

# 大型赛事动态消息报道

## 创新策略研究

——以杭州亚运会《浙江新闻联播》报道为例

郑晓彤

**摘要：**动态消息是大型国际赛事中电视媒体最常用的报道体裁。完成一篇有竞争力、具有国际化传播能力的消息，要求从策划端开始，利用差异化道具和场景对镜头语言进行最大化丰富，保证新闻真实性基础上发散思维预设故事展开，用创新巧思赋能消息鲜活可感。

**关键词：**杭州亚运会 报道策划 电视消息 差异化

在大型国际赛事报道中，电视动态消息以时效性强、制作周期短、成本低等突出优势，成为赛事电视记者的首选。无论在赛事侧抑或城市侧的电视报道中，均成为数量占比最大、播出频率最高的报道体裁。动态消息篇幅较短、内容集中、制作过程不繁杂，但是在海量电视消息中，如何让报道更有细节、更具看点，避免与海量媒体报道观点雷同、内容趋同，成为记者为报道赋予竞争力的艰巨挑战。

在亚运会相关消息报道中，对参与赛事的外籍运动员、媒体、嘉宾进行采访以呈现赛会或城市的某一特点，是策划报道时常用的采访计划，能充分证实采访预设并呈现赛事带来的国际交流，从而促进亚洲各国之间的联系，提高杭州的国际知名度。为了呈现这一目标，优化报道质感，提升媒体竞争力，需要在策划、采访、写作、方法论整理总结等多方面增添别出心裁的思考，融入媒体特点及记者风格，并在道具使用、场景挖掘方面“另辟蹊径”，尤其要注意使用能够呈现差异化的道具及场景，如国籍差异、文化差异等。本文将从道具应用、场

景设计和方法论总结三方面，结合《浙江新闻联播》栏目中亚运动态消息的报道，论述大型国际赛事中消息报道的创新策略，呈现大型事件语境下，用与时俱进的策划思路为传统电视消息赋能的多样性思考。

一、在报道策划中预设对差异化道具的应用对道具的使用，是记者容易在报道中忽略却重要、有效的报道技巧，往往不起眼的道具也可以起到四两拨千斤的显性效果。<sup>①</sup>在国际赛事报道中，赛事需要在短时间集中呈现报道，并伴有跨国籍、跨语言，需要与采访对象在短周期内制造深度连接等特殊性质。道具的使用不仅能满足多方位的需求，还能作为载体创造出生动故事。对道具的使用，可以从预设现场道具、结合自身物件两方面进行策划。

### （一）预设现场可使用道具

在亚运会相关报道中，报道场馆、场地相对固定，策划时可以根据场地特点预设现场可供使用、采访对象可能拥有的物件。如开幕之际，主媒体中心迎接各国媒体入驻，记者从主媒体中心提前了解情况，得知主媒体中心将会为记者提供伴手礼，其中含有亚运会吉祥物及周边商品等。采访外籍媒体记者时，可以在交谈过程中将有关礼物的封闭式提问与开放式提问相结合，引导其在镜头面前展示、评价，从而引出其对主媒体中心的认可，侧面凸显亚运会对于世界各国媒体记者的热情欢迎，即报道主题。由于物件本身与赛事密切相关，可以同时加工成为小屏新媒体报道，以趣味的物品呈现及受访者反应，提升网络传播效果。

## (二) 结合自身

作为媒体人,大型赛事活动中可以将展现身份标识的特定物品使用到报道中,如亚运会及亚残运会举办过程中,特许商店及展位均有可供领取的徽章,常有媒体记者收集徽章作为参与赛事报道的记忆。从这一有特殊性的职业身份特点出发,在报道过程中,记者使用徽章与各国记者进行交换,并将交换、交流的过程作为新闻场景拍摄,可就徽章本身的样貌和意涵、徽章的意义和作用作为起点进行提问。由于徽章往往富含亚运、杭州、媒体等元素,使得通过交换徽章的过程突出报道主题成为可能。例如,一位马来西亚记者提出使用马来西亚奥委会徽章交换记者的浙江广电标志徽章,希望保存作为媒体人与浙江广电记者进行友好交流的证据,并评价“提供给各国媒体人交流的最佳方式”。于是笔者结合参与式报道,将这些内容在报道中通过现场声与同期声共同呈现。最终报道镜头生动丰富,展现媒体特点,给马来西亚记者留下了深刻印象。

## 二、现场对差异化场景的应变设计

### (一) 把握现场传统文化特色场景

通过对报道场景的深入观察,发现在亚运会主媒体中心,工作场景除了完备的设施外,没有容易在报道中出彩的差异化亮点,这一度成为报道策划的瓶颈。但在工作区之外,生活区有不少可供挖掘的场景素材,如特定节日的文化活动、日常的生活体验等。笔者在与一位刚到达媒体中心的伊朗记者交流过程中了解到,由于路途和时差原因,该记者在疲惫不堪状态下不愿接受采访。遭遇拒绝后,记者的缓兵之策,邀请其到生活区体验中医推拿,以消除他的疲惫感,当他对陌生的中医文化产生浓厚兴趣时,主动提出要表达对这个项目的喜爱,以及对主媒体中心人性化服务的高度评价。这一过程也使用了参与式报道的方法,摄像机记录下了该记者体验、表达感受的全过程,内容真实、生动的同时,更升华了各国文化交流的主题。

同样的方式也可以运用到城市侧报道中。奥委会嘉宾在参与酒会时体验了杭州特色非遗项目,在发现如此鲜活的新闻现场后,笔者迅速进行策划,拍摄各国官员手工剪纸、鉴赏根雕艺术品等场景,并结合物件设计了“这次来到中国,

你最想把什么带回家”这样兼具事件相关性、趣味性、互动性的问题,引出“最忆是杭州”的报道主题。

### (二) 挖掘具有留念意义的“锚点”

拍摄各国来客时,仅仅拍摄工作、生活场景未免使报道流于表面,不能产生交流感。观众如果对其职业陌生,反而增加距离感。设计一个便于产生交流、快速打破语言文化隔阂的破冰场景及记忆“锚点”,也是策划的重要一环。经过笔者事先的了解与交流,记者获悉主媒体中心有亚运吉祥物人偶互动,以及为来往人员设置的留言本,于是提前与相关负责人沟通,在特定时间地点增加人偶表演,吸引外媒记者注意力。策划顺利实施,多国媒体主动上前与吉祥物拥抱合影,画面场景亲和暖心,尤其是随和、亲切、活泼等性格特点,在视频呈现中起到良好效果。



留言本成为本次亚运报道中非常重要的道具之一,它给各国媒体、志愿者、运动员留下了一个可以用母语寄托感情并自我表达的平台。采访中,菲律宾记者评价它“给外媒提供了非常好的情绪出口”。留言的报道呈现形式也是多样化的,如视频呈现留言的场景及内容解释,或内容结合动画滚动呈现。

此外,在报道中应用留言本不仅能保存记忆,还打通了链接未来的通道。日本记者的留言均提到期待各国记者参与下届2026年在名古屋举行的亚运会。在以后的报道中,留言本依旧可以作为珍贵的文字资料予以应用。

### 三、结合写作总结方法论

“工欲善其事,必先利其器。”如果说以上在道具、场景方面的两大技巧是“器”,那么如何将这个“器”从特殊性的策划巧思升华为具有普遍性的报道方法论,使其在赛事过后也可以“一招鲜,吃遍天”,是比报道工作本身更重要的、提高

记者业务水平及综合素养的核心要点。

(一) 策划时多方询问,从信源端掌握地利人和

策划的落实依赖于记者对新闻现场的提前掌握和有的放矢的设计。首先,这种掌握需要与现场建立多重联系、深入沟通,与相关负责人共同商讨可行的策划方式。其次,设计要兼具可行性和新颖性,充分利用现场志愿者的完善服务、媒体手册的信息提供及亚组委工作人员的灵活性,短时间内能快速实施策划,保证报道频率。

(二) 观摩经典报道,发散思维

在报道前,记者应该观看北京冬奥会、广州亚运会、北京奥运会等国内举办的国际大型赛事的相关系列报道,纵向关注地方媒体、中央媒体、自媒体不同媒体的报道侧重点,不同体裁的优缺点。观看大量动态消息,总结有哪一条留下更深刻的印象,思考其背后的策划方法、采访提纲、行文逻辑。横向关注外媒及国内其他同级媒体有关亚运的报道,发现各国媒体关注的侧重点,避免在选题、语言风格、措辞等方面囿于茧房无法

创新。对场景的观察要集中,避免对新闻现场走马观花式的探索。但在观察前的预设和观察后的报道进行环节,思维要尽可能发散。可以从被访者的身份特点、报道需求、在异国他乡的情感等角度代入式思考,或从受众角度,希望看到外国友人在屏幕前呈现怎样的互动。

(三) 求新求异的前提是牢记对主题的把握

虽然这些技巧能够使报道更新颖、有风格、有看点,但是创新的前提一定是对相关方针政策、报道主题、媒体定位、报道社会效益的牢牢把握,无论如何创新,都不能失去这个主心骨。策划过程中不能主动“导演”事件发生,坚持新闻的实有其事、实事求是的原则。<sup>②</sup>

参考文献:

①邱太文《道具在电视新闻采编中的作用分析》,《传媒论坛》,2020年第3期第53页。

②许东海《对新闻报道中策划行为规范化的思考》,《新闻文化建设》,2023年第5期,第142-144页。

(作者单位:浙江卫视新闻中心)

