

# 從現代運動的社會發展中探討大眾傳播媒體與體育運動發展之關係

洪睦盛 沈易利

## 摘要

隨著職業運動的成立與休閒觀念的興起，運動已逐漸成為社會大眾生活的一部分，而社會大眾取得體育運動資訊和比賽動態的最佳管道，則非大眾傳播媒體莫屬。在大眾傳播媒體與體育運動的互動過程中，兩者形成共生互利的「生命共同體」。運動的現代形式與其所扮演的角色，是它與所存在的社會之政治、經濟結構和過程，亦即運動與大眾傳播媒體緊密結合的型態。

**關鍵字：**體育運動、大眾傳播媒體

**The relationship between mass media and sport in the social  
development of present sport**

**Mu-Sheng Hung**

**Abstract**

Sport has become part of people's daily life along with the development of professional sport and the concepts of recreation. The best channel that people obtain sport information and events is through mass media. In the process of the interaction between sport and mass media, they form the mutual benefits and become "life community". The modern form of sport and the role it plays is within the existence of society's politics, economic structure, and process. That is, it stands for a form that sport and mass media closely connected.

**Key words:** sport, mass media.

## 壹、前言

人類體育活動的歷史演進，與人類生活息息相關；體育自古以來即為人類生活中的要素，從人類適應環境和謀求生存的本能便可得知。因此我們可以肯定地說：「有人類即有體育，任何生物欲適應環境，必須有運動，此種運動，即為體育」（吳文忠，1999）。

考古證據顯示，西元前 3500 年世界各地就有體育運動的進行，證明了體育運動早在史前時代就已存在，且早期的運動通常包含宗教或神聖的儀式。體育運動經過幾世紀的長時間發展，反映出許多社會發展所產生的大量的、文明化的過程之特徵，如工業化、都市化等，這些皆是驅策運動現代化的主要社會力量。

近年來，科學和大眾傳播更為運動發展留下了清晰而深入的印記。運動的現代形式，是它與所存在的社會之政治、經濟結構和過程，與法人實體緊密結合，亦即運動與大眾傳播媒體所提供的電視、資金、曝光率等緊密結合的型態（王宗吉，2000）。

隨著職業運動的成立與休閒觀念的興起，運動已逐漸成為社會大眾生活的一環，而社會大眾取得體育運動資訊和了解運動比賽動態的最佳管道，則非大眾傳播媒體莫屬了。在大眾傳播媒體與體育運動的互動過程中，兩者形成共生互利的「生命共同體」；體育運動發展需要大眾傳播媒體的推波助瀾，以提高能見度和曝光率，甚至獲得企業的支持和贊助，並加速體育運動的推展。而大眾傳播媒體則在講求真實和客觀等報導原則之下，能達到推廣、告知、教育、娛樂、商業等功能，並促進與體育運動之間的彼此進步和共同成長（李惠真，2001）。

## 貳、大眾傳播媒體與體育運動之關係

近年來，我國體育運動發展快速，除了積極參與各項國際大賽如世界盃、奧運會等，國內職業運動的再度盛行（如我國中華職棒與台灣大聯盟兩個聯盟於 2003 年 1 月 13 日正式合併成為一個聯盟）也再度掀起另一股職業運動熱潮，而大眾傳播媒體正是塑造此熱潮的原因之一。

身處於資訊發達的時代，大眾傳播媒體在人類生活中扮演著舉足輕重的角色。以體育運動為例，大眾傳播媒體所報導的體育運動內容，除了提供運動資訊之外，也在無形之中教導觀聽眾某些價值和規範，因此影響了人們對於體育運動的某些特殊看法（廖青海，1995）。所以，大眾傳播媒體對於體育運動來說，既然有如此重大的影響力，體育界更應該重視大眾傳播媒體的動向與發展。

大眾傳播媒體對於體育運動的影響日益增加，我們可以從某些國際性運動賽會中得到印證，例如奧運比賽甚至為了配合電視轉播而更改賽程和時間。從大眾傳播媒體的觀點來說，體育運動賽會有相當的「娛樂性」，因為媒體報導體育運動消息和活動，都有利益上的考量；而從體育運動的觀點來說，大眾傳播媒體則提供了曝光管道，使體育運動的相關訊息，得以快速且正確地傳遞到社會大眾。

鍾志強（1998）以體育運動人員的立場來分析大眾傳播媒體與體育運動的關係，提出了四點建議，包括：體育專業媒體工作者之養成、平衡體育運動新聞報導、行銷及公關的運用、加重學校體育相關訊息的報導等。筆者再加以分析歸納，提出以下四點建議：

- 一、**積極培養體育運動專業媒體工作者**：如輔導體育相關科系學生修習新聞傳播專業科目，讓體育相關科系學生們有機會投身一些專業的體育傳播媒體（如緯來體育台、年代體育台），並有機會擔任體育運動新聞或節目之專業工作者，為自己的專業領域作最有效的代言。
- 二、**平均分配體育運動項目的報導比例**：國內大多數的媒體都以新聞性較高的體育運動項目為報導的主要對象，例如美國職棒大聯盟（MLB）、美國職籃聯盟（NBA）、PGA 高爾夫球精英賽等各項國際性運動，卻反而忽略了國內其他較弱勢，但與我們比較有切身關係的體育運動項目，如全國中學與大專院校各項球類聯賽等。
- 三、**行銷與公關策略的靈活運用**：體育界向來一直被認為是「保守的一群」，不善於包裝自己。所以毋人更應該主動出擊，善用各種行銷與公關策略，來包裝、促銷自己，如體育單項協會或組織在辦理體育活動時，主

動提供記者會或說明會等給大眾傳播媒體，以期增加該活動的曝光率與能見度。

**四、增加學校體育相關訊息的報導：**學校體育是國家體育發展的基礎，但卻可能礙於缺乏新聞性而得不到媒體較多的青睞。大眾傳播媒體對於正面的新聞有其監督和鼓勵的作用，因此如果能夠鼓勵傳播媒體多報導學校體育的相關資訊，如某運動績優學校之優秀選手的最新消息、某單項運動重點發展學校之教練的個人報導等，相信對於社會體育的的推動與發展也會有相當大的助益。

### **參、大眾傳播媒體與體育運動文化之互動關係**

謝永乾(1998)指出，文化是社會環境中由人們創造出來的某些部分的結構，包含實體的人、事、物(如設備、組織、特定物)與無形的品質(如價值、道德、信仰、思想)。文化與人們之間有著密不可分的關係；文化影響人們，人們也因此而創造文化，使文化改變、興盛與衰落。王宗吉(1992)認為，構成運動文化的要素為運動觀、運動規範、運動物質事物、運動技術、運動戰略、運動戰術等，而各要素之間也會互相影響。

再者，由於大眾傳播媒體屬於上述要素中的實體組織，且為「運動物質事物」，因此大眾傳播媒體與其他構成運動文化要素之間的相互關係，則有以下三種互動關係：

- 一、大眾傳播媒體與運動觀的互動關係：**大眾傳播媒體可以改變人們對於運動觀的看法，例如藉由媒體報導和宣導，藉由參與體育運動可獲得以下的益處，如塑造強健的體魄、培養團隊合作的精神、增進人際關係等，來灌輸正面積極的運動觀。
- 二、大眾傳播媒體與運動規範的互動關係：**運動規範是與運動關係較深遠的社會規範之總括概念，也就是讓具體的體育運動行為有秩序、參與者不逾越道德規範，例如比賽中服從裁判的判決、運動員精神、運動家風度、

公平競爭等。透過大眾傳播媒體的報導，可以讓社會大眾知曉上述正面積極的運動規範，從而教導大眾，並導正積極善良的社會風俗。

**三、大眾傳播媒體與運動技術、戰略、戰術的互動關係：**運動技術、戰略、戰術被視為個人或團體的最佳能力發揮，但也因為深受環境的干擾，而常會有偏差行為的發生，如勝利取向、過度訓練、濫用藥物等。此時大眾傳播媒體若能以正面積極的態度報導上述的偏差行為，例如積極檢討不當的訓練制度、拒絕使用禁藥、或正確使用藥物的方法等，相信受益者絕對非僅是體育界人士，而是同時受惠於社會大眾。

### **肆、大眾傳播媒體之社會角色**

隨著時代的進步、科技的日新月異、教育的普及、運動技術的發達、媒體的競爭等趨勢，大眾傳播媒體為了滿足大眾的需求，早已進入「後戰國時代」的競爭，例如在世界盃、奧運等重大國際賽會中，不但收視觀眾、採訪人員與轉播媒體等不計其數，比賽之轉播權利金、廣告金更是高的驚人；各傳播媒體在報導數量、題材、內容、手法、對象、態度等，均有顯著的進步。也由於此，使得大眾傳播媒體之社會功能愈趨多元化，其社會角色也亦趨重要，因此鄭光慶（1998）提出了在教育、道德、政治、經濟和休閒等五方面的論點；筆者針對上述五個論點，提出以下的歸納：

- 一、大眾傳播媒體的教育角色：**大眾傳播媒體在教育方面的社會角色是多層面的，它影響的對象與層面包含了學生、老師、選手、教練、觀眾乃至於一般民眾，都頗為深遠。而透過大眾傳播媒體的報導、分析與評論，讓大眾對於體育運動比賽的規則、常識或體育現象等皆有全面的瞭解，除了滿足大眾的求知欲之外，還可以使大眾有系統地吸收體育運動知識和有效率地學習。
- 二、大眾傳播媒體的道德角色：**大眾傳播媒體對於體育運動界的各種嘉言懿行若能夠適時加以讚賞和宣揚，例如公平競爭、運動員精神、運動家風

度、勝不驕敗不餒的精神、運動教練專業、運動員的力與美、運動管理和運動科學訓練等，均有助於體育運動的正面發展、塑造運動的清新、健康形象與優良的運動文化，更能進一步的積極指導社會的善良風氣。

**三、大眾傳播媒體的政治角色：**大眾傳播媒體在政治方面的社會角色是多面向的，例如：

**(一) 呼籲政府相關單位重視體育與健康的關係：**透過大眾傳播媒體的大力提倡，可以讓政府部門瞭解體育運動對於人民健康的重要性，並能適時與衛生保健單位（如中央健保局、各縣市衛生局等）合作且保持密切聯繫，共同倡導體育運動和健康之間密不可分的關係。而最近教育部召開「高級中學課程發展委員會」第 7 次委員會議中，進行深入討論後，接受體育界的訴求，同意在現行高中體育課程均採計學分並列入高中畢業學分數的情況下，如果未來新課程體育不採計學分，將引發高中體育課程不被重視的爭議，也會造成青年學子體能弱化的嚴重現象，因此決定推翻「體育課配合九年一貫國民教育課程，列為必修但不採計學分」之原議（教育部，2003）。高中體總連續發表新聞稿、召開公聽會表達心聲，體委會主委林德福也親自和教育部長黃榮村、次長范巽綠溝通，終於獲得重視和回應。對於教育部的此項決議，筆者有以下的看法：學校體育乃是國家體育發展的基礎，學生在體育課程中，除了學習運動技能、常識等，還可以感受運動所帶來的流暢體驗（Flow Experience）和高峰經驗（Peak Experience），更重要的是能夠保持一個健康的生理與心理的平衡狀態。如果將體育課程列為「必修零學分」，勢必會造成體育課程在高中逐漸地被忽略，甚至消失，也因此大大影響了高中學生學習體育運動的機會，並增加學生喪失健康的危機。

**(二) 提高國家的國際形象與人民的國家意識：**我國熱門的運動項目，如一直在奧運、亞運、世界盃等國際大賽表現優異的棒球運動、一些

技擊運動如跆拳道、柔道、以及新興的撞球等，都能夠經由大眾傳播媒體的不斷報導，將最新比賽消息、資訊和戰況快速地傳遞給民眾，而凝聚國人的向心力、提振民族自信心；而國家也能藉由選手和教練出國比賽與其他國家的國際交流，提升國家的國際形象。

**四、大眾傳播媒體的經濟角色：**從 1984 年洛杉磯奧運成功例子，我們不難發現，體育運動和大眾傳播媒體之間的關係早已密不可分，尤其是在經濟上的「互蒙其利」，例如平面媒體報紙的運動版可以增加其銷售量、運動轉播可以收取可觀的廣告收入和權利金、網路媒體現場同步播出體育運動賽事所帶來的大量商機等（Eitzen, D. S., & Sage, G. H. , 1993）。再者，透過大眾傳播媒體的報導，促使國內職業運動的曝光率增加，不但有助於職業運動的盛行，更能增加政府的收入，可謂達到「雙贏」。

**五、大眾傳播媒體的休閒角色：**透過大眾傳播媒體，可以向民眾宣導正確的休閒觀念，如從事正當的休閒活動和運動、全民運動的推展、端正社會風氣、生活水準的提升等。

## 伍、結論

大眾傳播媒體對人類社會具有非常大的影響力，尤其在現代運動的社會發展中，其對於體育運動工作的推展，更具有相當大的助益。大眾傳播媒體對於體育運動來說，具有重大的影響力，因此體育界更應該重視大眾傳播媒體的發展，例如積極培養體育運動專業媒體工作者、平均分配體育運動項目的報導比例、靈活運用行銷與公關策略、增加學校體育相關訊息的報導等。

在大眾傳播媒體的社會角色日趨多元化的今日，其在各領域所扮演積極的社會角色如教育、道德、政治、經濟和休閒等均相當重要。在這個相當注重行銷包裝的時代，身為體育人，除了深植體育運動的學術和技術領域之外，更應該學習公關和行銷知識、善用溝通和協調技巧，以及重視與大眾媒體的積極互動，期能使體育運動與大眾傳播媒體緊密結合在一起，共同創造雙贏。

## 參考文獻

### 中文部分

王宗吉 (2000): 運動社會學。台北市: 紅葉文化。

吳文忠 (1999): 體育史。台北市: 中正。

李惠真 (2001): 傳播媒體對運動發展的影響。 大專體育, 52, 頁 89-94。

教育部中教司, 網址 <http://www.edu.tw/high-school/importance/920516-2.htm> (visited 05/18/2003)。

陳鴻雁 (1998): 大眾傳播媒體在運動行銷扮演的角色。 國民體育季刊, 27(1), 頁 11-16。

廖青海 (1995): 台灣報紙職業棒球新報導內容分析。 體育學報, 第廿輯, 頁 136-144。

鄭光慶 (1998): 運動傳播媒體之社會角色與展望。 國民體育季刊, 27(1), 頁 24-27。

謝永乾 (1998): 體育運動文化與大眾傳播媒體之互動關係。 國民體育季刊, 27(4), 頁 93-101。

鍾志強 (1998): 大眾傳播媒體與體育運動。 國民體育季刊, 27(1), 頁 4-10。

### 英文部分

Eitzen, D. S., & Sage, G. H. (1993). Sociology of North American Sport (5<sup>th</sup> ed.). Dubuque, IA: William C. Brown.