



【前线】

东京奥运会特刊

TOKYO 2020 东京奥运会特刊

2021年7月26日 星期一 首席编辑 郑毅

A4



7月23日-8月8日

我在东京填“志愿”、抽“盲盒”

奥运会刚开赛,中国代表团就表现出了强劲势头,让人非常振奋。不过,作为身处东京的前方特派记者,在我与进入现场亲眼见证、开展工作之间,却隔着一个并不轻松的“副本boss”——它就是东京奥运会为应对疫情而新推出的场馆预约系统。

往届奥运会,只有如游泳、篮球、体操等高需求比赛场次才会对进入场馆的媒体进行人数限制。而这回东京,在去到比赛场馆进行采访前,媒体(拥有赛事高级别报道权限的除外)全都需要在场馆预约系统的网址上提前“挂号”。递交申请后,结果有两种,其一是得到批准,其二是惨遭拒绝。

虽然在预约网址上对审核标准有简单说明,比如该场比赛是否有你所属国家的运动员参赛等,但更多的部分还是处于神秘状态。这种情况一直持续到——我和我的同行们以“人肉试错”的方式终于摸到了一点点规律的触角。



“所有往届奥运会的报道经验,在这次东京都很可能不适用。”7月上旬,记者去北京参加了国家体育总局办的一场奥运前通气会议,会上的这句话让人印象颇深。然而,只有在真正来到东京后,记者才知道了什么叫做“经验无效论”。

特派记者 章丽倩 发自东京

“静谧”的奥运之城 民众仍然期待入场

不按计划走 黑名单欢迎你

记者们关心的话题是同一个,如何才能提高自己的场馆预约成功率。不过,在开始解这道难度更高的大题前,很多人先跌进了另一个坑。

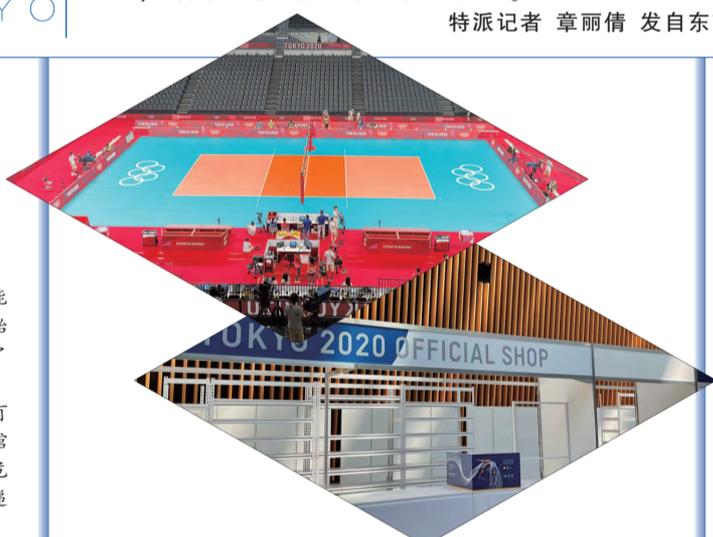
在预约申请得到通过后,如果我既没有在规定时间内取消预约,也没有按时去场馆报到,那就很可能在预约系统上遭遇诚信危机。一旦进入黑名单,就意味着我之后所递交的申请的通过率很可能会变得更低。

在东京奥运会的赛场上,有些小项的晋级会在一天内冲向决赛,有些则会分多日进行。以第一个比赛日的射箭混合团体为例,由于中国队在上午的比赛中已出局,那我预约成功的在下午进行的金牌战便没了实际意义。然而,按照预约系统的规定,我最晚应当在比赛当日凌晨的3点59分前取消申请(每场比赛的取消时限未必相同),方为合规之举。

千金难买早知道,为了更有效地利用采访时间,我在射箭场馆留下了一次缺席记录。

其实,赛会的这一做法在逻辑上是讲得通的,但就采访工作的展开来说,却有相悖之处。场馆预约系统每天都会以下午4点为一个截止点,进而分配第二天的各场馆入场名额,如果有人没在时限内取消申请,那这一名额也不会进行再分配,等于浪费了。但从媒体角度来说,赛场风云,多变才是常态,要我们一切都跟着一天前订的计划来走,难度好大。

所幸,据记者从场馆工作人员处了解到的消息,这套预约系统上的黑名单呈现出各个场馆分而治之的格局。如此一来,起码少了被一网打尽的威胁。



铁杆程度影响通过率 大伙一起“人肉试错”

先放下对黑名单的纠结,如何提高每一项场馆申请的通过率,这才是问题的核心。在没有明确说明可做参考的情况下,记者们只能通过更多的群聊、更多的与场馆工作人员的交流来揣摩一二。

如果在单个比赛日里只申请一个场馆,孤注一掷,通过率会否高一些?如果在单日内同时申请了两个或以上的场馆,哪个通过哪个不通过,是否又纯靠抓阄般的运气?

在跑了几个比赛场馆后,记者从一位场馆经理那里得到了一条建议:如果负责审核场馆申请的工作人员觉得你对某个单项非常专注,会保持连续多日的关注,那他或者她给你批准通过的概率也许就会变高。

果真如此的话,那这考验的就是记者的“铁杆程度”了。受此启发,我在女排和乒乓球的场馆预约中连续下单,并且在系统中亮出了每天仅专心跑一个场馆的决心。结果连着两天,我的女排和乒乓球预约都通过了。

当然,如此少量的测试并不能证明在“铁杆程度”与预约通过率之间存在直接关联。所以,在接下去几个比赛日里,我和我的同行们大概会继续忙活在这桩既像填“志愿”又像抽“盲盒”的事情上。毕竟,跑现场、忙采访就是前方记者的“生命线”。

严控媒体入场有原因

在空场办赛的情况下,被设计成可容纳几千乃至几万名观众的各奥运比赛场馆,为何会在控制媒体入场人数这件事上如此较真呢?通过在几个场馆内的观察和询问,我大约明白了其中的奥妙和日本方面的难处。

7月8日,受持续发展中的新冠肺炎疫情影响,日本政府宣布东京第四次进入紧急状态,期限为7月12日至8月22日(覆盖了整个奥运档)。隔了没几个小时,东京奥运会的观众政策发生“地震”:由6月时宣布的有限度地对观众开放、每场比赛入场人数上限为1万人,调整为东京地区以及周边埼玉、神奈川和千叶三县的所有场馆都空场办赛。

当这一紧急调整发生时,距离东京奥运会开幕只剩下15天。在开幕式主创人员麻烦频出、赛会即将迎来海外入境接待高峰、因空场办赛而削减志愿者与医护人员等情况下,东京奥运会还有余力来对比赛场馆内的媒体区域进行相应调整吗?

通过踩场,我觉得答案是否定的。在举重项目的场馆内,观众区域的纪念品商店是已完成搭建的状态,只是由于现在没了观众,所以远远望去货架上空空如也。而用以区分和隔离媒体区域、观众区域的那些标志,也没有被改弦易辙的痕迹。

在到东京前,记者从国家体育总局对接媒体的部门处了解到,为了防疫,为了在比赛场馆内将媒体与观众完全隔离开,所以东京奥运会各比赛场馆内的媒体区域将比往届都小。同时,为了对媒体区域内的人员密度加以控制,所以能入场采访的媒体人数也会比往届少。

应该说,场馆预约系统就是针对如上这一点而诞生的。

在如今空场办赛的情况下,观众没了,但观众区域仍被保留。此已消彼未长,这很可能就是造成众多媒体每天都要跟场馆预约系统“杠”上几回的原因。当然大家都知道,日本方面迎难而上,办赛不易,最终这样的现实无奈也只能用谅解来消化了。

“隔离”不开的民众热情

奥运会正在东京举办,但除了在场馆或主新闻中心附近的区域,这届挺过了诸多磨难的奥运会,并没有让东京看起来与平日有什么两样。

出于对日本民众情绪的考虑,本届赛会的顶级赞助商丰田汽车在日本国内撤下了与东京奥运会相关的所有广告,与它有着类似选择的还有NTT、NEC、佳能、东京海上日动火灾保险等多家日本国内的赞助商。特殊的东京奥运会,“静谧”的奥运之城,这样的微妙平衡似乎已是目前的最佳选择。

不过很明显,也还是有不少东京居民在对奥运会保持关注。

开幕式那天,在我等待安检入场时,与新国立竞技场相邻的日本奥林匹克博物馆的门前,就汇聚了不少当地民众。无论是博物馆前的奥运五环塑像,还是远处的新国立竞技场,都是人们热衷合影的对象。而在昨天搭班车去有明体育馆时,在道路两旁被镂空隔离墙挡住的地方,也有一些当地人聚集在此,并且见到赛会车辆经过就会挥手致意。

日本方面之前已提及,如果东京的疫情能及时地有所好转,他们不排除之后还有将比赛对部分观众开放的可能。日本民间有不同的呼声,但确实民众中也还有人在期待着入场观赛,期待着去现场见证东京奥运会的举办。