

以0.13秒之差输于澳大利亚选手霍顿,后者在赛后采访中称孙杨是“嗑药的骗子”,本是两个人、两国人的事儿,但是各家媒体看热闹不嫌事大,大肆报道“菲尔普斯支持霍顿,孙杨的确是‘嗑药的骗子’”,直到央视记者采访到菲尔普斯本人,他说:孙杨非常有天赋……人们才意识到真相是什么。

(二) 受众媒介素养偏低

新媒体,尤其是各种新闻APP的崛起,对广大受众的媒介素养提出新的要求,受众不仅要会利用媒介发布信息,还要能够在信息浪潮中及时、准确的找出自己所需信息,同时更要能够辨别信息真假,有自己的观点及立场。如今的网络使用者以90后居多,这代人使用媒介工具的熟练程度绝不在话下。但是这代人生活阅历不够,很难分辨媒体报道的真假是非,也很难形成自己独立的价值观,易受媒体舆论影响,容易被煽动。在本次里约奥运会上,中国女子体操队在预赛过程中被压分,引起国人不满,因此在决赛时备受关注。决赛成绩似乎也并不理想,继而媒体就开始大肆煽动国民情绪,什么“史上最烂奥运会”,“裁判眼瞎”等字眼儿都跃然出现在奥运报道中,一时间似乎全国上下都觉得对中国体操小花们不公。稍微思考,不难发现,冠军得主表现确实堪称完美,并且近些年国际体操一直倡导力量美,健康美。而中国体操健儿145cm,60多斤,动作一味追求难度,连贯性欠缺,此外,这些小花们之前参加国际比赛较少,所以奥运赛场上失误也是不断出现,所以此次未拿冠军也是情理之中。但是多数观众只是一味的受舆论引导,缺乏独立思考能力。

(三) 双重效益的失衡

我国政府一直强调媒体要坚持双重效益并收,但是随着市场经济的不断深入发展,多数媒体已经将社会效益抛

之脑后,坚持“唯利至上”。追求经济效益的前提是了解受众需求,但是凡事有个度,一味的迎合受众,甚至为了博点击量发布一些低俗、色情、八卦的新闻报道,就难免不让人质疑媒体的故意为之。在里约奥运会期间,笔者在浏览所谓的奥运专题时,时不时会被一些莫名的报道雷到,如《巴西超级网红!28岁双胞胎姐妹花曾因隆胸错过奥运》,初读题,以为这对姐妹花应该是在某项体育运动上获奖牌了,但是实际的报道内容为,这对姐妹花拥有美丽的马甲线、事业线、人鱼线,且内容中还特别强调两姐妹曾文胸。笔者实在看不出这一报道与里约奥运赛事有什么关联。

三、结语

竞技体育传播过度娱乐化这一现状的出现,绝不仅仅是媒体一方造成的,它是社会、媒体、受众、科技等方面综合因素导致的结果。因此媒体应做好榜样,树立正确的职业道德观,坚持社会效益与经济效益的统一,坚持正确的舆论导向,不断加强人文关怀。广大受众应提高自己的辨识能力,树立理性思维。唯有各方共同努力,才能还竞技体育传播一片蓝天。竞技体育传播唯有雅俗共赏、高而不假,才能赢得受众的好评,立于不败之地,从而真正发挥大众传媒的环境守望功能及娱乐功能。

参考文献:

- [1] 王珩.体育新闻报道过度娱乐化的理性审视[J].新闻知识,2014(2).
- [2] (美)尼尔·波兹曼.章艳译.娱乐至死[M].广西:广西师范大学出版社,2004.
- [3] 路俊卫.体育新闻的泛娱乐化倾向——对奥运报道从竞技体育到全民狂欢的解读[J].新闻三味,2005(1).

[责任编辑:思涵]

法兰克福书展于2016年10月19日-10月23日成功举办

德国法兰克福书展(Frankfurter Buchmesse)是世界上最大规模、最享盛誉的书展,被誉为“世界出版人的奥运会”。书展由德国书商及出版商协会负责筹办。它为来自世界各国的出版商、代理商以及图书馆人员提供一个洽谈版权交易、出版业务及展书订书的场所。每年十月中的五天,法兰克福这座国际大都市都会成为世界书业和传媒业的焦点。来自120个国家的7300余家参展商、近万名记者以及近30万观众均会参加这一国际盛会。在书展17万m²的展馆和活动区上,每年举办的活动超过3000场,各种大会、研讨会、主题报告、作家朗诵会、颁奖会、新闻发布会、签名会极大地丰富了书展以及法兰克福市及周边地区的文化活动。

从1976年开始的主宾国项目,更是每年法兰克福书展的亮点。主宾国通过各种方式向书展的观众们展示该国的图书市场、文学以及文化的魅力。近些年来,每年共有近30万人从世界各地来到法兰克福书展,除参展商之外,还有各类参展及参观人士积极参与法兰克福书展。展会前三天为专业开放日,用于参展商与参观者之间洽谈与各种专业活动和大会深度、密集地促成版权贸易的达成、项目的缔结以及新知识、新技术的汲取。后两天的公众开放日为众多普通公众打开了视野,花样繁多的各种体验活动使流行趋势与现实紧密结合、生动体现。

2016年德国法兰克福书展,于10月19日-23日成功举行,主宾国是荷兰。展品范围:图书、漫画、电子媒体和日历、艺术品、地图、杂志、报纸、科教产品、影视作品、翻译作品、软件、游戏开发、相关科研机构等。

(摘自:K518信息网)