

國立台灣體育學院圖書館剪輯資料

分類 奧運 來源 大成報 日期 89. 6. 27 版面：四版



(四) 列系載連

頭賺有運奧 讓不紅播轉視電

記者 高正源／特稿

新聞或娛樂，這一個區分，成了奧運能點石成金的關鍵。

國際奧會能讓奧運成了生金蛋的舞台，最主要就是在電子通訊科技日趨發達的時候，即已著手研修電播權金的條款，尤其是在一九六八年墨西哥奧運吃虧後，於一九七二、八四、八八、九〇、九五、九六年再針對此一議題，開會研討並修訂國際奧會憲章，在新聞與娛樂的區分下，使用者付費，這個觀念愈來愈明顯。

國際奧會憲章因此明定擁有有關奧運會的一切權利，包括電視轉播權及利用奧運所進行的一切商業營利，其中電視轉播是屬於娛樂或新聞，區分權責也在國際奧會手上，沒獲得國際奧會授權或同意，均不得私自使用。

在電視轉播權的規定明確下，對於電視或電影播放奧運會新聞、節目，引用與奧運會有關的內容時，每日不得超過三分鐘；電視台或電影在二十四小時內可以在新聞節目中，插播奧運會內容三段，每段三分鐘，段與段之間至少相隔四小時。再加上一九九六年羅馬會議中，明確規定國際奧會擁有電視轉播權利金的比率後，奧運，在薩瑪蘭奇的手中，已堆砌出一座巨大、無可撼搖的黃金城。

也由於電視完全將奧運會比賽實況呈現在全球各地，促使各國的新聞媒體為強化奧運競賽及周邊報導，派到比賽城市採訪的人員也年年增加，根據國際奧會的記載，一九〇八年第四屆奧運，當時記者不過一百人上下，一九八四年洛杉磯奧運，已有七千五百二十五人，九六年亞特蘭大奧運再增加到一萬七千人，今年雪梨奧運，已獲得雪梨奧運籌備會同意發出的採訪證已有一萬五千人，預計人數會再創新高。

一九九二年巴塞隆納奧運全球五十億人口，有三十五億人從電視直播中，觀賞奧運會的開幕、閉幕典禮及比賽實況，九六年亞特蘭大奧運更號稱透過電視轉播收看奧運競賽的人數，已達到四十億。

也因爲電視轉播有這一份魅力在，提高了體育競賽所引發的經濟效益，使廣告廠商看好這一個宣傳媒介，美國全國廣播公司NBC一九九二年以四億美元買下巴塞隆納奧運轉播權，在短短三個星期的奧運競賽時間內，就賺了兩千萬美元，這麼有賺頭的天地，誰會不想涉足呢！