

探究娱乐节目编导的文化意识与社会责任

柴敏

(山东广播电视台电视综艺频道 山东 济南 250014)

[摘要]伴随人们对于娱乐节目的整体质量要求逐渐提升,很多娱乐节目的制作人对于自身的社会责任与文化意识在不断增强。新时期,如何制作优质节目,引起观众共鸣,这是需要重点思考以及探究的问题。本文旨在对娱乐类节目编导具备的文化意识以及社会责任进行探究。

[关键词]娱乐节目;节目编导;文化意识;社会责任

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.04.1706

前言

当前,媒体行业当中的竞争十分激烈,电视娱乐业为获得足够吸引力,过分的对观众具有的娱乐需求加以满足,致使节目内容质量不断下降,品味变得越发低俗。此种局面是因为从业人员并未对娱乐节目具有的价值进行正确认识,仅把娱乐节目具有的价值和高尚的社会责任进行紧密联系,这样才可发挥出娱乐节目的应有作用。

一、娱乐节目具有的重要性

所谓娱乐节目,是指人们在社会环境当中,寻找一种把消遣娱乐当作目的,对内心情感进行宣泄,有效释放压力的形式。改革开放后期,电视节目已经发生极大变革,其中包含的商机渐渐突显出来,朝着商业化这个方向逐渐发展^[1]。作为大众文化的重要代表,娱乐节目拥有较强渗透力与感染力,在激烈的市场竞争与较大的生存压力之下,深受大众青睐。通过娱乐节目,可以环境人们的工作与生活压力,让人们身心得到放松,有效提升人们的幸福指数。

二、娱乐类节目编导具备的文化意识

(一)娱乐节目需充分体现寓教于乐这种意识

其实,娱乐节目具有的作用除了在观众面前展现不同文化形式之外,同时还把对文化形式进行有效传播当作制作根本,借此营造正面、积极以及向上的文化氛围。所以,要求节目编导拥有文化意识,在娱乐节目当中充分体现寓教于乐这种意识,这样才可避免节目落入俗套^[2]。

(二)娱乐节目需具备真实情怀

现阶段,不少娱乐节目为突显节目情怀,非常注重人文情怀的输出。然而,一些节目显得非常唐突,进而让人们产生了不伦不类这种感受,这对娱乐节目的口碑以及观感造成较大影响。其实,为对娱乐节目具有的情怀进行体现,从业人员进行节目制作期间,需深入挖掘节目具有的现实内涵以及人文情怀,从中寻找灵感,同时融入到节目当中,制作人不能为体现情怀只是简单的对情怀进行添加。如今,娱乐节目需包含真实情怀,编导把自身对于真实情怀的具体理解和内心深处的真实情感全部融入到制作当中,注重提高节目具有的文化底蕴,不能进行表面包装。而且,只有娱乐节目深刻触动人们内心,才可真正体现出情怀。如此一来,可以带来较好效果^[3]。

三、娱乐类节目编导具备的社会责任

作为人们平时生活当中放松身心的一种重要的精神食粮,娱乐节目在内容传播方面有着重要社会责任。所以,娱乐节目除了能够输出娱乐性的内容,同时还能对社会与大众产生积极影响。

(一)提升娱乐节目具有的文化品位和知识内涵

伴随时代快速发展,很多人已经渐渐习惯借助网络信息对自身需要与愿望进行满足,人们非常倾向于探寻一些趣味性的

内容来对自身内心进行丰富,放松自身心情。再加上媒体间的竞争使得媒体主动迎合大众心理,对娱乐八卦这类内容进行无限放大。这些因素导致人们对信息的了解逐渐趋于泛娱乐化。现阶段,娱乐节目如果想要打破同质化,需要摆脱过度娱乐化这种倾向,这样才可发挥出娱乐节目具有的积极作用。所以,节目编导需努力提升娱乐节目具有的文化品位以及知识内涵,不仅要娱乐大众,同时为还需让大众在观看节目这个过程中得到一些有意义的知识与内容,进而发挥娱乐节目具有的社会责任。最近几年,出现不少知识类节目,然而此类内容并未得到广泛关注。这是因为知识灌输太过生硬,导致大众难以在短时间当中接受。为此,编导需在教育和娱乐之间寻找合适契合点,这样才可使得娱乐节目得到广泛关注。

(二)从迎合大众变成引导大众

当前,伴随媒体间的竞争逐渐进入白热化,各家媒体制作的娱乐节目都倾向于满足大众需求,借助换取较高收视率来实现盈利。然而,很多观众在需求和欲望之间无法进行有效区分,致使节目过度倾向于观众欲望,而非观众需求,致使节目内容整体质量低下。为此,节目编导要对这种思维进行积极转变,把娱乐节目由迎合大众渐渐变成引导大众,积极引导大众寻找自身对需求和欲望的界限,引导大众对自身具有的真正需求有关内容加以关注。节目编导可对节目加以合理设计,对优质内容进行传播,并且带领观众对优秀文化进行探寻,从根本上对向上积极的价值观进行吸收,进而发挥娱乐节目具有的社会责任。

结论

综上所述,在人们平时生活当中,娱乐节目是不可缺少的内容,然而制作人需不断提升娱乐节目具有的文化内涵以及知识内涵,明确自身的社会责任,通过娱乐节目对正确三观进行传播,积极引导观众建立正确方向,把积极建立带有一定文化深度的娱乐节目当作出发点,有效调动观众对于传统文化的热爱之情。只有这样,才可促使娱乐节目持续发展。

参考文献:

[1]柳青沁.综艺节目编导的文化意识与社会责任[J].传媒论坛,2019,2(05):113.

[2]李铭琛.“互联网+”时代影视节目编导社会责任初探[J].新西部(理论版),2017(06):91-92.

[3]杨倩.浅谈娱乐节目编导的文化意识与社会责任[J].科技创新导报,2013(24):231.

作者简介:

柴敏,女,1974年11月,汉,山东博兴,大学本科,山东广播电视台电视综艺频道主任编辑,研究方向:电视,邮编:250014.