

中国体育报道的后现代趋势

虞继光, 彭立

(四川师范大学 文学院, 四川 成都 610068)

摘要:后现代如今已成为新闻传播领域的一个流行范式,并逐渐深入到中国的新闻实践当中。体育报道因其自身写作手法的灵活性等特点,已率先迈向后现代的领地,开始了对传统价值取向的根本性颠覆,从而解消“元叙事”、有意增加文本的空白等手段调动受众参与其间,加入解构式阅读,共同建构新的体育阅读模式。

关键词:新闻理论;体育报道;后现代

中图分类号:G222 **文献标识码:**A **文章编号:**1000-5315(2005)04-0120-06

20世纪后半叶,后现代主义逐渐演变成一种世界性的文化思潮,进而以其颠覆性的逆转和标新立异态度,迅速将其影响力拓展到文艺领域之外,深入哲学、心理学、法学、传播学等诸多领域。进入20世纪90年代,受新技术革命及其他人文学科的共同影响,我国新闻传播界的后现代化过程经历了由隐性到显性、由模糊到清晰的嬗变,如今已逐渐形成一股蔚为壮观的潮流。体育报道更因竞赛固有的生动性、趣味性及报道的时效性强,受众群体广泛,写作手法灵活等特点,成为国内新闻传播革新的先驱者。后现代主义学说对传统的决绝态度和天然的价值消解策略,在当前的体育报道中得到了非常明显的反映,使当代体育报道显示出许多与传统体育新闻迥异的特征。

一 电视带来后现代的曙光

信息传播进入到电子媒介时代后,体育报道与人们的联系日益密切,逐渐摆脱了非得有阅历或有趣才能欣赏并了解其中滋味的窠臼,发展成为其日常生活的一部分——电视大规模介入体育报道,

表面上只是增加了一种传播媒介而已,但实际上恰好是电视直接推动体育报道进入了后现代时代。

“媒介即是讯息”,加拿大传播学奇人麦克卢汉这一论断提出后在学术界引起轰动。他自己对此是如此阐释的:“所谓媒介即是讯息只不过是说:任何媒介(即人的任何延伸)对个人和社会的任何影响,都是由于新的尺度产生的;我们的任何一种延伸(或曰任何一种新的技术),都要在我们的事务中引进一种新的尺度。”[1](33页)“媒介即是讯息”,因为对人的组合与行动的尺度和形态,媒介发挥着塑造和控制的作用[1](34页)。拓展开来,这一观点在文艺学中得到了积极的呼应,形式主义学者就主张打破传统的“形式反映并依附于内容”学说,使形式成为读者接受作品(文本)时首要的观照,“艺术是一种体验事物创造之方式,而被创造物在艺术中已无足轻重”[2](15页)。而后的新批评派学者同样器重形式,他们干脆把形式当成文学的命根子,没有形式,就没有文学,而内容是从形式中产生的:“文学是以形式组成的自足的实体,内容或与形式无关,

收稿日期:2005-04-20

作者简介:虞继光(1971—),男,湖南张家界人,四川师范大学文学院教师,文学博士,复旦大学新闻传播学博士后;

彭立(1958—),男,重庆市人,四川师范大学文学院教授。

或附丽于形式,或从形式中产生”[3](210页)。

有了这些理论基点,电子媒介(以电视为代表)与以往的印刷媒介(以报纸为代表)对受众的影响便迥乎不同:电视的意义,并不单单在于其传递信息的直观、快捷、广泛,而且还在于其视听双通道、“高保真”的技术特点,利于以各种方式组织加工各类信息,通过对现实世界的视听多维复现,使信息传递更为集中、顺畅、易受。因此普林斯顿大学经济学家弗里茨·马克卢普在其1962年出版的《知识产业》一书中,将以电视为代表的大众传播媒介归结为信息增殖机构,而非如电话、邮政系统那样的单纯信息传递机构[4](105页)。

分析电视和报纸产生的信息增殖功能,二者相去甚远。报纸以文字为传播介质,其信息传递过程是借助传者的信码编制(编码)和读者的信码解读(解码)来完成的,两者的信息同构建立在对符号的相同理解之上,于是读者被要求具有相关的实践和阅历。如果读者缺乏了解某一体育项目所必要的知识和经验,便不足以解读文章中蕴含的详细信码,于是不免会跳过表层符号,从中发掘更深层次的涵义,为自己的阅读和欣赏寻找理论支点。原国家体委副主任徐才对此有经典的论述:“在世界上还存在国家的状态下,体育是和平时期以对抗的形式出现,最能激发人们爱国主义感情的一个事物。”[5](《序言》)当人们潜意识中把体育竞赛看作一项促进爱国主义的活动时,便会不自觉地忽略其中的具体内容,而将其升华为一种精神力量,这种“大体育观”一直以来都被国内的体育新闻工作者看重,“我们的体育新闻工作,要抓住体育竞赛会产生深远社会影响这个重要之点,进行宣传。通过宣传给人以爱国主义、国际主义、革命英雄主义和良好的思想情操、组织纪律和意志品格的教育”。反倒这一点很容易被读者解读,如此的结果便是人们将体育竞赛和体育人物“异化”,将他们及其活动视为为国争光、弘扬民族精神的行为,自然导致人们对他们的崇高意识,反而抛弃了体育竞赛最基本的层面,即它首先是一种身体活动、体育娱乐。

电视给体育带来的最大变化是它回复了体育竞赛的娱乐性、游戏化本身。“22个人抢一个球”的足球运动风靡世界,人们惊呼:“足球转动了地球!”其实质已经与印刷媒体时代的爱国主义无关了,观众真正感兴趣的是其游戏本性,即运动员对自身体力、

精神意志等各方面的充分发掘、借比赛最大展示人的潜能。这首先得益于电视的传播特性——它采用双通道传播形式,同时传送图像和声音,可以把现场情景直接传达给广大观众,让他们同步感受竞赛的震撼力。这完全超越了单纯的文字符号与音像符号的差别,带给受众一种全新的信息感觉——电视最大的特性是形象、直观性,直接作用于观众的感性认识,我们看到足球赛精彩纷呈、田径较量风驰电掣,体味到的是运动员水平高、技术好,在对运动极限的挑战中凸现自身的美感。这是一种自然属性的美,也可谓“纯美”,极大地区别于阅读文字报道后生发出来的崇高美——那是一种社会属性范畴的美,两者带来的最大差异,就是通过电视报道,观众消解了以往的崇高美,这对于后现代而言是一个非常重要的理念。

这就是对麦克卢汉“媒介即是讯息”论断的最好注脚,因为媒介形式的差异,即使它们传达相同的信息也会给受众带来迥乎不同的感受,文字介质不直接传递景象,而是传递符号化的意念,受众在解码过程中通常辅以必要的想象补充其所得的信息,如此便形成理性认识优先的局面,特别是缺乏阅历的人,无法直接还原传播信码中的所指信息,只能借助于联想来充实信息,使之完整化;而观看电视则是直接获取音像信息,无须进行符号转换,其形象、逼真的特点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,形成最接近事物本身的具象。归结到体育上,文字和图像的本质区别其实就来自于它们的传播方式,在新中国建国初期的体育报道中,也不乏非常生动、具体的写实性报道(当时的特色就是长篇通讯占主导地位;即使消息也明显通讯化),如郭超人的著名通讯《红旗插上珠穆朗玛峰》,文中有详尽的登山过程描述,在文字作品中几乎到了极致,读者(尤其是那些从未参加过登山活动、缺乏这方面阅历和经验者)阅读该文章后得到的印象是人的精神的伟大;20多年后的1988年5月,中央电视台也曾直播过中国、日本、尼泊尔三国联合登山队登顶珠峰的过程,通过跳动的镜头,观众见到的首先是自然界的伟大、珠峰的雄奇,人在它的面前何其渺小,虽然不可能就此抹灭登山者的勇气、胆略,但两者的感受已是相去甚远。

美国传播学者拉潘姆根据麦克卢汉的理论,对文字和电子媒介的差别列举了一套反义词:当文字

是“激情式真理”时,电子媒介对应的是“真理式激情”;而当文字是“权威”时,电子媒介是“权力”;前者是“怀疑”时,后者则是“确信”。总体而言,前者为“有阅历”,后者则为“无阅历”[1](18页)。如果这还不足以清晰地说明一些问题,另外两个对应词也许就能彰显一切:文字是“主动性”,电子是“反应性”;文字是“中心”,电子是“边沿”[1](5页)。由此,麦克卢汉显示了他作为传播学怪才的杰出一面,从诸多外观类似的元素中提取出特殊因素。将电视定位为“参与度高的凉媒介”,意即在电视报道中观众首要关心的是原生态、开放性的图像,而非意指性强、约定程度高的文字,因此其表达具有多重性,没有固定的语意约束,也不对观众确定所谓的“中心”意指,观众可以根据个人的感知任意解读其中的涵义,得到多样化的结论。这一“去中心化”的特性最能体现电视及其他电子媒介的特色,因此麦克卢汉直接将电子媒介定性为后现代。

二 文字报道抗争的必然选择

当然,我们并不能简单地在体育传播“电视时代”与“体育报道后现代”之间划上等号——在电视大规模介入体育报道并取得一定的主导地位后,体育报道便自动进入后现代时期了。真正重要的是,作为后现代产物的电视引发了一场“多米诺骨牌效应”,从而在体育报道领域形成了一个“理论链条”,使其各个部分都包容到后现代的范畴之内。

体育报道后现代的前提无疑是电视大规模进入乃至在体育报道中占据一定的主导地位,由此引导文字报道展开变革,其实以报纸为代表的印刷媒体首先并没有考虑同样采取后现代的“去中心化”策略,而是更多地把宝押在了深度和广度两个方面。

最早的体育报道竞争,是双方理论学者展开的:“我们电视就是快,分秒不误。你们报纸不能和电视竞争,连试都不用试。但如果说到对新闻进行详尽的报道,那我们连上场比赛的资格都没有。电视本身的特点使得这样做根本不可能。”[6](168页)似乎两者在报道的面上就分野了,恰如两条道上的火车,根本用不着担心“撞车”。体育新闻界许多人士也把“深度”和“广度”当成文字报道对抗电视的主要武器:“电视摄像机拍摄角度会很好,还有专家解说,有重播慢镜头……电视摄像机所注意的是球,不是人……”[7](310页)那时文字报道给自己提出的解决手法基本上还是技巧方面的改良,并没有涉

及根本的理念更新。即使到了1994年,世界杯的新闻硝烟已非常浓郁,国内一些新闻界人士仍坚信电子媒介和文字媒介存在着本质性分工:“从速度、形象、直观、现场感等方面比较,报纸不如电视,这是电视的优势。但是电视却不报道比赛的内幕,这是电视的劣势。报纸的作用就在于扬长避短,可以报道许多电视上看不到也无法表现的新闻。报纸为我们认识和了解世界杯,提供了一切机会,从世界杯报道的深度和广度上看,报纸的优势远不是电视比得上的。”[8]

但是,电视逐渐消解了文字报道的深度优势,大众传媒如今重新界定着传播,并打破了表层与深层二元对立的深度模式。传媒以一种“真实的内爆”使出现于屏幕的图景等同于在场的真,这种“真实”使人停留在画面的切换上,镜头代替了任何批判理论模式,因为符号已不再指涉外在的世界,仅仅指涉符号本身的真实性和符号系统的真实性[9](389页)。伴随着电视画面及专家、嘉宾的解说,观众便认为其看到的就是“在场的真”,他们为自己设计的任务便是解读其所见的能指意义,而非深层的表征意义。正如传媒界人士所言:“在多数时间,媒体在告诉人们该怎样想时可能并不成功;但它在告诉它的受众该想些什么时,却是惊人的成功。”[10](248页)传媒的这种“议程设置”方式直接为受众确定了思维的起点,让他们关注同一个事件,但并没有给他们提供最终的结论,也即为他们确定所谓的“意指终点”,这恰好与先前的文字报道给读者确定精神的终极目标相反,给受众以充分的空间发挥个人主观意志,不要求大家“殊途同归”,这便是典型的“去中心化”,也即从“中心”走向“边沿”的最好注脚。

印刷媒体要在新闻竞争最激烈的体育报道领域与电子媒体争夺话语权,要么另外创造一套全新的话语系统,要么采取“拿来主义”,借用对方的话语机理,并应用得更加巧妙。经过实践的阵痛和反思,文字报道终于迈向后现代的领地,逐步抛弃以往的精神定性分析模式,回归体育的本体性阐释,使之从崇高的中心迈出来,走向娱乐、游戏的边沿,把真正的体育美直接显现给受众。即使王庚虎先生所推崇的“报道内幕”,其实也应归入“消解崇高”的范畴,毕竟它们的任务是将赛场外的信息传递出来,这些信息许多时候是人们意念中的“负面新闻”,无助于增进受众的崇高感,其主要功能是传达体育本身的

信息,增强受众的知情能力,不强迫他们去接受某一观点,而是帮助他们增加对情况的了解,做出自己的判断。

现代社会的消费主导地位也是直接引导体育报道后现代化的重要因素。从一定意义上说,市场经济就是消费经济,人们的物质、精神文化消费在很大程度上得到提升和张扬,并因此反作用于社会生产,促进社会财富的更大丰富。在这个大前提下,体育日渐成为一项消费,而媒体也在逐渐向消费品的范畴靠拢,实现其信息服务的基本功能。

体育的消费化倾向在本质上表现为体育项目的职业化过程。以前在我国,体育是一项事业,它留给人们的印象自然是一个有意念性目的的活动,其终极精神目的是弘扬其中蕴涵的体育精神,正如徐才先生所言,它带给人们的结果是同一化的。而进入职业化的范畴后,体育担负的意念性功能弱化了,其本体性功能却强化了,人们逐渐过渡到为娱乐、观赏而看体育竞赛,体育迷及其他观众认知的起点是同一性的体育运动,但他们的欣赏目的却是不一样的,也就是从不同的审美观出发,所得到的观感必然各不相同,这便是常说的边沿化结果,其主要体现是结论的多样化。体育报道自然也要遵循这一规律,把自己的形式(报道)及其内容(体育运动)都纳入社会消费的范畴,其报道因此变成了寻求消费者的“特定商品”,满足消费需要便是其最根本也是必须的要求。根据接受美学的观点,读者的阅读已经构成了文本创作的一个重要环节,提供信码清楚、容易让读者解读的文本才是报道的要诀,以往的体育报道之所以把人们的接受心理导向超文本的“体育精神”,除去其符号所指带有极大的引导性、会使人得出意念方面的结论外,文本自身的闭合性也是造成阅读效果大同小异甚至千人一面的重要原因。而在媒体消费时代,媒体的报道逐渐化解了精神指归,回归提供信息的层面,文本因而形成开放性的结构。

三 文字体育报道后现代的具体表现

随着体育游戏化的观念日渐深入人心,体育报道的外延逐步扩展,许多过去没有的新形式、新内容都加入了体育新闻的范畴。文艺界在后现代化进程中形成了许多属于自己的话语方式,文字体育报道的后现代也是伴随着诸多全新的形式展开的,其中最突出的特点是摒弃了先前垄断体育新闻界的定性分析方式,进入了本体性阐释的阶段。这可以从美

国解构理论家米勒“解构式阅读策略”上得到印证,即文本的意义有生产性,会不断产生出新的意义来;在任一文本中,总会寓有彼此矛盾的意义,容许你做出多义性的诠释。

根据法国后现代哲学家利奥塔德总结出的“后现代文化精神”,现代美学属于崇高的美学,它对那不可表现之物以无内容的形式表现出来,这就是我们常说的“言不尽意”,许多能指意义需要读者在阅读过程中品味。而后现代是在现代中,以表现自身的形式使不可表现之物表现出来,其理论根基来源于解构主义。法国人巴尔特认为文本的语词符号不再是明确固定的意义实体,语言中每一所指的位置都可能被其他能指取代,它们可以互相指涉、交织、复叠;文本中出现的虽只是有限的能指符号,却像水珠般折射出无边际的所指大海,文本本身只是开放的无穷无尽的象征活动,任何意义只是这一活动过程中即时的、迅速生成又迅速消失的东西。后现代就是在如此理论前提下,不再追求形式的优美愉悦,也不再凭借趣味上的共识,去达成对永难企及之物的缅怀。

从这些基本观点出发,许多学者都对后现代文本的特征作出了归纳,虽然各有侧重,但内容大同小异,总结起来大致有:张扬非理性;削平深度模式,导向平面感;艺术游戏化;艺术与生活的界限消失等。在后现代学者的眼中,文化空前扩张,先前的高雅文化与通俗文化、纯文学与俗文学的界限缓慢消失,商品化的逻辑浸渍着人们的思维,文化也未能幸免,最终从过去那种特定的文化圈层中扩展开来,彻底置身于人们的日常生活,并成为诸多消费品的一个类别。

台湾佛光大学教授孟樊在一篇论文中归纳了我国台湾地区后现代诗的几个特征:1. 文类界线的泯灭,2. 后设语言的嵌入,3. 博议的拼贴与混合,4. 意符的游戏,5. 事件般的即兴演出,6. 更新的图像诗与字体的形式实验,7. 谐拟大量的被引用[11]。当然,这些特征不可能也不应该被套用到后现代化的体育报道中去。但是,以不连续的文字符号建构出有别于传统、不具意指的语言系统;表现方法不依赖时间逻辑,而靠并时性空间关系的突出,景物与景物间、事件与事件间,因互不相属而留下联想的空间;要求读者参与游戏,读者可以在作者有意缺漏的地方填入不同的意符而产生不同的意指等方面,如

今的体育报道在许多方面与所谓的后现代诗存在惊人的相似之处。

从分类报道而言,体育评论最具有后现代特征,它与过去传统的体育言论差异也最大。提起当初的体育言论,不妨援引美国学者杰克·海敦的话:

体育版登的解释性稿件越来越多。他们采用的体育稿比过去更加严肃,分析性稿件增加许多,它们常常涉及与体育有关的社会、经济和政治问题。

体育版现在刊登更多分析胜利的“原因”的稿件,引用更多的谈话,枯燥无味的纯比赛报道比过去减少,因为比赛本身许多人在电视上看到了。[7](299页)

即使到了20世纪末期,国内一位记者采访法国世界杯足球赛归来,仍撰文大力赞扬评论的地位:“世界杯期间,我们注意到法国媒体的评论和访谈类节目内容最多,也最吸引人。各家媒体对比赛本身的报道大同小异,只有从评论和访谈类栏目中才能看到独到之处。报纸更是特别重视评论栏目的位置和分量,多数报纸的体育版特别是世界杯专版的头条都是评论文章。体育新闻的受众在得到信息量和时效性的满足后,仍然渴望了解专家的看法、内行的评价。我们应努力培养学者型的体育新闻主持人和评论员。”[12]一位外国体育记者也说过:“记者的成败,最后就取决于他这种独立判断的准确程度。”根据这些实践和理论,言论的确得到了高度的重视,但其定位和作用与今天却存在本质的差别:当时理解的体育评论,实质上是对比赛的深化,通过对比赛内外各层面因素的分析、判断,提炼出一些带有经验、精神性的原则和理念来,目的是为受众提供精神指归,强调理性和深度,最忌讳的便是平面感。但是,恰恰这个模式成为阻止体育评论走向后现代的最大障碍,当今的体育言论首要任务便是消解深度,使之回归平面感,换言之就是消除以前居高临下的话语模式,不再把自己放在指导、教育受众的地位,抛开“读者导师”的身份,将作者与读者摆在平等的位置,使文章能在同一个层面上建构并被解读。

国内最早的后现代体育评论大概要算20世纪90年代初出现的“武侠模式”化言论,它首次摒弃了以往常见的精神指归,代之以游戏化的话语,给读者带来了全新的感觉。它虽然削弱乃至消解了理性模式,但仍凭借其语言本身的丰富性、趣味性而赢得读

者的喜爱。从1981年《人民日报》评论《学习女排,振兴中华》到中国新闻社王俊的诸多言论,再到李承鹏新出的集子《手起刀不落》,基本上体现了这个趋势,“元叙事”逐渐被化解,同一性的意念指向悄然隐去。蕴涵在文本深处的内容此时已不再是读者阅读过程中观照的重点,而文字自身的生动、风趣及强烈的张力反而被读者注意,形成文本的最基本要素。因其文本具有极大的开放性品格,读者的解构式阅读便获得很大的空间,他们对文本意义的重构也随之具有极大的自主性,先前体育评论中的那种“终极指归”消失了,接受型阅读的结果是导致了多向性的意符诠释,这就是“去中心化”的实际效果。

其他的文字体育报道似乎没有评论那样更能凸现后现代的品质,但在很大程度上它们也在与后现代接轨,至少是努力靠近后现代化,最突出的特点是它们艺术化和信息加工的成分减少,更接近于生活本身。早先的新闻(尤其在)具备浓厚的宣传特性,能否弘扬体育精神在相当程度上决定着体育报道素材的命运,当信息的特点与宣传的要求冲突时,信息总是服从于后者的。如今,体育报道的革新,笔者以为其最大的变化是恢复了信息的决定性地位,从满足读者和受众体育信息消费的角度出发,媒体拓宽了报道面,增加了信息量,也就在很大程度上削弱了体育界人士的神秘色彩,通过立体化的报道还其以平面化的本性。近几年报纸上先后浓墨重彩报道的“深圳队球员昆明招小姐”、“黑哨事件”等新闻,在前些年是很难被允许见报的,毕竟它们不符合一些附着的精神指归,而现在它们由于具有新的信息量,且符合读者的“偷窥心理”,反倒成为关注度颇高的体育新闻。

也正因为当前体育报道的转变幅度太大,许多人士、包括部分专家都对淡泊精神指归的体育新闻感到“看不懂”,在他们看来,体育报道仍应成为人民群众的重要精神食粮之一:“体育与体育新闻,都是一种文化。体育运动显示的是:人类向自身的极限挑战,不断战胜自我、超越自我、追求自身的至善至美,这是体育运动所展示和张扬的精神,也正是体育运动成为全人类共同文化的基础。……笔者认为,有些从事体育新闻报道的人员唯恐缺乏斗殴、自杀、赛场暴力、教练下课、名人婚变等‘猛料’,全不顾报道真实、客观公正、弘扬文明等新闻职业道德要求。”[13]张骏德教授作为国内知名学者,提出的问

题确实有一定针对性,对改进体育报道有较大指导意义,但文中部分观点尚没有融入“体育媒介消费”的范畴,而今的受众喜爱体育新闻,并非要接受更多的教导,而是要获取大量的信息,因此所有对普通受众而言“应知、欲知而未知”的信息皆应该报道,并不在于它们是否能直接彰显体育精神,也不要求它们一定有完美的报道形式,或在审美意识上达成默契与共识。

前面对比了所谓的后现代诗与后现代体育报道的相似之处,二者都是艺术生活化、文化通俗化的产

物。但是,毕竟两者存在本质的区别,诗歌的着眼点是为意念中的事与物,其本在“虚”;而报道的立足点却在生活中的人和事,信息是报道的基石,其本自然在“实”。此外,诗以言语的张力而生出多义性,报道则是凭借事实的阐释,更多地是把事实本身的丰富性摆在读者面前,任由其见仁见智。因此,在后现代文字游戏中,体育报道上可堪采用的手法自然较诗要少许多,但其破解形式的完美化、消解中心的闭合性、削弱深度模式等形式及其附丽的内容均体现了后现代的基本主张。

参考文献:

- [1](加)麦克卢汉.理解媒介[M].北京:商务印书馆,2000.
- [2](苏联)什克洛夫斯基.关于散文理论[M].苏联作家出版社,1984.
- [3]胡经之,王岳川(主编).文艺学美学方法论[M].北京:北京大学出版社,1994.
- [4]陆晔.电视时代[M].上海:复旦大学出版社,1997.
- [5]中国体育新闻学会(编).体育新闻论文选[C].1985.
- [6](美)杰克·海敦.怎样当好新闻记者[M].北京:新华出版社,1984.
- [7](美)丹尼尔·威廉森.特写写作技巧[M].北京:中国新闻出版社,1988.
- [8]王庚虎.从世界杯报道看报纸的作用[J].新闻与写作,1994,(11).
- [9]朱立元(主编).当代西方文艺理论[M].上海:华东师范大学出版社,1997.
- [10](转引自)(美)沃纳·塞佛林,小詹姆斯·坦纳德.传播理论 起源、方法与应用[M].北京:华夏出版社,2000.
- [11]孟樊.台湾后现代诗的论述[A].海峡两岸《多元文化语境中的文学》学术交流会.四川大学,2002,3.
- [12]尹波,等.体育报道还有独家新闻吗[J].中国记者,1999,(11).
- [13]张骏德.体育新闻报道应弘扬什么[J].新闻记者,2002,(7).

Post-Modern Trend of China's Sports Report

TUO Ji-guang, PENG Li

(Chinese Institute, Sichuan Normal University, Chengdu, Sichuan 610068, China)

Abstract: Post-modernism, a current pattern of news dissemination, gradually penetrates China's journalist practice. Sports report, due to its elastic style, takes the lead in post-modernization, starts an overthrow of traditional values, and arouses the audience to participate in the construction of a new sport reading pattern.

Key words: journalist theory; sports report; post-modern

[责任编辑:唐 普]