

两极交融 和而不同

——凤凰卫视传播形态之审美观照

黄颖

(四川师范大学 新闻与传播学院, 成都 610068)

摘要:凤凰卫视独具特色的传播形态和广泛影响已成为当前国内外传媒界关注和研究的一个热点。本文试对凤凰卫视的传播形态和特色进行审美观照,以凤凰卫视中文台和资讯台的部分节目和传媒人为研究蓝本,剖析凤凰卫视两极交融、和而不同的传播形态,探究和解读凤凰卫视审美艺术特色,认为凤凰卫视独特新颖在于中国特色与世界潮流的融合,传统文化与现代文化的对接,“陌生化”与“日常态”的共存,“故事性”与“新闻性”的并重。

关键词:凤凰卫视;传播形态;审美观照

中图分类号:G229.24 **文献标志码:**A **文章编号:**1000-5315(2009)06-0083-07

电视作为声画兼备、传播快捷、影响广泛的现代化的传播媒介,美学取向和追求是观照现实生活所必需的,这本是艺术审美的题中应有之义。关于“审美”的思考绝不仅仅停留在提供审美创造的借鉴、启示或原则,从某种意义上说这也是一种关于社会、文化、历史和人生的哲学思考,是一种生存的智慧或策略。对此,阿法纳西耶夫的一段话可谓非常地到位:形成和传输信息的人,“在发出的信息中必须有高度的思想参数和美学参数,否则便会造成接受信息者的漠不关心的态度”^{[1]354}。所以,我们的电视传播,在经历了“求真”、“尚善”为主要诉求的阶段后,审美价值越来越受到重视。正所谓“艺术的传播、传播的艺术”^{[2]22},无艺术性、无审美性则无以成传播,“美”的内容(“真”与“善”)应同“美”的形式和谐共生、完整统一。因此,在现代电视传播中,“真”、“善”、“美”三个维度的统一或融合就成为了考量电视传播成效和电视节目是否成功的标准。

凤凰卫视从娱乐立台,到用兵新闻,继而移师文化、历史,都有独特的表述之道。其发展脉络清晰地体现了背后传播理念与电视意识的嬗变,也标举了

媒体自身的审美取向与表现策略。鉴于凤凰独特的境外媒体身份、媒体特性和所处的地缘关系,它的话语空间与表达方式显得独树一帜。杜夫海纳认为:“意义内在于形式。”^{[3]125}如果说传统华语媒体主要注重“谁在说”的权威发言和内容上“播什么看什么”的单向灌输,凤凰不仅以“三名主义”(名记者、名主持、名评论员)、“老人现象”等为主要特色的亲和形象示众,重视“谁在说”和“说什么”内容的美学因素,更侧重“怎么说”的艺术化的策略性表述,将审美特性融入到具体节目的策划、运作之中,内化于镜头的拍摄方式、画面的剪辑编排、音乐的配搭、特技效果的运用等具体的制作包装行为之中,既“尚虚”又“务实”,营造了新颖独特的审美氛围,为传者和受众之间的和谐关系搭建了无形的桥梁,与节目形态的审美诉求“心理对应”、“异质同构”。

麦克卢汉有一个著名的理论,“媒介是人体的延伸”^{[4]20-21}。电视作为一种媒介手段,连接着位于它两端的传者与受者。作为搭建传/受二者之间的桥梁,凤凰的传播形态均呈现出了鲜明的“两极交融”、“和而不同”的审美艺术特色。

收稿日期:2009-07-16

作者简介:黄颖(1981—),女,四川师范大学新闻与传播学院教师。

一 中国特色与世界潮流的融合

“融合性”是凤凰审美特性里最为突出的特点之一。凭借其风格融汇东西文化、品位追求雅俗共赏、立场上求同存异、地理上跨越国界、员工来自五湖四海,凤凰成为华人世界里最具融合精神的电视传媒。它既当“窗口”,又作“镜子”,依托中华文化的传统家园、占据香港国际大都会的地利,建立起一个全球华人认同的话语平台。凤凰兼容并包的文化情怀、融会贯通的领悟能力和开放卓越的国际视野实现了超越时空界限的“中西南北大荟萃”^{[5]43}:以北方文化为主体的内地文化与南方港台文化的优势互补实现了严肃厚重与活泼轻盈的南北贯通;以中国文化为代表的东方文化与西方文化的对话实现了感性色彩与理性光辉的东西融合;以有中国特色的传统文化与时尚多元的现代文化的交汇实现了古今对接。而这其中,“中国特色”与“世界潮流”中西合璧式的审美特色显得尤为突出。

“出于东方君子之国,翱翔四海之外。”^{[6]148},凤凰的台标即很好地诠释了融合之美——温暖金色的凤与凰的交相盘绕形成道家太极图案,开放的凤尾与时代潮流接轨,浑然一体又相对独立,已然昭示了凤凰“合璧中西文化,融合阴阳太极”的风格定位。美国人的设计与三千多年前的古人“思接千载”、“天人感应”。从三千年前的“凤凰金箔”到今天以凤凰命名的卫星电视,凤凰文化像一条血脉的大河,穿过时间、空间,把一种民族精神与特质,贯穿在具体的节目形态之中。无论是《唐人街》还是《世界论中国》,无论是《纵横中国》还是《网罗天下》,都能在凤凰寻找到适合生存与成长的一席之地。从“凤凰”这个颇具中国特色的名字到凤凰台标的融合与开放寓意;从“一群完整意义上的中国人”的成员结构到诸如《唐人街》、《风范大国民》、《纵横中国》等众多具有中国历史文化底蕴的节目设置,《文化大观园》“风起东西方”的系列专题,华人文化与凤凰的传播表现完美结合,让中国韵味重又清晰起来。

凤凰的节目时时流露出浓郁的东方传统审美特色、中国式的人情味,同时也融入了西方元素。套用林语堂的名句,凤凰是“两脚踏东西文化,一心发华人声音”。以同为杨锦麟主持的两档节目《有报天天读》和《世界论中国》作一比较,便会发现一些有趣的现象。内容选题上,《有报天天读》的所读多源于全球主流的媒体和重要报纸、杂志,是典型的“中国人

看世界”,着力点在于中国人的视角、中国人的独特解读;而《世界论中国》则刚好相反,选题多为中国事件,但以采访外国人对该事件的看法、展示各方观点为主要内容,是典型的“世界人看中国”,这与“全球化”、“多元化”的世界潮流相契相合。形式表现上,《有报天天读》古雅书房式的虚拟背景、主持人杨锦麟的一身唐装、盖碗茶等等,首先在画面的视觉效果上就带给受众扑面而来“很中国”的感觉;而杨锦麟嬉笑怒骂、朴实率真、“拔火罐”^[7]式的书生言责风范,则有一种悲天悯人、忧国忧民的情怀,是中国典型的传统知识分子形象;尤其在“天天点题”环节,主持人每每会用毛笔挥毫写下点题的那个字,一针见血,显示了中国人的思想智慧,且从形式上也契合了“中国特色”的散发,就连节目结束后播出制作人员字幕,都以传统的毛笔字书写人名,配上古典扇面卷进卷出的特技播出方式,让受众在节目结束后还回味无穷。除了视觉包装,节目还穿插空灵清雅的古典音乐,节目视听包装整体统一,富有浓郁的中国文化韵味,让人耳目一新。而《有报天天读》变传统读报的静态为视听结合、多维表现的立体传播:将电视屏幕一分为二,2/3是报纸版面,1/3是主持人画面,节目将所选的新闻信息和来源(如报名)做成剪报,主持人配合自己即时评点、讲解的节奏控制画面切换,综合运用了声音、图像、文字、flash动画等传播符号,声画兼备、形声一体。总体来看,《有报天天读》现代化的读报方式既突出了浓郁的中国味,也巧妙融入了现代元素与西方色彩,显得新颖别致。

而号称《有报天天读》“周末版”的节目《世界论中国》则迥然相异。吧台式的布景、可旋转的高脚凳、主持人杨锦麟的便装、盛了红酒的高脚玻璃杯,还有外国人的现场萨克斯伴奏,形式表现与环节设置上的西方化,给受众带来很强的视觉冲击力。尤其是萨克斯独奏,会在节目的开头结尾甚至每一小节的间隔时响起,配合着节目话题的起兴与收势、画面的淡入和淡出甚至主持人的情绪节奏而起伏收放,制造出一种“洋包装”与“土(本土)内容”的反衬效果;而节目由从上往下运动俯拍的镜头开始,以从下往上的升降镜头结束,中间的演播室画面镜头则是“无切换”的一镜乃成,这些镜头语言、运镜方式,从形式上就赋予受众“世界一家”、圆融一体的感觉。如果说《有报天天读》是用土陶罐装鸡尾酒的话,《世界论中国》就是用洋包装卖茅台,“中国特色”与“世

界潮流”中西合璧，二者互为补充、相映成辉。

二 传统文化与现代文化的对接

凤凰品牌和品质的灵魂是文化。“正如美国一家化妆品公司所宣称的那样，他们出售的不是香水和好闻的气味，而是文化，是某种期待和联想”^{[8]56}，凤凰人清醒地知道，品牌与文化是相互依存、共生共荣的天然关系，其竞争实质是通过品牌所倡导或体现的文化来影响或迎合公众的意识形态、价值观念和生活习惯。熟悉凤凰的人，不会对它由娱乐而新闻而文化、历史的变幻轨迹陌生。凤凰的传播形态所彰显出的风格特色，一方面在努力地向前伸延敏锐的传媒触角，总是与日新月异的现代文化接轨；另一方面，又不吝余力地朝向传统回归，探询中华民族的文化之根与历史之源。“传统文化”与“现代文化”在凤凰的传播表现中得到了一种崭新的整合与对接。

凤凰素以雅致的文化品位著称。在凤凰的栏目与节目策划中，文化探询是主题和精髓，追求对华人文化的再探索和再发掘。诸如《凤凰大视野》、《纵横中国》、《凤凰全球连线》、《世纪大讲堂》、《秋雨时分》、《文化大观园》等节目，还有如“风雨样板戏”、“知青”、“我的大学——记工农兵大学生”等系列专题片，都无不浸透着文化的意涵。而对历史领域的关注与追问，使得凤凰的节目更有一种“书”的感觉与韵味，东方思维的“文化地图”得以徐徐展开，富有一份历史的厚重积淀。强烈的东方韵味和华人意识，浓厚的人文关怀与历史情怀，从整体上提升了凤凰的文化亲和力。此外，凤凰把悠长的传统文化韵味、深厚的历史底蕴内化于节目内容中，同时又用现代化的电视包装手段为节目注入时尚、新颖、流行的元素，从《秋雨时分》的布景细节到《完全时尚手册》对时尚元素的一网打尽，凤凰清新、前卫、自然相统一的现代气息赋予了这本“书”不一样的装帧设计，从而让传统文化的意蕴与现代时尚的感觉在凤凰的节目表现中得到完美结合。

凤凰卫视“节目活动化，活动节目化”的系列电视行动便是这方面的典型代表。

从内容选题上看，凤凰先后组织了探寻五大文明古国、世界主要宗教发源地的“千禧之旅”，深入欧洲各国民间生活的“欧洲之旅”，纵穿地球南北两极的“两极之旅”，经南北西三条线路走遍非洲的“非洲之旅”，显示中国渴望世界接纳之情的“申奥万里行”

探访中国塔克拉玛干等八大沙漠、四大沙地的“穿越风沙线”，追问中国先民生存状态的“寻找远去的家园”，还有“走近世界遗产”、“走进青藏路”等等文化寻访。电视行动类节目都契合了恰当的时机，如“千禧之旅”选在新旧千年之交进行、“凤凰号”重走郑和航海路线选在郑和下西洋600周年时进行等，都具有时效性、时新性。从形式表现上看，上述种种，既是一次次文化探寻和历史追问，又结合了现代传媒行为，从根本上改变了传统文化考察的孤寂、沉潜方式，赋予了受众更丰富、更立体、更生动的审美感受。节目形态上，电视行动类节目是一种传播者和受众共同亲历体验、注重“在路上”的过程性，类似于“公路片”（好莱坞电影类型之一）模式，无论从时间上还是空间上都跨度极大，悬念感和戏剧性也比较强烈。它不是一次单调或单一主题的旅程，而是对可能遇到的全部新闻资源进行全面和深入的开掘，蜚声世界的名胜古迹、文明古国历史文化的嬗变、沿途各地的风土人情，包括采访小分队的工作花絮，都在节目中得以密集、完整、多维地呈现，边走边播的“连载游记”^{[9]224}形式，完成了文化考察活动与现代电视传媒的结合。

在“旅行者”的选择和安排上，也体现了“传统文化”与“现代文化”的完美结合：以凤凰吴小莉、陈鲁豫、许戈辉、李辉等为主的青春接力主持团队和由葛剑雄、余秋雨、马鼎盛等专家学者担纲全程主持的特邀嘉宾阵容相结合，借用“视点人物”富有文化感觉的思想和电视意识的眼睛，带领受众去看、去发现、去体验和感悟，使之获得一种开阔的视野。在这里，专家学者所携的文化底蕴与主持人所代表的现代符号交融，传统文化的底蕴与电视传播的现代气息、时尚感觉实现了全新形式的对接。

在技术传输手段与电视包装技巧上，凤凰动用先进的海事卫星电话和国际卫星进行信号传送，并充分利用现代电视手段的特性，前期有如大俯大仰镜头的大量运用、摇晃镜头造成运动感、超低空航拍等超常规的拍摄运镜方式，非常规视点带来的多角度观察等等，都在镜头语言上独树一帜，符合受众群体崇尚另类、张扬个性的风格。后期包装中如特技处理方式促成衔接的流畅叠化、淡入淡出表示缓慢过渡，片头片花等包装制作“打隔断”，增强画面表现力，使得电视更具节奏感、可视性和观赏性。凤凰还会制作出各种不同角度、不同体裁、不同版本的节

目,置放在各个时段,进行密集式的多重视觉轰炸,在整个频道构建起了一个立体化多层面的传播框架,满足观众全方位的期待,与现代社会快节奏、高密度的大环境、电视传播的潮流等相契合。

在“借题发挥”开发电视行动的同源产品上,凤凰更是不遗余力大打“文化牌”。派生电视节目、制作播出专门的晚会或凯旋仪式,之后所有素材还被重新洗牌,整合制作成大型纪录片、专题片;子媒体如凤凰网、《凤凰周刊》也会全力配合宣传造势;此外,还推出如系列图书、DVD光碟等其他媒介产品。借用钟大年的“鞭炮说”^{[10]96},之前已有的电视行动节目是单响炮,而凤凰的电视行动节目则是连环炮,劈啪啦啦响成一片,是响亮的、张扬的,满盛文化内涵的现代电视产品让古老的历史文化焕发了新的神采,这与传统的文化考察方式大相径庭。

总的来说,凤凰的电视行动节目既有文化内涵和思想厚度,同时又充分考虑电视的特点,可视性、现场性强的画面语言让节目内涵深入浅出、生动具体,“时尚外衣”和“现代打法”让人有了耳目一新之感,“传统文化”与“现代文化”得到了整合与对接。

三 “陌生化”与“日常态”的共存

“在中国,办传媒不是技术而是艺术;在中国,媒体竞争不像赛跑更像舞蹈;在中国,媒体管理团队不是交响乐而是爵士乐,要强调个人的发挥空间,把大家的个性完美地体现出来;在中国,媒体经理人不仅是企业家,更像是政治家。这一切,决定了中国的传媒人更需要创造力。”^{[11]19}凤凰人深知,创新性是电视频道获得“眼球效应”、克服受众审美疲劳的又一砝码。“奇”即超凡脱俗,具有创新性。凤凰卫视取意“凤凰涅槃”,其实也有一种勇于焚掉自己、产生新我的品性,也是一种勇于创新的表现。凤凰的创新是一种“状态”,因为它从来都是动态的而非静态的,是发展变化的而非一成不变的。填空补白、逆向思维、组合更新、高质高量、个性化的另类选择——从启播以来,凤凰的节目就像新旧更迭的衣服,合身的不断代替着不合身的;就像音乐永恒的7个音符,却不停变换着组合方式,总是鸣奏出与时俱进的曲目。同样,电视中光与影、声与色等元素的组合方式也是无穷的,有着巨大的创新空间。可以说凤凰的每一步都是具有探索性和实验性的,在尝试不断拓展媒体作为的空间,为大时代留下具有历史和人文色彩的记录档案。凤凰式创意的随机性与大家气质从而

具有了一种不可复制的魅力。

其中,“陌生化”与“日常态”的艺术化表现都是凤凰针对传播语境和竞争对手所作出的策略选择和差异定位,是凤凰极富创造力和生命力的创新之举,也是其夹缝游移、戴着镣铐起舞的生存之道。一般来说,“陌生化”的手法是指将日常的熟悉事物加以艺术处理,使之与审美主体保持一定的距离,延长其关注的时间和感受的难度,使主体获得异于平常的陌生美感,从而化习见为新知、化腐朽为神奇。“日常态”则是另一种创新之举,是对受众心理需求的质朴回归,是对“陌生化”手段的有益补充。凤凰卫视给人的总体印象就是一种既陌生又亲切的印象。邓琳说:“凤凰卫视是个‘四不像’,不像大陆电视,也不像香港、台湾、新加坡的电视,可这四地现有的外来台属凤凰卫视收视率最高。”^{[12]60}这是因为凤凰卫视这盘菜里加入了不同‘菜系’的风格和手法,所以,对于华人观众来讲,它都既是熟悉的,又是新鲜的。美在距离,距离就是一种陌生。对于受众来说,凤凰及其节目是“熟悉的陌生人”,新鲜美感长存而无审美疲劳之虞。

“陌生化”与“日常态”体现在方方面面。内容选材上,凤凰的节目话题尤其是新闻报道,多以国际性要闻、台湾事务为侧重,这就与其他受众面向中国大陆观众的华语媒体在传播内容上区别开来。在对重大突发新闻事件的直播报道中,凤凰会派自己的主持人、记者奔赴一线采访,获取第一手素材,坚持发出华人自己的声音,“独家性”也带给受众异于其他华语媒体的陌生美感。但“华人本位”的报道立场却始终给人一种亲切感和熟悉感。

在形式表达上,凤凰将“陌生感”与“日常态”定义在许多细节上。节目形态设置的“广播化”情结(不仅注重“收看”,也注重“收听”,快节奏、低成本、场景简单),语言表达上的“港台味”和亲和感,传播视角上的精英化与平民化并重,运镜方式上打破陈规,编排制作“剪刀”加“口水”,包装元素多元全息。例如开创“说新闻”风潮的《凤凰早班车》,就是每天早上把电视、广播、报纸、互联网集中在鲁豫的一张嘴上,语言风格清新、自然、亲切,让习惯了主持人对着提词器念稿的“朗读”式播报方式的受众耳目一新,传/受之间的距离被缩短,受众获得了异于从前审美经验的陌生美感。这种个性化、人性化的传播方式,消解了话语权威的地位,在宽松的氛围中,以

一种自然的方式,在潜移默化的过程中给予观众话语权,让他们在某种暗示下完成对节目的审美期待,实现媒体与受众之间的良性互动。而“新闻+音乐”的方式则被较为广泛地运用于多个节目之中,解构了传统播报“正襟危坐”的权威感和严肃性。

再有,运镜方式上也屡屡打破陈规:画面出现摄像机、照明灯、剪辑台、切换台等镜头时,在以前会被认为是“穿帮镜头”,而凤凰却反其道而行之,有时故意在镜头拉开后带出电视制作设备或环境,让受众了解“屏幕后面的秘密”,满足其好奇心,从而赋予一种特别的审美感受。而如《锵锵三人行》将日常聊天搬上屏幕,“无主题”式的漫谈与“主题鲜明”的传统谈话节目迥然异趣;结尾画面上,主持人和嘉宾还在谈话,片尾字幕已经同步滚动出现在电视屏幕上,造成一种“谈话尚在继续”的“未完成”状态,这也给予受众新鲜的感受、丰富的联想。

“陌生化”与“日常态”共存的艺术化表现,很大程度上充溢了现代审美的气息,体现了审美现代性里质疑、反叛、对抗的创新与解构精神,充满了张力。在某种意义上来看,凤凰像是一个解构主义者,对于新闻的播报颠覆了中国媒体传统的新闻观念,并用新的形式取而代之;节目“去教化中心”与“去精英中心”的策略定位,也同后现代的解构之风遥相呼应;而在很多节目的内容整合上,凤凰卫视站在相对冷静、客观、理性的立场,以清醒的批判性的目光对社会现状进行不断的观照和反思;形式方面更是往往反其道而行之,以“陌生化”的感性形式一新人的耳目,以“日常态”的传播表现拉近与受众的心理距离。“陌生化”与“日常态”的共存,实现了精英口味与大众趣味的和解,让受众既能融入其间获取独特的审美感受,又能保持审美距离、抽身反观,从而获得更高层次的思维升华。

四 “故事性”与“新闻性”的并重

巴特说:“这些几乎无穷无尽的形式出现的叙事,存在于一切时代,一切地方,一切社会。有了人类历史本身,也就有了叙事。”^{[13]108} 电视传播也可以看作是一种叙事。在电视传播中,传播者选择播什么和怎样进行传播,是叙事技巧、叙事策略的体现。电视的叙事讲求画面事实与话语事实的统一并构。叙事策略主要包括叙事方式、省略与铺垫、悬念设置、交叉叙事与平行叙事、节奏与情绪的起伏等,其中,“故事性”是最为重要的维度。爱听故事是人类

的天性之一,讲故事的手段能有效地满足不同受众群所共有的求知欲与好奇心等审美期待。如今,各类电视节目无不在“故事性”上用功夫。

在凤凰卫视的节目中,对“故事性”的注重体现在多个方面。无论是在《凤凰大视野》、《周末大放送》两个栏目化的专题片、纪录片节目中,还是大型电视行动里;无论是常态节目中的“故事化”表达手法,还是对新闻事件中故事性情节、细节的挖掘,都显示了“故事性”的重要。凤凰此类的成功范例要数报道海湾战争的《海湾风云录》系列节目了,窦文涛以“说书”的方式主持,整个节目进行了章回体的“故事化”包装,在受众中获得了良好的反馈。

但同时,由于生活节奏加快,人们对资讯求新求快的心理需求加剧,而凤凰又在新闻直播方面长袖善舞,从而带动其他形态的节目普遍都具有新闻意识,凤凰“亚新闻节目”(含新闻和故事双重因素)日渐增多,因此,除了对节目进行悬念设置和故事包装,“新闻性”也成为凤凰节目中很突出的一个特点。这在新闻节目中自不待言,在其他节目中,寻找新闻由头、赶抢播出时机的做法也几乎被约定俗成。如将纪录片、专题片“栏目化”的节目《凤凰大视野》,往往把最新的東西、刚刚发生的事情放在片头,让观众一下就找到现实的关注点,进而关注之后具体的内容。这就是一档踩着新闻的鼓点起舞、讲究“故事性”元素运用的节目。因此,“新闻”在凤凰而言,既作为传播内容,同时也作为理念和元素融入了各个节目的制作之中。

这样看来,凤凰的节目又呈现出“故事性”与“新闻性”并重的艺术审美特色。这里以窦文涛主持的《文涛拍案》为例进行分析。节目内容上,《文涛拍案》资料涵盖广泛,整合全球法制资讯,古今中外、旧闻新案,无所不包。讲古今中外人生离奇故事,说“法理”论“伦常”,以新近热门话题作为新闻由头,并以现今角度切入分析与解读,被称为“新派电视评书体”^[14]。内容取向在大多数时候是“剑走偏锋”,专挑让人拍案惊奇的奇闻逸事,但同时也无一不以发人深省的“警世恒言”作结。总的来说,《文涛拍案》在题材上首先就具备了“故事性”与“新闻性”的双重特点。

在表现形式上,《文涛拍案》的制作人员在节目名称的启发下,研究了冯梦龙的《三言二拍》以及其它相关资料,深入体悟古今“说话儿人”是如何吸引

观众的,在此基础上钻研“拍案”应有的独特形式:如何拍案?案子怎么讲?主持人怎么讲?电视手段怎么讲?结合在一起怎么讲?分析研究的结果是我们如今在电视屏幕上所见到的独具一格的形式:仿效了冯梦龙的《三言二拍》,基于原始素材并运用多种现代影视表现手段凸显“故事性”,如运用影视片段、图片、网页截图、报纸、杂志、电话联机等多种方式,对特定案例进行自由重组和创造性串编,辅以有关法制新闻、文史知识和民间掌故等,使故事更引人入胜。这样,《文涛拍案》在整体形式上具有了“故事性”和“新闻性”,符合受众的收视习惯与审美期待。在主持人形象的塑造上,聪明的凤凰将窦文涛在《锵锵三人行》里铸造出的名主持品牌移植了过来,窦文涛身着五四式中山装,安坐书斋开说,从“侃爷”变成了典型的“说书人”,以一个个人的角度对案件进行解读。这并不是个法制节目,因为它不限于法制案件,而会有更多“公案”——就是从一个平民百姓的角度,去讲述一些社会传奇故事,比较侧重对人的故事或者命运的讲述。这当然是与整个节目的“故事化”包装相和谐的。

在叙事手法及语言表达上,该节目在应用现代电视手段的基础上,吸取了张扬人性的、个人化风格的中国民间声音的表达方式。用这种传统的、同时也是崭新的电视手段进行民间叙事、民间评论。诸如“你且听俺从头道来”、“我先跟您说说这XX是个什么人”等语言平易近人、故事感强,叙事也往往悬念先行,以平实、生动的语言表达和预设故事悬念的手法,模仿了古代章回体小说或“说书场”的“评书式”特色,显示出一种平等的交流姿态,并以百姓心态说事,首先抛出新闻由头,再在评说过程中穿插交代新闻背景,易于引起受众的注意力继而被接受。

在节目的包装制作上,《文涛拍案》的片花设计为线装书样式,扉页中为“文涛拍案”字样,古色古香中透出中国特色。整个节目分为初刻、二刻、三刻三

部分,片花实则担当了过渡与衔接、节奏转换等功能。而节目中那些或营造氛围、或还原表演的镜头,逼真得令人紧张、透不过气来,使观众觉得眨一眨眼都有损失,故事感极为强烈。

“故事性”与“新闻性”并重的特色在凤凰卫视的节目中多有体现,给予受众的是符合心理需求的审美感受。当然,这里需要说明的是,“故事性”和“新闻性”是凤凰卫视节目中重要的传播特色,但不是唯一的特色,不能将之固定化程式化来衡量所有的节目。

总体来说,凤凰的传播形态体现出人文情怀、创新精神与多元融合三者交织的特性,上述特色则具体展现了“两极”交融、“和而不同”之美。凤凰卫视诞生在需要文化重构和创新的年代,在眼前这个喧闹、多元、文化断裂的世界上,努力寻找着如何发声的方式。“中国特色”与“世界潮流”的融合、“传统文化”与“现代文化”的对接、“陌生化”与“日常态”的共存、“故事性”与“新闻性”的并重,只是凤凰的四个剪影,凤凰“依靠有选择的对西方和港台文化的汲取、借鉴、消化,依靠对前沿意识的把握和领悟,依靠群体智能优势和富有成效的运作机制,把东方文化与西方文化相融合、把主流文化与非主流文化相融合、把高雅文化与通俗文化相融合,使电视文化高高在上的尊严性变为平民化、低视角;使严肃刻板的教化功能变为宽容、理解、沟通;使自视高贵的精英文化变为直接的心理体验,从而找到了雅俗并存、中西融会的文化定位。”^{[8]56}

凤凰“两极交融”、“和而不同”审美艺术特色的启示在于,在当前市场经济和商品社会的环境中,如何提高中国电视“艺术审美”的文化品格,既关乎传/受者之间的和谐关系、电视业本身的生存与发展,也关乎民族文化精神的塑造和走向,更应当是现代电视发展的一个重要的生存策略和价值取向^[15]。

参考文献:

- [1](苏)B. F. 阿法纳西耶夫. 社会管理中的人[M]. 贾泽林,等译. 北京:知识出版社,1983.
- [2]彭立,陈佑松. 新闻意识与艺术感觉——试谈广电新闻教学的特点[J]. 新闻界,2004,(2).
- [3](法)米盖尔·杜夫海纳. 美学与哲学[M]. 孙非译,北京:中国社会科学出版社,1985.
- [4](加)马歇尔·麦克卢汉. 理解媒介——论人的延伸[M]. 何道宽译,北京:商务印书馆,2000.
- [5]麦楠,王多多,张林. 凤凰术[M]. 北京:中国友谊出版公司,2006.
- [6]许慎. 说文解字[M]. 上海:上海古籍出版社,1981.

- [7]王寅,杨锦麟:《有报天天读》好比拔火罐[N].南方周末,2004-01-08.
- [8]刘长乐.对文化精髓的领悟是难以模仿的——凤凰卫视怎样应对同质化[J].中国记者,2004,(11).
- [9]姚眉,孙威.“凤凰不可复制”[A].钟大年,于文华主编.凤凰考:建构一个新传媒[M].北京:北京师范大学出版社,2004.
- [10]叶凤英,杨晓凌.从“千禧之旅”看凤凰卫视的传播策略[J].现代传播,2000,(4).
- [11]刘长乐.凤凰卫视追求专业主义激情的历程,[J].现代传播,2005,(1).
- [12]刘长乐,李向阳.以与众不同之形求与众同乐之本——刘长乐先生访谈录[J].经济理论与经济管理,2003,(9).
- [13](法)罗兰·巴特.叙事作品结构分析导论[A].张裕禾译,符号学美学[M].沈阳:辽宁人民出版社,1987.
- [14]凤凰网.凤凰卫视节目《文涛拍案》节目介绍[EB/OL].(2005-03-03)[2009-09-12].<http://www.phoenix-tv.com/phoenix-tv/76574387804831744/20050908/630472.shtml>.
- [15]参见彭立.试论现代电视的“审美”传播[J].当代文坛,2006,(6).

Phoenix TV Transmission From the Aesthetic Perspective

HUANG Ying

(Journalism and Transmission Institute, Sichuan Normal University, Chengdu, Sichuan 610068, China)

Abstract: The unique style of Phoenix TV and its wide-spreading influence is a hot point in domestic as well as foreign media concern and research. This article studies its transmission form and features from the aesthetic perspective with focus on some programs from its Chinese Channel and News Channel, analyzes its form of “extremes-combination” and “harmony with difference”, explores and interprets its unique artistic features, and finds out its uniqueness and originality in the combination of Chinese characteristics and global trends, connection between traditional culture and modern culture, co-existence of “strangeness” and “ordinariness”, and co-emphasis of “story” and “news”.

Key words: Phoenix TV; transmission form; aesthetic perspective

[责任编辑:李大明]