

# 傳統媒體的生存之道— 網路化

策發部副研究員 林金玉 2010/11/17

所謂「網路化」，並不僅只是架設一個網站，再把傳統媒體<sup>1</sup>原本就在產製的各種影像、聲音、文字、圖檔等內容「複製」一份放上網站而已，而是指全面性地擁抱寬頻網路科技具備之即時、互動、社交、開放與連結等特性。換言之，透過網路匯流整合新媒體應用已是傳統媒體在數位傳播時代維持競爭力並賴以生存之不二策略。

最近十年來，推動這股媒體匯流趨勢的新科技，除寬頻網路連結技術之進步外，還包括各類型功能強大的行動裝置、智慧型使者介面以及各種輕鬆上手的程式軟體。

圖片引用來源：[atlanticpacific.org](http://atlanticpacific.org)



數位技術發展已拆解不同傳播媒體之間原有的高牆，跨媒體現象不一而足，以往專注平面出版的雜誌社開始產製影音短片，而電視新聞台除了影音報導，也把新聞稿全文貼上網路。因此，各種消費者偏好的平台，不管是網路瀏覽器、連網電視機還是在智慧型手機上，都成為傳統媒體必須掌握的關鍵技術。

## 數位媒體新科技百花齊放

首先，新媒體科技最積極的展現莫過於「草根媒體」(We Media)—或稱公民新聞 (Citizen Journalism) 之崛起，人人皆可在網路上發表內容。眾多部落格平台提供嵌入式軟體讓使用者架設個人化部落格，連結功能更為複雜的媒體網站；YouTube 與 Blip.tv 等影音網站則讓影片分享變得更容易。

---

<sup>1</sup> 此乃相對於所謂的「新媒體」(New Media)而言。新媒體泛指利用電腦(計算及資訊處理)及網路(傳播及交換)等新科技，對傳統媒體之形式、內容及類型所產生的質變，又稱「第四媒體」，以和傳統媒體的報刊、廣播、電視媒體相區隔。

平面印刷產業由於電子墨水顯示技術之突破再次變革，書籍出版商在短短幾年內目睹電子閱讀器蔚為風靡。另一方面，電子書(e-book)製造商雖使用雷同的顯示技術，在自家產品上又增闢其他功能，例如支援有聲書或其他型態媒體，或是開發數位版權管理技術，以尋求產品之定位與市場區隔。

再來是可變位元速率(VBR)<sup>2</sup>視訊壓縮技術之提升，讓智慧型手機日漸成為觀賞影片的裝置。VBR壓縮技術大幅降低影像檔案大小，高畫質影像在頻寬有限的情況下也能平順地傳送。影音網站如Hulu與Netflix網站<sup>3</sup>利用串流(stream)傳輸技術在網路上傳送豐富的影像內容；新型連網電視機產品接收網路訊號後可直接播放影片；另外，網路電視軟體則讓用戶能更輕鬆地在電視機上，播放並分享影片至個人與網路媒體上。

新的網路通訊協議不僅能更快速地處理影像內容，也能以串流技術傳送互動應用服務。以今年三月在美國 E3 電子娛樂會展上令業界眼睛為之一亮的雲端遊戲服務公司 OnLive 為例，正是運用串流技術在網路上提供高效能影像遊戲給用戶，而這在過去前所未有的嘗試，因為影像延遲可能破壞遊戲使用經驗。

輕鬆的數位傳輸方式也讓內容與其來源各自獨立。網路協議如 RSS (Really Simple Syndication)讓使用者隨時自動地從網站搜集感興趣的最新資訊，甚至不需造訪原始網站就可在第二網站閱覽或是觀看影片，網通專家新開發的傳輸協議，則讓最新資訊之傳送更為快速。此外，為遏止侵權行為並搜集廣告行銷所需之閱聽人統計資料，專家也研發出追蹤消費者討論話題以及如何消費內容的新工具。

部份媒體公司自行開發應用程式介面 API( Application Programming Interface)，以更積極的態度擁抱數位傳輸模式；第三團體之應用程式開發人員透過 API 取得媒體釋出的內容，運用在智慧型手機的應用程式服務上。另

---

<sup>2</sup>可變位元速率(VBR)是一種追求視訊品質並同時降低位元傳輸率的技術，在較動態或複雜畫面時段採用VBR編碼的視訊，會自動以較高的速率記錄影像，而在靜止或是簡單畫面時段則降低速率，如此可以在保證畫面品質穩定的前提下盡量減少傳輸率。

<sup>3</sup>Hulu為美國線上影音服務業者；Netflix為全美最大的網路影片租借業者。

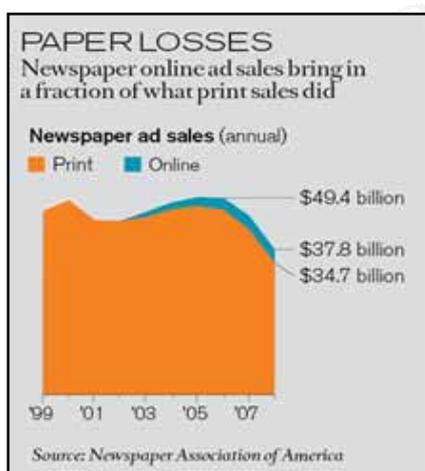
一方面，媒體公司本身也使用社群網站如 Facebook 的 API，發布節目訊息與內容。

數位科技之結合帶來將各種新媒體整合為即時網站(real-time Web)的效益，在此嶄新的媒體環境中，媒體產出的任何內容幾乎馬上出現在網路，並在網路上受討論。

### 匯流王道趨勢

「內容是王」(Content is King)一詞出現至今仍是許多內容業者深信不疑的價值信念，但觀察現今部份媒體之處境，現實卻未必令業者感到樂觀。比較起來，「匯流王道！」(Convergence is King!) 反而更能恰當地描述媒體產業在數位傳播時代的競爭面貌。

在今日媒體地景中指出最大的輸家並不困難，莫過於曾經是最大內容載具的平面報紙了。以美國報業為例，2009 年間，全美超過 130 家報社不是關門大吉就是轉型成只在網路上發行，而後者通常只留下主要幹部員工繼續打拚。網路競爭者將新聞商品化並大幅降低廣告預算，一度左右美國新聞業發展的大都會型日報面臨商業模式崩盤的困境。



說明：美國報業平面發行收入（見左圖橘色區塊）近年來呈現逐漸下滑趨勢，即使有網路收入（見藍綠色塊）挹注仍不足以遏止此類勢。

資料來源：美國報業協會

儘管美好時光不再，報紙向來有辦法吸引網路讀者，美國報業協會(The Newspaper Association of America)會員的網站每月有 7,400 萬讀者到訪，但問題癥結在於報社如何從網路讀者手中「賺到錢」？

以兩家較成功的業者為例，一是發行華爾街日報(*Wall Street Journal*)的道瓊斯公司(Dow Jones)可從其讀者收取網路訂閱費的原因，在於該報擁有別家沒有的獨特內容，二為財經公司彭博社(Bloomberg)也向客戶收取新聞與資訊使用之附加服務費。對許多仍在掙扎圖存的新聞業者來說，華爾街日報與彭博社提供一重要啓示：他們都專注發展分眾化新聞內容，並提供其他業者無法輕易複製的獨特內容。事實上，分眾化新聞內容透過網路傳播，甚至可找到比報紙傳統上所服務的地方性讀者還更廣泛的消費者。

價格策略亦攸關重大，早期網路報紙向消費者收費的嘗試之所以失敗，訂價過高是重要原因之一。有了眾多前車之鑑，美國明尼阿波里市的《明星論壇報》(*Star Tribune*)去年九月推出 Vikings 足球隊的加值服務網站即是採取平價策略，三個月使用費僅收美金 5.95 元。

網路服務成功獲利的關鍵技術在於能夠隨時隨地(*anytime, anywhere*)激發讀者閱讀、觀看或收聽他們感興趣的內容，因此也吸引平面媒體在電子閱讀裝置上推出訂閱服務。據估計，2010 年全美將售出 260 萬台電子閱讀器，較 2009 年成長兩倍之多。

不只是平面媒體，許多業者也競相加入把影像送上電視機螢幕播放的行列。前述之影音租賃網站 Netflix 已與消費電子製造商合作製造可從 Netflix 網站傳送串流式電影的電視機上盒；另外，微軟與新力公司在各自生產的遊戲機上搭載隨選媒體播放器，而 Intel 與 Yahoo 也正共同開發以電視機執行互動服務應用的晶片組與內建軟體。

至於在全球新媒體領域稱王的企業要首推 Apple (蘋果) 公司。不畏全球經濟崩盤危機，Apple 將消費者對匯流媒體的需求，轉成公司有史以來最大的利潤<sup>4</sup>。在一片新媒體淘金熱潮中，Apple 公司靠幾項 3C 產品大發利市的關鍵

---

<sup>4</sup>Apple 於 2007 年正式推出 iPhone 手機至今，全球已大賣 3,300 多萬支，光是 2009 會計年度內就售出 2,100 萬支。智慧型手機 iPhone 代表的正是 Apple 公司最新的數位匯流策略，時間甚至可回溯至 2001 年音樂播放器 iPod 推出，以及 2003 年線上音樂商店 iTunes 開張

為其媒體營運模式，也就是專注於讓使用者輕鬆就能欣賞到其他人製作的內容。

Apple 對媒體產業提出的最大的貢獻，應是打破過去咸認使用者不願付費取得網路內容的普遍看法，並以全面且間不容息的方式傳送多樣內容給用戶，畢竟正如市場分析師所言：「從 iTunes 購買媒體服務要比偷偷竊取要來得容易多。」

綜觀而言，數位匯流並未撼動傳統媒體內容生產的核心價值，但新媒體科技已改變內容的表現形式，也創新內容傳播的管道。傳統媒體產製的內容與過程不再單一，不僅表現多元、來源多樣化，內容載具也五花八門，因此傳統媒體必須以更大的創意運用新媒體工具，提供消費者更多的附加價值。

### 主流新聞探入公民新聞領域

2006年初，英國BBC針對2005年7月7日發生的倫敦地鐵爆炸案，製作了22分鐘的「行動通訊改變新聞真相」(BBC: How mobiles changed the face of news)<sup>5</sup>特別報導，報導中特別指出倫敦地鐵爆炸新聞使用許多現場目擊者以手機傳送至電視台的影像畫面，已徹底改變傳統電視新聞的製播方式，由「非專業」(amateur)的媒體使用者產出的影音內容成為主流新聞的報導素材。



再把時間推至 2009 年六月，爭議不斷的總統選舉在伊朗國內引發騷動不安。伊朗政府雖嚴厲禁止國內外新聞媒體進行相關報導，但伊朗人民卻利用社群網站成功避開政府管控，將政府血腥鎮壓抗議者之事實見證公諸國際社會<sup>6</sup>。伊朗選舉抗爭報導是地方民眾利用網

---

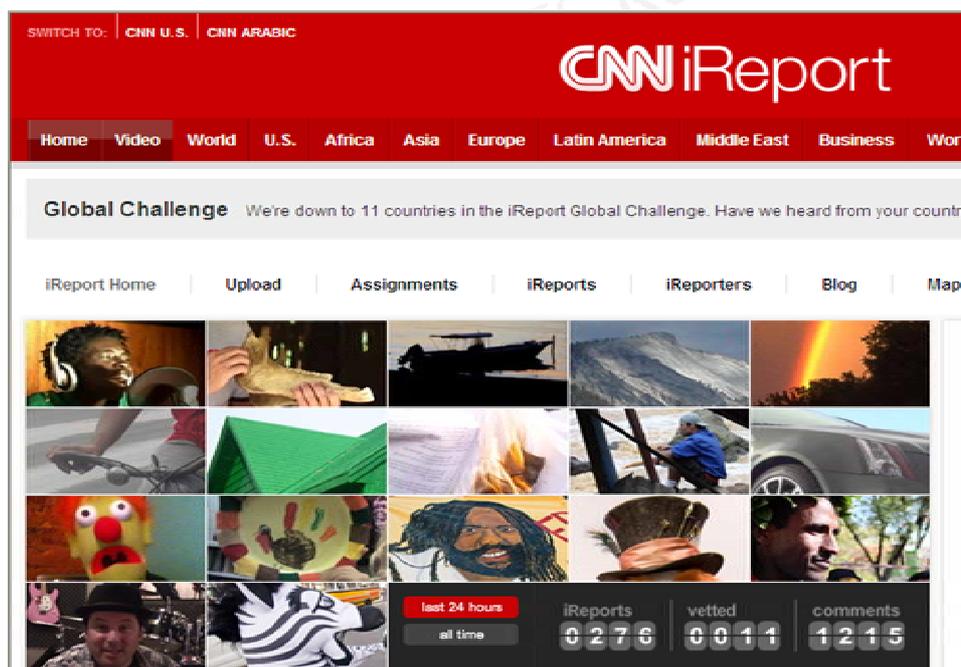
<sup>5</sup> 詳見本文參考資料第 7 項。

<sup>6</sup> 當時一位名叫 Neda Agha-Soltan 的伊朗女子遭政府安全警衛槍擊斃命的整個過程，剛好被手機拍攝記錄下來，該段影片之後被張貼到 Facebook 上，國際社會一片震驚。詳見本文參考資料第 9 項。

路新媒體工具報導公共議題之運動，正是「公民新聞」的一個範例。

在網際網路與手機上網隨處可得之後，網路媒體擁有地理範圍上的優勢，閱聽大眾者幾乎可毫無設限地直接取用新聞資訊或接近新聞來源。另一方面，低成本電子消費硬體與免費軟體，讓即使目標閱聽眾太少而無法吸引傳統專業記者報導的題材，也能成為新聞報導的主角。當新聞報導透過 Facebook 動態訊息更新發展進度，或透過 Twitter 在智慧型手機上廣為散播時，社群網站儼然扮演媒體平台的角色。

如果說「公民新聞」的力量是來自於個人毫無設限的權力，傳統媒體的力量則源自透過團隊合作方式，製作由文字、照片、圖表、聲音和影像協調整合的報導作品。新聞媒體向來重視組織在市場中與同業彼此相區隔的評價，並依照一定專業倫理規範對報導負責，而公民新聞記者往往百無禁忌，較不考慮報導責任。



美國有線電視新聞網 CNN 於 2008 年二月正式推出公民新聞網站 iReport

公民記者與網路評論家仰賴媒體提供可靠的資訊，而組織化的媒體則反過來靠他們推升網路流量，甚至在重大新聞的報導。英國 BBC 與美國 CNN

等主流媒體都嘗試擴大新聞觸角，並開發讓公眾在重大新聞事件發生時可上傳數位照片、訊息或是影片的公民新聞平台。

在彼此競爭又融合的關係下，主流新聞與公民新聞之間比較可能的發展方向是兩者共存並結為互惠互利的策略聯盟。值得注意的是，媒體也開始付錢給專業記者經營部落格，特別是，許多高度地方性(hyperlocal)的新聞網站目前由非專業記者經營，但一兩年之後，當部落格版主忙於正職而無暇顧及時，網站往往荒廢不再運作，由此來看，「記者」一職仍大有可為空間。

### 邁向未來媒體

未來幾年，隨著全球高速寬頻網路基礎建設更加普及化、人性化與個性化之發展，各種媒體不分新舊共同一致的趨勢就是隨時隨地都連結在網路上，媒體數位匯流願景透過網路整合而落實。

另一方面，消費者面對的將是革命性的眾多選擇與消費內容方式的高度彈性：從數量不斷爆炸成長的可取用內容，到五花八門的各類型電子裝置，以及決定要在什麼地點或是在何時觀看所選的內容，甚至考慮是否要分享出去給哪些朋友…，而各種令人興奮的可能性，也意味著未來媒體有待克服的眾多挑戰與困難。

對傳統媒體而言，積極掌握網路世界的發言權是邁向未來媒體的基本要件，新媒體科技與其說是競爭對手，更應視為巨人夥伴。以高速寬頻網路為平台，傳統媒體站在新媒體巨人的肩膀上，內容傳播更無遠弗屆。

### 參考資料

1. Stephen Cass, January/February 2010, Technology Review, “Online delivery is putting new technology at the heart of media companies”
2. Stephen Cass, January/February 2010, Technology Review, “Online delivery is putting new technology at the heart of media companies”
3. Stephen Cass, January/February 2010, Technology Review, “Media Moves Online”

4. Stephen Cass, January / February 2010, Technology Review, “Mainstream News Taps Into Citizen Journalism”
5. Stephen Cass, 2010, Technology Review, “Convergence Is King”
6. Technology Review ( 科技創業網站 ), <http://www.technologyreview.com/>
7. BBC News | UK: How Mobiles Changed The Face of News, 2006,  
[http://news.bbc.co.uk/nolavconsole/ukfs\\_news/hi/newsid\\_4550000/newsid\\_4553800/bb\\_wm\\_4553802.stm?scope=nolavconsole&tab=nolavconsole&q=how%20mobile%20changed%20the%20face%20of%20news&edition=ukfs&mediaformat=bb\\_wm\\_&start=&order=](http://news.bbc.co.uk/nolavconsole/ukfs_news/hi/newsid_4550000/newsid_4553800/bb_wm_4553802.stm?scope=nolavconsole&tab=nolavconsole&q=how%20mobile%20changed%20the%20face%20of%20news&edition=ukfs&mediaformat=bb_wm_&start=&order=)
8. Dave Lee, BBC News, 2009/07/31, “The rise of Iran's citizen journalists”,  
<http://news.bbc.co.uk/2/hi/8176957.stm>
9. YouTube: Neda Agha Soltan, killed 20.06.2009, Presidential Election Protest, Tehran, IRAN, <http://www.youtube.com/watch?v=76W-0GVjNEc&skipcontrinter=1>

