

# 《少年新聞週記》

## 教室與世界最短的距離

文 / 顏瑜玫、鄭怡華

### 前言

在眾多新聞節目中，《少年新聞週記》（以下簡稱《少週》）是一個特殊的存在。它不是什麼大成本的鍍金製作，也沒有絕對勁爆的獨家調查，但它試圖貼近刺蝟少年，真誠、同理、陪伴、傾聽，輕啟青春孩子對外的一扇窗，和社會建立一個雙向溝通的管道。

揮別不聞世事的童年期，青少年正以火箭速度，建立個人的思考系統。只是，身處資訊爆炸的Z世代，如何在多元訊息快速流動中，擷取正確訊息，一點一滴型塑自己，是青少年自我建構的羽化中，最重要的一步。

作為全台唯一以青少年為TA的電視新聞節目，我們冀望能提供層次豐富的多元內容，讓青少年透過節目了解人我、並從中培養思辨能力。



我們以青少年的視角，報導國內外新聞；更從校園出發，著墨國高中生關心的升學制度、同儕關係與職涯探索。最特別的是，我們跳脫傳統說教、餵養訊息的方式，聆聽並鼓勵青少年開口表達自己，讓他們的聲音得以被聽見。

《少週》想給的，從來不是單一的解方，而是多元的思考；我們希望能幫助青少年，為未來更好的自己，預做準備。

## 內容

如何在千篇一律的新聞競頻中，打造一個有深度、有廣度的青少新聞品牌，一直是《少週》鞭策自己的目標。

### （1）國際掃描：

作為鏡電視「國際節目中心」旗下的一員，《少週》善用既有的豐富資源，整理當週的國際要聞。其中的兩大單元「不可不知3件事」和「時事不lose」，是本段內容畫龍點睛的靈魂。

1. 「不可不知3件事」：採用影像、CG和AR，搭配主持人的口述，以深入淺出的方式，讓新聞事件更立體、更有厚度、也更容易被咀嚼吸收。例如以哈戰事開打第4天，我們言簡意賅整理了事件的前因、後果及導火線，讓國高中生能快速掌握新聞的重點。至於在選材上，除了當週的重大新聞外，我們也加入不少歷史故事及趣味知識；例如「學校制

服怎麼來的」、「柏林圍牆怎麼倒的」、以及「最早的法國暴動是何時」……；其中，「六四天安門」，被國小歷史課列為補充教材；而「新加坡怎麼搶贏泰勒絲」，點閱數一舉衝破3萬，創下《少週》的新高紀錄。

2. 「時事不lose」：以短短的3分鐘，陪青少年快速瀏覽當週國際大小事，拓展學生的眼界與國際社會無縫接軌。

## （2）國內要聞：

相對於一般新聞台破碎的資訊，《少週》團隊著重在青少年最切身的文教新聞，並有系統地加以整理，讓青少學生在繁忙的課業壓力下，擷取有用訊息。

1. 「學生心聲筒」：我們蒐集學生最常遇到的問題，例如「如何走出霸凌的陰影？」、「如何拯救翻船的友誼？」，以及「會考在即，能談戀愛嗎？」……等等，在相關學者及心理師的建議下，協助同學面對情緒壓力，解決生活上的各種疑難雜症。
2. 「校園特派出任務」：許多被主流媒體忽略的漏網新聞，對學生族群是有意義的。因而我們貼近校園，以青少年的視角做專題報導，並挖掘優秀的國高中生，外出拍攝、採訪。校園特派員曾報導過「2024台北國際書展」、「印象派150年光影展」、以及「跟著媽祖遶境，推環保的中學生」。這些專題因其獨特性，而締造亮眼的成績，例如高



中生許淳曦前往杜拜參加COP28，在節目中分享她的第一手觀察，該棚訪時段創下0.16的收視佳績。

### (3) 「-18大膽說」：

我們透過街訪，蒐集學生和家長最直接的聲音，有時是以議題性為主（例如「抖音禁令」、「博愛座是誰的」、以及「文言文之爭」等等）；有時是內在情緒的表達（例如「青少憂鬱」、「容貌焦慮」、「高中生是否該放心理假」等等），藉由議題的討論，形成雙向溝通，也趁勢培養青少年的思辨能力。這個單元除了由《少週》編內記者做訪問外，有時也由校園特派員執行。當麥克風交給學生的同時，也正是把話語權交給了新生代，讓學生訪問學生，表達真正的自己。

### (4) 「封面故事」：

我們挖掘人物故事、分享生命經歷，讓孩子透過12分鐘的訪談單元，體驗各式的精彩人生。過去棚訪人物從百萬網紅、戰地醫生、國際志工、電動直播主、奧斯卡入圍導演……；當然，我們也邀請同學分享做筆記的訣竅、訪問專家該如何準備學測，也請教逆轉勝的國手，如何克服強大壓力等等。不論是備考的經驗傳承、或是谷底爬起的轉折經歷，孩子們都能在主人翁的分享中，找到激勵自己前進的力量。

值得一提的是，《少週》並非不碰觸社會新聞，但會特別小心處理。例如日前震驚社會的校園割喉案、性剝削事件，我們不

去描述事件如何發生，但側重在未來如何防範、輔導室該如何引導、以及師長該如何觀察。

相較於為收視而噬血的新聞媒體，導致網友肉搜、獵巫心態看這些校園事件，《少週》儼然是一股清流。但，這並非我們曲高和寡，不願靠攏收視率，只是《少週》堅信嚴守新聞道德、善盡守門人的角色，最後才能贏得廣大閱聽人的信任與尊重。

## 迴響

### （1）基金會

《少週》獲媒體觀察教育基金會，推介為影視類「兒少優質節目推薦獎」。評審委員在頒獎時強調：「《少週》能協助青少年拓展眼界，提供他們成長過程中遭遇困難的解答方法。尤其在充斥假新聞假訊息的現代社會，鏡電視能為青少年開闢一個專屬節目，並貼近目標族群的需求，實屬難能可貴。」

### （2）網路平台

擁有95萬人註冊的均一教育平台，主動來函詢問「-18大膽說一競標『學程檔案』」，能否放在該平台連結上架。由於「均一」為致力偏鄉教育的公益平台，經高層授權，《少週》也樂於分享資源。雖然沒有實質的業務收入，但能獲得國內最大教育平台的青睞，足見《少週》的內容深獲教育界的肯定。



### (3) 電台與學校

除了均一平台外，隸屬教育部的「教育廣播電台」也於日前邀請製作人前往電台，分享《少週》的製播理念；此外，「松山高中」與「成功高中」也陸續來函或來電邀約，希望《少週》能進入校園，與學生分享「辨識真假新聞」、與「培養媒體素養」等議題。

### 困境與解方

雖然部分親師和同學，已是本節目的忠實觀眾，但《少週》戮力經營至今仍無法達到理想目標，茲就原因和可能解方，簡單論述如下：

- (1) 相對於整點，30分開始的節目並非大眾的收視習慣，這也使得星期六、日晚上9:30播出的《少週》，節目經營起來相對困難。加上青少年本屬小眾，電視也非該族群首選媒介，導致收視率並不穩定。目前除了在《少週》粉專、IG推廣外，也透過頻道宣傳及專題播出的方式，加強節目的能見度。
- (2) 《少週》點閱率近半年雖逐步提昇，但仍無法有效突破瓶頸；主要原因是青少年習慣短影音，也偏好搞笑、無厘頭的內容。人力極為精簡的《少週》，勉強足堪應付當週內容製播，期待未來有足夠人力，將內容改製為有趣的小單

元，以threads或shorts推播。

- (3) 延續以上，《少週》嚴謹專業的新聞內容，但有時未能投青少年所好。因此，讓學校老師願意在課堂分享或讓父母願意陪孩子一起觀看，也是《少週》團隊未來努力的重點。
- (4) 礙於專業性，新聞類節目本來就有其侷限，但《少週》將鼓勵團隊，用更輕鬆活潑的方式製播節目，以增加兒少對節目的黏著度，開拓更多的忠實收視群。
- (5) 校園特派的出鏡，讓《少週》更接地氣地貼近學生。期待未來能在台灣各地、乃至其他國家，找到優秀的校園特派員，讓才華洋溢的青少年，帶回各角落不同的故事，拓展台灣學生的視野。
- (6) 未來除了校園特派外，也希望有機會能廣邀同學一起參與主持、企劃，或以影片徵選的方式，豐富《少週》的節目內容。

## 未來展望

處於荷爾蒙大爆發的青春孩子，容易陷入迷惘、懷疑或衝動行為，這些少年維特的煩惱，在緊張的課業壓力下，常讓青春孩子的情緒、關係與生活，陷入緊繃的惡性循環。

鏡電視新聞台自開播以來，追求六大特色的優質內容：多元、專業、深度、國際、藝文、弱勢，這個自詡「台灣進步力量」的新生媒體，在草創期的營運企劃書中，即把《少週》列為開台節



目之一，期待長期被忽略的兒少族群，擁有專屬的新聞性節目。

只是，在競爭激烈的媒體環境中，保有不向收視低頭的風骨，其實不若想像中容易。因而《少週》的存在，代表的是千金承諾，我們將恪盡新聞從業人員的職責，秉持良知和專業，兌現本節目誕生之原始初衷。