

# 分析與批判傳統報紙在 聚合現象中的角色： 以台灣四大報紙集團為例<sup>\*</sup>

林照真<sup>\*\*</sup>

## 摘要

報紙一直被認為將被不同形式的媒體取代。面對數位時代區隔的閱聽眾與市場，傳統報紙常是數位新聞的原點，並是媒體集團進行跨媒體聚合的中心點。本論文嘗試釐清台灣四家傳統報紙如何進行跨媒體的新聞聚合，透過新聞工作者的深度訪談內容，分析比較四家傳統媒體出現不同的聚合現象，再就四家報紙集團的新聞聚合行為進行評價與批判。本論文研究發現，台灣現階段的新聞聚合是以獲取經濟利益為主，已對新聞造成傷害。

**關鍵詞：**聚合、跨媒體、新聞、報紙、科技

<sup>\*</sup> 本文作者非常感謝匿名評審提供的寶貴建議。

<sup>\*\*</sup> 林照真為台灣大學新聞研究所教授，Email: carolinelin@ntu.edu.tw。

投稿日期：2013/9/18；通過日期：2014/3/14

## 壹、以傳統報紙為核心的新聞聚合現象

媒體數位化前夕，全世界充滿著唱衰報紙的論調。傳播學者 Philip Meyer (2004) 在其《消失的報紙》(*The Vanishing Newspaper*) 書中，就預測報紙會在 2043 年消失。《經濟學人》(*The Economist*) 也直指報紙即將沒落(“Who killed the newspaper?”, 2006)。沒有人看好報紙，壞消息果然接連傳來，報紙關門、裁員、併購的消息不斷，再加上 2008 年的經濟危機，美國一年幾乎就有 16,000 記者失去工作。報紙沒落導致許多人擔心新聞的發展，之所以如此，是因為在新聞世界中，報紙記者不但數量最多、也一直扮演關鍵角色 (Young, 2010: 610)。即使公民記者愈來愈受矚目，政治部落格更可發揮一定的輿論影響力 (Keen, 2007)，但是學者並不認為公民記者可以取代專業記者，反而堅信能夠提供每日新聞的專業記者還是新聞的基石 (Compton & Benedetti, 2010)。

雖然時不我與，歷史最久的報紙自是不能坐以待斃。Boczkowski (2009) 就察覺許多傳統新聞媒體正努力在新媒體環境中存活下來，報紙媒體尤其致力於這方面的努力，以致報紙如此參與數位時代，一直是備受矚目的媒體現象。隨著科技的進步，報紙從 1990 年開始，就開始與科技革命奮戰，幾乎每一家報紙都設立延續報紙品牌的新聞網站，第一階段新聞網站的出現被視為是報紙第一次的媒體科技革命。近幾年各大報紙媒體又相繼在網路新聞中進行更大規模的規劃，因而被認為是第二次的媒體科技革命。這兩波媒體革命都被認為與「聚合」(convergence) 有關。Fagerjord & Storsul (2007) 也指出，1990 年代第一波網路時代，「聚合」代表的是變化；在第二波網路時代，Kung, Picard, & Towse (2008) 認為聚合已是個包含較廣的概念，包括更好的網路呈現、更低的價格、更廣的容量、網路各作業部門標準化、更開放的網路平台、更佳的網路外部設備、解除管制、全球化等許多面向。

Barnhurst (2010) 研究《紐約時報》(*The New York Times*)、《芝加哥論壇報》(*The Chicago Tribune*)、《波特蘭奧瑞岡報》(*Portland Oregonian*) 三份報紙也發現報紙未來的商業模式雖然仍處於不確定狀態，但發展新聞網路還是可能的方向。而且，報紙與網站藉由跨媒體合作提供多平台的新聞供應，還可以因應不同的閱聽眾，製作

不同的新聞內容。若干報紙品牌的新聞網站亦不斷提升自己的重要性，甚至已可以和電視相媲美，因為愈是年輕讀者愈有可能接觸網站（Schroder & Larsen, 2010）。也因此報紙與網路聚合的現象愈來愈明顯，這些紙媒還能在網路上發展過去沒有的影音新聞、多媒體新聞、並且還能加強與讀者的互動性，藉著社群網站增加讀者的參與。以致在西方，媒體的競爭已經轉移到網路上（Malone, 2012）。

有關此一動向，西方主要媒體都曾經非常具體地標明這個轉變的里程碑。例如，英國《衛報》（*The Guardian*）在 2011 年出版的官方文宣品中說明衛報的價值、視野與策略時，便在編輯政策中首先強調《衛報》將成為「數位第一」（digital first）的公司（*The Guardian*, 2011），希望以此獲得永續經營的機會，並體認網路實是報紙的未來（McNair, 2009）；《紐約時報》（*The New York Times*）發行人 Sulzberger 也認為數位化後，正使得《紐約時報》從報紙變成多平台的世界新聞組織（Beckett, 2011）；就連美國有線新聞台（CNN）的國際總裁 Jeff Zucker 也說明 CNN 正在走向數位化，他一樣指出數位化是 CNN 的未來（Agence France-Presse, 2013）。以上案例，均說明西方的傳統媒體多已展開數位化進程，也就是所謂的「數位聚合」（digital convergence），或可簡稱為「聚合」。

由於網路的聚合現象必然涉及科技的整合，同時，聚合也會改變新聞傳播的方式；以致當今思考媒體科技、產業與新聞時，很難不使用這個概念（Herbert, 2000）。早期西方傳統報紙記者抗拒科技一事還是經常受到批評。《紐約時報》編輯 Neil Chase 曾表示：「報紙在網路發行已經十年以上，記者與編輯們還是存在著許多對於科技的不安感。」為《華盛頓郵報》（*The Washington Post*）工作的 Robert Kuttner 則覺得主流媒體認為科技就像是遲到了一樣。這些說法都顯示出傳統媒體對於新科技的發展，多半用不安、甚至負面的心情來看待（Barnhurst, 2010）。但現在報紙記者已感受到傳播科技為不可抗拒，報紙能發展新聞網站，就是網路科技導致；《紐約時報》已經是由網路帶動報紙，新聞的速度也比以前更快，《紐約時報》今（2013）年網站訂閱收費金額可達 9,100 萬美元，2013 年的數位發行收入可能也會是超越數位廣告的一年（楊士範, 2012.12.24）。

由此可知，「聚合」概念必然包括具有一定科技性的網路擴展。在這樣的理念引導下，西方報紙面對聚合，一方面會藉由傳播科技建

立更多元的新聞聚合；另一方面也嘗試建立新的商業模式，形成更多不同形式的新聞聚合。

相較於西方幾家報紙媒體「數位第一」的聚合歷程，台灣媒體的聚合歷程在國內傳播學界較缺乏系統性研究。台灣的報紙產業情況一樣不樂觀，2006年一年的時間裡，台灣有六家報社吹了熄燈號；還在的報紙紛紛裁員，逐漸形成目前四大報紙集團爭奪台灣市場的態勢。各大報紙集團內均擁有數量不等的媒體，《旺旺中時》（簡稱旺中）、《聯合》、《自由》、《蘋果》四大報紙均已建立新聞網站，並與傳統報紙進行合作。像是聯合新聞網就整合了《聯合報》、《聯合晚報》和《經濟日報》，同時提供自製的影音新聞。中時電子報除了有《中國時報》的新聞內容，也加入《工商時報》、《旺報》、《時報周刊》、與中天的影音新聞。除了匯集不同媒體間的新聞外，電子報（新聞網站）還能利用網路功能，將相同主題的新聞歸在同一類目下，方便讀者快速掌握訊息。自由時報系則有《自由時報》、*Taipei Times*（英文報）、都可在同一新聞網站中看到不同的報紙內容。來自香港的壹傳媒新聞集團擁有《蘋果日報》、《壹周刊》、《爽報》（免費報）、壹電視（2013年出售給年代電視集團）等媒體，而蘋果日報網站已將上述媒體內容整合在同一個網站平台中，新聞網站看似已整合新聞集團下的所有媒體，一同加入新聞競爭。

同時，因為台灣各家報紙集團同樣擁有報紙以外的不同媒體，以致各家媒體會因擁有媒體的數量、發展進程、與資源不同等因素，以擴張各自的媒體力量，並且形成台灣傳統報紙因應數位時代的聚合現象。《聯合報》（2011）就認為報紙的英文是“newspaper”，拆成兩個字為 news + paper；中文的報紙兩個字拆開是「報」+「紙」。很明顯的，報紙的核心是「報」，是 news（新聞），而不是 paper（紙）。「報」不會消失，只是不限於「紙」。這說明新聞內容所需的媒介載具會更多元。由此可知，台灣的媒體革命進程已形成饒富研究旨趣的新聞現象。

從以上的觀點可知，台灣已有報紙集團意識到必須超越紙本。這使得本研究更加關心台灣的四家報紙集團究竟如何追求生存的可能性？再者，既然台灣各大報紙集團都已先後發展網路，是否會以網路進行各種聚合？這樣的問題意識，使得本研究首先確認媒體集團聚合的核心所在。本研究進一步發現，四大媒體集團的網路新聞均採免費

方式，在做法上也都是當成其他傳統媒體的另一平台，以致台灣四家報紙集團所表現出的「聚合」現象，或多或少都與網路有關。但如果將之與西方經驗進行比較，會發現許多相異之處。台灣的新聞聚合現象，固然已有跨平台現象出現，卻未必以網路為發展源頭，若干見諸西方討論的聚合現象，都與台灣發展方向不同。由此來看，想要認識台灣的新聞聚合現象，就不會是以網路為核心的觀察面向。

同時，各媒體集團對網路的使用多半消極，四家媒體集團多發生發行量下降、廣告收入受網路影響等問題；截至目前為止，台灣媒體集團最主要收入來源還是傳統媒體。本論文在研究過程中也很快發現，四家報紙媒體在集團因應數位時代來臨時，均表現出較為核心的角色，這使得本論文在討論台灣的媒體聚合現象時，認為應採取不同視角來分析台灣本地特有的聚合現象。因而，以報紙為源頭的台灣聚合現象，便是本研究關切的研究旨趣。本論文發現西方報紙在生存出現危機時，均試著在新聞聚合中尋找契機以維持新聞命脈（林照真，2014）。台灣的報紙前景一樣不樂觀，目前台灣四個報紙集團則是在網路已經進行內容整合的前提下，執行既有的新聞聚合行動。本研究的問題意識包括：台灣新聞媒體出現何種不同的聚合現象？新聞的聚合對新聞記者個人與組織的影響為何？媒體集團強化新聞聚合的目的為何？聚合現象出現後，新聞內容受到何種影響？這些問題，都必須在台灣媒體圈內找到答案。

基於上述，本論文因而企圖從聚合觀點出發，探討台灣的新聞聚合現象，並說明台灣報紙在執行新聞聚合行動中扮演的角色。本論文採取深度訪談法，分別檢視台灣四家傳統報紙有關聚合的各種現象，並以台灣四大報紙集團「旺中集團」、「聯合報系集團」、「自由時報系集團」與「壹傳媒集團」為研究對象，藉以初探不同報紙集團在台灣出現的新聞聚合現象。

## 貳、理論梳理

### 一、多元的聚合意涵

1990年代，聚合（convergence）突然變成媒體圈中的通用語，科技工作者、政策制訂者、媒體公司、製作人、研究者等無一例外，人人都在談論與聚合有關的事（Storsul & Stuedahl, 2007）。到了 20



世紀的數位時代，「聚合」再度成為流行用語，卻已不具有單一、或是權威的意涵。聚合有很多不同定義，綜效（synergies）、合流（confluence）等，更常被視為是聚合的同義詞（Doyle, 2002）；或是認為聚合是維持市場占有的方法（Quinn, 2004）。聚合也被認為與數位時代中的轉變、或是新發展的現象有關（Irlle, 2009）。聚合會更要求記者能進行多平台與跨媒體的創作（Wilkinson, Grant, & Fisher, 2009）；Gordon（2003）就認為，在 21 世紀開始，如果想要跟上有關科技、商業、或是新聞的發展，不可能不觸及「聚合」的概念。由以上可知，這個名詞可能會因不同的使用者而有不同的意涵，也會因研究對象而採取更合適的意義。同時，在提到數位化帶來的改變時，「聚合」仍是一個非常關鍵的概念。即使現在人們認為「聚合」這個字已無法形容媒體目前複雜的情形與發展時，「聚合」概念仍然是宰制媒體發展論述的主要概念（Fagerjord & Storsul, 2007）。

### （一）聚合的意涵：模糊媒體界線

從歷史角度來看，聚合首先與科技數位化的定義有關。一般認為「聚合」是傳播學者 de Sola Pool（1983）在他的指標著作《自由的科技》（*The Technology of Freedom*）中，首先用到這個名詞。de Sola Pool 提到「形式的聚合」（convergence of modes）是想像未來所有內容都可以數位典藏、由網路傳送、並通過電子設計近用。若根據 Fidler（1997）的看法，麻省理工學院媒體學者 Nicolas Negroponte 則是公開提出「聚合」觀點的第一人。Negroponte 的聚合關切的是媒體產業與數位科技的發展，Fidler 因此將此稱為多媒體傳播（multimedia communication）。由以上兩名學者的觀點可知，聚合固然和科技有關，卻未停留在科技單一現象，內容數位化後可以進行多媒體傳播，自然不再以一個傳播平台為限，所以聚合必然具有跨平台的性質。聚合有時候會使用 mediamatics（media telematics）一詞取代，目的在於說明它的功能一定超越單一媒體之上。自古以來從印刷術、電報、電視、衛星、以及網路等傳播科技都改變了新聞的形式，可以看出這些都是由科技所驅動（Beckett, 2008）。

由於數位化帶來多媒體傳播，聚合更會打破媒體既有的界線，也是聚合造成的現象之一。de Sola Pool（1983）於是進一步認為，聚合

的數位化將原本分開的傳播整合在一起，如對話、電影、新聞、文本等，現在都可以數位化的方式傳送，科技已把傳播帶到更偉大的系統中（Gordon, 2003）。由 de Sola Pool 的觀點可知，不同媒體之間的界線已經變得模糊不清，這是聚合的主要現象。同時，聚合的科技改變媒體組織，不但新媒體與傳統媒體的界線變得模糊；閱聽眾、大眾、公民、消費者、生產者的概念，也一樣難以清楚分界（Papacharissi, 2010）。

又因為聚合必然與媒體有關，聚合常是指新媒體嵌入既有媒體與傳播產業的過程，因而也會以「媒體聚合」這個名詞來描述其中有關調適、合併與轉換的過程；媒體聚合可以用來說明新舊媒體的互動是複雜的與多層次的（multilayered）（Dwyer, 2010）。而舊媒體與新媒體的聚合，除了一如報紙與網站的整合外，也包括社群網站。Henry Jenkins（2006）在《聚合文化》（*Convergence Culture*）中所說的，閱聽眾也會成為媒體內容的共同生產者，這也是「聚合」（Fagerjord & Storsul, 2007）。可見「聚合」一詞也說明生產者與消費者在聚合當中，也是界線不清。由此來看，聚合的意義雖多元廣泛，但大都與界線的模糊有關。

## （二）聚合的意涵：報紙的新聞聚合角色

在「聚合」廣泛的意義之外，與新聞媒體有關的新聞聚合，本身也是相當獨特的現象。因為聚合作用使得數位新聞不但保持了新聞的價值，還能提高新聞的需求與在社會中的重要性（Beckett, 2008）。「聚合」也因此成為媒體會採取的策略，例如網路可以涵蓋所有資訊，又會以新的方式來呈現資訊。這個部分記者多稱之為新媒體、網路新聞、多媒體新聞、數位新聞，它同時也可視為是聚合新聞（convergence journalism）（Kolodzy, 2006）。「聚合新聞」與「新聞聚合」的意義相同，例如 Erdal（2007）認為新聞可能在更多的平台露出的生產方式就是「聚合」、也可稱為「新聞聚合」（journalism convergence）。可見「聚合」、「聚合新聞」、「新聞聚合」，在新聞媒體的討論中，實為同義詞。

以此來看，當新舊媒體進行新聞聚合時，就會出現聚合的意涵與現象，也讓新聞聚合現象複雜起來，包括跨媒體平台、媒體界線模

糊等都會出現。同時，傳統媒體也會嘗試運用新媒體。因為數位媒體具有互動功能，使得新聞更像是一種對話（conversation）（Gillmor, 2004）。Hermida（2010）以 Twitter 為例指出，新媒體 Twitter 像是一種「告知系統」（awareness system），徹底影響了新聞的運作與定義，而且帶來 Hargreaves（2003）形容的充滿新聞（ambient news）的媒體環境。

在討論媒體聚合時，學者也開始注意新媒體與舊媒體結盟運作的問題。這個時候，傳統報紙一定被認為是舊媒體，但是因它而有的報紙網站具有數位特性，又會被認為是新媒體。Kraeplin & Criado（2009）兩人在檢視聚合新聞成長之時，就發現報紙一直是網站與電視聚合的夥伴。此外，根據 Molina（1997）所言，數位媒體因為互動性、個人化、以及可不斷更新的特性，使得印刷報紙「一對多模式」（one-to-many model）受到動搖，但他還是注意到，這些報紙公司依然是數位內容的主要供應者。部分西方學者歸納新媒體和傳統媒體的關係可分為競爭、整合、與補充三類。儘管新舊媒體相互依賴的關係互有差別，到目前為止，還沒有任何證據證明新媒體網站可取代舊媒體（Neuberger & Nuerbergk, 2010；Phillips, 2010）。相反地，傳統媒體為了生存與發展，有不少媒體公司開始設法結合新媒體（Bowman & Willis, 2003），因而形成跨媒體的新聞聚合現象。數位化使得報紙記者可以使用不同傳播工具進行報導；而在討論新聞聚合時，更發現傳統報紙還是聚合的發動者。

## 二、多元的聚合目的

在傳播科技進步的數位時代，新舊媒體聚合的情形非常普遍。如果追問，為什麼要聚合？就得設法瞭解其目的。有的學者指出，因為生活方式是區隔的，所以新聞的閱聽眾也是區隔的，在這種情形下，聚合是指每天在不同時間、用不同的形式提供新聞給閱聽眾，以便回應閱聽眾生活方式的改變（Kolodzy, 2006），也因此聚合具有多元的目的。

### （一）聚合的目的在於獲利

首先，聚合必然與閱聽眾有關。在以廣告為主的商業模式下，雖



然探討聚合可以瞭解不同媒體間如何結合，更有學者指出「聚合」之所以在此時受到大量使用，是因為討論重點是在於如何獲利（Gordon, 2003）。促進新聞聚合固然可以促使消費者透過不同媒體取徑，以接觸到類似的訊息；但是媒體集團發動新聞聚合的原動力仍在於經濟考量。Gordon（2003）在討論產業的聚合策略時，提到有關內容、行銷與提高收入的三個重點。Dwyer（2010）也指出聚合是一種意識型態，21世紀的媒體擁有者都想透過更多媒體平台來獲利，因而使得媒體聚合有關經濟、意識型態兩個面向，會在獲利過程中一起運作。他所謂的「意識型態」，指的是產業的匯合（conglomerate）與集中（concentration），Dwyer（2010）因而主張應針對聚合進行批判。Kolodzy（2006）乾脆把話說穿了，她認為聚合就是一種經營手法，是讓較少的記者在較少的資源下，做較多事的一種方式。2004年11月間，幾家美國大報總編輯曾經共同提到有關「聚合」這件事。根據他們的詮釋，聚合指的是數眼球數量重於產製硬新聞；新聞聚合是為了吸引年輕讀者，以及不同的閱聽眾（Kraeplin & Criado, 2009）。

網路出現時，無論如何聚合，媒體老闆都明白：「數位媒體真正的賺錢之道是來自於內容，而非科技。」（Carlson, 2003: 54）。因此內容與不同平台的關係也開始受到檢驗。Boczkowski（2004）曾以三種分類模式來形容報紙內容到網路等資訊數位化的三個不同過程。(1) 複製印刷媒體內容再放到數位網站（repurposing）；(2) 增補其他已發表之報紙、檔案來源（recombining）；(3) 內容的生產完全是因網路而獨有（recreating）三類。因此，Drucker & Gumpert（2010）兩人從傳播的觀點來看，認為聚合指的是包含集結（collaboration）、合作（cooperation）、共有內容（combined content）、改變中的消費（changing consumption）與整合連結（integrated connection）等幾個部分。又因為聚合會涉及不同媒體，所以聚合也包括不同媒集團間的結盟關係。Pavlik（2001）就認為聚合已造成數千億的公司整併案不斷發生，但到底誰能決定新聞內容，這個議題一直飽受爭議。

聚合一方面與內容生產息息相關，一方面又牽涉到媒體組織所有權聚合問題，其中又以「垂直整合」（vertical integration）形成的聚合影響最為顯著。所謂「垂直整合」意即從生產到消費過程中，聚合者擁有許多不同公司，可以同時掌握生產與分配（Kolodzy, 2006）。對內容生產者而言，垂直整合更可以降低生產成本。Doyle（2002）

則警告指出，垂直整合可以提供多種不同的策略吸引力，以接觸到觀眾；也可以提供更有效方式，讓生產者更有效率地計畫生產，並且可以協助建立品牌；但垂直整合也可能因此限制其他的內容生產者接觸閱聽眾的機會，而使這家公司達到宰制市場的機會，以致違反公共利益。從批判政治經濟學的角度觀之，就會特別注意到與聚合有關的獲利問題。在台灣討論聚合現象時，更是不能缺少政治經濟學的批判角度。這種情形將因聚合現象而增加，並使人不得不關注所有權聚合的相關問題。

## （二）聚合的目的在於提升新聞品質

聚合的集中化現象令人擔憂，Dennis（2002）明白聚合可能因為媒體集中化而限制內容的多元性，但他依然認為全球性的網絡、互動性與可一傳多的設計，都可以提升媒體在民主社會中的角色。Gunter（2003）也認為數位媒體一方面可提供空間，允許新聞以更創新與有趣的形式呈現；以媒體發展較早的歐洲國家為例，歐洲委員會（European Commission, 1997）藍皮書曾經明白指出，聚合是一種有關服務的新商業或是社會互動模式。徹底的聚合則是指在多平台進行的單一生意：這時便涉及共同經營、跨媒體的廣告銷售與共享的新聞運作（Dupagne & Garrison, 2009）。英國媒體認為科技發展可以在電視與報紙間創造新的綜效。同時，英國政府也認為電視與報紙的結盟是一個符合邏輯與自然的產物，可以在技術間帶來有效的互動，並使消費者受益（Doyle, 2002）。

也有負面評價認為速度與空間使得新聞變得愈快愈薄（speed it up and spread it thin）。在新聞聚合現象出現後，數位時代記者的工作模式立刻受到影響，強調多技能的背包記者愈來愈普遍；新聞記者必須具備一定的電腦素養才可能從事新聞工作。而且，在媒體聚合的數位新聞時代中，一個人工作（one-person news crews）的形式愈來愈常見，在無法顧及新聞品質的情形下，就得生產影音新聞（Pavlik, 2001），工作量也多是呈增加的趨勢發展。

新聞聚合時代對新聞記者的角色定位差異也極大。有學者認為記者最主要的責任就是寫作與報導，新科技可能讓記者分心（Kawamoto, 2003）。Finucane（2006.03.15）則提出當代新聞記者的三大標準。他認為好的寫作與編輯技能還是基本的；不管是何種平台，內容一定要

做到告知、有趣，以及經得起檢驗；保持彈性（flexibility）永遠是新聞室的求生關鍵。而 Hirst & Treadwell（2011）在探討紐西蘭的新聞教育時也談到，聚合的技術包括數位說故事的技巧、網路設計、拍照、與攝影技巧等，都是基本技能。

然而，新聞媒體既是營利產業，記者就會受到產業結構影響。在傳統新聞價值中，新聞的重要性可由新聞的即時性（timeless）、顯著性（prominence）、鄰近性（proximity）及預期效果（probable consequence）來判斷（Mott, 2006），產業思考則非如此。Quinn（2004）因此認為，商業模式（business models）固然足以應付聚合創新所需的成本，科技也確實能夠提供更多說故事的可能性，讓新聞記者透過聚合後，可以做出更好的新聞。他同時指出所有權集中化是聚合的負面應用，加上數位科技需要經費，學習需要時間，聚合時也需要配合組織調整，這些都會影響記者的發展，連帶就會影響新聞品質。因為即使是嚴謹的報紙也需要報份與廣告。而且，商業性網路為了尋找年輕的讀者，很可能會抽掉嚴肅的報導以趨近於商業目的，此一發展極可能破壞記者個人的自主性以及新聞倫理（Philips, Couldry, & Freedman, 2010）。Barnhurst（2010）研究報紙網路化過程後，也發現網路化是報紙為增加獲利的手段，目的並不在於提升新聞或是公共事務，可見聚合的定義與目的極為多元。

這時，就得特別注意新聞品質的問題。Dwyer（2010）也認為聚合的策略必然包含媒體生產、閱聽眾消費等課題，所以特別想針對新聞媒體的聚合運作進行評價，他更認為這個名詞往往遮蔽了實際運作、編輯流程與發行策略的重要轉變，更應該關注的是新聞的多元性或新聞政策（同上引：2）。同時，雖然「聚合」意義多元，但台灣的四大報紙所屬的媒體集團均擁有其他媒體與事業，聚合因此與所有權有關，也出現許多不同的聚合現象。因而，本論文採取 Dwyer（2010）、Kolodzy（2006）、Gordon（2003）、Doyle（2002）、Pavlik（2001）等學者關注媒體所有權集中化的觀點，進一步討論台灣四大報紙因聚合而出現的在地現象。

## 參、研究方法

本論文的研究重點為台灣傳統報紙在 21 世紀出現的相關新聞聚

合現象。這四家主要報紙分別是《自由時報》、《聯合報》、《中國時報》、《蘋果日報》，前三家報紙是家族經營，第四家原為香港上市公司，壹傳媒所有媒體本可能於 2012 年 10 月以 175 億台幣賣給前中信金副董事長辜仲諒與台塑集團總裁王文淵，破局後壹電視已由年代媒體集團入主，《蘋果日報》、《壹周刊》等平面刊物又由黎智英自行經營。在此之前，這四家媒體集團一方面延續傳統報紙的經營，一方面又各自展開不同形式的新聞聚合現象。這四個媒體集團都是以報紙為主向外擴展，本論文以 2011 年四大媒體集團開始進行聚合時間為研究期間，並採深度訪談法蒐集相關意見與現象，受訪者為報紙高階、中層新聞主管、或是第一線新聞工作者等不同年資、職務的新聞工作者。本研究之受訪者來源是採邀請與滾雪球兩個方式進行，並在受訪對象中，儘量兼顧新聞主管與一般記者等不同背景。受訪者之所以包括高階新聞主管、中級幹部與資淺的新聞工作者，目的在於含括不同時間加入的新聞從業人員。主管階層者均與集團高層有極深的互動，年輕記者亦具有實際聚合的經驗。所有受訪者均屬編輯部。這些受訪者不但是新聞聚合的參與者，也是最佳見證者。

本論文以深度訪談法共成功訪問來自台灣四家傳統媒體共十名新聞工作者（表 1），以瞭解台灣四家傳統媒體所經歷的聚合過程，所有受訪者均要求匿名。本研究的問題意識包括：台灣新聞媒體出現何種不同的聚合現象？新聞聚合的過程為何？媒體公司強化新聞聚合的目的為何？聚合現象出現後，對於既有的新聞思想以及記者採訪方式有何影響？

表 1：受訪者資料一覽表

受訪者	服務媒體	工作年資	受訪時間
受訪者 A	中國時報編輯部高階新聞主管	二十年以上	2011 年 8 月 26 日
受訪者 J	中國時報編輯部資深新聞主管	二十年以上	2011 年 11 月 23 日
受訪者 B	聯合報編輯部高階新聞主管	二十年以上	2011 年 9 月 9 日
受訪者 C	聯合報編輯部影音記者	一年以上	2011 年 10 月 2 日
受訪者 H	前聯合報編輯部中階新聞主管	十年以上	2011 年 11 月 17 日
受訪者 D	蘋果日報編輯部中階新聞主管	十五年以上	2011 年 9 月 29 日
受訪者 E	蘋果日報編輯部中階新聞主管	十五年以上	2011 年 10 月 4 日
受訪者 F	蘋果日報編輯部記者	五年以上	2011 年 10 月 7 日
受訪者 G	自由時報編輯部高階新聞主管	二十年以上	2011 年 9 月 30 日
受訪者 I	自由時報編輯部中階新聞主管	十年以上	2011 年 11 月 21 日

本研究在研究過程中，針對不同受訪者提問，並期待受訪者能在匿名情形下，自由討論媒體內部的聚合情形。雖然受訪者在各主要媒體工作的時間不同，參與聚合程度也不同，卻都有一定的自身經驗。本論文訪問的主要訪綱如下。

- 一、請說明在你目前的工作中，與網路的關係為何？
- 二、因為網路的多平台特性，是否會影響新聞生產的過程？
- 三、目前在貴報社的新聞運作中，出現哪些不同於過去的做法？
- 四、你覺得報社採取這些做法的主要考量因素為何？
- 五、可否說明報社內與不同組織互動時，有哪些經驗讓你印象深刻？
- 六、你覺得目前在報社內部發生的變化，對新聞內容有何影響？

## 肆、研究發現

本論文透過深度訪談發現，台灣媒體集團雖已發展數位網路，迎接新一波的新聞媒體轉型；然而現階段報紙在新聞聚合過程中，依然扮演著極為關鍵的角色。本論文歸納台灣的聚合現象，並討論從中形成的相關問題。歸納如下。

### 一、新聞聚合由報紙主導，網路角色消極

雖然數位化時代宣告報紙將會消失的警訊，然而台灣四家新聞集團的新聞運作與國外新聞聚合並不相同。國外的新聞聚合多由網路主導，並提出「數位第一」的概念。所謂「數位第一」，即是包括獨家新聞在內的所有新聞，都是首先在網路刊登，其次才是報紙。換言之，最好的新聞、獨家新聞，都是先在網路首先出現，接著才印在報紙上。即使是網路免費的報紙如英國《衛報》也是如此。因為全球的網路使用者多習慣免費使用網路內容，以致想藉網路的內容賺錢其實非常困難（van der Wurff, 2008），西方成功的經驗也很少，很多都還是虧損狀態。因此，台灣各媒體集團對網路聚合的方向仍躊躇不定，雖也發展網路平台，既有的新聞網站只能發揮匯集新聞的靜態功能，頂多只是整合自家媒體集團的所有新聞內容，並不是扮演新聞火車頭，網路的角色還是非常消極。《聯合報》新聞主管 B 就說：



綠營林萬億鬧緋聞的報導，《聯合報》做得很大。市場很現實，我們賣報紙是要賣給我們的讀者群，我們明白他們偏藍的特質，這是現實，由此可知主力競爭並不是在新科技，而是報紙。傳統媒體還是我們的本，對我們集團來講，三個報紙媒體還是報社最主要基礎。不僅目前財務主要來源是報紙，如果沒有傳統報紙提供內容，網路登什麼？

由以上可以明白，台灣的報紙產業還是著眼於市場的特定讀者，也是媒體集團的主要來源，因而國內的競爭重心是在報紙，網路並不是主要的競爭平台。不僅聯合報系如此，《自由時報》也出現相同看法。《自由時報》資深記者受訪者 I 說：

我們老闆林榮三曾說，網路新聞不要錢，如果新聞都登在網路上，還有誰願意花錢買報紙？所以他對發展網路沒有興趣。而且，因為政治立場偏藍的讀者有《中國時報》、《聯合報》兩報在競爭，但綠色的這一塊都是《自由時報》的，所以《自由時報》不會放棄報紙的經營。

由於網路並不是台灣的媒體集團聚合的領頭者，本研究發現，目前新聞的領導者其實是報紙，以報紙領導聚合的情形在《中國時報》更是明顯。《中國時報》過去是獨立的編輯運作，自從旺旺集團入主後，中時自 2011 年初開始與中視、中天等集團內的媒體新聞主管，一同召開跨媒體的新聞會議；這個聚合機制是由集團總管理處發動，每天晚上六點時，集團內所有媒體主管會舉行電話會議，董事長蔡衍明也會參加。會中由各媒體報告當天會處理的重大新聞，《中時》、《工商》、《旺報》、中天、中視陸續報告，最後加上《時報週刊》，就是沒有網路部門人員參與，可見網路在旺中集團並不是內容的領導者，只是個放置集團所有新聞訊息的平台而已。旺中集團無論報紙、電視與雜誌，均有獨立的人力編制。當旺中報系試圖藉著集團媒體發揮影響力時，報紙往往扮演著議題操作的首要角色。《中國時報》高階主管 A 提到：

日前雙英的 ECFA 辯論，就是報紙帶頭操作出來的。馬英九與蔡英文雙方原先都沒說要辯論，但是《時報》覺得這個問題很重要，就在報紙評論施壓。當《中國時報》預備要主導議題時，我們先在報紙上寫，集團內的電視台可以配合操作談話性節目，網路上也會設置討論區，我們還做民調。這樣報紙炒、電視炒、網路炒，三、兩天這議題就真的起來了。但發動第一槍的，都是報紙。

另一新聞集團——自由報系集團相較其他三家，擁有的媒體數量雖較少，但《自由時報》發動的新聞聚合現象，則是表現在新聞媒體與其他非媒體產業的聚合上。由於報紙具有相當的言論力量，《自由時報》會特別強化報紙與其他事業的聚合。《自由時報》高階新聞主管 G 指出：

《自由時報》的相關企業有聯邦銀行、房地產、YES123 人力銀行。因為有報紙，金管會就不敢隨便來查。聯邦銀行在台灣的金融機構不具代表性，在其他媒體的能見度都較低，可是在《自由時報》往往可以得到一定的版面，甚至於不大的活動也可以見報。又如聯邦銀行有時候會被別家媒體負面報導，別家報紙不會幫忙澄清，還會落井下石，這時《自由時報》就會給自己發個正面回應。媒體的政治的影響力，報紙的力量還是比電視紮實。

本研究發現，長期來報紙一直是新聞界的龍頭，也是最主要的新聞供應者，並因此賺取廣告費用。但因為報紙的速度自然比不上網路，自然讓報紙失去速度的優勢。《聯合報》高階新聞主管 B 總結說：

國外的報紙獲得獨家新聞，因為要吸引讀者，一定是先給網路播，第二天報紙再告訴你更詳細的內容。《紐約時報》就是這樣，每天早上，總編輯會先開會決定當天的網路頭條，然後再想網路版的《紐約時報》要做什麼新聞。過程中都是以網路新聞的經營為主。而對我們來說，當《聯合報》獲得獨家新聞，在考慮究竟要不要給網路先播時，我們真的很掙扎。

由以上可以明白，儘管國內媒體已注意到跨媒體的聚合現象，因為國內新聞媒體認為網路為免費，無助於市場獲利，因而並未賦予網路扮演聚合的火車頭角色，以致台灣新聞實務界一直未能出現由網路領頭的新聞聚合模式。網路只是整合報紙已經刊載的新聞，正是 Boczkowski (2004) 三種模式中的複製模式而已。因為這樣，報紙還是各媒體集團的龍頭，數位媒體只是後端的資訊整合平台，根本不可能發揮積極的作用。由此也可以明白，台灣媒體集團的新聞聚合，其實還沒有完全做到數位化。

## 二、以聚合節省人力，帶來集團內的競爭

雖說台灣還沒有出現真正的新聞聚合，還是可以看到集團內的不同媒體間不斷互動，並有一定的新聞共享情形，這類跨媒體運作的策略運用可以節省一定人力，還可增加媒體集團收益。在有關報紙公司的媒體聚合策略上，Applegren (2008) 將之分成三類。分別是：(1) 是為生產影像的聚合策略；(2) 計畫成立電子報的聚合策略；(3) 從使用者角度提供數位聚合的報紙服務。她同時也指出，很多報紙均嘗試在編輯部門設立中央新聞室 (central news desk)，來供應所有的通路所需的內容。台灣的情形也類似，像是《自由時報》會與同一集團的《台北時報》共享新聞，再將新聞放在自由時報網站中；《蘋果日報》也會提供稿單給壹電視、《爽報》。由於動新聞已成為壹傳媒重要的新聞類目，集團內會動用更多人去進行。而當集團內因為合作而逐漸模糊媒體界線時，新聞記者的工作量反而增加。《蘋果日報》中階主管 D 談到：

動新聞除了動漫的部分外，還需要類似電視的影像攝影，這個部分要求的量很大，直接影響最多就是原來的攝影部門。攝影部門最早只做平面攝影，現在還要拍影音，現場的文字記者就要去幫他們拿麥克風等等。《爽報》最早就是自己的人力改寫，現在因為需求量愈來愈多，使得《蘋果日報》記者有時候得同一個新聞要寫兩種版本，要先寫短的版本給免費版用，後寫正式版給《蘋果日報》用。

本研究發現各集團常以新聞共享為補充人手的手法，記者的工作量增加，集團內各媒體卻未必可以打破媒體界線真正合作。以此來看，Applegren（2008）在列舉報紙的聚合策略時，可能忽略了媒體內部無法消除的相互競爭關係。《蘋果日報》記者 F 說：

我們公司內部感覺比較像是競爭，因為內部沒有訊息交換機制，變成我們有時候還要監看壹電視做了什麼內容。一早壹電視要參考日報的新聞，等晚一點他們有自己的消息時，我們就要關注壹電視午間或是晚間的報導。同樣，我們跟《壹周刊》也是競爭關係，兩邊訊息是沒有互相流通的。照片資源雖可以共享，但新聞內容在出刊以前，兩方是互相不知道的，我們都是等他們出刊了，才知道發生什麼事。

聯合報系於 2009 年成立影音事業部，並招募新進人員提供影音新聞，同時要求現有記者製作影音新聞（udn TV 並已於 2013 年 8 月於 mod 開台上架），可見聯合報系相當側重於影音新聞的跨媒體產製。由於《聯合報》政策性投資發展影音，也使得傳統報紙部門與影音部門間，發生矛盾現象。聯合新聞網影音記者 C 說：

報社內有的文字記者頗支持影音，也很配合；但有的記者明顯覺得影音是多餘的，對我們的要求都會覺得不耐煩。他們只要求影音部照他們的採訪方向來製作，我都快覺得自己像是傳播公司、不是記者了。可是請他們讓我們看文稿，他們又不太願意，覺得那是他們的東西。我覺得很奇怪，大家同屬一家報社，為什麼要這樣？我明明在報社，但報社記者對我並不友善。例如在一個新聞場合，我自我介紹是影音部同事，對方竟說：「欸？你來了我就不能發影音嗎？」會覺得他的配額被搶走了。

此外，旺中媒體集團擁有報紙、電視等多媒體，但是歷史最久的《中國時報》不但不會把他們的獨家新聞先放在網路上，更擔心總管理處發動的跨媒體聚合，會使報紙喪失優勢。《中國時報》高階新聞主管 A 說：

如果報社正在醞釀比較爆炸的新聞，報社主管不會在電話會議中講明。因為曾經發生好幾次，《時報》主管在開會時聊一聊中時打算做的新聞，中天主管在一邊聽到，馬上就播電話，電視那邊就先處理了。所以，《時報》有些重要新聞就不會在電話會議中報告。雖然老闆要求集團內各媒體不要分彼此，可是要媒體沒有本位是不可能的。這是我的記者辛苦跑來的新聞，怎麼可以就被別人拿去？

換言之，由於台灣的報紙集團均是以獲利觀點來追求聚合，各個媒體自然會放大經濟效益的重要性，而出現對新聞聚合無益的相關現象。值得提出的是，聚合過程產生集團內部的競爭或是無法合作的情形，這些負面效應在現有的聚合理論的探討中，其實相當受到忽略。而媒體與其他非媒體的聚合，也只是利用媒體來獲取集團的利益，可見聚合均與利益脫不了關係。

### 三、跨媒體聚合是為集團獲取政商利益

由訪談結果可知，媒體聚合的效應並非只是在媒體收益上，更多的是媒體的政治利益與商業利益，使得報紙重新找回在媒體中的主角地位；當台灣報紙將各個不同媒體整合在一起後，帶來的不是廣告與發行量，而是更大的政商權力。台灣的媒體擁有人均明白報紙是他們能夠握有政治影響力的主因，因而不論報紙是否是賺錢的主要事業，卻還是各大新聞集團中最重要的媒體。目前台灣報紙媒體經常舉辦大型活動，並靠著集團內相關企業媒體的強力宣傳來獲利，對於報紙的言論力量均產生極大的負面影響。

由《中時》與《自由》的兩個訪談可知，台灣的報紙集團不但可以設定新聞議題，更可藉此擴大媒體的政治與商業勢力。可見報紙帶動聚合的結果會使集團內的新聞內容跟著轉變。《中國時報》資深主管 A 說：

以前時報記者要知道老闆跟哪些政治人物關係好，現在變成要瞭解老闆背後的商業網絡。旺旺是上市公司，又是食品業者，老闆還會做一些轉投資，造成新聞記者要有足夠的敏感。另外也涉及老闆個人。比方郭台銘的富士康跳樓事件發



生好一陣子，老闆原本交代不要批判他們。可是有一天《時報》把有人罵富士康的意見報導出來，郭台銘還直接在記者面前修理《中國時報》。這一修理把老闆惹火了，他馬上發動集團總攻擊，從報紙到電視、從言論到新聞，全面修理、全面批判，立場一下子轉變。

以旺中媒體集團所指出的郭台銘報導案例內幕可知，當中時集團發動跨媒體的新聞整合時，目的均在於媒體擁有者政商關係的考量，包括報紙、電視、網路的跨媒體新聞聚合現象因此產生。再以 2012 年旺中集團因為併購中嘉有線而引發台灣學者黃國昌等到 NCC 抗議，旺中集團立刻動員《中國時報》、《時報周刊》、中天、中視等電視媒體，對黃國昌展開猛烈攻擊，因而引發社會反彈，並以街頭社會運動形式，對旺中集團表達抗議（蘋果日報電子報，2012.07.28）。此一現象也立即獲得壹傳媒集團動員旗下《蘋果日報》、《壹週刊》、壹電視等媒體，聯手進行相關報導，因而兩個與集團利益有關的新聞聚合現象同時發生。根據《中時》統計，《蘋果日報》自 2012 年元月起，報導旺中案已有 400 則全屬負面的報導，並且大篇幅指射中時集團製造假新聞（中時電子報，2012.09.02）。由此可知，台灣幾個媒體集團所發展出的跨媒體新聞聚合現象，都是以集團的經濟利益為主要考量，而非因為數位時代的傳播科技而導致。集團老闆的政商利益還是決定新聞內容非常主要的力量。換言之，經濟與意識型態仍是決定新聞內容的關鍵因素。在這方面，《自由時報》受訪者也提出相似現象。《自由時報》新聞主管 G 指出：

對《中時》跟《自由》兩個老闆來說，他們主要賺錢的產業不是媒體，他們認為報紙還是值得去做，是因為報紙帶給他們的政商利益，遠大於報紙的虧損。他們如果沒有媒體，就只是赤裸裸的生意人。媒體使得他們不只是一個商人而已，而是一個有武器的人。《自由時報》的其他事業就是金融跟建設，房地產更是不能外移到大陸的內需產業，所以《自由時報》的媒體主張就會強調本土。如果錢都留在台灣，大家都在台灣投資，房地產就會漲，他就能賺錢。《中國時報》老闆的事業跟《自由時報》幾乎完全相反。蔡衍明老闆主要

是在大陸成功的，他成功後不可能搬回來，所以《中國時報》就會變成倒向大陸的媒體。

由以上訪談結果可知，新聞聚合的策略更多是著眼於媒體的政治利益與商業利益，進而影響了新聞內容。當報紙將各個不同媒體整合在一起後，目的在於為媒體經營者帶來更大的政商利益，才會形成《自由時報》與《中國時報》完全不同的兩岸新聞立場。台灣的媒體擁有者均明白報紙是他們能夠擴大主事業的一大助力，因而即使報紙目前並不是賺錢的主要事業，卻還是各集團中最重要的媒體。這使得報紙老闆或報社老闆採取的政商利益聚合，不但本身就是聚合策略，也是聚合的結果，更加深聚合的影響力與複雜性。

#### 四、聚合爭取最大市場，閱聽眾影響力增加

聚合除了對記者技能有一定影響外，爭取市場仍是新聞媒體最主要的目標，也因此新聞產業會因為聚合而建立新的商業模式，在爭取市場的考量下，會更加注重閱聽眾的喜好。壹傳媒為了增加電視新聞的製作能力，便在網路上製作動新聞，多數是以社會新聞為主，這類動新聞其實是由真人模仿新聞人物而來，並已逐漸累積基本觀眾群。一名負責動新聞製作的記者 E 說：

動新聞以社會新聞較為討喜，每天約有一大半的新聞都是社會新聞。動新聞會請演員演一次，我們裡面有很多穿潛水衣的人，他們身上會黏很多感光用的螢光點，假設動畫中需要有人打架的畫面，就會有真人做那些動作，動畫師再根據螢光點模擬畫出來。動新聞已經培養出基本觀眾，他們也習慣這種報導方式。如果我們的配音太嚴肅，還會被網友罵，他們會說：「這是動新聞，輕鬆一點嘛！」

另外，由於媒體聚合的目的在於尋找最多數的觀眾，因而在新聞產製時，常為了爭取不同的閱聽眾，而採取不同的新聞製作方式。一名《聯合報》離職記者 H 提到台灣報業的整體現象時，他這麼說：

現在台灣已成為全民爆料，很多新生代、中生代記者，都會到網路上跑新聞。民眾都知道記者會上來看，還會公開叫記者來抄。一些公家單位因為明白記者的心態，於是也會找一些年輕人上網發訊息，就等著記者來抄。這讓我開始懷疑數位匯流的價值，當媒體的閱聽眾也身在數位匯流中，我不知道是媒體記者帶著觀眾進行數位匯流、還是閱聽眾帶著媒體進行數位匯流？

這名《聯合報》離職記者說明了新聞聚合其實存在受制於閱聽眾影響的現象。從以上可知，表現在網路上的新聞聚合雖可帶來更多形式的新聞內容，像是影音新聞、動新聞均是，但是卻使得好新聞、好記者的定義形成動搖；而且還可以發現媒體內容受閱聽眾的影響愈來愈大，這可說明媒體集團進行新聞聚合的目的其實是為了擴大閱聽眾，並不在於提升新聞品質。

除了報紙會靠著舉辦大型活動以獲利外，目前所有媒體都感受到爭取閱聽眾的壓力，以致即使數位時代可以藉著進步的傳播科技很快獲得訊息，但因為閱聽眾已經明顯區隔化，報紙集團才不得不聚合（Kolodzy, 2006）。《聯合報》一名新記者對此就感到非常困惑，因為在數位媒體時代，最受歡迎的還是煽色腥新聞。受訪者 C 說：

我以前都是看電視新聞，進入媒體之後我才開始看報紙。我覺得報紙還是比較負責任，資訊也比較豐富紮實，電視新聞報導錯了好像也沒關係。可是現在我不知道什麼叫作正確的報導，報社頭題的決定標準讓我很莫名其妙。譬如之前有好幾天的頭條新聞是蕭美琴、陳瑩、許建國三個立委的三角戀，我很奇怪為什麼這個是頭條？24 小時新聞台一直報這個三角戀，我們也連做了三、四則，占了相當的比重。我不知道我還可不可以理直氣壯地說我是一個記者，這對我來說是滿遺憾的事情。

又以動新聞為例，壹傳媒的動新聞雖然獲得了一定的觀眾青睞，也成為壹電視、網路與報紙拉抬的重點，卻未必獲得內部記者的認同。一名《蘋果日報》記者 F 說：

「好新聞」跟「好看的新聞」不見得會一樣。我不可能認為動新聞的「補教人生」是好新聞，我也覺得補教人生很好笑，它掛在網路上，我就會點開來看，這是我會做的事。若要我評斷它的內容是好或是壞，我會說那是沒有價值的新聞。我覺得好新聞、好記者的定義，從過去到現在並沒有什麼改變。

由以上訪談可知，新聞聚合打破媒體界線，擴大了市場，當新聞價值與最大閱聽眾的喜好發生衝突時，經常會犧牲新聞價值，無形中閱聽眾的影響力增加了。但增加的並不是閱聽眾的公共參與，而是更大市場的追逐。在這種情形下，即使新聞記者心中對於新聞價值仍有一定看法，距離現實卻是愈來愈遠了。

## 五、聚合要求記者多技能，反而弱化新聞核心能力

台灣媒體形成的聚合現象確實令人擔心，當市場力量愈來愈大時，媒體內容受市場影響的結構因素將日益明顯，政治經濟學的研究觀點已隱然出現。政治經濟學研究權力關係、社會關係，意即其中出現資源爭奪的情形（Mosco, 1996 / 馮建三、程宗明譯，1998：42），記者在其中自然受到極大影響。媒體記者一方面對數位時代表示肯定，另一方面也出現負面意見。這種情形就像 Applegren（2008）認為聚合的相反即是分歧（divergence），這兩個概念其實是緊密相連的。當科技聚合時，一方面會創造新的發行通路，從使用者觀點而言，也會經歷資訊的分歧。《聯合報》新世代記者 C 說：

Facebook 可以算是新科技嗎？現在媒體常常會在臉書上找馬英九講了什麼，譬如馬英九說到他與太太周美青認識多久，然後就可以做成一條新聞。我以前認為只有有線電視台才會做這種事，只有電視新聞才會這麼無聊。但我發現報社新聞現在也常搞這些東西，可能是因為新媒體帶來的方便吧！我本來也使用 Twitter，但是一天醒來，發現手機中的訊息多得不得了，很多都是無用的訊息，我乾脆全刪了。

Pavlik（2001）之所以強調新媒體正在改變新聞，是因為新媒體

可以提供更便宜、更快速的工具，使記者可以跟上截稿時間。但這樣一來，也取代記者過去穿鞋子跑新聞的傳統。

Erdal (2011) 曾在他的研究中提到四個不同的跨平台合作模式。(1) 單一記者為多平台提供新聞；(2) 記者因應不同平台創新內容；(3) 不同媒體與平台記者共享內容與合作；(4) 跨媒體記者為不同平台進行新聞合作。在台灣四大報紙中，四種情形都出現過，各報雖有不同的狀況，但幾乎每家報社的記者都必須為報紙、網路等不同媒體供應稿件。路線記者得以短訊方式，即時發到網路中，以增加新聞的影響力。較不同的是，聯合報系的記者不但要發文字稿，還要發影音稿，因而引起「聯合報產業工會」出刊抱怨（聯工月刊，2010.11.30）。《聯合報》內部也在思考，未來記者該具備的能力究竟是什麼。《聯合報》高階新聞主管 B 說：

我們從 2010 年 1 月開始要求記者具備製作影音新聞的能力，就是把記者找回來，訓練他們製作一分半的影音新聞。但是年輕記者整合與詮釋訊息的能力，卻一直缺乏早年記者曾有的訓練。我以前每天耗很多時間跟採訪對象磨，可能兩三天都沒有的一則新聞，主管也不會覺得怎麼樣。可是現在人力精簡，工作量又增加，已經沒有多餘時間培養和傳承記者的採訪經驗，年輕記者也沒有時間學習怎樣做一個好記者、怎樣寫特稿、怎麼觀察、採訪等。我認為這才是核心競爭力，可是這樣的核心競爭力正在流失當中。

由上述訪談可知，記者的核心競爭力包括深入的採訪與新聞內容的經營，但現在因為新聞聚合多工的要求，以致難以提升新聞品質，記者也無法得到更多的訓練，以致關心聚合會影響新聞品質的學界，還會建議媒體公司與受僱者更應重視聚合後所需的技能訓練與教育（Quinn, 2006）。綜合上述不同報紙工作者的談話可知，聚合成新聞品質下降，新媒體藉著聚合的廣泛使用，報紙的影響力正在下降。傳統新聞備受批評的新聞小報化現象（Kitch, 2009），在數位時代同樣未因新聞聚合而有所改變。而且，數位時代新聞記者扮演機器駭客（robohacks）與抄聞（churalism）的機會，更多於做一名記者與編輯



的工作 (Fenton, 2010)。傳統新聞價值中推崇的如優質新聞如調查報導，在數位時代可能更難出現了 (Peters, 2010)。

## 伍、結論：追求市場的台灣新聞聚合

本論文嘗試從聚合角度，討論台灣四家傳統報紙進行新聞聚合時所產生的現象。本論文一開始首先嘗試釐清聚合意涵，由於聚合是數位科技的代名詞，西方報紙媒體近年多全力發展聚合，不但企圖提高新聞在社會中的重要性，更意識到聚合可能是新聞媒體在數位時代得以生存的新挑戰 (Beckett, 2008；Fidler, 1997；Sundet, 2007)。本論文實際檢視台灣案例後卻發現，台灣媒體集團雖以網路開啟了聚合，網路角色卻不如西方積極，傳統報紙依然是台灣四大媒體集團在言論與市場擴展的主要角色，已形成台灣特有的新聞聚合現象，更引發本研究特別關注報紙在聚合後所扮演的角色。

本研究發現，台灣媒體的新聞聚合造成媒體界線模糊，以致記者的工作習慣與形式，形成極大轉變。聚合形成媒體多技能的工作需求，既要會採訪、文字寫作、還要熟悉影音製作，多媒體操作已成為數位時代新聞記者的新要求。這固然是時勢所趨，但本研究也認為台灣報紙集團在進行跨媒體的新聞聚合時，卻大大忽略培養新聞記者核心能力與深耕新聞議題的機會，即使新聞主管在深訪時已發現此一缺失，卻無力改變現狀。

本論文也想指出，新聞聚合原意固然在於強調媒體的跨平台經營，可讓閱聽眾有更多機會接觸到新聞。但是本論文研究台灣四家報紙的新聞聚合現象時卻發現，媒體擁有者常是利用新聞聚合進行政商利益的競逐，這樣的新聞聚合是以追求利潤為主要考量，完全忽略聚合有可能提升新聞品質的面向。新聞在公民社會一直被視為是民主資產 (Schudson, 2008)，但聚合帶動的市場驅力已使新聞本質發生改變。

總結本論文研究發現，台灣的媒體聚合帶來更為明顯的商業導向，如何透過法律、政策加以防範、減少惡化，也是本論文想提醒的。一如 Freedman (2010) 從政治經濟學的觀點分析媒體市場化時，便認為市場邏輯壓過新聞邏輯是最關鍵的因素。然而，媒體科技與聚合現象不斷變化，其實很難有效借用外力使之減緩當中的負面現象。最早關心聚合的美國學者 de Sola Pool 後來極為關切管制聚合 (regulatory

convergence) 一事，他認為有關聚合的管制應隨著生產與消費而來。以美國為例，美國政府因為未能形成統一的管理架構 (Drucker & Gumpert, 2010)，以致很難扼止負面效應。又以台灣的新聞聚合現象來看，有關生產與消費等應有的適當管理機制一樣付之闕如，負面現象目前也很難有效防止。台灣不少財團手中擁有媒體，政商考量因素加重，新聞品質問題堪憂；其中有關跨媒體經營造成所有權集中的現象尤其值得關切。雖然旺中集團尚未成功併購中嘉，但是年代媒體集團同時為有線系統業者，在其併購壹電視後，果然很快讓壹電視成功在有線系統上架；富邦金融集團已是國內最大的有線電視系統業者，又同時經營固網事業，也經營一定的媒體內容。由上述案例可知，不少財力雄厚的財團，都已出現跨媒體經營、所有權集中的現象。如何防止媒體所有權的不當聚合、落實政府應有的管制措施，並將重點放在更多內容品質的監督上，實為台灣在數位時代媒體聚合時不可逃避的課題。

回到本論文關心的報紙集團上。令人遺憾的是，現階段新聞聚合後的傳統報紙，主要目的在於維持生存，雖可為投資者帶來好處，卻無益於新聞。本論文認為，數位時代新聞聚合應致力產生更多正向力量，這才是新聞媒體產業最需要深思的。

## 參考書目

- 中時電子報 (2012.09.02)。〈惡搞坐大 壹傳媒腐蝕媒體文化〉。上網日期：2012 年 9 月 2 日，取自 <https://tw.news.yahoo.com/%E6%83%A1%E6%90%9E%E5%9D%90%E5%A4%A7-%E5%A3%B9%E5%82%B3%E5%AA%92%E8%85%90%E8%9D%95%E5%AA%92%E9%AB%94%E6%96%87%E5%8C%96-213000303.html>
- 林照真 (2014)。〈當代聚合對傳統報紙轉型的影響與衝擊：有關《紐約時報》與《衛報》的比較研究〉，《新聞學研究》，120：1-45。
- 馮建三、程宗明譯 (1998)。《傳播政治經濟學——再思考與再更新》。台北市：五南。(原書 Mosco, V. [1996]. *The political economy of communication*. Los Angeles, CA: Sage.)
- 楊士範整理 (2012.12.24)。〈今日網摘——什麼是商業模式〉，《商業周刊》。上網日期：2013 年 2 月 6 日，取自 <http://www.businessweekly.com.tw/webarticle2.php?id=18166&p=3>
- 聯工月刊 (2010.11.30)。〈五都選戰苦不堪言，實況報導追追追，影音記者累累累〉。上網日期：2011 年 10 月 20 日，取自 <http://www.udnwnu.url.tw/pdf/253.pdf>
- 聯合報 (2011)。《聯合報 60 年：1951-2011》。台北市：聯合報。
- 蘋果日報電子報 (2012.07.28)。〈旺中五媒體狂轟學者「逆我者亡」中天猛攻三小時〉。上網日期：2012 年 10 月 20 日，取自 <http://appledaily.com.tw/appledaily/article/forum/20120728/34400563>
- Agence France-Presse. (2013). CNN aims for broader news, digital audience: Zucker. Retrieved November 25, 2013, from <http://www.alternet.org/progressive-wire/cnn-aims-broader-news-digital-audience-zucker>
- Applegren, E. (2008). *Media convergence and digital news services: Adding value for producers and consumers*. Saarbrücken, DE: VDM Verlag Dr. Muller.
- Barnhurst, K. (2010). The form of reporters on U.S. newspaper internet sites: An update. *Journalism Studies*, 11, 555-566.
- Beckett, C. (2008). *SuperMedia: Saving journalism so it can save the world*. Oxford, UK: Blackwell.

- Beckett, C. (2011). The continuing digital transformation of the *New York Times* by Arthur Sulzberger. *Polis*. Retrieved October 20, 2011, from <http://blogs.lse.ac.uk/polis/2011/11/01/the-continuing-digital-transformation-of-the-new-york-times-by-arthur-sulzberger/>
- Boczkowski, P. J. (2004). *Digitizing the news: Innovation in online newspaper*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Boczkowski, P. J. (2009). Materiality and mimicry in the journalism field. In B. Zelizer (Ed.), *The changing faces of journalism: Tabloidization, technology and truthiness* (pp. 56-67). London: Routledge.
- Bowman, S., & Willis, C. (2003). *We media: How audiences are shaping the future of news and information*. Reston, VA: The Media Center at the American Press Institute.
- Carlson, D. (2003). The history of online journalism. In K. Kawamoto (Ed.), *Digital journalism: Emerging media and the changing horizons of journalism* (pp. 31-55). Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Compton, J. R., & Benedetti, P. (2010). Labour, new media and the institutional restructuring of journalism. *Journalism Studies*, 11, 487-499.
- de Sola Pool, I. (1983). *The technology of freedom*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Dennis, E. E. (2002). Prospects for a big idea -- Is there a future for convergence? *The International Journal on Media Management*, 5, 7-11.
- Doyle, G. (2002). *Media ownership: The economic and politics of convergence and concentration in the UK and European Media*. London: Sage.
- Drucker, S. J., & Gumpert, G. (2010). Introduction: Regulating convergence. In S. J. Drucker & G. Gumpert (Eds.), *Regulating convergence* (pp. 1-20). New York: Peter Lang.
- Dupagne, M., & Garrison, B. (2009). The meaning and influence of convergence: A qualitative case study of newsroom work at the Tempa news center. In A. E. Grant & J. S. Wilkinson (Eds.), *Understanding media convergence: The state of the field* (pp. 182-203). Oxford, UK: Oxford University Press.

- Dwyer, T. (2010). *Media convergence*. New York: Open University Press.
- Erdal, I. J. (2007). Negotiation convergence in news production. In T. Storsul & D. Stuedahl (Eds.), *Ambivalence towards convergence: Digitalization and media change* (pp. 73-85). Göteborg, Sweden: Nordicom.
- Erdal, I. J. (2011). Coming to terms with convergence journalism: Cross-media as a theoretical and analytical concept. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 17, 213-223.
- European Commission. (1997). *Green paper on the convergence of the telecommunication, media and information sectors, and the implications or regulation -- Towards an information society approach*. (COM, 97, 623). Brussels, BE: European Commission.
- Fagerjord, A., & Storsul, T. (2007). Questioning convergence. In T. Storsul & D. Stuedahl (Eds.), *Ambivalence towards convergence: Digitalization and media change* (pp. 19-31). Göteborg, Sweden: Nordicom.
- Fenton, N. (2010). Drowning or waving? New media, journalism and democracy. In N. Fenton (Ed.), *New media, old news: Journalism & democracy in the digital age* (pp. 3-16). London: Sage.
- Fidler, R. (1997). *Mediamorphosis: Understanding new media*. Thousand Oaks, CA: Pine Forge.
- Finucane, P. (2006.03.15). Teaching journalism for an unknown future. *Nieman Reports, Spring*, 59-61. Retrieved October 20, 2011, from <http://niemanreports.org/articles/teaching-journalism-for-an-unknown-future/>
- Freedman, D. (2010). The political economy of the “new” news environment. In N. Fenton (Ed.), *New media, old news: Journalism & democracy in the digital age* (pp. 35-50). London: Sage.
- Gillmor, D. (2004). *We the media*. Sebastopol, CA: O'Reilly.
- Gordon, R. (2003). The meaning and implications of convergence. In K. Kawamoto (Ed.), *Digital journalism: Emerging media and the changing horizons of journalism* (pp. 57-73). Lanham, MD: Rowman & Littlefield.



- Gunter, B. (2003). *News and the net*. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Hargreaves, I. (2003). *Journalism: Truth or dare?* Oxford, UK: Oxford University Press.
- Herbert, J. (2000). *Journalism in the digital age: Theory and practice for broadcast, print and on-line media*. Oxford, UK: Focal.
- Hermida, A. (2010). Twittering the news: The emergence of ambient journalism. *Journalism Practice*, 4, 297-308.
- Hirst, M., & Treadwell, G. (2011). Blogs bother me: Social media, journalism students and the curriculum. *Journalism Studies*, 5, 446-461.
- Irle, B. M. (2009). *Convergence of communications: Implications for regulating market entry*. Hamburg, Germany: Nomos.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: New York University Press.
- Kawamoto, K. (2003). Digital journalism: Emerging media and the changing horizons of journalism. In K. Kawamoto (Ed.), *Digital journalism: Emerging media and the changing horizons of journalism* (pp. 1-29). Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Keen, A. (2007). *The cult of the amateur: How blogs, myspace, youtube and the rest of today's user-generated media are destroying our economy, our culture, and our value*. New York: Doubleday.
- Kitch, C. (2009). Tears and trauma in the news. In B. Zelizer (Ed.), *The changing faces of journalism: Tabloidization, technology and truthiness* (pp. 29-39). New York: Routledge.
- Kolodzy, J. (2006). *Convergence journalism: Writing and reporting across the news media*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Kraeplin, C., & Criado, C. A. (2009). The state of convergence journalism revisited: Newspapers take the lead. In A. E. Grant & J. S. Wilkinson (Eds.), *Understanding media convergence: The state of the field* (pp. 18-30). Oxford, UK: Oxford University Press.
- Kung, L., Picard, R. G., & Towse, R. (2008). Introduction. In L. Kung, R. G. Picard, & R. Towse (Eds.), *The Internet and the mass media* (pp. 1-44). Los Angeles, CA: Sage.
- Malone, M. (2012). The great split over convergence. *Broadcasting &*

*Cable*, 9, 6-9.

- McNair, B. (2009). *News and Journalism in the UK* (5<sup>th</sup> ed.). London: Routledge.
- Meyer, P. (2004). *The vanishing newspaper: Saving journalism in the information age*. Columbia, OR: University of Missouri Press.
- Molina, A. (1997). Issues and challenges in the evolution of multimedia, the case of the newspaper. *Futures*, 29, 193-212.
- Mott, F. L. (2006). What's the news? In .G. S. Adam & R. P. Clark (Eds.), *Journalism: The democratic craft* (pp.73-79). New York: Oxford.
- Neuberger, C., & Nuerbergk, C. (2010). Competition, complementarity or integration? The relationship between professional and participatory media. *Journalism Practice*, 4, 319-332.
- Papacharissi, Z. A. (2010). *A private sphere: Democracy in a digital age*. Cambridge, CA: Polity.
- Pavlik, J. V. (2001). *Journalism and new media*. New York: Columbia University Press.
- Peters, B. (2010). The future of journalism and challenges for media development: Are we exploring a model that no longer works at home? *Journalism Studies*, 4, 268-273.
- Phillips, A. (2010). Old sources: New bottles. In N. Fenton (Ed.), *New media, old news: Journalism & democracy in the digital age* (pp. 87-101). Los Angeles, CA: Sage.
- Phillips, A., Couldry, N., & Freedman, D. (2010). An ethical deficit? Accountability, norms, and the material conditions of contemporary journalism. In N. Fenton (Ed.), *New media, old news: Journalism & democracy in the digital age* (pp. 51-67). Los Angeles, CA: Sage.
- Quinn, S. (2004). Better journalism or better profits? A key convergence issue in an age of concentrated ownership. *Pacific Journalism Review*, 10, 111-129.
- Quinn, S. (2006). *Conversations on convergence: Insiders' view on news production in the 21<sup>st</sup> century*. New York: Peter Lang.
- Schroder, K. C., & Larsen, B. T. (2010). The shifting cross-media news landscape: Challenges for news producers. *Journalism Studies*, 11,

524-534.

- Schudson, M. (2008). *Why democracies need an unlovable press*. Malden, UK: Polity.
- Storsul, T., & Stuedahl, D. (Eds.). (2007). *Ambivalence towards convergence: Digitalization and media change*. Göteborg, Sweden: Nordicom.
- Sundet, V. S. (2007). The dream of mobile media. In T. Storsul & D. Stuedahl (Eds.), *Ambivalence towards convergence: Digitalization and media change* (pp. 87-113). Göteborg, Sweden: Nordicom.
- The Guardian. (2011). *Living our value: Guardian news & media sustainability report*. London: The Guardian.
- van der Wurff, R. (2008). The impact of the internet on media content. In L. Kung, R. G. Picard, & R. Towse (Eds.), *The Internet and the mass media* (pp. 65-85). Los Angeles, CA: Sage.
- Who killed the newspaper? (2006.08.26). *The Economist*, 380, 9-10.
- Wilkinson, J. S., Grant, A. E., & Fisher, D. J. (2009). *Principles of convergent journalism*. New York: Oxford University Press.
- Young, S. (2010). The journalism “crisis”: Is Australia immune or just ahead of its time? *Journalism Studies*, 11, 610-624.

# The Analysis and Critique on the Role of Newspapers through Convergence: A Case Study of 4 Mainstream Newspapers in Taiwan

Chao-Chen Lin\*

## Abstract

Newspaper is seen as an old media and will be replaced by new media. Facing the fragmented audience and markets in the developing digital age, newspapers become the central of cross media of unique media company to practice cross-media convergence. This paper tries to figure out how the 4 traditional newspaper companies have related to the possibilities of media convergence in Taiwan. This paper compares convergence strategies among the 4 newspaper companies and with the in-depth interviews of their employed journalists. This paper tries to evaluate the practical operation of journalism convergence in terms of 4 media companies in Taiwan. The core of this paper is about how the influence of journalism convergence needs to be critically assessed against the actual in developments in media industries. This paper suggests journalism convergence will reinforce the economic manipulation of media owners and hurt journalism in the digital age.

**Keywords:** convergence, cross-media, news, newspaper, technology

\*Chao Chen Lin is Professor at the Graduate Institute of Journalism, National Taiwan University, Taipei, Taiwan.