

國立中興大學 台灣文學與跨國文化研究所

104 學年度第一學期 就業輔導座談會

-網路媒體的新興實驗-

座談會簡介:

104 學年度第一學期就業輔導座談會於 2015 年 12 月 24 日(四)13:30 於人文大樓 711 室舉辦，主辦單位為國立中興大學臺灣文學與跨國文化研究所。邀請作家、網路媒體【旅飯】總編輯--黃麗群分享網路媒體相關經驗。

講者簡介:

黃麗群，1979 年生，政大哲學系畢。曾任《自由副刊》編輯、《壹週刊》記者、網路媒體【娛樂重擊】總編輯，現任網路媒體【旅飯】總編輯。除了媒體人身分外，黃麗群同時也是六年級備受矚目的作家，曾獲時報文學獎短篇小說評審獎；聯合報文學獎短篇小說評審獎、短篇小說首獎；林榮三文學獎短篇小說二獎（首獎從缺）。作品曾多次入選年度小說選、散文選。著有小說集《海邊的房間》（2012）、散文集《背後歌》（2013）、《感覺有點奢侈的事》（2014）、傳記《寂境：看見郭英聲》（2014）。

座談側記:

媒體自早期沒有網路，僅有實體報紙的年代，至今日網路發達、搜尋引擎的興起，講者從實體出版媒體、雜誌、周刊到今日完全以網路為主要工作媒介、平台，變化僅在十多年間。

- 實體媒體轉向網路媒體後，在操作層面有何不同？

近三、五年來，一般人皆認為網路新聞的印象就是破碎、快速、片斷化的，例如爆料公社幾乎取代壹週刊。但有趣的是，爆料公社的記者可以說是一種轉化後的公民記者，這群人是不領薪的；傳統媒體在產業面的獲利模式被網路打破，新的獲利模式尚未出現。但重點是在於當未來進入了新興網路媒體的工作現場之後，能不能製作出優良的內容是其次，除非是特約撰稿人。

一般實體媒體出版社在轉型時候，就遇到非常多的轉型問題；但目前走到一個節點是，例如臉書這樣的平台，送出過多的資訊。而從事相關產業的記者，其就業現場就必須要精通事件與網路資訊之間的關聯、使用方法、採訪媒材等等。

技術跟形式的轉變，會影響生產者的工作。

在分眾化日漸明顯的狀態下，現在的新興網路媒體都是以特定話題作為其主要的運作題材。所以分眾會變成一個模式，未來可能是變成編輯室僅有 2-3 個人，對某一主題很熟悉的編輯群，編輯的核心技能是從傳統媒體到現代新興媒體留下來的，也就是溝通的能力，在現今的狀況尤其重要。溝通的能力是一種技巧，不是會聊天即可，而是在以不失真的情況下，兼顧內容品質，引起他人的興趣。溝通技巧的展現瑣碎到寫一封信、講一通電話，都無所不在。

網路媒體的從業者不僅是創作者，更需要的是作為一個中間人的體悟。怎麼將話說得讓別人願意聽？這是很重要的問題。人對訊息的需求量是很大的，跟吃糖、嗑藥類似，人腦一旦習慣了這麼大量的資訊量，會不自覺追求豐沛的量，而如何在這麼大量的資訊流裡頭，將觀看者的目光抓住？這就是網路媒體從業人必須要面對的問題，也就是如何整合資訊內容、網路平台操作的能力。

但這也面對了一件事情：媒體從業人員必須要第一時間掌握最新的資訊，例如如何將「做好做滿」這樣的流行話語融合網路媒材（例如 gif 小動畫）。

長期以來，讀者的形象是塊狀而模糊的，或說中間值，因此平面媒體的從業人員僅須以自己的想法、採訪內容、感想等，寫成一篇文章；而網路媒體則是不斷在跟讀者妥協、溝通、掌握彼此的需求。現今必須面對的是最直觀的「點閱率」，必須想盡辦法把內容寫成吸引人的；若是對跟人互動、溝通有很大的興趣，並且喜愛掌握流行資訊，那就很適合做網路媒體從業人員。

「旅飯」就是以「有趣的旅行」作為核心主題，例如「你來臺北可以去故宮逛古物」v.s.「如果你對古物有興趣，請來台北故宮。」前者僅能吸引本來就要去臺北的人，後者卻能將本來沒有要去臺北旅行的人一起撈進來。當粉絲認同之後，粉絲是不是也能願意跟著改變消費行為？這是首先要確認的目標。

但務必記得，有穩定粉絲數量成長的同時，依然還是要兼顧「質」的追求。

當然，紙本真的會消失嗎？從最近的著畫圖、鋼筆興起而造成寫字帖的販賣，推測都是網路載體出現之後，大量的資訊量使人疲乏，進而嚮往一種安靜的、簡樸的氛圍。網路出現之後，逼迫各種載體朝向其最大化的方向發展，而紙本的優勢在於其精緻化的手感、以及滿足人類最原始的收藏慾。

而文院的學生若能對某一主題特別熟悉，加上其溝通技能、對網路媒體的技術操作，其實表現會比新聞系的學生好；未來的分眾化只會越來越明顯，所以各種特殊需求都會出現，即使是看似最微不足道的技能，

可能也會在未來就職場合派上用場。

1. 判斷哪些人可以把事情做得好？進而進行邀稿等，一種對品味的鑑賞。
2. 怎麼邀約對方？怎麼溝通、吸引他人？
3. 怎麼判斷事情成不成？會不會察言觀色？

不是巴結、不是伺候，僅是對事情多一點設想、對對方的體貼多一點，就容易讓人留下印象。

發問情形：

- 若是專長於寫稿，這樣不足以應付嗎？

壹週刊以前有個 XY 檔案，找一些女性做私密的告白，然而，同時週刊裡面又找了作家來寫專欄，所以問題是在於：即使一週只出一次專欄文章，依然可以替週刊增加影響力，亦即文化資本。所以若能將自己提升到這樣的程度，讓出版社願意讓作家僅需一個禮拜或一個月才產生一篇文章，而其他時間願意支薪，這就是必須要自我提升的方式。

相關照片：

