



展现方式指南

体育运动中的性别平等、公平及包容性表述



本手册是为奥林匹克运动利益相关方制定的第二版《展现方式指南》，符合2021-2024年“国际奥委会性别平等和包容性目标”。《展现方式指南》呼吁在整个国际奥委会、奥运会以及奥林匹克运动中执行“所有表达方式的性别平等与公平展现做法”，进而鼓励其成员国家/地区基于文化背景采用并调整适用本指南。本版指南在2018年《展现方式指南》的基础上做了更新，是“国际奥委会性别平等审查项目”建议的一部分。



目录

	4	引言
	5	展现方式的定义
1	06	第1部分：背景。识别刻板印象，改变陈词滥调
	07	术语
	08	体育运动中的展现方式：至今存在的 关键障碍
	09	重构叙事
	10	体育作为平等与包容的推动力：集体 责任与机遇
2	11	第2部分：实践。采用公正、平衡的 展现方式
	12	内容与编辑
	13	图像
	14	语言和术语
	16	新闻报道与播放时间
	17	采访与现场解说
3	18	第3部分：采取行动。便于执行的核对 清单。
	19	体育核对清单中的展现方式
	20	体育组织如何促进性别平等报道
	21	追踪输出内容
	23	附加资源
	24	参考文献

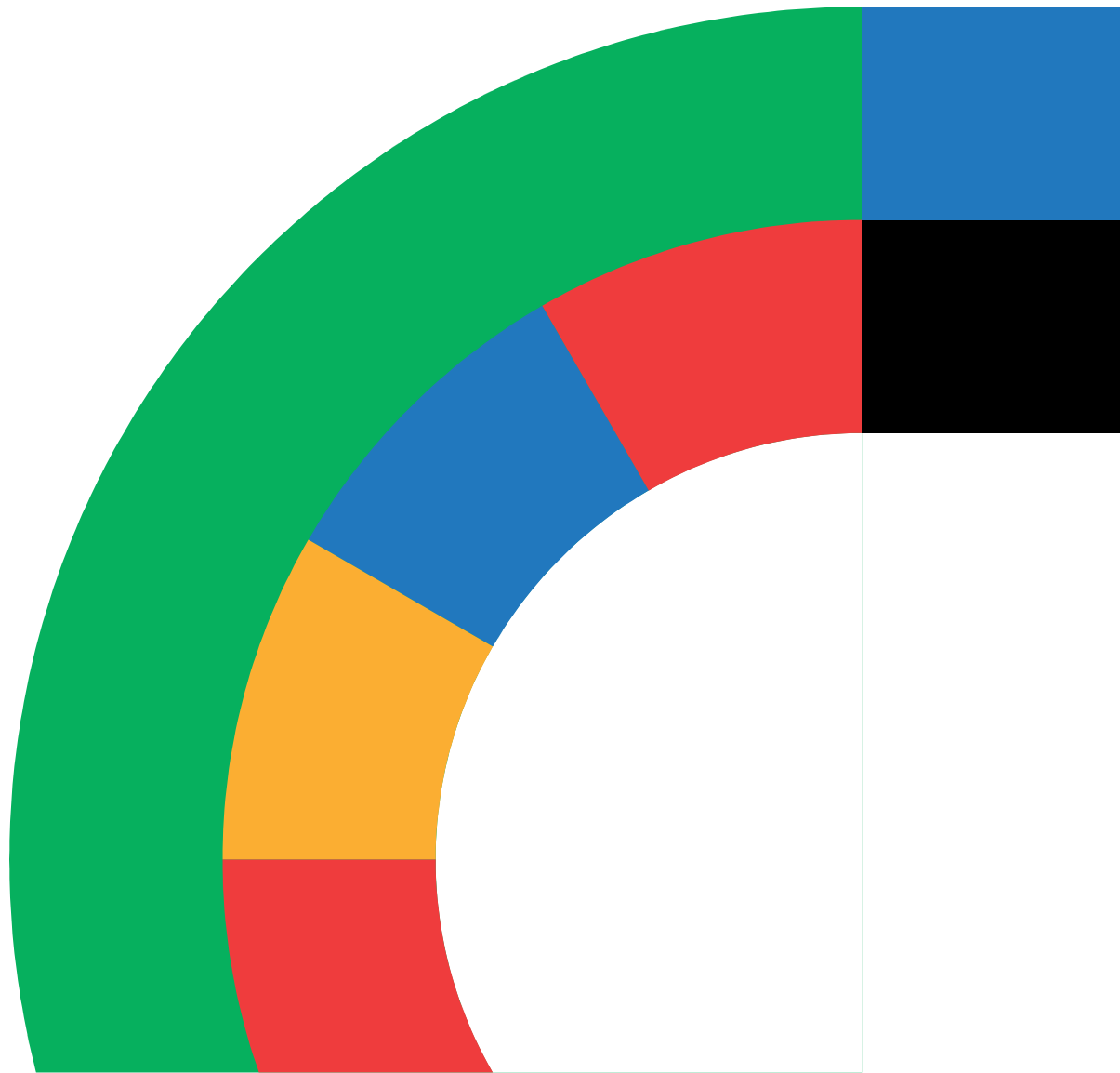
引言

体育是促进性别平等、为妇女和女童赋能的最强大平台，体育新闻报道则对形成性别规范与刻板印象有很大影响。

在国际奥委会（IOC）层面，我们都知道奥运会是高光时刻。奥运会是向世界人民特别是女性和少数群体展示体育普遍性与多样性的一个独特和强有力的平台，因为女性和少数群体在流行体育文化与媒体报道中看不见自己的身影而往往不愿参与体育。为期两周的奥运会新闻报道是一个难得机会，无论国家、种族、宗教、性取向或社会经济地位，女子运动和女运动员都有可能在此期间成为头条新闻。但是在这两周之外，与男子运动相比，女子运动报道的数量和质量仍然不稳定且有限。

体育具有改变外界如何看待女性和少数群体以及她们如何看待自己的力量。作为体育运动中的领导者、宣传者、内容创作者和媒体机构，我们要为如何在全球范围内对体育人士和运动员进行描绘、介绍、描述、谈论和表述，即如何在所有形式的媒体和宣传中对其进行展现**定下基调**。

以下准则旨在提高人们对体育背景下形象展现方式各方面存在的性别偏见及其解决办法的认识，以确保我们的内容和宣传更加包容、公正，并能代表我们所处的世界。



展现方式的定义

在国际奥委会，我们对展现方式定义如下：

展现方式指在宣传和媒体报道中展现个人或群体时，所使用的语言（词语和表达方式）、图像和声音、新闻报道的质量和数量，以及所给予的突出地位。

展现或书面/口头描述的**对象**与对其进行展现或书面/口头描述的**方式**同等重要。

展现方式关乎文字、叙述、语气、图像、声音、背景以及结构。

超越性别

女性和男性一样，不是同质化的群体，也不单由她们的性别身份来定义。所有个人都有多种交叉的身份。其他社会差异标记，如种族、民族、宗教、国籍、文化或性取向（仅举数例），都会影响一个人的身份。平衡的形象展现方式也应确保考虑并反映不同群体内部和之间的多样性和**交错性**。毕竟，不是所有的运动员都有着相同的长相或声音，他们也不单以“女性”、“男性”或“运动员”的身份体验生活。



1 背景

识别刻板印象，改变陈词滥调

基于性别的偏见、刻板印象和社会规范已经并将继续导致两性之间的差别待遇。在这一领域中，其中一种困难就是了解术语的含义并理解这些概念。《展现方式指南》第二版对一些背景和定义做了介绍，有助于为性别表述，特别是有关体育界女性的表述提供指导。

“刻板印象、带有歧视色彩的社会规范以及表述欠缺仍然是世界各地实现性别平等的最普遍障碍。”

—— Phumzile Mlambo-Ngcuka,
联合国妇女署执行主任

术语

生理性别：出生时被指定，指将一个人定义为女性、男性或间性者的生物特征（世界卫生组织）。

社会性别：指特定社会认为适合女性和男性的社会建构角色、行为、活动和属性（联合国妇女署）。

无意识的偏见：我们无法控制和意识到的对一个人或社会群体形成的联想或态度（Catalyst, 2019年）。

性别刻板印象：仅根据对方的性别而对其传统指定角色、属性和特征产生先入为主的想法。例如，女性的角色通常被限制在家庭领域（联合国人权高级专员办事处, 2014）。消极的刻板印象和歧视态度最终使性别不平等更加持久，阻碍变革（联合国妇女署, 2020年）。

性别中立语言：所使用的语言不具有性别特征时（欧洲性别平等研究所, 2018），意味着没有具体提及某一特定的性别或社会性别，而是考虑到人们的总体情况。使用性别中立或性别包容的语言，避免了可能被解读为带有偏见、歧视或性别歧视的词汇和表达方式，而是将女性和男性放在同一水平线上，有助于减少性别刻板印象（联合国妇女署, 2017年）。

宣传中的性别平衡：将性别观点或视角纳入组织战略和倡议的所有方面，以及纳入其文化、体系、运营和宣传的过程。运用性别视角意味着要考虑到你的决定如何对性别产生不同的影响。

性别偏见：基于一个人或一群人的感知性别而对其产生影响的带有偏见的行为或想法。带有性别偏见的语言或隐含地/无意识地或明确地/有意识地偏向于一种性别，导致不平等和/或不公平的待遇。性别偏见是性别歧视的一种形式（欧洲性别平等研究所, 2018年）。



体育运动中的展现方式：至今存在的关 键障碍

在体育领域，迄今为止的研究和证据已经反复表明，体育运动中性别之间存在根本的差别待遇。在此，我们概述了其中一些反复出现的性别偏见和挑战，以此作为背景，说明体育运动中的展现方式为何重要。总体而言，女子运动和女运动员面临着三个主要的挑战。

1. 女性在体育领域展现不足

除了奥运会和其他重大国际体育赛事期间的少部分例外（妇女体育基金会，2020年），全球依然缺乏对女子运动和女运动员的报道，绝大多数资源和曝光都集中在男子运动上。

媒体更有可能报道他们认为“性别相称”的运动（例如，女子体操和男子拳击vs女子拳击和男子体操）。

女性在各级领导层和体育媒体中的代表人数也不足。

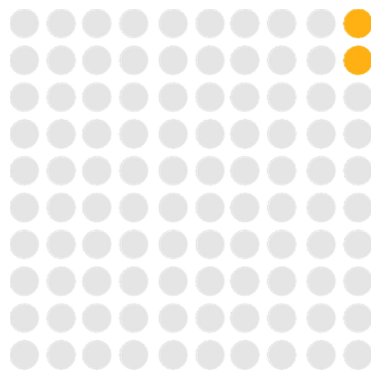
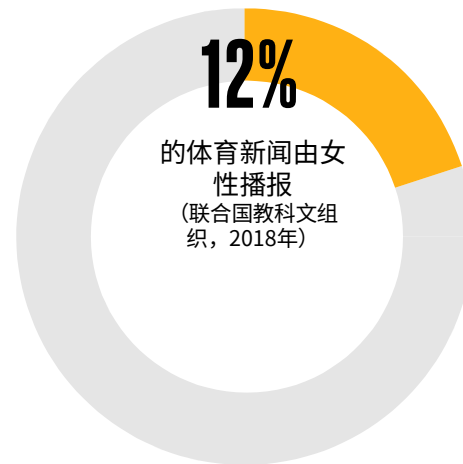
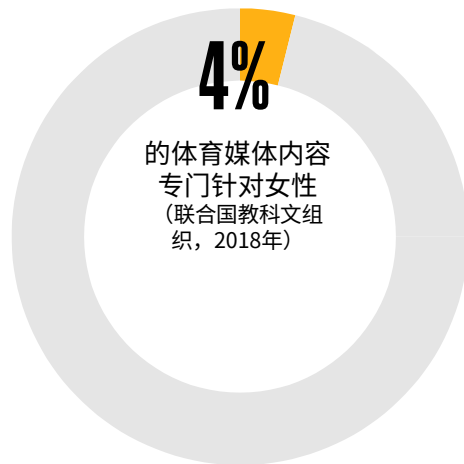
2. 缺乏认可

在体育报道中，人们过多地关注女运动员的“场外”特征（外表、着装和个人生活），重点往往放在她们的相貌而非她们的运动能力、运动成绩和能力上。

女子运动一般都有一个限定词，例如，女子足球，而男子体育则非如此：足球就只是足球，而不是男子足球。这种专门针对女子运动的“性别标记”意味着男子运动是常态（剑桥大学出版社，2016）。

3. 性别优先

女运动员往往首先会被性别（女性、妇女）或性别角色（妻子、母亲、女性）定义，然后才被定义为运动员，而当涉及到男运动员时，情况则并非如此（剑桥大学出版社，2016）。男运动员是根据异性对“英雄主义男子气概的理想”来限定的，旨在赞扬力量、耐力和勇气（Hanson，2012年）。无论性别或性取向，也无论一个人的相貌如何，首要关注的应该是其技能和成就。



2020年收入最高的前100名
运动员中只有2名女运动员
(福布斯, 2020年)



“男性的体格也会被评论，
比如他们穿紧身衣裤时，但
女性被评论得更多，而且由
于历史上存在男女不平等
的情况，这一点更为重要。”

——Anna Watkins
英国双人赛艇运动员
伦敦2012年奥运会奖牌获得者

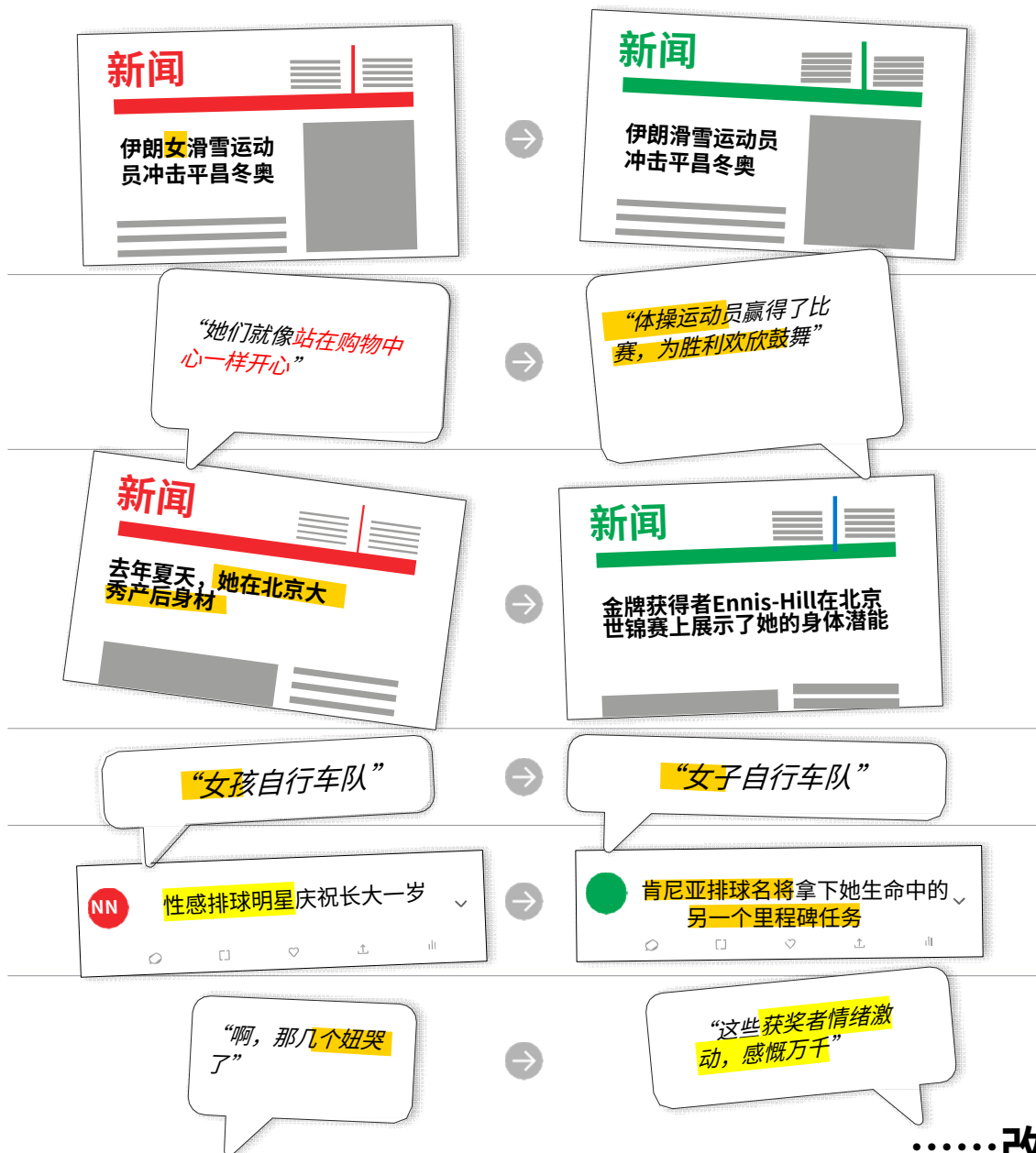
重构叙事

有人说你跑起来像个男人，在投掷方面像个女孩，某项运动不适合你，因为你是某个性别的人，或者你的身材要么太强壮要么太柔弱……诸如此类的贬低性评论，以及要符合女性或男性刻板印象和理想型的压力，会伤害那些参与以及想要参与体育的人，最终导致男孩和女孩完全放弃体育运动。

然而，体育可以大大推动平等和包容，展示来自各行各业的运动员和运动人士在奥林匹克舞台上以及最高水平的体育比赛中的出色表现。

现在该由我们来翻转并平衡展现方式了。

将这样的表达……



……改为这样
更为平等、包容的叙述方式。

体育作为平等与包容的推动力： 集体责任与机遇

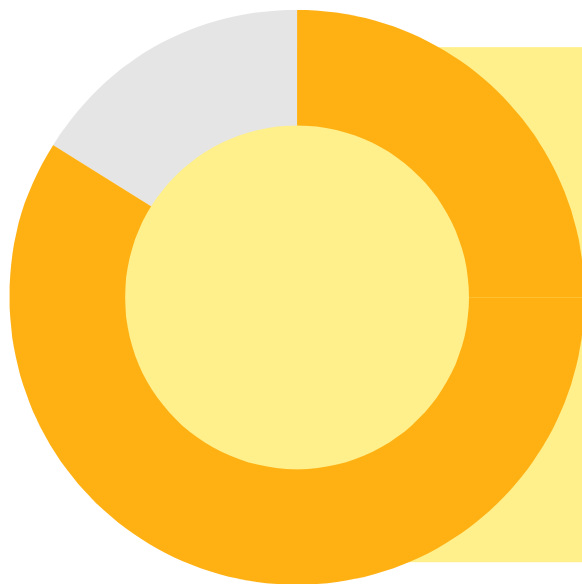
随着女运动员参加奥运会的机会越来越多，重大体育赛事带来的公众认可度和能见度越来越高，体育组织和领导人有了一个呼吁并努力实现更加平衡和公正的性别表述的最佳机会。

体育所处的独特地位：

- ✔ 帮助改变对话，消除负面的刻板印象和性别规范。
- ✔ 树立新的强大的、积极的、多样化的榜样。
- ✔ 促进并要求对体育运动员的所有多样性都进行平衡的新闻报道和公正的展现——无论性别、种族、宗教、性取向或社会经济地位。

对运动员、教练、官员和体育生态系统所有构成人员的展现方式进行多样化和赋能处理，这对参与体育、训练和领导产生了积极影响。这是一个发展和挖掘新观众的机会，可以增强人们的关注度和参与度，对于日益认为体育无非是一项运动的年轻一代来说尤其如此。

确保展现性别平衡是实现性别平等道路上的一小步，但也是影响行为和改变态度的重要基石。体育最终可以在体育领域内和体育领域外塑造一种反映平等、尊重多样性和包容性的文化。



84%的体育迷（其中男性超过一半）对女子运动感兴趣

根据尼尔森在澳大利亚、法国、德国、意大利、新西兰、西班牙、英国和美国进行的研究（2018年）得出。人们认为女子运动比男子运动“进步”更大，更“以家庭为导向”，“更干净”，更“鼓舞人心”。

“从未有冈比亚人参加过冬奥会比赛。[……]Amadou Krubally看到我在平昌2018年冬奥会上代表加纳参赛。他深受启发，联系到我，并为冈比亚共和国成立了冬季运动联合会。看到我的非洲同胞打破障碍，挑战现状，我感到非常自豪。”

—— Akwasi Frimpong, 加纳第一位奥林匹克钢架雪车运动员，平昌2018年冬奥会

“封面上有个女人正在做运动，焦点集中在她的面部——她就是风景的全部，无论是身体，还是坚定的意志。当时我就决定要参加奥运会。我必须走出去，参加一项运动。”

都灵2006年冬奥会，加拿大雪上技巧奥运冠军Jennifer Heil谈到1992年夏天在《体育画报》封面上看到美国七项全能运动员Jackie Joyner-Kersey时的情景。

2 实践

采用公正、平衡的展现方式

本部分包括一系列意见和建议，以考虑如何克服体育背景下各种展现方式的相关偏见，确保我们在所有形式的宣传和内容输出中采用性别平等和公正的展现方式。

“2018年，报道奥运会的广播同事对第一版指南的接受程度让我们备受鼓舞。我们相信第二版将进一步为媒体界提供信息，使公正和性别平衡的新闻报道成为我们所有人的基石。”

—— Yiannis Exarchos
奥林匹克转播服务公司首席执行官
兼奥林匹克频道执行董事

内容与编辑

1 清晰、均衡的编辑方向与内容基调

2 有说服力的大胆讲述

3 一致性是关键

显然，不可能预测新闻和时事中的性别表述，因为你不可能对未发生的事情做出说明。所有内容都需要基于编辑优势。

然而，可以围绕女子运动和女运动员**增强故事性**，从而提高新闻报道的可见度和一致性，引入新的声音并进行跟进报道。**在内容的包装和呈现方式上**，也可以且有必要**对性别问题保持敏感**。在包装编辑内容时，应在语气、风格、语言、框架和图像上特别注意展现方式。

发挥创意，用**集锦、纪录片、简介系列或特别专题**来丰富内容。无论是值得关注的运动员还是鲜为人知的拓荒者，通过克服逆境或从伤病中复出所获得的教训，运动技巧或成绩分析和职业进展，都有一个不可思议的人类故事等待着你去讲述。毕竟，一个好的故事就是一切，不管主角是谁。

建议：创建数据库

建立一个专门的女子运动数据库，纳入女性运动员、教练、体育科学家、领导人和专家的联系方式，可以用作资料来源参考。

女性不仅仅是一个性别符号，男性也不仅仅是运动员。他们都是拥有充实生活和不同兴趣的人。

在数字平台（网站和社交媒体账户）上追踪你的编辑和图像数据，**确保文章、简介和图像发布数量的多样性和性别平衡**。

建议：审查你的平台

问问自己：

- 在平台上找到女子运动的更新和内容有多容易？
- 这些内容是否可以通过你的主页或与男子运动相同的方式获取？
- 女子运动的报道内容是否是最新的，并且与男子运动报道具有同等质量？

审查你的平台，计算平台需要多少次点击/检查用户需要向下滚动多长时间才能找到有关女子运动的内容。

图像

需要通过图像来讲述故事，无论图像是静态的还是动态的。图像的使用方式必须反映体育项目、运动员和体育迷的多样性，但也必须考虑到公平和平衡，在质量和数量上都是如此。

时刻牢记这些视觉准则：



✓ 积极、真实和体现尊重的视觉图像

描绘运动员在其环境中的形象。

✗ 避免消极、性感的图像

否则会加深对运动员的刻板印象。

不管运动员是女性还是男性，如果他们衣服意外出现破损

（衣服裂开、撕裂或无意中暴露出比预期更多的皮肤），请重新拍摄图片/图像和/或将其删除，以尊重运动员的尊严。



✓ 运动天赋和体育技能

应为图像的重点。

✗ 不要过多注意外貌

（例如：妆容、发型、指甲），衣着或身体私密部位（例如：胯部照片、乳沟、臀部），尤其是与运动员的表现无关的部位。

在视频报道中，避免从头到脚带有审视意味的“揭露性”镜头。记得要展现“运动吸引力，而非性吸引力”。



✓ 平等曝光

在团体运动中尽可能给所有运动员平等的曝光机会。

✗ 不要过多关注或只关注团体中的同一个运动员

除非与运动项目或表现相关。

俗话说得好，一图胜千言。



✓ 图像多样化

呈现运动员的性别及其运动、民族或年龄等方面。

✗ 保证不同性别或群体的图像数量差别不大。



✓ 用优美、敏捷与优雅来平衡力量、爆发力与速度

✗ 避免强化对女性和男性的刻板印象

或只关注“性别相称”的运动。

建议：创建一个性别平衡的图片库

盖蒂图片社与英国女子体育信托基金合作，创建了一个“最佳女子运动”的评论和创意系列，以展示世界顶级女运动员的风采。想要激发更多灵感，请访问：

www.gettyimages.co.uk/resources/sportingwomen

语言和术语

应特别注意在印刷或数字媒体的评论、标题或文章中使用的语言（表达方式和宣传用语）和术语（词汇）。

使用**无偏见的语言**，避免性别刻板印象，避免将女性与男性做比较和/或暗示一种性别优于另一种性别的表达方式或词汇。

例如：

❌ 为了赢得那场比赛，她游得“像个男人/猛兽”一样。

✅ 她**坚定地**游着，只为那场比赛的胜利。

❌ 她是下一个迈克尔·菲尔普斯（Michael Phelps）。

✅ 她是一名杰出的运动员。

❌ 这将是一场“女人争斗”。

✅ 这将是一场**精彩决斗**，或这将是**一场天王山之战**。

如果一个人的性别认同是已知的，那么提及这个人的性别就是合法的（例如，主格她/他，宾格他/她）。然而，如果一个人的性别不为人知或属于一个混合性别群体，则用性别专用术语代替**性别中立描述**。

例如：

❌ 他的/她的 ✅ 他们的/她们的

❌ 她/他 ✅ 他们/她们



语言和术语

下表是一些其他原则，但并不详尽：

提到人时

始终使用“女性/男性”，女子/男子，不用女孩/男孩，除非是指未成年人。

✘ 在使用“男子”时，相应使用“女士”是不合适的，应该使用“女子”。同样，使用“男子”时，相应使用“女孩”一词也不合适。

✔ “女士们”在与“先生们”一词一起使用时是合适的，如演讲中的“女士们，先生们”；或者“女士”表示一个官方头衔时，例如，“约翰爵士和史密斯女士”。

代词

不要假设一个人的性别身份。要直接询问对方，除非知道对方的性别，否则要避免使用特定的性别代词（主格她/他，宾格她/他）。相反，在这种情况下，可以接受复数形式（主格他们/宾格他们/他们的）。例如：

✘ 每个运动员必须随身携带他的注册卡。

✔ 要求**所有运动员**随身携带**他们的**注册卡。

或

✔ 要求**运动员**随身携带**他们**的注册卡。

同样，提到混合性别群体时，应使用中性复数词汇。

名词和专有名词

尽可能使用中性词，例如：



✘ 运动员
Sportsman

✔ 运动员
Sportsperson / athlete
(或用运动员
sportsman/女运动员
sportswoman指特定
的个人)



✘ 播音员
Anchorman

✔ 播音员
Anchor



✘ 发言人
Spokesman

✔ 发言人
Spokesperson



✘ 摄像师
Cameraman /
Cameramen

✔ 摄像师
**Camera operator /
Camera crew**



✘ 主席
Chairman

✔ 主席
**Chair /
Chairperson**



✘ 人类
Mankind

✔ 人类
**Humankind /
Humanity**



✘ 男朋友/女朋友
或丈夫/妻子

✔ 伴侣/配偶

形容词

避免对一个人的外表做出评价。描述一位运动员的表现时，使用男女通用的形容词。例如：

✔ 使用下列及类似词语：
美丽、有力、强壮、
优雅、健美、坚定、
主导

✘ 不做性别化或性别歧视的描述，例如，性感、娘娘腔、男人婆、像个男人等。

提示：翻转性别

把正在谈论或描写的人物性别对调。如果结果看起来很奇怪，那么就可能存在偏见。

新闻报道与播放时间

国际奥委会认为，**女子和男子赛事同等重要**，在待遇上应该反映这一点。因此，必须以同样的热情、敬意和一致性，在全年以及奥运周期之外展示并庆祝竞赛旅程和成就，而不区分性别、种族或性取向。



在赛事报道、采访、运动员介绍、评论等广播活动中，尽可能确保**平等分配女子和男子运动的广播时间和报道**，以平衡报道的时长和时间安排。



编写文章和出版物时，无论是印刷品还是数字出版物，都应尽可能地**给予女性和男性同等的曝光率**，以确保对不同性别的报道是平衡的。避免只过度关注一种性别。



女子和男子运动报道的质量（制作）以及对运动员的展现**应该是平等的**。不应偏向任何一个性别。



谈判体育赛事的媒体权利时，利用你所拥有的任何谈判能力，将**女子比赛和/或女性运动员**（或在你负责的体育项目中表述不足的性别）**的报道结合起来**，从而使报道更加平衡。

提示：与持权转播商合作

与持权转播商密切合作，围绕你负责的运动项目确立强有力的叙事，并在主要比赛之前介绍运动员。



调整竞赛日程，将女子和男子比赛紧密结合起来，和/或改变时间，**确保女子团体和女运动员的比赛不论为“开场表演”或“垫场赛”**。

建议：混合安排女子和男子运动

竞赛日程在差异报道中起着关键作用。最后一个周末，特别是奥运会的最后一个周日，是黄金广播时刻。在平昌2018年冬奥会上，国际奥委会调整了竞赛日程，以确保奖牌项目和最后一天比赛时间的性别平衡，给予女子和男子运动同等关注和曝光。在里约2016年奥运会和东京2020年奥运会期间也取得了实质性的进展，使奥运会的竞赛日程实现了性别平衡，并为未来的奥运会确定了方向。

采访与现场解说

采访运动员或其随行人员时，或在比赛场地进行评论时，要避免以性别为主导的提问和表述。

例如：在比赛场地采访女运动员时，避免问及她的丈夫/伴侣/孩子，除非她自己主动提供信息。采访者很少询问男运动员，他们的妻子/伴侣/孩子是否为他们感到骄傲。



不要：将女运动员的成就归功于她的教练/随行人员（“是他让一切变成可能”）。男运动员的成功很少被归功于教练/随行人员。



要：认识到一名运动员的成就是团队努力的结果。

提示：注意你的语气

研究表明，“精彩、夸张的男子运动故事与沉闷、实事求是的女子运动故事之间有着鲜明的对比”。在评论运动或采访运动员时，无论性别如何，都要用同样的热情，本着同样的兴趣和专业精神。

提示：观点多样化

无论是在屏幕上，还是在屏幕和麦克风后面，无论是在工作场所，还是在各个层面，都需要多样性。考虑你的评论员或采访者队伍是否代表了各种性别和背景。

提示：运动员媒体培训

为运动员提供媒体培训机会，让他们为接受媒体采访做好准备。通过 Athlete365平台，国际奥委会为运动员提供个人品牌工具包，帮助他们了解自我展现方式，开发个人品牌，详情请登录：olympics.com/athlete365/personalbrand/



“在网球场上，我不认为自己是一位母亲。我仍然认为自己是一名网球运动员。我进入四分之一决赛，并不是以一位母亲的身份，而是以一名网球运动员的身份。”

——维多利亚·阿扎伦卡 (Victoria Azarenka)
白俄罗斯网球运动员
伦敦2012年奥运会金牌获得者

“小时候，我只是觉得自己没有可以仰望并为之建立情感联结的人，一名同样参赛胜出的出柜同志。”

——盖斯·柯沃西 (Gus Kenworthy)
美国自由式滑雪运动员
索契2014年冬奥会坡面障碍技巧银牌获得者

3 采取行动

便于执行的核对清单

体育可以大大推动平等和包容，展示来自各行各业的运动员和运动人士在奥林匹克舞台上以及最高水平体育比赛中的出色表现。作为体育界的领导者、宣传者和内容创作者，我们处在一个独特位置，可以设定基调，帮助改变对话，消除负面的刻板印象。树立强大、积极、不同的新榜样。要促进数量和质量意义上的平衡新闻报道，公平、包容地展现运动员的所有多样性。

“她们有着同样的姿态，同样的奖牌设定，会迸发同样的情感；她们有着同样的获胜欲望，拥有同样的自豪感和激励所有观众的力量。这不是女子运动；这是运动。”

——Tony Estanguet,
巴黎2024年奥运会组织委员会主席

体育核对清单中的展现方式

国际奥委会认为，**女子和男子赛事同等重要**，在待遇上应该反映这一点。因此，必须以同样的热情、敬意和一致性，在全年以及奥运周期之外，展现并庆祝竞赛旅程和成就，而不区分性别、种族或性取向。

注意：
展现或书面/口头描述的**对象**与对其进行展现或书面/口头描述的**方式**同等重要。

检查内容

尽可能给予同等的编辑关注度



问问自己：

- 关于一种性别的故事和简介是否比另一种性别的多得多？
- 如何确定你的问题和叙事框架？考虑这些框架是由性别驱动还是由运动驱动。
- 是否以同样的热情和质量来报道内容并展现女子和男子运动？

检查图像

保持平衡，避免性别刻板印象



问问自己：

- 所用图像是否性别平衡？
- 展现女子运动时，是否以她们的积极态度和能力为重，并具有同等的可见度和突出性？
- 图像的重点是表现和运动，而非美感？

检查用词

使用适用于所有个人和群体的中性语言



问问自己：

- 在泛指中，即在指称非特定人群时，使用了男称形式（他/他）？还是采用了性别中立的形式（他们/她们）？
- 是否使用了可以适用于任何人的描述性词汇和表达方式？
- 用词旨在比较性别，还是在暗示一种性别比另一种性别优越？

检查“声音”

让声音多样化，建议建立性别平衡多样化的小组，选用性别平衡多样化的发言人、培训师和模范。



问问自己：

- 哪些声音被听到了，以什么身份（如作为权威或专家）？
- 妇女和少数民族的声音是否为自己发声？
- 媒体工作人员是否性别不同、背景不同？

询问运动员

就像再三确认运动员名字的拼写和发音一样，积极询问运动员他们的代称。不要假设。

体育组织如何促进性别平衡报道

体育组织可以采取多种举措来促进性别平衡报道。建议如下：

- 1** 确保女子和男子项目的竞赛日程同等均衡。
例如：
 - 在最后一项和倒数第二项比赛之间交替进行女子和男子决赛。
 - 确保平等安排赛事，避免某一性别在电视报道有限或不存在的时段内进行比赛。
 - 确保女子和男子赛事的顺序相同，避免女子赛事成为当日主要赛事的开场赛事。
- 2** 就转播权协议进行谈判，使女子和男子比赛享有平等报道机会，并保证制定平等的转播计划。
例如：
 - 增加一项条款，防止持权转播商只制作30分钟的女子比赛集锦，而对男子比赛则进行两小时的直播。
- 3** 在主赛事合同中规定，主转播商对女子和男子运动的报道必须保证同等的数量和质量。
例如：
 - 同样的转播小时数，同样的摄像机数量和专业设备数量。
- 4** 如果你方组织直接雇佣主转播公司，则应包括上述第3点条款内容。同时，在他们的投标书中加入对人员配置计划的要求，即关键职位也要分配给女性（制片人、导演、摄像师和播报员），并将该计划纳入最终合同。

- 5** 组织女子和男子竞赛，竞赛安排在同一地点和同一时间段。注意，这样可提高媒体机构分配报道范围的成本效益。
- 6** 建议将女运动员和女教练作为潜在的采访对象。
- 7** 鼓励媒体机构指派女性工作人员。
例如：
 - 为制片人、导演、摄像师、编辑或摄像师等关键职位提供额外的资格认证。
- 8** 为了强调性别平衡展现方式的优先级，应邀请一家媒体机构对他们的报道和组织对某一事件的报道进行联合内容分析。邀请某大学新闻系进行分析，然后与媒体机构的工作人员会面讨论。
- 9** 将组织的展现方式指南分发给注册媒体，要求对内容进行反馈，并要求将指南分发给他们的员工。
- 10** 确保组织的政策和运动规则没有性别偏见，避免导致女子运动是低级或次级项目的说法。

追踪输出内容

如果要确保在体育宣传和报道中实现平衡的展现方式，需要了解宣传的榜样是谁，以及在平台上谈论或发布的内容，这一点至关重要。收集真实的数据有助于转变态度、行为和表现。

对输出内容和创作者进行性别审计，有助于设定基准，提高对团队和报道的性别平衡程度或偏见的认识。追踪输出内容也有助于监测进展，并确定具体行动，以便团队和组织内部在需要时推动变革。

目标

对于团队和领导而言，在所有的编辑计划和正在制作和出版的内容中纳入性别代表的考量，以确保在比例和报道类型上内容输出平衡。

本部分给出了一些提示，以说明判断要点，以及如何开始系统追踪输出内容，从而收集数据。

追踪什么？

可见度：确定所发布内容中的重点人物。例如：

- ✓ 判断不同输出内容中的性别平衡情况；衡量以女性、男性或两者作为主题和来源的内容有多少。
- ✓ 判断频道上所发布图片的性别平衡情况；图片的焦点是女性、男性、混合或是其他（如场馆、城市、人群、设备等）？只关注图像中的焦点人物，以及人物性别是否清晰可辨。
- ✓ 判断所制作视频中的性别平衡情况；确定男性和女性发言者的数量。进一步衡量他们的发言时长是否相同。
- ✓ 判断对运动员进行社交媒体直播的性别平衡情况；确定与女运动员、男运动员或两者一起进行的直播次数。
- ✓ 计算报道内容中引用的“专家”和“领导人”数量；确定女性和男性的发言数量。

注意：如果一个人在同一内容中出现了两次，则只计算一次。确定制作和控制的所有原创内容数量，包括有助于形成内容转播基调并反映组织价值观的转播次数。

叙事：判断报道的类型，以及在委托发布和/或在频道上发布内容中的人物展现方式。

- ✓ 按主题、性别和叙述方式对内容进行分类，例如：表现（结果，行动）/自豪感（国宝，英雄）/成功/失败/个人（旅程，生活平衡）或生活方式/人类利益/新闻/表现。
- ✓ 再进一步，确定报道如何描绘内容中的人物，例如，作为领导者、参与者、专家、信息提供者或榜样，以及该主题在频道中的突出地位，例如网站首页、社交横幅、营销材料、社交反馈、主题部分等。
- ✓ 评估图像的情感构成；确定图像是以行动为主（竞争、训练等），以情感为基础（欣喜和崩溃时刻），以成功为侧重点（在领奖台上，与奖牌合影），还是客观展示（运动员驱动或无意识）？
- ✓ 评估所使用的语言，确定在提及或描述运动员时，是否使用了性别化或弱化语言？

注意：制定编码方案，根据相同的标准评估各项内容。




发言权分享。确定推荐谁作为运动项目/组织的代表。

- ✓ 判断专家、发言人和新闻专员的性别平衡情况。如果发现有明显的性别差异，应激活网络，研究可以添加的其他来源，从而平衡清单。

故事作者：确定内容委托创建者和/或频道内容创建者。

- ✓ 判断内容制作团队的性别平衡情况，并要求委托内容制作机构列出其团队的性别平衡情况。如果发现有明显的性别差异，则应寻找新的声音，让内容作者多样化，以表达不同的观点。

如何追踪？

-  为报道中的性别平衡建立持续的标记和跟踪系统，可以使用内容管理应用程序或Excel电子表格。
-  创建和发布内容时，或在发布后不久，在跟踪电子表格或内容管理工具中标记、计算并记录数据。
-  在每周或每月的编辑和员工会议上分享数据，以评估进展，分享成功，并根据需要调整计划，根据需要查缺补漏。确定适合自己 and 团队的工作节奏。

收集这些数据的目的是为了增加和平衡内容中运动员代表的数量和质量，反映世界的多样性，并确保人们不仅会在奥运周期中看到这些正面的榜样，在日常生活中也可以看到。

“现在需要的是行动，而不是承诺。你必须真正去做，去实现，认真对待代表权，确保在工作的方方面面考虑代表权。当然，对于正在发生的杜绝偏见的斗争，还要继续推动。”

——Barbara Slater
英国广播公司体育部部长
国际奥委会妇女与体育委员会和国际奥委会新闻委员会成员

示例

50:50平等项目

2018年，英国广播公司启动了50:50平等项目，以激励和支持内容制作者在其频道中平等展现女性和男性，并确保其内容真正反映观众的多样性。该计划有三个核心原则：

1. 收集数据，促进改变
2. 所控制措施
3. 不要在质量问题上妥协

作为此项挑战的一部分，英国广播公司体育部在2019年发起了一项名为#ChangetheGame的活动，以改变人们对女子运动的看法，并在各网点报道女运动员。该活动召集整个组织支持这项活动，产生了巨大的影响，2019年有超过4500万人在英国广播公司平台上浏览女子运动内容。

了解更多方法和结果或想要参与其中，请访问：www.bbc.com/5050

新西兰奥委会&ISENTIA：新西兰媒体报道的性别分析

2015年，新西兰奥委会委托媒体情报公司Isentia研究新西兰女运动员在里约2016年奥运会之前、期间和之后的媒体报道情况。该项目使用了内容分析和广泛的数据集，在14个月的时间里，在印刷、广播和在线新闻中研究了近30000条针对运动员个人的报道内容。重点分析了图像、叙事以及与运动员相关的语言，对报道男性运动员时涉及的这些因素与对女性运动员报道时的情况做了对比。

了解更多项目信息，获取报告，请访问：www.isentia.com/latest-reads/nzoc-rio-2016/

发布这份报告之后，新西兰体育局和Isentia又进行了一项重要的超越奥运会的性别平衡研究。他们第一个研究任务便是从2019年7月开始的两年内，每年对40000个媒体报道进行分析。

了解更多信息，请访问：sportnz.org.nz/mediaanalysis/about/

附加资源

体育

2021-2024年“国际奥委会性别平等和包容性目标”

[国际奥委会性别平等审查项目报告 \(2018年\)](#)

[欧洲委员会：全体参与的体育运动性别平衡方案](#)

工具包：如何影响体育运动中的性别平等

[加拿大妇女与体育运动：如何从性别视角制定决策？](#)

性别

[联合国妇女署性别平等术语表](#)

[“体育促进世代平等”框架](#)
通过体育生态系统的力量推动《北京行动纲要》的实施

[欧洲性别平等研究所性别敏感宣传方案](#)

体育媒体

[重新构建体育报道途径，实现性别平衡的媒体报道 \(2021\)](#)

欧洲电视网体育手册，用于解决屏幕报道、女性在体育广播中的表述欠缺以及媒体对女运动员的展现方式等问题。

[改善媒体对我国女运动员的报道 \(2018年\)](#)

新西兰妇女体育领导学院 (WSLA) 报告

[联合国教科文组织媒体性别敏感指标](#)

媒体运营与内容中的性别敏感指标衡量框架

[性别平等与体育媒体](#)

女性主义标题：突出体育媒体中性别歧视语言的Chrome扩展程序

参考文献

1

第1部分： 背景。识别刻板印象， 改变陈词滥调

Badenhausen, K., Settimi, C., & Becoats, K. (2020年5月21日). 2020年世界收入最高的运动员.福布斯. 资料来源：
<https://www.forbes.com/athletes/#16ca94d955ae> (2021年1月28日获取)

剑桥大学出版社(2016年). 语言、性别与体育.部分剑桥英语教育系列论文. [pdf]

加拿大妇女与体育(2020年). 什么是交叉法? 为什么交叉法在性别平等中很重要? (信息图表). 资料来源：
<https://womenandsport.ca/wp-content/uploads/2020/09/What-is-intersectionalityinfographic-pdf.pdf> (2021年1月28日获取)

Catalyst (2019年12月12日). 理解无意识的偏见: 询问Catalyst Express. 资料来源：
<https://www.catalyst.org/research/unconscious-bias-resources/#:~:text=Dec%2012%2C%202019,our%20decision%20making%20and%20behavior.> (2021年1月28日获取)

欧洲性别平等研究所(2018年). 性别敏感宣传方案. 资料来源: <https://eige.europa.eu/publications/gender-sensitive-communication>

Fink, J.S. (2013年). 女性运动员、女子运动与体育媒体商业困境: 我们真的尽力了吗? 体育管理评论,第18卷.3号,页码: 331-42.

Hanson, Valarie (2012). 体育不平等: 女性<男性. 评论: 本科生研究杂志.13: 15-22. 资料来源：
<https://fisherpub.sjfc.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1069&context=ur> (2021年1月28日获取)

Nielsen (2018). 女性体育崛起. 资料来源：
<https://www.nielsen.com/wp-content/uploads/sites/3/2019/04/the-rise-of-womens-sports.pdf> (2021年3月29日获取)

联合国人权高级专员办事处(2014). 性别刻板印象、刻板印象的形成与女性权利. 资料来源：
https://www.ohchr.org/Documents/Issues/Women/WRGS/OnePagers/Gender_stereotyping.pdf (2021年1月28日获取)

塔克女性体育研究中心(2013年). 媒体报道与女运动员. 资料来源: <https://www.cehd.umn.edu/tuckercenter/projects/mediacoverage.html> (2021年1月28日获取)

联合国教科文组织(2018年). 体育新闻报道中的性别平等. 资料来源: <https://en.unesco.org/themes/gender-equality-sports-media> (2021年1月28日获取)

联合国妇女署(2020年). 准备好做出改变了吗? 2019年性别平等态度调查. 资料来源：
<https://www.unwomen.org/-/media/headquarters/attachments/sections/library/publications/2020/research-paper-are-you-ready-for-change-gender-equality-attitudes-study-2019-en.pdf> (2021年1月28日获取)

联合国妇女署培训中心(2017年). 性别平等术语表. 资料来源: <https://trainingcentre.unwomen.org/mod/glossary/view.php?id=36> (2021年1月28日获取)

妇女体育基金会(2020年). 追求平等: 女孩和妇女在体育领域的胜利、挑战和机遇. 资料来源：
<https://www.womenssportsfoundation.org/wp-content/uploads/2020/01/Chasing-Equity-Full-Report-Web.pdf> (2021年2月21日获取)

2

第2部分： 实践。采用公平和平衡 的展现做法。

Cooky, C., Messner, M.A., Musto, M. (2015年). “现在是哥们时间!”: 电视新闻和重磅节目有25年未报道过女子体育. 宣传与体育杂志, 第3卷, 3, 页码: 261–287

欧洲委员会(2019年9月). 方案: 如何促进体育性别平等. 资料来源: <https://rm.coe.int/all-in-toolkit-how-to-make-an-impact-ongender-equality-in-sport-all-y/1680989ab2> (2021年3月16日获取)

欧洲电视网体育部(2021年2月). 重新构建体育报道途径, 实现性别平衡的媒体报道. 欧洲广播联盟. 资料来源: https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/strategic/open/Reimagining_Sport.pdf (2021年3月16日获取)

Springer, S. (2019年2月28日). 改善女子体育新闻报道的7个方法. 尼曼报告. 资料来源: <https://niemanreports.org/articles/covering-womens-sports/> (2021年1月7日获取)

联合国教科文组织(2012年). 媒体性别敏感指标: 衡量媒体运营与内容中性别敏感指标框架. 资料来源: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000217831> (2021年4月6日获取)

联合国妇女署(2017年). 性别包容语言指南 (英文版). 资料来源: <https://www.unwomen.org/-/media/headquarters/attachments/sections/library/gender-inclusive%20language/guidelines-on-gender-inclusive-language-en.pdf?la=en&vs=2129> (2021年1月28日获取)

女子体育信托基金(2021年1月25日). 盖蒂图片社: 与女子体育信托基金合作, 重新定义商业与编辑内容中的女运动员形. 资料来源: www.womenssportstrust.com/getty-images-partners-with-womens-sport-trust-to-redefine-imagery-of-female-athletes-in-commercial-and-editorial-storytelling/ (2021年2月21日获取)

女子体育信托基金.(2020年12月). 宏伟计划. [pdf]

3

第3部分： 采取行动

英国广播公司(2020年). 运作机制.50:50平等项目. 资料来源:<https://www.bbc.co.uk/5050/methodology> (2021年3月29日获取)

欧洲委员会(2019年9月). 全体参与 工具包: 如何影响体育运动中的性别平等. 资料来源: <https://rm.coe.int/all-in-toolkit-how-to-make-an-impact-ongender-equality-in-sport-all-y/1680989ab2> (2021年3月16日获取)

Isentia & 新西兰体育部(2021年4月). 媒体与性别: 2019年7月至2020年12月, 新西兰体育媒体报道中的性别平衡. 资料来源: <https://sportnz.org.nz/media/3883/gender-and-media-april-2021.pdf> (2021年5月17日获取)

新西兰奥委会(2016年12月). 女性运动员与里约2016年奥运会. 新西兰媒体报道中的性别分析. Isentia. [pdf]

SeeHer (2020年10月). 参见“体育最佳实践中的女性主义”. 参见“市场营销基础工具包中的女性主义”™

联合国(2018年). 内容创作者性别核对清单. 公共信息部妇女和性别焦点小组. 资料来源: https://www.un.org/gender/sites/www.un.org.gender/files/dpi_gender_checklist_for_content_creation_2018.pdf

女性体育领导力学院. 位于奇切斯特大学 (英国), 新西兰.

编者：

Nancy Lee，国际奥委会性别平等顾问，加拿大广播公司前体育部部长

Nadia Bonjour，国际奥委会性别平等顾问

《展现方式指南》由国际奥委会性别平等处和国际奥委会组织与可持续性发展部制定，得到了运动员宣传部、组织交流与公共事务部、奥运会媒体运营部、国际奥委会电视转播与市场开发部、奥林匹克频道服务公司和奥林匹克转播服务公司的支持和协助。所有商标均为其各自所有者的资产。

联系我们：

genderequality@olympic.org

本指南中的奥林匹克五环、版面设计、图标、照片和其他资产由国际奥委会所有，国际奥委会版权所有。

© 2021 国际奥委会，版权所有。

制作：Twelfthman

摄影：国际奥委会；盖蒂图片社；封面：国际奥委会/Dan Mullan；国际奥委会/Friedemann Vogel；国际奥委会/Dan Mullan；Mark Kolbe通过盖蒂图片社供图；Clive Brunskill通过盖蒂图片社供图；国际奥委会/Mine Kasapoglu，国际奥委会/John Huet，国际奥委会/Chris Graythen；Cameron Spencer通过盖蒂图片社供图；东京2020年奥运会组委会；国际奥委会/David Burnett；国际奥委会/John Huet；国际奥委会/Matthew King；国际奥委会/Jason Evans；国际奥委会内部/Dan Mullan；国际奥委会/Jason Evans；国际奥委会/John Huet；国际奥委会/Mine Kasapoglu；国际奥委会/Mine Kasapoglu；国际奥委会/Jason Evans；国际奥委会/Nelson Chavez；国际奥委会/Kishimoto；国际奥委会/Matthew Stockman