

# 从媒介的后现代嬗变中看体育报道的策略变化

李 萍<sup>1</sup>, 王莉华<sup>2</sup>, 郭 敏<sup>2</sup>

(1. 商丘师范学院 体育系, 河南 商丘 476000; 2. 华中师范大学 体育系, 湖北 武汉 430079)

**摘 要:**通过对后现代主义影响下的媒介变化的探讨, 结合中国社会经济转型时期的受众需求阐述了体育报道后现代特性的策略转变, 旨在对体育新闻文化深层次问题的探讨。

**关 键 词:**新闻媒介; 后现代; 报道策略

**中图分类号:**G80-05; G212.2 **文献标识码:**A **文章编号:**1006-7116(2004)05-0033-03

## On strategy changes of sports reports in perspective of mass media in postmodernism period

LI Ping<sup>1</sup>, WANG Li-hua<sup>2</sup>, GUO Min<sup>2</sup>

(1. Department of Physical Education, Shangqiu Normal University, Shangqiu 476000, China;

2. Department of Physical Education, Central China Normal University, Wuhan 430079, China)

**Abstract:** This article shows the strategy changes of sports reports post-modernism character with the needs of audience during social economy transform period to explore sports news culture further.

**Key words:** news media; post-modernism; report strategy

后现代主义作为西方社会的一种重要文化思潮, 它的兴起有着特定的社会背景。进入 20 世纪下半叶, 后现代主义开始逐渐演变为一种具有世界性影响的文化思潮, 并以其颠覆性的逆转和标新立异的价值观迅速将其影响力拓展到心理、哲学、传媒等诸多领域, 引起了社会的广泛关注。自 20 世纪 90 年代以来, 我国经历了从计划经济向市场经济的结构转型期, 与后现代同出一辙的大众文化在市场和商业化的理念中广泛盛行, 波及到体育这一领域, 使得体育新闻的消费机制开始转向大众, 报道理念与策略也呈现出前所未有的开放与多元化的后现代趋势。

## 1 后现代主义的历史渊源和性质

### 1.1 后现代主义思潮兴起的背景

后现代主义是 20 世纪 60 年代产生于欧美, 并于 70、80 年代盛行于西方发达国家的一种泛文化思潮。它以后工业社会为背景, 以逆向思维为分析方法, 以批判、否定、超越西方近现代主流文化的理论基础、思维方式和价值取向为基本特征, 广泛存在于艺术、美学、文学、社会学、哲学等诸多意识形态领域中, 是当代西方社会政治、经济、科学技术状况在观念上的反映。

后现代主义作为一种文化思潮的兴起, 有其特定的社会背景, 最直接的原因在于对现代传统文化的批判与反思。通常认为, 现代化只是一种自然的社会变迁过程, 而这一观点

在现代社会受到了质疑。许多发展中国家的现代化进程表明, 现代化既是社会历史和文化的一种自然变迁的发展过程, 也是一种可以选择, 并力图追求的目标, 是目的和过程的统一。正是这种质疑加剧了人们对传统文化的反思。另一方面, 尽管世界范围内的现代化运动取得了巨大成就, 但与之相伴的却是人类发展所面临的种种困境, 如科学技术的副作用等等。以怀疑和否定为思维特征的后现代主义开始了独立的思考和“解构”。

另外, 后现代主义的产生也来自于社会的变化。20 世纪下半叶, 美国率先进入“后工业”时期。这一过程中, 最引人注目的就是制造业经济占主导地位转向以服务经济占主导地位, 以专业技术人员为代表的中产阶级取代企业主成为社会的主体。昔日现代理念对精英文化的倚重受到前所未有的挑战, 大众文化成为文化进程的主旋律, 并逐渐取代了精英文化的主导地位。与此同时, 由于信息的出现, 计算机改变了人类的时空观念, 虚拟网络也打破了真实和虚幻的界限。在网络中, 各种信息都有平等对话的机会, 世界政治、经济和个人生活的多元化已成为一种必然的趋势, 后现代主义所强调的多元化正体现了社会发展的这一趋势, 于是, 在众多复杂社会动因的推动下, 批判现代社会文化的后现代主义蓬勃发展。

### 1.2 后现代主义的界定和特征

自 20 世纪 70 年代以来, 至今仍没有任何一种学派能给

予“后现代”这一歧义丛生、众说纷纭的词语一个准确的界定和力斥众议的解释,因为后现代主义并非是一个具有统一理论基础的思想流派,各种理论之间也存在着一定的歧异性,可以说,后现代主义是众多的经常处于冲突之中的思想、态度、倾向的混合体。但作为一种文化参照,它首先是孕育于西方现代文化的母胎中,是秉承西方传统文化基因又在后工业化语境中变异而产生的一种文化思潮。有着批判理性深度,崇尚回归非历史性平面;解构现代主客对立二元论,主张主客体统一的同一性、一元性;消解中心性、整体性,倡导差异性与多元化等模糊特征。这种文化突变在中国的本土化是与 20 世纪 80 年代后期中国政治经济的结构转换相伴而生的,其影响也大大突破了文化界的范围,引起诸多其它领域相应的后现代性变化。

## 2 负载信息的传媒系统变革传递出后现代信息

19 世纪纸质媒体作为主流媒介,体育新闻主要以文字传播,其信息传递的过程是借助传播者的文字编制和读者的文字解读来实现的。传播者无疑是这一过程中的重要“把关人”,大量“原始”信息流经传播者,并经过“理性高度”的筛选编制后,最终传授给读者。这种带有主观指向的文字并不直接等同于客观事实本身,并且在特定的时代背景中会带上一些非体育属性的特征,如我国的体育报道中带有狂热的政治崇拜倾向。“为国争光”的爱国主义热情随着传播者的文字渲染成为人们欣赏体育的最终标准,不自觉地便放弃了欣赏体育活动最基本的标准,即它首先是一种身体游戏,是以身体为媒介,以谋求个体身心健康全面发展为直接目的的一种身体活动。而爱国体育精神使得体育活动一度围绕着政治“中心”的狭小空间发展,体育事业偏离了正常发展的轨道,此时的体育新闻报道不再真实客观地再现体育事件,而只是作为一种宣传政治热情的工具而已。

20 世纪电子媒介的到来,电视大规模地介入体育领域,并以其对大多数赛事直播或转播的方式迅速打破了文字报道中间环节的筛选,恢复了体育竞赛作为一种游戏的本来面目。其“高保真”的特点也将观众的注意力聚焦在屏幕信息之内,直接作用于自己的眼睛和耳朵,无须进行任何符号的转换,形成最接近事物本身的影像。这种影像完全超越了单纯的文字符号,带给受众一种全新的信息感觉——形象、直观的感性认识。让我们看到足球赛事精彩纷呈、田径较量风驰电掣和在运动极限挑战中凸现自身力与美的感觉,这是一种自然属性的真实美,极大地区别于阅读文字报道后发生出来的“精神中心”美。另外,比赛中的黑色现象也直接曝光于观众眼中,避免了文字报道的“精神”筛选。可见,电视通过形象报道,更多的是把体育活动本身的丰富性、真实性摆到了读者面前,任由见仁见智,自由地享受体育带给他们的“原始”乐趣,从而消解了以往的政治中心,艺术化和信息化加工的成分也大量削减,体育新闻报道走向了多元化边缘,这对于后现代而言是一个非常重要的理念。原生态、开放性的图像表达了多向的内涵,没有固定的语意约束,观念可以根据人的感知任意解读其中的涵义,而非指性强、约定程度高的

文字报道,这一“去中心化”和回归平面的特征体现着电子媒介传播的后现代性。

## 3 体育新闻的报道策略转变中渗透着后现代特性

### 3.1 体育报道打破沉重的理性分析,回归历史平面

电子主流媒介时代,电视以对大多数体育赛事直播或转播的方式迫使文字报道改变其工作方式,以报道比赛内幕和深度解释性报道作为其报道的重点,关注的不再是比赛结果,而更多的是比赛结果产生的原因。这种深度解释性报道以评论的方式出现,但早期的评论中并没有表现出后现代品质,恰好相反,它通过对比赛内外各个层面因素的分析、判断,提炼出一些带有经验、精神性的观点,深化受众的理性,强调深度,这与后现代回归平面感的主张是截然相反的。纸质传媒工作重心的转移在短时间内立即让传播者看到了实际的收效,但好景不长,电视报道迅速消解了文字报道的深度优势,以一种比赛前后“真实内幕”的真实画面伴随着专家的解说,在不是指图片和语言环境下留给受众的是更多的联想空间。痛定思痛后的文字报道渐渐放弃了以往“精神定性分析”的模式,回归体育的本体性阐释中,并逐步走向娱乐的多元化边缘。先前体育评论中的“终极旨归”消失了,接受型阅读的结果导致多向性的意符诠释,这也是文字报道作为“去中心化”的实际效果。

### 3.2 体育报道逐渐走向以受众为中心的多元化娱乐边缘

自 20 世纪 80 年代末以来,我国经历了从计划经济向市场经济的结构转型期。商品化逻辑思维的无限扩张,曾经一度崇高狂热的政治神话意识形态渐渐退出了生活的中心,随之而来的是多元的平面的大众时代。这一时期的大众消费意识决定了媒介的文化产品的精神价值实现是以满足大多数受众的口味和实现以商业价值为前提的,新闻报道的消费机制开始转向大众,报道思路、策划内容及报道形式都在不同层面上折射出后现代大众化、多元化的信息,突出的表现为严肃的硬性新闻减少或是竭力使硬新闻软化,即通称的大众娱乐新闻。它是伴随着大众文化的流行和市场商业化的理念的渗透而产生的一种以名人趣事、日常事件、花边新闻,灾害事件等软性内容作为新闻的重点,并竭力从严肃的政治经济变动中挖掘其娱乐价值的新的传播手段,并在表现形式上强调故事性、趣味性和贴近性。体育报道也因其赛事固有的生动性、趣味性、戏剧性和写作手法的灵活性等特点而成为国内这一新闻传播方式革新的先锋。我国体育新闻娱乐化最早以《南方体育》的表现最为抢眼,其中“狂 2000”、“赤裸甲 A”等搏得了不少“喝彩”,于是各报纷纷效仿,争相娱乐化。娱乐报道目光从场内投向场外,报道内容也由单一的成绩报道扩大到整个比赛全过程。比赛本身的结果已不再是关注的焦点,那种“唯竞技”“唯爱国”的体育报道退出了报道的中心,取而代之的是多视角的分析比赛结果产生的原因,使体育回归到事物复杂化、多样化的“本体平面”中来。球队、球员和教练的动态成为追踪的热点,分析比赛形式、解答球迷关心的问题,球员“幕后”的生活情节也都成为体育报道的内容。还有先后报道的“深圳队球员昆明招小姐”“黑哨事

件”等娱乐消息,在以前是很难见报的,毕竟它偏离了“崇高的精神中心”,而现在它们由于具有新的信息价值且符合受众的“偷窥”心理,反倒成为关注度颇高的体育新闻。体育报道的这种转变充分体现了消解中心闭合性而呈现出的满足大众需要的多元化格局。

另一方面,随着商业主义与消费文化的侵蚀,将平民意识渗透到新闻报道中,关注受众的需求,体现着现代传媒从传播者中心转向受众中心的重大转变。编辑和记者在激烈的竞争中也逐渐认识到受众才是新闻传播这一过程的核心,并懂得了采取“讨好”大众的态度,充分体察观众的观点和意见,在内容和形式上都以贴近大众为宗旨,努力达到雅俗共赏、走进受众的传播效果。体育报道也从贴近受众的角度出发,不断丰富报道内容,使体育成为真正“鲜活”可触的事物。例如,现在的体育节目除了报道一些与赛事有关的事情外,体育项目发展的国际国内环境、体育与健康健美健身的关系,以及全民健身性活动与竞技体育大众化也都成为可行性强的内容,充分体现了后现代体育报道贴近受众的策略转变。可见,体育报道不再仅仅是传递重要的体育消息,更多的是如何吸引大众喜爱并参与到体育活动中来,真正发挥媒体的强效功能,带动大众体育的全面发展。

### 3.3 体育报道开始尝试平面的后现代传播手段

随着电脑网络在媒介中的广泛应用,体育电视节目也通过这一现代方式增进了与观众的平面交流。在一些谈话栏目中,观众通过互联网来发表自己的疑问或见解实现了和嘉宾的交流,他们的角色也从纯粹被动的欣赏体育发展成为积极主动参与的互动角色,体育也因此而缩短了与观众之间的距离,呈现出开放多元的平面“色彩”。另外,新闻娱乐化的迅速发展,体育报道也走出了以往“赛事消息报道”的格局,在播报方式上呈现出新的变化:从每条赛事消息(1 min左右)的朗读式播报形式转向了通过编辑“软化”处理后再由主持人向受众讲述体育事件的发生发展过程的新的叙事方式。如山东电视台的《体育报道》和湖北经济台的《体育界》就是采用了这种讲述新闻的播报方式。传播者愿意放下优越的信息提供者的定势思想,和受众一起去认识周围的真实世界,这无疑是最贴近观众的最好途径,寓情于理,对于同一体裁的新闻,一种是传播者高高在上的教导或灌输,而另一种是以亲切与你交流的方式去报道,受众自然会更倾向于后者。多样化的传播形式体现着后现代多元、平面、贴近的思维品质。

随着社会文化表现形式的多元化发展,体育新闻报道从

传播内容到播报形式上日益显现出后现代品质:体育报道题材的大众化、体育人物的明星化、体育节目的娱乐化、体育新闻传播方式的多样化等特征。诚然,在一定时期和度量内,这些转变促进了媒介的发展,但由于大众化新闻与商业利润唇齿相依,不可避免的会用一些媚俗的方式来换取大众的青睞以获取最大化的商业利润,因而新闻的极端大众化也会对我们的社会文化发展、审美追求和思想价值观带来一种负面影响:无深度的简单理解、文化娱乐的门槛降低、新闻价值观的低俗化等。这都从根本上违背了后现代的宗旨,也是它倍受争议甚至遭到否定的主要原因。因而新闻工作者在实际工作中应准确把握这个度,凭着对受众负责的责任心,提高文化服务的品质,遵循新闻报道原则,以真实客观的事实来取悦观众。只有这样,传媒市场才能形成良好互动的商业价值。由此可见,媒介后现代性转变既有其合理积极的因素,也有其消极极端的一面,我们必须本着科学的精神加以审视,吸收其精华,摒弃其糟粕。惟有如此,才能真正促进传媒市场、体育市场和消费市场的健康发展。

### 参考文献:

- [1] 陈 龙. 在媒介与大众之间:电视文化论[M]. 上海:学林出版社,2001.
- [2] 骆冬青. 新闻眼[M]. 南京:南京师范大学出版社,1998:280-302.
- [3] 约翰·多克. 后现代主义与大众文化[M]. 沈阳:辽宁教育出版社,2001:366-380.
- [4] 王森洋,张华金. 当代西方思潮词典[M]. 上海:华东师范大学出版社,1995.
- [5] 鲍冠文. 体育概论[M]. 北京:高等教育出版社,1995:7-41.
- [6] 张贤松. 西方文化对中国近代体育的影响[J]. 体育学刊,2002,9(6):18-21.
- [7] 王群均. 正视新闻娱乐化[J]. 中国广播电视学刊,2002(10):48-49.
- [8] 度继光,黄晓钟. 体育报道的后现代趋势探微[J]. 成都体育学院学报,2003,29(1):39-42.
- [9] 郭成岗. 论体育新闻的娱乐化趋势[J]. 南京体育学院学报,2003,17(1):29-32.

[编辑:邓星华]