

独辟蹊径,国社“行进式”解读冬奥开闭幕式 边看边刷,让观众“秒懂”张艺谋的浪漫伏笔

北京冬奥会开闭幕式直播期间,新华社推出一组“行进式”解读报道,让观众一边看电视直播,一边听主创团队解密“幕后故事”

观众大呼过瘾:“原来开幕式伏笔在这里!”

“大才,看解读才发现原来还有这么多奥秘!”

“火炬不点,看到这我马上想问为什么,原因在这里!”

本报记者

2月4日,第24届冬季奥林匹克运动会开幕式在北京国家体育场“鸟巢”成功举行,开幕式以独具中国特色的方式为世界呈现了一场浪漫恢弘的冰雪盛宴。紧跟开幕式,新华社行进式发布“张艺谋团队独家解读冬奥会开闭幕式”系列报道,借开幕式总导演张艺谋及主创团队之口,揭秘开幕式创意亮点和鲜为人知的幕后故事,用润物细无声的融媒语言回应海外部分媒体对中国承办冬奥会的“质疑”“误解”等杂音,充分发挥新媒体矩阵力量,体现了新华社报道的传播力、引导力、影响力和公信力。

2月20日,按照开幕式解读系列报道模式,新华社推出14篇闭幕式解读报道,同样在网上迅速引发热议,文字稿件总采用突破2500家,系列融媒体产品在百度、腾讯、网易、今日头条、知乎等头部平台首页置顶,成为导演团队解密开闭幕式的最重要来源,视频总浏览量达10亿,“#张艺谋太懂中国人的浪漫”“#14年后还是没人能超越”等网络话题,受到广大网友追捧。

在奥运会报道中,视频画面历来受到转播权的限制。在没有第一视角的视频画面作为内容支撑的背景下,如何将一场“精彩绝伦”的开幕式全面、立体、精准地展示在世界面前,如何将中国传统自信的内涵,精准传递给国内外观众,是新华社融媒体报道面临的重要课题。“行进式解读”的想法应运而生,新华社副总编辑周宗敏提出:“不同于直播,但与直播并行,让观众既能从电视屏幕中感受到开闭幕式直播的魅力,又随时能拿起手机,看到幕后故事和解读,这种感受一定更加丰富立体!”

在新华社多路人马的精心配合之下,一场与开闭幕式彩排、筹备同步进行的“行进式解读”开始了……由经验丰富、长期从事冬奥会报



道的专业记者进行各种复杂的协调统筹,由精锐文字、视频报道团队,与开闭幕式总导演张艺谋、开闭幕式视觉艺术总设计蔡国强、开闭幕式灯光总设计沙晓岚以及视效总监、烟火技术总监等幕后“天团”进行多次深入的“推演式”对话。这些珍贵的采访内容和画面,成为“幕后解读”成功的关键。

一场快节奏的“遭遇战”

“时间很紧,采访6个主创人员,只有2天时间。”

困难“如期而至”,好在这支团队已有多次“战斗经验”,一场快节奏的遭遇战已然打响。

编辑立即开始对采访对象进行“地毯式调研”,大量搜集背景信息和相关资料。摄影师们从设备入手,立即制定出一套完整的拍摄与灯光设备需求方案,同时开始结合被采访者的个人特色构思机位,讨论拍摄和布光细节。编导们已经根据采访对象分好组,并开始讨论节目的编排和制作方式……

窗帘一拉,四下环境骤然暗了下来。

面光、补光、轮廓光、眼神光依次被摄影师点亮,采访对象的脸上逐渐也有了棱角与层次,眼中释放光芒。

“三、二、一,开始!”三个相机的屏幕开始走码。采访正式开始。

摄影师们终于松了一口气。从对采访场景的布置取舍,到对不同灯位的色温调整,对“极致”的追求,不仅是CNC总编室重大项目报道团队的日常作风,更是对冬奥会开闭幕式导演团队乃至全体冬奥参与者的致敬。

前期细致的准备、深入的交流、精心的拍摄,挖掘出冬奥开闭幕式导演团队大量创作细节、创意立意和动人故事。采访视频总时长超8小时,每场采访都至少布置了3个机位、采用4K标准的画质进行拍摄。内容涵盖过去2年半时间里,主创人员如何从创意、策划到执行冬奥会开闭幕式的全部过程。

《开幕式最大的伏笔原来是“它”》《“大火”变“小火”火炬为何这样点燃》《冬去春来,倒计时有何深意?》等一系列报道迅速登上热搜。

这份冬奥会开闭幕式最权威、最详尽的“幕后解读”内容,在团队小伙伴们手中冒着热气,这是喜人的“战果”,也是这个冬天最暖人的礼物。

中国传媒大学电视学院国际新闻与传播系主任、博士生导师张龙认为,该系列报道强调了开幕式上诗情画意的“中式美学”,呈现了其恢弘壮美的中国特色,全方位、多角度地展现开幕式中引人关注的细节和亮点。

新华社视频编辑樊浩宇每天都能在出租

车上的小屏幕上看到自己团队制作的张艺谋专访视频。“有位司机师傅和我说,知其然,也得知道其所以然,这视频好,把开幕式全说清楚了。”

立足于独家资源,与直播同步解读,高密度发稿,适配多渠道多平台传播,在全网实现热度迅速提升。这些创新有效弥补了无法使用现场直播画面的不足,以幕后解读为报道着力点是一次独辟蹊径的尝试,更是兼顾新媒体移动互联网“短平快”的特点把“一个个知识点”迅速传递给受众的探索。

记者团队为导演团队所感染

与张艺谋结束了长达4个多小时的对话,已是凌晨一点半。这是在刚刚结束了一场鸟巢彩排后,导演抽空回到工作室进行的一场“额外任务”。随后,他又和团队继续投入开闭幕式节目的讨论准备当中。张导团队对这种工作节奏早就习以为常,“凌晨四点才休息是常态”。

面对镜头时,每提到一个创意,张艺谋导演那兴奋和激动的表情和手势都极具画面感染力,这让面对面采访的新华社记者王璐印象深刻。那种始终保持的工作激情与热度,让人怎么也看不出眼前是一位已经70多岁的老人。

采访对话中,张艺谋兴致盎然、深入浅出地解读开幕式背后的中国哲学。

“同期声整理成的一万多文字中,他一共提了22次‘中国文化’,12次‘一起向未来’,9次‘简约’。”视频编辑刘宇辰说,“现在随便挑一句艺谋导演的采访,我甚至可以立刻接出下一句,告诉你这句话在视频的第几分钟可以找到。”23岁的他对视频素材“如数家珍”。

没错,本届开幕式筹备历时两年,其间提出大大小小的方案成百上千,最后的落点是“简约、安全、精彩”。

从2008年夏季奥运会走到2022年的冬季奥运会,开幕式的理念也从“我”变成了“我们”。采访中,张艺谋说,“不再谈五千年的历史,而是张开怀抱,谈‘我们’,谈‘一起向未来’,这体现了一种文化自信。”

“开幕式焰火表演时长总计约3分钟,虽只有1800发,用量仅为北京2008奥运会的10%,但更需精益求精。”蔡国强谈到,这次秉持的是简约的理念,不再过多使用氛围焰火,而为冬奥会专门开发“雪花”“冰花”等多种造型的焰火品种。

最让团队小伙伴们惊讶的是这次冬奥会的“打开方式”——点火。

把熊熊燃烧的奥运圣火,简约幻化成了一颗灵动的小火苗。张艺谋介绍“这一创意来自低碳环保理念”,“只要点燃大家的心中之火,就是最璀璨的圣火!”

开幕式前不到两周的时间里,团队小伙伴们淹没在无尽的素材和文字当中,而这些闪烁的金句,这些与时俱进的理念,就像直击人心的火苗,点燃了大家心中的斗志。

张龙认为,该系列经过“一次采集、多元发布”,以文字、视频等多种形式在新华社客户端、各大门户网站及视频平台聚合投放,引发了广泛关注并收获大量好评。知乎、微博等平台推出该组新华社融合报道后,文艺界、体育界、科技界等领域青年和专业人士热议,分别在“二十四节气短片制作”“冰雪五环”呈现“环保焰火制作”“视效科技呈现”“视频短片拍摄”“圣火点燃方式”等话题方面产生热互动。

报道还同步投放于各大海外媒体、视频平台,让中国故事走向世界,真正契合了本届冬奥会“一起向未来”的主题,助力中国国际传播能力建设。

最终,团队用50多条融媒体稿件的“豪华体量”,呈现了北京冬奥会开闭幕式的盛大与恢弘,而张艺谋导演团队工作背后的每一个感人故事、生动细节,依然在记者编辑们心中久久漾起波澜。新闻人总是跟随新闻事件同频共振,能够有机会向观众讲好这些幕后的故事,我们荣幸之至!

音图文新“CP”让冬奥报道“耳目”一新

新华社推出音图文融合报道ALOG专栏《冬奥“捷”报》,开创新闻报道新形态

本报记者殷家捷

大家好,欢迎收看《冬奥“捷”报》文字版,我叫殷家捷,是一名新华社视频记者,下面我来介绍一下《冬奥“捷”报》这个融媒体作品。

《冬奥“捷”报》是一个以音频为主打的融媒体专栏,从记者进入闭环的第一天,到冬奥会结束,每天更新一集,共27集。每一集中,我们首先为你带来冬奥新闻播报和记者的所见所感,然后邀请一位专项体育记者嘉宾,对各项热门赛事进行点评和解读。还有一些番外篇,是娱乐和盘点类型的新闻节目。

节目有新闻性也有知识性,有热点舆论跟踪也有深度思辨盘点,可谓亮点频出。打包一体的27集系列音频作品,是国社音视频部一个新类型的产品,除了新华社客户端,音频头部平台“喜马拉雅”也在同步更新,这个栏目不仅给了记者多元化的展示空间,也能多方位地跟大家见面。

在融媒时代,各种各样的新闻载体应运而生,包括各类VLOG、短视频、快闪、图文互动、动画动图等等,而《冬奥“捷”报》属于——ALOG!它指的是audio log,即“声音的记录”:声音不仅仅是用来听的,也可以不“随风飘散”,它能够被精心记录,连缀成“成长日记”。在视频版权受到限制的情况下,ALOG融媒体产品的独特优势就突显出来。

新闻的基本要素是新闻作品的核心灵魂,在新闻播报的基础上,《冬奥“捷”报》增加了独家访谈和解读,充实着音频内容,同时配发文字报道和冬奥赛场上的精彩图片,“音+图+文”这一报道形式新配对,拓展了阅读的深度和丰富度。27期的节目里,《冬奥“捷”报》采用了新华社摄影部的通稿照片108张,让受众边听、边看、边感受赛场的激情,给受众带来“耳”与“目”



▲2月18日,在云顶滑雪公园,新华社视频记者殷家捷(前)在谷爱凌夺冠后,与中国观众热情合影。

的最直观体验。

媒体融合不断创新和发展,让新闻形态更加不拘一格。在这次冬奥报道中,由于版权限制,视频记者的传统采访方式几乎不可能实现。如何打破常规,充分利用新媒体的优势实现“破壁”,是我们每个视频记者重点考虑的问题。在跟新华社音视频部编辑们的沟通和探讨中,我

们逐渐确定下来以ALOG唱主角的报道思路,同时搭载文字、图片等形式,可观、可听,打造鲜明的融媒体特征。内容方面,不仅要深入浅出地做相关运动项目的解读和科普,还分享记者的个人感受,给受众矩阵式、全方位的信息传递。

思路体现在《冬奥“捷”报》的内容架构

上,就形成了三个板块。第一板块是新闻播报,体现新闻的“快”,播报当日最新的冬奥新闻和赛事结果。第二板块是记者本人的感受和ALOG日志,体现栏目的“个性”,以个人化的视音频评体坛时事。第三板块是连线新华社专项体育记者,体现国社的“专”,由专项记者做专业点评,并在和主持人的互动中回应网友普遍关心的问题。三个板块的设置,避免了口播新闻的枯燥,也防止了由于采访时间过长,受众短时间内听不到干货的困扰。

而音频、图片、文字三种形式的组合,可以说是一种全新的尝试,在全网平台上几乎没有先例,也成为栏目的出新出彩之处。从超过预期的传播效果来看,音图文的新“CP”(配对)更能满足受众的胃口,颇受欢迎。

每期《冬奥“捷”报》,在新华社客户端上点击量达50万左右,在“喜马拉雅”平台上收听量平均达3.4万,最高一期达15万,平均完播率高达71.75%。这样的成绩单,对于一档新节目已属亮眼,并且27期节目的专辑版还在持续吸引着流量。

《中国军团斩获第八金》新华社有个滑雪记者“天团”《四战奥运今朝圆梦》来听听照片背后的故事》《“葱桶”大器终成 花滑再续华章》《你了解短道和大道的区别吗?听听专项记者怎么说》《放手一搏 “雪游龙”里龙飞翔》《创造历史——中国滑雪天才女将谷爱凌》……这27集的节目中,有传统新闻性的,有知识科普性的,有热点追踪性的,有综合盘点性的,也有娱乐番外篇的。

你可以听到专项记者介绍雪车、钢架雪车、雪橇的基本知识,短道和大道的核心区别,越野滑雪为什么被称为“雪上马拉松”,欧洲两项和冬季两项的规则科普等等,迅速补

齐对冬季项目不熟悉的短板;也可以听到火炬的传递进程,开幕式记者的观察,崇礼这几年的巨变,花滑偶像热门现象的解读。中国队获得的9枚金牌,无疑是着力报道的,除了口播新闻,你还能听到连线前方专项记者还原比赛现场,并做出专业的解读和点评。

在综合盘点型节目里,两位参加过多届奥运报道的新华社资深体育记者,做了历届冬奥会开闭幕式亮点解读,和北京冬奥会结束后的成果大盘点。这两期内容扎实,观点犀利,将《冬奥“捷”报》栏目的深度推上新台阶。

可以说,在各个领域深耕多年的体育记者们倾囊所授的干货,是这个栏目“最硬的核”。来栏目做客的23位新华社专业体育记者妙语连珠,塑造了这个节目的内涵和气质。

4期娱乐番外篇的设计也大获成功。从媒体包的开箱,到探访张家口山地新闻中心,从摄影记者谈照片背后的故事,再到三位美女记者讨论谁是冬奥会的颜值担当……从点击率和转载量来看,这4期节目获得了极高的关注度。

从记者进入闭环的第一天起,到冬奥会结束为止,一天一期节目,风吹雪打从不停歇。《冬奥“捷”报》由新华社FM工作室精心制作,参与创作者来自新华社多个部门和分社,是一款多部门协同创作的新型融媒体产品。没有大家的协作和全力保障,就不可能有这个节目的精彩呈现!

感谢大家的收看,我们下次捷报,再会!

扫描二维码,听《ALOG|冬奥“捷”报:采访完北京冬奥会,新华社记者有七个“没想到”》