

为最年轻的读者提供适合并有趣的阅读

——《华盛顿邮报》儿童专版（KidsPost）分析

□陈俊妮

2013-02-01 06:18:59

来源:《中国记者》2012年第十二期

美国《华盛顿邮报》以其国内政治报道而出名，尤其是顶着水门事件、五角大楼文件等获得普利策新闻奖的国内政治大事报道的光环，很多人认为它就是一份严肃报纸。但实际上，它非常注重对儿童读者的培养与教育，“要为最重要的读者——即最年轻的读者——提供适合并有趣的阅读”。将儿童一代看作是自己最重要的读者，这一点尤其体现在它的KidsPost专版以及对应电子版上。

基本定位与风格

虽然只是小小的一个版面，KidsPost的每一个选题和细节处理都关照到特定受众的心理需求和年龄特点，同时又注意对读者群知识积累和媒介素养的培养。下面以2012年9月和10月的版面内容为例进行分析。

1. “新闻特写”（Feature）与今日新闻（Today's News）：新闻性、可读性与深度

KidsPost仿佛是一份大报的浓缩版，虽然是给儿童看的报纸，“新闻特写”与“今日新闻”栏目依然是专版的重头，在编辑上，这部分新闻时效性最强的内容放在刊头下面，几乎占一半版面。

特写栏目的故事范围很广，从访谈、重大新闻故事的深度解读到当地儿童做过的奇事，都可以成为特写的选题。在这两个月里事件主题有娱乐、休闲、体育、文化、人物、事件纪念日等。同时，一些为儿童读者树立的榜样式人物也是特写栏目的重要选题。

阅读特写作品对于儿童读者来说，具有一定挑战性。因为特写一般都比较长，信息量比较大，同时具有一定深度。因此KidsPost的特写通常会采用主标题与小标题相结合的方式，以方便阅读。为了帮助儿童读者理解新闻内容或扩充知识面，特写会非常注意提供背景知识。

“今日新闻”栏目相比“特写”栏目来说要简略得多，通常不到200个单词，但与特写一样，无论长短，所有的新闻都会配有相关新闻图片、插图或者漫画。在选题上，主要分两类，一类新闻主体是儿童，另一类是儿童感兴趣的其他话题。

2. 特写、“想知道”与专栏评论：知识、爱心与文化熏陶

KidsPost的特写中有一部分没有特别的新闻性，但是具有较强的知识性。如果儿童读者对主要的特写故事不感兴趣，也可在“今日新闻”中或者从KidsPost的“CHIP SAYS”栏目中找到有用或有趣的信息。CHIP是一只机器狗，也是KidsPost的吉祥物，

每期它都会用一个大约只有20到30个单词的句子分享一个小知识,大都与当期的特写或者今日新闻中的内容相关,相当于新闻栏目的背景部分。

“想知道”(Everwonder)栏目回答孩子们类似“十万个为什么”的问题,如谁发明了泡泡糖、我们为什么会打嗝、为什么动物有尾巴等。

文化熏陶主要体现在体育与艺术这两方面。每周四由体育专栏作家Fred Bowen主持的“The Score”(得分)专栏占据几乎1/4的版面。美国人热衷各种体育活动,像美式橄榄球、篮球更是全民项目,这对儿童有潜移默化的影响。

华盛顿作为首都,艺术资源丰富,因此KidsPost非常注意培养儿童对各种艺术的兴趣,几乎每个星期都会有两到三次的书评、戏剧评论、歌剧评论、音乐会评论、表演评论等。

3. 天气插图、生日榜与问答:鼓励参与与分享分担

KidsPost是一份儿童专版,核心文章由《华盛顿邮报》的记者和编辑完成,但是它会设法让儿童读者参与到版面中来,呈现出儿童的风格特色,同时保持与儿童读者之间的密切联系。KidsPost每期发表的天气预报彩色插图都是儿童自己绘制的,最小的参与者只有4-5岁,大的有13岁。这刚好与KidsPost的受众定位年龄一致。

每周一对于在当周过生日的儿童来说是个特殊的日子,因为他们的头像有可能出现在生日榜上。生日榜占据了该期最为显著的位置,通常会有14位儿童“榜”上有名,而且每一个小寿星都要附上自己最喜欢的照片。

“态度小姐”(Miss Manners)、“问问Amy”(Ask Amy)栏目以来信解答的方式为儿童读者出谋划策,每期大约有3到4个问答,主要是针对情感或态度方面的问题,“态度小姐”会给出有针对性的建议,不极端但有鲜明的态度。这正是苦恼中的小孩子们需要的。同时,通过写信的方式提供他们关于新闻事件或问题的意见,同时还为他们提供了一个锻炼写作的机会。

功能延伸:多种教育

KidsPost只有一个版面,但是它的功能和影响绝不仅仅限于这个版面。它不仅与网站内容相互补充扩大影响,还通过教育系统延伸培养下一代受众。

1. KidsPost电子版

KidsPost更多的内容都会放在电子版上,纸质版每期都会对电子版上最精彩的部分做出预告。相比较纸版有限的空间和局限的互动性,电子版在内容选择和互动环节上更为灵活和丰富,比如所有儿童参与的绘画作品都会在电子图片艺术长廊中展出,而且鼓励更多在线参与。所以电子版与纸质版在定位上完全保持一致,但是基于电子版的特性,更着力于丰富儿童的知识,培养他们的参与意识。

比如2012总统大选专题,电子版不仅有儿童绘制的漫画作品,还包括:选举知识,关于两位总统候选人的介绍等等。其延伸链接包括教授和鼓励儿童制作自己的政治竞选广告并上传。这些都会帮助儿童认识这样一个举国上下为之关注的活动流程,并通过他们的参与来加深对活动的理解。

2. 成为教育资源的一部分

《华盛顿邮报》在“内部计划”(INSIDE Program)之下不定期出版《Inside Journalism》刊物,比如2002年11月19日出版的第一册内容包括邮报的记者和编辑解答学生关于新闻方面的提问、告诉学生如何写作新闻故事等。同时,KidsPost电子版推

出的教育计划 (Education Program) 提供在线课程指导, 比如有针对儿童自主学习的KidsPost课堂。

在KidsPost上涉及的内容通常是跨学科的, 许多课程被设计为与KidsPost版综合使用, 可以被教师用于语言艺术、社会研究、科学、数学和其他课程中, 用以促进学生参与讨论和刺激写作活动。这些都可以非常容易地在教室里开展。

这些关于新闻学和媒介素养方面的知识在中国大都是新闻专业学生在大学一年级阶段才会涉及, 而美国小学生通过《华盛顿邮报》的一个KidsPost版就能学到。现在, 不光是华盛顿, 周边的马里兰、弗吉尼亚的学校都利用KidsPost来进行课堂辅助教学。

对于《华盛顿邮报》来说, 致力于与教育的结合, 也是为自己网罗下一代受众。让学生带着问题去尝试阅读更难的新新闻报道, 从而在潜移默化中培养他们对严肃新闻的兴趣和阅读习惯, 他们中的不少人会成为《华盛顿邮报》下一代的受众主力。

儿童版的启示

虽然只是小小一个版面, 虽然面对的似乎是更为“无知”的对象, 但所有的文章都来自《华盛顿邮报》的专业记者和编辑, 以专业态度为“最重要的读者”提供专业报道, 这是KidsPost能在12年里赢得美国家长信任的重要原因之一, 它保证了儿童读者从一开始接受的是正规新闻的引导, 是专业眼光和视角的熏陶, 至于像《Qaws Quzah》^①在“知识角”板块中教孩子如何制作气体炸弹这种报道, 是绝对不会出现在KidsPost版面上。^②

这种专业态度还包括能俯下身去, 以儿童的视角来看待问题。选择儿童感兴趣的话题, 无论它有多么小, 用儿童能读懂的文字, 无论它多么简单, 同时要准确传递信息, 无论事实多么复杂, 这些都需要编辑记者时刻警醒自己不是以作品的技巧和文字来显示自己的身份、学识和能力, 而是运用自己的学识和能力让这些知之甚少的儿童读者们更多了解世界, 刊物的品质并不是高高在上, 而是让阅读它的对象喜欢并从中获益。

正是这一点, 既为KidsPost带来了儿童读者, 也吸引了这些目标受众的父母乃至他们的爷爷奶奶辈。在“态度小姐”和“问问Amy”栏中, 甚至有越来越多的成人愿意在这里倾诉自己的烦恼。虽然这些读者从年龄范围上早已超出了KidsPost的目标范围, 但谁能说今天这些为KidsPost所吸引的目标读者们在若干年后不会继续成为KidsPost的忠实读者呢?

实际上, 除了底特律一家报纸有儿童专版外, 在美国的主流严肃报纸中, 《华盛顿邮报》是惟一一份推出儿童专版并坚持下来的。在新媒介环境下报业前景堪忧, 邮报的发行量持续下滑, 甚至在2009年不得不取消固定的商业板块以应对报纸广告收入减少、节省新闻用纸的开销, 但即使是在如此严峻的形势下, 邮报还一直为儿童保留着KidsPost, 并推出电子版以吸引更多的儿童参与进来。培养未来受众固然是其动机之一, 为下一代打开一扇了解外界的窗, 有更高的媒介素养, 有更多的知识修养和健康生活, 这是《华盛顿邮报》作为严肃大报面对下一代承担的社会责任。(作者是中央民族大学文传学院讲师、传播学博士)

责任编辑: 丁志德

文档附件:

用户昵称: (您填写的昵称将出现在评论列表中) 匿名

请遵纪守法并注意语言文明。发言最多为2000字符（每个汉字相当于两个字符）

5543

发表

中国社会科学院电话：010-85195999 中国社会科学网电话：010-84177865；84177869 Email: skw01@cass.org.cn

投稿邮箱：skw01@cass.org.cn 网友之声信箱：skw02@cass.org.cn 地址：中国北京建国门内大街5号

版权所有：中国社会科学院 [版权声明](#) 京ICP备05072735号