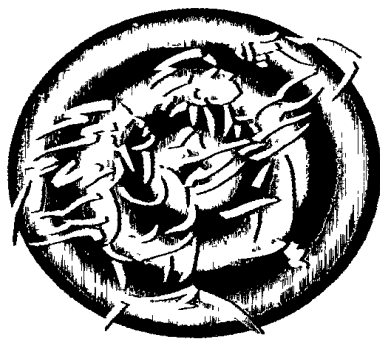




運動傳播媒體之社會角色與展望

鄭光慶／新竹縣政府教育局督學

一、前言

當今隨著時代的進步、科技的飛躍、教育的普及、運動的發達、媒體的競爭、運動傳播媒體為了滿足閱聽者之需求，早已進入白熱化，諸如，奧運會、世界杯足球賽等重大賽事，不但收視者眾，投入的採訪記者不計其數，轉播權利金更屬天價，轉播時間加長數倍，例如各平面版媒體，無論在報導數量、報導題材、報導內容、報導手法、報導對象、報導態度等，均有顯著的進步。

長期以來，運動選手比較不願主動上電視或發布新聞，而國內體育記者受長期體育專業訓練者較少，為提昇運動傳播媒體之品質，國內幾所設有體育系所的大學院校，相繼於近年來增設運動傳播之相關課程，國立體育學院體育研究所更開設運動大眾傳播學研究課程，上述舉措，旨在符合世界潮流、滿足知的權利、運動訊息適度的行銷、發揮社會教育教育的功

能，促成運動傳播專業化。

二、運動與媒體的關係

運動與媒體隨著時代的進步而愈趨密切，甚而相輔相成。Mopherson等人(1989, pp. 148-150)以社會學四大理論來探討媒體和運動的關係，分別是：(1)個別差異理論(Individual Differences Theory)：人們對媒體運動的看法將因每個人之人格特徵而有所差異；(2)社會分類理論(Social Categories Theory)：主要探討藉由不同性別年齡、社會階級、教育程度等人口統計變項來探討接觸媒體運動內容時的差異；(3)社會關係理論(Social Relationships Theory)：造成人們對媒體運動內容消費的差異主要是由於個人價值判斷及消費行為上的不同所造成；(4)文化規範理論(Cultural Norms Theory)：既存的社會規範、新的觀念和創新的事物、新的社會規範等均將影響人們對媒體運動內容的看法。海斯林(Hesling, 1986, pp. 173-193)研究西



德電視的熱門運動項目(美式足球)，認為電視的運動報導有三項基本功能：1. 提供一賞心悅目的現實圖像，2. 提供深一層的消息，3. 將原本的運動事件轉換為娛樂性的觀賞活動。可見運動與大眾傳播媒體互動關係之頻繁性、複雜性、多面性、功能性，尤其大眾傳播媒體係社會的公器，亦為社會的第四權，其動見觀瞻備受社會矚目，是以運動傳播媒體所擔負之社會角色更不容等閒視之。

三、運動傳播媒體之社會角色

運動傳播媒體之功能愈趨多元，其社會角色亦愈多重，茲分述如下：

一、教育方面

運動傳播媒體在教育方面的社會角色是多層面的，它影響學生、選手、老師、教練、觀眾乃至於一般民眾亦頗為深遠，大別為三：

(一) 認知：透過運動傳播媒體的報導、分析、評論，讓閱聽大眾對於運動比賽、規則、現象、體育常識等各方面有全面的了解，滿足閱聽大眾知的權利，進而系統的吸收體育知識及有效的學習。因此，運動傳播媒體之報導應兼具趣味性、普及性、專業性、系統性，發揮認知的角色。

(二) 技能：運動首重技能，閱聽大眾如有該項運動技能，才樂於關心該項運動的報導，甚而終身從事該項運動，而一般閱聽大眾，很難兼具多項運動技能，

為了發揮運動傳播媒體教導大眾的功能，對於比賽過程與成績評論、選手背景與隊伍選拔、戰略與戰術之運用、賽前與賽後之分析、運動章程與規則之介紹等均應循序漸進的剖析，以利閱聽大眾對技能的理解與學習。

(三) 情意：運動傳播媒體角色之一，即為鼓動風潮，鼓勵閱聽大眾熱愛運動、普及運動人口，期使運動成為日常生活之一部分。因此，體育新聞的報導，除了最佳的畫面之外，更應活潑版面與標題，對於運動明星、比賽與觀眾的關係、球迷意見等，均應作趣味性及系統性的闡述。

二、道德方面

運動傳播媒體角色之一，即為隱惡揚善、匡正社會。因此，對於運動界的嘉言懿行應大加顯揚，期能發揚社會人性光輝，對於運動的負面現象應大加撻伐，期使閱聽大眾乃至運動選手知所警惕，發揮激濁揚清之功。詳言之，對於運動的公平性、運動比賽的全力以赴、運動家的精神、運動員長期奮戰、教練不斷的專業成長、運動的力與美、運動的科學管理與訓練等，均有助於運動的正面發展，運動傳播媒體應發揮其無遠弗屆的影響力，讓運動能積極指導社會良性發展。反之，過度的商業化、政治化、軍事化以及對於性別、種族、階級之歧視，另加賭博放水、抗議罷賽、觀眾暴力、濫用藥物、惡意跳槽等不良現象，亦



請體育記者秉春秋之筆，深加貶抑，期使運動更為清新、健康，促成優雅的運動文化。

三、政治方面

運動傳播在政治方面的社會角色是多面向的。

(一) 敦促政府重視運動：譬如透過運動傳播媒體不斷的呼籲，成立了行政院體育委員會及職業球隊，經由輿論的壓力，政府撥款補助運動團隊或個人，在在說明運動傳播媒體在政治方面的影響力。

(二) 呼籲政府重視健康：體力即國力、運動即醫療，經由運動傳播媒體之宣導，喚醒當政者注重國人的體能與衛生保健，進而倡導全民體育，全面提升國人的健康。

(三) 提高國家國際形象：國家熱門的運動項目，諸如棒球、跆拳道等，經由運動傳播媒體不斷的報導，足以提振民族自信心、凝聚國人的向心力，甚而藉此運動，進行選手、教練、比賽等赴他國交流，提高國家健康形象。

四、經濟方面

根據Eitzen等人實(1993, p.289)的看法，運動和大眾傳播的關係最主要是建立在金錢上，運動版可以增加報紙的銷售量，重視運動轉播可以增加廣告收入，而運動藉由報紙的報導，電視的轉播，使得推廣工作進行快速。因此，運動傳播媒體在經濟方面的社會角色，包括：

(一) 鼓吹職業運動團隊，回饋社會，或贊助、認養業餘運動，期使職業與業餘運動相輔相成。

(二) 透過運動傳播媒體的報導，促使國內職業運動不斷成立，增加政府稅收，並營造民生樂利的繁榮景象。

(三) 透過運動傳播媒體的導正，導引運動選手、教練正確的經濟觀念，而不致過度商業化或參與賭博、挖角、服毒等不法情事。

五、休閒方面

近年來部分大眾傳播媒體，除了報導運動比賽及評論外，尚擴及釣魚、露營、爬山、烤肉、飛盤、自強活動、小型賽車、賞鳥、滑翔翼、飛鏢、探險等休閒活動。因此，運動傳播媒體在休閒方面的社會角色，包括：

(一) 提倡正當娛樂：透過報導，豐富運動內容，擴充運動項目，導引人們從事正當娛樂。

(二) 推展全民運動：運動項目範圍的擴大，使民眾有更多選擇參與運動機會。

(三) 端正社會風氣：經由媒體的誘導，誘使青少年從事健康的體育活動，不再飆車、吸毒、暴力。

(四) 提倡生活素質：國民所得的提高與閒暇時間的增加，促使大眾對生活品質的要求與休閒活動的重視，運動傳播媒體的適當報導，適足以舒解人們的苦悶與疏離。



四、展望

根據上述分析，運動傳播媒體所扮演的社會角色，將日趨繁複而多元，舉凡各種運動現象、運動文化、運動組織、運動比賽等，皆受運動傳播媒體之影響與指導。展望未來，運動傳播媒體如何扮演更積極而重要的角色，茲析述如下：

一、全面性：今後體育運動新聞之報導，不管是動態體育新聞與靜態體育新聞，社會體育新聞與學校體育新聞，國內體育新聞與國際體育新聞，業餘體育新聞與職業體育新聞，一般體育新聞與國際體育新聞，皆應同等重視，進而廣泛且系統地報導。

二、專業性：體育記者缺乏專業背景、專業訓練、在職進修、專業組織、系統教育與道德規範等，在在影響其報導之客觀性、中立性、合宜性，甚至權威感，今後應建立運動新聞專業領域，加強運動新聞人員在職進修或研習，強化體育記者之專業倫理。

三、分工性：以往多數記者身兼數項運動項目之採訪，一方面分身乏術，遺漏重要新聞，一方面無法兼具多項運動知能，報導不夠深入，今後除了加強體育記者專項分工採訪之外，記者最好也能不斷參與運動學習、運動比賽，汲取體育實務經驗。

四、自主性：以往有些體育記者受媒體組織內、外的控制與壓力而無法自主性的報導，為改進此一缺失，應將各媒體編輯、採訪分工的情形予以合一，期

使體育記者依據自己的獨立判斷、專業良知、價值規範等，作出正確而適當的報導。

五、參考文獻

●施致平(民81)：記者專業意理與新聞製作流程對體育新聞報導之影響。台北：國立台灣師範大學體育研究所碩士論文。

●侯致遠(民74)：第廿三屆洛杉磯奧林匹克運動會新聞之比較研究。台北：國立台灣師範大學體育研究所碩士論文。

●廖清海(民85)：台灣報紙職業棒球新聞報導內容之分析研究。台北：國立台灣師範大學體育研究所碩士論文。

●鄭貞銘(民70)：新聞學與大眾傳播學。台北：三民書局，頁188。

●Eitzen, D. S., & Sage, G. H. (1993). Sociology of North American sport (5th ed.). Dubuque, IA: William C. Brown.

●Hesling, W. (1986). The pictorial representation of sports on television. International review for sociology of sport, 21(2/3), 173-193.

●Mcpherson, B. D., Curtis, J.E., & Loy, J. W. (1989). The social significance of sport: An introduction to the sociology of sport. Champaign, IL: Human Kinetics.