

英國 BBC NEWS 如何進入跨媒體時代?

公視 新媒體部 李玟 2017 年 4 月

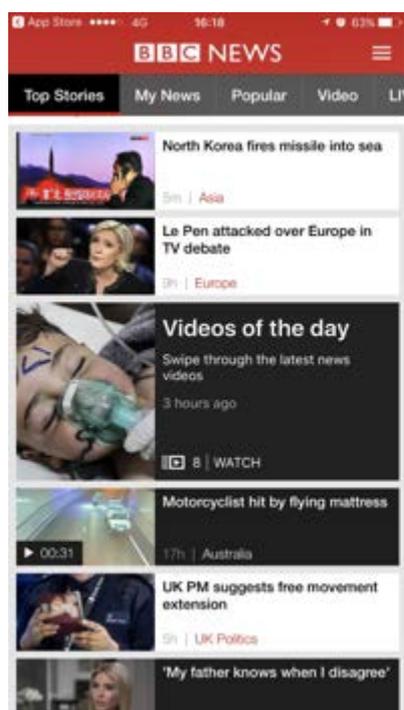


本篇主要出自於「路透社新聞學研究(Reuters Institute for the study of Journalism)」於 2017 年所出版之「在公共媒體中發展數位新聞 (Developing digital news in public service media)」研究報告。近年來歐洲的公共媒體都面臨了外部挑戰，包括經費、公共媒體角色的審視、來自商營媒體競爭者的壓力、影音平台公司的崛起，以及持續變化的媒體使用行爲，因此無法再固守既有的傳播通路，而需思考結合數位通路，拓展新聞報導之觸達及其影響力。本報告共分析了多個歐洲國家的公共媒體，從中探討這些媒體如何藉由專案計畫的發起，進而推出自己的數位新聞服務，本文則聚焦在英國 BBC NEWS 之個案介紹。

一、英國 BBC NEWS APP 推出：「今日影音(Videos of the Day)」

BBC NEWS 表示，BBC 的新聞近 60% 的網路流量皆來自於手持行動裝置，因此內部開始思考，如何因應手持行動裝置的使用習慣，從而重新設計新聞的敘事與

樣式。2016 年 11 月，英國公共媒體 BBC 在其手機應用程式(APP) BBC NEWS 中，增設了「今日影音(Videos of the Day)」專區。



BBC NEWS APP 操作介面

使用者在 APP 中，僅需滑動手機畫面，即可切換當天的推薦影音。「今日影音」每天共推薦 10 則當日頭條新聞，並以「垂直」的影像畫面呈現。這些從截圖可知，影音畫面已全程採垂直畫面，並於影像底部增設標題式字幕，既使使用者沒打開聲音，也可在短時間之內知道新聞內容。BBC 表示，推出垂直式影音，可視為新聞走向行動影音化最好的證明。相關垂直式影音不止在 BBC NEWS APP 上發布，也同樣在 BBC 新聞網與 BBC 的 Instagram 帳號上露出。

BBC NEWS 也同步經營 Instagram 帳號（以下簡稱 IG），在 BBC 的 IG 內容幾乎都是新聞影音，其特色則在於皆依據 IG 的特性編輯設計。由於 IG 僅提供使用者上傳 60 秒長度影音，而 BBC NEWS 團隊則會特別過濾並剪輯 60 秒版本的新聞報導。相關影音編輯特色包括：

（一）影音縮圖便是新聞標題

IG 的瀏覽介面有兩種，包括「多格瀏覽」與「單頁瀏覽」。其中「多格瀏覽」可讓使用者一次看到多則影音縮圖，對此 BBC NEWS 所有的影音縮圖皆編有新聞標題，進而讓使用者可在短時間之內看完所有已發佈的新聞。

（二）影音設有標題式字幕

在「下拉式瀏覽」中，使用者一次僅會看到單格影音，被下拉瀏覽的影音會自動播放，由於 IG 一開始設定為無聲播放，因應此特性，BBC NEWS 也在影像中加註標題式字幕，以提綱挈領的方式讓使用者即使聽不到聲音，也能知曉影音內容。

而開啓聲音後，我們也會發現，新聞多以自然音或背景音爲基底（如車輛經過的聲音、人聲鼎沸的聲音），若是人物採訪則會直接採用受訪人物的聲刺。

（三）多採用主觀/特寫鏡頭

BBC NEWS 的編輯也提到，這類影音多會考慮使用主觀鏡頭或大特寫，以在第一時間在社群媒體上吸引使用者的注意



BBC Instagram 操作介面

二、BBC 如何啓動「今日影音(Videos of the Day)」專案團隊

BBC 最早於 2015 年 1 月發佈一份名爲「未來新聞報告(Future of the News report)」的專案報告，並在報告結論中訂定 BBC 新聞未來的走向與定位，其中在網路時代中的跨媒介的佈局上，則確立「開放(OPENNESS)」與「超越傳統廣播(BEYOND BROADCASTING)」兩項目標。

其中「開放」，在於讓更多的媒體平台與閱聽人可以引用及轉載分享 BBC 的新聞報導，而「超越傳統廣播」則指出在進入網路時代後，網路影音的製作（如新聞或紀錄片）不應僅是複製傳統電視的格式，說故事的方式需隨著使用者的收視情境而改變，因此自然需要重新調整網路新聞影音的格式(請參閱報告 p.44 - 45)。在有正式文件宣示並確立目標後，BBC 在內部成立「Newstream」專案計畫，其中發展「垂直式影音(vertical videos)」，便是該計畫最重要的測試項目。BBC 在接受路透社訪問時表示，這整個專案最困難的不是創意發想，而是如何把發想創意帶入整個製作團隊。

因此除了有政策性的宣示外，專案團隊除有原來的新聞編輯外，還結合 BBC 的研究發展部與其他部門，從不斷的試播測試中，逐步推出新的影音產品及新的工作流程。然而 BBC 表示，這組創新團隊的規模不大，其任務鎖定在垂直影音的編輯

製作與使用者經驗蒐集，並由新聞部的主管(BBC director of news and current affairs)親自操作並與內部單位協調，藉以獲得最佳的協作成效。

BBC 表示，在既有的科層體制中推出一套全新的產品（或工作流程），勢必會面對體制中的原有負擔，以及不同程度的期待，而計劃推出的新內容，很容易的就會變成次級重要的產品，因為既有體制流程多半害怕給予這個產品錯的評價與期待。

BBC 以自身為例，「今日影音」計劃總共歷時 15 個月，BBC 在過程中聚焦並簡化(slimdown)相關創意發想，捨棄沒那麼必要、野心過於龐大或過於耗時的發想項目，並在執行過程中時常觀察並學習其他潛在競爭對手所推出的新媒體服務（如 AJ+, the Voice app, Yahoo News Digest 等）。在產品原型產出後，即與外部單位合作，從中了解使用者對於產品原形的反應與評價。

參考資料：

【書面報告】[Developing digital news in public service media](#)

【書面報告】[Future of the News report](#)

