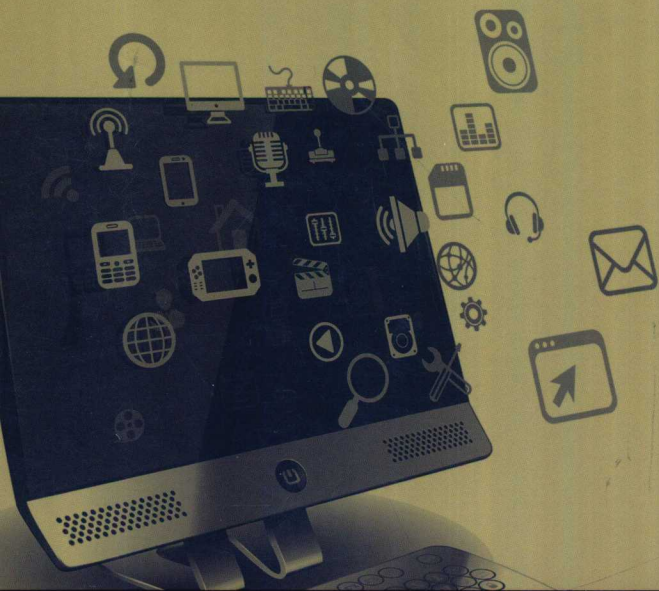




体育新闻与传播专业教材系列

丛书主编 肖沛雄

丛书副主编 王晓东 刘琨瑛 武学军



姜晓红 编著

大型赛事 媒体运行原理与新闻服务体例



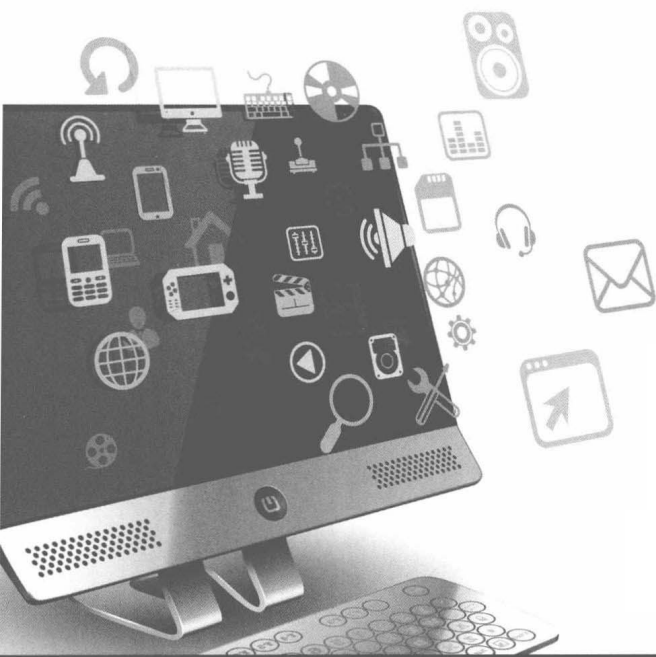
暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS



体育新闻与传播专业教材系列

丛书主编 肖沛雄

丛书副主编 王晓东 刘琨瑛 武学军



姜晓红 编著

大型赛事 媒体运行原理与新闻服务体例



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS

中国·广州

图书在版编目 (CIP) 数据

大型赛事媒体运行原理与新闻服务体例 / 姜晓红编著. — 广州: 暨南大学出版社, 2014. 8

(体育新闻与传播专业教材系列)

ISBN 978 - 7 - 5668 - 1143 - 1

I. ①大… II. ①姜… III. ①体育—传播媒介—研究—中国 IV. ①G80 - 05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 201619 号



大型赛事媒体运行原理与新闻服务体例
编 著 者 姜晓红

出 版 人 徐义雄
策划编辑 杜小陆 史学英
责任编辑 黄 颖
责任校对 黄 斯 黄志波
出版发行 暨南大学出版社 (广州暨南大学 邮编: 510630)
网 址 <http://www.jnupress.com> <http://press.jnu.edu.cn>
电 话 总编室 (8620) 85221601
营销部 (8620) 85225284 85228291 85228292 (邮购)
排 版 广州良弓广告有限公司
印 刷 深圳市新联美术印刷有限公司
开 本 787mm × 960mm 1/16
印 张 14.75
字 数 291 千
版 次 2014 年 8 月第 1 版
印 次 2014 年 8 月第 1 次
定 价 29.80 元

(暨大版图书如有印装质量问题, 请与出版社总编室联系调换)

本书为广东省教育厅社科项目（11WYXM035）资助，是国家社科基金项目（11BTY017）、国家级大学生创新创业训练计划项目（1058513042）的阶段性成果。

“体育新闻与传播专业教材系列”编委会名单

主 编：肖沛雄

副主编：王晓东 刘琨瑛 武学军

编 委（以姓氏笔画为序）：

王晓东 刘琨瑛 肖沛雄 张天建

张 伟 陈小英 武学军 姜晓红

蔡新丰 廖慧平

总 序

2012年初,暨南大学出版社策划编辑杜小陆先生盛情邀请我为该社主编一套体育新闻与传播的系列教材。由于我之前在该社出版了两本专著,对该社的高瞻远瞩、独到眼光和敬业精神深有体会,所以经过与新闻系的同仁共商后,我们欣然应允。

十二年前我在广州体育学院主持创办了体育新闻专业(方向),旨在适应我国作为体育大国以及广东作为体育强省和新闻大省对体育新闻人才的迫切需要,培养体育新闻应用型专门人才。从新专业呱呱坠地之日起,我们坚持“夯实基础,服务社会,实践第一”的办学方针,在中国体育报等省内外各类媒体机构建立了数十个专业教学实践基地,先后从中央电视台、南方日报社、广州日报社、羊城晚报社、广东电视台、香港凤凰卫视和暨南大学等单位聘请了白岩松、孙正平、徐继承、余统浩、李一萍、丘克军、周志伟、黄泰兴、范伯祥、偏正中、王业军、李苗等十多位资深专家为我们的客座教授,组织学生参加了包括2008年的北京奥运会、2010年的广州亚运会、2011年的深圳世界大学生运动会、2011年的贵阳全国少数民族运动会在内的各类大型体育赛事的新闻报道实习;先后引进和培养了占全系教师人数一半以上的新闻学博士、教授和副教授,并组织教学骨干编撰了一套(共6部)由广东人民出版社出版的,具有体育新闻专业特色的新闻学与传播学方面的教材:《新编传播学》、《体育媒体通论》、《中国体育与信息高速公路》、《体育新闻摄影》、《广播电视体育新闻》、《节目主持人语言传播艺术》。各书均得到了较好评价。清华大学新闻与传播学院副院长、博士生导师陈昌凤教授在他所著的《中美新闻教育的传承与流变》一书中,把我系的体育新闻专业课程设置列为全国新闻高等教育的四大有特色的课程模式之一。

随着我国体育新闻事业、体育事业和体育新闻教育事业的迅猛发展,当前全国已有近30个院系设置体育新闻专业,在校生总计超过3000人,加上体育新闻专业的研究生和成人教育的体育新闻专业学生则超过4000人。虽然新闻学与传播学的教材已经出了很多,其中也不乏精品,但体育新闻专业的教学实践证明,无论从理论观念、内容结构还是技能训练来看,它们都跟



不上时代发展对体育新闻教学的需要。

我系教授和一批近年成长起来的年轻博士、副教授在这几年不但先后公开发表了大量体育新闻传播方面有真知灼见的学术论文,承担并完成了一大批涉及体育新闻与传播学方面的国家级、省部级和厅局级的研究项目,而且有机会亲自参与了2008年北京奥运会、2010年广州亚运会和2011年深圳大学生运动会以及2012年伦敦奥运会的科学报告会和新闻传播实践,收获了关于体育新闻采访、写作、编辑、评论、摄影,体育展示以及体育大赛媒体运行、体育新闻服务等方面许多宝贵的信息知识、实践体验和理论认识,这些都是原有教材或其他一般新闻专业教材所没有而学生非常需要的教学新内容。

为了更好地促进体育新闻教育的发展,提高体育新闻教学水平和专业人才的培养质量,根据教高〔2012〕4号文《教育部关于全面提高高等教育质量的若干意见》中关于“优化学科专业和人才培养结构”、“创新人才培养模式坚持内涵式发展”和“突出学科专业特色和行业特色”的精神,在暨南大学出版社的大力支持下,我们编撰出版了这套“体育新闻与传播专业教材系列”,涵盖新闻学和传播学两大学科。指导思想为:“以我国历史发展新时期对体育新闻人才素质的需求为导向,以教材的建设和创新为驱动,把新闻学、传播学的基础理论和体育新闻专业实践有机结合到教材的策划、研究和编撰全过程,体现体育新闻工作岗位理论知识和专业技能的要求,培养学生实践操作能力,充分体现体育新闻特色。”

本系列教材在体育新闻学方面,包括体育新闻采写、体育新闻编辑、体育新闻摄影、体育新闻翻译、体育大赛新闻媒体运行和新闻服务、体育展示、节目主持与评论;在传播学方面,包括现代应用传播、体育传播与社会文化、网络体育新闻等内容;此外,还有一本是我系体育新闻与传播专业方向的研究生公开发表的学术论文精选汇编,一共11本。全套教材将于2013年底到2014年公开出版。期待各位专家学者和读者朋友的批评指正。

肖沛雄

2013年元旦

前 言

大型体育赛事的媒体运行，也叫媒体服务，是国际奥委会根据拥有百余年历史的奥林匹克运动会的实践，总结归纳出的一套完整的、科学的媒体服务手册，即《IOC 媒体技术手册》（以下简称《手册》）。这是奥运会媒体运行的原则和标准，要求赛事组委会把所有媒体当作服务对象，而不是管理对象。

对于大型体育赛事来说，为媒体提供的设施和服务，都要通过一个完善的系统和一系列严谨的流程才能实现，才能保证大型体育赛事的正常、有序、高效运行。《手册》规定，奥运会媒体运行分为新闻运行和广播电视运行两大领域。

其中，新闻运行包括主新闻中心运行、场馆媒体中心运行、摄影服务、媒体支撑服务和新闻服务等 5 个业务领域，而广播电视运行则有 12 个业务领域。在各种服务中，只有新闻服务是软性的新闻报道服务，其他服务则是硬性的设备、设施、场地、器材等支撑服务。

一般认为，在国际上，2000 年悉尼奥运会的媒体运行是一个成功的开始，此后的历届夏季奥运会和冬季奥运会都按要求建立了媒体运行系统和提供新闻服务项目。随后，国际足联世界杯、国际田联世锦赛等国际高水平单项赛事，也向奥运会媒体服务标准看齐，根据体育单项赛事的比赛规律与传播特点，为来自世界各国的注册媒体提供必要的免费服务。

在国内，2008 年北京奥运会、2010 年广州亚运会、2011 年深圳世界大学生运动会、2011 年贵阳全国少数民族运动会、2013 年南京亚青会、2014 年南京青奥会、2014 年南宁体操世锦赛等重大赛事，均由新华社牵头或中标，建立了兼顾国际标准与中国特色的赛事媒体运行系统，并提供赛前与赛时的新闻服务。同样，近几年国内的足球职业联赛与篮球职业联赛也在试行媒体运行制度。

从 2013 年开始，国内高校兴起了新一轮的人才培养方案修订工作，不少高校特别是体育院校将“大型赛事媒体运行”作为专业课程，面向新闻传播专业学生开设。向在校生成以及媒体记者提供规范、科学、实用、简明的媒体



运行与新闻服务知识，是笔者编写本教材的初衷。

本书在编写过程中，得到了徐济成、陈越、王佐臣等知名媒体运行专家的大力支持，在此一并致谢。但囿于经验与学识，本书肯定会有疏漏之处，敬请广大读者和专家不吝赐教，以便再版时修正。

姜晓红

2014年4月10日

目 录

总 序 / 1

前 言 / 1

上 编 大型赛事媒体运行原理

第一章 大型赛事与媒体运行概述 / 2

第一节 大型赛事与媒体运行 / 2

第二节 大型赛事与媒体关系 / 8

第三节 大型赛事媒体运行的理念 / 20

第二章 大型赛事媒体运行的发展 / 27

第一节 大型赛事媒体运行的发展历程 / 27

第二节 大型赛事媒体运行的发展趋势 / 37

第三章 大型赛事媒体运行的特点和原则 / 41

第一节 大型赛事媒体运行的依据和功能 / 41

第二节 大型赛事媒体运行的特点 / 46

第三节 大型赛事媒体运行的原则 / 52

第四章 大型赛事媒体运行的构架和内容 / 57

第一节 大型赛事媒体运行的构架 / 57

第二节 大型赛事媒体运行的内容 / 63

下 编 大型赛事新闻服务体例

第五章 大型赛事新闻服务概述 / 88

第一节 大型赛事新闻服务的含义和特点 / 89

2 体育新闻与传播专业教材系列
大型赛事媒体运行原理与新闻服务体例

第二节 大型赛事新闻服务的原则和职责 / 95

第三节 大型赛事新闻服务的内容 / 104

第六章 大型赛事新闻服务体例（一） / 117

第一节 即时引语 / 117

第二节 赛事前瞻与赛事回顾 / 130

第三节 大型赛事新闻发布会摘要 / 144

第七章 大型赛事新闻服务体例（二） / 154

第一节 媒体通告 / 154

第二节 扩展型出场名单和颁奖嘉宾名单 / 159

第三节 官方新闻和赞助商新闻 / 162

第八章 大型赛事新闻服务体例（三） / 169

第一节 大型赛事综合新闻概述 / 169

第二节 赛场花絮和精彩瞬间 / 174

第三节 人物侧记和人物专访 / 180

第四节 体育评论 / 188

第九章 大型赛事开闭幕式的媒体运行 / 195

附 录 / 220

附录1 奥运会专业缩略语（中英文对照） / 220

附录2 媒体工作区中英文对照表 / 222

附录3 广州亚运会竞赛场馆名称中英文对照表 / 223

参考文献 / 227



上 编 大型赛事媒体运行原理

第一章 大型赛事与媒体运行概述

【内容提要】本章共分三节。在界定大型体育赛事、媒体运行及其相关概念的基础上,分析大型赛事的媒体关系,全面阐述媒体运行的理念和原则。

21 世纪以来,中国举办大型体育赛事的热情前所未有的高涨,各大城市承办大型国际体育赛事如火如荼,这既反映了中国经济的高增长,又体现了中国日益增强的国际影响力,折射出世界对中国的关注。从理念认识上看,笔者认为有两个转变值得肯定:一是现代中国人对体育精神的认识,发生了由片面性向多元化的转变;二是体育组织部门对体育媒体的认识,发生了由管理对象向服务对象的转变,这些转变标志着一个新型的、现代的、服务型政府的形成。同时,伴随着北京奥运会、广州亚运会、深圳世界大学生运动会的成功举办,“媒体运行”在中国大地蓬勃兴起,成为与大型体育赛事齐头并进的不可分割的伙伴。

第一节 大型赛事与媒体运行

一、大型赛事概述

(一) 大型赛事的含义

体育赛事的英文为 Sporting Events;大型体育赛事一般译为 Mega Sporting Events。近年来,人们对于体育赛事的界定由“创造优异成绩、夺取比赛优胜”转向“以比赛竞争为基本手段,以满足人们审美享受及刺激等需要的社会实践活动”^①。这一含义的演进,既反映了体育受众观念的转变,更体现了现代大型体育赛事的多元化发展。所以,现代体育赛事是以体育竞赛为核心来提供产品及相关服务的一种特殊活动。体育赛事的举办需要赛事权益拥有者、赞助商/中间商/发展商/推广商/投资商、赛事传播报道者等各种利益主体合作进行赛事资源开发与运营管理。

^① 肖林鹏. 竞技体育本质及发展逻辑. 体育学刊, 2004 (6): 1~3.

大型体育赛事属于规模庞大,具有鲜明风格、广泛吸引力和国际意味的文化项目,它往往代表着承办国家或城市的形象,承办国或城市能够通过举办大型赛事和展示自身形象来提升国家的地位和声望。^①例如,2008年北京奥运会就是中华民族实现伟大复兴大业的惊艳亮相,是中国综合国力增强的重要标志,对于中国具有里程碑式的意义。

(二) 大型赛事的分类

1. 体育赛事的分类

按规模和层次分为基层单位比赛、地区性比赛、全国性比赛、国际比赛、洲际比赛(亚运会、非运会等)、世界大赛(奥运会、世锦赛、世界杯);

按赛事项目的多寡分为综合性运动会和单项赛事;

按赛事性质分为锦标赛、杯赛、对抗赛、选拔赛、等级赛、邀请赛、表演赛、达标赛、友谊赛等;

按参加者年龄分为儿童赛事、青少年赛事、成年人赛事、老年人赛事等;

按参赛者行业分为学生运动会、机关干部运动会、企事业单位运动会、工人运动会、农民运动会、警察运动会等;

按赛事所属的主体分为公益赛事和商业赛事。

2. 大型体育赛事的分类

全国运动会以上的综合性赛事包括奥运会、亚运会、全运会等;

世界级别的单项锦标赛包括世界杯足球赛、世界游泳锦标赛、世界F1锦标赛等;

职业联赛总决赛包括欧洲足球冠军联赛,美国NBA、NFL总决赛等;

重大世界性赛事包括世界F1锦标赛、美洲杯帆船赛、职业网球四大满贯等。

(三) 大型赛事的特点

1. 举办的时间相对固定,具有周期性

大型体育赛事都有相对固定的举办时间,如奥运会和世界杯足球赛是四年一届,奥运会通常在七至九月份举办,赛期一般是17天;世界杯足球赛则在六、七月份举办,赛期往往超过1个月。也有一年一届的大赛,如网球项目的四大满贯,举办时间稳定且发展成熟,其中澳大利亚网球公开赛的举办时间是每年一月,法国网球公开赛的举办时间是每年五、六月,温布尔登网球公开赛的举办时间是每年七月,美国网球公开赛的举办时间是每年八月,四大满贯一年一届的举办刚好将一年的时间串联起来,张弛有序,为世界观众带来视觉盛宴的同时,也

^① 易剑东. 大型赛事报道与媒体运行. 杭州: 浙江大学出版社, 2008. 9~10.



协调了人们工作生活的节奏,满足了人们的娱乐审美需求,如今网球四大满贯已经成为世界观众瞩目的焦点。

2. 有一套庄严而复杂的仪式

大型体育赛事是文明人的一种社会性竞争活动,是现代人类社会的一项盛事,具有相对完整的仪式。尽管每个赛事的仪式不尽相同,但都庄严、严谨,这是赛事规范运作的基本保障。大型体育赛事大都有开幕式、闭幕式、颁奖仪式、运动员和裁判员宣誓仪式等,奥运会还有盛大庄严的火炬接力仪式。人们常说,体育就是仪式化的战争。赛前的抽签或约战,如同“下战书”,赛中必须遵守比赛规则和裁判法则,约定违禁与处罚等约束性条款。正是因为赛事全程充满了约定俗成的仪式,所以大型体育赛事实际上是在社会礼仪允许或提倡的框架内的一种搏斗。

凡属重大的国际比赛,均规定以国家为参赛单位,为了表达对优胜者的尊敬,有升国旗、奏国歌、颁奖杯、授奖牌等仪式。即使是以个人名义参加的大型比赛,运动员也总是代表自己的国家。这表明,尽管世界各国的政治观点和生活方式不同,但凡世界性体育赛事,都直接关系到国家与民族的尊严和荣誉,它必然对观众的思想、情感、精神和意志产生巨大的影响,观众从本国运动员的胜利中,民族自尊心得到满足,自信心不断增强,爱国主义情感更加浓厚。^①

3. 参与人员众多,管理复杂

当今社会,大型体育赛事不再是单一的竞技比赛,而是重要的体育资源,有巨大的发展潜力。为了开发、利用体育资源,投资商、赞助商、广告商等蜂拥而至,从而衍生出枝繁叶茂的体育产业。而大量人力、物力、财力的投入,林林总总部门的设立,使大型体育赛事的运作和管理越来越复杂,所以,每一项大型体育赛事必须有专门的组委会统筹管理,高效运作,像国际奥林匹克委员会(简称奥委会)、亚洲奥林匹克理事会(简称亚奥理事会)等组织都为大型体育赛事的举办作出了巨大的贡献。

4. 举办规模空前,影响深远

大型体育赛事的举办规模往往覆盖全国、洲际乃至世界,运动员的精彩表现、赛事的激烈对决、举办地的人文景观等,均吸引着全世界的目光,效益巨大,影响深远。如广州这座城市的发展,可以说是体育改变了城市。2001年11月,广州成功举办了第九届全国运动会,当地媒体称“体育为城市插上了腾飞的翅膀”,形象地表达了中国人对于大型体育赛事价值的认识。如今,屹立于珠

^① 陈愚,何秋华. 羽毛球运动. 北京:高等教育出版社,2005.185.

江边的广州塔（俗称小蛮腰），五彩缤纷、熠熠生辉，成功演绎出这座城市举办2010年亚运会的崭新风貌，完美地诠释了中国人的体育梦和强国梦，引世人瞩目。

（四）大型赛事的地位与作用

2012年2月29日，国家体育总局体育科学研究所体育社会科学研究中心主任鲍明晓在广州体育学院学术报告厅作了题为“体育产业与体育赛事”的讲座。鲍明晓在讲座中指出，体育在“四个力”的作用下产生其综合社会价值，即政治的影响力、经济的生产力、社会的亲和力和文化的传播力。

笔者认为大型体育赛事的作用可以用四个“shì”（视—事—示—市）来描述：

视——大型体育赛事给全世界的观众带来极具冲击力的视觉盛宴，为人们在紧张的工作之余舒缓神经，为人们疲惫的心灵带去自由和安详，满足人们功利性需求的同时，也满足了人们的娱乐审美需求。

事——大型体育赛事通过媒体全方位展示体育精神，一个个挥汗如雨的画面、一个个顽强拼搏的身影、一次次挑战自我的飞跃、一遍遍世界纪录的刷新，体现了人类永不停息、上下求索、超越自我的精神，诠释了人类“更高、更快、更强”的人生梦想。这里的“事”即“故事”。

示——大型体育赛事如同一扇窗口，既展示了精彩的赛事，也展示了举办城市或国家的风土人情、城市风貌，更显示了政治稳定，促进了文化交流，提升了城市或国家形象，为举办方与外国合作搭建了舞台。这里的“示”即“展示”。

市——大型体育赛事本身就是一种资源，通过媒体传播可以吸引广告与赞助，变成一种经济来源。另外，通过举办大型赛事，城市的硬件设施和服务水平同步上升，可以改善投资环境，完善产业结构，拉动城市经济发展。因此，这里的“市”即“市场”。

二、大型赛事的媒体运行概述

（一）媒体在大型赛事中的作用

前面提到，体育赛事已经不仅仅是一种纯粹的竞技性活动，而是发展成为一种以体育竞技为核心来提供产品和服务的活动。主办国家或城市不仅可以通过赛事本身来提高国际地位，而且可以从城市建设、体育普及、旅游推广中获得长远的效益。因此，媒体作为传播者的角色，在大型体育赛事中的作用不容忽视。

1. 赛事成败的评判者

国际奥委会（IOC）前主席萨马兰奇说：“It is the press that judges the suc-

cess of the Games.”（文字媒体是一届奥运会举办成功与否的裁判者。）这个媒体特指平面媒体（press），一届运动会举办得是否成功，国际组织和相关领导可以评判，但只要媒体不认可，就没有影响力。

媒体工作者因其工作的特殊性，往往能达人之所不能，他们能直接调查、采访赛事的运行情况；他们会对赛事进行总结、评判。对于大型体育赛事来说，媒体的覆盖面可以说是遍及全球，因为能够到现场观看比赛的观众毕竟是少数，比赛的精彩画面、运动员激动人心的表现都是通过媒体向世界各地的观众进行传播的。对于那些不能亲临赛场的受众来说，他们对赛事的印象很大程度上是从媒体中得到的。而且，媒体有渗透力，媒体报道什么，世界范围内的受众就信什么，所以，国际奥委会提醒主办者重视文字媒体，因为它们的覆盖面更广、渗透力更强。

2. 体育理念的传播者

人们之所以热爱体育赛事，是因为体育运动体现了自强不息、顽强拼搏、自我超越等体育精神，这是人类普遍认同的积极的正能量，举办国家或城市将这种精神融合在体育理念中，通过媒体大力传播，激励人们奋勇向前，促进社会积极健康发展。从大型赛事的申办开始，媒体记者就关注各个申办城市；在赛前、赛时甚至赛后通过大量的文字报道、图片、广播电视节目，将赛事的组织和举办过程完整地呈现给受众。通过媒体之手，主办城市如何贯彻它们提出的理念，体育比赛又是如何传达这一理念的，都为世人知晓。如北京奥运会成功将“绿色奥运、科技奥运、人文奥运”的理念贯穿于整个赛事中，让世人为精彩赛事惊叹的同时，也正确认识到了新中国的伟大成就。

3. 国家或城市形象的塑造者

大型体育赛事的关注度高，涉及面广，因此，主办国家或城市把大型体育赛事看成是塑造城市形象和建立城市品牌的难得的契机。对于主办城市来说，承办大型国际体育赛事不仅能获得经济效益，更能获得社会效益。主办城市把媒体当作一个宣传平台，借以向外界展示自己的形象。同时，由于媒体在报道中会将历届主办城市进行比较，从而促使主办城市不断反思和改进，促进城市的发展。

4. 赛事组织的推广者

媒体的职能是影响舆论导向，媒体通过舆论监督赛事的组织和举办，能让赛事组织者自觉地完善各个环节，媒体和组委会的这种互动能不断提高赛事组织者的组织水平和举办能力，使大型体育赛事组织越来越规范、开发越来越完善，从