



大眾傳播媒體與體育運動

鍾志強／雲林科技大學講師

一、前言

近年來；我國體育運動發展快速，不僅積極參與國際運動競賽，職業運動的興起更是讓坊間掀起運動熱潮，而大眾傳播媒體正是塑造此風潮的功臣之一。

大眾傳播媒體在人類傳播過程佔很重要的角色，在此資訊發達的時代更是如此。在體育運動方面；大眾傳播媒體所報導的體育運動內容除了提供資訊外，亦在無形中教導了人們某些規範及價值，也因此可能影響了人們對體育運動的特定看法，甚至扭曲了體育運動的本質（廖清海，民84）。大眾傳播媒體對體育運動即然對體育運動有如此重大的影響，體育運動界應重視其動向的發展。本文擬從大眾傳播媒體切入，探討其與體育運動的關係，希冀從其中思索出體育運動與大眾傳播媒體共榮共生之道。

二、大眾傳播媒體之內涵

一、大眾傳播之意義：傳播係指「在一個情境架構中，

由一個人或更多的人，發出訊息，並由一個人或更多的人收到噪音阻擾的訊息，產生一些效果，並在其中含有一些回饋的活動」（李茂政，民73）。

而大眾傳播則是指利用傳播工具，如電視、報紙、廣播等媒介，把一定的意識內容，傳播給「大眾」的活動（鄭貞銘，民65）。換言之；大眾傳播是傳播行為的一種型式，其與其他傳播型式涵蓋著不同的行為層面及具備不同的功能（李茂政，民73）。

二、大眾傳播與認知、行為塑造：大眾傳播對於人類個別與集體行為具有廣大的影響力，尤其大眾傳播媒體經常透過選擇性呈現，對屬於極端之個案做渲染之報導，極易在無形中造成民眾之刻板印象，塑造特定行為模式（楊孝榮，民70）。而解釋此類行為塑造的理論大致有下列幾項：

1. 社會學習理論(Social Learning Theory)——社會學習理論強調個人行為之增強與否，除受個人



親身經驗影響外，還受到觀察他人的行為所產生之「替代性學習」之結果影響。而其中傳播媒體所營造的示範作用，效果可能最大(Bandura, 1997)。

2. 魔彈理論(Magic Bullet Theory)——此理論係以媒介效果強大之信念為基礎，強調效力廣大之刺激，不僅獲得大眾社會成員之一致注意，並觸發了大眾之內心慾望、衝突或個人難以自我控制之其他過程，而在這些刺激下，會影響個人情緒，甚至思想、行為的改變(Deffeur and Ball-rokech, 1989)。

3. 文化常理論(Culture Norm Theory)——文化常理論認為，大眾媒介透選擇性之呈現，透過強調或刪減某主題方式，以創造或塑造一般民眾對環境的不同角度印象，使人們相信情況之真實性，且毫不思索的接受傳播媒體所描述的一切，而認為媒體之報導內容為現有文化之常模(楊孝榮，民70)。

三、大眾傳播媒體之功能：大眾傳播對人類行為為既可能有鉅大的影響，其具備的功能自然不可漠

視。

1. 媒體之正面功能：Schramm(1957)認為媒體的功能有：

(1) 守望人的功能——媒體負責報導環境中發生之情事，將消息傳遞給民眾，以協助人們認識複雜的環境事物，使能獲得充分調適。

(2) 決策的功能——媒體的任務之一是教導民眾，把已經建立的文化傳統傳衍給社會新參加的份子。

(3) 教師的功能——媒體的任務之一是教導民眾，把已經建立的文化傳統傳衍給社會新參加的份子。

(4) 大眾娛樂的功能：媒體可提供娛樂的功能，調劑生活，緩和民眾生活緊張。

(5) 經濟與商業之功能：媒體報導許多行銷行為與商業活動，促使商業發展更臻熱絡。

2. 媒體之負面功能(楊孝榮，民72)：媒體內容若不當，可能產生負面影響。

(1) 降低大眾的文化感覺——媒體夾雜各類聲色刺激，且商業氣息濃厚，易使文化一蹶不振。



(2) 增加少年犯罪：媒體充斥色情、暴力與犯罪內容，不利於身心成長中之青少年，極可能促其模仿學習。

(3) 對一般民眾產生道德腐化之過程：媒體內容多誇大、渲染且專挖人隱私，報導社會黑暗面，極易促使大眾道德腐化，並增加不信任感。

(4) 降低創造力：媒體倘為特定組織控制，極易以貫之立場或內容報道，甚或扭曲內容，進而影響民眾之認知與創造力。

由以上對大眾傳播媒體的探討，可以認知到大眾傳播體是現代社會資訊流動的過程中，不可欠缺的一環，且其對大眾的行為、認知、價值觀的影響很是深遠，故如何管理大眾傳播媒體，使其可發揮十足的正面功能，十分重要。

三、大眾傳播媒體在體育運動之報導取向

大眾傳播媒體既能影響人們的認知及行為，當然也會影響人們對體育運動的態度，故有必要對大眾傳播媒體有關體育運動之報導取向進行檢視。體育運動在世界上發展快速，又由於體育運動新聞被認為具

娛樂功能(Wolfson, 1997; Birrell & Loy, 1979; 侯致遠, 民81; 王宗吉, 民81; 李淑珍, 民82; 施致平, 民82)，且具相當的新聞性，故現今全世界的大眾傳播媒體，均將其列為主要報導之一，其在各類媒體所佔的篇幅也日漸增多。在國外方面：Lever & Wheeler(1984)分析1900、1925及1975年芝加哥論壇報(Chicago Tribune)的運動版發現，運動版的報導量佔整個報紙的總報導量幾乎成倍數增加，從1900年的9%增加到1975年17%，每一則的報導長度亦從7吋增加到9.7吋，報導內容從地方、業餘的個人運動轉變到國際、職業球隊的運動，其中美式足球及棒球的報導最多。Leter(1988)所做的研究發現：美國報紙對運動新聞相當重視，在他對五大報所分析中，運動新聞出現在今日美國報(USA Today)頭版新聞中所佔的比例達21%，是所有新聞中排名第一。而在新紐奧良時報報(New Orlean Times-Picayune)中運動新聞所佔比例為16%，排名第三。芝加哥論壇報(Chicago Tribune)的運動新聞佔22%，僅次於政治新聞。而今日美國報(USA Today)更為了吸引讀者，而在1991年起另外出版「今日美國棒球週刊」；同年紐約時報(New York Times)



也隨即跟進，為運動版增加二大版（何美惠，民80）。

在國內方面；由於報禁的解除、我國陸續重返國際運動賽會及職業運動的成立，各類傳播媒體對運動新聞的相關報導也日漸增多，目前台灣地區各大報大都設有體育運動新聞專門版面，中時晚報更因職棒版的增闢而增加了10%的銷售量（陳芸英，民83）。在廣播媒體上；有許多的電台及電視台均曾現場立即轉播播運動比賽（如華視直播職籃），而專業制作的運動節目也跟著出現（如TVIS之全球體育報），體育運動新聞已成為大眾傳播媒體中不可缺的一部份。國內許多對大眾傳播媒體所作的研究，也顯示出體育運動新聞在媒體的走向。劉作坤（民69）在我國體育新聞之研究中探討民生報、中國時報、中華日報及大華晚報之每月平均體育新聞報導量，然後以民國68年之威廉瓊斯杯籃球賽為個案，發現民生報之每月體育新聞量最高。國內學者邱金松（民73）在體育運動有關報紙社論之內容及取向分析之研究中，以民國62年至72年間，中央日報、聯合報及中國時報三大報之有關社論之報導情形為對象，結果發現三報以有關棒球之社論最多，而報社負責人的體育觀及利益與社論的報導取

向有密切的關係。侯致遠（民74）在第二十三屆洛杉磯奧運新聞之比較研究中，以中央日報及民生報處理二十三屆奧運新聞為比較對象，探討運動項目、動態與靜態報導、消息來源、地區國家報導及報導內容性質之處理情形。主要發現田徑項目報導量最多、動態報導佔絕大篇幅，本國與美國之報導量最多，並且認為民生報是國內唯一較具體報雜形之日報。廖清海（民84）在國內四家報紙的研究中發現，運動新聞在各報每日發行量所佔的比率以大成報為最多，為31%，其次為民生報（8.51%），第三為中國時報（3.25%），最後是聯合報（2.83%）。而職棒新聞在各報的運動新聞中，均佔有極大的篇幅。

由以上對大眾傳播媒體中體育運動新聞的報導取向分析中可發現，體育運動相關已成為大眾傳播媒體中不可欠缺的一環，其所佔的分量亦逐漸增多，大眾傳播媒體對體育運動的影響也相對增大。

四、大眾傳播媒體與體育運動間的關係

大眾傳播媒體對體育運動的影響已日漸增大，在某些運動賽會中，甚至為配合電視轉播而更改賽程，兩者間的關係很是密切。從大眾傳播媒體的觀點，體



育運動有相當的娛樂性，媒體報導體育運動消息，有其利益上的考量及責任上的必要。從體育運動的角度；大眾傳播媒體提供了極佳的曝光管道，使體育運動的相關消息，得以快速地告知大眾。以體育運動人員的立場來看，有以下的建議。

1. 體育專業媒體工作者之養成：在國內一個對體育記者專業化程度的研究（高小芳，民81）中指出：在從事體育記者的工作中，由體育系所畢業的工作者約只佔12%，其專業程度著實令人懷疑。會造成此情形，固然是新聞專業領域中，新聞專業科系本就是佔大宗有關，但體育運動科系學校大都漠視新聞傳播課程，體育運動系所學生普遍對新聞傳播感到陌生，亦是主因之一。體育運動科系學校應廣開有關體育運動傳播之相關課程，並鼓勵學生多嚐試，如可能的話，可與同學校新聞傳播科系或設有新聞傳播科系的學校合作，輔導學生修習新聞傳播輔系，培養學生對新聞傳播的興趣及專業技能，使其成為學生之第二專長，讓體育運動科系學生有機會投身聞傳播界，擔任體育運動新聞傳播專業工作者，這是體育運動界及新聞傳播界雙方均所樂見的。

2. 平衡體育運動新聞報導：據國內某些研究中（邱金松，民73、侯致遠，民74、廖清海，民84）指出，在報紙的運動新聞中，棒球是出現最多的新聞。而拿民生報來說，其設有2個全版的棒球版及一個全版的籃球版，這說明棒球及籃球的報導分量，在新聞傳播媒體中佔絕對多量，相對地也擠壓了其他項運動的報導量。雖然此情形的出現是此兩種運動具較高的新聞性使然（這兩種運動均有職業運動），但如因此犧牲其他較弱勢運動項目的報導，使其發展受到影響，是體育界所不樂見的。故體育運動相關單位應致力平衡各運動項目的報導，這方面可以季節來調整報導的重點，如夏季可多報導水中運動，冬季時可多報導室內性的運動。而各類運動項目的運動明星的塑造是相當必要的，因大眾傳播媒體的報導中，人的報導是很重要的部份，如各類運動項目均有運動明星的出現，那其在大眾傳播媒體上的曝光度，將可大大的增加。

3. 行銷及公關的運用：體育運動新聞雖說有其有相當的娛樂性，傳播媒體因而對體育運動消息有相當的興趣，但其所報導的新聞取向及報導內容是由傳播



媒體的角度來選取的，有時體育運動單位可能不十分認同，甚至產生傷害體育運動界的情事發生，體育運動界在這方面可說是十分弱勢。面對此種情勢，體育運動界各單位應主動出擊，利用行銷及公關技巧，將自己所欲曝光的資訊，以記者會或其他方式提供給傳播媒體，使他們可輕易的取得資訊，使此資訊增加在傳播媒體出現的機會。

4. 加重學校體育相關訊息的報導：學校體育常是傳播媒體所忽略的一部份。學校體育因其比較缺乏新聞性，所以常得不到傳播媒體的眷顧，在傳播媒體上的出現率實在是少之又少。但各級學校體育可說是國家體育動發展的基石，學校體育活動的正常進行極為重要，而傳播媒體的報導正有監督及鼓勵的作用，如傳播媒體常報導學校體育活動，各體育運動績優學校均能常在大眾傳播媒體上出現，相信各學校應會更加支持體育運動，對社會體育運動的推動也會有相當大的助益。

五、結語

「強國必先強種，強種必先強身」，強身之唯一要道，除運動外別無他途可循，因此；體育運動對個人的事業和國家社會有不可磨滅的貢獻（戴偉謙，民84）。

體育運動的推展不但是體育運動從事人員應有的責任，社會大眾也應積極參與並支持。大眾傳播媒體對人類行為有非常大的影響力，對體育運動工作的推展有相當大的助益，而依目前社會的發展，體育運動資訊的供給，亦是大眾傳播媒體的責任之一，此兩者的關係相當之密切，如何利用溝通協調之技巧，使體育運動與大眾傳播媒體可緊密的結合在一起，兩者共生共榮，有待你我的努力。

參考文獻

- 鄭貞銘（民65）：大眾傳播原理。台北：華欣文化事業中心。
- 劉作坤（民69）：我國體育新聞之研究。中國文化大學哲學研究所碩士論文。
- 楊孝榮（民70）：台灣大眾傳播與青少年犯罪行為。文刊於楊國樞、葉啟政主編，當前台灣社會問題，台北：巨流圖書公司出版。
- 楊孝榮（民72）：大眾傳播與社會，國立編譯館出版。
- 邱金松（民73）：體育運動有關報紙社論之內容及取向分析。中華民國大專院校體育總會七十三年度學術研討會專刊，293～302頁。



- 李茂政(民73)：大眾傳播新論。台北：三民書局出版。
- 侯致遠(民74)：第二十三屆奧林匹克運動會新聞比較之研究。國立台灣師範大學體育研究所碩士論文。
- 何美惠(民80)：美報紙體育新聞展開熱戰——今日美國報與紐約時報增張對壘。新聞鏡週刊，第130期，37～39頁。
- 侯致遠(民81)：向大眾傳播體育運動——運動新聞學的重要性。奧林匹克季刊，第十九期，60～63頁。
- 王宗吉(民81)：體育運動社會學。台北：銀禾文化公司。
- 高小芳(民81)：台北市體育記者專業化程度之研究。國立體育學院體育研究所碩士論文。
- 李淑珍(民82)：台北市大學生收看體育運動節目的動機與行為及相關因素之研究。國立體育學院體育研究所碩士論文。
- 施致平(民82)：傳播理論與我國職棒運動互動之探討。體育學報，第十五輯，137～148頁。
- 陳芸英(民83)：三國鼎立誰報天下。職業棒球雜誌，第101期，14～16頁。
- 戴偉謙(民84)：論運動的功能。國立體育學院論叢，第五卷，第一期，43～50頁。
- 廖清海(民84)：台灣報紙職業棒球新報導內容分析。體育學報廿輯，頁136～144。
- Schramm, Wilbur(1957) Responsibility in Mass Communication. New York: Harper.
- Wolfson, M., Livolsi, C, & Scott, R.(1972) How to watch sports on TV and enjoy it: Dedicated to all the lonely women of America. Pittsburgh, PA: Wolfson.
- Birrell, S., & Loy, J.W.(1979). Media Sport: Hot and Cool. International Review of Sport Sociology, 14(1), 5～19.
- Lever, J., & Wheeler, S.(1984). The Chicago Tribune sports page, 1900～1995. Sociology of sport Journal, 1(4), 299～313.
- Laster, P.(1988). Use of elements on newspaper front pages. Journalism Quarterly, 65(3), 760～768.
- Delfeur, Melvin L. and Sandra Ball-Rokeach(1989) Theories of Mass Communication. Six Edition. New York: David McKay.