

傳統新聞記者擁抱社群媒體的五種方式¹

策發部副研究員 林金玉編譯 2010/08/17

近年來報紙、廣播和電視等傳統媒體飽受不確定未來的折磨，特別是不論是市場還是消費者的需求，都轉向更為即時、更易於取得且負擔得起的網路媒體，而傳統媒體遭受顯而易見的挫敗，有很大一部份是源自社群媒體(social media)的興起。

新聞記者一職正處於歷史悠久的平面與廣電媒體巨人與年輕、小眾化的社群媒體大軍之間的爭戰中，透過筆、鍵盤甚或讀稿機，記者手中掌握的是內容的力量。事實上，有越來越多的新聞記者開始擁抱 Twitter、Facebook 或是 Myspace 等社群媒體 (social media)，作為進一步研究新聞題材並散播報導內容的新工具，不再為了堅持採用傳統記者的老做法而頑強地抗拒。

新聞記者擁抱社群媒體的創新做法，展現在不同層面的新聞專業上，首先，社群媒體帶給新聞業的變革之一就是改變業界對於所謂「優秀記者」條件的定義。

社群媒體重新定義專業記者的內涵

以美國最大的新聞記者組織「專業新聞記者協會」(The Society of Professional Journalists², SPJ)來說，擁有近萬名會員，並出版觀察美國新聞產業脈動的雙月刊「Quill」。在今年 5/6 月發行的 Quill 中，SPJ 介紹了 20 名可資表率的優秀新聞記者，而這些記者受推舉的主要標準就在於他們都是社群媒體的使用者。

上榜的 20 位記者莫不透過 Twitter、Facebook、部落格之類的社群媒體，延伸他們報導新聞的影響力。SPJ 並且羅列 20 位記者的 Twitter 連結，讓有興趣的讀者能立即跟隨這些作風前衛的記者。

這些記者對於新聞產業之未來抱持批判態度，嘗試以使用者製作內容(UGC)從事各種實驗，透過推文提出新聞觀點，並從大批湧入的訊息中尋找報導題材。這 20 位記者領先新聞業同儕的做法則傳達了一項訊息，也就是他們擁有未來新聞產業發展的關鍵鑰匙。

¹ 原文引用自 Social Times 網站(www.socialtimes.com)。

² Society of Professional Journalists(www.spj.org)前身為「Sigma Delta Chi」兄弟會，成立於 1909 年，致力於實踐新聞自由並推動高標準的新聞職業倫理。

用語進入 AP 新聞寫作須知

其次值得觀察的是網路，包括社群媒體，對於新聞寫作語言的影響。新聞媒體巨擘美聯社(Associated Press)發行的「AP 新聞寫作形式須知」(Associated Press Style Guide)通篇內容在講述新聞寫作文法、拼字與發音的指導原則，對於美國新聞業界而言，AP 新聞寫作形式須知提供記者新聞寫作參考的架構與樣式，並建立業界一致遵從的規範。

在最新修訂的「AP 新聞寫作須知」版本中，可以發現所有新增列修訂的內容都是與社群媒體相關的用語，例如為配合搜尋引擎與使用者的需求，將原先的”Web site”改寫為”website”，算是較大的變化之一。

其他新增的寫作要點還包括 app、blogs、click-throughs、friend 和 unfriend、metadata、RSS、search engine optimization、smart phone、trending、widget 與 wiki 等因網路普及運用而出現的新聞語彙。

有趣的是，AP 的新聞稿又反過來標榜「AP 新聞寫作須知」在 Facebook 或 Twitter 上廣受歡迎的情形，例如 Facebook 甚至出現一個名為「AP 新聞寫作手冊為吾等聖經」(“The AP Stylebook is my Bible”)的粉絲專頁。

尋找報導題材的新來源

社群媒體對於新聞工作的影響也可見於記者獵取新聞題材的來源上。記者引用 Twitter 之類社群媒體的貼文做為新聞報導題材向來有許多爭議，原因在於推文的真實性往往難以證實，事實上美國主流新聞媒體不乏出現由於記者單一引用社群媒體未經證實的消息來源而做出錯誤報導的案例。

然而，多數傳統記者其實了解 Twitter 或其他類似的社群媒體僅是一種工具，若要引用推文 (tweets³) 為新聞線索，仍必須依照傳統新聞報導的原則進行事實查證工作。商業媒體如 CNN 熱衷於利用 Twitter 或其他社群媒體，來操作更為聳人聽聞的新聞事件已是顯而易見的趨勢，不過就新聞效果而言確實有用，而把社群媒體做為進一步探究新聞報導最新發展的起跳點之現象也將持續下去。

³ AP 於 2009 年版本中已將用來稱呼 Twitter 貼文與張貼動作的流行用語「tweet」加入正式新聞用語中。不過紐約時報文章標準化編輯人員 Phil Corbett 在今年 6 月發表之公告中，卻禁止記者或編輯在文章內使用「tweet」一字來形容 Twitter 訊息或其撰寫行為，理由是認為「tweet」還不能算是標準英文。此舉引起美國眾多媒體與部落客注意，且多抱持質疑的態度。

深化行動主義與新聞工作之結合

社群媒體對於新聞業的影響也反應在新聞記者對於本身工作性質的認知上。新聞學理論在「認為新聞記者必須客觀報導」以及「深信記者必須積極主動改善不時遇到的危急處境」兩種論點之間彼此涇渭分明。不過，讓後者感到振奮的是，拜社群媒體之賜，行動主義新聞理論獲取了新的支持動力。

Twitter 等社群媒體不僅可用來找尋新聞題材，也可用來昭告大眾政府濫用媒體專業人員的事實，或是提醒各界重視被忽略的社會問題，甚至替特定事件發起募款活動。

一個目前眾所周知的個案是 2008 年加州大學柏克萊分校的畢業生 James Buck，在埃及遭當地警察逮捕之後，利用 Twitter 上的朋友對外界發出求救訊息進而成功脫困。這個案例也說明透過社群媒體可在行動主義新聞記者與政府之間畫出一個透明地帶。事實上，已經有許多新聞記者在震災與其他自然災害發生期間，利用社群媒體協助當局救助災民，並在政治抗爭活動中加上個人觀點。

擴大建立新聞社群網路

就像其他許多專業人員，傳統記者開始瞭解到組成網路社群的價值，不論是 Twitter 上的跟隨者名單、Facebook 的朋友群組，還是部落格與其他社群媒體，都能協助記者整合自己的網路社群，並建立記者與讀者之間的信任關係。

美國的國家公共廣播電台(National Public Radio, NPR)近年來非常成功地建立旗下記者與讀者／閱聽者彼此互動的社群空間。隨著 NPR 在 Facebook 社群之蓬勃發展，NPR 也積極在 Twitter 上設立帳號，推動自己的社群網路。透過社群網路除了可產製新聞報導與進行查證，另可確保新聞內容不僅讓讀者感到有興趣也與他們息息相關。

有些傳統記者對新媒體感到畏懼，但他們的恐懼也並非完全無的放矢。新媒體不斷變化並增加，伴隨而來的還有當記者與業者不願與之為伍或無法自我調整時的痛苦。不過，對於尋求創新空間並嘗試以不同方式報導新聞的記者而言，社群媒體是一個全新的工具，可以善加利用來補強下一則調查報導不足之處。

參考資料

1. Lauren Dugan, Social Times, 2010/06/05, “5 Ways Traditional Journalists are Embracing Social Media”,
<http://www.socialtimes.com/2010/06/5-ways-traditional-journalists-are-embracing-social-media>
2. 卓越新聞獎基金會，「美國專業新聞記者協會及其獎項」專文，2008/07/24，
<http://www.feja.org.tw/modules/news004/article.php?storyid=15>
3. Associated Press, “2010 AP Stylebook”, <http://www.apstylebook.com/>
4. The Awl, 2010/06/10, “New York Times' Bans the Word 'Tweet'”,
<http://www.theawl.com/2010/06/new-york-times-bans-the-word-tweet>
5. CNN, 2008/04/25, “Student Twitter's his way out of Egyptian jail”,
<http://edition.cnn.com/2008/TECH/04/25/twitter.buck/>
6. NPR 社群網站，<http://www.npr.org/templates/community/>

