



中华传媒网 学术网
academicmediachina.net

2007/10/20 全新改版

全新改版
NEW SITE ONLINE

汇聚中国传媒思想力 深度·理性·独立

学术网 >> 理论 >> 新闻话语

■ 浅谈体育报道中的战争文化心理

2007-03-28

——以《体坛周报》的亚运报道为例

作者：左实 | 11003字节 | 阅读：280次 | 评论：0条 | 关键词： 体育报道 战争词汇 神话 战争文化心理

[关键词]：体育报道 战争词汇 神话 战争文化心理

摘要：在当前的新闻报道中存有大量战争词汇被用来描绘体育比赛的现象，本文以《体坛周报》为例，通过对《体坛周报》亚运报道的统计分析，认为媒体在体育报道中对战争词汇的使用实际是在传播“比赛就是战争”和“中国难以战胜”的观念，制造体育神话，反映出战争文化心理对媒体的深刻影响，而媒体这样的报道方式可能给读者带来不良影响。

关键词：体育报道 战争词汇 神话 战争文化心理

巴特在《神话学》一书中，以符号学的能指和所指为基础，通过对社会生活里“冒牌事实”[1]的解释，揭示出在异质性很高的大众媒体中共同存在着的“意识形态的滥用”[2]。对于巴特在书中论述的自然与历史的关系，我们可以做出这样概括：阶级神话就是意识形态运用符号学的手段将历史自然化的过程。而在当前我们媒体的体育报道中，同样存在体育与政治的混淆，我们认为，媒体受战争文化心理的作用，使用战争词汇、以战争方式读解比赛，即是以比赛为能指，向读者传播战争观念，对读者的思维方式产生影响，制造体育神话，使用刚才的概括方式，我们认为，体育神话就是媒体运用符号学的手段将体育比赛战争化的过程。通过对《体坛周报》亚运报道的分析，我们可以对体育神话进行基本的分析。

我们以《体坛周报》为研究对象，在2006年11月24日至2006年12月18日之间，《体坛周报》在12期的报纸里以平均每期7版的数量对在卡塔尔多哈举行的亚运会进行了连续报道，共计亚运新闻和评论363篇（不计专栏），通过对这些报道、评论中出现的战争词汇进行统计分析，我们可以发现这样两个特点：

其一，体育报道中战争词汇的使用具有普遍性。在363篇报道中，含有战争词汇的报道达207篇，占57%，不含战争词汇的报道156篇，占43%。而在与中国亚运代表团相关的报道中，战争词汇出现的频率更高，在《体坛周报》所有亚运报道中，关于中国亚运代表团的新闻、评论共计216篇，其中61%均含有战争词汇，不含战争词汇的占39%。从以上数据我们不难看出两点：一是战争词汇在体育报道中被媒体普遍使用，为读者广泛接受；二是媒体在涉及到中国队的新闻、评论中，更容易使用战争词汇来对体育比赛进行报道。通过对《体坛周报》中含有战争词汇的亚运报道进行分析，我们发现战争词汇出现的语境大致可分为三种：首先，彰显中国体育代表团在亚运会中的优势地位。例如：关于中国体育代表团亚运会结束后返回北京的新闻，《体坛周报》的新闻标题是《霸王回营，“锦袍”加身》[1]；其次，凸显比赛的激烈程度。《体坛周报》关于中国羽毛球队获得亚运会羽毛球男团冠军的新闻标题是《旗手在！阵地在！》[2]；而在《西亚反击！》的新闻中，《体坛周报》如此描述西亚代表团的夺金形势：“西亚军团迎来了一个黄金周末，开赛以来一直低迷的西亚人在田径、健美、跆拳道和射击等多个项目上绝地反击。”此外，在描述各亚运代表团的最新情况时也常出现战争词汇，例如《“马克”树旗，一人一支部队？》[3]和《卡塔尔雇佣军折损主将》[4]等新闻。由此可见，战争词汇被用来描述体育比赛并非偶然，在当前的体育报道中是一个十分普遍的现象。

其二，体育报道中战争词汇的使用具有显著性。对受众而言，这些战争词汇具有易得性的特点。对含有战争词汇的亚运报道按项目进行分类统计可以发现：亚运报道中共有足球比赛的报道95篇，其中64%的报道含有战争词汇；篮球比赛



jin 文章 jin 动态

SEARCH >>>

■ 上一篇文章 Previous

· 赢在执行

作者：支庭荣 | 2007-03-30

最近10年，拥有一间传媒公司再不像以往的传媒史上那样是一件光鲜夺目的事，看一看时代华纳、迪斯尼、维亚康姆的管理团队或它们的投资者的境遇就知道了。这些老牌的传媒公司正由于各种原因而奋力搏击，其中最大的因素……

■ 下一篇文章 Next

· 2006年电视广告文化研究综述

作者：杨婧岚 谢婉若 | 2007-03-28

电视广告是电视五彩荧屏上的一道别样风景，它构成了当代电视文化核心特质的重要内容，对大众的生活方式和价值世界潜移默化地发生作用。从上个世纪下半叶西方理论界的研究开始，电视广告渐渐成为叩问当代社会以及当代……

如何提升 你的专业高度？

这里汇集国内20余家专业出版机构
近5000种图书，目前国内传媒专业
程度最高的网络主题书店 >>>

中华传媒书店
BOOK.MEDIACHINA.NET

的报道41篇，其中含有战争词汇的报道25篇，占60%，游泳比赛的报道16篇，其中9篇报道含有战争词汇。而这三个项目正是读者对本次亚运会关注度最高、《体坛周报》进行亚运报道篇幅最大的项目，因此，战争词汇的显著性之一就在于其在热点项目的新闻报道中出现的频率较高，而读者对热点项目的关注使战争词汇会因此具有较大的受众覆盖范围。例如，在倍受读者关注的中国男足在亚运会比赛中的报道中，70%的报道都含有战争词汇。另一方面，在363篇含有战争词汇的亚运报道中，战争词汇出现在标题或导语位置的报道161篇，占42%。而在从亚运会正式开幕（2006年12月1日）至亚运会闭幕（2006年12月15日）这段时间内发行的8期《体坛周报》中，头版的新闻、评论共计16篇，其中标题含有战争词汇的报道8篇，更有4篇为当日《体坛周报》头版头条的新闻。这显示出战争词汇的另一显著性所在：战争词汇时常处于新闻或版面的醒目位置，因而容易引起读者注意。通过以上分析我们发现，在报纸的显著位置描述热点比赛成为战争词汇的一大特点，这一特点让使用战争词汇描述体育比赛的方式能够在读者中产生广泛影响，进而培养读者的阅读习惯，正是在战争词汇的长期作用下，像“两场突如其来的失利，将近两年横扫羽坛的中国队逼入第五场生死大战的绝境，不过，这也给了鲍春来足够的表现机会。”[5]这样描述比赛的方式在当前十分符合读者的阅读习惯，读者在阅读时不会有任何理解障碍，而其中“横扫”、“生死大战”以及“绝境”这样的战争词汇则完全被读者默认接受。

当战争词汇在新闻、评论中被普遍用于描绘体育比赛时，我们并不否认这样的报道方式增加了比赛激烈程度的可感性，但我们也发现，体育比赛本身的意义、比赛中蕴含的体育精神以及参与者的运动激情这些内容在报道里都被媒体从比赛中剥离，神话总是语言的掠夺者，体育神话也不例外。从神话学的观点来看，媒体只是将比赛当作第一级序的语言，尽管不同项目的比赛有其各自的形式与内涵，但媒体对比赛本身意蕴的丰富性并不关心，对他们而言，比赛没有项目上的区分，不存在差异性，任何比赛都只作为一个整体的符号存在，成为一个等待被赋予所指的能指，媒体在不同的项目上看到的只是它们都可以被用作制造神话的原料，从这点上说，足球与游泳没有任何区别。而媒体希望藉比赛真正向受众传播的则是“比赛就是战争”以及“中国难以战胜”的观念，它们作为所指与比赛（能指）共同构成了第二级序的符号体系，即神话。举例来说，《三天内两战印尼 中国男队以逸待劳》[6]是关于中国队和印尼队羽毛球比赛的报道，报道中“先声夺人”、“拉锯战”、“马失前蹄”、“一决高下”、“针对性备战”等词语的使用，《体坛周报》这样的报道方式使比赛指向其他的事情，而不是比赛本身，读者的注意力很难集中到对比赛过程的欣赏，在阅读新闻之后根本无法体会到羽毛球作为一项体育运动的魅力，也无从知道比赛的亮点，读者被迫接受的是中国队与印尼队之间的比赛是一场战争以及中国队对这场战争已做好准备的观点，比赛成为一个能指，被媒体用来将比赛就是战争的观念强加给读者，这才是比赛的普遍意义。

我们通过对《体坛周报》的亚运报道进行分析发现，媒体在报道思维上具有两个明显特征：一方面，用金牌数作为衡量一个国家体育强弱的唯一标准。体育比赛象征着人类社会肢体文明的发达程度和人与人之间的协作精神，而一个国家体育事业的发展应当依赖国民身体素质的提高和体育人口的增加，因此用金牌数量作为衡量国家体育强弱的唯一标准显然缺乏科学。具体到亚运会而言，不同的国家在对待洲际比赛上有着不同的理念，使用同一标准来衡量不同国家在比赛中的表现有失客观，而我们的媒体忽略了这种价值的多元化，将自己的价值观绝对化，把亚运会奖牌榜的名次与国家体育发展水平的高低等同起来，将读者对体育的重视误导为对金牌的重视。例如在《2天搞掂日韩》的新闻中，《体坛周报》记者这样写道：“2日和3日连续两天的鏖战，中国亚运军团‘夺金如麻’，目前已经总计夺得金牌29枚，银牌11枚，铜牌7枚，将日本和韩国远远抛在身后。”[7]体育比赛的结果固然重要，但过程的意义远胜于结果，媒体对比赛结果的过分重视、对金牌数量的过度追求显然有悖于体育精神，充分显示出我们媒体思维的功利性；另一方面，用对抗取代竞争，强调中国在对抗中获取胜利的意义。竞争是多主体性的，对抗则是对立的二元主体。体育比赛是一种竞争，目的在于通过竞争吸引更多的人参与到体育中来，因此，参与意识是体育精神的题中之义。而《体坛周报》对亚运会的报道在体现参与意识上严重不作为，取而代之的是处处制造二元对立的语境，通过渲染中国亚运代表团在对抗中的强势地位来树立中国的强国形象。我们从《体坛周报》的新闻标题中就可以清楚地发现媒体的对抗性思维，《体坛周报》12月1日头版头条新闻的标题是《首金主题：抗日》，无独有偶，12月6日头版头条新闻的标题是《金牌战 中国VS亚洲》，而诸如“中国代表团的领先优势已经让亚运会变成了亚洲阻击中国的游戏。”[8]这样的表述在《体坛周报》的亚运报道中也并不鲜见，媒体非我即敌的二元对立模式的设置进一步加深了“比赛就是战争”观念对读者的影响，使“中国就是亚洲霸主”的观点深入人心。陈思和先生曾将战争文化心理的核心归纳为“功利性与目的性、非此即彼的二元判断思维模式，以及英雄主义和理想主义”，而媒体将金牌数作为衡量一个国家体育强弱的唯一标准正是其功利性思维的突出表现，用对抗取代竞争、强调中国的胜利意义则是其二元思维的必然结果，由此看出，媒体在体育报道中对“比赛就是战争”观念的传播，是战争文化心理在新闻领域长期作用的结果。

所谓战争文化心理，是在二十世纪二三十年代形成的一种社会心理积淀，是战争观念、战争意识占据文化心理的主导位

置，从而使战争特征超越其他文化心理特征而形成的一种普遍的社会心理。[9]战争文化心理在我国形成具有深刻的历史必然性。从抗战爆发到新中国成立再到文化大革命，这四十年时间是中国现代文化的一个特殊阶段，战争因素深深地植入人们的意识结构之中，影响着人们的思维形态和思维方式，[10]而在新闻领域，英雄主义审美模式的形成以及战争词汇的大量使用成为战争文化对新闻领域渗透的标志，这一特征在不同时期的新闻事业里的延续体现出战争文化影响的深刻性。新中国的诞生历经了抗日战争和解放战争，而在之后的抗美援朝战争中我们也获得了胜利，由于战争是以辉煌胜利宣告结束的，战争帮助人们实现了建立新的社会秩序的美好愿望，所以英雄主义、乐观主义被作为固定的审美模式存在于新闻报道中，并以此形成了统一的审美风格特征。它表现为强调战争的最终胜利意义，将过程的意义溶解到最后的結果中去，将个体生命的价值溶解到集体的胜利中去；[11]而进入五十年代，东西方冷战、中苏意识形态的论战以及当时流行于国际共产主义运动中的“解放全人类”的思想观念的影响，使战争文化在中国和平建设时期仍然保持着生命力；六十年代开始的文化大革命使得战争文化的影响达到顶峰，战争思维、斗争思想渗透到人们的日常意识中，不但支配了新闻报道，也支配了大多数读者的审美接受过程，“阶级斗争”、“支左”、“革命”、“现反”、“胜利”等词语在文革期间的报纸上随处可见，而“非我即敌”的斗争思维成为人们分析问题的基本逻辑假设；文革之后，随着世界格局的相对稳定以及中国将经济建设作为主要任务，战争思维对人们文化心理的影响有所减弱，但并未消除，并在新闻领域得以延续，尤其是体育新闻的报道依然经常呈现出战争思维的特点。

比起对读者审美模式的影响，体育神话对读者思维习惯的影响更加令人担忧。美国学者弗素教授在《大战与现代回忆》一书中谈到，对事物采取简单的对立观点是第一次世界大战的特色。当时不管是前线的军事报告、军事用语，或者后方的报纸书刊、日常词汇，无不充斥着两极分化的概念思维。整个世界被看作作为一个黑白分明、正邪对立的两极分化体，仿佛是两个迥然相异的世界被错误地凑聚在一块，有必要重新把它们按照明确的标准分开来。这一观点的逻辑结果是，人最重要的是在人生这块扩大的战场里站稳一个正确的岗位，所有从这个岗位看来是敌对的，一律可以不经思索地炮轰。这样，人在本来错综复杂的世界上的角色就变得最明确最简单，而他藉以安身立命的种种道德价值也变得清楚易懂了。这种思维习惯，弗素教授称它作“现代的敌对习惯”。[12]我们的媒体从战争思维出发进行体育报道，战争文化二元对立的思维特征不仅使体育比赛政治化，更有可能导致爱国问题的简单化与概念化，随着中国体育代表团在洲际比赛中取得的成绩越来越好，媒体对比赛的报道方式有可能激发读者的复仇心理和民族主义情绪，藉在体育比赛中的获胜来实现民族复仇的心理满足，并将这种情绪扩散到社会生活的其他领域，这样的情景让人担忧。因此，我们的媒体需要将体育报道回归到体育本身，将重现比赛的精彩性作为报道的出发点，用细节提升新闻，从细节入手，通过选择有表现力和画面感的细节描写来展现整个比赛的精彩过程，体现比赛中蕴含的体育精神，真正将体育报道去政治化，而不是制造神话，用“去政治化”的方式来达到“再政治化”的目的。

在战争词汇被普遍运用于体育报道的背后，隐藏着体育比赛意义的流失，取而代之的是媒体对“比赛就是战争，中国难以战胜”观念的传播。不同的能指被用来重复同一个所指，读者被迫接受与比赛无关的政治观念的强加，媒体制造的这个神话可能给读者带来的影响让人担忧。祛除战争文化心理的影响是一个长期的历史过程，并与我国的经济发展和开放程度有着密切的关系，但摒弃战争思维、反思报道方式，是我们的媒体实现体育报道向体育的回归所需要走出的第一步。

注释：

[1] 《体坛周报》，12.18，A10

[2] 《体坛周报》，12.4，头版

[3] 《体坛周报》，12.15，A15

[4] 《体坛周报》，12.1，A12

[5] 《体坛周报》，12.6，头版

[6] 《体坛周报》，12.4，A10

[7] 《体坛周报》，12.4，A13

[8] 《体坛周报》，12.4， A13

[9] 裴德利，《战争文化心理下的讽刺小说--浅析沙汀和张天翼的讽刺小说》

[10] 陈思和，《当代文学观念中的战争文化心理》

[11] 陈思和，《当代文学观念中的战争文化心理》

[12] 陈思和，《中国当代文学关键词十讲》

参考书目：

巴特 《神话——大众文化诠释》

陈思和《中国当代文学关键词十讲》

左实

|| [传媒资讯网](#) || [传媒学术网](#) || [传媒考研网](#) || [传媒博客](#) || [传媒社区](#) || [传媒书店](#) ||

|| [关于我们](#) || [会员注册](#) || [交换链接](#) || [联系我们](#) || [法律声明](#) || [广告服务](#) ||



© 2001-2007 中华传媒网版权所有 京ICP061016
Copyright © 2001-2007 MediaChina.net All Rights Reserved