

责任与尊重

——新形势下少儿电视的融合发展探索

潘如真

摘要:全媒体时代少儿电视发展面临全新的挑战和机遇,少儿电视工作者要认识核心价值观的引领作用,认清多屏时代的传播要求,以“内容为王”构建融合之“基”,“资源整合”应对融合之“变”,不忘电视工作者的初心,尊重受众,抓住机遇,创造优秀的少儿融媒产品。

关键词:内容为王 价值引领 融合发展

儿童时期处于人生的关键时期,这个时期对儿童的培养直接影响着儿童今后的成长和发育。儿童的成长关乎一个家庭一个民族一个国家的前途和命运。在全媒体融合时代,少儿电视的发展路径在哪里呢?

一、“内容为王”:赢得融合发展的主导权

全媒体的概念来自于传媒界的应用层面。通常意义上,全媒体包括报纸、杂志、广播、电视、音像、电影、出版、网络、电信、卫星通讯在内的各类传播工具,涵盖视、听、形象、触觉等人们接受资讯的全部感官。特别是随着移动屏的出现,人们可以更便利地传输和接受信息,广泛地进行社会交往、公开地表达自己的观点和情绪。以网络、智能手机、平板电脑为代表的新媒体以互动、体验性强赢得少年儿童的青睐。一方面,从传统电视媒体工作者来看,儿童电视节目面临传播渠道狭窄、互动方式单一、受众流

失严重的困境;另一方面,从家长的维度来看,很多家长视网络等新媒体为洪水猛兽,想方设法让孩子远离屏幕。然而在新媒体无所不在的现实面前,回避是不现实的。

儿童电视节目能否推陈出新、打破僵局,既是对每位少儿电视从业人员的挑战,更是摆在大家面前的责任。习近平总书记提出“以内容优势赢得融合发展优势”,这也给新媒体时代传统媒体的发展指明方向。从信息的维度来看,内容永远是根本,融合发展必须坚持内容为王,以内容优势赢得发展优势。媒体人要把更多的时间和精力放在内容创作中,做出有品质、有内容、真正寓教于乐的节目内容,让技术成为“基础设施”,让技术为内容服务。有优质内容的加持,传统媒体人在融媒体时代才能绝地反弹,做到共通互融,“你就是我、我就是你”,与新媒体共同进步,共同发展。

二、“洞察受众”:让儿童成为节目的创作者、传播者和参与者

习总书记要求我们“人在哪里,阵地就在哪里”,^①在新媒体时代媒体融合的大潮下,我们该如何守住大屏,拓展小屏,实现跨屏呢?洞察受众,才能赢得受众。

新媒体技术在信息层面上具有声相结合技术,不仅提升了传受双方的互动形式,更具

有社会和经济双重属性。观众具有更强的自主性,可以根据自己的喜好选择想要观看的节目,同时在新媒体时代,观众也可以是信息的发布者,可以将自己喜欢的信息发布到网上,同网友一起分享。儿童天性喜欢变化、追求快乐,喜欢感性、简单、直观、形象的事物,而对于理性、说教、抽象的事物往往难以接受。虽然少儿电视节目的受众年纪偏小,但是他们也有倾诉的需求,也有选择接受信息种类的权利。少儿群体作为一个特殊的受众群体对屏幕内容的需求具有特需性,更需要媒体人怀着诚意去做,给予受众真正的尊重与竭尽全力的洞察、理解和服务。

笔者在少儿电视一线工作了二十几年时间,最深的体会是,电视媒体对受众的关注和重视程度都在提升,但某些方面做得还远远不够。国内电视业普遍存在的问题是,不去认真倾听和关注少年儿童、家长及老师对节目的意见和建议,而是“想当然”地认为该做什么节目、怎么去做节目,或者直接把广告客户的需求强加给孩子,甚至把少儿作为娱乐和消费的对象。

浙江电视台少儿频道有一档节目《幸运小博士》,节目策划初衷是希望让孩子在玩中长智,在娱乐中丰富孩子的见识。节目形式非常简单,一名主持人开着一辆装满礼物的花车,出现在校园的各个角落,和同

学们进行智力互动游戏,答对的同学就能得到花车里的礼物。这是一档真正走进校园,和同学零距离接触的节目。开播两年来,深受小朋友和家长的喜爱。现场小朋友能感受小花车礼物带来的快乐,屏幕外的小朋友也能通过收看电视节目重新掌握知识。

总结这档节目的成功经验:一是创意始于受众。早在节目酝酿阶段,编导的足迹就深入校园的角角落落,开展非常详细的受众调查,从教育心理学的角度与老师探讨,从儿童心理学的角度与同学交流。孩子们感兴趣的话题,小花车要送的礼物就是在广泛听取意见后做出的选择,而不是闭门造车,查资料所得。二是内容源于受众。节目的所有问题都从老师、家长,和同学们当中征集过来,包括主持人和同学们互动讲的冷笑话也是校园广泛流行的语言内容。节目播出后,编导根据严格详尽的收视调查,俯下身和同学们交流,进而不断地为节目补充新内容、注入新活力。正是这些一手材料拉近了节目和受众的距离感。三是吸引受众广泛参与。每个观众都可能成为节目参与者,参与节目的互动,参与节目的制作和传播,成为节目真正的主人。

我们常说带着诚意去做电视节目,那么作为少儿电视人的诚意是你必须俯下身子去洞察你的受众,相比其他的电视节目,少儿电视除了那些大手笔投入、高成本运作的大制作,更需要的是编导带着爱心走进校园,倾听同学们的心声,了解家长的育儿需求,做出高品质有内容的校园节目。在全媒体快速融合的当下,作为传统媒

体的电视,尊重受众显得更为迫切和重要。只有了解受众的需求,才能做出受众爱看,以及愿意一起传播的优秀节目。

三、价值引导:发挥媒体在少儿成长中应有的社会责任

少儿节目专业性很强,要符合对象化、分众化、差异化的特点,准确把握少儿的身心特点、习惯、爱好,要用少儿的视角、少儿的语言去呈现少儿电视节目。开设少儿节目的目的不单单是为了丰富儿童的生活,获取更多的收视率,更是为了向少年儿童传播正能量的价值观,拓宽视野,在润物细无声中帮助他们成长。

新技术给电视的发展带来了机遇,也带来了挑战,少年儿童也成了多屏收看电视节目的受众。家长希望小朋友通过屏幕不仅满足娱乐的需求,更是学习的平台和家庭教育传播的载体。根据不同年龄层次的小朋友收视特点细分内容,让看电视的少儿观众学有所得,获得正确的价值引导是媒体人不可忽视的责任。

3-7岁幼儿期是儿童情感、行为规范、语言能力、想象力、认知能力、运动能力的养成熟期,早教专家指出,这个年龄段的孩子适量地看电视,通过生动的画面,标准规范的语言和动听的音乐,能激发孩子去模仿和理解社会,并拓宽他们的知识面。浙江少儿频道根据幼儿的成长需求推出《玩偶总动员》,让玩偶陪小朋友在校园一起做早操,一起玩区间游戏,一起扮家家做手工,一起学儿歌。这种陪伴式的认知类节目是这个年龄段小朋友最需要的。

小学阶段的少年儿童已经有了独立思考的意识和能力,

他们的生活范围、人际交往、知识量也在不断扩大,浙江少儿频道根据这个年龄期孩子的特性推出适合7-12岁小朋友的《小智大课间》栏目,主持人带着自拍杆进入校园,和同学们一起聊成长的烦恼。这种尊重式的谈心节目更容易走入同学们的内心,架起他们和家长、学校的联系桥梁,在潜移默化中输出正确的价值观。

类似这样精准细分受众的年龄层次,力求受众在不同年龄层都能获取不同的信息和体验,满足他们的需求,浙江少儿频道还推出了多档脍炙人口的节目,比如把发生在校园的故事和桥段通过主持人和玩偶用有趣的电视手法重新演绎的《南极特快车》;一百公分看世界、三百六十度去体验的儿童体验类节目《看吧,宝贝!》;《课堂没有教的事情》让同学们和爸爸妈妈们一起用科学小实验来验证生活中那些真真假假的传言。这些有知识点、有笑点、有体验感,又能和同学们零距离互动的节目内容,既符合新媒体传播,适合受众多屏收看的习惯特点,又坚持了少儿媒体人的社会责任,在儿童的价值引导上发挥了积极作用。

四、融合质变:以传播技术创新为主流价值传播赋能

习近平总书记强调,要“催化融合质变,放大一体效能,打造一批具有强大影响力、竞争力的新型主流媒体”。^②如何有效利用新媒体技术激发受众的参与热情,满足受众互动和创作的需求呢?媒介理论家亨利·詹金斯将媒介融合定义为“跨多个媒介平台的内容流动,不同媒体行业间的合作,以及为获得他们想要的娱乐体验而

四处游走的媒体受众的迁移。”^③

当前,少儿节目在积极利用“两微一端”“两微一抖”等新媒体平台,将节目内容以亮点为单元,拆开逐条上传等方面开展了积极探索,有效促进了受众的积极参与,增强了节目的感染力、影响力和传播力。浙江少儿频道每年的少儿春晚都深受全省小朋友和家长的关注。春节期间除了全家守在大屏前观看节目,大家还可以通过少儿频道的官微收看。每个节目拆条以后可以通过网络平台,随时点播反复收看,增加节目二次传播的影响力。

下一阶段,少儿电视的媒体人还需要积极思考和探索技术应用维度,坚持移动优先策略,主动顺应万物皆媒体、一切皆平台的网络多元化、宽带化、综合化、智能化发展趋势,积极抢

占技术传播的制高点;适应大数据、云计算、智能化带来的新闻生产的革命性变革,探索将人工智能运用到新闻生产的全流程,生产出符合全景VR、8K影视、3D内容、AR等应用场景的新闻产品。在平台终端维度,既要打通“报、网、端、维、屏”等各种资源,还要努力打造PGC(专业生产内容)、UGC(用户生产内容)、OGC(职业生产内容)三位一体的平台型媒体,在推进用户主导的同时,达到主导用户的目的,让少儿节目产生更大的影响力。

随着技术的不断升级,少儿电视媒体人应时刻牢记媒体人的责任,牢牢把握正确的舆论导向,唱响主旋律,传播主流价值的内容,做寓教于乐、寓教于情、寓教于行,助力少年儿童观众健康成长、积极向上的少儿电视节目。

注释:

①习近平2016年2月19日在党的新闻舆论工作座谈会上的讲话,学习强国学习平台 <https://www.xuexi.cn/lqpage/detail/index.html?id=12078106936733631137>, 2018年11月16日。

②习近平2019年1月25日在十九届中央政治局第十二次集体学习时的讲话,学习强国学习平台 <https://www.xuexi.cn/4391f754cba6be118726a5773008cb89/e43e220633a65f9b6d8b53712cba9caa.html>, 2019年01月25日。

③亨利·詹金斯《融合文化——新媒体和旧媒体的冲突地带》[M].杜永明译,商务印书馆2012年出版。

(作者单位:浙江电视台少儿频道)

