

体育庙会：老百姓的运动派对

——谈钱江晚报体育社会活动的策划

□杨 静

2010南非世界杯正在紧锣密鼓筹备中，而主题为“足球嘉年华”的钱江晚报体育庙会亦已如火如荼。2006年钱江晚报首次推出体育社会活动——体育庙会，如今已举办至第五届。它不仅成为报社的品牌活动，同时也被成功打造成全民参加的运动派对。

“攀高枝”点石成金

在社会活动报道中，选题策划是一种特殊的认识和创作活动，成功与否直接关系到活动的效果。把握时代的脉搏和受众群体的热点，抓住最佳时机，才能及时策划出高质量、创新性的选题。

群体活动与竞技比赛相比，参与性强，但缺少明星效应和竞技悬念，要出彩还真不是件容易事。体育庙会自创办至今，每年都策划出新主题，其中的诀窍在于“攀高枝”。

“攀高枝”指的是要抓住社会热点，靠上去，贴紧它，将此作为当年体育庙会的背景和依靠，并以

此为主题来设计活动内容。只有这样，活动的立足点才会高，社会影响才会大，吆喝起来才会事半功倍，才更能吸引公众眼球。

2006年，首届体育庙会的主题是趣味运动会，设计了诸如“与美眉摔跤”、“和老太推手”、“背妻跑”、“被打拳王”等一系列新鲜而好玩的项目，搞了一个本地没有先例的、气氛极其热烈的运动派对。

2008年的体坛大事件无疑是北京奥运会。于是，当年的体育庙会主题就是社区奥运会。当然，它不会是一个普通的群体活动，而是在体育庙会中融入奥运元素，从而打出响亮的主题——社区奥运会。在项目的设置上，大家能像刘翔似的比一比微缩版的110米跨栏，名称就叫“我是刘翔”；能像游泳高手似的比“蝶泳超人”，不过不是在游泳池玩，而是在海绵垫子上；能像田径好手似的“火炬接力”比速度，当然手中的“火炬”是一饮料瓶……而比赛场地的选择更具想象力，竟然可以在

党报标题变迁背后的理念变迁

党报时政新闻标题之所以发生这些变化，笔者认为主要是由以下几个因素决定的：

1.媒体环境的变化

从外部环境来看，人们获取信息方式的改变直接影响到对报纸的阅读习惯，迫使报纸更倚重通过标题制作来吸引读者，更讲究在短时间内抓住读者。此外，随着城市化进程的不断加快，大众文化的勃兴，也使党报在用语风格、编排方式等方面受到新兴文化的影响，不断地吸纳时尚元素和现代都市气息。

2.传播理念的变化

党报的重要任务之一是要做好思想宣传工作，其对宣传方式方法的认识，随着时代的发展也在不断深化。尊重新闻规律、研究传播规律，成为新闻工作者做好宣传工作的共识。

3.新闻专业主义的建构

新闻工作者对专业主义的理想构建，对专业素养的追求，表现在新闻产品中就是新闻采访、报道、编辑的专业水准。这其中当然也包括新闻标题制作应更符合传播规律和专业要求。

展望未来，党报的标题还会不断演进。这主要是由当今变化多端的媒体业态决定的。随着习惯电子屏幕阅读的“电子一代”的崛起，报纸要吸引年轻人阅读，不能不考虑他们的阅读习惯；媒介科技的进一步发展，对报纸未来的形态也会产生巨大的影响，如果有一天报纸真的失去了“纸”的介质，而依附于其他介质，标题制作肯定要考虑到介质变化。此外，在业内颇为风行的全媒体生产，是对传统媒体生产流程的再造，这种一次生成、多次发布的流程，也会影响到标题的制作。

（作者单位：浙江日报报业集团传媒研究中心）

用竹片做成的“鸟巢”里进行,让人大开眼界的同时大呼过瘾。这说明,不但整个活动要攀奥运会的“高枝”,而且在具体细节上也要攀一攀刘翔、鸟巢这样的“高枝”。

奥运过后,倡导的是全民健身理念。2009年的体育庙会打的大旗是“体育下乡,让奥运成果惠农家”,呈现在庙会舞台上的都是来自全省各地充满乡土气息的民间体育项目。

今年是世界杯年,体育庙会又推出了足球嘉年华,由“开心版”和“争霸版”两大版块组成。“开心版”侧重趣味,主打项目“真人桌上足球”为杭州首创,而且零门槛,任何人都能玩;而“争霸版”侧重技术,是标准的五人制足球赛。无论你会不会踢球,都能在体育庙会里享受足球的快乐。

放低身段深入社会基层

好的选题固然非常重要,不过活动的内容才是一切程序的中心环节,所有的工作都是围绕这个中心环节去运作。有了好的策划不一定就能创出好的品牌,这就要求活动策划者有纵揽全局的眼光和能力,在操作中能有效地调动各方面的力量,最大范围内获得各种有用的信息和有力的支持。

体育庙会也一样,攀上了“高枝”,不等于可以高高在上,相反要放低身段,深入基层,真正去为普通群众服务。

2008年的社区奥运会,体育庙会把9站活动分别办到了9个社区和乡镇,把活动办到基层。结果发现,越是在基层,越能强烈地感受到民众的奥运激情,报道的亮点也越多。

首站在杭州下沙邻里社区,是由外来务工人员组成的新社区,开幕式上一群打工妹表演的健身操成了全场亮点,虽然她们的动作不算标准漂亮,但单单是她们的投入程度以及身上的各色工作服就打动了在场的所有人;淳安县富文乡,领到村里发的解放鞋的村民选手,还舍不得穿新鞋,一定要等到上跑道前才肯换上;大冷天餐餐都吃家里带的咸菜的住校小学生,哪怕只得到一只气球的奖励都像过节般开心……

深入基层,光让基层干部配合也不行,得摸准他们的心思,让活动也能配合他们的工作,这样才能形成合力,达到双赢的目的。比如在淳安富文乡,社区奥运会填补了从未举办过乡运动会的空白;而在桐庐县莪山乡,乡干部看重的是,在奥运

年里,作为杭州市唯一的少数民族乡,畲族同胞也动起来了。

城乡反串成快乐播种机

好的社会活动,可以吸引大家自发、愉悦地去参与。因此,如何充分调动参与者的积极性,同样也是社会活动策划中需要考虑的重要因素。

“体育,你就是乐趣!……你可使忧伤的人散心解闷,你可使欢乐的人生活更加甜蜜。”这是现代奥林匹克之父顾拜旦的名篇《体育颂》中的一段。但同一个庙会,如何能让城里人、乡下人都合胃口,“城乡反串”理念起了很大作用。

经过几年的策划运作,体育庙会已由当初的立足杭州开始覆盖浙江全省,先后走进了余杭、萧山、桐庐、建德、淳安、桐乡、海宁、嘉兴、天台、云和、江山等地。体育庙会除了带节目过去,还充分挖掘当地的体育特色项目。

在衢州江山彩陶村,有爬竿摘陶比赛,有手工制陶比赛,有举木车轮胎比赛;在花边之乡萧山楼塔,有剪花边比赛,有踩高跷比赛,有拉独轮车比赛;在木玩之乡丽水云和,有玩具接力赛、种香菇比赛、踩石碌比赛;在桐乡石门,有运菊花比赛,有打年糕比赛,有赶羊跑比赛;而在建德楠木林,更是搞了个情侣森林运动会。

对于农村人而言,体育庙会带来的是无数个“没想到”:没想到平时天天干的农活竟然也能成为一项比赛,没想到城里人的健身如此精彩而时尚,没想到自己也能玩得像个明星……

而对于城里人而言,同样也有许多个“没想到”:没想到民间还有这么多鲜活有趣的特色体育项目,没想到庙会还能这样玩,没想到原本只有“一老一小”参与的群体活动还能吸引这么多的时尚年轻人……

长期以来,国内体坛以竞技体育唱绝对主角,民间体育很少能够走到前台一展身手。而体育庙会这个舞台将民间体育所蕴含的巨大热情、巨大潜能和巨大智慧真真切切地展现在了人们面前。城乡反串让每个人都能在这里找到自己的兴奋点,打造一个全民参与的运动大派对,就是水到渠成的事了。

(作者单位:钱江晚报)

责任编辑:宋晓农