

【傳播媒體新趨勢】

聯合報系新媒體部經驗分享

蔡幸怡^{*}

一、經驗分享

聯合報系新媒體部今年（2015）開始製作數據新聞專題，截至十月底，共 15 個專題上線。我們團隊不大、產量不算多，但成效出乎我們原先預期的好。

例如，以數據試算「買房好還是租房好」的專題，兩天內破逾 23 萬瀏覽量並持續攀高；一篇關於「二二八賠償金」轉型正義的數據探討，近 2 萬社群留言、分享與讚。超過半數專題，都是甫上線就被同業引用再報導。對我們來說，每一個專題成效都很振奮。不只看到實質流量，也看見讀者的存在——台灣有一群為數不小的新世代年輕使用者，用鍵盤肯定「新的說故事方式」。這是我們投入的原因，從視覺到新聞意義，產出真正具有「差異化」的內容。

結果是振奮的，而過程是新奇的。能在行之有年的編輯室流程中，以實驗名義，實作一套新的方法論，是絕對奢侈的體驗。傳統編輯室基本上維持「記者—編輯」的雙邊關係，數據專題則因工程師加入，打破慣性，帶來新刺激，也帶來可能性。

跨領域與團隊合作，在數位新聞報導領域已是絕對、是必須。從一開始，我們就以專案方式，每個專題組成三人小團隊：一位內容企畫（PM）、一位工程師（ENG）、一位視覺設計（ART）。最基本也最核心在於，三人都需有意識地自覺「我是做新聞的人」，並且認知到專業是平等的，沒有「誰當老大」。文字企劃不會大於視覺，工程師絕不是末端。

^{*} 作者蔡幸怡為聯合報系新媒體部資深數位內容編輯，E-mail: viola.tsai@udngroup.com。

製作流程簡言之：發想、找題、挖資料、清理資料、資料視覺化、製作、使用者測試、記錄、檢討。經驗得出我們最重要的兩大信念：「實作是王道」與「每次都要一個小創新」。透過實作累積的各種細微判斷，甚至決策掙扎，才逐步從青澀趨於成熟，我們仍在努力的路上。不過，最奢侈的是，我們團隊成員年輕的心。寶貴在於人才——願意實驗、嘗新、不斷學習新工具、新技術——挖出數據中隱而未現的線頭，說一個完整的好故事。

超過 64 歲的聯合報，在艱困的媒體經營環境中，願意以實驗的精神，投入相當的資源，開發數位新的說故事的方法，是很難得的。

二、業界對人才的想法

數據新聞需要三種職能的人才合作，三方各有強項，但要能「重疊互通」。內容企劃強項是**議題設定、洞見數據背後的故事及編採寫能力**；視覺設計強項在 **UI、各載具互動設計與美感**；工程師強項是**資料工程分析、以程式進行資料視覺化**。

從我們的經驗中，認為四項能力最重要：一、能跨領域。二、能團隊合作。三、能不斷開眼。四、有自學能力。四者環環相扣。「能跨領域」最基本要件，是「能聽懂（另外兩人）在說什麼，並給建設性建議」。例如，內容企劃也懂「spreadsheet」、懂「csv」，了解工程師的運算邏輯。例如，視覺設計對資料視覺化能給出意義上的建議，這涉及對數據內容的理解度，不只是美感上。例如，工程師若對議題有感，也可進行編採寫。

「能團隊合作」，是因為數據作品無法靠單打獨鬥，需要跟夥伴有效溝通、進度對準、節奏合拍。「能不斷開眼」是能持續觀摩國內外的好作品（或不好作品），討論、分享，最重要是實際轉化為應用（或不用）。「自學能力」是因為技術日新月異，想要解決問題，想當突破的先行者，真的是只有靠能自學的人。對於非工程師的人，基礎技術面的要求是「Excel」使用、基本資料視覺化套件運用。

三、給學校的建議

對於有資源的校方，若能為同學打造一個「開放與相遇」的場域，是對創新領域最大的推力。數據新聞學需結合跨領域，若可以的話，或許校方有三件事可行：一、校內合作不同科系開課。二、課中直接專案實作。三、校外參加資料科學相關駭客松活動。

合作校內不同科系開課，課堂中分組，同學從零開始，發想執行一個具體專案。老師若能創造一個空間，使得傳播、理工、設計科系的同學有機會可團隊合作，相信年輕同學激盪出來的火花，絕對超乎預期。

除了打破校內科系框線，也可帶領同學接觸校外資料科學社群，直接透過交流打開眼界。或者，組隊參加資料科學駭客松，在幾小時的時間限制內，定義清楚具體問題，提出解決方法，把腦力開到最大。

