

# 奧運比賽節目 因素分析 (I)

**在** 剛剛過去的奧運期間，諸多媒介監測機構對奧運節目的收視情況進行了全方位的監測，而且不少資料都是公開發佈的，不同頻道、不同時段的不同節目在不同地域的收視情況，都一覽無遺。

收視資料是描述性的，它們能夠讓我們對奧運期間的各直播、轉播頻道的收視表現有直觀的瞭解。但除了瞭解現象之外，如果需要對不同節目的收視變化現象有更深刻的理解和瞭解，則需要我們對現象背後的原因有更深入的思考。本文即是對奧運比賽節目收視因素的一個初步探究。

本文先定性探討奧運比賽節目收視情況的可能影響因素，然後，借助 A G B 尼爾森所提供的具體收視資料，進行初步的驗證。

## 奧運收視影響因素的定性探討

有哪些因素可能會對一檔奧運比賽直播或者轉播節目的收視產生影響呢？

首先當然是節目本身的吸引力，具體到奧運直播或者轉播收視，就是不同的專案在我國電視觀眾中的受歡迎和受關注程度。這又可以進一步從有關運動項目在我國的普及程度、我國在該運動項目上的競爭優勢或奪牌潛

力、該項目是否對國人有特殊意義、我國在該項目上是否有大家關注和期待的運動員、該項目的參賽運動員中是否有大牌名將，等等。

上述這些因素相互交織在一起，但並不完全等同。如射擊並不普及，但有奪金潛力，國人普遍關注；女排和男排想來應該是大致同等的普及程度，但國人對於女排的關注遠遠超過男排比賽，蓋因女排在國人記憶和情感中的特殊性，當然也包括其奪金潛力。只要有美國運動員菲爾普斯參加的比賽，不管有沒有中國運動員，大家都會比較關注；有些項目，如馬術，雖然在我國的普及程度不高，但因為具有某種開創性意義，因此也能受到較高關注。

值得提示的是，只要符合上面這幾條中的一條或幾條，有關專案的直播或者轉播，往往就能受到較高的關注。特別是我國在該項目上的奪金潛力，應該是項目本身是否受到較高的收視關注的關鍵因素。事實上，根據奧運開始前的有關調查，至少在不少線民中，「中國能拿多少金牌」成為大家最關注的奧運話題，受關注度達到近七成，人們收視選擇中，節目本身的特點的影響力可見一斑。

影響一個比賽專案的收視表

現的另外一個因素，是同時段在其他頻道是否有競爭性節目在播出。奧運會比賽的特點是不同專案多點同時展開，因此，即使電視台都加以直播，大部份觀眾在特定時刻仍然只能選擇重點關注某一項比賽的情況。這也是為什麼央視一開始就有四個頻道進行奧運節目播報，到比賽最繁忙的幾天又進一步增加到六個頻道的原由，主要就是為了滿足不同觀眾不同的收視偏好，並為不同比賽的直播和轉播提供組合的餘地。

例如，八月十三日晚八點前後，CCTV 3 在直播阿根廷和塞爾維亞，CCTV 1 直播中國和古巴的女排比賽，奧運頻道直播男子足球中國對巴西，而且都是在晚上時段，因此，這些節目的收視之間必然存在競爭，觀眾的分流是不可避免的。這裏，競爭性節目的競爭性來源於特定觀眾對不同比賽專案可能同時存在的興趣，因此，作為個人，其收視選擇必然面臨取捨；作為節目的收視表現，則意味著潛在觀眾的分流。

需要特別指出的是，轉播節目也可能和直播節目形成直接的收視競爭，視乎有關節目對於觀眾的吸引力，以及觀眾是否在此前收看了感興趣節目的直播。值得指出的是，轉播節目和大量點



# 內地電視收視影響

評時段，為各個頻道整體上在一天的大部份時間裏都保持較高的收視水準提供了可能。如果在A G B尼爾森的「CCTV奧運轉播各頻道分鐘收視趨勢」圖中對照「北京奧運電視轉播表」，發現某一個頻道在某一個時刻並無符合前述條件的受追捧比賽直播卻有較好的收視表現，很有可能因為這個頻道在該時段在轉播某個我國觀眾所關注的比賽。很多沒有趕上看直播的觀眾成為該頻道該時段轉播節目的主要觀眾。

影響某一賽事的收視表現的第三類因素是播放的時間和時段。顯然，周末和工作日，白天的電視觀眾構成會有較大差別，因為不少上班族到了工作日無法在白天觀看比賽。因此，周末和工作日，白天的收視觀眾，不僅絕對觸達人數會有差別，收視觀眾中的收視偏好也會發生結構性變化。就A G B尼爾森的有關收視資料而言，由於奧運比賽無論是在周末還是工作日，大部份家庭都能保持幾乎同等程度的高開機率，因此，收視記錄儀上反映出來的開機率也許並沒有太大差別，但不同頻道的收視份額結構應該有較明顯不同。

關於直播時段的重要性，從有關比賽的安排就可以看出。例如，本屆奧運中美男籃之間的首

場較量，出於收視考慮——為了方便和中國大約差十二個小時的美國觀眾收看——被安排在晚上十點多，同樣，為了方便大洋彼岸的美國觀眾觀看菲爾普斯的比賽，美國獨家轉播奧運會的電視網NBC不惜以大價錢壓奧會把游泳決賽安排在早上，好讓美國人在晚間的黃金時間收看。

## 地域差異現象

除了前述三類因素外，如果我們還考慮不同地方市場上的奧運節目收視之間的差異，則地域這一影響因素也是顯而易見的。綜合A G B尼爾森的分區域收視資料，稍加對比分析，就可以發現奧運收視的地域差異現象。比如，從收視資料可以看出，天津人最愛看電視：無論是就所有頻道而言，還是就CCTV的奧運轉播頻道而言，天津的收視率都是各地區市場中最高的。

奧運期間，收視還比較高的是北京、瀋陽和武漢。而東南沿海一帶，特別是上海和廣東，奧運的收視則一直不高。可以說，廣東、上海觀眾對奧運節目最無動於衷。廣東奧運之前CCTV轉播頻道佔有率與其他頻道的比例懸殊，後者差不多是前者的十三倍，可見其觀眾觀賞品味的本地化程度。奧運開始以後，在廣東，CCTV轉播頻道的佔有率

仍始終被其他頻道壓著，即使在重要賽事時段，本地頻道的佔有率仍是CCTV轉播頻道的兩倍多，可見廣東觀眾對奧運的不賣賬程度。事實上，廣東珠江江台的電視劇一直在收視榜上佔據榜首。

上海的情況與廣東類似，上海電視台新聞綜合頻道的新聞節目和電視劇佔據重要位置，風頭始終蓋過CCTV奧運轉播頻道。這與其他地區和城市情況有很大不同。在其他大部份城市，奧運期間CCTV轉播頻道的佔有率幾乎可以和其他頻道媲美，而收視榜上奧運賽事也常常佔據主要位置。

還有其他因素也會影響一個賽事的收視表現，如其他媒體——特別是網路——既競爭又相互促進的關係，這裏就不一一分析。

上面對奧運比賽節目收視表現的可能影響因素作了一些定性梳理，但到底這些因素是否對節目收視有顯著影響，以及這些影響因素的相對重要性如何，還需要具體的收視資料來加以檢驗。篇幅所限，下期再續。

■金兼斌

清華大學新聞與傳播學院教授