

國立台灣體育學院圖書館剪輯資料

分類 奧 運 來源 民生報 日期 770927 版面 七版

奧運超級秀

《美觀點》背後究竟是什麼？

最佳娛樂節目！

●從數字可看出，奧運是全球規模最大的「秀」場。

據官方估計，全世界五十億人口有三分之一透過電視、收音機和報紙矚賞漢城夏季奧運。奧運盛大的儀式與排場，還有世界一流選手使出渾身解數爭取榮耀，交織出無數引人入勝的噱頭，使世人緊緊守在電視前，目不暇給。美國國家廣播公司(NBC)人員艾渥特說：「所有運動都是娛樂，但奧運還兼具國際色彩。」

艾渥特為NBC接洽協調報導奧運事宜達兩年半，他最清楚。

他說：「奧運做為娛樂節目而言，極為成功，這種情形還會持續下去。」

NBC以三億兩百萬美元獲得美國獨家轉播權，約有一千一百名記者、製作人、工程人員與經理人員，向美國人報導一百七十九個半小時的奧運節目。

艾渥特說，總計有三千五百名NBC工作人員參與奧運轉播作業，簡直就是一支部隊。轉播進行得頗順利，但戰爭還未結束。

他指出：「我們的收視率不如預期的好，但已逐漸改進，超過大多數黃金時段重要節目。」

不僅NBC如此，全球六十六國一萬名廣播人員向各國報導比賽，為主辦單位又賺進一億美元電視轉播收入。

國際奧會深知奧運的價值。

為彌補南韓主辦奧運耗費的鉅額成本，國際奧會准許主辦單位收取廣告合約金。

南韓與各國公司贊助金額達一億四千萬美元，洛杉磯奧運是一億兩千兩百四十萬美元。

科學家也發現奧運是個大金礦。

一群國際研究人員獲漢城籌備會支持，研究奧運反映出民族主義與不同文化如何慶祝勝利、處理挫敗。

研究小組人員查利普說：「奧運不僅是體育競賽。體育只是個藉口。」

他說，對許多小國而言，有廿億人收看的開幕式，其實是證明國家實力的最佳工具。

主辦單位標榜的奧運精神——促進各國相互了解與博愛，其實是個假象，只在奧運期間才有效，一旦比賽結束，都成了過眼雲煙。

奧運，其實是個娛樂節目。

