

少儿节目创新策略研究

叶 雯

少儿电视节目主要包含童话、竞技、诗歌、益智、家庭、亲子、冒险等多种内容形式，担负着教育培养少儿的重任，同时具有一定的娱乐放松的作用。^①所以，在制作丰富多样节目内容时，需要以寓教于乐为出发点，严格把控节目质量。尤其是融媒体平台不断涌现，为少儿节目提供了更广阔的空间，节目形式不断优化和更新，加上

人们对少儿教育重视度的逐渐提升，信息获取渠道更为丰富，少儿各方面素质均有所提升。

一、少儿节目的服务宗旨

少儿节目中传递的主流价值观，可以帮助少儿树立正确的“三观”，积极引导他们成长，推动整个社会的健康发展。所以，需要明确节目肩负的社会责任和服务宗旨，方能做好少儿节目，

准确定位并发挥功能作用。^②首先,少儿节目中可爱的卡通形象、绚丽的画面、有趣的故事等,均能很好地吸引少儿的注意力。将寓教于乐的方式融入少儿类节目,可拓展他们学习知识的渠道。其次,加强少儿思想道德建设的途径之一是办好少儿节目。少儿对未知社会充满好奇,可以通过节目的形式加强他们的思想道德建设,从小培养他们的勤劳、勇敢和善良。再次,在整个社会环境中,少儿类节目是其中的一部分,通过办好少儿节目,可营造出能够促进少儿健康成长的良好氛围,引导全社会广泛关注他们的成长。

二、少儿电视节目需要遵循的原则

(一) 独特新颖性

加强少儿节目内容和风格的创新非常关键,对于节目编导来说,需要不断转变各种表现方式,保持其新颖性特征,努力突破自身各种风格,才能保证节目永葆生机活力,保持基本的创新能力。

(二) 平等开放性

做少儿节目时切忌关起门来做、固步自封,想要保证节目的收视率,需要努力开拓各种思路,拓展思维方式,发挥少儿电视节目的精髓,同时不断创新内容,提升趣味性,并可借鉴其他节目中的优秀内容,以此保证节目的平等、开放和真实。

(三) 符合时代背景

在融媒体时代,少儿节目应当紧随时代发展的步伐和特征,合理把控电视节目的时代背景,合理把控舆论导向,顺应新时代少儿的实际需求。

三、少儿节目基于融媒体时代的创新对策

(一) 加强媒体融合互动

在融媒体时代,儿童从出生开始,就面临虚实交融的空间,新媒体通过自身便捷的媒介发表权、接近权,营造出双向互动的平台。少年儿童在节目播出之后可在节目平台上和网友讨论,发表自己的言论,不仅体现出少年儿童的主体性地位,同时增加了节目的热度,受众在媒介互动中获得一定的满足,有效促进了媒体融合互动。^③例如,各栏目除

了微信公众号的文章发布,还应当发布节目的最新动态,并在公众号中设置一些小小的问题,像“哈哈我喜欢”“作文小镇”等公众号均选择这样的融合互动方式。因为在融媒体时期,随着智能手机的普及、新媒体的出现,电视节目衍生出生动活泼的互动平台,而不再是单向的传播工具,能够促使少年儿童真正感受到节目的温度。

(二) 积极整合优质内容

媒体平台所传播的内容是人们获取信息的关键渠道,对行为决策的正确性与否产生直接的影响,并发展为影响社会和谐的主要因素。基于此,在少儿电视节目创新发展的过程中,生产高质量的节目内容成为必须坚守的原则。少儿节目需要始终秉承质量第一的原则,以内容创新作为工作核心,实现创新和质量的齐头发展,在激烈的市场竞争中站稳脚跟。^④此外,少儿电视节目的数量随着新媒体的发展而逐渐增加,但是鲜少有影响力的节目。分析其原因一方面是节目本身缺乏创新性,另一方面则是互联网内容更加丰富吸引人。在少儿节目的实际制作过程中,单纯可爱、好奇心强的少儿是主要的受众群体,可以参考真人秀的模式,创新艺术手法、题材内容、理念、传播形式、表现方式等,充分尊重少儿不做作、自然的表演。在包装少儿节目的过程中,需要创新和优化宣传片、动漫声效、节目主题曲、片花等,尽量和少儿的观看需求相结合,树立节目特色,提升水准。

(三) 完善运营推广方式

眼下在我国动漫产业中,炫动卡通卫视发展很快,已逐渐从长三角向全国覆盖。当前我国动漫界最具影响力的会展品牌,则是中国国际动漫游戏博览会,连通了各类论坛、会议,展示动漫的优秀成果,促进其全面发展。在策划产业运营战略时,少儿频道需要基于保证传统发行顺利完成的条件下,树立“全产业链”的发展观,时刻准备抓住契机,不断探索新媒体发行方式和渠道,从而获得更广阔的发展天地,在市场营销中占据一席之地。^⑤例如,微信、微博、新闻客户端等更加适合新媒体和传

统少儿广播节目的结合，与广播具有先天的契合性。当前广播节目拓展少儿传统节目传播途径，通过短视频、文字、图片等多媒体平台，传播方式更立体和多元。

（四）提升采编话题新颖性

一个新奇的话题比较容易提升受众的阅读兴趣，抓住他们的眼球。提升采编话题的新颖性，从多维度分析报道内容，紧随时代发展潮流，增加节目话题的可讨论性，避免和网络新闻雷同，增加在行业中的竞争力，能更好地吸引少年儿童。另外，在少儿节目中把控好舆论的导向，严格控制话语规范，积极向少年儿童宣扬正确的价值观，遵守相关的规章制度，建立起良好的沟通桥梁。

（五）努力掌握少儿需求

当前，正处于蓬勃发展状态的动漫业符合儿童的喜好。在制作少儿节目的过程中，可不断挖掘动画产业的每一环节，全面发展动漫业。例如，通过卡通玩具、动画手办等，抓住契机，探索发行方式，构建渠道，站在市场营销的角度，打造综合链条，带领节目深入少儿生活，并拥有“社会化”的心态，提供给少儿以喜闻乐见的节目类型。

（六）切实打造节目品牌

少年儿童的主观能动性在新媒体背景下获得充分激发，他们会主动选择自己想要的信息。少儿节目应当准确清晰地定位节目，充分了解少儿的兴趣爱好，积极打造节目品牌，树立特色。少儿电视节目需要转变当前趋于成人化的现状，把少儿作为节目制作出发点，准确定位，实施良好的引导与教育。在节目定位过程中，尊重并理解少儿的需求，从他们的整体特点出发，增加彼此的沟通，寻求少儿感兴趣的电视节目类型，真正做到尊重与理解。另外，还要从兴趣爱好、心理状态、知识水平、情感认知等层面了解不同年龄层少儿的侧重点和出发点，积极分析，设置专属少儿的节目，有针对性地优化节目内容，控制知识难度，合理分配教育同娱乐间的比重，吸引更多的观众。例如，抖音平台在最初时规定视频时长为15秒以内，需要

在论秒计的时间里全部将少儿电视节目“抖出来”，而超1000人的粉丝量能够延长为1分钟时间以内。这样在有限的时间内树立起媒体短视频号的品牌形象，促使其传播效果最大化，需要借助正能量少儿电视节目实现这一目标。随后抖音对部分账号开通5分钟权限，增强内容多样性，并拓宽短视频内容选择范围。少儿电视节目可在抖音平台设置抖音号，在其中不定时发放关于少儿节目的优秀内容，打造健康电视节目的传播环境，在融媒体背景下赢得用户，并增强自身核心竞争力。

五、结语

少儿类电视节目在快速发展变化的融媒环境中，作为提供给少儿教育和娱乐的电视节目，应当积极应用创新策略，直面遇到的问题，促使电视节目高质量发展。同时要创作优质节目内容，开通新媒体渠道，树立节目特色，创造出高质量的少儿类节目，并实现收视群体的稳定和发展。

参考文献：

- ①王梓兆《融媒体语境下青少年节目主持语言创新策略研究》，《环球首映》2021年第23卷第8期，第64-65页。
- ②周晓庆《新媒体背景下的少儿电视节目创新与发展策略》，《声屏世界》2020年第14卷第13页，第18-19页。
- ③张潇艺，杜亮《少儿电视节目传承传统文化的探索实践——以央视春节特别节目〈过年啦〉为例》，《传媒》2020年第36卷第21期，第38-40页。
- ④王丹丹《新媒体背景下少儿电视节目创新路径探究》，《剧作家》2020年第28卷第4期，第136页。
- ⑤钱正勇《融媒体背景下县级少儿电视节目的创新与发展研究——以福清电视台〈七彩阳光〉栏目为例》，《百科论坛电子杂志》2019年第39卷第11期，第768页。

（单位单位：浙江电视台少儿频道）