World 2015 峰會

「今時今日一個新聞工作者的成功秘訣很簡單- 你只需要懂得寫作、編輯、拍片、剪接、編碼(code)、駭客技術(hack)、破解演算法(algorithm)、擁有一架拍攝無人機、懂製作播客(podcast)、現場串流直播以及用社交媒體作實時報道。」

筆者五月在新加坡參與了為期兩日的 Digital Journalism World (DJW15) 峰會，以上引言就是峰會主席 James Neufeld 的開場白，概括了數碼年代從事新聞工作的挑戰。

峰會已經是第二屆，今次近二十名的講者，可以粗略分為三類人士，包括



- 1) 全球知名媒體負責新媒體的總監或編輯，包括 BBC、CNN、《The Huffington Post》、《金融時報》、《華爾街日報》、《紐約時報》、《華盛頓郵報》、《經濟學人》等代表都來分享他們利用新媒體從事新聞工作的最新方法，探討到目前為止成功及失敗的經驗；
- 2) 專門研究新媒體對新聞業影響的學者 (有趣的是，他們大多是從新聞業界轉投學術界的學者)；
- 3) 在佔領華爾街期間，僅憑一部智能手機進行 21 小時馬拉松視像直播而一舉成名，由抗議者變成記者的 Tim Pool。

單人匹馬手機直播新聞予數十萬觀眾

大會安排 Tim Pool 在峰會首部分發言十分有意思，因為這位「八十後」如何做新聞，正好體現數碼科技如何改變新聞業。Tim 沒有進大學接受傳統新聞學系訓練，高中畢業後專注於非牟利機構的社區工作。四年前參與「佔領華爾街」本來是以示威者的身份參與，但他發覺電視新聞看到的畫面，與他在現場所見的很不同，所以決定當起「記者」，用智能手機配合相關手機應用(app)進行網上直播。結果他一舉成名，多次直播都獲得數以十萬計的觀眾，連《時代雜誌》都推舉他成為一百大風雲人物。



Tim 此後就當上記者，專門採訪大型群眾示威以及相關的衝突。他形容自己的採訪方法為「移動第一身新聞報道」(mobile first-person journalism)，他會一邊跟隨示威大隊前行一邊拍攝，讓觀眾彷彿置身於示威的群眾當中；他會直播自己被警察驅趕追截的情況，讓觀眾身同感受；另外，網民亦可以即時與 Tim 互動，告知 Tim 他們希望看到的拍攝角度。網民亦會提供新聞線索及幫忙核實新聞資料支援 Tim。

Tim 熱愛研究如何用不同科技幫助他在現場安全及迅速地採訪，在峰會上即場示範如何用 Android 智能手錶隱閉地拍攝及錄音。Tim 表示，觀眾在大事件中渴求接近現場的即時一手資訊，所以影片聲畫質素不需要特別高。他覺得自己有別於傳統主流媒體「隔岸觀火」式報道的第一身報道，正好滿足觀眾的需要。

大家可能會問: Tim 的報道會一面倒偏袒示威者嗎？有趣的是，Tim 在峰會上強調，自己信奉新聞應持平地反映真實，他也對現時網民各走各路，在網絡世界只尋找相同意見來接收感到擔憂。他舉例，在一次示威者與警方的衝突中，他在 Twitter 上差不多相同時間上載了一名示威者破壞公物以及警方將他制伏的兩張相片，結果網民只是瘋狂轉載警方「粗暴」對待示威者的相片。他擔心這種網絡傳播方式會對事實真相嚴重扭曲。

Tim 讓我們看到數碼科技如何協助前線新聞工作者，令他們更快捷更安全地在現場報道新聞，而且製作新聞不再需要依賴財雄勢大的傳媒機構，任何一個公民拿起手機，只要有獨特的視角，一樣可以製作影響力廣泛的新聞。

依靠科技，一般市民都能當起記者，有學者不禁再行前一步問：機械人及電腦程式會否取代人類成為未來的新聞工作者？

學者研究:讀者認為機械人及真人寫的新聞可信度無分別

美聯社及福布斯等傳媒機構陸續都已經用「機械人」寫報道，原理是利用電腦軟件，將一些有特定格式的資料(如公司業績、天氣報告、體育賽事)自動轉化為一篇新聞報道。來自荷蘭的學者 Hille Van Der Kaa 想了解，究竟讀者有沒有能力分辨機械人與真人的報道？讀者是否相信由機械人所寫的報道呢？



Hille 在峰會上分享了她初步的研究結果。她發現不少讀者已經不能分辨由機械人及真人所寫的一些財經報道。另外，她想分別了解一般讀者和新聞工作者，對機械人自動撰寫的報道的信任程度有沒有不同。結果是：一般讀者其實不太關注由誰來撰寫報道，他們覺得機械人及真人的新聞報道可信度一樣，而新聞工作者一如所料，就覺得機械人的可信度較低。Hille 認為這結果值得新聞工作者深思，有沒有高估了自己在讀者心目中的重要性，又提醒記者們要加快提升一些不會被電腦輕易取代的新聞報道能力。

機械人發展成熟到廣泛應用於新聞工作，可能仍然是言之尚早。在峰會上，多間全球知名媒體負責新媒體的總監或編輯，就選擇將焦點放在智能手機及社交媒體崛起對他們製作新聞流程的影響，以及如何利用新平台做好新聞。

社交媒體報道的成功方程式：要有「個性」 以「解決問題」為導向

2005 年成立的 Huffington Post (HP)，一直是本港不少網絡媒體參考的對象，去年 HP 的報道在 facebook 被讚好(like)、分享(share)及評論(comment)的次數，在全球媒體中位列第一。HP 環球社交媒體編輯(Global Social Media Editor) Ethan Klapper 表示，今時今日要在 Facebook 取得關注，影片為主一定是王道。另外，放在社交媒體的報道所用的語氣用字，一定要有「個性」，讓人覺得你是一個人，風格要夠有趣。將平常一本正經的新聞報道放到社交媒體上，必然會被冷落。Ethan 亦發現，以「解決問題」為導向(solution-focus)的報道，例如「五個你使用 X X 新手機的小技巧」、「如何用五千元環遊世界」等，在社交媒體特別受落。

CNN Digital 編輯 Etan Horowitz 亦有相似的看法。他發現利用智能手機收看新聞資訊的群眾，與用桌上電腦收看的一群比較，習慣及喜好都十分不同。提供新聞予移動用戶，最重要是讓讀者有投入感(engaged)，所以 CNN 除了提供以用戶為本的「解決問題」型報道文章外，在應用上亦會提供「個人化」的新聞選擇，讓用戶根據自己感興趣的地區及主題接收資訊。

另外，CNN Digital 去年八月移動用戶的瀏覽量，與傳統電腦網絡版達至各分一半的局面後，他們就全面落實移動優先(mobile first)的報道策略，包括在每個員工的桌上電腦上都加上「手機螢幕」，要求同事留意每篇報道在手機上是如何展示出來的；開編採會議時，他們亦會經常把「手機螢幕」投射到會議室的螢幕上，討論版面設計。



反其道而行：讓讀者覺得只看我們就足夠了

數碼年代強調自主性、個人化、即時性，資訊百花齊放，任君選擇。不過有媒體亦發現，很多用戶並沒有想像中那麼「主動」，在茫茫的資訊大海中，他們反而感到無所適從。這些人仍然喜愛有人告知他們，什麼才是最重要的資訊。有見及此，不少媒體亦依循傳統的新聞模式製作手機應用(app)，由他們挑選每天最重要的新聞消息，定時定候為客戶送上「日報」。

《經濟學人》就是其中之一。他們推出了名為 Espresso 的 app，由名字已經可見它的定位——一份讓讀者在早餐時可享用的「晨報」(morning briefing)，刊載的文章都是《經濟學人》編輯覺得當天最需要留意的大事。《經濟學人》東南亞特派記者 Mark Johnson 在峰會上表示，《經濟學人》的定位是作為讀者信得過的過濾器(trusted filter)，目標是讓讀者覺得只看他們的報道就足夠了，不用憂慮再四處尋找其他的資訊。

雅虎也有類似的觀察。Yahoo! News Digest 執行編輯 Marc Lourdes 表示，現時每日在網絡上出現的新聞資訊量，大約相當於 174 份有 85 頁的報紙，令網絡報道經常出

現 TLDR (Too Long; Didn't Read 文章太長未曾閱讀) 的現象。因此，他們設計的 app 分早上及黃昏每天兩次的指定時間，向用戶提供當天最重要的資訊，由 Yahoo 的編輯負責挑選及編排新聞的次序。

結語：數碼年代的新聞需要僱主給予時間空間

這次有關數碼年代新聞業的峰會，讓我看到前線新聞工作者如何利用科技更有效率地在新聞現場做好報道；偵查報道記者如何用科技在全球共同協作，以及用更有效率的方法從大量文件中找尋新聞；編輯如何因應社交媒體及移動裝置的讀者需要，編寫及設計新聞，以及部分媒體因應用戶的資訊焦慮，在設計應用上走回傳統新聞的模式。

參加了這兩天峰會，最令筆者感動的是這班新聞工作者對於探索如何用科技做好新聞的熱誠。筆者在峰會期間與他們私下交流，大家亦不約而同地提到，數碼科技如何與新聞結合屬新事物，他們都慶幸僱主給予時間空間作多方面的嘗試，創新的研究不可能由要應付日常新聞的記者同時兼任。我也寄望香港的媒體僱主有同樣的長遠目光，能讓新聞同業有更多時間空間，探索數碼科技與新聞業結合的各種可能性。

蘇銘恒

恒生管理學院新聞及傳播學系高級講師

5.2015