

鏡電視公評人電子報

從內容報導到資訊服務：AI時代新聞媒體的再定位策略



插圖由AI軟體Gamma & Gemini生成

平台媒體和AI科技持續瓦解新聞機構作為「資訊入口」的角色，但新聞媒體仍具有「掌握第一手資料」、「接近新聞現場」、「記者人脈累積與情境知識」等特色，在「資訊服務」面向上，反而擁有大型平台和AI工具難以取代的優勢，值得深度挖掘運用。

以前述命題為念，本期電子報從「情報」、「公共服務」和「應用工具」三個面向，探討新聞媒體如何進行策略轉向，重新定位其核心功能與價值。

首先，新聞報導除了是內容敘事，也是高密度的「資料結晶」，與其讓報導成為AI免費抓取的內容肥料，或在資訊洪流中被稀釋淡化，許多新聞機構嘗試將報導「情報化」，將內容轉型為決策數據服務，以獲得商業上的合理報酬。本期《金融時報》、《澳洲金融評論報》、《經濟學人》和CNN的案例，示範了媒體如何透過內容授權、輔助新聞機構推廣商業模式並發揮影響力。依循同樣邏輯，新聞網站Axios則加速布局在地社群，建構與地方高度相關的情報網，打造通用AI和平台媒體難以企及的護城河。

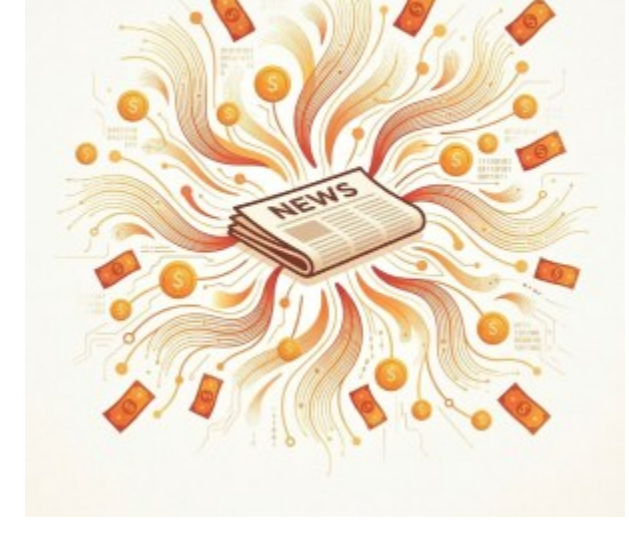
再者，過去新聞媒體的公共價值主要體現在報導內容的公益性上，但在公開資料與個人化媒體日益普及的此刻，新聞媒體的公共性已逐漸由「內容供應」朝「資訊服務」轉向，比如提供查核技術、知識教育、試探專業等等。挪威媒體集團(Schibsted)在新聞圖片來源上的呈現設計、紐約時報視覺編碼技術的運用、英國國家廣播公司BBC開設數位課程、菲律賓獨立媒體人Jaemark Tordecilla運用AI打造資料集等個案，皆象徵新聞媒體社會公器角色的蛻變與深化。

最後，《時代報》與親子平台Mumsnet的個案，凸顯了媒體將自身轉「工具化」的潛力；媒體資料的「真實」、「純度」與對「特定閱聽群」的理解，成為其打造高度網絡化工具的基礎，也是專業媒體超越科技平台與通用AI泛泛而談的關鍵。

在內容「過剩」時代，新聞媒體的核心競爭力不在產製更多內容，而在AI與平台媒體無法複製的「報導歷程」。組織長期累積的資料數據，可供外界檢證運用的查核策略與技術，高實用價值且切合生活情境的應用工具，來自記者經驗、新聞現場、地方社群的默會知識等，這些過去隱藏在內容成品背後的「產製環節」，不再只是昂貴成本，而是深具潛力的增值服務。若能妥善組織運用，將有助新聞媒體在AI與平台包夾的資訊環境中突圍，開拓新的藍海。

從內容到情報：拓展新聞媒體的商業價值

拒當 AI 肥料！媒體發展多元內容授權 極大化報導價值



插圖由AI軟體Gamma生成

在AI生成內容爆發和資訊過剩時代，新聞媒體的核心競爭力，在讓新聞媒體的分析報導和長期累積的檔案數據能成為有用的「資料」。以財經分析見稱的《金融時報》(中文摘要1)，將新聞產品重新定位為值得專業人士信賴且具預測力的「產業情報」(intelligence)，[回訪和AI平台與商業客戶合作](#)(中文摘要2)，發展多元的內容授權服務。[《澳洲金融評論報》](#)(中文摘要3)與[《經濟學人》](#)(中文摘要4)則透過技術整合與第三方雲端平台，將媒體本身的內容數據直接導入企業工作流程與價值的AI系統，避開由科技平台主導的資訊流，確保新聞媒體高含金量的內容，能被直接引用並獲得合理報酬。

中文摘要1

中文摘要2

中文摘要3

中文摘要4

CNN 和預測市場合作 助觀 單掌握未來趨勢

鎖定都會區與在地社群 Axios深度布局地方新聞

除了企業客戶和專業人士，在資訊紛亂的媒體環境中，一般民眾同樣需要值得信賴和預測力的消息管道，為日常生活釐定行動方針。[CNN與全球最大的預測市場公司 Kalshi 進行內容與數據合作](#)，一方面印證專業報導的市場價值，另一方面也回應當代閱聽人希望進一步掌握趨勢的需求(中文摘要1)。然而，[新聞產業與預測市場的深度結盟](#)，也為媒體監管和新聞倫理帶來新一波的衝擊和挑戰(中文摘要2)。

當地方新聞機構紛紛因財務與資源問題撤出市場時，媒體公司Axios卻反其道而行，加快其地方新聞布局，以熟悉地方議題和在地社群高度連結的記者為樞紐，打造輕量卻機動的小型新聞團隊，提供在地閱聽人重要、高價值且高度相關的地方資訊，希望讓Axios成為地方社群「[口袋裡的最佳夥伴](#)」(中文摘要1)。這也是Axios挑戰社群平台虛假資訊和AI生成內容的[重要戰略](#)之一(中文摘要2)。

中文摘要1

中文摘要1

中文摘要2

中文摘要2

公評人觀點 新聞產業如何在 AI 海嘯中重畫航線、擊劃戰略轉向



圖片翻攝自牛津路透新聞研究所官網

AI技術的蓬勃發展使新聞業面臨結構性轉折。鏡電視公評人翁秀琪解析路透新聞研究所發布的《新聞、媒體、科技趨勢與預測》報告，指出新聞業在AI海嘯中真正的出路，不是成為另一家科技公司，而是更清楚地界定自身作為公共知識、公共討論與公共信任基礎的角色。

閱讀全文

從內容到服務：新聞媒體公共價值的轉型

影像履歷 + 鑑識 媒體打造 區辨真實的技術服務

BBC攜手YouTube開課 延續傳統媒體文化影響力



插圖由AI軟體Ideogram生成

插圖由AI軟體Ideogram生成

AI時代，眼見未必能為憑。當圖像可被生成變造、影片可被剪輯後製，新聞畫面和網路影片、公民影像最大的區別，在前者的資訊能被檢證溯源。挪威媒體集團Schibsted就在新聞頁面上加入「[影像履歷](#)」設計，揭露新聞圖片完整的編輯歷程(中文摘要1)。[《紐約時報》](#)等媒體則藉由[影像鑑識技術](#)，在資訊混亂、事實未明的時刻，提供專業的視覺驗證服務，凸顯新聞機構在數位合成資訊充斥的媒體環境中難以取代的核心功能(中文摘要2)。

影音平台和內容創作者已成為閱聽人接觸資訊的重要管道。為連結新世代觀眾，並在數位世界中文延燒文化影響力，BBC除了打造一系列YouTube專屬節目，也和英國國家電視電影學院合作，善用BBC長期累積的製作專業，打造系列數位新聞敘事、兒童節目製作課程。也培育新世代的數位製作人才，除影射傳統媒體長期累積的影響敘事口碑和報導長才，在碎片化資訊和短影音盛行的數位世界中，仍有不容忽視的潛力與價值。

中文摘要1

閱讀原文

中文摘要2

中文摘要

資料集即服務！媒體提供AI易讀的結構化資料 賦權公民

當資料新聞調查報導始終是新聞媒體監督權力最強而有力的工具。然而當資料開放平台(open data)和通用AI工具日益普及，新聞媒體的價值恐怕不僅在揭露數據和報導真相，還在賦權於民，讓網路上的「死資料」[成為能被檢索應用的「活資源」](#)。(中文摘要1)。菲律賓獨立記者Jaemark Tordecilla日前就透過「[氛圍編碼](#)」(Vibe Coding)，擷取非實政府預算公開資料，並製成AI易讀(AI-ready)的試算表公開發布，[除讓NGO和媒體得以跟進報導](#)。(中文摘要2)，也讓在表公民能自行將資料匯入AI，提出各自的疑慮和問題，達到公共問責目的。[提供公眾可檢索應用的資料集\(data set\)](#)，已成為最值得新聞媒體持續開發的服務項目之一(中文摘要3)。

中文摘要1

中文摘要2

中文摘要3

從內容到工具：輔助行動決策的媒體

化解選校疑難！澳洲《時代報》推教育資源工具

AI助攻！Mumsnet由親子平台化身行銷顧問



插圖由AI軟體Gamma生成

插圖由AI軟體Gamma生成

澳洲媒體《時代報》，經由讀者訂戶的反饋獲得洞悉，押寶教育議題，結合長期累積的報導專業和官方數據，打造出一款「[學校指南](#)」應用程式，協助家長和學生解答「[該選哪所學校](#)」的疑難。這款高實用性的數據工具不但為《時代報》帶來訂閱成長，也協助其開拓年輕的閱聽族群。資訊爆炸時代，新聞媒體除了生產內容，更大的價值恐怕在提供閱聽人高度脈絡化的工具與資源，協助其做判斷、下決定。

英國親子平台Mumsnet和多數媒體一樣擁有大量文字資料，用戶每天還持續在平台上生產約150萬字內容。Mumsnet利用AI將過去25年約95億字內容，打造成「[僅此一家，別無分號](#)」的情緒與趨勢分析工具，推測市場上常見的行銷直覺，替商業客戶以更少成本，取得更真實的消費者洞悉，也讓Mumsnet成為客戶心中「[特訂閱聽群](#)」的專家，使其異業提案轉機率顯著上升，改變其商業模式。

閱讀原文

閱讀原文

中文摘要

中文摘要

公評人觀點 從《華盛頓郵報》危機 看台灣媒體轉型的結構警訊



圖片來源：路透社

AI與數位工具的發展，正在重新定義新聞生產的方式。鏡電視公評人翁秀琪從華盛頓郵報持續縮編的案例示警，在AI時代，媒體的價值不在快速生產大量內容，更在提供可信度、專業判斷與公共責任。

閱讀全文

最新Podcast — 好好評新聞S-4

AI氾濫、資訊操弄，新聞工作者如何守住真假虛實的界線？ft.李怡志(政大新聞系助理教授)、陳慧敏(FactLink數位素養實驗室調查記者)



《好好評新聞—公評人來了!》 MIRROR VOICE

傳播環境日益複雜，訊息操縱和AI技術日新又新，新聞工作者該如何善盡報導事實的工作？請收聽本集，和鏡電視公評人翁秀琪與來賓：政大新聞系助理教授李怡志、FactLink數位素養實驗室調查記者陳慧敏，一同思考媒體與閱聽人，如何避免被錯誤訊息誤導操縱。

點擊收聽

延伸閱讀 臺灣媒體案例

- 鏡新聞攜手潮網 助媒體客戶掌握視聽趨勢
鏡台成立原創新聞加速隊 謀新創解決問題
公廣集團整合媒體資料庫 打造更可信的AI機器 人
台灣大結盟財經媒體 提供用戶市場趨勢情報

向公評人申訴

