

从伦敦奥运看奥林匹克电视传播功能的张力

□张江南

【摘要】2012年伦敦奥运会完美地落下了帷幕。随着它的远离,电视媒介开始反思2012年奥运传播中的策略、方针、情感与效果。笔者认为,奥运会已不仅仅是运动竞技的赛场,它已成为电视新闻报道中永久的亮点。伦敦奥运会电视传播的镜头、传播的方向、传播的重点已在奥林匹克的精神、文化与教育功能传播上留下了闪光的一页。本文以伦敦电视奥运传播为重点,从传播的方式、传播的导向上看奥林匹克电视传播功能的张力。

【关键词】伦敦奥运会;奥林匹克精神;电视传播策略

奥运电视传播方式是一个塑造、传播、映像、反馈、调整、再传播的循环过程,它是在自我完善、不断改进、解释沟通中循序渐进地完成的。2008年我国电视媒介对北京奥运会的转播工作将电视传播奥运的理念与进程诠释得尽善尽美。然而,2012年伦敦奥运会电视传播的镜头、传播的方向、传播的重点再次在奥林匹克的精神、文化与教育功能传播上留下了闪光的一页。本文且以伦敦电视奥运传播为重点,从传播的方式、传播的导向上看奥林匹克电视传播功能的张力。

传播重点——永远的奥林匹克教育功能

自从2000多年前,奥林匹克运动会作为一种健康向上的体育竞技活动在神圣的奥林匹斯山现身开始,古代希腊人将此作为一种宝贵的精神、文化财富奉献给了人类。今天,奥林匹克运动的内涵已经远远超出体育竞技的范畴,它是人类文明的遗产和文化的盛会,它的精神和丰富的文化内涵将永远影响着人类的生活态度,电视传媒在其中起着主导作用。《奥林匹克宪章》指出,奥林匹克精神就是相互了解、友谊、团结和公平竞争的精神,是奥林匹克运动的实质内容;奥林匹克运动的主要宗旨是通过体育活动,增进青少年身心健康,促进世界相互了解和建设一个美好和平的世界。由此,电视媒介在传播中应走出竞技场而转向教育场。这并非是奥林匹克精神传播中的华丽转身,而是奥林匹克精神向教育的正常回归。电视媒介的镜头应锁定具有教育功能的事件、人物和思想。

多年以来,各届奥运会的电视报道都是重金牌、重运动成绩,明显地显露出奥运报道的功利心态。报道的内容表面化,缺乏应有的奥林匹克运动的人文精神,忽略了奥林匹克运动的教育功能。然而,奥林匹克运动中的人、情感、精神才是体育运动的内涵。奥林匹克运动的外在形式是各种项目的竞技比赛,但其内核是展示人的运动美,提升人的尊严,教育一代人。伦敦奥运会开幕式的主题思想“激励一代人”,就极好地诠释了奥林匹克运动的教育功能。当我们看到英国工业革命的流变时,我们看到了一个国家形象的崛起,亲历了实现人的全面和谐发展的奥林匹克运动。由此,央视的伦敦开幕式转播中赋予了大众许多的人文特质,也正是这种人文的视角给奥林匹克电视报道提供了一种独特的切入点,让电视人挖掘出竞技比赛背后深层的东西,诠释竞技现象所引发的教育功能。

毫无疑问,奥运选手能成为青少年励志向上的榜样和楷模,其中奥运的竞技性不容怀疑。奥运赛场便是造就榜样和

楷模的最重要平台,这里能一展选手在奥运比赛中奋勇拼搏、不断进取、超越自我的精神。因此,在奥运竞赛中有卓越表现的选手,如孙杨、林丹等一代金牌选手是当之无愧的教育典范,但刘翔、陈一冰身上所表现出的精神空间同样是无限的,他们坚忍不拔的进取精神和克服一切困难的英雄气概,也是我们全人类的精神财富,奥林匹克电视传媒的教育功能应体现在其间。

传播方式——超越金牌、淡化竞技

不可否认,体育比赛非竞争名次不可,否则比赛就会失去光彩,受众对体育活动也会失去热情。金牌固然值得关注,但是金牌并不是奥林匹克运动的全部。过度关注金牌、以金牌论英雄的做法本身就是与奥林匹克精神相背离的,是对奥林匹克文化、奥林匹克精神的误读。奥林匹克运动对于人类社会最大的贡献在于奥林匹克精神对于人的和谐发展的教育意义,参与、竞争、公正、奋斗、和平与友好的奥林匹克文化内涵要比赛场金牌的意义深得多、广得多。这一精神文化准则,在人类历史的长河中,已经被政治、经济、教育、文化等诸多领域广泛接受,并深入人心,成为文明社会的核心价值观。^[1]但多年来,在“金牌至上”的错误观念指导下,我们媒介传递给受众的一度却是对奥林匹克运动片面的、狭隘的理解,造成了“胜者为王,败者为寇”的感觉。

没有获得金牌或名次的奥运选手同样值得尊敬。他们也在奥运赛场上拼搏过、努力过,他们也是时代的英雄。最值得一提的是刘翔的三次奥运经历:2004年雅典奥运会,刘翔一战成名;2008年北京奥运会,刘翔因伤遗憾地退赛;2012年伦敦奥运会,刘翔在跨第一个栏的时候出现失误,重重地摔倒在地,直接退出了比赛。央视的镜头捕捉到刘翔右脚严重受伤,他本来可以直接退场,但他坚持着单脚跳过了终点线。当他亲吻着他为之奋斗、努力并带来心身痛苦的栏架时,多少人潸然泪下;飞人似乎在告别运动生涯。最后,刘翔坐着轮椅离开了赛场,结束了自己的第三次奥运会之旅。刘翔离赛的瞬间,电视机前数亿国人一声叹息,一片沉默,因为亿万中国人太需要这块重量级的奥运金牌了。但是人们很快就从遗憾中走了出来,曾经给世界创造了神奇的刘翔是中国人民永远的英雄。引导人们理解意识转变的中央电视台的伦敦奥运会转播功不可没。

央视在伦敦这样大型综合性运动赛事的报道中,在传播理念方面有了重大的突破。许多媒介还在不亦乐乎地搜寻金

牌的同时,央视的镜头已逐步摒弃了奥林匹克电视传播中盛行多年的“唯金牌报道”模式,开始注重发掘奥林匹克运动的深刻内涵,让电视节目中充满了文化元素与人文关怀,让纯竞技的奥运报道逐步淡出报道的视野。在伦敦奥运会结束后的调查中得知,人们在追逐金牌增长的同时,也非常关注由著名体育节目主持人张斌主持的奥运访谈节目《奥运风云会》,这个栏目每天一期,邀请奥运会冠军和观众进行互动交流,对奥运赛事进行回顾和总结。据统计,该节目播出期间,对奥运冠军的采访占节目的2/3,对非奥运冠军的采访占1/3。在张斌侃侃而谈的引导下,人们在对中国体操男团“劫后余生”欢呼的同时,也为陈一冰的遗憾给以了深切的赞许。这些都说明我国民众正在慢慢成熟,国家的进步与国民心智的成熟已在我们的电视传播中彰显出来了。

2012年伦敦奥运会中电视镜头很成功地捕捉到了竞技运动成功的华美,如阳光小子孙杨的泳池怒吼,硬汉“超级丹”的夺冠霸气,竞走新秀陈定20公里的开心之旅……许多镜头引导人们从情感出发,去体验、去感受竞技运动的精神价值;让观众共同感受到,奥林匹克运动是一种竞技精神,但更是一种社会责任。金牌之外,电视媒体还展示了“超级丹”的爱情之美,抨击了外媒对泳坛小花叶诗文的质疑,人情化地报道了羽坛的是是非非,这种淡化金牌的报道与金牌报道同样感人至深。因此,淡化金牌的传播与奥林匹克精神的内涵是一致的。作为现代奥运传媒人应该充分认识到,竞技运动的确带给我们激情和视觉冲击,同时更应该看到这激情与壮丽背后所隐藏的更深远的寓意,那就是在传播中应该尽量淡化竞技概念,逐步完成从“金牌第一”向“精神至上”的嬗变,着重塑造奥林匹克的精神形象。

传播导向——传播奥林匹克文化

奥运会既是一场规模宏大的体育竞技比赛,也是各国进行文化传播的盛会。在东西方文化的交流与交融中,奥运电视传播对国家形象传播的影响巨大。^[2]萨马兰奇先生曾经说过:“现代奥林匹克史上最重要的改变,就是电视转播的介入。它不仅使得全世界有更多的人能够欣赏到精彩的奥运赛事,同时它本身也创造了一个巨大的市场。”^[3]伦敦奥运会结束后,中央电视台发展研究中心与体育频道在北京联合主办了“2012年伦敦奥运会报道主持评论”研讨会。体育频道总监江和平说:“奥运会有两个战场,一个是体育竞技的战场,另一个是文化传播的战场,奥运会总是在进行两种比拼。东道主借助举办奥运会的机会,推广、宣扬本民族和本地区的文化,所有参与奥运会的各奥委会成员无不在以体育或者文化手段、在赛场内外彰显与弘扬自己的文化传统。”这种两个战场的说道是如此精辟!由于新媒体传播的双向性和交互性,传受关系已经发生转变,传者与受众的角色也随时转换,一个新的双向传播时代已经来临。^[4]

从现代奥林匹克运动会在雅典点燃圣火的那一刻起,奥林匹克运动之父顾拜旦无时不在强调奥运会的精神与文化的传播。由此,现代奥运会早已不再是单纯的竞技比赛了,不同肤色、不同信仰的人聚集在五环旗下,以竞技为媒体,全方位地呈现着每个国家与民族的历史、文化、经济与社会面貌。每一届奥运会都鲜明地显现出自己的文化核心主题,把奥运赛场、奥运行动、奥运时段打造成展示本国文化、交流异

国文化的平台。请看近20年来历届奥运会的文化主题:

1996年亚特兰大奥运会的主题是“科技奥运”,也正是从那一年起,互联网传播成了奥林匹克传播的新兴技术,成了奥运传播划时代的标志。2000年悉尼奥运会宣扬的主题是“绿色奥运”,象征着生命的绿色与人类活动的运动音符——奥林匹克结合到一起。2004年雅典奥运会推出“人文奥运”的主题,将奥林匹克文化发源与发展的进程完美地再现给世界。2008年北京奥运会已在世人的瞩目中完美地谢幕。北京奥运会秉承奥林匹克宗旨,融前三届奥运会主题为一体,推出“绿色奥运、科技奥运、人文奥运”的举办理念。领先科技传播、弘扬中华文化、关注自然与精神生态的主题使2008年北京奥运会成为一届无与伦比的盛会。2012年伦敦奥运会关注着人类的发展,将“激励一代人”的主题思想牢牢地镌刻在英伦大地上。伦敦在把奥运会的五环旗交到2016年奥运会举办城市里约热内卢市长手中的那一瞬间,第31届奥运会就紧锣密鼓地拉开了序幕。巴西人的申办口号是“里约是世界上最快乐的城市”,强调奥林匹克是世界的,它的光芒理应照射到南美的大地。历届奥运会的理念和口号无一不体现着奥林匹克运动的精神与文化。

2008年北京奥运会,世界看到了体育的奇迹,看到了北京的微笑,更重要的是世界还读懂了中国的文化,这些都不仅仅是金牌所能承载的。2012年伦敦奥运会“激励一代人”的人文理念是协调奥林匹克运动与人类发展的和谐关系,使青年一代在奥林匹克精神与文化的激励下健康成长。这个主题贴切地描述了我们心中向往的人类文明,体现了人类“渴望成长”的良好愿望。

电视媒体传播奥运,淡化人们的金牌意识,强化了奥林匹克的精神与文化,让人们认识到一届奥运会的价值不是以金牌的总数或纪录的创造来认定的,而是体育价值与文化价值的总和。在我国电视媒体对伦敦奥运会的报道中,已淡化了金牌的呼吁与算计,全民的关注与运动员的拼搏比比皆是,在整个赛事的电视传播中充满了人文思想与文化植入。由此可以说,传播奥林匹克文化是伦敦奥运电视传播的重要导向。

结语

传播已进入全媒体时代,新媒体彰显着各种优势,移动媒体异军突起,2012年伦敦奥运传播被认为是第一届“微博奥运会”。尽管如此,人们长期的观看习惯及电视媒体自身的不断发展与完善,使电视媒体在与新媒体的角逐中扩大了自身的优势。随着2012年伦敦奥运会的远离,电视媒体反思着2012年奥运传播中的策略、方针、情感与效果。笔者认为,奥运传播将是电视新闻报道中永久的亮点。奥运会已不仅仅是运动竞技的赛场,传播的镜头、传播的方向、传播的重点应着重在奥林匹克的精神、文化与教育功能上。

参考文献:

- [1]孟勇.伦敦奥运的文化视角[J].青年记者,2012(12).
- [2]杜婕,张秀萍.奥运传播与文化[M].北京体育大学出版社,2006.
- [3]汪文斌.伦敦奥运新看法:全媒体时代的新传播方式[J].中国广播电视学刊,2012(7).
- [4]樊娜.新媒体对广电传播模式的影响[J].新闻爱好者,2011(5下).

(作者为武汉体育学院新闻传播学院教授,博士生导师)

编校:赵亮