
里约《奥运新闻》计划草案

《奥运新闻》播出时间为北京时间 18:00——19:00, 里约时间 7:00——8:00, 节目时长 60 分钟。根据经验, 留给我们的操作空间大概在 45 分钟左右。

- 一、 节目理念——弘扬爱国情怀, 传播正确观念, 展现体育之美。
- 二、 节目制作目标——全面、独到。

全面是新闻节目的应有之义, 是规定动作, 而“独到”是我们的“自选动作”, 意即要有自己独特的梳理和表达方式。

60 分钟的《奥运新闻》不应成为简单的新闻“收纳筐”, 而是应该带着探索和好奇的眼光去挖掘, 带着积极的态度去引导。做到丰满、立体, 有深度、有情怀、有趣味。

《奥运新闻》是一天比赛开始前最后一档新闻节目。根据这一背景, 《奥运新闻》是一档瞻前顾后的节目。所以不论是节目大的框架, 还是具体到节目微观环节, 都要考虑到既要“瞻前”、又要“顾后”。

三、 板块及操作

1、 里约 1+1 (25——30 分钟)

这是节目的主体部分, 是对焦点赛事的解读。由于是一个比赛日的收尾之作, 所以我们的节目除了必要信息的交代, 还要带来表层信息之外的深入解读。里约 1+1, 这里的前一个 1 是指比

赛、新闻等信息的交代，后一个 1 是我们的解读和观点。（后一个 1 如何体现，编辑观点还是专家解读？和后面的媒体点评内容是否有交集。不如里约 1+1 就把这前两项纳在一起？也就是第二项媒体点评纳入里约 1+1 的板块里。）

2、媒体点评（3——5 分钟）（建议合入第一项）

对于比赛中有评论价值的新闻，这一板块将发挥不可替代的作用，比如伦敦奥运会上的“羽毛球事件”。

这一部分有主动式评论和被动式两种方式。前者是我们对权威专家进行采访的方式，后者是国际媒体的评论。

3、新闻集萃（相当于之前的简明新闻，名字可用里约速递，或者里约快报，和前面的里约 1+1 风格统一）——高密度概括每日全部金牌，以及其它重要赛事。（3 分钟）

4、每天一课（沿袭以上原因，就叫里约看门道，这个板块内容必须在里约之前就和采访组强调好，让记者随时留心，拍摄这类选题，不强调时效性）——深入浅出解读专业知识。（3——5 分钟）

除了看热闹，我们也要引导观众看门道。奥运会上，每天我们可以从各方面得到大量的基础信息，从赛本身也可以发掘出很多有专业技术含量的话题，比如某个篮球比赛战术。

这一部分也可进行赛事预热，针对即将到来的比赛，对项目、规则、重点运动员进行解读

我们有足够的运动队、嘉宾、记者资源，相信可以擦出火花。

5、我不是冠军（不妨起名为里约梦想，体现那些心怀奥运梦想，

来到里约，即使没有取得好成绩，但也为梦想努力拼搏的选手故事)

(每个 2——3 分钟)

这一部分内容要讲述的是那些没有取得“好成绩”，但是又符合“参与”精神、突破自我的故事；

6、听奥运（叫里约声音是否可行？而且这个板块的内容也可以包装成宣传片，每条一分钟，在一个小时期间插播，也能起到改变节奏的效果。）（2 分钟）

每场比赛的赛后新闻发布会和记者采访有很多“料”可用，我们可以采取同期声的办法来呈现。另外赛场上有很多运动员、教练员、解说员的现场声，都可以为我所用。

7、top5（里约瞬间 top5，但是不必排出 1 到 5 的次序了吧，中间片花过度即可）（1 分钟）

类似于目前体育新闻中 NBA 的五佳球，我们可以从全体信号中选择五个精彩镜头。

8、比赛预告（每天的焦点赛事提前列出来，请采访组出镜拍摄）（2-3 分钟）

预告片要用多种方式，充分发挥记者、嘉宾力量，做出新意；

9、宣传片（体现运动之美，人文之美，人性之美，自然之美的都可以编辑进来）（30 秒）

宣传片可以起到烘托气氛、审美引导的作用。这方面以往在新闻节目中没有得到充分发挥，而奥运会上这种题材非常丰富，应该得到重视。

五、几个提示

- 1、 由于是一个比赛日的收尾之作，所以奥运新闻的编辑制作要考虑有一个不同于之前节目的新视角。我们的镜头、我们的笔触、我们的思维方式、我们的人物呈现方式要与前面的节目有所区别；
- 2、 有两句话需要得到同样重视，一是“更快、更高、更强”，二是参与比获胜更重要。之所以把这两句话放在一起，是想表达这样一个意思，奥运会是一个既强调成绩、又重视参与的运动会，换句话说，是既要“金牌”又要“精神”，这与我们所倡导的方向是一致的；
- 3、 根据提前策划，制定选题，以使记者编辑有的放矢。（有没有专门的策划人选，类似于王涌之于体育世界那样的角色）
- 4、 留住老观众，吸引新人群。我们的观众以中老年观众居多，在留住这些观众的同时，我们也要想方设法吸引年轻的观众，这就要求我们在选题的制定、制作、表达方式上考虑有所改变。
- 5、 重视新媒体，我们将设立一个专门小组，利用奥运会的契机使新媒体上一个台阶。（这个新媒体小组谁负责，奥运前必须得有一个能和主播大屏形成互动互促的可行方案，比如在线评论，在线投票等）
- 6、 我们应该借奥运会这个机会美化我们的屏幕，美工的作用非常关键。《奥运新闻》准备时间相对较长，美工应该深入到

节目中去。发挥好的话，这将可以起到画龙点睛的作用。