

浅谈做好大型体育赛事的 赛前新闻服务

卢思丹

摘要：媒体对于大型体育赛事的关注往往贯穿整个赛事发展的各个阶段。比如将在2023年9月23日召开的杭州亚运会，作为一次国际性的大型体育赛事活动，在筹备期如何提供新闻信息、如何构建媒体与组委会的公共关系、如何维护组委会的社会形象都和赛事提供的新闻服务密切相关。本文以杭州亚组委赛前新闻中心工作实际操作为例，采用推演和类比等方法，介绍该中心做好赛前阶段新闻服务工作的方式方法，供媒体记者和研究人员参考，为未来大型体育赛事筹办工作提供借鉴。

关键词：大型体育赛事 新闻服务

每一次大型体育赛事的举办过程一般分为：选择、申办、筹备、举办、收尾这五个阶段。^①原国际奥委会主席萨马兰奇先生曾概括成功举办奥运会的三个要素：一是良好的组织工作；二是本国的体育成绩；三是媒体的宣传。对于一场大型体育赛事而言，媒体一般都会深度介入其中绝

大部分的环节和重要时刻。媒体运行和新闻服务是赛事筹办的核心工作之一。这主要基于媒体和新闻工作在评判一届赛事的成败、体育理念的传播、推广赛事主办城市的形象和品牌效应、体育赛事的组织水平提升等四个方面有着重要的作用。^②因此，做好赛事的媒体运行和新闻服务其重要性不言而喻。本文拟就大型体育赛事的赛前筹办期间媒体新闻服务工作开展一些探讨。

一、何为赛前新闻服务？

赛前是一个相对的概念，一般意义是指重要赛事在开办前的筹办准备阶段，时间长短由筹备工作进展来决定。赛前新闻服务工作一般是随着赛事筹备机构或组委会成立而开始的。而媒体从赛事诞生之日起就同步开展报道活动。相对于短暂的赛事举办期，时间长达几个月甚至几年的赛事筹备期，则是舆论长期关注、易于出现舆情危机和新闻爆点的阶段。因此，提供优质高效的赛前新闻服务，是整个赛事筹备工作的需要，也是整个赛事媒体运行和新闻服务工作的前沿阵地与

基础。在这里需要注明的是，赛前新闻服务的内容和形式上与赛事主新闻中心（MPC）有着较大的区别。二者在服务内容、服务方式、工作人员的构成上都存在显著的不同。以2022年第19届亚运会组委会赛前新闻中心的工作为例，杭州亚运会赛前新闻中心是亚运会筹备期的新闻宣传“策源地”，承担“信息员、策划员、联络员、宣传员”的职能，统筹做好与新闻媒体的联络、新闻策划、采集、生产、分发等工作。这与亚运会主新闻中心MMC承载的服务于赛事媒体，服务于赛事运维，服务于主办地的宣推活动等工作相差甚远，但二者的工作又密切相关、承前启后，互通互融，甚至有着迭代演化。

二、赛前新闻服务的对象是谁？

众所周知，大型体育赛事活动中有四类人群：一是竞技类参与人员，如运动员、体育官员等；二是赛事组织人员，如组委会工作人员，场馆运维人员等；第三是媒体人员，顾名思义是参与赛事报道的记者、直播技术人员等；第四是受众群体，含非现场受众和现场观众。其中媒体人员是具有特殊功能和权限的群体。他们也是赛前新闻服务的主要对象和目标人群。^③

无论在赛事中注册类型是哪一种，媒体人员的主要职责都是围绕收集、编撰、传播赛事的相关信息，同步对于反馈信息做出互动反应。但是在赛前阶段，他们的工作职责也会和赛时有所不同，相应开展的新闻服务的范围和重点也有所不同。相关的体育新闻教材里曾经标注：赛前阶段，新闻服务工作的内容主要是搜集各种背景资料。^④但是实际操作中，这一点仅占赛前新闻服务工作的小部分。筹备期协助媒体了解观察赛事场馆，协助各类组织合法使用赛事吉祥物等物料，协助赛事的合作商开展市场宣推活动等，都需要赛前新闻中心充分与相关单位进行沟通和协商。这就构成了开展赛前新闻服务的一个重要内容和活动领域。

除了为媒体工作服务，赛前新闻服务还有更多的服务对象。为了推广和宣传杭州亚运会的办会理念与推动亚运会筹办工作，把新闻服务对象局限在媒体或者少数专业人群上是远远不够的，还包括各地协办城市的管理方、各项

活动的主办机构与行业人员、更多的自媒体创作者等。可以说，赛前新闻服务的对象包含了愿意为亚运会服务的任何机构和个人，并非只为新闻行业服务。

三、赛前新闻服务的内容

在赛前筹办期间，各媒体和公众舆论关注内容侧重于赛事的筹办工作进展、人员动态、主办地的社会活动、重要节点活动等。这些信息来源纷杂，准确度和可靠性亟待证实，加上筹备期间活动多，计划多变，信息重叠，因此，它们都需要赛事组委会有一个统一的官方信息发布渠道和互动窗口。

杭州亚组委的赛前新闻中心作为赛事筹办机构信息发布的主渠道，有着多重功能。它是赛事信息中心，也是赛事重要宣传机构，同时它还是媒体和赛事各部门的协调机构。这些都是赛前新闻中心的工作权限和职责，不仅为赛事媒体运行和新闻服务工作夯实基础，还重新构建新的媒介关系，促进组委会和社会各界互信合作，不断增强赞助企业的合作意愿与共享互动。这个过程为后期工作积累了丰富的实操经验和公关纽带，更重要的是迅速建立了一个赛事信息传播网络，便于开展更丰富更专业的新闻服务。

四、赛前新闻中心新闻服务的实操技巧

随着时代的发展、科技的进步和传播活动的演化，现在大型体育赛事的媒体工作呈现五个方向的发展趋势。第一是专业化程度日益提高；第二是信息化程度日益加深；第三是服务（接受服务）的意识不断增强；第四是资源共享和平台化操作成为共识；第五是新媒体端的表现手段不断丰富，并逐渐成为主流传播势力。而且，无论是赛事的哪一个阶段，媒体工作都呈现出这五个特性。因此，赛前阶段的媒体新闻服务工作也是基于这五个发展趋势做好准备。^⑤

在杭州亚组委的工作计划中，赛前新闻中心的工作主要是开展关于亚运会筹办动态信息发布、合作伙伴权益维护、城市侧重大活动推介、亚运合作项目推介等工作。杭州亚组委赛前新闻中心的工作形态形式呈现出三个特点。

第一是构建赛事新闻信息发布工作生态圈。

杭州亚运会相关新闻活动都是紧紧围绕四个工作圈展开：一是媒体圈，二是亚运场馆团队圈，三是各个亚运协办城市宣传管理圈，四是亚组委所属各部门的新闻宣传协作圈。为此，赛前新闻中心利用网络技术将不同的圈层人员组合在一起，迅速形成半封闭的信息发布直通渠道，便于针对不同的岗位人群，迅速部署不同的工作要求。例如，亚运宣传活动的新闻发布会，可以迅速邀请媒体记者、涉及场馆人员、亚组委专家、部门负责人，然后组建临时性信息发布群，由于人员实名，工作职责清晰，可以就发布流程、发布要求、发布人和背景资料等必要的内容提前告知，并接受媒体的预采访，以便各部门尽快安排相关业务领域人员调整编撰发布内容，有效排除多种无效信息的产生，使得新闻发布活动的组织工作沟通便捷、针对性强、抗干扰，且具有较强的专业性和服务性。

第二是建立平台化的新闻信息联动机制。在日常工作中，把媒体代表、各部门新闻联络员、各亚运场馆新闻宣传主任、各协办城市相关负责人列为核心联动对象。通过每月新闻例会、每周报道反馈、每日常态工作的形式，将赛前新闻中心原有的信息中枢功能放大，结合管理要求，搭建平台化的信息管理网络。在重要信息需要联动的时候，采用多重手段及时有效进行通报、传递，传达到每一位联动对象，不再参照行政等级层层传达，让部门领导和基层单位同步接收信息、迅速反馈、部署工作，并于第一时间执行；也无需因媒体属性做限制，使得新闻报道活动同频共振，第一时间覆盖传播。

杭州亚组委赛前新闻中心每月提前将各方的当月新闻活动计划、联络人、舆情要点、活动方向和物料需求汇集成册，形成内部信息月报，在一定层级管理人员中传播，便于各单位提前规划工作，媒体和活动主办方直接面对面，亚组委第一时间得到反馈。杭州亚运会组委会所属19个部门、56个亚运场馆、6个举办地区城市、数百家媒体，以及近千家亚组委各类商业合作伙伴、省市政府相关部门都能够依托这个网络和联动机制保持便捷通畅的信息交流。这既是一种管理，也是一种服务，更是快速资

源共享和平台化操作的赋能举措，使得赛事的新闻服务更加贴近实际，更加具有新媒体传播的去中心化的属性。

第三是采用项目负责制稳步推进日常工作。赛前新闻中心主要由各单位的抽调人员构成，职业经验丰富，工作特长突出，但面对繁杂的实操工作，有时显得指向性不强，专业度略有欠缺。因此，杭州亚组委赛前新闻中心在亚组委宣传部商榷认可后，决定针对实操工作采用项目首问负责制。由第一对接人统筹，具体工作由第一对接人协调各专业部门人员分解任务，并向统筹人汇报的管理模式。分项活动包括各类新闻报道流程设计，撰写活动策划方案，集约设定统一话题或主题，推演设定突发舆情应对预案，协调把控活动现场秩序等。每个人主要负责熟悉或擅长的专业工作与普适性工作。除了内部人员互动支援、交叉协助，还可以调动其他部门力量开展相互协作，将部门优势平台化，把专业能力资源化，使得专业技能和资源优化有机组合在一起。

从2022年1月成立，到2022年10月之前，经过杭州亚运会赛前新闻中心协调开展的各类亚运报道数千篇，直播和现场活动200多次。宣推内容全网爆款突破亿的近20篇次，破百万或十万+的优秀新闻稿件几乎每周都有。

不过，从近期的新闻服务需求趋向调查数据显示，亚运会的赛前新闻服务依旧存在两方面的不足，其中以新媒体端的新闻服务需求无法迅速得到满足尤为突出。根据某传媒集团上半年亚运报道信息汇总材料显示，一月到八月初，该集团所属的各单位原创亚运报道电视端播出590篇，广播端播出678篇，新媒体端原创刊发451篇，并完成网络直播活动54场。三个端口输出最稳定的是新媒体端，在亚运会宣布延期以后，正是新媒体端撑起了亚运报道的大梁，其主要是围绕着事件性、话题性和网络热点的传播展开较多。而其他媒体集团的报道情况相对而言更侧重新媒体端的短平快报道方式，所需要的新闻服务内容呈现出碎片化、短视频化、边缘话题多、现场直播多的特点。这种传播手段和需求的演变，杭州亚组委赛前新闻中心的工作就需要在提升设定的新闻话题质

量、提供更丰富的视频素材、寻求更具有画面感和现场元素的活动方面做出努力。

第四是在平台化操作中需要和基层单位深度捆绑。在杭州亚运会延期以后，浙江各地都开展了共享亚运建设成果的场馆惠民活动，以及丰富多彩的“花样运动迎亚运”的群众体育活动。其中大部分的活动都在县级以及县级以下单位开展。如宁波的渔民运动会、绍兴的少年棒球队、温州的龙舟比赛等。如何把这些资源从区域性活动推送成为全省全国媒体关注的焦点；如何把原本是场馆侧的优势项目如卡巴迪活动，促使其形成类似腰旗橄榄球、场地飞碟赛这样的新型群众

运动项目。从而真正达到办好一个赛、提升一座城的效果，还值得进一步研究。

参考文献：

- ①刘清早《体育赛事运作管理手册》，人民体育出版社，2009年版。
 - ②⑤第16届亚运会组委会《广州亚运会媒体运行》，暨南大学出版社，2009年9月版。
 - ③④姜晓红《大型赛事媒体运行原理与新闻服务体例》，暨南大学出版社2019年2月版。
- （作者单位：浙江电视台教科影视频道）

