



CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

世界杯足球赛的电视传播新特征

时间: 2006-7-14 11:17:25 来源: 新闻记者 作者: 汤筠冰 阅读801次

4年一度的世界杯足球赛烽火又起, 64场精彩赛事带给全世界球迷们64次狂欢盛宴。足球这项仅有着一个半世纪历史的运动发展到今天俨然成为全世界最具号召力的运动。我们无法想象缺失了电视传播的世界杯还会如今天般受关切么? 可以毫不夸张地说是电视的影响力才带来了世界杯足球赛的全球性热潮。

1930年有了第一届世界杯的征旅, 但直到1954年第五届世界杯上电视才首次运用于世界杯赛的转播, 而我国到1978年才开始转播世界杯。今年的世界杯转播除了在转播场次、转播时间、人力物力等方面刷新历史之外, 还设置了大量世界杯栏目, 以满足不同层次受众的需求。综观本届世界杯赛, 我国在电视报道的传播上有以下新特征。

一、频道化: 世界杯足球节目全天候呈现

本届世界杯电视传播的最大特点是世界杯足球节目实现了全天24小时的播出。世界杯期间实现了足球节目全天候播出的主要有央视风云足球频道为首的付费专业频道、央视体育频道(CCTV-5)这样的全国性专业频道和北京电视台体育频道(BTV-6)为代表的地方性专业频道。

1. 数字化付费专业足球频道

央视风云足球频道全部采用数字化手段播出, 因此画面和音质相比模拟电视都有很大程度的提高。世界杯期间风云足球频道的世界杯节目播出量更是达到创新高的720小时。除此之外, 上海文广数字电视中的GoalTV1、GoalTV2也是属于专业的足球频道。但毕竟这些频道都是属于数字电视付费频道, 只能够在数字电视开通的城市才能够收看, 虽然节目精彩, 但可以覆盖到的受众人群还很有限。

2. 全国性专业体育频道

央视体育频道在世界杯决赛期间足球节目播出总量达到500个小时, 这期间体育频道俨然成为了一个专业性的世界杯频道。央视体育频道开播已11年, 在体育节目收视市场上占垄断地位, 号召力明显。世界杯期间央视体育频道制作了大量专题节目, 据悉赛后还将播出大型专题片回述本届世界杯赛。

3. 地方性专业体育频道

自央视体育频道建立以来, 各地方电视台也追随电视频道专业化的趋势建立了众多的地方体育频道。本届世界杯期间各个地方性体育频道在世界杯节目的制作和播出时间方面差距明

- 电视画面的影调语言
- 论电视节目的解释方式
 - 谈谈电视时政新闻
- 电视专题片的情绪节奏
 - 画面语言的音乐美
- 现场短新闻的现场感
- 电视现场新闻的采写
- 纪录片的娱乐化创作
- 纪录片的叙事与结构
- 纪录片故事化的多种手段
- 纪录片: 平静平视平实
 - 纪录片的即兴拍摄
- 纪录片创作要有兴奋点
 - 纪录片是主观的产物
 - 纪录片创作之我见
 - 警惕“导演现象”
- 新闻评论: 电视新闻的...
- 电视新闻: 用情境说话

显。其中，北京电视台体育频道、上海电视台体育频道和天津电视台体育频道在节目编排上都紧密围绕世界杯展开：足球赛事场场直播，专题节目制作精良。这几个地方性体育频道也几乎成了专业的世界杯足球频道，全天候为本地球迷提供最新的赛事资讯。

二、板块化：栏目多样性特点突出

2006年世界杯电视报道形式和近几届世界杯报道一样，多采取现场直播加板块化的报道形式。但本届世界杯的报道形式无论是在节目编排，还是栏目包装策划上都要丰富得多，并且节目更显趣味性。

1. 大板块节目唱主角

自1978年开始转播世界杯比赛以来，央视共转播了8届世界杯的赛事，通讯技术的进步和我国广播事业的发展使一届比一届转播质量优异，更由于地方台专业体育频道的增加，世界杯节目制作量也有了大幅度的提高。2002年世界杯的专题节目开始穿插直播、球评和球迷互动的大板块节目，并获得了受众的好评。因此，今年我们仍能看到上届世界杯期间推出的《豪门盛宴》、《球迷世界杯》等广受好评的栏目。节目名称虽然一致，但栏目构成和时间跨度上都有着较大的调整。

今年各个专业频道都推出了超长时段的大板块世界杯节目，其节目时间之长是往年的任何专题栏目都无法望其项背的。大板块节目的时间跨度甚至可以是一天，分为早、中、晚三个时段推出节目，使各个风格的栏目和直播比赛有机地融合到了大板块的节目中去。本届世界杯期间，央视就以“我爱世界杯”为报道主题共同打造了一个全功能的世界杯传播平台，把世界杯资讯在央视体育频道上进行了最广泛的传播，打造24小时的世界杯收视热潮。央视五套分3个时段传播资讯：第一个时间段从晚上7点到翌晨7点，这一时段是赛事现场直播和晚间专题。第二个时间段是从早7点至中午1点的早间专题时段，包括赛况资讯和赛事重播；下午的第三时段围绕《球迷世界杯》节目，用娱乐的方式传播世界杯资讯。

其中，央视体育频道晚间第一时间段的《豪门盛宴》栏目表现抢眼。上一届世界杯期间《豪门盛宴》栏目还是以回顾性为主的评论性节目，而本届世界杯的《豪门盛宴》则被打造成了一档综合性的资讯节目。其中，大演播室中的观众现场参与和VIZRT足球场虚拟环节成为节目最大亮点。《豪门盛宴》根据时段将栏目拆分为《王牌对王牌》、《颠峰时刻》等子栏目，采用丰富的手段传播世界杯新闻资讯，创造了一个球迷与足球互动的平台。

2. 栏目多样性突出

综观这次世界杯报道，为了避免节目的单调，板块栏目中都注入了播报、讲解、互动、娱乐等元素，使节目更具综合性。利用互动、娱乐的方式让受众在家即能体验到比赛现场的狂热。北京电视台体育频道的《欢度世界杯》是每天4个小时联动直播节目。围绕世界杯栏目分为多个板块：《世界杯群英会》是邀请足球专业人士通过专业角度对赛事的点评板块；《徐滔论剑世界杯、向真短兵莱茵河》板块由北京电视台著名节目主持人徐滔和向真联袂主持，邀请演艺界人士共同点评世界杯，在报道中注入了娱乐与时尚气息。此外还有与受众互动节目《射门游戏》，受众手机短信留言与评选。

3. 特色化节目增多

主持人以风趣幽默、滑稽搞笑的方式让球迷在娱乐中知晓最新的足球赛况，是2006世界杯报道中的一个新品种。北京电视台的《大话世界杯》就是这么一档特色化的足球新闻节目。著名评书演员孙一身穿大褂，手持令箭，用评书特有的语言演绎悬念丛生的世界杯赛事，以娱乐手法整合最新比赛资讯。节目利用各种电视手段表现世界杯期间场上场下的球员、裁判、球迷制造出的种种冲突和趣闻。使看似毫不相关的两种文化互相碰撞形成火花，让观众在足球比赛

中领略到传统艺术的魅力。①

三、多频道配合：报道时效性显著

专业化的足球频道并不是全国所有地区都能收看到，面对国内越来越多的足球迷，其它频道的补充转播和赛事报道及时弥补了这一矛盾。

新闻类节目中赛事报道的滚动播出加强了报道的时效性。足球赛事精彩在于它的悬念性。决赛阶段的参赛队伍，特别是进入16强的队伍个个都具有冲击冠军的实力，由于时间原因球迷们总有一些球赛无法及时收看，新闻类频道的正点新闻播报大量穿插了比赛的战报和精彩进球画面，并且做到了不断刷新播报，提高了赛事报道的时效性。如东方卫视的大型晨间新闻节目《看东方》，在120分钟的直播节目中穿插了3次最新赛事报道，为了避免播报形式的单一，报道方式也分为简明播报、详解和精彩画面集锦3种方式。

多频道的现场直播第一时间满足了受众的观看欲望。6月20日~24日的赛程中两场球赛同时开赛的有8次之多，为了让受众有更多的收视选择，第一时间知晓战况，电视台多采取两个频道同时段分别直播两场不同赛事的方式缓解这一矛盾。中央电视台除了体育频道保持转播外，另外一场直播则是放在覆盖率较高的央视一套或二套节目中播出，让全部64场比赛精彩呈现在受众面前。也正是由于各大电视台高质量的转播技术、丰富的赛事转播经验、清晰的电视画面效果，以及一流的专业评说队伍，使球迷们体验到了足球带来的欢乐。

四、新媒体传播：足球节目传播新趋势

1. 网络电视

本届世界杯通过网络电视收看现场直播的观众比往届收看人数呈几何数增长。央视国际、新华网视等给受众提供了新的网络收视方式。上海文广新闻传媒集团旗下的东方宽频，成为中国惟一得到国际足联FIFA授权的宽频呈现2006世界杯的网站。东方宽频在德国前方的国际转播中心设立演播室，提供24小时滚动视频节目和图片、文字报道。

2. 数字付费电视

早在2002年世界杯期间央视数字电视就推出了世界杯足球频道。随着我国全面数字化进程的不断推进，4年来越来越多的城市完成了电视信号传输数字化改造。更加清晰的画面、立体声的音质、人性化的菜单选项、更多的节目选择是数字电视带来的新视觉体验。

3. 手机电视

2005年3月，上海文广集团获得了国家广电总局颁发的国内第一张手机电视集成运营牌照。文广集团推出了全国首个数字广播式手机电视(DMB)，它以数字广播电视技术播放，手机画面与电视同步。经过一年的试运营，2006年世界杯期间，手机电视推出了一场移动终端的“足球秀”。用户可以在手机上第一时间获得最新世界杯视频资讯。随着技术的快速发展、带宽的不断增加以及3G网络的即将运营，手机、MP4、PDA等已经逐渐成为时尚青年的必需装备。无线移动终端以其便捷性与普及性正在成为娱乐视频应用的主流。②

4. IPTV

通过IPTV收看世界杯应该更能增加世界杯的魅力，IPTV可以使精彩镜头随时回放，漏看的比赛可以随时调出收看。但牌照的限制，广电与电信的利益问题，使IPTV的发展一时裹足不前。

五、值得思考的几个问题

世界杯报道从客观上说就是大众媒体为球迷们营造的一场传媒盛典。全球化的传播攻势带来的已不仅仅是单纯的64场足球比赛，蕴涵其中的还有足球商机、足球精神，以及文化的传播。从世界杯开赛以来的传播状态看，有一些值得思考和探讨的问题：

1. 央视一家独大，尚未形成竞争格局

由于行政和资源的优势，在我国电视传播割据中，中央电视台一直占据着不可动摇的老大位置。国内没有一家媒体可以与之抗衡。没有对手就没有竞争，节目就没有可比性。此次德国世界杯的报道团，北京电视台联合了山东、江苏、辽宁、湖北4家电视台，总共派出了30余名记者，而央视一家即派出了60名记者和相关工作人员前往。地方电视台虽然制作了大量世界杯节目，但质量上来说与“财大气粗”的央视相比还有很大差距。央视早在2000年就购买了2006世界杯中国地区的独家转播权，央视的现场直播在比赛现场解说，解说信号和比赛信号同步传回，球场上的同期声和现场回音传播效果非常真实。而地方电视台基本靠转播央视画面再配上自己的解说信号播出，从而造成了在个别比赛中地方电视台直播出现了声音与画面不同步的尴尬情形。

2. 互动节目整合性不强2006世界杯报道中为了加强与受众的互动性采用了很多方式，但在这样的竞技体育报道中有些方式运用得并不合时宜。也许是受了上视《舞林大会》成功的鼓舞，在上海电视台体育频道的现场直播中，比赛直播的画面下方始终有观众手机短信的不断滚动播放，在竞技赛事需要受众注意力十分集中的情况下，这些滚动的字幕显然影响到了观众的正常收看，成了“画蛇添足”。此外，央视“网台联动”环节，由于网络评分的随意性，造成了对球员评分数据的不客观，而显得这个环节的节目相比之下没有意义。

3. 主持人素质有待提高

在网络平台上，球迷对本届世界杯报道最大的抱怨是电视主持人和解说员的专业素质问题。主持和解说中常常犯有专业素养不够全面、主观性太强和妄下结论等问题。本次中央电视台世界杯德国报道组评论员启用了央视新闻评论部著名主持人白岩松，这种角色转换对于主持人风格的确立是否适合？并且在阿根廷战胜塞黑后的评论中，白岩松所表现出的“阿迷”情绪对于央视评论员这一身份来说显然是不合适的。

体育类节目在电视传播活动中占有越来越重要的地位。随着2008年的临近，奥运会的电视转播问题也渐提上日程。作为奥运会主办方，我们更应该把握住电视传播规律和特征，向世界展示新中国的奥林匹克精神。

—(作者系复旦大学新闻学院博士研究生)

注释：①详见<http://sports.sina.com.cn>2006年6月2日新浪体育②详见<http://vutoo.com/html/media/jj/20060519214243929.htm>

文章管理: [mycddc](#) (共计 4291 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关文章：世界杯

- 从世界杯报道看Flash新闻的定位及发展 (2006-7-30)
- 解析新旧媒体的世界杯争霸战 (2006-7-25)
- 新媒体搅动世界杯 (2006-7-15)
- 世界杯报道媒体“特派记者”现象简析 (2006-7-10)

[>>更多](#)

世界杯足球赛的电视传播新特征 会员评论[共 0 篇]

我要评论

会员名

密码:

提交

重写

[关于CDDC](#) ◆ [联系CDDC](#) ◆ [投稿信箱](#) ◆ [会员注册](#) ◆ [版权声明](#) ◆ [隐私条款](#) ◆ [网站律师](#) ◆ [CDDC服务](#) ◆ [技术支持](#)

对CDDC有任何建议、意见或投诉, 请点[这里](#)在线提交!

◆ [MSC Status Organization](#) ◆ [中国新闻研究中心](#) ◆ [版权所有](#) ◆ [不得转载](#) ◆ Copyright © 2001--2009 [www.cddc.net](#)
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像. 如有违反, 追究法律责任.