

一场“后电视时代”的奥运会

被疫情拖延一年的东京奥运会终于落幕了，中国代表团取得了骄人成绩，中国人用实力把世界数一数二的体育强国的位子坐得稳稳的。

因为疫情防控的原因，让比赛现场几乎没有观众，没有我们熟悉的属于奥运的鼓掌、欢呼、人浪、拥抱。这让这届奥运会传播更有“网络实验”色彩，一个手机屏上的奥运会，从坐着看奥运，变成躺着看奥运。

首先，电视作为观看奥运会的重要渠道断崖式下降，德国的电视收视率比2008年的北京奥运会足足减少了73%，美国奥运转播商NBC的数据显示，奥运会的开幕式只吸引了1300万的收看人数，创下33年最低。另一方面，则是人们更依赖于短视频、社交媒体观看（参与）这一届奥运会。

短视频的非直播、碎片化、强信息干预、强主观色彩的特征，给奥运会带来了什么？或者说，“后电视时代”的奥运发生了什么？

奥运会本应是放下手机的好契机，观众屏息凝神守候在电视前，看着选手一厘米一厘米地搏杀，0.1环0.1环地拼搏，一秒一秒地坚持，有些冗长，也会突然发生戏剧性翻转，但你完全不知道高潮在哪里，不能快进，不能5倍速，没有剧透。

你打开电视，以为是一场乏味的田赛，毕竟这个项目就从来没有听说有中国运动员取得过好成绩。一个中国姑娘上场，一掷，标枪缓缓飞行，突然解说员兴奋地大喊，中国获得一枚突破性的金牌，一个叫刘诗颖的中国姑娘在此时创造了历史。那一刻可能回味终生，让你记得那枚金牌，记得那个夏天，记得那个夏天里的人。这种基于电视直播的线下场景，极大丰富了我们观看比赛的体验——除非你能去现场。

再比如，2012年，伦敦奥运会，我在办公室里

和同事一起看了刘翔因伤退赛的直播，那时全房间都蒙了，和体育解说员一样，不知道如何“定义”正在发生的场景，而隔壁体育部的同事，已经提前半拍发出了绝望的喊叫。那个夏天，成了生命的一部分。

短视频分发的奥运比赛，必然是事后、重加工、挑动情绪的。你看过的海量的“阴间开幕式”的吐槽，很多根本就不是开幕式里的表演；闭幕式里五环标志上的那只蛾子，成了流量明星；你的注意力阈值越来越小，小到在手机上没有耐心看完苏炳添的9秒83。

在流量加持之下，你看到了一个更冲突、更撕裂、更细节、更碎片、更让人情绪波动的奥运。“电视时代”的奥运，并非没有这种调侃、嘲讽，只是这届奥运观众失去了“在场性”，电视转播的公共传播责任让位于分发机制的流量为王，曾经的“非主流”登堂入室，变成了主流。

美国埃默里大学的马克·鲍尔莱写的《最愚蠢的一代》，被

喻为得罪8700万美国青年人的书，里面说道，现代年轻人沉迷于互联网的碎片化信息，失去对常识的理解。他说：“一个人成熟的标志之一就是，明白每天发生在自己身上的99%的事情对于别人而言根本毫无意义。”我想补充一句，你在手机流量里看到的奥运，可能99%与体育精神无关。

“后电视时代”也让观众通过社交平台，和运动员有了更多对话、交流的可能。我们看到了，运动员一说喜欢保温杯，微博上各家国字号企业就纷纷献出黑科技的保温杯；运动员一说喜欢辣条，就有人送上了一箱箱的辣条，宠溺的氛围溢出屏幕。当然，互联网社交也会带来负面性，比如失利的女运动员被网暴，有人跑到全红婵的家门口蹭流量、做直播，吵出口水一摊。

我很怀念那些电视前观看奥运的日子。📺



沈彬

专栏作家

Columnist

假装专家，低空观察

你在手机流量里看到的奥运，可能99%与体育精神无关。