

公共問責收視聽眾會

《鏡新聞》第二次閱聽人會議於 2023 年 2 月 10 日舉辦，針對《少年新聞週記》節目內容進行探討與交流。此次座談與會人員除鏡電視新聞部相關人員外，更邀集了學生、家長及長期教授媒體識讀課程的中國文化大學大眾傳播學系兼芳和國中媒體識讀老師林福岳及世新大學媒體識讀老師兼廣播節目主持人黃聿清老師，期盼透過面對面的交流與建言，提升節目豐富內容及可看性。讓青少年（或家長）可以透過節目內容有所收穫，善盡媒體服務公眾的社會責任

此次座談與會的學者及家長皆肯定特別為青少年量身打造的精緻優質節目《少年新聞週記》。與會者認為礙於市場考量，兒少節目是一般商業電視台極少碰觸的，鏡電視願意提供給青少年專屬於自己的節目，值得肯定與支持。針對節目的目標視聽眾是家長還是青少年、亦或是家長與子女可以一起觀看？會中也有諸多討論。青少年學生代表也對議題是否切身相關、內容長短等提出意見及建議。

第二次閱聽人會議紀錄

會議時間：2023年2月10日（四）

* 以下依當日發言順序，摘要發言紀錄

林福岳

我很肯定鏡電視做這樣的一個節目，尤其在媒體圈大家都知道，台灣的媒體環境，針對少年所製作的節目是很少的，理由很簡單，就是市場。依照《兒童及少年福利與權益保障法》，我們少年是定義在13至18歲之間。這個階段會在一個很尷尬的點是他們不會去看屬於兒童的節目，可是他們又覺得他們可以看成人的節目，所以不會有一個認知在這個媒體環境裡頭，會有一個屬於我們這個年齡層的專屬節目。

換個角度來講，在媒體的工作環境當中，很難去找到一個節目的定位跟方向，甚麼叫做適合少年階段所看的節目，所以長期以來在台灣的媒體環境裡頭，願意在這一塊著力的媒體非常少，最大的問題應該是我剛剛講的，不容易抓到它的市場，可是我們會很需要這樣的一個東西，讓青少年可以在媒體裡頭接受的節目，要不然他們就得看更大人的節目



或是更幼稚的節目。

所以我非常肯定這次鏡電視製作這個節目的初衷，願意提供這個年齡層的閱聽眾有一個屬於他們自己的媒體節目，但這個階段媒體所要製作的內容有他一定的難度，第一個是他們需要的，第二個是他們想要的，第三個是他們喜歡要的。這三個條件都要具備的節目非常難。所以鏡電視又找了第二個條件，也是給自己找了第二個麻煩，就是去做了一個屬於少年類的新聞節目。在這一點你們是做對的事情，做有意義的事情，這個大方向是肯定的。

再來就是我看完一些節目之後，講一下我的建議。第一個就是內容都是非常好的，包括節目的內容、主題的篩選、呈現的議題、報導的新聞以及採訪的對象，這些都是非常好的。甚至我覺得不只是少年，大人也可以看這個節目，所以內容這方面沒有問題。

但是我有比較困惑的地方是：第一點，這個節目單元的設計安排是沒有一個固定的嗎？因為有些比較偏報導類，有些就像專題性或雜誌性大概8到10分鐘的小專題，也有比較長的訪談到三十幾分鐘的都有，就每一集穿插的狀況不同。

所以我想了解這有一個固定的安排嗎？但也不是說這樣不好，而是對於閱聽眾來講，會抓不到每一集節目的屬性。這樣有一個麻煩就是不容易培養閱聽

眾的收視習慣。因為如果他能預期這個節目每個禮拜可以看到甚麼的話，比較可以養成他長期收看這節目的習慣性。當然不是說完全不能調整，就是可以先預告下一次是甚麼東西，會有一個收視的傾向跟態度產生出來，這是需要花一點時間去培養的。

現在我有一個覺得很重要、但也是最難的，就是所謂節目的主體性跟視角問題。以我自己看這個節目七、八集下來，我覺得最大的感覺就是大人說給小孩看的東西，視角跟觀點還是站在大人的角度。長期來講，用教育的角度來看，就可以站在一個比較高的位子，可是站在媒體的角度，我就會比較希望說在呈現跟觀看的角度會是有少年的視角跟觀點。

譬如說有些是抓Daily的新聞，那這個要放在節目裡面，這個新聞要再重製，就是措辭、呈現方式，都需要重製到看這個新聞的少年會覺得這是為我而做的新聞，而不是單純的複製貼上。特別是在這個撰稿、措辭跟敘事方式，我會覺得太老套跟制式化，這種新聞的呈現方式對他們來講是不是一個容易吸收或喜歡吸收的一個新聞呈現。當然對我們學新聞來講，這是一個很專業化的呈現方式，可是當我們要製作一個少年節目的時候，可能這個就要稍微思考一下，怎樣的呈現方式才是他們容易吸收的。

這就會牽扯到我第二個要講的，就是你們把這些呈現給他們的時候，這些新聞跟他們究竟有甚麼



關係？換個角度來說，這些孩子們看到這個新聞第一個想到的會是「這跟我有相關嗎？」；所以在新聞呈現的時候，裡頭就要抓到一個點，為什麼我們覺得他們應該要知道這個新聞，跟他們的關聯是甚麼？尤其是跟他們直接相關的需求，更應該把本來是一個事件的新聞轉化成一個議題。

譬如我有看到一集討論兵役要延長一年的新聞，這事件大概會影響到現在是高三階段的孩子，裡頭有一些訪問，但訪問了大學生卻沒有訪問這個年齡層的孩子們，我覺得在這個狀況下是可以做一個延伸或是一個小專題，現在高二、高三的男生，他們知道兩年後會面臨兵役延長的觀念跟想法，我覺得這就是跟他們非常直接相關的新聞議題。然後他們會在同儕間討論大家會怎麼看待這個議題。像這個關聯性就可以抓得很緊。這對孩子們的未來產生很大的關聯，所以每一個新聞我們都要抓到一個點。

所以我在想的一個事情就是創新，新聞媒體工作走傳統路線有它的困境跟挑戰，那要怎樣走出這個困境跟挑戰，就是我們要不斷有新的東西出來，在這情況下，我在思考我們要做一個少年節目，我們有沒有新的做法跟新的 IDEA？這對製作單位來說是一個挑戰。今天針對少年做一個新聞性的紀錄，有沒有甚麼新的創意跟新形態的作法，可以讓少年喜歡看、願意看的。這一點製作單位可能需要多一些實

驗精神。

蘭嶼那一集的狀況就是訪談大概有30到40分鐘，訪談請了二個達悟族的孩子跟一個達悟族的老師，這是一個很好的設計，在這個訪問的過程中，就要呈現說是這幾個人對大家講話，意思就是主體性要放在這裡，但主持人的訪問，我覺得有點可惜是沒有讓他們三位受訪者到位地去談論他們的族群文化，這部分製作單位可能就需要多一點專業團隊的諮詢。

單婕

我覺得一集的時間三十幾分鐘有點太長了，因為我平常要讀書，然後休息時間會想要拿來看有趣的影片，吸收知識的就不會花那麼多時間。每天一小段的話，會比較有耐心去看，不然到後面可能就看過然後就忘了。

我覺得訪問特殊職業的集數很有趣，有一集是訪問逆風劇團團長那一集我很喜歡，其他的我比較沒甚麼特別印象。

黃聿清

請教單婕一下，你說不想要看這麼長，可是這是一個電視節目，如果我們把這個節目拆解成小段落，可能比如說6到8分鐘，一個單元一個單元的話，你會比較想看嗎？

單婕

會。因為有空的時候就可以看一下。有故事的、比較酷的、職業的那種我也會喜歡，因為比較少接觸到。我覺得實際出外景的拍攝會比較有感覺，覺得



比較活潑，比較貼近他們，了解他們的感覺。

羅怡君 你會不會分享給同學？這件事情在青少年同儕的分享當中，你們考量的點是甚麼？你分享跟不分享的考量點是甚麼？為什麼？

單婕 我會分享但不會推薦給很多同學，因為我同學大部分都對這種比較制式的東西不會有興趣，但有些同學還是會，或是老師因為需要出作文或是題目時事題，就會推薦給想要精進學業的同學看。

羅怡君 所以這個節目對妳而言是一種比較偏知識性、課業性的一個氛圍，妳不會覺得你在看一個輕鬆的東西，而是妳會覺得好像是另外一個影音作業，是這樣嗎？

單婕 因為前面有一段常常都是新聞佔了很大部分，前面那一段比較像課業的感覺，後面那一段訪談才會比較像休閒的。我比較喜歡看一些韓劇解說類的。

黃浩天 現在的青少年可以接觸到時事新聞的管道沒有很多，而且很常接觸到錯誤新聞，所以有一個正當的管道可以接收到新聞是很不錯的。另一方面，像現在抖音、YouTube shorts 等比較短的影片是在青少年裡面是比較吃香的，我覺得原因是因為現在青少年接收訊息的速度比較短，習慣在很短的時間內得到很多訊息。

像你們有訪問志祺七七，他的影片有些是比較長的，為什麼他們看得下去，有一部分是因為內容是

比較接近年輕人、比較有趣，而且跟他們生活是有關聯性的，內容節奏也是比較快速。一直在添東西的時候，他們腦袋就會一直在運作，就不會感受到無聊。

所以你們有一個小問題就是有時候新聞節奏有點慢，只要有點慢，你就會感受到無聊跟無趣。所以你如果要把節奏變快，其實有很多方法，就是一直丟訊息給他，可以用剪輯的方法，讓內容變得活潑有趣，接受度就會比較高。可以參考一些比較大的 YouTuber 看他們如何剪輯，這些剪輯方法是現在青少年喜歡的。

徐士瑜

我也是看跟我比較相關的，如果你們想要問關於高中生的問題，是可以做街訪，這會比較直接的，因為高中生就會去看高中生被訪問的反應。

我喜歡你們一個節目裡面有很多主題，如果可以的話，可以把主題拆開來一段一段的，就像余天女兒得大腸癌就不會跟要申請大學的放在一起，這樣很奇怪。

江宜汾

當時知道這個聽眾會，我有請浩天去看一下，當時他第一個反應是你確定要我看這個嗎？這麼無聊你確定要我看？對他來說，他們用手機的習慣，就是看一看覺得無聊就出去，因為他自己有一個頻道，所以他會強調剪輯這一塊，因為他們現在很多的資訊都是網路學的，會去研究 YouTuber 用甚麼樣的剪



接方式、畫面呈現的方法。

因為我之前有製作過節目，所以我可以感受得出來《少年新聞週記》的精緻跟用心，我以前也想要做一個給少女看的新聞節目，但因為卡在現在整個媒體的趨勢，在我們當時覺得很棒的東西，我們的對象他們現在接不接受？

所以我看的時候也有兩種感覺，就是有一點覺得目標對象混亂，這個節目到底是做給大人看，還是做給小孩看？如果是做給家長看，那我看到我如何教養小孩，這是很正常的。可是小孩會覺得我幹嘛要知道大人怎麼管我、怎麼教養我？這樣會變成這個節目到底是給誰的呢？如果是給青少年看，青少年根本看不下去，那這個節目的意義在哪裡？

因為剛好鏡電視是一個新媒，你們可以去思考，同樣的素材但是用不同的方式呈現，也許是一些短版的精華，或是一些有趣的梗，把它用成短版精華用真正青少年會看的方式呈現，剛好新媒是最可以變化的，說不定會有一個好的效果。

我還滿驚訝單媿喜歡看訪談的影片，因為對他們來說訪談應該是一件很無聊的事情，可見他們會去挑選吸引他們的主題去看，男生跟女生又不一樣，女生比較愛追劇，就會看跟追劇相關的，男生就會看跟遊戲、電玩有關的，就會有分眾的概念。

我有聽過天母國中課堂上有放你們的節目，表示

有些家長跟老師也都注意到了你們的節目，只要對孩子有幫助的，他們就會挑來放，這個意義就會很大。有一個單元是青少年來信你們回答，那個單元很棒，因為如果我是青少年，我有一個很卡的問題，但可以得到回答，尤其是很多是心理輔導方面的，孩子就會覺得這是站在我的立場回。

像我也有在做 YouTube，浩天給我很多建議。第一點如果我是在YouTube平台上看這個節目內容，第一個吸引我眼睛的一定是標題，因為我們是多元性的內容。像我看到關於腦波的主題，我有興趣點進去看，但我拉來拉去找不到那一段在哪裡，就是標題跟內容不是那麼切合。除非你們把他切很多段，這段是講腦波的，要不然我可能被吸引進去，但最後根本不知道在看甚麼。第二個就是大家很在意的縮圖，因為縮圖就是會把幾個Keyword或是幾個影片重點立刻呈現，現在年輕人都不太看字，他們看影像為主，如果這個圖片吸引我們，至少就會給它一個機會。

我覺得青少年比較想知道跟他們切身相關的，因為我現在跟尹淳孝有在合作12至21歲教育有關的，因為我們發現現在很多孩子到了職場上面做的跟他們學習的不同，未來的世界會是我們完全無法想像的模式，以前我們重視專業知識，有很多背誦，會形塑我們的職業。但以後不是這樣，他們的世界面太



寬了。再來我們也要做跟AI相關的課程，因為未來有很多工作都會跟AI相關，到底會有哪些工作會被取代，這些會是小朋友想要看的，他們會想知道未來哪些職業會消失，那未來會產生甚麼樣新的模式跟新的工作機會。

尹淳孝

我家裡老大已經在上班了，是做資訊安全相關，所以對現在網路這些會有一點涉略，他說其實前30秒到1分鐘就會決定這個節目會不會有人繼續往下看，第一眼就會是看到你的縮圖跟你的標題，然後你點進去如果在30秒內沒有看到你覺得有趣的或是沒有共鳴的時候，他就可能會跳出去，所以最前面的是很重要的。

回到節目我看了幾集，我跟老師有一樣的想法，就是會有點困惑。我明明進去看到這個標題，但進去之後會先看到幾則新聞，才會跳到剛剛的主題，但有些新聞也不完全跟小朋友有那麼直接相關，變成我要看下一個節目的時候我會遲疑，我是不是要直接往後拉到我想要看的地方，所以前30秒到1分鐘沒有把握到，有點可惜。

當然以家長的立場，都是希望小孩子可以看到好的東西，即便是網路，我也希望他們的時間是花在有意義的地方。我覺得這個節目是在跟所有的Shorts跟所有的Reel在競爭，不是在跟新聞節目或其他的節目競爭，所以真的要做到可以吸引青少年們的眼球。

再來就是我請小孩看這個節目的時候，他看到題目的第一個反應是，看新聞喔？為什麼要看新聞？他們現在會去接收的東西是我想知道的東西我去抓，網路就是無邊無際，我想要甚麼我去抓，因為士瑜是自學，他的學習能力跟經驗又不一樣，他非常準確地知道他要去哪裡抓，再來就是他想知道的新聞，譬如他會去看 CNN 的新聞，他覺得反正台灣再怎麼找都找不到好的新聞跟對的新聞，所以就會去國外找。

青少年上網的習慣就是這個時間是他們耍廢的時間、休息的時間，他們不會要上網去學習，所以他們會想要看好笑有趣的，這都是呈現的部分。

還有就是他們的推薦會有同儕的壓力，譬如說我推薦這個東西給你，你覺得不好笑，那你會覺得我這個人不好笑。所以他們比較不會是好的東西就推薦，而是會挑選，誰適合這個才會推薦。所以其實青少年是一個非常難以理解的族群。但相對他們也很單純，反應都會相當直接。

我們會一直卡在說我們會覺得給他們的東西是好的，但這個東西到不了他的嘴裡跟眼裡就是沒有用，所以這個同時還要用甚麼方式到他們的眼裡，餵到他們的嘴裡。所以要一直摸索。

江宜汾

也可以請一些YouTuber推薦節目或是YouTuber置入到節目裡面，或是專門做一個節目是YouTuber 怎麼出



來的？YouTuber的一天都在做甚麼事？讓 YouTuber 去帶他們的眼睛，或是讓YouTuber跟你們合作一個單元之類的。

羅怡君

我覺得學生現在未必是YouTuber的主力，在他們的Profile裡面是佔非常少數，你如果真的去收集青少年看的YouTuber，你會發現很多名稱都是很小的，我是反過來去想這件事情，我就是要把他的內在想法挖出來，要怎樣你才會分享。

其實大家都有講到一個重點就是，單元化或是可以抓住他們注意力的一個重點。單元化有另外一個機會就是可以抓到不同味道的青少年，其實青少年的興趣也是非常多元，像單婕他們班同學有人在看《富爸爸窮爸爸》，也有人在抽電子菸，公立國中的幅度就是這麼大。私立學校可能會把這些當作一個教材，但他就會被歸類為教材，他就不會被分享了。

第一個我們是要做一個類似教材定位的內容還是？其實也沒有不行，只要你定位清楚就好。第二個是真心想做一個青少年可以互相傳播，他們有機會藉由一個單元掉進去之後，開始慢慢看別的東西。

現在青少年接觸的YouTuber行為是，我今天被傳播了一個影片點進去，看了這一集覺得還可，我先按一下訂閱，觀看個三集，如果可以我就開始看，如果不行，我就取消訂閱或轉台，所以那個勾進來的

那個點，可能就是我們單元化有機會嘗試不同味道跟不同內容去做，去抓不同的族群進來，讓他們有機會留在這裡。

因為現在主動權就是在他們手上，我一開始分享《少週》給他的時候，其實他就很快地複習最近有甚麼世界新聞，其實他是用這樣的概念去接受的，而不是用一個娛樂的心情去看的。

因為我有在經營一些少年團體，我在跟他們交流的一些議題是考古議題，那現在講求的是用一個社會現象、生活現象去延伸或是去打包他們學習的一個範疇，那我覺得有一些考古議題是他們很關心的，譬如說談戀愛這件事情就是他們關心的，你們最新的一個影片是高中生能不能談戀愛？然後是訪問北一女然後是台大學生，其實我覺得取樣很重要，你們取樣都過於優良，他們會沒有共鳴，所以他們在第一時間看到樣本是如此完美的時候，他們就擋掉了。

所以取樣過程能不能更貼近他們？也許我們在取樣的過程，無意識地置入了我們對他們的期待，這是他們在裡面會非常敏感的。像我看過一個哈哈街訪，他們街訪了一個很有意思的話題就是，大學由你玩四年，你怎麼看？大家都說你考上大學就自由了，這句話對他們來說很重要，其實大學都在水深火熱，那大學由你玩四年這個概念是否還成立，其



實就可以延伸出職業探索、可以延伸出未來工作，同時也切入了一個有趣的點，這就是青少年語言。它用一個很輕鬆的角度說，大學由你玩四年真的還是假的，同時節目去中山站附近街訪很多大學生、上班族、青少年等，但就沒有家長。

所以我們有很多很有趣的議題可以跟孩子做連結，只是要不要用一個這麼正式的名稱去框他，我覺得那個框可能是他們很敏感的部分。有一些千古不變的議題，譬如吸毒、網路交友被騙、性平、霸凌等事件，孩子對這些的敏感度跟他們在裡面查到自己的公平性跟權利，跟他去思考他自己的一個定位，這個議題是不變的，這些議題未來可以當作單元的一個方向。

也可以跟一些學校固定合作，讓他們的學生有參與感之後，學生也會提出他們的要求，他們參與了這個企劃之後，就會想要收看然後慢慢地傳播出去。

黃聿清

我們過去十年大概每二年都會去德國看兒童跟青少年的影展，我們去看全世界最好的一百部影片，都是跟青少年有關，在這裡面我印象很深刻的就是有些主題很震撼的，然後我發現我們實在太限縮對於兒童節目的想像，那個議題的廣闊性實在太驚人了，我們也了解很多文化上的衝擊，例如南美洲他們怎麼看青少年面臨的問題，歐洲他們青少年會遇到甚麼樣的問題，各式各樣很多台灣發生的都是人

家二、三年前已經發生了，我們怎麼去對應。

我們亞洲其實也有些議題會比較快，對照到其他國家又是如何？在這樣的過程中，我們就看到了其實全世界的青少年，還是會有一些共同的issue，全世界的趨勢跟關心在哪裡？這是一件非常重要的事情。

我想要講一個總結就是我們覺得的危機其實是最大的轉機，因為你們一直上不了有線電視，我們都待過傳統媒體，其實傳統媒體本來是充滿機會的，可是一點一滴的流失，到現在YT還是很熱門，Podcast是大學生的主流，你在跟他們互動的過程中，會一直看到媒體版圖的移動。

其實做青少年節目最挑戰的就是要做到Children Center或是所謂的Team Center，就是以他們為主體，我們做這個節目去呼應他們，也就是所謂的Children Center的概念，因為我們太常做關於（About）他們的節目，以為這就是青少年的節目，但對他們而言，我們還是用我們的視角看他們，你們並沒有真正回到我們的生活裡，所以我覺得About還是Of the children，這中間還是有一個很大的Issue在裡面。

我們有請主持公視之夜的小花做了一個任務，就是這100部影片，請他跟他的主持人從這100部影片挑出10部最想跟朋友分享的。我們這些大人，很多做研究的，我們看了好多覺得好適合孩子，然後他



們寫出來的報告完全跟我們是不Match的，我們非常吃驚，我們覺得很棒、很好的，他們完全不買單，他們挑選的都是那種很深奧的科學節目。所以我們必須回到以他們為主體，我也在想要怎麼跟大家交流這件事情。

我也想建議你們要多跟他們互動，這互動一種是實體的，線上線下的那種，另一種是可以透過YouTube，他有非常多方式可以去互動，你們要去觀察你們在YouTube上觀看次數最多的前三名，這可以當作一個數據去了解青少年的喜好。

還有現在這個節目追求的是甚麼？如果追求的是點閱率就要看數據，如果要的是口碑，我們就要看分享值，然後我們有粉專，但現在這些孩子都不上臉書了，他們都在IG上。如果有IG帳號，就必須做短版的，然後一點一點去推播，再Link回來我們想要的東西。

林福岳

我補充個建議，第一個就是，在YouTube影片有一個小小的技術，就是我們可以在時間軸上分段然後下小標，這樣大家也就不用拉到很後面去。第二個就是你們推廣可以考慮跟學校合作，例如學校中午在吃飯就可以放我們的節目。第三個小建議就是你們可以考慮雙主持人，一個是青少年主持人一個是你們自己的主持人，可以不用固定，可以三、四個輪流，讓他們有參與感。

總結

張嘉君（資深製作人） 今天謝謝大家給了我們這麼多建議，我想我們真的需要多辦幾場這樣的座談會，我們還是要做青少年願意看的節目，所以我們要很努力的去抓這個點，策略要非常清楚，要鎖定年輕人，我們這邊也是不斷的嘗試，不管長版好、短版好、Youtuber好還是KOL（Key Opinion Leader）好，我們都會努力嘗試。

陳素秋（鏡電視新聞部副總經理） 我們也是非常感謝，提醒了我們很多，可能做了很久到後面就會忘了觀眾的感受是甚麼，會慢慢有一些盲點。今天老師給我們很多提醒，給了很好的機會讓我們可以把節目做得更好。

我也想提醒一下，現在大家都是在網路上看到我們的節目，但最重要的想法其實是希望能夠家長跟青少年一起坐在電視機前面看，這是我們的目標，當然我們離這個目標還有很長的一段距離，今天給的建議我們都會好好的參考。

