

國內運動傳播業現況及發展契機之探討

文 / 陳子軒

壹、前言

放眼臺灣運動傳播，由於獨特的黨國資本主義（陳子軒，民 103），使得臺灣運動轉播的樣貌，與西方源自市民社會的職業運動為觸媒的運動媒體複合體模式迥然不同，早期無線三臺在黨政軍勢力影響之下，運動成為其召喚的對象。黨國資本主義下的電視媒體，必須兼具政令教化以及爭取商業利益的雙重角色，這樣的情形看似衝突，但在運動轉播上則顯得游刃有餘，由於運動與國族之間水到渠成的結合，不論是籃球、棒球或是亞奧運綜合運動會等等賽事轉播，都讓三臺以國族觀點切入運動賽事毫不費力，特別是在臺灣退出聯合國之際，以及風雨飄搖的 1970 年代，但這樣的觀點卻主導了臺灣運動文化，時至今日，仍都難以突破「臺灣之光」為基調的運動觀賞模式。

綜觀臺灣運動電視傳播這幾年的概況，老三臺早已淡出，只有在奧運會被半推半就地重回運動轉播的行列，中視今年投入足球美洲國家盃的轉播算是驚喜，民視以帶狀的美國職棒大聯盟、偶有其他賽事轉播勉強守住了無線電視運動轉播的領土。本土的緯來與跨國的 FOX 體育家族持續寡佔有線電視運動轉播市場；另一方面，中華電信 MOD 開臺



▲雅典奧運跆拳道國手陳詩欣獲頒金牌實況轉播，讓國人振奮不已。（圖／陳詩欣提供）

十年以來，運動頻道數量逐年上升，目前已經達到 19 個運動頻道。

這樣看似百花齊放的運動傳播，如今卻是面臨多元的挑戰，棒球、籃球主導了運動傳播的資源，其他運動苦無露出機會，另一方面又要面對來自國外強勢職業運動聯盟的挑戰，臺灣運動傳播正處於艱困但又充滿希望的路口。

貳、國內運動傳播業現況

首先，要說明的是，所謂的有線（如凱擘）、無線（家中直接裝天線）、衛星（如DISH）與IPTV（如中華電信MOD）的分類，是定義在「訊號傳輸管道」上，也就是說，無線電視透過地面放送站傳遞訊號、有線電視透過同軸電纜或光纖、衛星電視透過衛星發送、天線（碟盤）接收、IPTV則透過寬頻網路（DSL）。有線電視當中，又可分為類比與數位，而臺灣目前則處於類比與數位有線電視共存的過渡狀態，數位化的普及率不過剛超過五成而已，而NCC預計將在2017年才能全面數位化。愛爾達、緯來、FOX、博斯皆屬「內容供應者」，至於要透過什麼訊號傳輸管道上架、收多少錢，理論上，就是資本主義自由市場下與系統業者間依據供需法則的商業行為，甚至連MOD上的愛爾達也可以在有線電視上架。但實際上，臺灣頻道上架與否牽扯到複雜的政商關係，即便握有受歡迎的運動轉播權，也未必就能夠上架，進而進到每個客廳之中。2014年，博斯運動網即使手中握有中華職棒轉播權，但是仍受限於系統業者而難以進入大部分人的家中，就是最鮮明的例子。另一方面，也可能受限於整體媒體集團的戰略考量，像是愛爾達家族頻道著眼於中華電信MOD市占率，便不會在有線電視上架。

有此基本認識之後，我們可以理解，所謂的無線電視臺是每人皆可以近用的頻道，只要安裝天線就能夠免費收視，因此包括英國、澳洲等國家規定具有顯著意義的運動賽事必須在無線頻道播出，以保障絕大部分觀眾的收視權益，然而臺灣的老無線三臺至今已經沒有任何一臺具備常設的運動新聞與轉播人力，每四年一次的奧運，在政府直接或間接受意下，儘管三臺與民視還是擔起了轉播任務，常常是東拼西湊的急就章，轉播品質也往往為人所詬病。

黨國資本主義時期，也就是1949年至1987年戒嚴時期黨政軍三位一體的體制下，臺視（省政府）、中視（國民黨）、華視（軍方）的運動轉播是以國家代表隊的國際賽事為主，一方面臺灣當時沒有任何職業運動存在，甚至「職業」運動那樣的意識型態，是不被當時社會價值所鼓勵的，因為運動就該是強身健國、為國爭光的。一連串外交挫敗下，全民透過黨國資本體制下的三臺轉播這



▲中華職棒賽事轉播。(圖/方亦非提供)

些賽事得到了抒發的出口，也就是說，這個時期的運動轉播，一可鞏固政權統治，二則從中大量獲利，一箭雙鵰。因此這樣的運動、媒體、黨國的複合體雖然偶見扞格，但大體上仍穩定地維繫著臺灣運動所代表的國族意涵。

然而，當棒球進入商業化的職業運動後，原先突顯的運動與國族光榮連結已經脫勾，在商言商，不僅僅是職業棒球，甚至整個運動轉播在臺灣都是屬於小眾市場，解嚴後，三臺為黨國機器喉舌的任務淡化，政治上的強勢地位已經無存，2006年「無線電視事業公股處理條例」通過後，黨政軍正式退出三臺。此時的三臺，雖然仍具有無線電視臺的優勢，但在有線電視如此普及的臺灣，僅僅是一百個頻道當中的三臺而已，在電視市場的市佔率已經從當年的三臺收視率三分天下的寡佔，進入在乎0.1個百分點的「完全競爭」的市場，如此一來，三臺影響力消退是全面性的，運動轉播也是反應的一個面向。

臺灣於1993年通過有線電視法，使得有線電視合法化之後，電視市場原本國內、寡占的特性遭到嚴厲的挑戰，來自國外的跨國影視集團挾其豐沛的資金率先進駐臺灣運動專業頻道的版圖，引進大量國外運動賽事的轉播，而此趨勢在近年臺灣運動與媒體市場逐漸整合進入世界體系之後愈加明顯。跨國

及區域性媒體中介商在此環境下扮演極為關鍵的角色。2014年初，年營業額超過5億美元的MP & Silva以六年超過20億臺幣簽下中華職棒轉播權時，一來價錢十分令人驚喜，另一方面甚至讓人做起了走出臺灣、進軍亞洲、放眼世界的願景，但是在經過半個球季之後，MP&Silva卻以中華職棒違約為名，嘎然終止合約，使得國內運動傳播市場陷入一陣混亂，這個例子也正凸顯外資廠商可隨意進出我國市場，所帶來運動傳播在全球與在地之間的可能衝突。

參、發展契機

臺灣長期以550元收視有線電視一百臺的吃到飽消費型態，看似「俗擱大碗」，但正是阻礙臺灣影視產業乃至於運動傳播進步的幫兇，不論其頻道內容品質為何，只要先卡位成功，幾乎可以確保其基本收益，新頻道上架之困難，更無法達到新陳代謝的效果，看似便宜的月費，其實卻綁架著全民，不論畫質、節目品質良窳，閱聽人只能被動接收。更有甚者，一些業者手中空握有節目播送權，卻苦無頻道露出，只能握在手上乾瞪眼。以上述的現況而言，似乎難以令人樂觀，然而在數位匯流與多元平臺的大趨勢之下，臺灣運動傳播卻似乎可以看到一絲曙光。

除了未來有線頻道採分級付費的銷售方



▲透過媒體的宣傳讓賽況加溫。(圖/李小明提供)

式，將可逐漸打破此困境之外，網路平臺提供了更多的運動類型露出的機會，使得閱聽人得以擺脫傳統單一線性的傳播方式。一方面在臺灣已經可以合法付費收看外國頂級職業運動如英超、MLB、NBA、NFL、NHL、日本職棒太平洋聯盟等等，另一方面我們也看到也有許多國內業者投身運動傳播，HOP 運動網、Freedom Sports、麥卡貝網路電視等等，使得以往國內所謂的冷門賽事得以露出；臺體大運動資訊與傳播學系的師生也積極投入國內運動傳播的行列，一方面讓同學可以從做中學，另一方面也讓不獲當前市場青睞的賽事得以在網路平臺上曝光；除此之外，深度報導與專題為主的 Vamos Sports 也已建立其影響力。另外，新傳播科技能提供多元互動的訊息，包含統計數據在內的即時資訊以及運動員背景資料等等，更是傳統傳播所望塵莫及的。提供除了合法授權的運動傳播之

外，新傳播科技下也帶來許多難以規範的灰色地帶，國外眾多的非法串流網站與溢波的中國與日本衛星電視，使得運動迷觀賞的選擇變得多元而且難以捉摸。

但在此大媒體潮之下，或許最值得注意的是閱聽人角色的轉變。除了傳統的接收者角色之外，現在更可以突破傳統媒體守門人的限制，輕鬆參與並分享内容而成為製作者，社群媒體如臉書正提供了這樣的平臺。我們正處於全球與在地、新與舊媒體之間的關鍵時期。(本文作者為國立體育大學體育研究所副教授)

參考文獻

陳子軒(民 103) <黨國資本主義下的電視運動轉播>。黃順星編《新聞媒介的歷史脈絡》。臺北：世新大學舍我紀念館。