



普通高等教育“十一五”国家级规划教材
高等学校教材

SPORTS

体育新闻学

第二版

郝勤 编著



高等教育出版社
HIGHER EDUCATION PRESS



ISBN 978-7-04-029814-7



9 787040 298147 >

定价 43.90 元

普通高等教育“十一五”国家级规划教材
高等学校教材

体育新闻学

Tiyu Xinwenxue

第二版

郝 勤 编著



高等教育出版社·北京
HIGHER EDUCATION PRESS BEIJING

内容提要

本书是2004版《体育新闻学》的修订版,也是普通高等教育“十一五”国家级规划教材。为了适应当前体育新闻人才培养的要求,本次修订主要有以下几方面的变化:其一,为了适应教学的需要,将原第一章中“体育新闻史”和“体育新闻报道”两部分内容单列作为专章论述,并在内容上作了较大的充实和完善。其二,对“体育新闻采访”、“体育新闻写作”、“体育新闻评论”等章节进行了补充和修订,对原有的范文和案例进行了较大幅度的增补和置换,力图反映和吸纳近几年国内外体育新闻报道和研究的重要成果。其三,力图更多地吸取国外体育新闻报道的经验和学术成果,让读者了解国外体育新闻报道的情况,并为教学提供参考。其四,对全书的文字进行了梳理,使其更加准确、精练、全面,以利于教学所需。

本书既可作为体育新闻专业教材,也可作为体育新闻界的学习与参考读物。

图书在版编目(CIP)数据

体育新闻学/郝勤编著. —2版. —北京:高等教育出版社, 2011.4

ISBN 978-7-04-029814-7

I. ①体… II. ①郝… III. ①体育-新闻学-高等学校-教材 IV. ①G210

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第030728号

策划编辑	范 峰	责任编辑	范 峰	封面设计	顾 斌
版式设计	范晓红	责任校对	王 雨	责任印制	朱学忠

出版发行	高等教育出版社	网 址	http //www. hep. edu. cn
社 址	北京市西城区德外大街4号		http //www. hep. com. cn
邮政编码	100120	网上订购	http //www. landaco. com
印 刷	肥城新华印刷有限公司		http //www. landaco. com. cn
开 本	787×960 1/16		
印 张	32.75	版 次	2004年7月第1版
字 数	610 000		2011年4月第2版
购书热线	010-58581118	印 次	2011年4月第1次印刷
咨询电话	400-810-0598	定 价	43.90元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物料号 29814-00



第二版前言

《体育新闻学》第一版出版于2004年。虽然距离第二版的修订仅仅六七年，但无论是中国的体育新闻报道还是体育新闻学术研究以及人才培养，都发生了重要而显著的变化。

回想2004年笔者撰写出版《体育新闻学》第一版时，国内有关体育新闻研究的文章和著述凤毛麟角，几近空白。但从那时起，国内体育新闻学研究如雨后春笋，成就斐然。据不完全统计，从2005年至2010年底，国内出版的体育新闻传播类教材和专著已达四十余种，而发表的有关论文更达八百余篇，其内容涉及体育新闻史、体育新闻理论和各种体育新闻报道业务。同时，国内的体育新闻传播学者还建立了自己的学术组织，不仅每年聚在一起进行有关学术和理论研究，而且还和国外的同行建立了学术联系，一些国外体育新闻传播学的著述也陆续被翻译出版。而这一切，都为《体育新闻学》第二版的修订提供了坚实的基础和必要的条件。

更重要的是，在此期间，中国成功举办了2008年北京奥运会，受到了全世界一致的赞誉。在北京奥运会上，国内媒体与体育记者同体育健儿及奥运会组织者一样，以其整体的实力、杰出的表现和高质量的报道获得了全世界同行的称道，“奥运第二赛场”取得了巨大成功。北京奥运会国内体育记者的报道经验和他们发出的大量一线报道，为体育新闻学研究和体育新闻教育提供了丰富的矿藏，也为本书的修订提供了极为珍贵的范文和案例。

《体育新闻学》第一版出版后，在体育新闻业界和新闻教育界引起了一定的反响，笔者先后收到不少高校新闻学专业教师、学生、媒体记者和其他读者的来信，其中有很多热情的肯定与鼓励，也有不少善意的批评和建议。由于这些批评和建议都来自体育新闻界和教学一线，可谓金玉良言，雪中送炭，弥足珍贵。笔者在第二版修订过程中尽可能采纳了这些意见和建议。

相对于第一版，本书在原有基础上作了较大幅度的修订。主要体现在以下方面：其一，为了适应教学的需要，将原第一章中“体育新闻史”和“体育新闻报道”两部分内容分别专章论述，并在内容上作了较大的充实和完善。其二，对“体育新闻采访”、“体育新闻写作”、“体育新闻评论”等章节进行了补充和修订，对原有的范文和案例进行了较大幅度的增补和置换，力图反映和吸纳近几年国内外体育新闻报道和研究的重要成果。其三，力图更多地吸取



国外体育新闻报道的经验和学术成果,让读者了解国外体育新闻报道的情况,并为教学提供参考。其四,对全书的文字进行了梳理,使其更加准确、精练、全面而流畅。

北京奥运会后,中国体育在实现由体育大国向体育强国迈进过程中,媒体必将扮演更加重要的角色。一方面没有媒体的参与,当代体育的实践与发展几乎是不可想象的。媒体不仅是体育主要的宣传者和传播者,是当代体育发展最重要的产业形式和资金来源之一,同时还代表公众舆论对体育实施监督,使体育得以健康、可持续发展。所有这些都必然赋予当代体育记者以更为重大的责任与使命。另一方面,由于当代体育是一种十分复杂而影响广泛的社会活动,涉及政治、经济、文化、教育、外交、司法等各个领域,因而媒体与体育记者不仅要能够及时准确地报道各类比赛和体育活动,还要满足公众对体育的多方面信息需求。这些都对当代体育记者的素质和业务提出了新的要求,也对体育新闻教育与人才培养提出了更高的目标。

本次修订的目的,正是为了适应体育新闻人才培养的要求,在为体育新闻教育提供必要的教材的同时,也为新闻业界提供专业学习与参考读物。应该指出的是,尽管第二版的修订工作历时一年多,但由于体育新闻在激烈的媒体市场竞争中不断发展和创新,同时更囿于笔者本人的经验与水平局限,因而本书各种不足和缺陷在所难免,敬请读者不吝赐教,予以批评指正,笔者在此表示衷心感谢。

在本书的修订过程中,得到了高等教育出版社体育分社编辑和很多朋友的大力支持,在此一并致谢。

郝 勤

2011年春节于成都武侯祠畔



第一版前言

从 1883 年美国报业先驱约瑟夫·普利策在《世界报》(The World) 首次设置体育新闻部和专职的体育编辑起, 体育新闻作为一个正式的新闻分支学科, 已有百余年的历史。然而在中国, 直到 20 世纪 80 年代, 体育新闻才得以正式登上“大雅之堂”。90 年代, 随着一批市场型报纸的崛起和国内职业足球联赛的开展, 体育新闻已成为各类媒体吸引受众、扩大售报量、提高视听率或点击率的重要传播内容, 并在推动体育运动的发展、促进体育产业和市场形成方面显示出不可替代的功能与价值。进入 21 世纪后, 体育新闻在中国的新闻事业中已占有举足轻重的地位, 成为中国新闻报道的主角之一。

中国体育事业和新闻事业的高速发展, 无论是对体育新闻报道的品质还是对体育新闻从业人员的专业素质都提出了全新的要求与挑战。诚如美国体育新闻学者布鲁斯·加里森和马克·塞伯加克在《体育新闻报道》一书中所指出的, 当代体育新闻报道与传统的体育新闻报道相比, 已发生了革命性的变化。当代体育新闻报道的概念, 已由传统的体育赛事与活动报道, 演变扩展为“体育运动及其相关的一切人或事的报道”。这种“后现代的体育新闻”的特征是, 以传统的体育赛事报道为中心, 体育新闻报道的对象、内容和范围日趋边缘化, 除了体育赛事与活动外, 凡是与体育有关的政治、经济、商务、司法、娱乐以及社会事件等, 也都成为现代体育新闻的报道内容。体育新闻实际上已成为一个内涵丰富、外延模糊、影响广泛的复杂报道体系。

在这样的背景下, 体育新闻学应运而生。一方面, 当代国内外体育新闻实践都迫切需求理论上的建设与指导; 另一方面, 大众传媒体育新闻报道的急剧扩张, 导致专业人才需求量呈爆炸性增长。现代体育新闻报道实践表明, 体育记者、体育编辑等从业人员不仅要具备一般新闻理论与报道技能, 还必须拥有体育方面的专业知识。除此之外, 还要了解和掌握体育新闻报道的特殊规律和专门技能。20 世纪 90 年代以来, 为了适应我国体育新闻报道的发展需要和人才培养要求, 国内一些院校相继开办了体育新闻本科专业, 有的还招收和培养了研究生。不少大学新闻院系和体育院系也开设了体育新闻学的课程。与此同时, 一支体育新闻教学科研队伍也开始初步形成。随着中国体育事业和新闻事业的高速发展, 体育新闻学正由一门新兴学科发展为一个热门专业, 成为新闻学和体育学的一个重要分支与边缘学科。



本书的写作实际始于20世纪90年代。笔者在授课之余,先后在媒体兼任体育记者、体育编辑、体育新闻部主任和体育专业报的编委等工作,时间长达10年之久,从而积累了一定的体育新闻实践经验,并产生研究体育新闻传播学的想法。在逐渐积累了一批体育新闻传播理论和体育新闻采访、写作、评论、编辑等业务方面的资料后,笔者不揣冒昧,将此书献给中国体育新闻事业。

本教材以国内体育新闻报道实践为基础,立足于当代大众传媒体育记者、体育编辑的业务特点,同时针对国内大学新闻学和体育学专业本专科教学的需要,力求较全面地就体育新闻的基本理论、国内外体育新闻发展史以及采访、写作、评论、编辑等业务知识和特点进行介绍与阐述。本书可作为大学新闻学专业和体育专业的本、专科教材以及研究生辅助教材,也可作为体育新闻从业人员的自学教材和读物。

嚶其鸣矣,求其友声。由于体育新闻学目前在国内外尚属一门新兴学科,更由于笔者本人无论是新闻从业经历还是新闻理论素养都颇嫌不足,因而本书的各种不足和缺点在所难免,敬请读者和同仁予以批评指正。

谨在此向为本教材给予我鼓励与支持的专家学者们深表谢意。

郝 勤
2004年春节



目 录

绪论	1
第一章 体育新闻简史	14
第一节 古代的体育新闻传播	15
第二节 近代体育新闻的兴起与演变	17
第三节 现代体育新闻的发展与演变	24
第四节 中国近现代体育新闻的形成与演变	36
第二章 体育新闻报道	68
第一节 体育新闻报道的基本原则	69
第二节 体育新闻报道的特点与任务	77
第三节 体育新闻报道的类型	88
第四节 各类媒体的体育报道	96
第五节 体育新闻从业者及其职业操守	110
第三章 体育新闻采访	120
第一节 体育新闻采访概述	121
第二节 体育新闻采访的基本方法	139
第三节 体育新闻采访技巧	158
第四节 体育新闻采访的准备	182
第五节 体育新闻采访的实施	192
第六节 体育新闻采访的完成	207



第四章 体育新闻写作

213

第一节	体育新闻写作概述	214
第二节	赛事报道写作	240
第三节	非赛事体育报道的写作	253
第四节	体育消息	269
第五节	体育通讯	309
第六节	体育述评与人物专访	348
第七节	体育新闻的深度报道写作	355

第五章 体育新闻评论

366

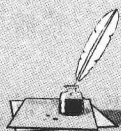
第一节	体育新闻评论概述	367
第二节	体育新闻评论的常用文体	388
第三节	体育新闻评论的常用类型	400
第四节	体育新闻评论的写作方法与要求	424

第六章 体育新闻编辑

440

第一节	体育新闻编辑概述	441
第二节	体育报道策划	449
第三节	体育报道编辑业务	457
第四节	体育新闻标题	492

绪 论



本章提要

📖 体育新闻是大众传媒对体育运动这一独特的社会文化活动进行及时的报道、传播、宣传的信息传递过程和操作系统。体育新闻具有大众性、娱乐性、情感性、全球性等特点。

📖 体育新闻学是研究体育新闻传播现象和规律的专门学科。

📖 要学好体育新闻学，就要培养对体育与新闻的兴趣爱好，努力扩大知识面，提高自身文化修养，重视自身能力的培养，在实践中学习和掌握体育新闻报道的各种知识与技能。



一、新闻与体育新闻

新闻是通过新闻传播媒介传播的具有新闻价值的最新事实或情况的信息。在现代社会中,新闻已经成为一种对人类生活与发展具有重要影响的社会文化事业与产业行为。在我国,新闻事业既是党、国家和人民的喉舌,又是一种信息传播产业,对于推动我国的现代化事业、满足大众对新闻信息的需求、传播文明和文化、对社会进行舆论引导与监督等方面具有重要意义。

体育新闻是大众传媒对体育运动这一独特的社会文化活动进行及时的报道、传播、宣传的信息传递过程和操作系统。它是现代新闻事业的有机组成部分和相对独立的报道品种。体育新闻的任务是向受众报道有关体育运动的具有新闻价值的最新信息,其宗旨是通过对体育运动及其相关事实的及时准确的报道来满足大众精神文化需要,传播体育文化,提供娱乐享受,并通过大众传媒特有的舆论监督功能来对体育运动的健康发展产生影响。

体育新闻是现代体育的重要特征和发展动力之一。现代体育的基本特征,如社会化、产业化、全球化、信息化、科技化和终身化等,都与大众传媒的发展,特别是体育新闻事业的发展密不可分。人类进入信息时代后,大众传媒的高度介入成为推动现代体育发展的引擎,使体育从“为了个人的体质健康而锻炼身体”这一传统理念与功能的基础上向规模巨大的体育娱乐产业演变。通过体育新闻与各种形式的体育报道,现代体育运动与大众传媒之间已形成了高度的互相依赖、互相支撑、互相渗透的紧密关系。体育新闻不仅是现代大众传播业不可缺少的支柱性新闻报道类别,而且也是现代体育运动最强有力的发展动力之一。

体育是社会发展和人类文明进步的重要标志,是一个国家综合国力和社会文明程度的重要体现,也是现代社会一种蓬勃发展的社会、经济和文化现象。体育蕴含着拼搏精神、公平竞争精神、团队精神、荣誉感、遵守纪律与尊重对手等现代文明的普适价值,具有社会、教育、文化、经济等多方面功能。体育在促进人的全面发展、提高人的综合素质与身心健康水平、增进人类社会的和平相处与相互理解、推动经济社会发展等方面发挥着不可替代的重要作用。现代体育的发展与大众传媒有着密切的关系。

大众传播是专业化的媒介组织运用特定的传播技术和产业化手段,以社会上一般大众为对象而进行的大规模信息生产和传播活动。大众媒介是专门从事大众传播活动的专业组织机构与高新技术平台,如报纸、杂志、书籍、广播、电影、电视、广告、互联网和手机等。在大众传媒中,报纸、广播、电视、新闻杂志和网络中的新闻门户网站等是专门从事新闻报道的新闻媒介。在人类社

会进入信息时代后,大众传媒借助高度发展的高新技术平台、职业化的组织系统以及高度专业化的市场手段,深刻地渗入和影响了当代人类社会生活的各个层面。包括体育报道、体育转播、体育评论等在内的体育新闻活动,都是现代大众传媒所从事的体育媒介传播行为。

现代体育与大众传媒之间具有高度的互动关系。一方面,满足现代社会和大众对体育多方面、多层次和多种形式的需要,传播和扩大体育的影响,向更多的公众提供高品质的体育赛事表演,并通过向大众传媒出售体育赛事转播权等形式来获得体育发展必要的经费来源,是现代体育运动向大众传媒积极延展的内在动因。与之相应,向广大公众及时提供他们所关注的有关体育的最新信息,以各种报道手段和形式来满足大众观赏体育比赛和了解体育信息的需求,则不仅是现代大众传媒的职责和义务,而且是各类媒体扩大自身影响、争取受众的必要新闻品种和报道内容。

与其他新闻品种相比,体育新闻具有以下主要特点:

1. 大众性

体育新闻的大众性指的是,体育新闻是一种跨年龄、跨性别、跨文化、跨国界的拥有全球最大受众的大众传播文化。

当代大众传播发展的一个重要特征,就是随着传媒技术的发展与传媒内容的丰富,人们对传播内容的需求越来越呈现出多元化与分众化趋势。但有关调查表明,在传媒分众化时代,体育新闻却拥有最大的受众覆盖面。据美国有关权威咨询机构的调查显示,在地方综合性日报的读者中,体育新闻版受读者关注的程度仅次于要闻版与本地新闻版。美国的《体育画报》杂志在历年全球杂志销售量上都名列前茅,达到上千万份。世界6大通讯社中,体育消息的发稿量约占总发稿量的1/4。美国每年出版一部的《世界年鉴》中有1/10是体育的信息。2001年美国NBA篮球全明星赛电视直播吸引的全球观众达25亿人。2002年在韩国和日本举行的第17届世界杯足球赛期间,通过电视观看比赛的观众超过了400亿人次,即全球每4人就有1人观看世界杯足球赛。在巴西对德国的决赛中,全球就有15亿人通过电视直播观看比赛。这些数据说明,体育已经是现代大众媒体传播内容中影响最大、覆盖面最广、最为世界大众所喜闻乐见的报道种类之一。

2. 娱乐性

体育新闻的娱乐性是指,就新闻的性质而言,与时政新闻、经济新闻等相比,体育新闻属于软新闻一类,其功能主要是满足大众休闲娱乐的需要。

体育新闻的娱乐性,是由其报道对象——体育运动——的娱乐性质决定的。体育运动,尤其是构成体育新闻报道内容主体的竞技运动,其本质就是娱乐性的。从古希腊竞技到起源于英国的近代户外竞技运动,再到19世纪末20



世纪初以来的奥林匹克运动与各种职业运动, 竞技运动的特点之一就是人们通过参与竞赛(包括自娱或观赏他人的竞赛)而获得快乐与愉悦。19世纪中后叶, 当英国的足球、板球等户外竞技运动传播至欧洲大陆与北美大陆之后, 这些运动项目很快就因其巨大娱乐价值而受到大众的喜爱, 迅速流行开来。而这一时期出现的市场型廉价报纸——“便士报”——为了提高其销售量, 开始对体育比赛进行报道。但直至19世纪末, 美国传媒鼻祖普利策才真正发现了体育运动所蕴藏的巨大新闻价值, 遂将其发展为正式的新闻品种。在这一过程中, 正是体育比赛所蕴含和表现出来的巨大娱乐价值, 使其成了大众与体育、体育与新闻之间的纽带与桥梁。体育比赛因其娱乐性而为广大所喜爱; 而媒体通过对体育运动进行报道, 又从另一个层面和角度实现了体育运动的娱乐价值, 从而能够吸引受众, 通过增加报纸销售量而获得利润。这也反过来说明了, 为何体育新闻的报道对象和内容总是集中在竞技运动, 尤其是奥运会和职业竞技一类高水平竞技运动上。其原因就是, 只有高水平竞技才蕴含有最大的观赏性与娱乐价值, 从而也就具有了最大的新闻价值和传播特征。

3. 情感性

体育新闻的情感性是指人们在阅读或观赏体育新闻时, 常带着一定的感情色彩。而体育新闻的基本功能之一, 就是要满足现代人的这种高情感需要。

体育新闻的情感性特征, 也同样是由体育运动, 尤其是竞技运动的情感性决定的。在古希腊奥运会期间, 希腊人会为自己所属城邦选手获得冠军而奔走狂欢, 为其比赛失利而痛苦悲伤。在现代奥运会举行期间, 全世界都会为这一人类最大的体育赛事而倾注感情, 希望本国或本地区的运动员获得胜利。现代职业竞技更是造就了上亿球迷。他们与自己的主场球队和著名球星休戚与共, 有着深厚的情感联系。球迷们有自己的组织, 每周会去球场为自己球队助威, 佩戴本俱乐部的标志, 准时在电视机前观看比赛实况直播, 关心球队所发生的所有事情, 将体育明星作为自己的偶像。20世纪后半叶, 电视媒体用赛事转播技术将精彩的体育比赛即时传播至地球每一角落, 从而引发了体育内涵与概念的革命性变革, 使原本以身体运动为基本特征的现代体育转变成为以球迷群体为特征的高情感运动。正是现代体育的这种高情感特征, 决定了现代体育新闻的高情感性质。体育爱好者和球迷们阅读或收视体育新闻的目的, 不仅仅是为了获得有关资讯与信息, 而更在于通过阅读报纸上所登载的比赛消息、球队发挥情况、比赛花絮、体育明星的表现以及专业人士的评论来满足自我情感的需要。因此, 体育记者的报道能否满足受众的这种情感需要, 也就成为评价媒体体育报道品质和水平的重要指标。

4. 全球性

体育新闻的全球性是指与其他新闻品种相比, 体育新闻是一种跨国家、跨

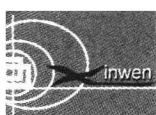
地域的,全世界可以共享的媒介文化。

体育新闻的全球性特征同样是由体育运动的全球性特征决定的。1896年首届现代奥运会的召开,标志着体育全球化的开端。到了20世纪末,在大众传媒的参与下,体育运动已经演变成为一种全球性文化。以2008年北京奥运会为例,据国际奥委会新闻发言人吉赛尔·戴维斯在北京奥运会开幕后第三天(2008年8月10日)公布的数据,全世界大约有10亿人,即世界15%的人口通过电视收看了北京奥运会的开幕式。其中,约8.4亿中国电视观众收看了北京奥运会开幕式。在美国,根据全国广播公司(NBC)的数据,北京奥运会开幕式节目在美国电视观众中收视率达到21.5%,仅次于亚特兰大奥运会开幕式的27%。在日本,北京奥运会开幕式的平均收视率为37.7%,瞬间最高收视率约为48%。德国收看北京奥运会开幕式的观众达772万人,瞬间最高值达910万人。法国有近500万人观看了北京奥运会开幕式,收视率达20%以上。不仅是奥运会、世界杯足球赛等成为当今全世界参与共享的体育盛会,而且像美国的NBA职业篮球赛、意大利甲级足球联赛、英国超级足球联赛、西班牙甲级足球联赛等国家级赛事,在媒体的介入和传播下,都变成了跨国界的、全世界共享的体育赛事。而像贝利、马拉多纳、乔丹、贝克汉姆和泰格·伍兹等运动员也成了世界体育明星,在世界各国都有大批崇拜者。体育运动的全球化特征决定了现代体育新闻的全球共享性。这表现在,一方面,体育新闻的受众具有跨国性和全球性,即一条同样的体育报道与一场精彩的足球比赛一样,能够为全世界亿万球迷与体育爱好者所共享;另一方面,媒体的体育新闻报道内容呈现出全球性。即媒体不仅要报道本地的体育消息,也要报道世界其他著名赛事的情况。媒体不仅要服务于本地球迷的资讯需要,也要满足全世界球迷观赏精彩比赛的需求。

正因为体育新闻具有以上特点,因而在现当代新闻报道中占有十分重要的地位。体育新闻不仅是最受公众欢迎和喜爱的新闻品种,而且为当代体育界所高度重视,视其为推动体育发展、扩大自身影响、争取资金来源及监督控制的必要机制手段与合作伙伴;同时,体育新闻在世界各国媒体中也被认为是最重要的新闻门类之一。例如,在新闻类别的划分上,目前世界各国基本趋于一致,大多将体育新闻与重要新闻、外交新闻、社会新闻及地方新闻并列为当今传媒的五大新闻类别。又如,体育新闻通常与社会新闻、文化新闻并称为当代新闻报道的三大支柱。

二、体育新闻学的产生、任务与特点

体育新闻学是研究体育新闻传播现象和规律的专门学科。其任务是发现和



阐释体育新闻报道的演进发展及其规律,探究现代新闻事业与体育运动之间的特殊关系,研究和总结体育新闻报道业务的特点与规律,从而为体育新闻报道提供理论指导和实践依据。体育新闻学来源于大众传媒长期的体育新闻报道与传播实践,它既是体育新闻实践的理论抽象与升华,也是体育新闻与传播本质规律的高度概括和反映,同时它还是指导体育新闻实践的专业性基本理论,因而是一门具有很强实践性和应用性的学科体系。

由于现代体育新闻报道日益表现出专业化和独立性特征,当代大众传媒迫切需要体育新闻理论的指导,需要经过体育新闻专业培训的人才。而这既不是新闻学也不是体育学所能单独承担的。相对一般新闻学而言,体育新闻学具有自身的规律和特点,而这种规律与特点是由其报道的对象与内容——体育运动——的特殊性决定的。从新闻学角度来看,在传媒高度市场化的今天,体育新闻要报道什么,不报道什么,本质上并非取决于某位记者、编辑,甚至是总编辑个人的爱好和意志,而是取决于新闻学的规律,取决于其传播的内容是否具有足够的新闻价值,从根本上来说,是取决于社会与受众的需要。正因为如此,建筑于新闻学与体育学之上的体育新闻学应运而生。

早在20世纪初,随着体育新闻在一些欧美国家和地区成为深受广大读者欢迎喜爱的新闻品种之一,一些新闻学者和体育新闻工作者开始关注体育新闻报道并对其进行研究。1924年,国际体育记者协会在法国巴黎成立,正式提出将体育新闻作为一类独立的新闻学科和现象进行专门的研究,其目的是探讨和交流有关体育新闻的特殊规律及其他相关问题。从那以后,世界各国的体育新闻工作者及学者陆续发表了不少的论文和专著,对体育新闻的特点、规律及采编业务等进行了十分有益的探讨。如美国的学者L. M·谬菲于1925年出版了《现代体育写作与优秀文选》(《Sports Writing of Today and Selections from the Best Stories》),B. J·埃文斯于1946年出版了《如何成为一名体育记者》(《How to Become a Sporting Journalist》),泰勒于1951年出版了《体育写作与编辑》(《Sports Writing and Editing》),伍德沃德于1967年出版了《体育作家》(《Sports Writer》),等等。

从20世纪60—70年代电视媒体大规模介入体育赛事报道以来,激烈的媒体市场的竞争与体育比赛市场的发展促使新闻业更加重视体育新闻的地位和影响,对其报道的规模、技巧与水平等方面提出越来越高的要求。围绕高水平赛事的报道,体育新闻的专业性越来越明显,对体育新闻工作者的素质要求和专业化程度要求也越来越高,体育记者与编辑本身所需要具备的知识结构与技能技巧、专业素质、业务能力越来越表现出相对的专业性和特殊性。记者在体育新闻报道实践中遇到的很多特殊的问题越来越难以用普通新闻学理论来解释和解决。因此,针对体育新闻的特质及有关问题进行专门的研究以及对体育新闻

从业人员进行专业性训练变得越来越迫切。在这样的背景下,欧美不少大学开始在大学新闻学院或体育学院中开设体育新闻学专业与课程,专门培养从事体育新闻报道的新闻人才。

1986年,美国依阿华州州立大学出版了布鲁斯·加里森和马克·塞伯加克合著的《体育新闻报道》(《Sports Reporting》)一书。该书对美国体育新闻的发展史、传统的报道技巧、体育新闻的基本报道形式、高级体育报道技巧、当代体育报道的特点与问题等进行了系统的研究与阐述。该书的出版受到国际新闻学界的高度重视;被认为是当代体育新闻学的权威性著作,也是体育新闻学作为一门独立的新闻学分支学科出现的标志之一。

现代竞技运动,尤其是那些深受公众喜爱的高水平赛事含有极为丰富的新闻资源,具有极高的新闻价值。体育新闻记者和编辑的任务,就是要通过准确而精彩的报道,将体育运动所蕴含的新闻价值和新闻资源最大限度地开发出来,以满足大众的需要。而体育新闻工作者如何才能使自己的报道最大限度地实现体育运动的新闻价值,如何才能适应和满足公众对体育新闻报道的各种需要,如何才能提高报道水平和新闻品质等,这些都是体育新闻学要研究和探讨的问题。

以高水平赛事报道为中心,当代体育新闻在报道和传播过程中逐渐表现出自身独特的规律和特点。如围绕一场高水平赛事,像奥运会、世界杯足球赛、F1 方程式赛车和 NBA 职业篮球赛等,其报道方式就有赛前报道、赛间报道、赛后报道等区别。赛前报道包括赛前动态消息报道、赛前形势分析、比赛结果预测、著名球星或体育明星介绍等。在比赛过程中,电视、广播、网络等媒体运用赛事直播、现场解说、背景穿插等形式和技术手段来进行赛间同步报道。比赛结束后,媒体会通过不同形式报道比赛消息,或进行赛后追踪报道、人物或事件的专题报道、赛事评论及公布各队积分及排行情况等。这些报道形式和操作方式独具特色,一般记者很难胜任,用一般新闻学理论、知识和技能也难以解决。而这也正是体育新闻学产生和存在的根据与理由。

体育新闻学的研究对象,主要以包括纸业媒体(报纸、杂志等)与电子媒体(电视、广播、网络等)在内的现代大众传媒的体育新闻活动与现象。其主要研究方向可分为纵向与横向两个部分。从纵向来看,是通过对体育新闻发生、发展、演变过程与现象的研究,来揭示和阐述体育新闻作为一种新闻现象以及体育文化衍生品的本质与规律。从横向而言,则以现代体育新闻报道实践为基础,探讨与研究其在理论和业务方面的规律与特点,为体育新闻实践提供依据与指导。因此,体育新闻学的研究内容,主要包括以下三大部分:

1. 体育新闻史

体育新闻史主要研究与阐述体育新闻的产生、发展、演变过程。