

國際新聞的知識框架與誤區

文／陳浩（媒體顧問、退休新聞人）

鏡電視新聞台的國際新聞節目中心在有線電視86頻道上經營兩個國際專題節目：《鏡轉全球》和《全球聊天室》。《鏡轉全球》選題專業而能深入（不一定都「淺出」）；《全球聊天室》具多樣性和話題性，在各新聞台之間比較，兩個節目都是優質而應該有競爭力的。

先說點好話

由於我無法取得觀眾對兩個節目的回饋資料，包括但不限於收視調查數字的量與質，單獨從兩個節目的製作定位與內容執行來看，整體的質感看得出很用心，看得出《全球聊天室》的內容比較通俗，也比較有市場性；而《鏡轉全球》的定位和表現，則明顯高於一般電視節目內容的水平，這個表現水平，我一方面是激賞，另一方面則另有思慮。



從資料上來看，《鏡轉全球》觀眾定位「財經新聞確實具備一定的門檻，不論對內容製作者或是受眾來說，都是一樣的，經過長期的測試和摸索，製作團隊最後鎖定要以具備一定基礎知識的進階者作為主要的受眾，因為現在以『財經小白』作為TA的節目已經太多了，如果每個專有名詞與觀念都得從頭認識，節目內容每次都從ABC與123講起，在有限的節目時間裡，很難進一步分析數據、討論問題。」這其實是一個很不容易達成的目標，但同時也是我願意為它鼓掌的理由。

我的另一層思慮是：這樣較耗費高能的製作水平的節目放在現下收視結構的大眾平台上，是不是準確的資源投放？還有什麼是營運者能幫它加分的，讓它更值得？（這難道不是擁有巨資的公共電視平台更應該做的？）這牽涉的營運模式問題就不是本文的範圍了。

再提一點意見

在今年1月17日的《鏡轉全球》上，有一則報導「丁蟹效應指標電視劇《大時代》被王家衛《繁花》取代？在《繁花》熱映之際中港股也面臨嚴重修正上證指數週三大跌2% 恆生跌幅更逼4%。」

這則報導輕率引用「丁蟹效應」指涉《繁花》電視劇與上海香港股市，肯定未經深思。「從心理學觀點，丁蟹效應是一

連串的巧合（Coincidence）從而導致股民營造出來的自我應驗預言（或稱自證預言心理）。每當鄭少秋主演的電視劇集播放時，不少股民深怕丁蟹效應會導致自己手頭上的股票蝕本，便對股票進行恐懼性拋售，引致股市暴跌。投機者亦可能以丁蟹效應為藉口推跌大市。暫時並無客觀科學證據來嘗試否定它，或顯示股民會受丁蟹效應而影響投資策略。」丁蟹效應在中文維基百科裡已經是一條著名的詞條，網路上亦可供查找。

王家衛的《繁花》電視劇已經是近年罕見的一現象級的影視作品，刻畫上個世紀80年代末至90年代初上海的經濟社會變化，尤其是經濟體制改革、資本市場雛形初具的深入人心變化的細節，這是一個成功彰顯改革開放「時代精神」（Zeitgeist）的影視作品。在習近平時代，這部作品能獲得巨大的市場成功，實在耐人尋味。

坦白說，如果我是《鏡轉全球》團隊一員，我會主張至少做一個較長時段的深度分析，從《繁花》電視劇看中國經濟過去、現在、未來的演變。

「丁蟹效應」？股民的八卦？《大時代》與《繁花》，這完全不是《鏡轉全球》的初衷吧！

國際新聞的第一戰場

今年1月1日，日本能登半島發生大地震，當天下午台灣的副總統辯論會剛結束，各新聞台都在做會後反應新聞，唯有鏡



電視在第一時間開闢特別報導，播出即時畫面，NHK的國際頻道持續播出日本氣象局提供的各地海嘯警報圖文，當時日本網路新聞即時消息不少，鏡電視的國際組也許一時忙不過來，提供的即時地震訊息較少，但瑕不掩瑜，在重大國際新聞發生當下，果斷開出特別報導時段，搶Breaking News；這才是電視新聞頻道應有的第一時間反應。守在電視機旁的我擊節稱讚。

製作國際新聞的知識框架與誤區

- 一、所謂「認知作戰」in&out。所謂「認知作戰」已經成為國際新聞的最大誤區。在台灣做新聞人，以前有緊箍咒「統戰」陷阱，今日有「認知作戰」，尤其兩岸敵我情緒愈張，第二義的詞語會跑到理性認知的前頭，新聞人站在判斷的前線，判別兩岸國際戰略戰術攻防利弊得失，什麼是假訊息（Disinformation）、什麼是去脈絡訊息戰，什麼是一般常識，要先走出認知迷霧。
- 二、正視政治偏見的影響，閱聽大眾其實政治智商不低，很容易判別顏色，國際新聞看似比較複雜，但要提供給閱聽者能夠獲得養份的知識，新聞人要先有看得全局的知識框架，才能避免提供偏見給觀眾。
- 三、瑣碎與大塊。提供國際新聞的電視台很多，大家都在討好NCC與討好觀眾之間遊走，國內新聞夠瑣碎，國際新聞也容易瑣碎化，看完之後很容易忘記。大塊勝瑣碎，應該是

做好國際新聞的不二心法。瑣碎易，大塊難，既需要知識框架，又需要說故事的能力，軟硬兼施，要努力。

四、Make Differences／與眾不同／影響力。

拒絕人云亦云，要領先就不要跟風，找非主流觀點，影響力是建立在與眾不同上。

五、相關性。與我何干？好問難答。不扯還是好過硬扯、亂扯。

六、相同的信息來源，不同的解釋能力。這也要靠知識框架，從何架起？多讀書，多聽國外好的Podcast，不二。

七、新聞人的終極關切：人味。

八、《鏡轉全球》的報導分析較知性，對比《全球聊天室》來說，知性之美，可以對比感性、偏見、迷霧。

加油！

