

痛並快樂著！當傳統新聞產製碰上 新媒體的浩瀚世界

文／張玄會（鏡電視新聞部副總經理）

擔任鏡電視外部公評人的翁秀琪老師，在每一次鏡電視舉辦的收視聽眾會上，對著來訪的學界、各行各業閱聽眾介紹公評人的角色，常以觀眾與鏡電視的橋樑來比喻自己的角色，但她不是只作為鏡電視與閱聽大眾的橋樑，更是努力筆耕的傳播趨勢寫作者。翁老師以每週一次、甚至一周兩次地分享給我們她的文章，特別針對AI怎麼影響媒體的觀察，翁老師跑得很前面。

上一篇公評人年度報告，我就寫過老師的這些文章所提供給我在每日新聞以外的資訊及反思，於是當這次再度接到公評人室邀稿時，就決定從翁老師的文章取材。取材的這篇文章，是發表於2025年12月22日的〈不只是上架內容：為何數位新媒體部門決定了傳統電視台能否真正轉型〉，會選這一篇，是因為身為新聞部主管的我，從去年開始也接起新媒體部的督導角色，這篇文章對我而言不僅有提醒，也藉此反思了新媒體部在新聞產製過程中的角色，或者說，新聞如何可以跳脫出傳統媒體播出的限制，如何能觸及更多的閱聽大眾？

以一個年輕的電視台來說，我最常從友台同業口中聽到，鏡電視新媒體發展不錯，以YouTube訂閱數來看來，去年八月中至今年一月中，5個月增加了10萬訂閱，目前已經有70萬以上訂閱；這數字遠遠

超過壹電視，近期也將追上年代新聞的73萬訂閱。另外，我們在社群上的經營也很突出，尤其是在Threads上，鏡粉網友會自動剪輯節目影片擴散，增加不少節目能見度跟知名度。相較於某友台大老闆對網路發展態度保守，鏡電視在新媒體方面的擴張，稱得上百花齊放：鏡電視YouTube節目往各個專業內容去拓展，比如軍事節目《戰略透視鏡》、探討司法社會案件的《隔壁老王》、《裁判內視鏡》以及體育節目《跳鏡髮相區》等等。新媒體節目製作與新聞台製播的邏輯不同，新聞的產製是線性思維，也就是當一件重大事件發生時，編播採訪會議決定開稿、拆稿方向及則數，我們在新聞產製端決定端出甚麼內容給觀眾，觀眾打開電視看新聞，就在幾個新聞頻道轉來轉去，看到自己想看的內容就停下來。但網路的思維不是，往往是網友決定想看的主題、主持人、內容，於是當網路節目內容、規格符合當下需求，內容就被收看到了。

如果說網路有同溫層，那就是節目內容以專業、專精、區隔化，來獲得網友高度評價的鐵粉鞏固。對鏡電視來說，因為頻道位置遠離新聞區段，除非鐵粉，否則遙控器不容易轉到86台收看，也因此，網路發展成了新聞台發展的突破口。在翁老師〈不只是上架內容：為何數位新媒體部門決定了傳統電視台能否真正轉型〉這篇文章中，期許新媒體應該是「內容再設計而非搬運」，以目前鏡電視新媒體呈現內容來說，可以說是新聞多種體例的呈現，以及不同於電視新聞的內容設計產製。

什麼是新聞的多種體例呈現？舉例來說，海鯤號潛艦首次潛航，以電視新聞的呈現來說就是連線、SOT，搭配主播的CG圖說來呈現，但新媒體可以在YouTube全程直播，滿足想看全程的閱聽眾，也以剪

成SHORTS、REELS等短影音來快速瀏覽重點；我們的網路軍事節目《戰略透視鏡》，學者可以深度解說潛艦功能、各國產製過程，及如何部署台海周邊的威懾能力。當然，我也思考到其他在新媒體的呈現方式，不過，這有待組織人力盤點再來進行。

這樣的擴散形式也要滿足目前閱聽大眾的收視習慣，Nielsen在2025年12月月刊中，分析各年齡層使用電視與影音平台的人數（影音平台包括YouTube、Hami Video、FriDay影音等），以30到54歲這個年齡層來看，過去7天看過電視有721萬人，看過任一影音平台的多達822萬人，使用影音平台的觀眾，也比看電視的年齡相對年輕，接近六成是12到44歲，當年輕觀眾越來越不仰賴電視來獲取新聞訊息，新媒體單位的功能就是以符合時下閱聽大眾的收視習慣，將新聞送到他們眼前。

但是，當新媒體為了符合現在閱聽大眾的收視習慣而發展內容，是否有可能為了迎合平台，而導致新聞價值在錯誤的格式中被消耗呢？這的確容易發生，因為新媒體的特性讓它可以跑得比傳統電視前面、更快被閱聽人看到，因此新媒體部門使用新聞部的素材，就需要把關。目前新媒體與新聞部的合作，除了編採會議的參與，雙方所建構的平台也可以直接快速溝通糾錯、相互確認，避免出問題。

只是，當新聞逐漸透過YouTube、社群來擴散，所產生的負面隱憂，也不容新聞工作者忽視。因為演算法，閱聽人更容易在同溫層中接收新聞訊息，當媒體被定性是藍媒、綠媒甚至紅媒，而閱聽大眾選擇他們想看的內容接收，就容易獲取單一角度資訊，於是當彼此對同一件新聞事件的理解不同，媒體或公部門在公共事務上的溝通將更費力。以軍購條例新聞來說，不論從武器採購、性能、立法院運作甚至

美中台關係，都不容易讓觀眾全盤了解，當新聞訊息接受的來源越單一、越處於同溫層，挺軍購與反軍購的壁壘也更分明。

所幸，專業、深度的內容依舊會取得共鳴，當閱聽人不再滿足於所看到的新聞資訊，試圖搜尋更專精、清楚的內容，媒體在百花齊放的網路世界中，內容的專業、精緻度，就會突出並獲得分享讚賞，軍事、國際新聞就是最好的發揮類別。

傳統新聞媒體身處於AI、網路衝擊的漩渦，身為新聞部與新媒體部的主管，我希望能善用新媒體的功能特點，讓新聞被看見，我也需要看到轉型的痛點，協助同仁跟上腳步，讓鏡電視的內容在傳統電視平台外，發揮影響力。