

得低层次的满足后，便会开始寻求更高层次的需求满足，即对真善美、理性、美感及个人情感的渴望和需求。

《红星闪闪》以公益为主题，始终坚持帮扶的目标，致力于关注受助对象的苦难和需求，搭建其与慈善援助机构之间的沟通和互助的桥梁，契合了大众急盼归属与慰藉的共同心理需求。节目在介绍受助对象的情况时，一方面通过VCR向观众展示他们在困境中的生活状态与精神世界，满足了广大观众关注弱势群体的需求；另一方面以媒体的名义倡导动员社会各界提供慈善援助，使受助对象在艰难困苦面前能够得到物质与精神的双重支撑力量。同时，通过报道受助对象获得社会帮助的事实，能激发观众心中救助与关爱的原始情感，满足潜藏在人们心中对道德的呼唤。节目中受助对象的故事打动观众的心弦，让观众跟随节目一起为他们的命运担忧，一起为帮助他们而努力，表演嘉宾和观众都能得到因帮助他人而获得道德的升华和情感的满足。《红星闪闪》节目站在人道主义的立场上，用正义感和同情心呼唤人性的美好，关心弱势群体，与观众产生情感共鸣，让观众在节目中得到了心灵上的慰藉。

重视精神娱乐 提升节目内涵

精神娱乐是指道德基础上达到某种超道德的人生境界，也就是美感的悦志悦神。所谓“悦志”，是对某种合目的性的道德理想的追求和满足，是对人的意志、毅力和志气的陶冶和培育；所谓“悦神”，是投向本体存在的某种融合，是一种精神感受。由此可见，大众传媒所传播的内容对观众正确思想的形成具有重要的影响。因此，大众传媒应该重视自己的立场，传播有利于观众形成正确价值观的内容。

电视公益类节目有利于塑造社会

团体共同的知识建构、世界观、角色观以及价值观。《红星闪闪》以公益为主线，打破公益节目传统的传播形式，以快乐的方式传达公益思想。节目中表演嘉宾通过自己的才艺表演为受助对象赢取红星基金，解决受助对象的困难。观众在观看节目时能感受到表演嘉宾对社会弱势群体的爱，在观看节目后会主动接过爱的接力棒，去帮助

社会弱势群体。《红星闪闪》节目区别于一些以刺激观众感官来赢取收视率的综艺节目，重视对精神娱乐的追求，使观众在观看嘉宾的才艺表演，满足感官需求之余，也获得了精神上的享受，提升了节目的内涵。

(作者单位：江西师范大学)

· 杂谈随笔 —— 编采拾零 ·

好故事的标准和讲好故事的方法

□ 王 束

一直都在思索，到底怎样才能讲好一个故事？什么样的故事才能称得上是好故事？

有一本书曾对“好故事”这样定义：“所谓好故事，可以从对于与人自身以及人所置身的世界的密切相关的过去的事所陈诉的角度来考虑，这个陈诉越是与自身命运以及人所置身的世界密切相关，就越是一个好故事。”对此，笔者认为好故事的标准是：过去时、对于命运的关怀、以人为本。

发现一个好故事有难度，但是有了一个好故事以后，如何讲述它却是难上加难。找到一个好故事，节目就成功了一半。摒弃一些无关紧要的旁枝末节，把好故事中的亮点做好做足，雕刻出细节的硬度，保持故事本身的纯粹性和真实性，就会是一期成功的节目。所以，无论是食神还是厨王，面对熊掌，他们选择的是能保持食材原味的烹调方法——“蒸”。

如何讲好一个故事，这对编导来说是一个考验基本功的过程。因为节目的基本要求是：流畅的叙事、跌宕的情节以及紧凑的节奏。但是一般的“家常故事”恰恰弱在情节、亮点和节奏，因此面对这一类的故事，较好的办法就是——挖掘。挖掘细节，挖掘悬念和冲突，挖掘最密切的相关性。

挖掘就是要走进人物的内心，感受他的感受，体会他的体会。因此，节目编导要静下心来耐心倾听，为故事的情感找到一个宣泄口，这就是亮点。

“挖掘”最关键的一点是与当事人的沟通，进入他的世界。有许多当事人不太善于表达自己的感情，或者说他们不知道该用何种方式表达，更何况在拍摄的短暂时间里，情感不可能毫无保留地宣泄出来。这时候，编导的作用就体现出来了。他们的善于发现和思考，他们更多地用心去感悟，他们主动地创造一些亮点，“家常故事”也就挖掘成了一个“好故事”，就像豆腐加入适当的配料，把握好火候，也可以做出猴脑的味道来。

(作者单位：江西广播电视台都市频道)