



美國傳媒參訪考察隨筆

近年來香港的媒體市場發生了很大變化，互聯網媒體急速發展，加上越來越多人選擇直接透過網絡社交平台接收新聞資訊，傳統媒體面對轉型的壓力也都越來越大。筆者在今年六月初有機會參與由新聞教育基金舉辦的媒體考察團，去了美國洛杉磯、三藩市、華盛頓及紐約，參觀訪問了一些傳統和一些新媒體，當中有不少都令到筆者印象深刻。

傳統電台的生存模式

「你給我 22 分鐘、我給你全世界」一句對時下年青人來說，可能覺得十分「老套」的口號，正正講出了這次筆者有機會到訪，位於紐約，有 50 年歷史、堪稱全美國收聽率最高的新聞電台 1010WINS RADIO 的精髓。



電台的新聞及節目總監 Ben Mevorach 及主播及 LEE Harris 為訪問團介紹了電台運作的情況，亦指出他們一個非常簡單的目的，就是「making story simple for people to understand」，在交流的過程中，筆者亦能體會到他們對傳統電台營運的一份堅持。

筆者過去 20 多年都是從事電台新聞工作，大約在 10 年前開始「轉型」，參與多媒體製作，過程中深深感受到傳統電台營運所面對的轉型壓力，亦都見證着自己工作的電台在過去十多年間的轉變。筆者在過去幾年也一直在思考，電台營運如果不跟隨(或說配合)新媒體發展的模式，是否就沒有辦法生存下去呢？

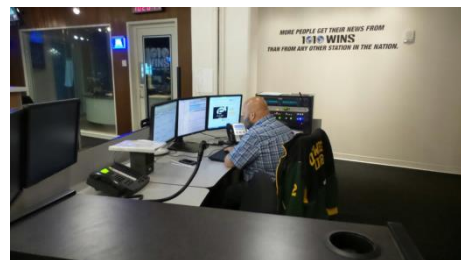
香港並沒有像 1010WINS 這種提供全天候無間斷二十四小時更新新聞、天氣、交通、等等信息的電台，而當中更令筆者驚訝的是 1010WINS 完全沒有「口水」節目，全天候都是靠「實實在在」的新聞及資訊去填滿所有廣播時間，著實是一件不容易的事情。

另一個令筆者感到十分有意思的，就是電台主播 LEE Harris 在會面當中提到，1010WINS 的聽眾當中，有大約 7% 是介乎六歲到十一歲。當我們現在都說聽電台的人越來越少、聽眾年齡越來越老化的時候，筆者聽到這個數字的時候第一個感覺是「咦！不錯喔！」。

Ben Mevorach 介紹，原來他們有不少聽眾，是在駕車時播放 1010WINS 的節目，車上的小朋友由最初被「迫」跟大人一起聽，再經過大人的介紹，「潛移默化」也成為了他們的忠實聽眾。

不過現實歸現實，Ben Mevorach 及 LEE Harris 都承認，他們大部份的聽眾都是在駕駛途中收聽節目，這跟其他電台面對的情況也差不多；但他們都再三強調，對駕駛者而言，電台始終是最有用及有效率的媒體。當然電台亦都不能不回應大時代的轉變，在網絡世代興起的情況下，1010WINS 亦有透過不同的社交媒體平台發佈他們的新聞。

1010WINS 的規模不算太大，據介紹每天在外面「跑」的記者大概亦只有 10 多人，作為紐約地區的電台，新聞選材亦會以迎合紐約地區聽眾為主，當然在其他重要新聞方面，電台亦會與其他媒體合作，引用不同的新聞素材作廣播。



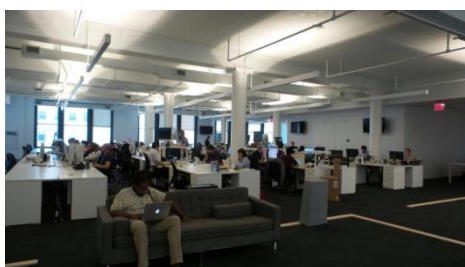
對於越來越多電台考慮採用 Visual Radio 的方式進行廣播，將播音室現場畫面即時傳送給「觀眾」，同時在畫面上提供更多的即時資訊，LEE Harris 對這種做法有保留，其中一個原因就是 1010WINS 屬全新聞電台，並非走「明星」路線，這是有別於一般電台的；其次就是「載具」是否配合電台的目標聽眾-「紐約大都會的駕駛者」仍然存有疑問。

那麼 1010WINS 如何應對廣告收入方面的壓力呢，LEE Harris 介紹，電台近年經常會在位於總部，一個可以容納百多人的錄音室舉辦活動，包括一些迷你的音樂會等等，即使是場內的一張桌子、一張椅子都可以接受冠名贊助，從而開拓收入。不過非常可惜就在七月初，傳出了 1010WINS 母公司哥倫比亞廣播公司計劃分拆虧損的電台業務，當中就包括了這間 50 年歷史的紐約新聞電台。

此時這幾年間一直在筆者腦海中的問題又再浮現「電台營運如果不跟隨新媒體發展的模式，是否就沒有辦法生存下去呢？」

嶄新的新聞閱讀體驗

筆者過去幾年有參與過開發一些新聞的手機應用程式的工作，在設計的過程當中，往往都需要從用戶的角度出發，考慮使用的介面或者可以瀏覽的內容，其中一個最重要的考慮就是讀者閱讀新聞的習慣，作為一個長期從事傳統新聞工作記者，筆者深切體會要跳出傳統框框

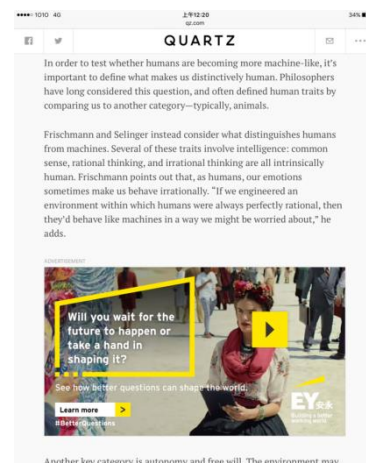


真正是「講就容易，做就...」，要在設計當中引入全新的模式去改變讀者的閱讀新聞習慣，會是一個非常大膽的嘗試。今次美國之行筆者到訪了位於紐約的網絡媒體公司 Quartz，正正就是勇於創新的表表者。

踏入 Quartz 的辦公室，只有簡單的裝修，一個個年輕人埋首在跟前的電腦工作，牆上掛着的大屏幕電視就顯示着當時 Twitter 最熱門的話題排行榜，可見這個近年成為網絡媒體新貴的 Quartz 對「網絡」有多重視。



作為過去幾年在網絡洪流當中應運而生的財經媒體網站，Quartz 的網站獲得不少業界的好評，正如公司負責人介紹，Quartz 的業務持續有顯著增長，廣告收費更加是一般同業的 10 倍。其中一個原因就是們在網頁製作的過程當中使用了一些新的元素，除了會利用不同的網絡社交平台催谷「人氣」之外，亦避免採用了一直被網絡用戶所詬病的彈出式廣告方法，而是採用了更容易被網絡用戶所接受的嵌入式廣告 in line advertising.

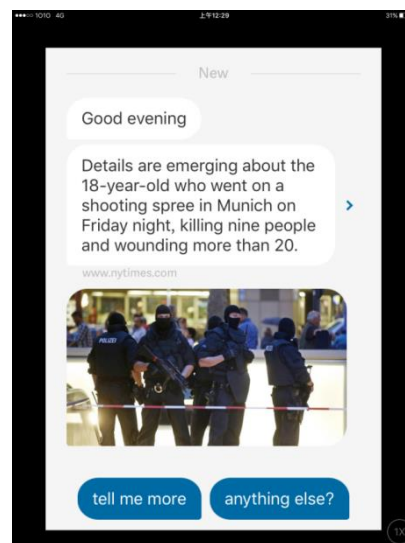


而被討論得更多的，就是 Quartz 在今二月推出的新手機應用程式，完全扭轉了一般新聞閱讀的慣性習慣。

新程式所採用的介面，是以聊天應用程式為藍本。對一般智能手機用戶而言，介面絕對不會陌生，但在閱讀新聞的過程中，又體驗了大大的互動性，

感覺既「熟悉」又「新鮮」，可以說是十分聰明的做法。

筆者在與管理層會面的會面中，即時簡單地試用了一次這個新的應用程式，無可否認這個新 APP 要比一般的新聞 APP 互動性強得多，當中不單單只是新聞，亦包括了一些動態的圖片，及 emojis 表情圖案，整個版面可以說是十分簡潔及新奇。筆者嘗試跟這些「預載」的新聞進行互動，整個新聞閱讀過程大約在 10 分鐘左右完成，之後要等三至六個小時後，才会有新的內容更新，稍嫌「唔夠喉」。不過 Quartz 勇於作出新的嘗試已經叫人刮目相看。



陳易安

香港電台新聞部多媒體助理總編輯

8.2016