



二次电视新闻革命 ——有线新闻数码化的经验 (上)

时间：2002-8-1 15:55:02 来源：中国新闻研究中心 作者：赵应春 阅读619次

电视新闻的发展，从来与科技发展紧紧结合。早期的电视新闻，依靠黑白菲林。六十年代越战的新闻片，经冲印、剪接、运送，往往一个星期后才可以在香港家中电视机看到。九十年代的波斯湾战争，观众已经可以在家中，看到战争的现场直播。

不过从过去三十年的演进，电视新闻可以大致说是经历两场大革命。第一场是七十年代电视新闻由菲林拍摄，转为录像带拍摄。这场革命是传送技术的转型。利用录像带、影像和声音，可以透过微波和卫星，达到直播的速度，大大改变了电视新闻的制作和播出模式。

第二次革命是将录像带运作，转为数据化运作。声音和影像从录像带的磁带纪录，演进为大型计算机伺伏器中的数据。这场革命是内容处理的技术转型。

不过，两场革命有着显著不同的发展过程。第一场革命有着明显的迫切性，从菲林转型到录像带，差不多是全球同步进行，因为传送技术的分别实在太大了。当人家已经有能力现场直播，你还要等菲林冲印，能不被淘汰才怪。所以第一次革命基本上短短数年已经完成，没有阻力。

第二场革命，情况就不一样。传送方面，没有比直播更快的了，而录像带运作亦很成熟，对数码化转型没有迫切性。所以虽然数码化的新闻编采器材已经陆续面世，硬件配套大致完备，但各国大部份的电视台仍然采取一个观望态度，最好有人先投资转型，做一只白老鼠，然后总结经验，再作打算。

但凡事要成功，总得有人愿意跨出第一步，有线电视去年就作一个重要的决定，愿意在香港和亚洲肩负起这个任务，充当第二次电视革命的先锋，亦承担所带来的风险和经历。

数码化投资一亿五千万

究竟，有线新闻数码化有没有一个迫切性？可以说有，也可以说没有。按旧有模式运作了八年，再走多两三年，大致上没有问题。但我们详细考虑之后，还是起步转型，是有几个原因的。

第一，我们已经用了八年的仿真制式（analogue），对于我们目前的制作量，应付得很吃力。

- 帮闲：开报业竞争一片...
- 媒体非市场战略论
- 张立伟：传媒竞争十大法...
- 媒体竞争的制胜之路
- 新闻期刊竞争策略谈
- 与商业化时代媒体博弈
- 今天就竞争未来！——...
- 跨省卫视：省级卫视的...
- 领导媒体变革
- 地市晚报如何提升竞争力

开始的时候，我们只是运作一个新闻台。但几年前我们将新闻台一分为二，制作量大增。两年
前开始将新闻的内容，也供应网站和宽频服务，也支持有线其它频道的新闻演示文稿，及提供
内容给海外中文电视，单靠录像带运作，应付不来。

第二，仿真器材经过八年的使用，寿命逐渐终结，而生产商亦逐步转型生产数码化器材，零件
越来越缺乏，维修越来越昂贵。按我们的估计，继续维持仿真式而全面更新器材，费用粗略估
计要六千万元。但用这笔钱去更新一个旧的系统，非常不智。用来换新系统，更有价值。

第三，我们相信，数码化的新闻运作，将来总有商机，除了提供给宽频服务，将来的第三代流
动电话，与其它信息媒体，都可能是商机。当然，将来新闻信息的出路有何发展，今天无人知
晓，但要有能力配合新的出路，先要有一个基础，我们建造一个数码化的新闻中心，就是本着
做好基建的信念。

第四，公司内部，意见一致。新闻部与工程部主催转型，步伐配合，为转型造就有利条件，而
且时机上都认为恰当。

第五，公司资金充裕，有能力在现阶段再作资本性投资。旧有的系统经过八年时间，基本上完
全折旧，无须承担旧成本。

二零零一年初，有线电视管理层同意重新投资新闻部，并获得集团董事局批准，拨款一亿五千
万给予这个项目。

其实一亿五千万这个数字，是新闻部及工程部商议后达致的一个指针数。因为数码化的概模、
应用的系统、选用的器材，可以很有弹性。后来证明，我们的估计很合理，按现时开支预算
表，项目最终花费可能刚好一亿五千万。

建造全新的数码新闻中心

当董事局有了决定之后，我们怀着战战兢兢的心情展开工作。开始的时候，有点茫然，不知从
何入手。老实说，虽然我们对电视新闻熟悉，但对技术的急促发展实在陌生。计算机硬件的需
求、软件的设计、器材的应用、工序的转移，都需要作出判断和挑选。

我们首先确立一个大方向「用家本位」，即是说新闻部先构想一个工作流程，然后以适合的软
硬件配合，而不是以技术器材为本位，以工序迁就。当然，在磨合过程中，各自作出修订是必
然步骤，但总的方向，是由新闻台先勾划出一个数码化运作图画，然后在各环节作出增减。

但光靠空想，不够现实，最直接是看看别人如何部署转型，以作参考。因此去年初，我们组成
一个小组，包括总编辑、总工程师及计算机部同事，一同往西班牙及英国，看一看欧洲的新闻
同业，如何推行数码化。当然，我们看到的是一些局部数码化的运作，而他们都倾向采取一种
新旧系统兼容的做法，以便维持运作畅顺，但当然过渡期会拖得比较长，对工作效率有影响。
但无论如何，人家的雏型已经对我们很有参考价值。

经过讨论，我们的结论是，要转型，我们不能在原址改造，因为这样会严重妨碍现时系统的运
作。最理想是找一处新地点，从零开始，建造一个全新的数码化新闻中心，而过程中不影响现
有运作。我们曾经想过多个方案，包括将整个新闻中心迁离总部，但后来非常幸运地，我们在
同一大厦的地面层，适逢多个租户相继结束租约，我们可以将三个万多呎的单位全部收回，打
通为四万呎平面，作为一个新闻中心用途，非常理想。

承担风险与后果

当地点确定之后，各项招标工程火速展开。首先由顾问公司与基建承建商为我们解决大厦地面层的噪音、震动、防水、防潮等问题。然后重新计算冷气和电力负荷，兴建新的变压器和制冷机。

随后我们委托广播设计专家，为我们设计系统的概模与组合，及协助我们评估各国生产商的最新产品。过程中，我们也参观过在美国和新加坡举行的全球性大型广播产品展览。

跟着我们委出一家室内设计公司，为我们设计一个有别于传统观念的新闻中心。我们的指引是要新颖、实用、具现代感，其余请自由发挥。

室内设计公司并需要为我们挑选办公室家具系统、选料及监督整个装修工程。公司没有设计电视台经验，但却因此而注入非传统电视台的设计意念，颇新耳目。

新闻部的几个主管，并要作出一些关键的决定，包括选择那一套新闻操作系统、主干的伺伏器和工作台系统。

最后，我们委出一家软件公司，为我们主要环节，编写运作软件，以提升真正数码化运作的效率。

而在整个聘请顾问，挑选软硬件的过程，是最具风险的。

风险之一，是主干系统，不论是日本的，还是英国的，在设计上都各有千秋。但分别不是在价钱，不能说同类货品，买个平宜一点的。分别在于设计路线，不论选择那一条路线都可能是对的，不会是错的，但它却影响着新闻中心所有员工未来十年八年的工作模式，因此影响非常深远。

风险二是每一家供货商都几乎说它们的产品是世上无双，你也知道那不是真的。究竟甲产品合用还是乙产品合用，往往是一个上千万元的决定。顾问会提出观点，工程部也会提出观点、不同的生产商也会提出各种优缺点，（自己优于别人），很多时，观点并不一致，最终由用家决定。但用家又并非专家，个中压力非常大。

风险三是系统的融合。电视业中的大大小小系统，其实各有各的联盟，没有一家厂家能生产每一个细节系统，就如一家汽车制造厂，不必自己生产车壳、音响或者汽油。但各自的联盟伙伴，也不一定最符合我们所需要的，因此，我们要求各系统打破过往的联营，为我们作出融合。要确保这种融合，即使包含商业利益冲突，也要衷诚合作，实际上风险不少。幸好多个生产商都明白，若果在有线电视项目上合作成功，我们便可成为一个非常好的「参考点」，对将来的商机，有正面影响。由于整个中心的系统互相依赖，任何一环脱壳或脱期，都会引起连锁性后果，因此在协调各种付货期上，我们做了大量工作。

从担忧转为积极参与

不过，以上种种，不及最重要的一环——「人」，人的培训、人的适应、人的焦虑、人的期望，都要一一解决。

从开始，我们就进行了两个V的思想工作。一个是Visionize，一个是Visualize。

第一个V，是要争取同事，特别是资深同事的认同，让他们感染到这场革命的意义，为能参与这场革命而骄傲。每一个人面对无法预知的转变，都会有不同的反应。当我分享计划的初期，有资深同事非常雀跃，主动要求参与监督和调协工作。也有同事流露出无限担忧，不知以有限的计算机知识，加上年纪已大，能否跟得上一次洪流。

这种担忧，我绝对理解，但更重要是协助同事消除这种担忧。最有效办法是透过耐心的讲解，鼓励同事克服心理障碍，我们目睹态度上的明显转变，从担忧变成积极参与。

第二个V是形象化。甚么数码化、数据传送等等，在计划阶段都是比较抽象的，我们的做法是每一阶段，都尽量以实物示范、简图讲解、流程介绍、向同事解释，当然，有人吸收多，有人吸收少，但起码每个人心中都有一幅图画，绘画出未来工作模式。有一些系统的示范版面，长时间安放在新闻部一角，让同事抽空接触，增加了解，增强兴趣。

随着新闻中心将来全面运作，有线新闻中心概念将更为清晰。以前新闻中心只服务电视频道，即新闻一、二台。将来新闻中心名符其实，是一个新闻生产中心，服务对象是多媒体、多频道。

■赵应春

香港有线电视有限公司

新闻台新闻总监

文章管理: CDDC (共计 554 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关文章: 电视新闻

- 电视新闻与网络媒体融合的方向 (2009-2-11)
- 电视新闻也可以造假? (2008-5-17)
- 电视新闻从更深层次关注民生 (2007-5-14)
- 谢耘耕北大演讲: 中国电视新闻竞争报告 (2006-6-25)
- “公共领域私人化”视角下的电视新闻 (2006-2-25)

>>更多

└ 二次电视新闻革命 ——有线新闻数码化的经验 (上) 会员评论[共 0 篇] ┘

└ 我要评论 ┘

会员名:

密 码:

提交

重写

关于CDDC◆联系CDDC ◆投稿信箱◆ 会员注册◆版权声明◆ 隐私条款◆网站律师◆CDDC服务◆技术支持

对CDDC有任何建议、意见或投诉, 请点[这里](#)在线提交!

◆MSC Status Organization◆中国新闻研究中心◆版权所有◆不得转载◆Copyright © 2001--2009 www.cddc.net

未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像. 如有违反, 追究法律责任.