

· 传 播 学



The Construction of China's Sport Media Service System



中国体育媒体 服务系统的构建

易剑东 主编



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

浙江大學出版社



中国体育媒体 服务系统的构建

易剑东 主编



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

浙江大學出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国体育媒体服务系统的构建 / 易剑东主编. —杭州:
浙江大学出版社, 2006. 9
ISBN 7-308-04962-0

I. 中... II. 易... III. 体育—媒体—研究—中国
IV. G80-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 118876 号

责任编辑 李苗苗 李海燕

封面设计 俞亚彤

出版发行 浙江大学出版社

(杭州市天目山路 148 号 邮政编码 310028)

(E-mail: zupress@mail. hz. zj. cn)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

排 版 浙江大学出版社电脑排版中心

印 刷 杭州杭新印务有限公司

开 本 787mm×960mm 1/16

印 张 17.25

字 数 292 千字

印 数 0001—3000

版 印 次 2006 年 9 月第 1 版 2006 年 9 月第 1 次印刷

书 号 ISBN7-308-04962-0/G·1131

定 价 25.00 元



易剑东

1969年生于江西省丰城市，教育学博士、北京体育大学教授、体育传媒系主任、奥林匹克文献信息中心副主任、中国体育科学学会体育新闻传播分会常委兼副秘书长、中国传播学会体育传播专业委员会副主任委员兼秘书长。先后独立撰写并出版《足坛至尊——阿维兰热传》、《体育文化》、《体育文化学概论》、《武侠文化》、《武侠》、《汉城猎黑豹——国际奥林匹克反兴奋剂斗争》、《中国体育经济史》、《社会资本与企业成长——对当代中国体育用品企业的研究》、《五环一剑——我的奥林匹克观》、《体育文化学》10部著作和参与其余近10部著作的写作。多次担任中央电视台体育节目的策划、顾问、撰稿人，曾在《北京青年报》、《新京报》、《人民日报·市场报》等开辟奥运随笔专栏。个人网站：<http://www.yijiandong.com>。

统计表明,美国多数职业球队俱乐部的媒体服务人员已经占到俱乐部工作人员总数的10%以上,媒体服务的内容和形式更是丰富而规范。与此同时,各类大型国际体育赛事新闻中心的设置与运行也成为常态。北京2008年奥运会以及由此掀起的中国举办国际体育赛事的热潮必将加速中国体育赛事管理的国际化和规范化进程,媒体服务理念、制度和形式的嵌入是这个进程中绝对不容忽视的重要环节。中国体育媒体服务系统的构建已经刻不容缓!

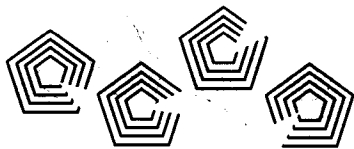


The Construction of China's Sport Media Service System ■



目 录

001	绪 论 生生和谐 死死相依
	——中国体育媒体服务系统的构建论
002	什么是体育媒体服务系统?
019	为何要研究体育媒体服务系统?
037	怎样研究体育媒体服务系统?
	第一篇 体育信息主管产生的历史背景与发展现状
061	第一章 体育信息主管产生的时代背景
063	第一节 美国大众传媒需要体育
067	第二节 美国体育需要大众传媒
071	第三节 公共关系理论对美国体育界的影响
076	第二章 CoSIDA 的创建及其相关事务的运作
077	第一节 CoSIDA 的创建历程与组织章程
080	第二节 CoSIDA 重要事务的运作
086	第三节 CoSIDA 的人员构成
090	第三章 体育信息主管的工作状况
091	第一节 体育信息主管的职责及其与媒体的关系
093	第二节 不同级别体育组织中体育信息主管的工作背景
097	第三节 体育信息主管在发展中面临的问题



目 录

第二篇 体育信息主管的地位与职能

第一章 体育信息主管的基本职能

105

第一节 信息管理的职能

106

第二节 形象塑造的职能

109

第三节 组织沟通的职能

112

第二章 体育信息主管在不同体育组织中的作用

119

第一节 体育信息主管在行政管理型体育组织中的作用

120

第二节 体育信息主管在经营管理型体育组织中的作用

122

第三节 体育信息主管在公益服务型体育组织中的作用

125

第三篇 中国体育与媒体关系的演进与体育信息主管的嵌入

第一章 中国体育和大众传播媒介的发展阶段

131

第一节 中国体育发展的三个阶段

133

第二节 中国大众传播媒介的发展

137

第三节 大众传播媒介——体育组织的“挑战者”

141

第二章 中国体育组织与传媒组织关系的演变

145

第一节 体育组织与传媒组织“兄弟式”协作关系

146

第二节 体育组织与传媒组织“朋友式”合作关系

148



目 录

153	第三节 体育组织与传媒组织“伙伴式”竞合关系
160	第三章 新闻实践中的尴尬及体育信息主管对中国体育管理体制的嵌入
162	第一节 中国体育组织与传媒组织在新闻实践中的尴尬
175	第二节 体育信息主管(SID)对中国体育管理体制的嵌入
	第四篇 中国体育媒体服务系统构建
	——硬件与软件的配备
189	第一章 体育媒体服务对象的需求与构成要素
190	第一节 媒体服务需求分析
192	第二节 媒体服务的构成要素
200	第二章 体育媒体服务的提供系统
202	第一节 体育媒体服务系统的构建
204	第二节 SID——体育媒体服务提供系统的重要组成部分
214	第三节 媒体服务蓝图的建立
217	第四节 媒体服务提供系统的运行架构



目 录

第五篇 体育信息主管的素质

——媒体服务系统的活件塑造

第一章 体育信息主管的素质	223
第一节 确定体育信息主管素质的理论依据与现实基础	224
第二节 体育信息主管的素质	235
第二章 体育信息主管的培养	246
第一节 美国大学中体育信息主管(SID)的专业背景	248
第二节 培养体育新闻发言人的时代背景及培养内容	251
第三节 体育新闻发言人的培养方式	254
第三章 体育信息主管的职业资格认证	261
第一节 体育信息主管(SID)的职业素质测评	262
第二节 体育信息主管(SID)与体育组织之间的能岗配置	264
后 记	268



绪 论

生生和谐,死死相依

——中国体育媒体服务系统的构建论



什么是体育媒体服务系统?
为何要研究体育媒体服务系统?
怎样研究体育媒体服务系统?

2006年7月12日晚,在北京体育大学奥园餐厅的一个包间里,当我和来自美国芝加哥大学的一位主管学术和社会科学硕士课程的系副主任、国际奥林匹克知名专家 John J. MacAloon 提到美国职业体育的媒体服务系统时,这位精神矍铄的老人流露出兴奋的表情,特别是听到“Media Service System”这个词组时,这位学者立刻来了兴致。那一刻,媒体服务系统这个词组成了我们交流的纽带。

2006年6月的一天,我和美国 Ithaca 大学的体育媒体与管理系主任见面时,我们依然聊到了体育媒体服务。这次我们的主要话题集中在 Sport Information Director 和 CoSIDA(The College Sports Information Directors Association),我获得了一种久违的终遇知音的享受。

2006年4~7月,北京奥运会组织委员会媒体运行部的六位专家和新华社体育新闻编辑部主任高殿民在北京体育大学进行了以“奥运会媒体运行”为主题的七期讲座,全面而系统地阐释了奥运会媒体服务系统建构的必要性、可行性及其内在元素。



现在,我要为我的五个研究生完成的硕士学位论文聚合而成的这本教材写一篇绪论,心头既有破茧待出的期待感,又有艰难分娩前的阵痛感。我需要遵守严格的科研规范,来把我认为极端重要、不少人完全忽视乃至轻视的体育媒体服务系统和盘托出,献给大家,献给所有对于中国体育体制的完善和中国新闻管理制度的健全、中国和谐社会的建立抱着期望的人们。下面我们从操作定义与现状描述、意义阐释与研究综述、理论基础与研究方法三个层面六个方面来展开。

什么是体育媒体服务系统?

体育媒体服务系统是一个复杂的系统工程,对它的阐释建立在对一系列相关概念的定义和现实状况的考察基础上。只有给出一套完整的相关概念的操作性定义,并且对现实运行状况进行描述,我们才能真正认识什么是体育媒体服务系统。

一、操作定义

(一)信息主管

信息主管(Chief Information Officer ,CIO)是最近几年来在中国崛起的一个新的职业群体,是高度发展的信息技术提出的要求,是不断增长的组织信息处理任务的产物。在全球化竞争的压力下,各类组织纷纷制定自己的信息化战略,开始寻求熟谙信息化策略的设计人才。然而,信息科技人才通常不了解产业知识与公司流程,详悉公司策略和流程的经理往往对电脑网络束手无策,正是在这种背景下,CIO一族脱颖而出。

中国信息协会信息主管(CIO)分会(简称 CIO 分会,英文名称 China CIO Association,缩写为 CCIOA。网站:www.ccioa.org)于 2002 年 12 月 16 日经原国家计委报民政部批准成立。CIO 分会是中国信息协会下属的分支机构,由企事业单位的首席信息主管、各级信息产业主管部门有关负责人为代表的集体会员,和在信息主管队伍建设方面有所作为的个人会员自愿组成,是广大信息主管以及关心信息管理人才队伍建设者的组织。

CIO 的内涵是信息资源管理,也可以说是战略信息管理。但是,我国 CIO 能够达到这个层次的还很少。我国 CIO 族群的发展还处于初级阶段,CIO 的真实内涵尚未明确;对这个群体的现状缺乏整体描述和调查;没有建立各层



面的 CIO 交流媒体和空间;没有找到缩小与先进国家 CIO 之间差距的根本途径和方法,目前的 CIO 工作方法无法实现战略信息管理的目标。

体育信息主管显然应该是信息主管的一种。*Media Relations In Sport* 一书对体育信息主管(Sports Information Director)做了明确界定:体育信息主管活动于体育组织和媒体之间,是以为体育组织创造良好的公众形象为主要职责的一种职业。他们将组织的理念和特征转化到报道里并将其积极的组织形象置于公众面前。

这一概念比较清晰地从体育信息主管的基本职能进行了界定,但是说体育信息主管活动于体育组织和媒体的中间,容易引起分歧,我们认为体育信息主管应该是作为体育组织的成员,活动于体育组织和媒体中间,以为公司或者体育组织创造良好的公众形象为主要职责的一种职业。这个工作旨在推广明星和特定的赛事,试图吸引大量的观众和分享娱乐业的收入,还包括传播吸引媒体的信息和通过媒体与公众接触。

从某种意义上说,体育信息主管不是专指某一个人,是一个职业的名称,甚至还是一种制度。它是体育公共关系发展的产物,在英语中与之相关的称谓是“Press and Public Relation Officer”和“Press and Public Relation Chief”,国内一般意译为“新闻发布官”、“新闻负责人”或“新闻发言人”。在 2004 年亚洲杯比赛期间,负责队伍新闻发布会组织等职务的则被称为“新闻官[Team Media Officer (TMO)]”,负责整个媒体管理等职务的被称为“亚洲杯新闻官[AFC Media Officer (AFC MO)],以及 Team Media Liaison Officer (TMLO)”。

目前,在职业联赛比较发达的美国的体育俱乐部或大学、高中运动队都有相应的职位,但名称不同,有 Sport Information Director(体育信息主管,即 SID),Sport Information Specialist(体育信息从业人员,属于 SID 的管辖范围内工作人员),Director of Media Relations,Director of Communications 等等。

体育信息主管(SID)是从 20 世纪 40 年代中期美国大学公共关系联合会的一个体育部门发展而来的,而体育公共关系是在公共关系的发展过程中,因为推广体育和吸引体育迷而产生的。Wiles Hallock 领导了这个由大学体育宣传人员组成的部门。1957 年,这个体育部门脱离了它的父系组织,成立了大学体育信息专家联合会(The College Sports Information Directors Association),简称 CoSIDA。这个组织的第一任主席是宾夕法尼亚大学的体育信息主管 C. Rebert Paul, Jr.。



(二) 体育经纪人

讨论体育媒体服务系统的问题为什么要涉及体育经纪人的概念?

主要是因为这个职业的某些工作与我们界定的体育信息主管有些相重合的地方,或者说两者在职能上具有一定的共通性。

体育经纪人的业务主要包括以下几个要素:以收取佣金为目的,充当委托人与第三人间的订约媒介或为委托人提供与第三人订约的机会,保证委托合同的实施,其代理内容为体育。体育经纪人的业务范围主要有经营体育比赛(包括电视转播权、广告代理、特许使用权开发等),全面代理运动员(代理运动员签比赛合同、进行转会谈判、帮助运动员管理日常事务、财务收支、运动员形象开发等),帮助解决纠纷(参与解决体育活动中出现的经济、法律等方面的问题,或提供咨询服务等)等。体育领域的经纪人有其自身的特点,主要充当的是有关职业体育运动、体育竞赛的订约,以及运动员的培养与交流的媒介。

在借鉴西方国家相对成熟的体育经纪人制度以及中国体育事业飞速发展的大环境下,我国的体育经纪人制度发展较快,目前由于受到制度的掣肘,其发展也受到一些影响。体育信息主管沟通体育组织和媒体机构的职能使它和体育经纪人的关系相当密切,因为二者都具有“中介服务”的角色内涵。体育经纪人的发展无疑也与我国体育媒体服务系统存在着内在的关联。

(三) 新闻发言人

根据我国学者余宗宏等编的《新闻学词典》中的说法,新闻发言人“是指国家、政党、机关团体任命的专职新闻发布人员,其职责是在一定时间内就某一重大事件或时局、问题举行会议或约见记者,向新闻界发表有关信息及意见,并代表有关方面解释或解答记者提出的有关问题”^①。

《辞海》中新闻发言人的条目也是一解释性的定义,与上面的定义类似,只是比较宽泛,认为新闻发言人就是由国家机关、政党或社会团体任命或指定的新闻发布人员。其职责是定期或不定期地约见记者或举行新闻发布会、记者招待会,向新闻界发表有关信息和意见,并代表有关方面回答记者的提问。

大多数学者在界定“新闻发言人”这一概念时都参照或直接引用刘建明主编的《宣传舆论学大词典》中对新闻发言人的定义。即“国家、政党、社会团体任命或指定专职(比较小的部门为兼职)的新闻发布人员,其职位一般是该

^① 余宗宏,宁树藩等.新闻学词典.杭州:浙江人民出版社,1988.83



部门中层以上的负责人。新闻发言人的职责是在一定时间内就某一重大事件或时局的问题,举行新闻发布会,或约见个别记者,发布有关新闻或阐述本部门的观点立场,并代表有关部门回答记者的提问”^①。这个定义是目前我国新闻传播学界对新闻发言人的一个标准解释。

在西方,新闻发言人更像是公关人员,常常被称作“公共信息官员”或“公共事务官员”,是作为一种职业而存在^②。美国与之相关的称谓是“新闻发布官”或“新闻负责人”,其英语原文为“Press and Public Relation Officer”和“Press and Public Relation Chief”^③,直接外化了“公共关系”的目标指向。

新闻发言人的源头可以追溯到1904年。1904年2月,日俄战争在中国境内点燃。当年7月,为扭转新闻报道中的不利局面,日方将许多记者召集到中国长春对战况进行介绍。这次发布会被学术界认为是世界上最早的政府新闻发布会,产生了最早的新闻发言人。19世纪20年代,美国普通民众获得了选举权,30年代,便士报诞生。新闻发言人正是诞生在这样一个政治改革、经济增长、传媒大众化的年代。安德鲁·杰克逊是最早聘用总统新闻发言人的美国总统。20世纪50年代,美国在白宫设立新闻办公室和发言人,标志着设立新闻发言人在美国正式成为一种政治制度。此后,各国政府也纷纷效仿,树立自己对内对外形象。

我国的新闻发言人制度起始于20世纪80年代。1983年4月23日,中国记协首次向中外记者介绍国务院各部委和人民团体的新闻发言人,正式宣布我国建立新闻发言人制度。到1995年,大部分部委都已建立新闻发言人制度。近几年,上海、北京、深圳以及河南、山东、安徽、辽宁、四川、甘肃、吉林、南京、广州、十堰、汕头、重庆、辽阳、青岛、南昌、扬州、石家庄等省市部门也相继实施新闻发言人制度。新闻发言人往往作为调解人,调停政府机构想要在相对保密环境下进行工作与新闻记者要求充分披露政府信息之间的冲突。

20世纪90年代以来,随着我国足球职业联赛的启动和媒体市场改革的深化,体育新闻成为国内媒体发展最快、影响最大的报道品种之一。但与此同时,目前我国体育新闻报道也出现了不少备受关注和争议的问题,一些媒体的报道走入了误区。也就是说我国的体育组织与媒体基本上仅处于一种

① 刘建明. 宣传舆论学大词典. 北京:经济日报出版社,1992. 357—358

② 钟茜. 新闻发言人制度与政府公共关系管理. 中国期刊网. 研究生专论,2003

③ 柳闻. 大众传播词库. 上海:文汇出版社,2000. 444



自然的市场生态依存关系,尚未形成良好的互动机制,才造成媒体与体育组织经常处于一种紧张甚至对抗的关系,足协与媒体之间的恩怨情仇就是典型。为了化解矛盾,减少体育组织在运营发展过程中的“拦路虎”,体育组织的媒体意识加强了,先后出现以冯建明、董华为代表的体育新闻发言人。

CBA2004年赛季,国家体育总局篮球运动管理中心首次建立并推行新闻发言人制度,加强CBA联赛及各赛区俱乐部同媒体间的联系,有效保障媒体的报道权和球迷的知情权。2004年11月6—7日,来自各赛区的13位指定新闻发言人集中在北京大宝饭店上课,课程有《语言技巧》、《CBA与NBA发展分析》、《公共关系》、《新闻发言人制度和职责》等,篮球运动管理中心请的老师有中国传媒大学的博士生导师、中央广播电台的著名播音员、新华社著名记者等人,作为培养对象之一的新闻发言人袁铎说:“讲的都是我们平时用的上,但心里未必很清楚的东西,大家自然听得很认真。在模拟问答中,我和长春赛区的发言人就得到了老师的一致称赞。后来在8日的新闻发布会上,我才有了不错的表现。”^①李元伟对这一制度的设立进行解释道:“媒体既是联赛价值链中的重要组成部分,也担负着社会舆论监督的重要职责,所以我们推出‘新闻发言人制度’,就是要在制度层面改进联赛同媒体的沟通渠道和方式。”国家体育总局篮球运动管理中心竞赛部主任王玄表示:“我们明确规定,新闻发言人对于媒体的采访要求绝对不能出现‘无可奉告’、‘不知道’等类似词语,在实事求是的基础上来满足媒体需求。”

此外,为更有效发挥媒体在联赛价值链中的作用,中国篮协还有意联手有关媒体举行不定期的“圆桌论坛”,共同探讨改革进程中的热点话题。当然,各赛区指定记者与篮球运动管理中心的联系渠道还不畅通,新闻发言人能否实话实说还未得到检验。

如华商网—《华商报》的记者梁军在文章《1234567 新长征路上的摇滚——CBA新赛季概略》中认为“新闻发言人制度不伦不类”,具体表述为:新闻发言人将成为联赛同媒体的沟通渠道和方式。只是新闻发言人的构成理由有些牵强,除了篮球运动管理中心的新闻发言人之外,各个俱乐部的领队也是联赛的新闻发言人,篮球运动管理中心的解释是最大限度地赋予媒体的报道权和球迷的知情权。但这个制度更像是给各俱乐部戴上了紧箍咒,这实际上是让各俱乐部只能发表与篮球运动管理中心一致的看法,而不能表达自己

^① 陕西赛区新闻发言人的东盛俱乐部副总袁铎语。



的见解。这似乎与公众知情权有些背道而驰。这也是这七项变化中最受媒体争议的一项。^①

(四) 体育组织

要谈体育信息主管和体育媒体服务系统,不能不谈体育组织的概念,因为我们所说的体育信息主管就是体育组织内部的一个角色。

组织原本指将麻丝纺织成布,后来被引申为将某种物体的构成要素组合成一个整体。英语中的“组织”源于“器官”一词,指组成系统的、具有特定的细胞结构。社会学意义上的社会组织是指人们为了实现自己的目标,按照一定的隶属关系,有计划、有意识地建立起来的具有相对独立性的群体。如张建东、陆江兵在《公共组织学》一书中认为:组织是具有一致性目标的人们依照一定的原则所建构起来的、相互协作并具有一定边界的社会群体;蒋运通、傅太平在《管理学》著作中认为:组织的含义是指为了实现某种目标,而由具有合作意愿的人群组成的职务或职位的结构。W. 理查得·斯格特在他的著作《组织理论》(*Organizations: Rational, National, and Open Systems*)从理性系统、自然系统和开放系统三个角度界定组织。

对于体育组织,体育界的专家、学者已经给出了大致相同的定义:骆秉全、王子朴在《体育公共关系概论》一书中认为,凡是按照一定体育目的、任务和形式加以编制的集体、机构都可称之为(体育)组织;刘德佩、石岩在《体育公共关系》一书中指出,作为体育公共关系活动主体的体育组织,它是人们按照特定的目标、任务和形式建立起来的协调力量和行动的合作系统。它具有统一的目标、规范的行为、严密的结构,它随社会环境的变化而不断调整自身结构和功能使之与社会相适应,它是由若干要素组合而成的集体;潘肖珏在《体育公共关系》著作中也给出了体育组织的定义,体育组织就是人们有计划、有组织地建立起来的一种体育机构。它有领导、有目标,成员间又有明确的分工或职责范围,还有一套相应的工作制度。

本书将体育组织定义为:通过一定的社会关系结成的有目的、有一定组织形式的、具有结构性特征的体育团体。

(五) 媒体

在不同的学科领域,媒介(Media)有着不同的含义。传播学中的媒介大

^① 梁军. 1234567 新长征路上的摇滚. http://hsb.huash.com/gb/newsdzb/2004-11/12/content_1411625.htm, 2004. 11. 12