

陪著少年看天下

閱讀《少年新聞週記》

文／邱顯忠（兒少節目編導）

在進入正題談論《少年新聞週記》（為行文及閱讀上的簡潔，以下簡稱《少週》）這個獨特的品牌之前，不妨先來聊一下兒童少年節目的價值與準則。

2023年4月，在台北舉辦的一場國際兒童影視節中，幾位來自國外的兒少節目工作者與會分享他們的經驗與觀點。其中澳洲兒童電視基金會（Australian Children's Television Foundation，簡稱ACTF）執行長 Jenny Buckland 擔綱發表開幕演說，她提到，四十多年前的1979年恰逢國際兒童年，不少國家在此前後針對兒童少年節目擬定了廣電規範，譬如法國要求以兒少為收視對象的節目必須有助於「順利步入成人生活」；在加拿大則是認同兒少節目應該提倡「利社會」（prosocial）的行為及態度；美國則是規範兒少節目的核心內容，必須滿足兒少的教育及資訊需求。

不同於上述幾個國家較傾向教化意味的規範，當年澳洲則獨樹一幟地提出更前瞻與靈活的幾項準則：「兒少專屬、具娛樂性，並且製作精良」。這幾項在將近半個世紀前提出的標準，



在當下兒少受眾的目光被各種大小螢幕給淹沒、專注力可能愈來愈短暫的同時，或許更值得思考與參照。

《少週》自許為「全台唯一以青少年為TA的電視新聞節目」，而青少年其實也是廣義下的兒少節目目標觀眾群，這篇短文將嘗試綜合上述的幾項規範與標準來觀察《少週》。

《少週》隸屬於國際新聞中心的一員，新聞資源充分，在國際新聞的表現上確實達到一定的品質與多元性，相較於國內其他類似年齡層或是相近類型的節目，也算是特色鮮明，這些面向毋庸置疑。每當國際上發生重大新聞事件時，《少週》也經常在選材上呼應，甚至進一步以較完整的篇幅呈現，譬如今年2月下旬，烏俄戰爭屆滿兩年，《少週》的〈烏俄戰爭滿兩年！戰火下的烏、俄人民未來該何去何從？〉就以整集的時段從不同的面向切入，企劃相當用心；再加上單元豐富以及主持人潘照文的主持台風、採訪能力與螢幕前的親和力，整體上可算是製作精良且認真。

但若從觀眾定位的角度，來看《少週》是否「兒少專屬」，似乎又有一些討論的空間。整體看下來，節目選材所能連結到的年齡層，觸達的範圍廣及國、高中生與少部分的大學生相關主題，這造成節目的目標觀眾群定位不是那麼明確。例如今年3月上架的〈團膳業者撐不住?! 學校營養午餐喊漲!〉所報導的主題，甚至是與上述族群都無直接關聯的小學營養午餐。目標觀眾如果無法在節目中經常看到引起他們興趣或關注的主題，表現形式上又與他們有距離，收視意願自然會降低。

在內容的呈現上，《少週》不少主題都能觸及青少年關心的時事話題，街訪形式的「-18大膽說」、採取棚內對談方式的「少年大膽說」，也因為年輕觀眾的參與、意見表達，而能呈現年輕世代的觀點。但是，街訪的形式雖有便利與即時性，也須注意取樣要盡可能地多元，譬如今年2月25日的「網紅信幾趴」單元中，從拍攝背景明顯地看出，所有的訪問幾乎是在同一定點拍攝，這有可能造成取樣的偏狹。同樣可歸類為青少年新聞節目的公視《青春發言人》，同一主題的街訪對象所在地點，有時就會遍及台灣不同區域，這點當然涉及製作資源以及是否長期經營規劃，不同的節目很難一概而論。

另外，「少年大膽說」單元，幾集看下來似乎參與者都是同樣三位男孩，是否有足夠的代表性亦可再商榷，這點或許可參考客家電視台《小○事件簿》的作法，培養一群青少年來賓，每集就不同的主題挑選其中幾位輪替上場，一方面形成意見的多元，一方面也可維持觀眾對固定來賓的認同感。而這樣的青少年來賓，其實也適合與在特定主題受邀提出建議的專家，進行線上或實體對談，效果應該會比主持人在棚內的模擬連線會更有切身感。

除了上述單元及重點呈現的「封面故事」之外，國際與國內要聞自然是《少週》的骨幹，如何在一整週的新聞中精選並轉化出適合青少年閱聽人的內容，其實是滿大的學問。在這一點上我認為還有不少的調整空間。節目在主持人開場之後，經常就直接切入新聞內容，但這則新聞與青少年有何關聯？它們



有什麼重要性？卻經常未被多加著墨。隨意舉例，近期幾集節目的頭條：「海警押澎船」、「印度爆踩踏」、「共軍擾不斷」，主持人在開場播報時就單刀直入新聞本體，內容本身很難說是青少年觀眾關注的，又未訴求於他們的生活經驗；反觀「全球熱死人」這則頭條，主持人導言的一句「才剛進入夏天，同學們是不是就覺得熱炸了？」至少就容易讓觀眾覺得有所連結。

更重要的是，新聞素材是否經過適當的改寫與轉化，以站在青少年的角度，並用他們容易接受、消化的筆觸來呈現？有不少《少週》選擇的新聞，若與鏡新聞其他平台同一則新聞相對照，會發現並未經過多少的調整，甚至是原文照轉，這就較不符合「兒少專屬」條件。我們並不低估青少年觀眾的理解能力，只是若能換位度思考與重新輸出，也許更容易拉近與觀眾之間的距離。

舉美國NBC新聞網的《Nightly News: Kids Edition》為例，這個鎖定兒童為目標觀眾的新聞節目，在選材、形式、語言表達上，就頗為清楚地是專為兒少觀眾打造，但仍然能觸及到一些重要的議題，甚至兼具好看度與娛樂性。

也談一下「新聞不lose」，這個單元就像製作單位所說，是「快速掃描國際大事」，每則新聞大概就是20到30秒的簡潔報導。它讓我想起過去中學時期的週記，總少不了「一週大事」這個欄位，大部分同學大概就是照抄報紙上的同名專欄了事，寫是寫了，但是不是過目即忘就很難說。我倒是建議這個單元

可考慮調整，將篇幅讓給其他的專題。地球上值得轉述的新聞這麼多，無論如何都是掛一漏萬、會lose的，倒不如好好說更值得說的故事。

文末，嘗試回到《少週》以及國內其他同類型節目的現狀來談。廣義來說，《少週》其實並不能算是國內唯一以青少年為TA的新聞性節目，在市場上是存在競爭對手的。前文提到的《小○事件簿》與《青春發言人》同樣將自己定位為「新聞議題性節目」，只是這幾項產品的選題方向有別、節目表現形式不同，也各有各的強項。國內電視同業在近期徵求「兒少知識型節目」的說明中，曾提出以下的訴求，或許也可作為青少年新聞節目製播的參照：

「數位浪潮裡，兒童從小仰賴網路與社群媒體，吸收各種資訊、知識、價值，形塑世界的樣貌。本案徵求學齡新創知識型節目，期待從兒童觀點出發，透過不一樣介紹知識的方式，以及多元說故事手法，開啟兒童的求知慾、想像力以及好奇心，增進他們對世界的理解，累積面對未來的豐富涵養。」

期待共勉之。

