

《傳播研究與實踐》 專題論文／論壇徵稿

運動傳播

—— 後疫情的重整與新視野

在新冠肺炎（COVID-19）疫情下，運動媒體在此間受到重創，欠缺賽事的進行，讓 “No news is good news” 這句話成為最大的諷刺，“No games, no news” 才是運動媒體最困窘的現實，運動媒體及從業人員，從「夢幻工作」（dream job）轉眼成為需要紓困的對象。

疫情下的運動媒體經濟無疑地受到重創，但是最壞的時代，卻反而給予運動傳播研究更大的想像空間。各國為防疫情擴散，即使重啟運動賽事，閉門無觀眾卻成為新常態；根據日前美國薛頓賀爾大學（Seton Hall University）商學院的調查，有 72% 受訪的美國人表示，未來如果運動賽事恢復進行，而疫苗尚未問世的話，他們將不願意進入球場。空蕩的球場中，轉播單位為了製造臨場感，虛擬觀眾、罐頭加油音效皆投入在賽事轉播中，如此超現實（hyper-real）的媒介場景，正應驗著布希亞（Jean Baudrillard, 1929–2007）的寓／預言。根植於歐美社會中，運動與在地性深刻的連結出現鬆動，運動成為純然去疆域化（de-territorialized）的媒介景觀，而閱聽人與賽事間的關係在疫情下乃至之後，又出現了何種轉變？

在臺灣，疫情防治的成果，反映在運動的正常化。在全球運動按下暫停鍵的同時，中華職棒率先開打，透過推特（Twitter）的轉播，反倒成為「微外宣」的利器，甚至首度提供英語轉播，成為另類的「臺灣之光」。由此觀來，運動在臺灣的敘事中，依舊肩負著國族主義的包袱，即便是距離威廉波特（Williamsport）少棒風潮的 50 年之後。另一方面，疫情也為歐美運動主宰的世界體系（以 Wallerstein 的理念出發），開啟了裂縫，除了臺灣之外，美國 ESPN（Entertainment Sports Programming Network）也首度轉播韓國職棒 KBO（Korea Baseball Organization）賽事，以填補其運動世界的真空，疫情是否扭轉了運動全球化的進程？抑或只是乍現的一道短暫火光？

運動世界中，受創最深的，無疑是目前宣布延後一年舉辦、但實則仍充滿變數的 2020 年夏季奧林匹克運動會（東京），全球運動「超大型事件」（mega-

event) 的人員跨國移動，恰與防疫的標準背道而馳。凡此種種，運動媒體複合體受到前所未有的衝擊與未知的前景，以臺灣為例，電視運動頻道 FOX Sports 在 FOX 集團與迪士尼集團 (The Walt Disney Company) 整併下，未來將會有新的面貌，新進的 Eleven Sports 大膽衝撞有線電視系統生態未果，管理階層亦產生異動，本土的緯來與愛爾達是否能以不變應萬變？

在傳統運動媒體受到衝擊的現實中，以運動為內容的新媒體包括影像 (例如：YouTube)、聲音 (例如：Podcast) 卻逆勢崛起，此間，年輕世代迷群透過更具彈性的新媒體平臺，在運動訊息的傳播上，不只量的倍增，質的部分也是前所未見的豐富。更別忘了，疫情之下，除了鉅觀領域的運動傳播產生轉變，微觀下，個人對於健康的觀念、人際距離與社交關係的改寫，也對於運動健身產業及相關訊息的傳播揭開新頁。

新與舊之間的折衷與衝撞，使得後疫情的運動傳播成為百花齊放的場域；在這時機下，本專題特別期望您的加入。

預計於 2022 年第 1 期刊行的專刊，以「運動傳播——後疫情的重整與新視野」為主題，邀請到國立體育大學體育研究所陳子軒教授擔任客座主編，來稿請標明「運動傳播」專題投稿。論文須符合本刊學術論文的寫作要求，須參照相關理論文獻、研究方法，並賦予新的意旨，並經過本刊雙匿名的學術審查程序，詳細體例說明詳見本刊網站。專題徵稿截止日期為 2021 年 2 月 28 日，有任何疑問，都歡迎來信詢問《傳播研究與實踐》(crpjour@gmail.com)。