

# 媒介体育畸变困境下的媒体自律

谭涛, 夏思永

(西南大学 体育学院, 重庆 400715)

**摘 要:** 透视我国当前媒介体育存在的虚假化、娱乐过度 and 炒作不断等现象, 认为媒体自律对遏制媒介体育畸变有着重要的意义。提出强化从业者的职业道德是基础, 加强媒介从业人员的业务素养是前提, 规范新闻媒体内部管理机制是保障, 广泛采取社会监督是媒体自律的主要渠道。

**关 键 词:** 体育社会学; 媒介体育; 职业道德

中图分类号: G80 文献标识码: A 文章编号: 1006-7116(2007)09-0125-04

## Media self-discipline in the dilemma of media sports aberration

TAN Tao, XIA Si-yong

(College of Physical Education, Southwest University, Chongqing 400715, China)

**Abstract:** By looking into such phenomena currently existing in media sport in China as faking, over entertaining, and constant over publicizing, the author considered that media self-discipline is important to contain media sports aberration, and drew the following conclusions: uplifting the professional ethics of the practitioners is the foundation; strengthening the business accomplishments of the practitioners is the precondition; standardizing the internal management mechanism of news media is the assurance; widely implementing social monitoring is the main channel for media self-discipline.

**Key words:** sports sociology; media sport; professional ethics

从20世纪70年代以来,现代体育发生了巨大变革,大众传媒也深度介入体育领域,体育成为了大众传媒锁定的重点传播内容。“专业性的体育传媒为体育传播提供了广阔的平台,扩大了体育的社会影响力,实现了体育传播的各种价值功能”<sup>[1]</sup>。有研究认为,“媒介通过对体育信息的选择、加工、反映和重构,产生了以体育为原始文本,但在形式和本质上又截然不同于体育的新的文化形态——媒介体育。”<sup>[2]</sup>所谓媒介体育是指媒介化了的体育,体育媒介化,就是媒介将挑选过的体育形象和信息再现给读者、听众和观众的过程<sup>[3]</sup>。

媒介体育和客观世界的体育不能等同,媒介体育只是在体育现实中架起了一座桥梁。而现在的媒介体育与其传播理想存在差距,甚至可以说媒介体育发生了畸变。媒介体育出现畸变现象的原因是多方面的,如商业化的影响,媒介体育传播内容的软化趋势,大众文化的世俗性等,但缺乏媒体自律是媒介体育畸变

的重要因素。那么加强媒体自律对于扭转媒介体育畸变现象有着十分重要的意义,强化媒体自律能有效遏止媒介体育畸变。

### 1 媒介体育畸变现象

媒介体育畸变是媒介体育在传播体育信息和知识的过程中,由于各种因素的影响,出现了媒介体育传播与媒介传播规律或者体育发展宗旨相违背的现象。

#### 1.1 媒介体育虚假化

2004年8月19日,《成都商报》等媒体报道,举重运动员张国政的奥运金牌是教练员在比赛场地用金钱“激”出来的。这是记者把笑话当作事实,捏造细节编出来的假新闻。2004年8月29日凌晨,某门户网站体育频道在奥运会女排决赛还在紧张进行时,就提前抢发了中国女排失利的消息,而这场比赛最后中国女排翻盘,夺得最后的冠军。上海《新闻记者》评选出的2004年“十大假新闻”中,虚假的体育新闻就

有3条。2002年6月27日,《新快报》刊发《意韩赛主裁惨死于乱枪?》的报道,照片都是从别的新闻报道中移花接木的。媒介体育虚假化日益严重,这在社会上造成了很坏的影响。

“媒体的日趋商业化和争抢第一时间报道新闻使大量偏离新闻理念和基本原则的虚假新闻的大量涌现”<sup>[4]</sup>。李希光教授<sup>[5]</sup>认为:“新闻媒体的卖点是新闻真实,媒体出售的商品是真实。”而今天的媒介体育,真实和虚构的故事混杂,使社会大众难辨真伪。

### 1.2 媒介体育过度娱乐化

随着竞争的日益加剧,一些媒体在媒介体育传播中越来越多地采用了娱乐化的手法,使媒介体育的娱乐化达到了前所未有的程度,其他媒体纷纷跟进,热衷于报道运动员的私生活和花边新闻,媒介体育娱乐化成为潮流时尚<sup>[6]</sup>。“一场球赛就是一场性交”(《新周刊》2002年5月15日)、“足球性高潮”(《新周刊》2002年5月15日)、“性是迷人的东西”(《南方体育》2002年5月31日)、“世界杯,没有性生活日子”(《南方体育》2002年6月17日)、“NBA性骚扰何其多”(《体坛周报》2005年8月22日)、“瑞典不禁止性生活,阿根廷会贩卖”(《体坛周报》2006年6月15日)。一些媒体在娱乐化大潮中越过职业道德的底线,使媒介体育娱乐过度。李良荣教授<sup>[7]</sup>在《娱乐化、本土化》一文中说“传媒硬件越来越硬,但传媒的内容却越来越软。”媒介体育越来越将名人绯闻,煽情性、刺激性的内容作为报道的重点,倾向于用视觉盛宴以刺激受众的欲望,用暧昧的文字挑逗人的理性,对体育媒体的发展产生了不良影响。

《南方体育》曾经是国内“三大体育专业报”之一,此后,《南方体育》过度地放大“媒介体育娱乐化”的特性,不可避免地走向了无法自拔的深渊,最后寿终正寝,于2005年停刊,这也是媒介体育娱乐过度而自掘坟墓的典型。

### 1.3 媒介体育炒作不断

高度商业化和娱乐化的媒体经常运用“尖叫原理”,通过炒作体育明星和丑闻,以吸引受众的眼球。这使得一些媒介体育从业者对这种肆无忌惮的炒作也很反感,一位《东方体育日报》记者钟浩在他的博客里说:“我不知道如今的中国体育报道到底掺杂了多少炒作的成分,我不禁要问,有多少真相可以重来。”<sup>[8]</sup>

媒介炒作,是一种很普遍的现象,在媒介体育传播中尤甚。在体育记者中常流行这样一句话“体育记者应该有狗仔的精神。”媒介体育难道真的要靠炒作来吸引大众的眼球吗?有意思的是,在2007年1月21日网易体育新闻排出了“体育明星炒作价值榜”,黄健

翔因解说失误,离开央视绯闻不断位居炒作价值榜首位。刘翔的12.88s的广告、田亮与超级女生叶一茜的恋情、“姚明牌”女用卫生巾、郭晶晶与霍启刚的翻版“松霞恋”、刘璇跻身《名声大震》三甲、周萌萌性骚扰事件、陈纯甄拍裸照还债这些都是2006年的体育新闻炒作大热门,不管网站排出的价值榜是否具有参考性,但这表明了媒介体育炒作是不争的事实。

## 2 困境中媒介自律的必要性

### 2.1 媒介体育应承载历史使命

大众传播媒介是为社会提供信息交流和沟通的工具,其运作特征是将大量的信息同时、反复地提供给尽可能多的受众<sup>[9]</sup>。媒介所反映的现实已经不是真正的现实,而是超现实。后现代理论家道格拉斯认为,超现实与非真实的区别已经模糊不清,非真实超过了真实,比真实还真实。这种超真实性决定了媒介体育从业者要对社会负责,要具有历史使命感。

媒介体育的畸变在社会上受到了激烈的批评,要求媒体改进工作的呼声日益高涨。其中,媒体的社会责任成为了关注的热点。其实,社会责任论早在20世纪40年代后期开始兴起,最早在美国、英国出现,后来传到全世界,它对媒介的发展有指导性意义。社会责任论对新闻媒介提出了具体要求:应该提供真实的、综合的、明智的新闻报道;新闻媒介应负责陈述和阐明社会的目标和价值观等。

社会责任论强烈要求媒体实行自律,媒体自身必须强化职业建设,强化职业意识,以职业化的精神,自觉担负起道德义务与社会责任,自觉以职业道德准则约束规范自己的行为,使自己的传播活动服务于公众利益与社会利益,使自身的利益同公众利益及社会利益平衡,使自己作为信息和意见的公共传递者的角色<sup>[10]</sup>。

媒介体育从业者同样要自觉承担社会主义国家新闻记者的职责与使命。应确保媒介体育的真实性,谨守媒介体育道德,这就要求媒介体育实行媒体自律,避免不和谐的声音在媒介体育中出现。

### 2.2 现代体育健康发展亟待媒体自律

媒介体育虚假化、过度娱乐化、炒作不断等问题困扰着中国体育,恶化了中国体育的环境,阻碍了全民健身推进的步伐,影响了中国体育事业的发展。2006年全国体育宣传工作会议上,体育界人士呼吁,别让这些不良倾向搞坏了中国体育。国家体育总局宣传司长张海峰说,当前,我国体育宣传报道中,虚假新闻、恶性炒作等现象时有发生。有的媒体热衷于制造和传播虚假体育新闻,炒作各类小道消息和负面报道,甚

至热衷于炒作运动员的私生活和其他低俗内容，这些都将是给中国体育带来不利影响<sup>[11]</sup>。

媒介体育畸变在不同程度上对中国体育的健康发展产生了负面影响，造成了不良后果，有的甚至严重损害了中国体育形象，干扰了运动队正常竞赛、训练和运动员的个人生活。国家体育总局副局长冯建中说：“在发挥舆论监督作用，坚决打击丑恶现象的同时，体育宣传更重要的责任在于引导人民群众学习体育健儿为国争光、顽强拼搏、公平竞争的精神，营造良好的全民健身氛围。”

香港奥委会主席霍震霆先生<sup>[12]</sup>在2007年4月6日接受《华西都市报》采访时也称：“现在很多体育都快变成娱乐了，但在我看来，体育毕竟不是娱乐，过分地追求这些东西违背了体育运动的本身。”体育的发展需要一个很好的环境，很多体育界人士也呼吁，不要让媒介的不良倾向搞坏了体育。因此，媒介体育引导受众正确看待体育很重要，特别是在2008年北京奥运会来临之前，培养大众的体育欣赏水平以及增强群众体育的参与热情都是媒介体育传播者的责任。体育的长远发展离不开媒介，体育需要媒介扩大在社会的影响，要改变媒介体育畸变这一现状，还体育一个洁净的发展环境，加强媒体自律迫在眉睫。

### 2.3 新闻媒介公信力需要媒体自律

媒介公信力就是在公众与媒介的相互作用中，媒介赢得公众信任的能力。随着社会的发展，社会大众的文化素质也在不断提高，人们对媒介的认识也越来越深刻，社会大众对传媒寄予了厚望，希望从媒介获取更多的体育知识和信息。在我国，媒介体育传播逐渐向专业化方向发展，这对体育发展来说是一个很好的机遇，对媒介来说也提出了更高的要求。社会大众对体育的需求越来越多，在经过长时间的接触或实践后，如果大众发现媒介体育不再专业，产生畸变，社会大众的逆反心理便会产生，久而久之，就会抗拒某种报纸、刊物或电视台传播的体育信息，这对媒介来说，无疑存在潜在的威胁。

现在，媒介体育传播的竞争异常激烈，中国号称拥有“8000足记”，这对媒介体育的繁荣是一个可喜的情况。如此激烈的竞争，传媒要想生存，必定要增强自身的竞争力。由于媒介体育传播环境比较宽松，操作容易上手，自由的空间越大，对自律的要求就越高。因此媒介体育以自律换自由才是明智之举。

新闻媒介公信力的树立需要媒体自律，媒体自律的弱化可使媒体的权威性、美誉度不断被消解，新闻记者的职业尊严和荣誉感也会下降。在这种情况下，媒体特别需要通过自律重塑权威，新闻记者特别需要

通过自律重获尊严<sup>[13]</sup>。

## 3 实现媒体自律，遏制媒介体育畸变

### 3.1 强化媒介体育从业者的新闻职业道德

实现媒介自律最直接的动力来自传播者内部，有学者称为“内化新闻职业道德”。所谓内化新闻职业道德，即将新闻职业道德内化为自己的新闻道德观念，形成职业良心、职业荣誉心和职业品德。内化新闻道德规范的过程，本质上是对新闻道德规范的认识、评价的过程，是在心里确立新闻道德规范的过程<sup>[14]</sup>。内化媒介道德并不是纯粹的认识、评价活动，而且是媒介传播实践过程。一旦媒体职业道德内化为传播主体的道德观念，新闻传播主体就获得了自我评价职业动机和行为的标准，会主动去用这标准衡量自己的行为，这是实现媒体自律的主体途径。另外一种新闻职业道德观念的外化法，即用内化了的职业道德观念自觉指导自己的新闻传播活动，就是用职业品德支配自己的传播活动。

### 3.2 提高媒介从业人员的业务素质

目前，我国媒介体育从业者主要是体育学院新闻专业，综合大学体育专业、新闻专业、中文专业、外语专业的毕业生。他们中的许多人缺乏专业知识，有时候媒介体育出现虚假化、娱乐过度并非传播主体本身的原因，而是受他们的业务素质所限。因此，加强媒介体育从业者的业务素质就显得非常重要。媒介体育从业者没有相关体育科学知识储备是很难开展工作的，高校体育新闻专业的培养要重视学科的知识结构，保证知识结构的最优化。学生要丰富自己的文化和体育知识，不断钻研语言学、文学、历史学、心理学、社会学等多方面的知识。

此外，还应该严格把好媒介体育从业者的“入门教育”关，正式的入门教育必不可少。美国一些媒体鉴于公众对新闻的可信度和公正性存在疑虑，纷纷制定了从业人员守则，其中著名的有“NBC的公正、准确和均衡”等守则。《纽约时报》在用人之前就对“新人”进行全面培训，在它发给员工的守则中，明确地写着“记者本身就是最终事实核查者，通常也是唯一的核查者”<sup>[15]</sup>。实习期间“入门教育”是重中之重，媒体在培养新人时一定要帮助他们提高业务素质，以严格、精确为响亮口号强化客观写作训练，促使他们养成好习惯。“入门教育”并非职业教育的终点，“继续教育”应该贯穿于职业生涯当中。媒体机构要经常组织从业者进行业务补习，从业者也要自觉进行充电，社会发展迅速，一时不学习，就可能被时代所抛弃。

### 3.3 规范新闻媒体内部管理制度

媒介体育传播中出现虚假化、娱乐过度 and 炒作不断等现象,与媒体内部的管理机制有直接关系。严密的编辑流程是媒介自律的重要保障。媒介体育在传播前一般要经过选题、编辑、校对几个流程,严格把关审稿,是媒介体育从业人员自律的一个重要方面。美国媒体的自律措施值得借鉴,根据自律的需要,美国媒体还增加一些特别的编辑环节,如事实核对、节目监控和法律咨询。《时代周刊》为了避免发生新闻丑闻,设立了一个专门核对事实的调查小组。

完善媒介体育工作者外出监督机制。因媒介体育工作者经常要外出采访,对于同一个体育事件,题材趋同化明显,经常都会发生记者之间互相串稿现象,刊出的新闻也都大同小异。如果有一个记者在报道上出现了偏差,大家没有经过核实就传开了,在社会上就会造成不良影响。如果媒体在制度上周全,就会防止媒介传播虚假信息的可能,增加媒介体育的真实性。

对于媒体而言,不出错误是不可能的,而合理、有效的纠错机制是减少错误数量和负面影响的主要办法。这种纠错包括报刊或节目面世前的内部纠错,也包括事后的公开纠错。美国一些媒体还将及时更正、与读者沟通作为主要的自律机制,并赢得社会的尊重和受众的认可。

### 3.4 完善监督制度,加强社会监督

首先要建立一个强有力的媒体自律监督机构,建立行业自律仲裁机构即行业协会,制定行业规范,进行行业仲裁并监督执行情况,可以对新闻媒体及其从业者违规行为进行调节仲裁而加以规范。这方面可以借鉴国外许多国家成立的新闻工作者的监督机构,如报业荣誉法庭、报业评议会、新闻协会、新闻理事会等来建立一个有中国特色、又能发挥实际作用的监督机构。要增强社会对媒体职业道德的监督,要受理群众举报,对违反职业道德的新闻工作者要根据实际情况作出处理<sup>[16]</sup>。

我国媒体自律最权威、最全面的制度理所当然的依据是由中华全国新闻工作者协会制定的《中国新闻工作者职业道德准则》,这是我国新闻界全国统一执行的媒体自律的规章制度。除了《准则》外,还有些全国性的专业行业组织制定专门的自律规定,各种媒体内部有针对性的专门规定。这些规定的制定,有利于媒体的自律。中国记者协会应该是一个促进新闻界自律的监督机构,但是它在监督新闻媒体自律,有效执行专业标准和记者规则上还没有充分发挥作用。像美国的新闻仲裁委员会或新闻评议会是一个由新闻传播学者、律师、政治经济等各界人士组成的新闻仲裁机

构,专门受理人们对新闻单位的投诉。英国自律机构最具规模的是英国报业投诉委员会,它可以独立裁决报纸违反职业道德准则的行为。当然,因为国情不一样,不能照搬别国的新闻监督制度,但可以适当借鉴他们的做法,取其精华,弃其糟粕<sup>[17]</sup>。中国记协应当承担其媒体监督的重任,广泛受理社会大众对媒体工作的意见,增强媒体监督的执行力度。

### 参考文献:

- [1] 王大中,杜志红,陈鹏.体育传播——运动、媒介与社会[M].北京:中国传媒大学出版社,2006.
- [2] 郭晴,郝勤.媒介体育:现代社会体育的拟态图景[J].体育科学,2006,26(5):21-32.
- [3] Jay·Coakley[美].体育社会学[M].管兵,刘穗琴,刘仲翔等,译.北京:清华大学出版社,2003.
- [4] 吴飞.传媒批判力[M].北京:中国传媒大学出版社,2005.
- [5] 李希光.转型中的新闻学[M].广州:南方日报出版社,2005.
- [6] 王长庚,何霞.色情化:体育新闻的一个倾向[J].媒介批评,2002(11):28-29.
- [7] 李良荣.娱乐化 本土化——美国新闻传媒的两大潮流[J].新闻记者,2000(10):6-7.
- [8] 钟浩.这样的炒作意义何在[EB/OL].[http://blog.sina.com.cn/s/blog\\_4676528901000915.html](http://blog.sina.com.cn/s/blog_4676528901000915.html),2007-04-18.
- [9] 张国良.新闻媒介与社会[M].上海:上海人民出版社,2001.
- [10] 魏永征,张咏华,林琳.西方传媒的法制管理和自律[M].北京:中国人民大学出版社,2003.
- [11] 李忠将.别让不良倾向搞坏了中国体育总局反对虚假新闻、恶意炒作[N].中国青年报,2006-08-18.
- [12] 方瑛.霍震霆敏感儿子与郭晶晶恋情:我不敢说爱看跳水[N].华西都市报,2007-04-06(12).
- [13] 顾理平.加强新闻报道中的媒体自律[J].中国广播电视学刊,2005(2):76-77.
- [14] 杨保军.实现新闻自律的途径及关系[J].当代传播,2005(3):14-15.
- [15] 张国庆.美国媒体的自律[J].学习月刊,2005(11):36-37.
- [16] 曾凡斌.新闻职业道德的缺失与重构[J].视听界,2005(3):27-28.
- [17] 刘燕玲.新闻自律:现实的困境与解决的途径[J].电视研究,2004(3):25-26.
- [18] 冉辉强,祖丽.当前我国体育新闻传播中负面效果的成因及对策[J].体育科学,2006,26(11):34-40.

[编辑:邓星华]