

## 國立台灣體育學院圖書館剪輯資料

分類 評論 來源 民生報 日期 881221 版面：五版別忘了  
運動員才是主角媒體催化奧運商業化  
運動員精神仍應加強

陳鴻雁（輔大體育系主任，前標槍國手）

●現代奧林匹克運動會創立者古伯丁爵士有鑑於1860年代法國的體育組織對立、秩序混亂，呼籲提倡以和平友誼、追求人體健美及奮鬥精神為主的奧林匹克精神，「業餘」是最高原則，嚴加反對商業化的介入。

自第一屆奧運創始之後的數十年，都秉持純業餘精神，但是在第二次世界大戰後，競技運動商業化及選手職業化開始加快，大眾媒體（電視）加入奧運之後，使得商業化更快。

1968年墨西哥奧運時，一些明星選手不滿奧會的業餘規定而揚言退賽。1972年奧地利選手因公開承認接受廠商贊助而被禁賽。在此之前的六任國際奧會主席，都奉行限制任何贊助行為的原則，並且受到很大的考驗。在此同時，奧運陷入經濟危機，財源短缺，到了八〇年代，已到了必須改變的時刻。

薩瑪蘭奇1980年擔任國際奧會主席以來，大刀闊斧的改革，使得奧運會脫離經濟危

機，他廢除了業餘身分的限制，並希望世界上最優秀的運動員能進入奧運殿堂，他大量開發廠商贊助及吸收大量的電視轉播金，在1984年獲得了最大的成功。奧運會打破了與社會、經濟隔離的狀態，為奧運建立堅實的基礎，對人類未來體育發展有開拓性的意義。

然而，奧林匹克精神是為表達對體育道德的推崇，但是，商業化之後以追求最大經濟利益為主要目的，兩者之間必然出現衝突。如1988年美國電視轉播公司要求更改比賽時段，顯然影響運動員正常公平的表現。

提高運動技術水準與品格道德，商業化與商業化組織或賽會之間是對立且弔詭的；這個現象還會持續到下一世紀，如何在動盪的環境中取得平衡點，在目前的體育社會都不容忽視。尤其是運動員的精神，在未來充滿商業化的職業或業餘運動中，更需加強注重，否則，再多的技術水平仍形同廢物。商業化的過程中，別忘了運動賽會及運動員才是主體，別被商業巨蟒併吞了。

## 經紀公司掌控比賽 暗藏衝突

賽會流程一貫作業 連選手「演技」也加強了

王麗珠

●做運動行銷的人都知道，所有的運動休閒產業都要以比賽為火車頭，由比賽、偶像帶動人潮，及難以估計的商業利益，前兩年，全球各地贊助運動比賽的總金額都在百億美元以上。

成功的比賽，可以帶來三贏，觀眾欣賞到好的比賽，運動員提高競技及生活的水準，贊助機構亦可提高形象及帶動商機。運動休閒也可以當做事業體來經營，國內也可感受到這個改變，最近十年，許多大型賽會，都是由運動經紀行銷公司規畫，以更專業的手法，宣傳、包裝、促銷、販賣……。

比賽規模水準進步了，但也不容否認，其中產生矛盾與衝突。有些比賽，甚至把運動協會裡的人當作外行，在比賽中完全由經紀公司掌控。

有些運動經

紀公司規模之大，任何大企業想辦比賽，只要把鈔票交出來，經紀公司就可以幫你找好場地、選手、並安排若干天王球星參賽，並且有自己的電視轉播公司，全套一貫作業。其中的缺點就是，與他有合約關係的球員，比較容易得到參賽邀請，利益共生共享。而沒有參加的球員，並不表示不優秀。

這樣龐大的商業取向，難保不會產生弊端。冬季奧運之中，最美的項目花式滑冰，其實是不堪細究的，許多資深記者不認為那是運動，而是表演。因為，大家不信任裁判。這些年來，富裕國家的選手較容易得到高分，因為，她們能夠成為偶像，帶動國內的滑冰風潮，美國這兩屆冬運滑冰都得獎，各地購物中心的滑冰場如雨後春筍設立，冰上用品銷售直線上升，連電視上都

有了固定的花式滑冰轉播節目。因為暗潮洶湧，所以選手的演技都加強了，痛哭的、陶醉的、激情的，各種情緒都有，難怪，有人批評那是表演，不是比賽。

## 國家發獎金 也算違反業餘精神

●台灣發展運動，也曾借助獎金。民國69年嘉義區運開幕典禮上，當時的行政院長孫運璿宣布中正獎章(金)辦法，以各級破紀錄獎金，激發運動員追求更高、更快、更遠的成績。

國家發給獎金，廣義來說也是違反國際奧會的業餘精神，各運動總會都定有嚴格規定。

中正破紀錄獎金最後形成運動員為拿獎金，一小步、一小步的推進成績，對奪取國際賽獎牌、爭取國際榮譽，實質幫助不大，而後轉為以奪牌為主的國光獎章(金)為重，並懸下千萬元奧運金牌獎金，在歐美國家也是少見。明年雪梨奧運，是我國突破奧運零金障礙的關鍵，屆時發出千萬元獎金，也可能引起各國媒體注意，但相信不會有人為此來質疑我國選手的業餘資格。

(江彥文)