


[הצעות ודרישות עבודה](#)
[בתי הספר](#)
[צור קשר](#)
[פורום](#)
[צוות הפיקוח](#)
[הודעות מפמ"ר](#)
[על האתר](#)
[דף הבית](#)

השותף האולטימטימ TV ספורט וטלוויזיה

 חיפוש

מאת: יאיר גלילי

חממת קולנוע צעיר

מגמות הלימוד

■ מבנה מגמות טכנולוגיות חוזי

■ ביבליוגרפיה

■ מגמת מדיה ופרסום

■ אודות המגמה

■ מקצוע תקשורת וחברה

■ תוכנית הלימודים

■ מערכים בתקשורת וחברה א

■ מערכים בתקשורת וחברה ב

■ מערכים בתקשורת וחברה ג

■ מבניות בתקשורת וחברה ג

■ מאמרים תיאוריים

■ מאמרים בנושא עיתונות

■ מאמרים בנושא רדיו

■ מאמרים בנושא טלוויזיה

■ מאמרים בנושא פרסום

■ موضوع الاعلام والمجتمع

■ תקשורת אלקטרונית

■ פרסום ויחסי ציבור

■ ביבליוגרפיה

■ בתי הספר במגמה

■ שאלונים ומחזוריים

■ מגמת טכנולוגיות תקשורת

■ פורטל היצירה הצעירה

■ תמונות מהווי המגמה

■ סרטוני המגמה

■ בחינות חיצוניות

■ בחינת מפמ"ר ארצית

■ פרויקטי גמר

■ קולנוע וטלוויזיה י"ג - י"ד

במבט לאחור, קשה למצוא משפיע רב יותר על הספורט העולמי מאשר הטלוויזיה. ביובל השותפות בין הספורט לטלוויזיה השתנה הספורט תכופות ולעיתים אף לבלי הכר, חוקי המשחק השתנו לא אחת, אך תהיה זו טעות לחשוב כי האמור אינו נכון גם לגבי הטלוויזיה אשר נעזרה ועודנה נעזרת בספורט לקידום מטרותיה.

תחילת ה"רומן" אי שם בשלהי שנות השלושים לא רימז במאום על העתיד להתרחש לקראת סיום מלחמת העולם השנייה: שעה שהטלוויזיה החלה פורחת (בדומה לרדיו עם סיום המלחמה העולמית הקודמת) החל הספורט לשמש מקדם מכירות מצוין. ובעצם מדוע לא? הספורט סיפק את הסחורה הבסיסית לה נזקקו הרשתות: עלילה וגיבורים מן המוכן, "רעים" לעומת "טובים", מתח ודרמה. המפרסמים באותה עת לא נזקקו לזמן רב על מנת להבין כי הטלוויזיה ובעיקר שידורי הספורט בה מהווים התגשמות משאלותיהם. הם משכו בעיקר צעירים בגילאים 15-20 אשר דמוגרפית היוו פלח שוק אידיאלי. לראשונה הפך הספורט לחוליה המקשרת בין המוכרים לקונים. בה בעת החלה הטלוויזיה להחליף את העיתונים כמסקרים הבלעדיים של תחרויות הספורט. היא איפשרה "סיפוק מיידי" כשישירה אירועי ספורט "חיים" ובכך הפכה את העיתונים לפרשנים ותו לו. 1948, שנה אשר בה רכשה BBC את זכויות השידור של המשחקים האולימפיים בלונדון, מצינת עידן חדש במערכת היחסים שבין הספורט והטלוויזיה.

עידן זכויות השידור פתח בפני מארגני אירועי הספורט אפשרויות כמעט בלתי מוגבלות אך תבע מהם קורבן לא קטן. ההחלטה מי/מה יסוקר ומתי, הפכה לנחלת בעל המאה. ענפי הספורט החלו להתחלק לכאלה שהם "טלוויזיוניים" וכאלה שאינם.

הרשתות הגדולות, בעיקר בארה"ב, אשר עד שנות השישים ייחסו לספורט חשיבות משנית בלוח המשדרים, החלו לגלות עניין גובר והולך בספורט העולמי. הטלוויזיה שינתה את הספורט יותר מכל דבר אחר כשאיפשרה לא רק למיליוני צופים ברחבי העולם לראות את המשחקים אלא גם לחזות בצדדים נוספים מעבר לשדה המשחק: המאמן שצועק בצד המגרש, השחקן המתחמם בצידו ואפילו האישה היפה ביציע הסמוך. ההילוך החוזר (REPLAY) אשר הוצג לראשונה ע"י ABC בשנות השישים בליווי ההילוך האיטי (SLOW MOTION) היוו פריצת דרך משמעותית ביכולת הטלוויזיה לשלוט על שדה המשחק. התפיסה החדשנית של רון ארלדג', נשיא חטיבת הספורט, לפיה יש להביא את האוהד למשחק ולא את המשחק לאוהד

החלה להוכיח עצמה.

■ רשימת קישורים

■ העשרה והרחבת ידע

■ מה חדש ?

מרחבי לימוד מתוקשבים

- המבניות בתקשורת וחברה ג'
- מערכי שיעורים בתקשורת
- מבנית בצילום ותאורה
- מבנית פס קול
- מבנית מעשית בהפקות
- מבנית מדעי הטכנולוגיה
- סיכום פיצ'ינג דוקומנטרי
- תיק הפקה עילית 2,565,804 בריסות לאתר
- תיק הפקה דוקומנטרי
- תסריטים להפקות
- אמנות המבע הצילומי

שינויים במשחק בגלל הטלוויזיה

הפופולריות הגואה של הליגות המקצועיות בארה"ב הפכה את התחרות בין הרשתות הגדולות על השגת זכויות שידור למעניינת לא פחות מהמשחק עצמו. את עובדת הפיכת הספורט המקצועי לעסק מסחרי לכל דבר, המגלגל מיליוני ואח"כ אף מיליארדי דולרים בכל שנה, ניתן לזקוף בחלקה לזכות (או לחובת) רשתות הטלוויזיה, אשר בתמורה שינו לא אחת את חוקי המשחק תרתי משמע. כך לדוגמא, נוספה, קשת שלוש הנקודות בכדורסל, קוצץ זמן ההתקפה על מנת להפוך את המשחק למהיר ואטרקטיבי ונוסף פסק זמן טלוויזיוני במיוחד לשידור פרסומות! משחקי כדור הבסיס (BASEBALL) הועברו משעות היום אל שעות צפיית השיא.

אפילו דיסקית המשחק (PUCK) בהוקי השתנתה על מנת לאפשר לרשת FOX לעקוב אחריה בעזרת חיישנים מיוחדים. דוגמאות אלו ממחישות ולא במעט את ההשפעה הרבה שיש לטלוויזיה על הליגות המקצועיות אשר בהבין את חשיבות החשיפה התקשורתית לשיווק שלהן - משתפות פעולה ברצון. חוקי הביקוש וההיצע הבסיסיים לא פסחו על הליגות המקצועיות וכמו בכל עסק מסחרי, המרבה במחיר זוכה. רשת NBC שילמה בסוף שנות ה-80 סכום של 650 מיליון דולר עבור הזכות לשדר את משחקי הליגה בכדורסל (NBA) אחרי מאבק לא קל ברשתות ותיקות כמו ABC ו-CBS. הכסף הגדול אשר הגיע מהרשתות במשך השנים איפשר לבעלי הקבוצות לשלם משכורות גבוהות יותר לכוכבים וכך גדלה המשכורת הגבוהה ביותר ב כדורסל מ-625 אלף דולרים ב-1977 (כרים עבדול ג'באר) ל-2.75 מיליון ב-1987 (פטריק יואינג) ועד ל-30 מיליון דולרים ב-1977 (מייקל ג'ורדן).

אך לא רק הליגות המקצועיות הן משאת נפשן של הרשתות. גם האירועים הגדולים חשובים לא פחות ואולי אף יותר. משחק גמר הכדורגל (SUPERBOWL) ביום הראשון של חודש ינואר הינו האירוע הנצפה ביותר בעולם (לא רק בשטח הספורט). 94 מיליוני אנשים צופים בו, בממוצע, ולכן לא קשה להבין מדוע כל הרשתות מבקשות לשדרו: NBC לדוגמא (ומקבלת) 1.2 מיליון דולר ל-30 שניות פרסומת! גם אירועי ספורט אחרים מחוזרים תדירות ע"י רשתות הטלוויזיה, והגדולים שבהם, כגון האליפות הפתוחה של ארה"ב בטניס, גורפים ממון רב.

ענף ספורט המזוהה עם רשת

סכומי הכסף האדירים המשולמים למארגני משחקי הספורט ע"י הרשתות מתאפשרים באמצעות המפרסמים, אשר מוכנים לשלם הרבה על מנת לזכות במידרוג צפייה (רייטינג) גבוה באירוע ספורט פופולרי המאחד את המשפחה סביב מקלט הטלוויזיה, אך הם בעיקר תולדה של מיזוגי תאגידי ענק. רכישת רשת CBS ע"י תאגיד ווסטינגהאוז או ABC ע"י קונצרן דיסני (שהודתה כי עשתה זאת בעיקר בגלל ESPN, רשת הכבלים של ABC אשר מתמחה בספורט), ומעל לכל מיזוג העשור בין CNN ותאגיד התקשורת מס' 1 בעולם, טיים-וורנר. שותפויות אלה מאפשרות הוצאת סכומי ענק לשם שליטה על ענף או ספורט אשר יזוהה עם הרשת. כך למשל CBS שילמה 1.73 מיליארד דולר עבור הזכות לשדר את משחקי כדורסל המכללות עד שנת 2002, רשת FOX שילמה 1.53 מיליארד עבור 4 שנות שידור ליגת הכדורגל (עד 1998) ובאירופה קונצרן KIRCH שילם 2.36 מיליארד דולר עבור טורניר הגביע העולמי

בשנת 2002 ו-2006, רשת B SKY B הבריטית שילמה 960 מליון עבור זכויות השידור הפרמייר ליג בכדורגל עד 2001.

אך דומה כי את העניין הרב ביותר כשמדובר באירוע ספורט עולמי מרכזים המשחקים האולימפיים. עד שנות השבעים ניגבה הטלוויזיה כינור שני בכל הקשור לסיקור המשחקים, הדבר נבע בעיקר מהתפיסה שליוותה את המשחקים מתחילתם. עוד מימי הברון פייר דה קוברטן, מחדש המשחקים האולימפיים, אנשי הוועד האולימפי הבין לאומי (IOC) היו אנשים אמידים אשר לא היססו להוציא מכיסם סכומים נכבדים לטובת המשחקים. אך נקודת המפנה היתה אולימפיאדת מונטריאול ב-1976, כאשר ההפסדים הכספיים העצומים שנחלו המשחקים (מיליארד דולר!) הביאו את המארגנים לשנות את התפיסה. לכולם היה ברור כי דברי איברי ברנדג', נשיא הוועד האולימפי הבין לאומי, מ-1956 - כי "...הספורט העולמי הסתדר ללא הטלוויזיה משך שישים שנה וימשיך להסתדר עוד שישים..." לא עמדו במבחן המציאות. שפל המדרגה אליה הגיע הוועד האולימפי, גם בגלל בעיות פוליטיות במוסקבה 1980, אילץ את חבריו לפתוח תוכנית שיווקית חדשה - THE OLYMPIC TOP (PROGRAM) אשר בין יתר תפקידיה היה לטפל בזכויות השידור למשחקים. מספר המדינות המשתתפות כמו גם הענפים הרבים שנוספו כפו על המארגנים להפוך את המשחקים האולימפיים למותאמים לטלוויזיה, מה גם שהאיצטדיונים הגדולים ביותר לא יכולים היו להכיל את מספר הצופים שהתעניינו במשחקים. שיתוף האתלטים המקצוענים בד בבד עם הפיכת הספורט לעסק מסחרי הביא לידי כך שרשת NBC שילמה ב-1993 עבור אולימפיאדת אטלנטה 1996 456 מליון דולר - מעט יותר מפי 18 (!) מ-25 מליוני הדולרים ששילמה ABC עבור אולימפיאדת מונטריאול 1976.

NBC אף הגדילה לעשות בסוף 1995 כשחתמה עם הוועד האולימפי חוזה לפיו הרשת תשדר את המשחקים האולימפיים עד 2008 (והיא אפילו אינה יודעת עדיין היכן כולם יתקיימו...) תמורת סכום אגדי של 6.3 מיליארד דולר. גם כאלה שהרימו גבה נוכח הסכום העצום לא הופתעו לשמוע כי הרשת הודיעה על רווחים של 675 מליוני דולרים מאולימפיאדת אטלנטה (למעשה 'רק' 635 כי עפ"י החוזה התחייבה הרשת להפריש מחצית ההכנסות מעל 615 מליון לועדה המארגנת).

8 מ-10 מקומות ראשונים ברייטינג

הכסף הגדול שזורם לרשתות מהמפרסמים מביא רווחים עצומים (כמו 65 מליון דולר מ"קוקה קולה") אך מוסיף לרשת גם מונוטין ורווחים עקיפים בלתי ניתנים למדידה. בדמות מפרסמים בתוכניות אחרות, מאידך, נאלצה הרשת להדוף ביקורת חריפה שנמתחה עליה בזמן המשחקים שעה שנטען כי הרשת נאמנה יותר מדי למפרסמים על חשבון הצופה בבית. NBC "העבירה" אירועים מרכזיים לשעת צפיית השיא ו"שכחה" להסביר כי מדובר באירועים מוקלטים. כך או כך, 5.3 מיליארד אנשים צפו באירוע זה או אחר של המשחקים האולימפיים, שני שלישי מהמין האנושי. הספורט הפך לחלק חשוב אם לא עיקרי מתקציבי הרשתות העולמיות. הערך המוסף של תוכניות הספורט הוא הגבוה מבין כל התוכניות האחרות ואין רשת שאינה כוללת ערוץ מיוחד לספורט או לפחות חטיבת ספורט גדולה. ערוץ הכבלים ESPN הפועל 24 שעות ביממה הוא תולדה של ביקוש הולך וגדל לספורט, כמו זה אשר הביא את ABC - רשת האם של ESPN - להקים ערוץ נוסף: ESPN2.

מחקר שנערך ע"י מכון נילסן בין ספטמבר 1995 ליולי 1996 הוכיח כי את שמות המקומות הראשונים מבין עשרה במדרג הצפייה תופסים אירועי ספורט (במקום התשיעי הסידרה ER ואחריה סיינפלד. בנוסף - סידרת הטלוויזיה הארוכה ביותר בהיסטוריית השידורים היא MONDAY NIGHT FOOTBALL של רשת ABC אשר מקדימה סדרות כמו I LOVE LUCY.

טלוויזיה וספורט אם כך הם השותפים האידאליים: הספורט העולמי חייב לטלוויזיה את הפופולריות העצומה לה הוא זוכה ברחבי העולם ובאותה העת מהווה מקדם צפייה ראיון במעלה. על סף הכניסה למאה הבאה, שעה שערוצי שידור דיגיטליים יאפשרו קליטת שידורים

מכל העולם, נראה כי בדומה לראשית ימי הטלוויזיה, יהיה זה שוב הספורט שיביא לקידום

מכשיר הטלוויזיה החדש. ספקנים טוענים כי הספורט העולמי נשלט ע"י רשתות טלוויזיה תאבות בצע אשר מזניחות ענפי ספורט לא רווחיים ואף גורמות לחוסר שיוויון בולט בסיקור הקבוצות, דבר המביא בעקיפין לעיוות שכר השחקנים: הכוכבים המתקשרים היטב, מרוויחים את מירב השכר לעומת המעט-פחות טובים הנאלצים להסתפק בהרבה פחות.

לשני הצדדים ישנן תוכניות חלופיות אשר עלולות לפגוע בשותפות וחלקן כבר מיושמות: הטלוויזיה בתשלום PAY PER VIEW אשר תופסת תאוצה ומשדרת אירועי משחק ספציפי

תמורת תשלום למשתתפים בלבד (ולא לכל הליגה). לעומתה יכולות הקבוצות להפיק ולשדר

את משחקיהן באמצעות רשת פרטית (בלווין) כפי שעושה תאגיד MSG, אשר בבעלותו בין

היתר קבוצת הכדורסל "ניו יורק ניקס". למרות בעיות אלה ואחרות די קשה לראות את השותפות האולטימטימית ורבת השנים בין הספורט ורשתות הטלוויזיה, מתפרקת בקרוב.

הכותב הינו מוסמך בתקשורת

מקור:

אותות 97, מס' 197, עמ' 88-90, הוצאת איגוד המפרסמים בישראל



 גרסא להדפסה

כל הזכויות שמורות © 2014 ל- המינהל למדע ולטכנולוגיה במשרד החינוך בשיתוף המרכז הפדגוגי טכנולוגי (מפ"ט) עמל האתר עוצב ותוכנת ע"י GoNet Software Solutions ראו תנאי שימוש