

華視公評人報告

陳清河

2023.06.26

華視新聞資訊台如何結合新媒體強化國際新聞

前言

在全球化日趨明顯的時代，新聞產業結構的變動與發展過程中，強調新聞資訊國際化的步調必須日新月異日顯重要。然而，從新聞媒體內容之產業鏈加以觀察，傳統電視新聞媒體的製播，因礙於科技與人力的門檻，在內容規劃、圖文整合、動畫後製、人力結構、多元平台、授權條件、鏡面呈現乃至傳輸模式等，確實缺乏類似新媒體產業所擁有的「大頻寬、高畫質、強互動、廣連結、跨平台與多媒材」等多項整合優勢。除了傳統電視新聞產業之外，早期的電信、網路與行動三大平台，受到科技因素主導的相關資通訊產業亦然，例如傳送電話的電信產業，傳送資料的網路平台以及提供行動通話的移動服務產業，都因缺乏足夠頻寬與壓縮技術，得以流暢傳送影音內容，因此讓多元平台嘗試與媒體匯流的供需模式一直難以順利推動。如今，上述的科技議題逐一解決，如何結合新媒體強化國際新聞的作法，已成不可逆的趨勢。

基於上述的趨勢，本報告所要探討「華視新聞資訊台如何結合新媒體強化國際新聞」的議題，係依據產業經濟學的 SCP(Structure 結構、Conduct 行為、Performance 效益)三大面向的改變加以思考。簡言之，本報告將以電視新聞媒體產業的經營結構(無所不在的服務、社群結合的涉入)、內容產製行為(多媒材內容的整合、新聞資訊含量的調整)，以及產業績效管理(基於多平台的內容傳輸所衍生的更多授權、更多型式、更多點閱，以及更多售後服務的長尾思維)，探討後續電視新聞產業的發展及其與經濟績效的關係。基於以上的論述，個人提出具體的加強措施，含括「如何積極投入跨國合作共伴的作法、如何結合傳統與新媒體的運作、如何思考消費者客製化新聞敘事的需求，以及如何培植永續新聞製播的人力」等議題加以檢視電視新聞台的調整模式，並做為華視新聞資訊台結合新媒體強化國際新聞的參考。

如何積極投入跨國合作共伴的作法

世界各個國家中，包括美國之音、日本 NHK、美國 CNN 國際台、英國 BBC 以及韓國 Arirang TV 等媒體平台，都是面向全球觀眾觀眾的訴求，其共通的運作方式，皆是嘗試每日藉由新媒體平台更新其新聞資訊網站所提供的各類新聞內容，以及同時對其所設定的新聞題材予以議題設定，採取主觀、即時與深入分析和評論，並讓內外部民眾得以接觸更多元的國際新聞內容，無形之中更可提升該國的國際發聲權。

綜觀各國電視新聞頻道的國際新聞現況，概可分為「由內往外以及由外往內」兩類的新聞製播任務。例如 2022 年 10 月 3 日 TaiwanPlus 電視頻道的開播，

就是被期待定位是「由內往外」國際新聞發聲的任務，因此該頻道主要任務係將臺灣很多重要發展，能透過分享故事方式向全世界分享，讓世界聽到臺灣的聲音；不難理解，TaiwanPlus 成立的目的係被期待藉由國際傳播媒體的平台與發展，讓更多以臺灣角度或臺灣觀點的內容，得以代表臺灣在國際上發聲。如同 TaiwanPlus 電視頻道開播時曾在媒體上提及，從現實的新聞作業模式與經驗，臺灣不能只靠對臺灣友善的國際媒體，替臺灣發聲或展現立場，反而須將新聞傳播能力具體成立自己的國際媒體，並且製播從臺灣的角度讓世界看見的內容，才能爭取臺灣在國際上的發聲、對話、詮釋以及修正的權利。

由內往外的新聞製播若要吸引國際觀眾眼球，除了新聞資訊內容須具有多元性之外，也必須考量國際觀眾的喜好。必須具備製作來自不同產業、不同專業領域的題材的能力；更重要的是，如何藉由用自己的敘事模式，說出臺灣的故事與想法，讓國際人士認識或了解臺灣。但這並不表示就是直接把臺灣人愛聽愛看的主題直接送上螢幕，就算是陳述臺灣的故事，而是該更有系統性以及更有策略性，仰賴閱聽人調查的專業數據，規劃相關新聞資訊的主題。一言以蔽之，必須找出國際人士想聽以及臺灣想講的新聞議題，以證據導向的角度經營新聞內容，主動讓國際人士迫切地想了解的臺灣，更重要的是避免只是從本地觀點說故事，或是重複同一主題缺乏新意。總結而言，由內往外的國際新聞製播，就是必須強調如何讓國際關注臺灣新聞的意願。

然而，反觀臺灣現有眾多電視新聞專業頻道的任務，個人認為其與 TaiwanPlus 成立目的之最大差異，應可將其歸類為「由外往內」的國際新聞經營類型與功能，本報告所引述的華視新聞資訊台就是典型的個案。從此一思維，華視新聞資訊台電視新聞專業頻道的任務，除了如何快速、求新、確實以及簡單的專業態度，提供國內觀眾更多元化國際新聞訊息之外，進一步引發國內的社會大眾對於國際新聞的關注。

換言之，華視新聞資訊台的典型作法，係以轉化外部國際新聞資訊給予國內觀眾，對於國際事務的最新報導或引述為主要任務。因此為能兼顧新聞內容兼具廣度與深度的報導，華視新聞資訊台對國際新聞內容經常分成一般報導與深度報導兩大區塊。簡單的分工方式，一般報導係負責即時新聞之轉發(例如華視新聞快報播報國際新聞相關資訊的模式)，以及給予宏觀評論(例如華視三國演義專題節目的呈現)，每周以塊狀或帶狀節目的規劃，盡量跳脫傳統政論談話節目的運作模式，而是採取邀請專家深度講評最新國際政經的重大事件。

過去近兩年的期間，由於全球受到新冠疫情以及俄烏戰爭的影響，最明顯的是國際新聞流通的速度與質量快速的提升。基於國際新聞訊息的需求，國內各大新聞機構除了想方設法不斷增購外電，以便能維繫其媒體機構的競爭力之外，甚至為能超越其他媒體，經常採取臨時加派人力前往各國採訪新聞的作法。在新聞產製分秒必爭的年代，對於有些仍有駐外人力的媒體機構而言，此一搶時效的

新聞作業歷程中，無形之間的優劣呈現確實可立判高下。

然而，在全球資訊傳輸日益緊密的環境下，加上當下的電視新聞專業頻道的資源已難如過往的豐沛，華視新聞資訊台如何成為新聞台的典範，從跨國合作的共伴作法，帶給觀眾更豐富國際新聞資訊的服務，當然是促成國際新聞資訊更為活絡的另一積極作為。從面對當下新聞資訊極度競爭經營的思維，後續華視新聞資訊台嘗試想在國際新聞能更彰顯其特色，當然有須考量更多元尋求與其他各國家中較具規模的新聞機構，有計畫投入大量資源取得長久合作的關係。

從過去相關新聞資訊中看到，華視早在 2018 年 9 月就率先與美國之音簽署合作，期望透過國際知名媒體機構「美國之音」與華視雙方正式簽署合作備忘錄，將共享彼此的媒體資源，其中包括「白宮記者會新聞分享」由美國之音提供即時的白宮記者會新聞資訊，讓臺灣民眾能即時掌握美國最新動態與政府政策；「新聞拍帶共享」雙方將可以互相提供新聞拍帶，讓臺灣與美國的新聞資訊作交流；「美國之音紀錄片分享」美國之音針對不同議題與歷史拍攝紀錄片，未來華視能引入這些新聞紀錄片，製播深度新聞專題；「新聞攝影互相支援」雙方在臺灣與美國訪問，可互相支援新聞攝影，達到更即時的新聞採訪，讓臺灣民眾能即時掌握美國最新動態與政府政策，進而藉由臺灣與美國的新聞資訊作交流，不但在各節新聞增加國際新聞比例。再如，華視新聞資訊台曾於 2018 世足賽事期間，也與全球最專業的體育台 SNTV 合作，提供世足主辦國俄羅斯當地最即時的賽事新聞，上述這些合作個案的模式都是值得肯定的作為。

如何結合傳統與新媒體的運作

延續上述的論述，媒體在社會場域中所扮演的角色有其變與不變，華視新聞資訊台亦復如此。電視新聞內容產製的改變甚多來自科技因素，及其所導致供需結構的衝擊和產業生態模式變動的調整；但其不變之處，在於電視新聞需運用其對訊息傳達的影響力，營造傳輸平台與消費型態相互依賴的慣性。無論是居於變與不變的角色，華視新聞資訊台如何運用媒體「科技共生與合作共伴」的作法，應可視為重點經營方針。個人曾經在 Yahoo 論壇一篇「媒體機器人與新聞產製」的專欄中指出，包括新聞產製平台著重多元化與分眾化服務、融媒體新聞與消費工具影響新聞的供需、粉絲團的經營、多元新聞資訊讓篇幅增加並非新聞訊息量的增加、新聞呈現視頻大於圖片更多於文字的現象、新聞標題和內容滾動速度的改變、全球政經結構與新媒體的關係改變等情境。

近幾年在新聞產製體系出現許多新名詞。例如，在採訪端的網路爬蟲（web crawler），藉由爬蟲軟體更新自有網站內容並提供其他網站的索引；在寫作端的演算法新聞學（algorithmic journalism），引用 Automated Insights 公司開發的軟體 wordsmith，以及自動化內容產出的系統，如 Narrative Science 和 Automated Insights 針對大量數據進行分析進而寫出簡單的新聞；在編輯端引用 Upstartle 公司推出的網路文書處理程式 Writely，讓使用者儲存、編輯並分享文書處理檔案；在結構

化數據端，引用 2012 年華盛頓郵報啟動的「truth teller（訴真者）」，可實時比對新聞查核程式。以及在視覺產製端的動作捕捉（motion capture）與動新聞(news-in-motion)；在新聞播報端的 AI 新聞閱讀機器人(robot reporter)/AI 合成主播；在新聞消費端的數據驅動新聞（data driven journalism）與關鍵字 API；在新聞消費服務端，運用 AI 驅動的聊天機器人（Chabot）等皆屬之。

可以預見的是，隨著更數位工具的日趨成熟，有朝一日必然可藉由電腦自動控制方式，讓新聞內容與素材可運用周邊的智慧型工具，營造收視者主動參與的意願，或是進而促成融合互動的情境。亦即，不像傳統新聞線性敘事的模式，因受限於難以更動既有圖文或影音的素材，以及缺乏橫向連結與人機互動交談的助力，確實較難思考如何在新聞敘事過程，考量匯入素材或連結時間、方向的脈絡，建構預期推理的多元選擇。換言之，如將這些特質適當挪移至新媒體平台，更可結合各類「寬頻網路與互動技術」，改變過往傳統新聞之文本必須單一路徑的中心骨幹式敘事模式，也可讓新聞的敘事模式上更具彈性。

從網路新媒體科技共生觀點而言，數位化與匯流化趨勢所帶來多網聚合的電視新聞資訊流通模式，不但改變新聞媒體相關產業的營運模式，進而帶動各類消費概念的興起。不難推論，華視新聞資訊台應如何藉由新科技的日趨成熟與擴散，提供新的網路平台內容供需與新的主動與互動消費服務，必然成為營造新聞內容共伴效應的思維。在傳播科技與社會需求的引領下，數位化寬頻傳輸時代的來臨，傳統媒體產業應如何因應外在環境變化及結合有線寬頻、行動寬頻，乃至運用各類新媒體社群平台完成多平台內容轉換。後續，華視新聞資訊台如何經常透過官網、YouTube、Facebook 或粉絲團留言推薦的模式，已成為刻不容緩的議題。

如何思考消費者客製化新聞敘事的需求

彙整個人過往所發表文章的陳述，藉由媒體機器人的數據新聞產製，對於新聞製播最直接的影響，當然是新聞產製效率的提升；更危言聳聽的說法，甚至直指未來的記者職務將會消失。就新聞製播效率機制的思維，上述都是商業合理化的推估，藉由媒體機器人既可節省人力又可達到「新、速、實、簡」市場導向新聞學四大目標，當是何樂不為。其實充其量，這只是治標而非治本的新聞核心價值，僅將數據新聞產製視為純商業的機制罷了，真正的核心議題仍在「如何思考消費者客製化新聞敘事的需求」。

就以華視新聞資訊台之《華視最國際》為例，該節目在製播過程曾經對外強調，其節目型態以深入淺出、活潑生動的方式呈現，用淺顯易懂的語言，讓觀眾了解世界議題，讓國際新聞與觀眾零距離，這當然是一個節目如何營造溝通的基本條件。更值予肯定的是，該節目曾規劃當國際遇見財經的單元，讓節目帶著觀眾瀏覽國際財經頭條，節目內容每週配合不同國際新聞議題找來相關專家學者交

流互動，激發不一樣的效果與言論，順勢深度探討國際性新聞與時事議題觀點分析，尤其是幽默趣味的主持風格帶領觀眾走向國際，然而針對精準行銷的角度，進一步導入新媒體平台擴大該節目的影響力，如何善用數據分析反推題材的設計，卻是另一值得探討的課題。

無可諱言，目前有大多數的媒體經營生態皆有共識，網路數據產製是媒體機構更多元豐富的資料來源，如何藉由機器人的搜尋機制，提供源源不絕的內容創意與素材選擇，成為後續數位敘事的重要思維。過往一則新聞的採訪過程，極為重視的新聞內涵、新聞查証及新聞報導的公共性，但是在網路爬蟲盛行後皆漸難適用，取而代之的是，重形式勝於實質常規的新聞特色。換言之，當下網路與社群透過演算法所進行新聞內容的篩檢，通常不是聚焦在新聞的社會意義，僅著重在新聞的分眾與流通思維，這當然會扭曲科技的良善美意，但是也將是後續任何專業電視新聞台必須納入考量的事。

綜整數位敘事與傳統敘事之間較大的差異，在於媒體形式的非線性（nonlinearity）互動文本與線性（linearity）系列文本的不同；除此之外，涉及文本之間是否具有相互連結的關係、是否能透過網路節點銜接不同的資訊呈現，以及是否具有去中心化敘事規則等概念。數位敘事的主要特色，在於不用修改原作品的內容，只要調整資料庫的素材，就可建構多重軸線、多重時空與多重動線組合的敘事模式，此種作法在一般節目的呈現確實較為容易，但是針對新聞節目的呈現，就需有更精細的規畫。

依據上述寬頻網路與後期產製的技術環境，讓新聞媒體不在受限於單一或簡化的圖文、表格或照片媒材，而是可再結合影音、動畫遊戲、虛擬情境等多媒材連結組合的多媒體新聞文本。藉由多媒材以及使用者的接收與存取概念的延伸，不難想像數位敘事的新聞媒體文本內容，將可突破傳統的敘事框架，衍生更多元想像力的表達形式、溝通設計或消費情境，或可納入新聞作業模式的改變。總結此一議題的探討，華視新聞資訊台應該思考如何以新的敘事模式，帶給觀眾更豐富的國際新聞資訊，且更應以觀眾的角度，有系統性來介紹新聞主軸，擴展觀眾國際視野，深度探討國際性新聞與時事議題觀點分析。

如何培植永續新聞製播的人力

個人在今年上半年與幾位老師完成一份國際傳播人才培育的研究中提及，在全球傳播時代中，如何有計畫培育新媒體與跨平台國際傳播的人才需求已成為趨勢，新聞資訊的服務更是如此。不難理解，媒體內容產製複合人才的目標，係在落實跨專業的組合發展，培養新媒體社群分眾的觀念，藉由跨專業知識領域的整合，使不同學門皆能涉入全媒體的範疇，共同透過內容編輯優勢，積極建構產學融合的多平台人才培育的情境，以凸顯新聞資訊服務的特色。

面對各國傳播媒體產業環境與生態面臨媒體產業結構的改變，華視新聞資訊台宜以治本的思維，針對國際新聞資訊相關領域人才的培育，結合大學相關系所人才培育體系，提出具體相互扣連的作法。無庸置疑，國際新聞資訊傳播的人才培育，將是發展國際媒體的必要條件，對人才培育的相關作為除了積極養成國際傳播製播、管理與行銷人才之外，掌握國際新聞資訊國際市場的發展趨勢、進而促進國內新聞產業邁向國際，諸如跨媒體平台的創新內容製播與營運管理、大數據分析、進軍國際網路影音服務平臺，以及社群行銷經營等。因此，在報告的結論中歸納了以下幾項新聞資訊產製能力，必然是國際傳播不可或缺的條件，包括創新與組織管理的能力、資訊處理知識流通與科技應用能力、規劃設計與敘事言說的整合能力、國際傳播的題材組織能力，僅分享如下。

(一) 創新與組織管理的能力

網路世代象徵著創新與求變，創造能力業已成為未來國際媒體經營必備之條件，不僅有工作方式與產品的創造能力，亦要有思維上的創造能力。至於，新聞資訊的服務相關領域，儘管正在過渡到數位世代，但電視新聞台應與大學密切合作，仍然是新聞媒體職場上人才培育的重要法則。因此隸屬於公廣集團的華視新聞資訊台的經營策略，無論面對媒體科技相關技術如何進步，如何明確分由台內與大學共同尋覓國際新聞製播人才，仍屬當務之急。

(二) 資訊處理知識流通與科技應用能力

處在資訊的時代，資訊當然是核心。但所謂的使用資訊，蘊含處理資訊之能力，未能妥善處理資訊，則新聞資訊即使珍貴亦無用。本文上述已討論，華視新聞資訊台身為國際新聞資訊媒體經營的訊息生產者與傳遞者，除了應能讓同仁不斷掌握將新聞資訊善加處理之能力，對於數位化媒體內容之產製過程有所了解，最佳狀態是同時參與新聞資訊產製也能掌握新的產製工具與技巧，以及以大數據分析輔助新聞資訊與相關內容產製的發展。

由於新聞資訊轉化的跨領域人才不易培養，且新聞資訊產業都普遍缺乏經驗，新聞資訊如何在地國際化與國際在地化的思維已經無法避免，與過往國際新聞資訊傳播立意不同之處，網路平臺的營運在強調機構對機構，同時是機構對個人由主動轉化為新聞資訊互動的情境，因此相關跨國際的新聞資訊平臺，期盼擴大華視新聞資訊台的品牌能見度，仍須適度融入網路品牌社群的營運策略。華視新聞資訊台欲將國際新聞傳播成為媒體機構的重點，應加以歸零思考，重新理出另一跨國界、跨平臺與跨領域的人才培育模式。

(三) 規劃設計與敘事言說的整合能力

此一議題在前段也有了初步的討論，未來華視新聞資訊台的國際新聞資訊人才應具備設計與敘事言說的整合能力。首要條件中，設計能力含新聞資訊之形式與呈現方式，尚包括最恰當的工作流程，而在此新聞資訊產製過程中，也要有

整合資源以利完工之能力。其次，身為新聞資訊訊息的產製者與傳遞者，「說故事」乃國際新聞傳播人才必備之技能，現在更需要創新的數位敘事能力。簡言之，說故事不僅僅是把新聞資訊說出來，而是要能說得如何感動人，且能言簡意賅又深入淺出，不但讓跨國界的觀眾一聽就能了然於心，還要有說服之效能。因為如果沒有在新聞內容播放前，加上一些情境說明解釋，國際觀眾可能會覺得新聞資訊內容格格不入，需從國際閱聽眾角度來產製新聞內容的專業人士，將是國際新聞資訊傳播平台經營的重要關鍵之一。

(四) 必須具有國際新聞資訊的題材組織能力

誠如本報告的前言就提及，國際新聞可分由內往外以及由外往內兩類的新聞製播任務。以華視新聞資訊台的主要角色應屬由外往內新聞製播的性質，因此仍需不斷培育有內涵與具備國際語言優勢的國際傳播人才，其中亦須設計能夠培養創作內涵的數位敘事、人文、臺灣歷史基礎博雅課程以及主題外語等專長，尤其在新聞相關資訊內容，可朝明確的新聞資訊製播能力加以規劃。就以新聞資訊深度報導的節目製播為例，因為不同的新聞資訊節目類型在企劃、編導、說故事的方式、攝製、剪輯上都有其特殊的風格與專業，新聞資訊通才的培養反而不容易看到具體而明顯的人才培育效果，愈是能夠掌握新聞資訊類型節目的製作技巧，對於新聞資訊的轉化上愈容易成功。

綜觀全國設有培育新聞資訊傳播人才的大學，無論是課程的規劃或師資的延攬，大多會針對多媒體新聞、線上直播、網路廣播新聞、虛擬動作捕捉與數據研究，乃至社群新聞網站規畫的投入皆頗為積極。其中須加以關注的是，目前各大學在傳播人才的培育主要是以供應國內相關傳播產業的需求為主，國際傳播人才的培育必然需要仰賴主管機關所附予政策的規劃與協助，然而需再次強調華視新聞資訊台身為公廣集團的一員，在經營的高度與思維兩大面向與商業新聞專業頻道當然有所差異。只有良好的國際傳播人才培育與發展政策，才能提供臺灣在國際上建立具有影響力國家形象之重要後勤支援，而華視新聞資訊台的角色，除了須從內部人力的提升加以強化納才與育才之外，對於如何積極導入大學的國際傳播人才，確實責無旁貸。

結語

面對全球化時代下的知識生產與學術發展，以及新聞資訊產業的匯流變化，已經挑戰著臺灣的國際競爭力。更重要的是，全球化意味著自我定位必須更加明確，在與國際接軌的同時，必須確立己身之優勢，以凸顯新聞資訊特色與專長，方能在激烈的競爭中勝出。總結而言，華視新聞資訊台在經營過程，不但要提升國內新聞資訊流通之競爭力，更應進一層思考如何扮演提升國際視野的新聞資訊環境，為國際新聞資訊傳播發展創造新的能量與利基。