

## 地方都市报奥运报道模式创新

作者：刘裘

地市级都市报都试图借北京奥运会来创新体育报道模式，以求使体育报道整体质量在北京奥运后攀上新台阶。

### 报道困境

地市级都市报的体育报道历来单薄，主要有以下原因：

专业体育采编人才严重缺乏。地市级都市报的体育报道平台较小，日出版报纸均在32版之下（含大量广告版），日常体育版面一至两块。狭小的舞台无法容纳专业体育采编人才。

地方体育新闻信息源极度匮乏。地级城市很少有重大体育赛事，有看点的赛事更稀少。日常地方体育新闻多局限于群众体育活动的范畴，缺乏可读性，难以吸引体育爱好者的目光。

与电视网络媒体相比缺乏竞争力。国内外重大体育赛事一般都有现场电视直播。报纸上的体育新闻往往给人以旧闻的感觉。报纸虽可在深度体育新闻方面有所作为，但除了个别体育新闻需要纵深分析外，读者更关注的是单项赛事的过程和结果。

缺乏资金无法派记者参加国内外大型赛事。记者在大型赛事现场，容易写出差异化的和独家特色的新闻，但需要耗费很多资金。同时，国际上的大型赛事控制记者数量，地市级都市报记者难以拿到采访证件，加之地市级都市报资金不是很充裕，一般都不派记者参加。

体育新闻高度同质化。每天翻开多家地级市同城都市报的体育版，会发现大多数新闻内容缺乏差异化报道，原因是稿件来源大都是通稿和网络。摘自网络的稿件不仅易出差错，还存在时效不足的重大缺陷。

体育互动活动停留在较简单和单调的层面。地市级都市报在体育报道方面近年来逐步开展了与读者的互动，但互动仅仅停留在读者参与体育比赛活动、体育娱乐性活动、体育知识竞猜活动等层面，难以吸引较高档次的读者参与。

### 模式创新

北京奥运会是全国人民关心的重大体育活动。地市级都市报单薄沉闷的体育版面需要创新报道模式。

创新信息采集模式，以独家特色版面创新报道模式。如派记者现场自采稿件，和其他城市的强势媒体交换稿件，向体育专业强的媒体购买稿件，向现场名记者个人购买独家热点新闻，向图片社和体育名家摄影师购买新闻照片以及请当地籍贯的参赛运动员、裁判、工作人员、志愿者当通讯员，采写独家幕后新闻。此外，也可以组织部分熟悉和热爱奥运会的记者分工盯电视直播看赛事写稿。

确定合理版面结构。有一些赛事看点不多，比如中国具有明显优势稳拿冠军的比赛项目，或中国明显劣势不可能拿冠军的项目，又如有的赛事读者关注度不高、可看性差，特派记者不要停留在这些赛事现场。但要始终关注赛事热点和冰点，盯住热点人物和重大赛事，特别要关注突发事件，关注冷门和黑马。遇到突发事件、热点和黑马，要结合背景、人物特性、历史记录等进行纵深分析，对热点人物的表现和命运要写透，推出独家焦点新闻

和热点人物版面满足读者需求。

创新报网联动模式，利用网络吸引高端读者和年轻读者。年轻读者和一些高端读者是体育新闻的忠实读者，是被广告商看中的客户群。借助北京奥运创新报网联动模式，将使报纸吸引更多高端和年轻读者。可以利用一些本地读者去北京看奥运的机会，让一部分读者成为报社在北京的“编外特派记者”，请他们把自己最心动的感受写下来，从网上传回给报社，开辟网民看奥运专版。

设法请到高端名人名家写体育评论，提高报道档次，还可以有部分平民化评论，使报纸更贴近普通读者。通过报网互动，在网络上征集体育评论写手，征集优秀赛事评论博客，可以把网民三两句的议论、评价、感受收集起来，把几十个网民对同一赛事、热点人物、突发事件等的议论集纳起来上版，开辟网民评奥运专栏。

创新与读者的互动模式，推出独家活动活跃版面，普及奥运知识和体育活动。要消化奥运特刊的成本，除版面、栏目的冠名权外，还需精心策划独家活动吸引赞助商。包括传统的有奖竞猜，开辟新的大型连续性互动活动，最好活动能够延续到北京奥运结束，活动过程有竞赛、有人物、有故事，才能够充分调动人气，把版面做得热闹。比如最近媒体和地方体育部门联合遴选地方火炬手活动、民间奥运会活动等。可以考虑把中央电视台的球迷世界杯之类的大型互动活动，引进地级城市，加以改造，贯穿整个北京奥运会时段，一定会为奥运特刊增添精彩。（作者是宁波日报报业集团《东南商报》高级记者、体育采访部门负责人）

(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：357 次  
日期：2008-08-22

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

上一篇：[我国当代女新闻工作者职业地位批判](#)

下一篇：[对苏联“公开性”改革中大众传媒的重新审视](#) (1)

>> [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

jn  jn  jn  jn  jn  jn  jn    
jn  jn  jn  jn  jn  jn  jn    
点 评： 字数0  
用户名： 密码：

- 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 00:54746245 Powered by: 打瞌睡

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