

基于“5W”模式视角下粤语体育解说的传播情况研究

李心然*, 李菲

广州体育学院体育传媒学院, 广东广州, 中国

*通讯作者

【摘要】在体育解说领域中, 新的传播环境和观众需求, 使得粤语体育解说的传播现状也面临了一些新的挑战 and 机遇。为此, 本文在全面梳理粤语体育解说传播情况的基础上, 基于“5W”模式运用文本分析法, 对选取的粤语体育解说文本, 深入分析粤语体育解说的传播主体、传播内容、传播渠道、受众情况及传播效果。粤语体育解说的传承与发展, 唯有多方协同发力, 方能助力粤语体育解说突破瓶颈, 在新时代传播格局中持续焕发活力。

【关键词】“5W 模式”; 粤语; 体育解说; 传播情况

1. 引言

1.1 研究背景

自粤港澳大湾区建设战略提出以来, 粤语作为湾区主要语言, 不仅拥有深厚的文化积淀, 而且其作为内部粘合剂的价值日益凸显。在体育解说领域, 粤语独特的语言魅力同样引人注目, 赢得了广大观众的喜爱。我们将依托于粤方言对体育赛事进行即时讲解的播音活动称之为粤语体育解说。其历史可以追溯到百余年前的跑马运动, 一句“马照跑, 舞照跳”足以证明跑马运动的繁荣。而内地粤语体育解说则是起源于 1979 年的第一届省港杯足球赛[1]。当时, 著名的足球解说员林尚义和何鉴江在广州进行了现场解说直播, 两地观众都可以观看。这成为粤语体育解说在内地发展传播的开端。这些粤语解说员不仅熟悉体育知识, 而且通晓本地粤方言文化, 可以很好地在解说中融入粤方言生动元素, 让解说更接地气的同时将比赛的激情与紧张气氛传递给观众, 使得观众仿佛身临其境。

学界关于粤语体育解说的研究, 比较具有代表性的有刘双双《粤语体育解说的现状与对策研究》立足于粤语体育解说传播及解说员现状, 发现问题并提出对策[2]; 柯佳等《融媒背景下粤语体育解说传媒业发展现状与对策》以广东体育频道、广州竞赛频道和乐视体育广东站为研究对象, 探究粤语语言定位及节目发展[3]; 陈静认为非物质文化遗产是人类集体记忆和灿烂文化的“活化石”, 承载着民族的文化传统和精神底蕴, 是文化记忆活的载体, [4]显然粤语体育解说亦是如此。然而, 随着社会的发展步伐加快, 粤语体育解说的传播现状也经历了翻天覆地的变化。例如, 传播主体层面, 在

互联网普及的影响下, 观众观看体育赛事的方式发生了深远变化。现在, 观众可以通过流媒体平台更方便地收看配有粤语解说的赛事直播。从传播受体角度看, 新生代的观众更多地表现出对粤语解说的多样化风格的追求, 这与他们对粤语解说背后深厚文化底蕴的认同和喜爱有直接关系。

1.2 研究目的与方法

新的传播环境和观众需求, 使得粤语体育解说的传播现状也面临了一些新的挑战 and 机遇。为此, 本文在全面梳理粤语体育解说传播情况的基础上, 为粤语体育解说提出在新媒体时代之下的发展策略。本文基于“5W”模式, 运用文本分析法、案例分析法, 选取广东体育频道解说的 CBA 常规赛第 36 轮广东男篮对阵辽宁男篮作为案例, 该场比赛为 CBA 赛事 24-25 赛季第三阶段首场常规赛焦点之战, 由资深解说员朱立宇、余振球进行解说。广东男篮是 CBA 传统强队, 联赛三十年来从未缺席季后赛赛事, 取得十一个联赛总冠军, 是所有球队中取得总冠军次数最多的, 而辽宁队作为本赛季的卫冕冠军, 本场“辽粤大战”自然倍受瞩目, 加之广东男篮队长胡明轩、辽宁男篮张镇麟伤愈复出, 广东男篮迎来新外援, 本场赛事成为焦点之战。

2. 粤语体育解说的传播情况

“5W”模式是美国传播学学者哈罗德·拉斯韦尔提出的传播学模式, 即“谁 (Who) 说什么 (What)? 对谁 (Whom) 说? 通过什么渠道 (What channel) 取得什么效果 (What effect)?”, 该理论明确地将传播过程分为 5 个部分, 可以有效地描述一个完整的传播过程[5]。本节将基于“5W 模式”对粤语体育解说的“传

播主体”“传播内容”“传播渠道”“受众情况”及“传播效果”展开系统研究。

2.1 粤语体育解说的传播主体

传播主体是传播过程中的核心力量,肩负着引领整个传播活动的重任。粤语体育解说中,其传播主体指向是由那些富有激情和专业素养的粤语体育解说员。他们是整个解说活动的发起者和推动者,凭借体育赛事转播平台,对赛事节目进行生动地讲解和深入地分析,并通过富有感染力的语言和表达,引导受众对比赛画面有更深刻的认识和理解。他们的解说不仅是对赛事本身的诠释,更是一种情感的传递和文化的传承。这里主要介绍几位当下较为知名的篮球赛事粤语解说员。

关辛:广东体育频道记者,广东宏远队随队记者,深耕篮球赛事多年,多次现场报道NBA 全明星赛、NBA 总决赛,报道广东宏远队超 800 次,多次解说 NBA、CBA 赛事,在《篮球大本营》等广东体育频道节目中,对球队、球员、战术进行评论讲解,讲述球队历史,并通过个人社交媒体帐号,发布赛后总结与评价。2025 年获聘任为第十届中国篮球协会传播委员会委员。

朱立宇:广东体育频道资深记者、主持人,兼具篮球、足球赛事的粤语解说能力,近年更聚焦于篮球赛事的解说和评论,其独特的解说风格,对赛事、战术的深入了解,通过自媒体个人用户发表对赛事的评述,收获 10 余万粉丝,内容深受喜爱。

余振球:广东体育频道篮球解说员,参与广东体育频道上 NBA、CBA、全运会等篮球赛事的粤语解说工作,现任广州市黄埔区篮球协会副会长。

张健:广东体育频道主持人,主持《体育世界》《篮球大本营》等栏目,其解说风格与主持风格生动、谐趣,充分发挥粤语方言特色。

此外,还有罗海文、朱继征、陈俊杰等也在粤语体育解说界有着不俗的表现。这些解说员们以其独特的风格和专业知识,为粤语地区的体育迷们带来了精彩纷呈的赛事解说。

2.2 粤语体育解说的传播内容

粤语体育解说的传播内容主要表现为对体育赛情的实时分析及相关背景性内容的介绍。从比赛哨声响起的前一刻开始,解说员便会向观众介绍本场比赛的基本信息,如比赛时间、举办地点以及双方运动员的阵容等。随着比赛的展开,解说员还会通过细致入微的观察和准确生动地描述,将赛场上的每一个细节

——运动员的精湛技艺、得分情况、裁判的判罚决策等——实时传递给观众。在比赛结束后,解说员会将比赛结果传达给观众,并对整场比赛进行回顾和总结。

粤语体育解说还传播着丰厚的岭南文化。粤语作为一种具有深厚历史底蕴的方言,其独特的语音、词汇和语法结构使得解说更具地域特色。粤语体育解说过程中,解说员凭借深厚的粤方言文化背景,不仅大量运用粤语俚语、俗语和习惯用语,还吸收了中国香港等地的解说风格,形成了独具特色的解说体系。在赛事解说中,体育术语是向观众传播赛情的关键一环,不同赛事的体育术语存在共同之处但又各有特色。“波”可追溯到英语单词“ball”,在粤语中是“球”,无论是篮球、足球还是乒乓球等球类,在粤语解说中都被称为“波”,“打波”、“踢波”都是常用说法。“箍波”意为控制手中的球,为体育术语中“运球、控球”之意。在篮球赛事解说中,“鋤樽”为粤语独有的表达方式,为“扣篮”之意,“鋤樽”形象地将扣篮这一动作展现出来,并且“鋤”一字展现出了该扣篮动作之用力,比原意“扣篮”更能展现球员完成该动作时的卖力程度。

当然,解说员用富有激情和感染力的语言为观众呈现比赛的紧张刺激和精彩瞬间不可避免地传播着自己的情感。粤语解说凭借多样化表达的独有优势,传达赛情的同时向观众表达情感,将比赛状况进行及时的、细节的点评,称赞或者批评。比较常规的称赞有“好嘢”、“靚仔”等,“靚仔”通常用以形容漂亮的小伙子,解说将此融入到对球员或球员动作的夸赞当中,如“防得靚仔”(防得很好)、“认真靚仔”(真的非常好)。与之相反,“肉酸”粤语解说明用以评价赛场中的“惨不忍睹”,做得不好的战术执行、交接球等。粤语解说并不吝于语气词的使用,在球员投出三分球后,解说员发出“三分——有啊”的信号,语调跟随球的走向、语音随三分入账收尾。此外,解说员对于语气词的使用也是不计其数。

以 2024-2025 赛季广东体育频道解说的 CBA 常规赛第 36 轮广东男篮对阵辽宁男篮全场赛事进行分析,将解说内容分为语言结构、文化元素与信息类型,如表 1。

2.3 粤语体育解说的传播渠道

随着新媒体技术的不断发展,依托于体育赛事的粤语体育解说传播渠道也在不断拓展。目前,观众可以通过以下几种主要渠道接触到粤语体育解说:

2.3.1 电视直播

受体育赛事转播权的影响,电视直播频道如广东电视台体育频道、广州电视台竞赛频道等,提供粤语体育解说服务,主要由广东体育频道提供体育赛事的直播或转播。另外,广东体育频道还推出专属的体育赛事节目,如《篮球大本营》《体育世界》,以粤语评述、讲解的形式播出,在亚运会、奥运会等大型赛事举办期间,还提供非固定项目的粤语解说。

2.3.2 网络直播平台

随着网络技术的快速发展,越来越多的网络平台开始提供粤语体育解说服务。如早期活跃在大众视野的乐视体育网站,如今主要由各类移动应用的网页版等皆提供体育赛事的直播,粤语解说主要由咪咕网页版提供。此外,荔枝网,即广东网络电视台,所属广东广播电视台,提供“看电视”、“听广播”的板块,可点击进入“看电视—广东体育”板块收看部分体育赛事的粤语转播。

2.3.3 移动应用

现在,许多移动应用也提供了粤语体育解说服务。观众可以通过下载相关的体育直播或赛事应用,在移动设备上观看带有粤语解说的体育赛事,咪咕视频、优酷视频、腾讯视频等,均设有体育赛事直播的粤语解说板块,咪咕视频以体育赛事为主要板块,其余移动应用以电视剧、电影等为主要板块。

2.3.4 社交媒体平台

新媒体时代的到来,社交媒体平台也成为粤语体育解说的传播渠道。在新浪微博、小红书、抖音短视频等社交平台上,用户通过直播功能,向受众呈现体育赛事,同时进行及时解说。另外,也包括一些无官方渠道的赛事直播,包括“村ba”在内的小型赛事,用户会对比赛进行线上直播并进行简单的即时解说,例如抖音短视频用户“大满贯体育”,致力于推广广东肇庆地区的篮球赛事,在抖音短视频平台上直播并提供业余的粤语解说,给予对粤语解说持有兴趣但又无暇时刻关注直播的观众提供便利。

表 1.案例赛事文本

解说文本内容分类		
语言结构	粤语俚语	锄樽、打荷包、肉酸、炮制、埋单、盲眼位、铲篮、熟头熟路
	外来词汇	籐波、靚仔、turbo、catch and shoot、iso、foul、pick
	网络词汇	风骚传球、睇鬼、潇洒、玄冥二老、骑马射箭
文化	典故	和事佬、连汁都捞埋、螳螂捕蝉黄

元素	引用	雀在后、九十年代卡尔马龙
	地域情感	认真、有啊、拍烂手掌、救火队员、顺啊、舒服、相当之灿烂
信息类型	赛事技术	四上四落、对抗、二三联防、主动求变、响鸡、掩护、挡拆
	背景信息	伤病情况、外援政策、更衣室时间、进攻生命线、二三兄弟

2.4 粤语体育解说的受众情况

从地域角度看,粤语体育解说的主要受众群体集中在广东、中国香港、中国澳门等以粤语为主要交流语言的地区。这些地区的观众对于粤语体育解说有着较高的接受度和喜爱度,因为粤语解说能够更好地传递地方文化和情感色彩,使观众更容易产生共鸣。反之,非粤语母语者往往会因粤语的复杂性而难以把握粤语体育解说中传达的真正意义。

当然,也不排除部分非粤语母语者受到赛事类型或粤语体育解说氛围的吸引,热衷于粤语体育解说。以足球运动赛事为例,广州队在2007年联赛中提前三轮升入中国足球超级联赛,获得球队职业联赛历史上第一个联赛冠军后,知名度提升,其粉丝群体逐渐壮大,除广州、广东本地人外,其他地区的球迷对广州队的热情高涨,将广州队作为自己的主队,粤语足球解说的关注度亦会随之提升。但随着受众对足球赛事的关注度整体减弱,粤语足球解说的发展和传播在一定程度上受阻。此外,广东华南虎队是1995年中国男子篮球职业联赛的创始队伍之一,夺得过十一次CBA总冠军,是CBA中不可小觑的强队,成立至今一直备受关注,吸引了不计少数的省外粉丝,粤语篮球解说的关注度亦随之起伏。

2.5 粤语体育解说的传播效果

2.5.1 粤方言文化的存续与发展

粤语是粤港澳大湾区及部分海外华人的重要沟通工具,更是维系岭南文化传承与传播的关键纽带,[6]粤语体育解说则是粤方言传承体育文化的重要载。赛事解说中涉及高频词、日常化的方言使用,解说中的粤语特色词汇、语法结构持续输出,这些体育赛事中的专业术语在解说中不断强化观众的记忆,得以传承。在传承的同时,年轻解说员会将网络热词引入解说中,传统的粤方言体育术语融入网络热词,创新性的表达通过新媒体的传播,推动语方言的发展。

2.5.2 强化粤方言地区的文化认同

粤语体育解说打破广府地区与潮汕、客家地区的文化壁垒,成为粤港澳大湾区体育文化

共同构建的重要枢纽。粤港澳三地通过粤语解说共享观赛的体验,形成情感共鸣,消解低于隔阂的同时,深化对国家与民族的认同感。

2.5.3 构建观众的集体记忆

体育赛事的国民关注度高涨,粤语解说成为增强社会凝聚力的介质。在重大赛事举办期间,粤语解说将体育精神与家国情怀深度融合,激发观众强烈的民族自豪感,充分体现解说对观众情绪的调动能力。此外,一些标志性的解说词和片段,刻入观众的意识,成为共同的记忆,经典片段在社交媒体平台的持续传播,将新的观众拉到集体记忆的传承链条中,实现粤方言体育文化与情感的代际传承。

3. 粤语体育解说的传播困境

3.1 人才梯队断层,青黄不接现象突出

在广东体育频道、广州竞赛频道等传统粤语体育解说阵地,活跃的面孔多年来鲜有更迭。培养一名优秀的粤语体育解说员,不仅要求其精通地道的粤语俚语、熟稔广府文化,还需具备扎实的体育专业知识和出色的临场应变能力。但现实情况是,与普通话解说行业相比,粤语解说员的薪资待遇普遍偏低,职业上升通道狭窄,缺乏系统的培养体系。年轻一代即便对解说行业感兴趣,也往往因发展前景不明而望而却步,导致专业人才出现断层,行业新鲜血液补充不足。

3.2 语言特性成双刃剑,传播面临理解障碍

粤语独特的语言体系在展现地域文化魅力的同时,也为跨区域传播设置了门槛。解说中频繁使用的方言俗语,如“食诈糊”(空欢喜)、“炒车”(失误)等,虽能引发本土观众共鸣,却让非粤语使用者一头雾水。在短视频快速传播的时代,这种语言隔阂极大限制了优质解说内容的扩散。此外,如何平衡传统粤语表达与网络流行语的融合也是难题——过度创新可能稀释粤语文化韵味,而固守传统又难以吸引年轻受众,陷入两难困境。

3.3 版权资源与平台推荐双重受限

在赛事版权争夺日益激烈的当下,央视体育、咪咕视频等头部平台掌握着核心赛事资源,且解说语种以普通话为主。广东体育频道等粤语解说的主要阵地,因资金和影响力有限,在版权购买和制作投入上处于劣势,难以获取热门赛事资源。转战新媒体平台后,算法推荐机制更倾向于流量大、受众广的内容,粤语解说因受众基数相对较小,难以获得高曝光,即便产出优质内容,也常面临“酒香也怕巷子深”的困局。

3.4 受众结构失衡,代际断层明显

随着普通话普及和外语教育的加强,粤语在年轻群体中的使用频率大幅下降[7]。如年轻一代观众更习惯通过普通话解说观看赛事,对粤语解说的接受度较低。而粤语解说的核心受众仍集中在粤港澳大湾区及海外粤语社区,受众群体相对固定,难以突破地域和文化圈层实现规模增长。与普通话解说面向全国的庞大受众相比,粤语解说的传播边界明显受限。

3.5 传播影响力式微,文化价值弱化

受限于语言障碍、传播渠道狭窄和受众流失,粤语体育解说的传播影响力正逐渐减弱。在社交媒体上,粤语解说相关话题的热度远不及普通话解说,难以形成全国性传播效应。此外,年轻一代对粤语解说的疏离,导致许多极具地域特色的体育解说术语和文化符号面临失传风险,严重影响广府文化的传承与发展,粤语解说作为文化载体的价值也随之被削弱。

4. 粤语体育解说的发展策略

4.1 完善人才培养体系,重塑解说员角色定位

曾岑等人曾提出加强粤语配音人才培养和输送等优化策略。[8]针对当下粤语解说人才青黄不接的现状,建议在暨南大学、广州大学、广州体育学院等已开设粤语播音主持专业的高校,增设粤语体育解说细分方向。课程设置上,除了传统的播音技巧训练,还应加入体育赛事战术分析、粤语文化研究等内容。在实习方面,与广东体育频道、咪咕视频等媒体平台建立长期合作,为学生提供跟岗实习机会,让他们在实战中积累经验,提升职场竞争力。

同时,鼓励解说员打破地域限制,在解说过程中,既要保留粤语原汁原味的表达特色,又要适时融入普通话、英语等元素,尝试双语解说模式。邀请广东宏远男篮、香港南华足球队等粤语地区退役运动员加入解说团队,借助他们的专业视角和公众影响力,提升解说的权威性,吸引更广泛的受众群体。

4.2 科技赋能传播,创新融合传统与现代

充分利用现代科技手段,为粤语体育解说注入新活力。在赛事直播中,增加实时字幕功能,将粤语解说内容同步转化为普通话文字,方便非粤语地区观众理解。打造专属的粤语直播间,提供多视角观看、实时弹幕互动等功能,提升观众的沉浸式观赛体验。

建立老中青三代解说员协作机制,由经验丰富的前辈把控粤语文化内核,年轻解说员引入当下流行的电竞解说风格、说唱元素等,鼓励年轻创作者用新颖的方式传播粤语体育文

化,在创新中实现传统的传承。

4.3 整合媒体资源,扩大传播覆盖面

积极推动央视体育、腾讯体育等全国性媒体平台开设粤语解说专区,打破地域限制。与地方媒体加强合作,引入VR直播、4K高清转播等先进技术,提升赛事观看体验,争取更多优质赛事版权资源。

在新媒体传播方面,利用大数据分析用户喜好,针对海外华人、粤语文化爱好者等目标群体进行精准推送。与抖音、B站等社交媒体平台合作,打造“粤语体育解说”专属话题,发起全民参与的“方言解说挑战赛”,鼓励用户进行二次创作。通过直播连麦、观众点单解说等互动形式,增强用户粘性,提升内容传播热度。

4.4 聚焦年轻群体,拓展受众圈层

针对年轻一代的接收习惯,开发轻量化的短视频内容,如“粤语解说精彩瞬间”“体育冷知识粤语趣谈”等。在内容创作中融入二次元、游戏等流行元素,比如将球星比作热门游戏角色,拉近与年轻观众的距离。

联合高校社团举办“粤语体育解说体验营”,通过模拟解说比赛、专业导师指导等活动,让年轻学生亲身感受粤语解说的魅力,增强参与感和归属感。粤语播音提升港澳青年对大湾区地域文化认同。[9]借助“一带一路”契机,加强与东南亚粤语华人社区的合作,通过海外华文媒体、YouTube等平台扩大传播。针对非粤语区观众,推出“粤语解说入门”系列课程,以体育为桥梁,激发他们对粤语文化的兴趣。

4.5 深挖文化内涵,提升社会影响力

将粤语体育解说与广府文化深度融合,在解说过程中自然融入粤剧典故、粤菜文化、岭南建筑特色等元素,打造特色传播IP。例如,在CBA赛事解说中,讲述球员家乡的历史故事,让观众在观赛的同时感受文化底蕴。

聚合众多机构力量,传承并弘扬推广粤语流行文化的魅力。[10]联合公益组织、政府部门开展“粤语体育文化进校园”“方言解说助力乡村振兴”等活动,通过解说推广广东龙舟赛、广西抢花炮等地方特色体育赛事。鼓励解说员积极参与社会议题讨论,发挥舆论引导作用,提升粤语体育解说的社会价值,形成可持续发展的良性生态。

5. 结语

粤语体育解说作为广府文化传播的重要载体,在现代传播体系中兼具信息传递与文化认同功能,通过方言特色表达强化区域文化凝

聚力。然而,在媒介环境快速变革与社会文化转型的背景下,其发展面临诸多挑战:人才培养机制滞后导致专业解说员青黄不接,独特的语言体系形成传播壁垒,赛事版权资源分配不均与平台算法限制压缩传播渠道,年轻受众流失与地域圈层局限更制约其发展空间。通过优化人才培养、创新内容表达、整合传播渠道、拓展受众群体、深化文化价值挖掘等举措,推动粤语解说在坚守文化内核的同时实现创新发展。这不仅关乎粤语解说自身的存续,更是在全球化语境下保护方言文化、增强文化多样性的重要实践。唯有多方协同发力,方能助力粤语体育解说突破瓶颈,在新时代传播格局中持续焕发活力。

参考文献

- [1]张矛矛.新中国体育广播发展分析[J].体育文化导刊,2010,(02):86-90.
- [2]刘双双.粤语体育解说的现状与对策研究[D].广州体育学院,2016.
- [3]柯佳,吕娜,王晓东.融媒背景下粤语体育传媒业发展现状与对策[J].传媒观察,2017,(12):33-35.
- [4]陈静,陈茫.“互联网+”时代非物质文化遗产数字化传承与保护的思考以“粤语讲古”的数字记忆建构为例[J].广东技术师范大学学报,2022,43(06):22-28.
- [5]郭庆光.传播学教程.第2版[M].中国人民大学出版社,2011.
- [6]邹煜晞,邹煜晗,李丹阳.基于岭南文化传承的粤语文化传播路径与创新策略研究[J].中外文化交流,2025,(05):80-82.
- [7]和丹丹.广州语言文字事业四十年[A].国家语委国家语言服务与粤港澳大湾区语言研究中心(广州大学).语言生活皮书——粤港澳大湾区语言生活状况报告(2021)[C].商务印书馆(The Commercial Press):商务印书馆有限公司,2021:56-68.
- [8]曾岑,周竞东.广东粤语影视配音行业观察与思考[J].中国广播电视学刊,2019,(03):120-123.
- [9]郑可彤,林小榆.内地粤播对提升港澳青年大湾区文化认同作用研究[J].新闻研究导刊,2021,12(10):177-179.
- [10]传承弘扬粤语流行文化打造振兴粤语音乐平台珠江音乐盛典[J].南方电视学刊,2012,(06):133.