



TVBS總經理劉文硯。(圖／TVBS資料畫面)

疫情推升新聞台收視率！ TVBS分享轉型心法

【新聞來源：中央社】5月疫情升溫後，各家新聞台收視率都有提升，TVBS總經理劉文硯認為，媒體現在更要重視內容投資與跨平台應用，從業人員也要學習異地製作內容的能力，才能因應疫情後的轉型。

中嘉數位今天在中山大學舉行「疫情下的台灣媒體報導研討會」，同時也開放線上直播，邀請專家學者與業界代表探討台灣新舊媒體的發展方向。

TVBS總經理劉文硯分享傳統媒體在疫情期間的應對轉型。她指出，TVBS利用這次疫情期間進行許多數位轉型，帶動近2年的業績成長，三級警戒後TVBS新聞網流量上升35%，社群媒體的觸擊人數也增加10倍。

劉文硯指出，民眾關注疫情發展，各家新聞台收視率都有提升，也有愈來愈多民眾養成跨平台接收資訊的習慣，媒體此時更要重視內容投資與跨平台應用。TVBS除了在社群製作許多容易閱讀、分享的圖像式內容，也安排遠端連線，採訪國外的第一線觀察。疫情期間要避免群聚，許多節目也要思考新的拍攝方式，或是運用虛擬實境(VR)、擴增實境(AR)等技術來幫助觀眾了解議題。

劉文硯表示，自製內容要極致運用，以接觸到各種觀眾族群。TVBS也打造新聞次品牌，瞄準更年輕族群或是對國際新聞有興趣的觀眾等。她認為，危機就是轉機，後疫情時代非常適合製作內容，因為被看見機會增加，提醒媒體從業人員必須把握時機，學習不同的內容製作方式，了解各種媒體平台的特性。

研討會也邀請多位專家學者出席，討論公用頻道和有線電視在疫情下對民眾生活影響的轉變。台灣師範大學大傳研究所教授陳炳宏指出，有線電視和公用頻道的設立是為了滿足在地資訊的需要，應該要在疫情下承擔更多資訊傳遞的責任。

文藻外語大學傳播藝術系助理教授林潔指出，高雄市公用頻道除了播放防疫資訊，也有許多小農行銷、課程轉播、美術文藝活動等。大葉大學人力資源暨公共關係學系系主任王正慧則認為，許多銀髮族因為不會使用實聯制，疫情期間活動非常受限，建議應該透過電視提升中老年人的數位能力。