

第肆章 臺灣媒體中「體育」和「運動」的指涉

本章共分為四節，第一節為臺灣四大報業中「體育」與「運動」；第二節為臺灣有線電視台中「體育」與「運動」之現況；第三節為臺灣網路中「體育」與「運動」之名稱使用現況，第四節為小結－臺灣大眾媒體中「體育」與「運動」之名詞使用現狀。

第一節 臺灣四大報紙中「體育」與「運動」之現況

從上章中關於社會化媒介理論的分析之後，可得媒介對於人們的影響，因此本節從報紙、電視與網路分析目前臺灣媒介使用「體育」與「運動」現況。本節包括兩部分：一、印刷媒介之報紙；二、臺灣主要報業之現狀；三、臺灣四大報紙中「體育」與「運動」之現況，以下將分別說明及討論。

一、印刷媒介之報紙

現代的報紙是在十八世紀印行的各種小冊子和信息傳單的基礎上逐步發展而來的。報紙成為「日報」並擁有千百萬的讀者是十九世紀末以後的事。在現代傳播的發展史中，報紙是具有奠基意義的重要發展。它在有限而易復制的版式中容納許多不同類型的訊息，將有關時事、娛樂和商品等在內的各種訊息打包在一起（Giddens, 2001：439）。

從報紙早期的歷史開始，它就是現有權力真正的或潛在的敵手，尤其是報紙對本身的自我認知就是如此。在報紙歷史中，最深刻的印象體現在對印刷者、編輯、記者的暴力行為上。在更大範圍的爭取自由、民主和公民權利的運動中，出版自由是鬥爭的重點。獨裁的統治等之下，地下報刊所扮演所角色也一直受到贊揚；而當權者對於這些報紙的看法（認為它們製造麻煩、令權威當局感到惱怒），也使得報紙對於自我認知更加穩固堅定（儘管經常也有順民式報紙的存在，而且在極端的例子中，對於權威非常馴服）。

即使在歷史上有時也會有倒退情況的存在，不過，一般來說，報業還是比較朝向新聞自由而發展進步。有時候這種新聞自由的進展是以對於報業的控制手段更為成熟的形式來表現。合法的限制代替了暴力，然後強加了財政負擔（後來取消了）。現代市場體制內報業的制度化成為一種控制形式，現在報紙作為一個龐大的商業企業，和它更為簡單的前身報紙相比，易受到更多的壓力和干涉。一直到二十世紀，報紙才真正地演變成一種“大眾”媒介，因為它能夠直接、定期地到達絕大多數人手中。不過在報紙的閱讀上，仍然存在著相當大的國別差異。儘管沒有一種分類能夠活用於所有的時代和國家，區分特定形態或類型的報紙（以及新聞），已經成為一種習慣，而且也很有用處。

二、臺灣主要報業之現況

台灣在解除戒嚴之後，開放新設媒體，但由於台灣報紙閱讀人口逐漸衰退，大體而言，主要報紙的數量維持在二十份左右。在解嚴之前台灣有一段時間實施報禁，當時中國時報與聯合報並稱「兩大報」，但解嚴之後自由時報在一九九二年至一九九四年間經過三次大規模的訂報促銷活動，最高時曾將發行量衝到一百二十萬份，讓台灣一舉進入「三大報」的時代。而 2003 年蘋果日報在台創刊後，發行量很快的趕上原本的三大報，目前台灣大抵是四大報爭雄的狀態（維基百科，2007a）。以下本部份包含：一、中國時報；二、自由時報；三、聯合報；四、蘋果日報，分別說明加以討論。

（一）中國時報

「中國時報」是印行於台灣的主要綜合性報紙，簡稱「中時」，與聯合報、自由時報、蘋果日報並列為台灣「四大報」，是台灣報業的龍頭之一，也是台灣媒體開放後，最重要的人才培育所。中國時報集團的核心企業，為余紀忠於 1950 年創辦的「中國時報」。當時稱為「徵信新聞」，後來更名為「徵信新聞報」，並轉型為綜合性報紙。「中國時報」於 1968 年 3 月 29 日開始彩色印刷，為亞洲第一份彩色報刊，並於同年九月一日改名為中國

時報至今（維基百科，2007c）。

1979年8月9日，中國時報正式宣佈發行量突破一百萬份。1982年9月10日，國際發行稽核組織ABC（Audit Bureau of Circulation）正式宣佈，中國時報每日有費報紙數，已突破一百萬份，為ABC組織一千九百家會員報發行之第四位（星期日居六位）。

（二）自由時報

「自由時報」（1980年4月17日創立），原名「自由日報」，於1987年改為今名。創辦人為林榮三，發行人為吳阿明，社址位於台北市內湖區瑞光路三百九十九號「自由廣場大樓」，公司全名為「自由時報企業股份有限公司」（維基百科，2007b）。

自由時報自從創刊以來，即舉辦許多相關的發行促銷活動，在最近幾年更是投入鉅資吸收人才、擴充設備。根據AC Nielsen針對全國平面媒體所進行的調查顯示，自由時報自1996年至2002年第一季為止，已經連續六年閱報率高居第一，儼然已繼中國時報、聯合報之後，成為全國第三大報紙。

（三）聯合報

「聯合報」由媒體人王愷吾於1951年9月16日創立，是台灣報業的龍頭之一。當時是由「全民日報」、「民族報」及「經濟時報」所組成的聯合版，至1953年三報正式合併，成為現在的聯合報（維基百科，2007d）。

聯合報自1951年創刊後，至1959年取代黨、公營報紙的優勢，成為當時台灣發行量最大、最具影響力的報紙。優勢一直持續到1987年12月1日行政院新聞局正式宣告台灣報禁即將在1989年1月1日成為歷史為止（維基百科，2007f）。

1980年7月，聯合報發行量也已突破一百萬份。而根據台灣聯亞行銷公司（SRT）於一九九六年初的調查顯示，在「昨日閱報者」的閱報率中，有二成一受訪者答中國時報，平均每日有二百八十三萬人看中國時報（中國時報，1996）。但聯合報每日也有三百三十二萬讀者，佔臺灣全國十五歲

至五十五歲人口的二十三成八，潤利公司於 1996 年 3 月調查顯示，有四十三成八的受訪者表示看聯合報（聯合報，1996）。而施致平（1993）也表示，兩報的報老闆與體育運動有深遠的關係，更可以用來分析兩報對運動版面的態度與方向。民生報是在台灣發行的中文報紙，於 1978 年 2 月 18 日創刊，主內容要是以民生、運動、影劇消息為中心，俗稱「吃喝玩樂」報，2006 年 12 月 1 日起停刊，現在屬聯合報系合併旗下。

（四）蘋果日報

蘋果日報是一份正體中文的報紙，為香港發行蘋果日報的台灣版。蘋果日報在 2003 年 5 月 2 日開始發行臺灣版，在當時以份量遠超越市面上其他報刊、全彩印刷以及低價（當時大部分的主要報紙都是一份新台幣十五元；蘋果日報當時為新台幣十元，剛上市時甚至以新台幣五元的低價促銷）。蘋果日報的最大特色是著重圖片，以及有一般報紙所沒有的全彩印刷。印紙量和週末版的「紐約時報」相若。現時在臺灣是具有影響力的主要大報之一（維基百科，2007e）。

「蘋果日報」是台灣唯一接受中華民國（臺灣）發行公信會稽核發行量的報社。由於此公信會在稽核發行量時不列計「免費報」（即免費供不特定人士自由取閱的報紙），所以台灣各大報紙之中，只有「蘋果日報」在其報頭強調「本報為中華民國發行公信會唯一報紙稽核會員」¹，暗諷台灣其他報社只敢宣傳閱報率有多高、卻不敢接受中華民國（臺灣）發行公信會的稽核發行量（如圖 4-1-1）。

（五）台灣報社的運動社會化影響力

在早期沒有電子媒體的時代，報紙是臺灣人閱讀和瞭解運動的主要媒體之一。中國時報成立於 1950 年，聯合報成立於 1951 年，距今已經過了半個世紀，對於形塑台灣人「運動」和「體育」概念的影響非常之大。接下來將分析台灣報紙中「運動」和「體育」的使用情形。

¹ 只要瀏覽台灣各大報紙的報頭，即可印證。

表 4-1-1 臺灣主要全國報紙之狀況

報紙名稱 (英文名稱)	發行報社	成立年	發行量 ²
中國時報 (China Times)	中國時報 集團	1950	發行部數約 100 萬部分。
聯合報 (United Daily)	聯合報集團	1951	發行數約 100 萬部
自由時報 (Liberty Times)	自由時報 集團	1980	發行數約 130 萬部
蘋果日報 (Apple Daily)	香港壹 媒體集團	2003	發行部約 60 萬部
民生報 (Min Sheng Pao)	聯合報 集團	1978 -2006	發行部約 60 萬部

資料來源：研究者整理

三、臺灣報紙中的「體育」與「運動」的使用現況

台灣目前沒有運動專業的報紙，所以本研究以臺灣發行的四大報紙³（「中國時報」、「自由時報」、「蘋果日報」及「聯合報」）為分析對象。中國時報在「影藝運動」版中有「運動新聞」，自由時報在「社會·體育」版中有「體育新聞」，蘋果日報在「體育」版中有「蘋果體育」，「聯合報」在「影視體育」版中有「體育新聞」版刊登運動相關的報導。

另外，臺灣三大英文報紙之一「Taiwan News（台灣英文新聞）」、「The China Post（英文中國郵報）」及「Taipei Times（台北時報）」都是在「Sports」

² 根據世界報紙協會（2005）發表臺灣發行報紙之發行量。

<http://www.wan-press.org/article2825.html>，2007年7月4日現在。

³ 根據 AC Nielsen 臺灣發行報紙上位四家（「中國時報」、「自由時報」、「蘋果時報」及「聯合報」）。<http://www.acnielsen.com.tw/site/index.shtml>，2007年3月1日現在。

版進行運動相關的報導。

分析結果顯示，臺灣四大報紙之中，雖報導同樣的運動消息，在「自由時報」、「蘋果日報」及「聯合報」三家屬「體育新聞」版，但在「中國時報」卻屬「運動新聞」版。另一方面，臺灣三大英文報紙都是在「Sports」紙面上進行運動相關的報導，此概念與中國時報的專業名詞採用上是一致的⁴。

由此顯示，報導許多運動比賽的平面媒體，對於使用「體育」或是「運動」的用語，即呈現概念區分不清楚的情況（如圖4-1-2）。

表 4-1-2 臺灣四大報紙中「體育」與「運動」使用之現況

報紙名稱	報導位置	「體育」與「運動」使用現狀	報導現象
中國時報	影藝運動	<u>運動新聞</u>	運動
自由時報	社會·體育	<u>體育新聞</u>	運動
聯合報	影視體育	<u>體育新聞</u>	運動
蘋果日報	體育	蘋果 <u>體育</u>	運動

資料來源：研究者整理

⁴ 但是「TAIPEI TIMES」在「SPORTS」紙面的中文標示上是「體育新聞」。

第二節 臺灣有線電視台中「體育」與「運動」之現況

臺灣的有線電視包括兩部分：一、無線廣播與電視；二、臺灣運動專門有線電視台；三、臺灣運動專門有線電視台「體育」與「運動」之現狀，以下將分別說明及討論。

一、無線廣播與電視

根據 Williams (1975) 的看法：“和先前其他的傳播技術不同，廣播和電視是主要為傳送和接收作為形式上的過程而設計的系統，而事先對於內容是很少甚至沒有界定的”，廣播和電視都向現有的媒介借鑒，而且受歡迎的內容形式都是取自電影、音樂、故事、新聞及運動。

廣播的電視的特徵是受到高度管制、受到公共權威的控制或執照管理，這種管制最初是源自技術的需要，後來則演變成為民主選擇、國家自身利益、經濟便利及純粹的制度習慣等需要的混合體。廣播與電視的第二個相關特徵是它們“由中心向外圍”的傳播形式，以及當廣播電視具備大眾化和權力聯系甚密，幾乎任何地方的廣播與電視，都難以獲得像報業自由表達意見以及獨立於政治之外權利。

電視仍然處於持續發展中，如果試圖從傳播的目的和效果角度來歸納它的特徵，是一件很冒險的事。最初電視主要的創新形態便是其同步傳送許多畫面和聲音的能力，因此它擔任了即時“世界之窗”的角色。在錄像技術出現之前，就算是在攝影棚錄製的內容，也是現場播出的。這種同步的能力應用在某些類型的內容上，包括競技運動事件、新聞以及特定種類的節目等。Dayan & Katz 指出所稱的“媒介事件”（media event），就最有可能拿來進行現場報導。多數電視內容都不屬於現場即時的，儘管這些節目常常試圖營造出一種“正在進行”的假象。電視的第二個重要特徵是親密性（intimacy）和個人參與（personal involvement），這使得觀眾、電視屏幕上的播報者或是演員、參與者看起來就像是彼此間能夠相互交流一樣。

從電視所輻射的廣度或觀眾所花費的時間以及通俗性的角度來看，經過了三十年，電視的“大眾”媒介霸主地位還是屹立不動。儘管電視的公開

的政治角色已經遭到否定，儘管它主要是一種娛樂媒介的事實，但仍然有許多相信電視在現代政治中扮演著積極的角色。人們認為，電視是多數人新聞與信息的來源，而且是政治人物和公民之間溝通的主要渠道，在選舉的時候尤其如此。由於被冠以非正式的公共信息提供者的頭銜，電視大致上被認為是可靠的和可信的。電視的另一個角色是“教育者—兒童和家中的成年人的教育者。幾乎在所有的國家，電視都是唯一最大型的廣告載體，這也助長了電視的大眾娛樂功能。截至目前，儘管有線電視和衛星頻道大量增加，許多關於大眾電視將會按照雜誌的模式分化為許多不同頻道的預測，還尚未實現。對許多人來說，電視的吸引力就在於它是在分化與個人化的社會中一種適合每個人的媒介。

二、臺灣運動專門有線電視台

本部份包括：一、緯來體育台；二、衛視體育台；三、ESPN，以下將分別說明及討論。

（一）緯來體育台

緯來體育台是緯來電視網提供的專門電視台之一。緯來電視網 (Videoland)，全名緯來電視網股份有限公司是中信企業團旗下的子公司，成立於一九八三年。前身為緯來企業股份有限公司，曾經在 1990 年代初期擁有 CNN 台灣地區代理權而成名 (維基百科, 2007f; Wikipedia, 2007a)。

緯來體育台是緯來電視網旗下的運動專業頻道，因從中華職棒八年開始轉播台灣國內職棒賽事而成名。緯來電視網的自營頻道除非「體育台」之外，綜合台、戲劇台、日本台、電影台、育樂台及兒童台。代理國外頻道是探索頻道、旅遊生活頻道及動物星球頻道等 (維基百科, 2007g)

（二）衛視體育台

衛視體育台 (STAR Sports) 是一個由星空傳媒有限公司擁有的體育節目網絡，專門播放體育節目。現在的衛視體育台由星空傳媒和 ESPN 各占一半股份的 ESPN STAR Sports 管理。目前，衛視體育台於菲律賓、香

港、印度、泰國及大部分亞洲國家和地區播出(維基百科,2007h;Wikipedia,2007b)。

星空傳媒(STAR;2001年前稱「STAR TV」;「STAR」是公司成立初期的全稱「Satellite Television Asian Region Limited」的縮寫),是一家全亞洲最大的衛星電視台,於1991年8月26日正式開播,稱為「衛視」,開播時只有五個頻道,包括衛視中文台、衛視體育台(Star Sports)、衛視合家歡台(Star Plus)、衛視音樂台(Channel「V」)、衛視新聞台(Star News)等五個頻道。根據其網站資料,星空傳媒現時以九種語言,向亞澳五十四個國家,總共約三億人口,播放六十條以娛樂節目、體育、電影、音樂、新聞、紀錄片等節目為主的頻道,掌握超過兩萬小時中文和印度語節目內容,並擁有全球最龐大的當代華語片庫。(維基百科,2007i;ウィキペディア,2007a)。

(三) ESPN

ESPN(曾經命為Entertainment and Sports Programming Network,譯作娛樂體育節目電視網,現在則只用簡稱ESPN)是一間二十四小時專門播放體育節目的美國有線電視網路公司。

在2004年,ESPN在“Connecticut Bristol”成立高清電視中心。大部份電視節目,包括“體育中心”,“今日棒球”,“直播國家足球聯賽”,“校園賽事日”等和其他ESPN播放的賽事都開始高清標準放送。第一個ESPN以高清標準播放的節目是2003年3月開始的“周日晚上棒球”,以“德州騎士”和“安納漢姆天使”為主題的那次節目。第一次由數位中心放出的節目則是在美國東岸時間2004年6月7日晚上十一時由“Linda Cohn”和“Race Davis”主持的“體育中心”(維基百科,2007j;Wikipedia,2007c)。

亞洲地區,除日本與韓國外由ESPN STAR Sports經營ESPN及衛視體育台,ESPN STAR Sports為星空傳媒有限公司和ESPN各占一半成立的公司,香港、台灣、東南亞等地區的觀眾均可以收看ESPN及衛視體育台。ESPN STAR Sports專注於足球、籃球、高爾夫球、網球、一級方程式賽車和板球等各項較受亞洲觀眾歡迎的運動節目(Wikipedia,2007d;ウィキペ

ディア，2007b)。

三、臺灣有線電視台「體育」與「運動」之使用現況

臺灣目前有「緯來體育台」、「衛視體育台」及「ESPN」等三台運動專門的電視台。首先，「緯來體育台」在特定時間會於「緯來體育新聞」上進行運動相關的報導，其餘時間都為轉播運動比賽節目。「衛視體育台」沒有特定時間報導運動相關的新聞，所有時間均為播放運動比賽節目，最後，「ESPN」除有「世界體育新聞」報導外，其餘時間上亦為轉播運動比賽節目。

分析結果顯示，這些運動專門電視台之中，雖緯來與衛視在名稱上都是使用「體育台」，但「衛視體育台」其英文名稱卻為「STAR SPORTS」。而 ESPN 原名為「Entertainment and Sports Programming Network」，但在翻譯上卻將「sports」翻譯為「體育」(全名為「世界體育中心」)。由此可知，在「sports」與「體育」的使用上電視媒體亦出現混用的情況，但就節目內容本身而言，三台皆以轉播運動比賽為主要之節目形態，其概念上應屬於實體概念的「sports (運動)」而非關聯概念的「physical education (體育)」(如圖 4-2-1)。

表 4-2-1 有線三大專門台中「體育」與「運動」使用之現況

電視頻道名稱	報導位置	「體育」與「運動」使用現狀	轉播內容
緯來體育台	緯來體育台 緯來體育新聞	體育台 體育新聞	運動
衛視體育台 (STAR SPORTS)	衛視體育台	體育台	運動
ESPN	世界體育中心	體育中心	運動

資料來源：研究者整理

第三節 臺灣兩大網路中「體育」與「運動」之現況

本節包括三部分：一、新電子媒介與網路；二、臺灣主要網路引擎之現況；三、臺灣主要網路引擎中「體育」與「運動」之現況，以下將分別說明及討論。

一、新電子媒介與網路

“新媒介”這個詞彙，從 1960 年代以來一直沿用至今，涵蓋了一種不斷擴展的多種的應用傳播技術。然而，當前的“傳播革命”則是以兩種主要的創新發明為基礎：其中一種是衛星傳播，另外一種則是計算機的應用。作為一種傳播機器，計算機的龐大力量正是來自數字化(digitalization)程序，這種數字化能夠讓各種資料以所有的格式傳送，並且能夠保持原有的效能並產生整合。原則上，其他我們已經敘述過的媒介好像已經沒有什麼存在的必要了，因為所有的媒介都能夠納入以計算機化傳播為核心的架構之下。但實際上，這種情況並沒有出現。在以計算機為基礎的技術產生的同時，也產生了一些其他技術創新，這些創新也為大眾傳播的某些層面帶來了變化。衛星和廣播的新傳送技術，使傳送的容量得到大幅的擴增。新的儲存和檢索方法，包括個人的錄影機、CD 等，也都擴大了這種可能性的範圍。甚至遠程遙控設備也發揮了作用。儘管並沒有直接支持傳播的發展，私人“媒介製作”(錄影機、個人計算機、相機等)也擴展了媒介的世界，並且為公共傳播與私人傳播、專業領域與業餘領域之間打造了一座橋樑。最後，我們應該注意到包括計算機遊戲以及虛擬系現實裝置在內的新興“準媒體”，在文化和使用的滿足上，與現有媒介是有所重疊的。

新媒介對於大眾媒介的意義還遠未清晰，但是“傳統”媒介的確從新媒介的創新中獲得了大量好處，同時也產生了新的競爭對手。不過，我們可以說，傳播革命已經普遍地將“權力的平衡”從媒介的一方轉移到受眾的一方，受眾則有了更多的媒介選擇，而且能夠更主動地使用媒介。傳統的大眾傳播基本上是屬於單向的，而新形態的傳播則基本上是“交互式(interactive)的。大眾傳播在若於方面已經變得沒有那麼的大眾和中心化

了。除此之外，這也有助於區分傳送技術強化的意義與類似這樣的新媒介出現之間的差別。

從新媒介出現的歷史來看，我們至少可以看出，“網路”（和全球信息網）已經被認為一種地地道道的媒介。這種看法的基礎在於，網路本身擁有一種特殊技術、使用方式、特別的內涵與服務，以及與眾不同的自我形象。不過，網路是一種媒介的看法也曾經受到質疑，其所根據的事實是，網路並未被任何單一團體所擁有、控制或組織管理，而優優只是一種以相互的協議為基礎，有國際上相互聯系的計算機所組成的網路。無數的組織，尤其是服務服務提供者和電訊傳播組織成了網際的運作。因此，世界上任何地方的網路都不是屬於一種法律上的實體，也不在任何一套國家的法律或者法規掌控的範圍裡。然而，那些使用網路的人仍然必須遵守居住地國家法律與規約的控制還有國際法的管理。儘管我們大可將網路視為一種大眾媒介，不過它的傳播是有限的，而且它的功能也尚未獲得明確的定義。網路創始之初，主要是作為一種非商業性的傳播溝通與專業資料的交換工具，不過，由於網路具有的為貨物傳輸及許多營利服務以及成為人際傳播的另一種選擇的潛在能力，促使它近來呈現急速發展的趨勢。不過，就本書對“大眾傳播”的定義而言，網路仍然屬於一種邊緣性的大眾傳播方式。

（一）網路及其起源

網際網路（英語：Internet），又名因特網或者英特網，在1990年代發展初期，因其跨國際性連接之特性，在台灣亦有人稱其為國際網路。是指在ARPA⁵網基礎上發展出的世界上最大的全球性互聯網絡。而網際網路（英語：interconnection network 或 internet），在網路」，可以是任何分離的實體網路之集合，這些網路以一組通用的協定相連，形成邏輯上的單一網路。

⁵ ARPANET(The Advanced Research Projects Agency Network)，為美國國防部ARPA開發的世界第一個運營的包交換網路，它是全球網際網路的始祖包交換是數據通信中一種新的和重要的概念，現在是世界上數據和語音通信中最重要基礎。先前，數據通信是基於電路交換的想法，就像在傳統的電話電路一樣，在通話中需要占用專有的電路，通信雙方要在電路的兩端。在包交換中，一個系統可以將數據組裝到報文中使用一條通信鏈路與多台機器通信。不僅鏈路是可以共享的，而且每個報文可以獨立於其他報文進行路由。這是包交換最主要的優勢。

這種將電腦網路互相連接在一起的方法稱為「網路互聯」。單獨提起網際網路，一般都是網際網路或接入其中的某網路，有時將其簡稱為網或網路（the Net）。

在 1950 年代，通信研究者認識到需要允許在不同電腦用戶和通信網路之間進行常規的通信。這促使了分散網路、排隊論和封包交換的研究。1960 年美國國防部國防前沿研究項目署（ARPA）出於冷戰地考慮建立的 ARPA 網引發了技術進步並使其成為網際網路發展的中心。一九七三年 ARPA 網擴展成網際網路，第一批接入的有英國和挪威電腦。

1990 年代，整個網路向公眾開放。在 1991 年 8 月，在蒂姆·伯納斯-李（Tim Berners-Lee）在瑞士創立 HTML、HTTP 和歐洲粒子物理研究所（CERN）的最初幾個網頁之後兩年，他開始宣揚其全球資訊網（World Wide Web）項目。在 1993 年，Mosaic 網頁瀏覽器版本 1.0 被放出了，在 1994 年晚期，公共利益在前學術和技術的網際網路步增長。1996 年，「Internet」（網際網路）一詞被廣泛的流通，不過是指幾乎整個的全球資訊網。

（二）新電子媒介的可能基礎

就像所觀察到的，在傳播過程中，“傳播渠道”這個變量和來源、信息、接受者、反饋一樣重要。而這種觀念可能一直被人們所忽視。“多倫多學派”進一步認為，一個人不必成為技術決定論者，當同意“媒介可能是傳播過程中的根本變量”時。不過，要歸納任何媒介的基本“特徵”，還是非常困難的；而區別“新”及“舊”媒介之間的依據，也是十分不充分。

主要的問題在於：在實際經驗中，要分辨出“信道／媒介”同“信道／媒介所攜帶的典型內容”，或典型的運用，或使用地點（例如：家裡、職場或公共場所）之間的差異，是困難的。同樣的問題也使得早期從事研究作為傳播渠道的“傳統”媒介所具有的相對長處與能力的人感到迷惑。不過，這並不意味著新舊媒介之間沒有重大差異，或是兩者之間沒有出現不一致的情況。我們現在可以做的，只不過是提出看似合理的意見罷了。

根據 Peese and Dunn（1998）對家庭計算機與其他媒介使用的研究中，

可以看出使用計算機很少是做傳播用。他們的結論是：“計算機仍然不是滿足媒介相關需求的主要渠道。事實上，最常被提出的大眾媒介”。這些特質被拿來跟 Rubin (1984; 1996) 所提出的大眾媒介“儀式性”的運用相比較，因為前者和“經由特定內容得到滿足”不同。

Morris and Organ (1996) 企圖從受眾的角度將作為大眾媒介的網路概念化。他們遭遇到的困難之一，就是網路是非常分化的，它們提供了極為不同的傳播經驗。因此，它們和一般大眾媒介的區別既不清晰，通常又不會被定義成大眾媒介。這並不是屬性及專業性等特質。在這個議題上，Morris and Organ 導入使用與滿足的概念，參與感的程度和種類，還有社會現場感的程度等。不過，他們也發現極少有研究能夠得出證據確鑿、關於網路“身為一種媒體的基本特質”的結論。

二、臺灣主要網路引擎之現況

本部份包括：一、Google；二、Google 新聞；三、Yahoo！；四、Yahoo！奇摩，以下將分別說明及討論。

(一) Google

2006 年 4 月 12 日，Google 公司執行總長埃里克·施密特在北京宣佈該公司的全球中文名字為「谷歌」。同時，Google 公司於 2006 年 2 月 15 日在臺灣登記之分公司取名為「美商科高國際有限公司」。Google 搜索項目是由二名史丹福大學的理學博士生在一九九六年早期建立的，他們開發了一個對網站之間的關係做精確分析為基礎的搜尋引擎，他的使用結果上勝於當時使用的基本搜索技術（維基百科，2007m；Wikipedia, 2007e）。

由於 Google 已經成為最流行的搜索引擎之一，Google 搜索引擎以它簡單，乾淨的頁面設計和最有關的搜尋結果贏得了網際網路使用者。

(二) Google 新聞

根據 Wikipedia 來說 Google 網上論壇（新聞組）和 Google 圖片搜索服務。Google 維護著一個重要的新聞組存檔，它被叫做 Google 網上論壇和一

個圖像搜索服務（被叫做「Google 圖像」）。前者保存了幾十年內幾乎所有的新聞組帖子，後者的搜索則是以與圖片相關的網頁的文本，圖片的標題為基礎進行的，圖片被以合理使用原則緩存進了 Google 服務器（ウィキペディア，2007c）。

（三）Yahoo！

雅虎（Yahoo!）是美國著名的網際網路入門網站，二十世紀末網際網路奇跡的創造者之一。其服務包括搜索引擎、電郵、新聞等。一九九四年，他們將 Yahoo！變成了一個可定製的數據庫，旨在滿足成千上萬的、剛剛開始通過網際網路社區使用網路服務的用戶的需要。他們開發了可定製的軟體，幫助他們有效地查找、識別和編輯網際網路上存儲的資料。

專門研究搜尋引擎服務的 Search Engine Watch 自 2001 年起開始為搜尋引擎進行評比，而在 2005 年 3 月底新出爐的第五屆搜尋引擎評比中，「Yahoo！搜尋」擊敗蟬連四次最佳搜尋引擎的「Google」，抱回最佳搜尋引擎大獎（ウィキペディア，2007d）。

（四）Yahoo！奇摩

奇摩站（KIMO）1997 年 8 月開站，原本為精誠資訊股份有限公司的網站部門，由精誠總經理盧大為親自領軍，是台灣第一個網際網路入口搜尋商業網站，於 2000 年被雅虎併購。2001 年 10 月奇摩站與「雅虎台灣」兩站合併為「雅虎奇摩」。2006 年 12 月 13 日雅虎奇摩宣佈購併無名小站（維基百科，2007m）。

Yahoo！奇摩自 2001 年 2 月由 Yahoo! 與奇摩兩大網站正式合併營運之後，即成為國內居領導地位之入口網站，並不斷致力於為廣大網友及企業客戶，提供豐富與多元化的服務與交流平台。根據 IX 創市際 ARO 網路測量研究、AC Nielsen NetWatch 等研究調查機構，針對台灣地區的上網用戶調查顯示，Yahoo! 奇摩不論在網站的流量、不重覆使用者、國內網友的到達率與網友平均停留時間都名列第一，為台灣最受網友歡迎的網際網路領導品牌（Yahoo！奇摩，2007）。

三、臺灣主要網路引擎中「體育」與「運動」之現況

目前網路業界上知名網路搜索引擎⁶是Google⁷與Yahoo⁸，而臺灣也有此二個知名網路搜索引擎（Google新聞台灣版⁹與Yahoo奇摩¹⁰）。本研究以此四個知名網路搜索引擎為對象。首先，世界最知名網路搜索引擎「Google」在Google news有「Top Stories」、「World」、「U.S.」及「Business」等項目，此項目之中的「Sports」上進行相關運動的報導。而「Yahoo」的網站首頁也有「Autos」、「Finance」、「Games」及「GeoCities」的項目，此項目的「Sports」中可以查詢到相關運動的報導。

另外，Google新聞台灣版首頁有「集點」、「國際」、「台灣」及「財經」等項目，首頁之中的「體育」有相關進行運動的報導。而「Yahoo奇摩」的網站首頁也有「集點新聞」、「國際」及「財經」等項目，此項目之中的「體育」與Google同樣進行運動相關的報導，但都被歸到「體育」的分類。

分析結果顯示，國際兩知名網路搜索引擎都是在「Sports」項目上進行相關運動的報導，但臺灣版網路搜索引擎都是在「體育」上進行相關運動的報導。尤其是，Yahoo奇摩在網站首頁有「體育」的分類，但在「新聞首頁」下卻沒有「體育」的分項目，取而代之的卻是「運動」一項目。這也是與報紙和電視台同樣出現概念區分不清楚的典型例子（如圖4-3-1）。

⁶ 根據 Wikipedia (2007) 美國的網絡檢索的上位二公司，Google 以四成九二為第一名，Yahoo 以二成三八為第二名 (Nielsen NetRatings Search Engine Ratings 調查，2006 年 8 月 22 日)。

⁷ 取自 <http://news.google.com/nwshp?ned=us>，2007 年 3 月 7 日。

⁸ 取自 <http://www.yahoo.com/>，2007 年 3 月 7 日。

⁹ 取自 <http://www.google.com.tw/nwshp?hl=zh-TW>，2007 年 3 月 7 日。

¹⁰ 取自 <http://tw.yahoo.com/>，2007 年 3 月 7 日。

表 4-3-1 兩大搜索引擎中「體育」與「運動」使用之現況

網路名稱	報導位置	「體育」與「運動」 使用現狀	搜索報導內容
Yahoo 奇摩	運動 ¹¹	運動	運動
Google 新聞 台灣版	體育	體育	運動
Yahoo	Sports	Sports	運動
Google	Sports	Sports	運動

資料來源：研究者整理

¹¹ 根據本研究者 2007 年 3 月 7 日調查，他們用「體育」來報道「運動」的信息。

第四節 臺灣大眾媒體「體育」與「運動」之現況

從語言的社會性—社會化—媒介媒體—導致台灣民眾對於「體育」和「運動」的理解的關係，去論台灣媒體使用的習慣、使用的混亂、以及他們在媒體上的表現和傳播。本研究者蒐集資料、內容分析之後整理研究結果如下圖 4-4-1 所示。

表 4-4-1 臺灣主要媒體中「體育」與「運動」使用之狀況

媒體	語言	解釋者（名稱）	符號 （報導位置）	現象 （報導內容）
報紙	中文	中國時報	<u>運動</u> 新聞	運動
		自由時報	<u>體育</u> 新聞	運動
		蘋果日報	蘋果 <u>體育</u>	運動
		聯合報	影視 <u>體育</u>	運動
	英文	Taiwan News （台灣英文新聞）	Sports	Sports（運動）
		The China Post （英文中國郵報）	Sports	Sports（運動）
Taipei Times （台北時報）		Sports	Sports（運動）	
電視	中文	緯來體育台	緯來 <u>體育</u> 台 緯來 <u>體育</u> 新聞	運動
		衛視體育台 （STAR SPORTS）	衛視 <u>體育</u> 台	運動
		ESPN	世界 <u>體育</u> 中心	運動

網路	中文	Yahoo 奇摩	體育	運動
		Google 台灣	體育	運動
	英文	Yahoo	Sports	Sports (運動)
		Google	Sports	Sports (運動)

資料來源：本研究整理（2007年3月7日現在）。