

奥运报道的原则与思路

作者：李勇华 何晏

奥运会是一项全球盛事，也是绝佳提升中国国家形象、提升民族自豪感、增强凝聚力、提升中国媒体竞争力和影响力的机会。具体说来，应该重点把握以下八个方面：

一、引导人们树立正确的金牌观、胜负观与荣辱观

正确引导舆论是媒体的一项基本职责，在奥运会这样全世界舆论高度集中的领域，报道不慎往往会带来消极后果。这要重点把握几点：

一是引导好正确的金牌观。

由于雅典奥运会上中国的金牌数位居第二位，国人期望值也被相应调高，一些国外媒体也在推测、炒作中国是否会在2008年奥运会期间一举超越美国，夺得金牌总数第一。在这一背景下，媒体就更需加强舆论引导，使人们准确理解奥林匹克内涵，准确认识中国体育实力，胜利时要鼓与呼，但不利甚至失利时也应当有平和心。

二是引导正确的胜负观。

2004年8月17日，中国代表团副团长何慧娴在接受新华社记者采访时就曾呼吁，社会各界不要对比赛中失利的中国运动员过分责备。她认为，像奥运会这样竞争激烈、压力巨大的赛事，什么事情都可能发生。体育比赛就是这样，充满不可预测性和“残酷性”。

三是避免恶性竞争、避免炒作。

2004年雅典奥运会期间，中国代表团副团长李富荣在谈到一些媒体的报道时就说，有的东西不要去炒，竞技体育的管理者也好，参赛运动员也好，在奥运会上都要有一种平常心。媒体要创造一个良好的氛围。

二、体现出开放意识和全球视野，特别是在对外报道中，要避免狭隘的民族主义

奥运会是全球盛会，在2008年奥运会报道中，媒体应当进一步强化世界意识，即在关注中国奥运代表团表现的同时，进一步拓宽视野，更多关注其他国家奥运会代表团的表現。

这方面，值得媒体汲取的教训是美国媒体在亚特兰大奥运会上的报道。在亚特兰大奥运会期间，美国新闻媒体报道的几乎全是美国运动员比赛情况，很少能看到对别国运动员的客观报道。

法新社在其报道中指出，美国全国广播公司以4.56亿美元的高价买下独家在美国转播亚特兰大奥运会的权利，该公司利用这种特权把电视黄金时间变成赞扬美国运动员的场所，此时美国所崇尚的那种公平似乎被表现得淋漓尽致，电视台在介绍美国那些著名或不著名的运动员时一视同仁，不分彼此。体育评论员查尔斯·克劳萨默把这种作法称之为“难以忍受的、实际上是可耻的电视转播沙文主义”。

美国媒体这种过分的“自我中心主义”，不仅引起世界人民不满，也给美国观众造成了不良舆论影响，俄罗斯著名游泳健将波波夫在回忆亚特兰大奥运会时就说“我在同整个美国较量”。“当介绍运动员轮到美国人时，观众席上掀起巨大的声浪，把场上的一切一扫而光，只留下美国人自己。我觉得，我不仅仅是同对手较量，而是在同整个美国较量……美国人一直吹嘘他们如何善良友好，如何热情好客，这些表白在亚特兰大被撞得粉碎。”

在北京奥运会上，让奥林匹克的五个环都发出同样辉煌的光彩，这应该是中国媒体特别是国家级媒体在2008年奥运会报道所秉持的基本报道原则。

三、坚持以正面报道为主的同时，充分报道奥运会筹备组织的复杂性、挑战性、开创性，巧妙报道出现的问题与矛盾

没有一个城市、一个国家在筹备过程中没有遇到过困难、没有发生过麻烦。悉尼奥运会和雅典奥运会被普遍认为是举办最为成功的奥运会，但悉尼和雅典在筹备过程和主办中，都曾经发生过类似邦迪海滩建设等问题。奥运会本身属于竞技体育门类，竞技体育比赛不光是选手实力的竞赛，也会受到其他各种因素的影响，媒体在报道中，特别是在对赛事进行预测性报道时切忌将话说过头，应留有余地。媒体不仅有责任告诉外界关于举办城市的能力和实力，也有责任适度报道筹备过程中遇到的困难和麻烦，这对外能给世界一个真实自信的国家形象，对内能激励民众帮助组织者一起克服困难，从而增强其参与感。

四、强化贴近性，调动民众参与奥运会的热情

奥运会不是某个人、某一个城市或某一个国家的，而是中华民族和全世界的奥运会，奥运会报道应特别注重民众的参与意识，体现大奥运的特色。

曾经负责汉城奥运会总体策划与组织的韩国人朴世昌在总结汉城奥运会时就说，“这次奥运会的主人公是国民，我们都是创造伟大历史的主角。我们的父母、兄弟、姐妹，不论是在国内还是在国外，由于他们的全力支持，才保证了汉城奥运会的成功。这里只有我们大家的牺牲、服务和奉献，不存在有别于大家的政府官员、组委会官员和奥运会职员。”

从悉尼和雅典两届奥运会的报道来看，“民众反应”体现在环保、安保、场馆建设、突发事件等各方面的报道中。在北京奥运会报道中，我们应通过各种各样的手段，使百姓能够更好地关心奥运会、参与奥运会报道，与奥运互动。

五、以赛中报道为中心的同时，要拓宽视野，注意赛事报道与非赛事报道的均衡

奥运会不仅是体育盛会，在经历100多年风雨后，奥运会的范围已远远超过体育本身，而是包含了政治、经济、文化、社会等诸方面的内容。媒体在以赛事报道为中心的同时，应当进一步拓宽视野，将触角延伸到与奥运会相关的方方面面，特别是要注意：

1. 奥运与人的故事。

奥运会的主办是一项庞大、系统的工程，从国际奥委会、主办城市奥组委到民众志愿者，与奥运会筹备组织直接相关的人员就有数万人之多。在做好运动员报道的同时，应当同时将镜头对准他们。从既往的奥运会报道来看，我们对国际奥委会、奥组委人员关注较多，但对志愿者与其他相关服务保障人员报道较少；对官员关注较多，对普通员工报道较少；对普遍民众赛前、赛后关注较多，赛中关注较少。

2. 奥运与文化的关系。

奥运会不仅仅是竞争的奥运会，也是文化的奥运会。雅典奥运会组委会主席说，雅典举办奥运会，并不是要从奥运会索取什么，而是要付出，要与世界分享希腊的灿烂文化。“人文奥运”是北京奥运会口号之一，在北京奥运会报道过程中，媒体也要深刻认识、领会并体现这一内涵，在奥运会报道过程中注意传递中华传统文化、介绍西方有益文化，加强中西方文化交流与融合，并将“和谐文化”的内涵蕴于报道当中，将体育的“同场竞技”与“共同参与”很好地结合起来。

3. 奥运与经济的关系。

从1984年奥运会起，现代奥运会与商业关系密切，各国奥组委都设立了与商业开发有关的独立部门，负责商业开发与市场运作，因此，与奥运会有关的经济、商业贸易等都成为人们关注的焦点，如奥运会对主办国、举办城市的经济促进或消极作用，如促进消费、拉动旅游等，又如与奥运赞助相关的种种消息等，都应当成为媒体报道的焦点之一。

六、强化“大奥运”概念，体现整体性与连续性，即注意赛前、赛中、赛后的不同特点，整体策划、逐步推进

每届奥运会都只有十几天时间，但奥运报道是一个长期过程，甚至从奥运会申办就已经开始了，并且将延续到奥运会后比较长的一段时间。因此，奥运报道应当树立整体、系统意识，加强组织策划，掌握报道节奏。

赛前主要关注各种资格赛、预选赛、各国奥委会的准备情况、明星运动员表现、举办城市组织筹备情况、奥运基本知识、民众热情等六个方面。

比赛正式开始后，基本策略是以赛事报道为中心，并着重关注五个方面：一是场上运动员的竞技情况及其悲欢；二是各种争议事件与焦点话题。如兴奋剂问题、裁判判罚不公等事件；三是各种突发性事件；四是组织筹备人员的服务与奉献；五是民众反应。

进入赛后阶段，人们关注视野发生转移，记者多已撤离，这一阶段的报道策略要突出重点，加强梳理，并着重关注几个方面内容：一是回顾、总结性报道，特别是奥运会期间各地区、各国、明星运动员的表现；二是对主办国、举办城市的成败得失加以评价、分析，特别是奥运会对这个国家、这个城市的短期与长远影响等内容，应当成为媒体关注的重点；三是各国对奥运代表团、奥运英雄的嘉奖以及与之相关的各种活动；四是奥运会后一些明星运动员的去向与命运；五是各国对下一届奥运会的期待、启程；六是对下一届奥运会主办国、举办城市的报道，即进入下一个奥运报道周期。

七、体现均衡意识，正确处理热门项目与冷门项目的关系

一个体育项目能够进入奥运会比赛，既有历史因素，也必然有普遍性因素，奥运会上的每一个运动项目都是有一定基础的。

因此，奥运会报道应注意全面与均衡：一是足球、篮球、排球、田径等热点项目，应继续成为关注焦点。二是乒乓球、跳水、羽毛球、举重等项目，是中国优势项目，也应高度关注；三是对于网球、皮划艇、拳击、马术等在中国普及程度较低、关注度相对较低，而在西方国家却高度普及、高度关注的项目，应进一步加大报道力度，体现出中国媒体的世界意识与宽广视野，也有利于中国百姓更好地认识、了解并参与这些运动项目。四是对艺术体操、蹦床、手球等一些“相对冷门”的项目，也要进一步加大报道力度，以起到普及作用。

八、体现“两个奥运 同样精彩”的内涵，在报道好夏季奥运会的同时，加大残奥会报道力度

夏季奥运会之后的残疾人奥运会往往受到冷落。宣传残奥会，热情介绍、积极参与残奥会，体现“两个奥运，同样精彩”的主题，是媒体义不容辞的责任。媒体应加大残奥会报道投入，从内容和形式各方面拓展残奥会报道。残奥会报道关键在于体现人人参与、拼搏奋进的奥林匹克精神，用生动的故事，感人的情节打动受众的心。（作者单位：新华社新闻研究所）

（纸媒文本见《中国记者》2008年第8期）

[回首页](#)

来源：《中国记者》
阅读：438 次
日期：2008-08-16

【 双击滚屏 】 【 评论 】 【 收藏 】 【 打印 】 【 关闭 】 【 字体：大 中 小 】

上一篇：视觉影像与人文关怀

下一篇：张允若主编：《外国新闻事业史教程》（二章四节）

>> 相关文章

- 多媒体时代德国体育报刊的营销策略
- 城市体育广播，下一个“热播”媒体？
- 后奥运时代报媒体育记者 提升业务素质的三个着力点
- 改革开放以来的体育新闻传播研究与方法论运用
- 奥运新闻报道的传播维度分析

- 媒体奇观下的新闻异化——以奥运体育新闻报道为例
- “后奥运时代”纸媒体育报道的挑战与应对
- 试析奥林匹克精神指涉下的当代中国健康传播

发表评论



点 评:

用户名: 密码:

字数0

- 尊重网上道德，遵守中华人民共和国的各项有关法律法规
- 承担一切因您的行为而直接或间接导致的民事或刑事法律责任
- 本站管理人员有权保留或删除其管辖留言中的任意内容
- 本站有权在网站内转载或引用您的评论
- 参与本评论即表明您已经阅读并接受上述条款

备案号/经营许可证号：蜀ICP备05000867号

设计开发：阮思聪 QQ:54746245 Powered by: 打瞌睡

Copyright (c) 2003-2013 传播学论坛：阮志孝、阮思聪. All Rights Reserved .