

從排他權能檢視運動賽事 轉播權之法律性質

王凱立*

壹、前言

本研究背景可以從一個情境畫面來理解：

××女子高中今年參加高中籃球聯賽（High School Basketball League；以下簡稱HBL），由於過去一年教練與選手非常努力地練習，讓全隊今年有幸打進了全國決賽。但由於女子籃球的受關注程度不若男子比賽，大會委託的轉播單位受限於人力、物力，無法即時轉播該場比賽，而比賽時間又是在上班、上課時間，且比賽地點也離學校有點距離，讓很多想即時關注比賽戰況的親友沒有辦法到場加油。為彌補此遺憾，隨隊的同學於是拿起手機、運用社群軟體的直播功能，將比賽現況即時地傳送給社群網站的好友。不過沒有多久，大會工作人員就來制止此行為；工作人員宣稱，

該比賽的轉播權屬於賽會主辦單位，所以禁止轉播……。

以上故事是曾經發生的事實。實際上，女子學生運動的受關注程度，長期以來一直被有意無誤的忽視。過去在高中籃球聯賽期間，即發生大會在安排甲級決賽賽程時，將女子組的主要賽事皆安排在台北體育館四樓，由於該場地不方便架設轉播器材，所以就不提供轉播服務。即使勉強將賽事安排在一樓，也通常不是晚間黃金時段。有學者更認為此現象有違反1972年美國教育法修正案第九條（Title IX）精神的疑慮：「任何人都不得因其性別而被排除在由聯邦資助的教育和活動計劃之外、不能因此剝奪其利益，或受到歧視。」¹。

甲級比賽有此情況，就更別說乙級比賽的窘境了。高中籃球聯賽乙級比賽參賽隊伍有300隊以上，相較於甲級球隊只有30隊左右，

* 本文作者係國立體育大學休閒產業經營學系副教授，臺灣體育運動暨娛樂法學會秘書長，目前擔任教育部體育署「培育大專院校運動傳播人才暨影音資料庫規劃案」協同主持人，也協助經濟部工業局推廣科技運動計畫（本文部分成果來自科技部專題研究計畫「賽事到底是誰的？在自媒體浪潮下重新檢視學生運動轉播權的法律性質」，感謝研究助理黃貽佩、蕭敬安協助蒐集整理部分資料）

註1：陳子軒（2015），〈「給我女籃轉播」！該怎麼給？〉，聯合新聞網，2015.11.24。網址：
<http://opinion.udn.com/opinion/story/5769/1334504>（最後搜尋日：2016.12.29）。

差距有十倍之多。但也許是因為不夠吸睛，所以難以受到傳統電視頻道的青睞，難有轉播機會²；這個現象一直到高中體總於2017與快樂電視台簽約，由其協助高中體總進行乙級賽事的推廣與轉播，情況才稍稍改善。不過，在快樂電視台協助轉播乙級賽事的過程中，仍零星發生球隊、球迷或家長用手機在場內直播賽事的情況。也有一些稍具專業的人士使用較專業的器材，在觀眾席直接將部分賽事直播於其經營的社群頻道或粉專；但多在主辦單位的勸阻下停止。

乙級賽事有此情況，更具商業性的甲級賽事當然更容易有糾紛。由於甲級賽事通常委託更具專業的電視公司來進行轉播製作，其硬體軟體成本巨大，故對未經其同意而逕行用手機或攝影機轉播的行為，通常嚴格制止以捍衛其轉播權；卻也引起球迷輿論的抨擊，直呼「FOX沒播的，請轉授權讓我們自己播！」³。不過，這個情況在FOX突然退出臺灣市場，東森超視接下今年HBL甲級轉播工作後起了變化。根據媒體報導指出，高中體總決定與KKTIX虛擬場館、Yahoo奇摩、Line Today、愛爾達、Hami、my Video六大網路與新媒體平台合作，進行HBL直播；並一併開放場邊非商業使用的直播或是拍攝，但高中體總秘書長朱彩鳳一再呼籲：「…不能有商業

行為，否則高中體總依舊會道德勸說，甚至是追究，如果這樣的行為太過氾濫，也不排除喊卡，來保障電視台與轉播單位的權利。」⁴

根據前述，可以知道傳統賽事主辦方已經認清事實，開始與新媒體合作，但主要還是限縮在OTT（over-the-top）媒體類型。但現實中的確還是有許多個人透過手機或稍具專業的攝影器材，在沒有經過與允許或超出允許範圍的情況下，將賽事內容直接上傳到社群平台（通常是免費的臉書或YouTube頻道）。如何在法律上處理這些問題，勢必是運動產業因應傳播科技迅速發展中，必須處理的議題。

前述議題的解決之道，必須釐清賽事主辦方、賽事內容製作與轉播方、甚至參賽選手、隊伍與現場觀眾之間的權利義務關係，本研究將先討論運動賽事轉播權的意義，並從著作權、運動員權利、放映許可權等各方面，討論其於落實轉播權時的角色；目的在使相關實務操作者，具備在新媒體時代下處理運動賽事轉播事務的基礎法律知識。

貳、運動賽事轉播權的意義

何謂「轉播權」？我國法律文本上並無明

註2：PEobserver（2016），〈高中乙級籃球聯賽的窘境〉，運動視界，2016.12.27。網址：

<https://www.sportsv.net/articles/37047>（最後搜尋日：2016.12.29）。

註3：FOX是福斯電視台英文名稱，已在今年退出台灣經營。青山（2019），〈HBL「FOX沒播的，請轉授權讓我們自己播！」〉，運動視界，2019.01.02。網址：

<https://www.sportsv.net/articles/58716>（最後搜尋日：2021.07.18）。

註4：劉肇育（2020），〈HBL / 網路轉播6平台齊發開放學校非商業直播〉，聯合新聞網，2020.10.22。網址：

<https://udn.com/news/story/8688/4955620>（最後搜尋日：2021.07.18）。

確定義。世界智慧財產組織（WIPO; World Intellectual Property Organization）指出，賦予運動轉播者權利（broadcasters' rights）是為

- 1.保護對運動賽事之電視內容製作的昂貴投資
- 2.認可並給予轉播單位商業投入之回饋
- 3.認可並獎勵他們對資訊和文化傳播的貢獻⁵。

由以上可知，給予轉播者權利是要提供足夠的財務誘因，讓從事轉播者願意且能夠進行此工作，同時也是獎勵他們對散佈運動賽事內容的付出。為確保此利益，必須在事實上或法律上給予轉播者具有排他的權能始能為之。然而根據物權法定主義的法理，既然我國法無明定，轉播權就僅屬於一種契約上的權能。維基百科也定義，轉播權有時也稱媒體權（media right），是指轉播單位與商業機構（例如運動組織或影片發行商）進行談判，以使公司的產品能在電視或廣播上展現，不管是以直播、錄影播出或其他露出的方式⁶。

綜合上述說明，運動賽事轉播權大概有兩個層面：1.賽事內容製作階段。屬於製作者和運動賽事主辦單位之間的權利義務關係；著重在主辦單位安排、協助內容製作方，使其能夠順暢地產製內容。至於是否只允許單一廠商製作？製作內容是僅有乾淨畫面？還是要包含賽評主播？抑或是要涵蓋其他商業廣告訊息？製作費用如何分擔？…等，則必須考量商業模式後回歸契約內容定之。2.賽

事內容露出階段。屬於內容擁有者與露出頻道、平台或其他通路之間的權利義務關係；著重在內容露出的時段、方式，有時也會牽涉到運動賽事行銷、推廣、廣告與贊助的議題。

前述第二層面，是現行運動賽事獲取最終收入的重要環節，也就是透過獲取企業廣告或贊助預算，或是觀賞者的訂閱付費等，使內容平台或頻道商可以獲取收入以支應內容擁有者費用。而內容擁有者為了產製內容，則必須和賽事主辦方協議，從而有第一層面的法律議題。由於大型運動賽事（例如奧運、世足賽等）通常是非常稀有且吸睛的內容來源，所以常吸引製作公司願意支付權利金取得獨家製作權；但有時賽事主辦方也會為了推廣該賽事，採取和製作方共同協力的方式來完成賽事內容製作。

根據以上說明，大致可以定義運動賽事轉播權為：舉行運動比賽、運動表演時，允許他人進行賽事內容製作，賽事主辦單位會由此獲得報酬或其他利益的權利。若前述報酬或利益的來源不僅僅只跟製作方收取，則權利義務關係可能向後延伸至內容物的露出、排他、與收入分配等範圍。

由於這些權利義務關係並非法定，必需視市場與商業機制於契約擬定。然而在社群媒體等新興媒體直播的浪潮下，傳統媒體通路獨佔的優勢已經不復存在，因此如何在法律

註5：World Intellectual Property Organization (2019). “Broadcasting & Media Rights in Sport”. WIPO, 2019.08.26. URL:

<https://www.wipo.int/ip-sport/en/broadcasting.html>. Last searched on 2021.07.18.

註6：Wikipedia (2020). “Broadcasting Rights”. Wikipedia, 2020.10.14. URL:

https://en.wikipedia.org/wiki/Broadcasting_rights. Last searched on 2021.07.18.

上確認利害關係人的權利義務關係，特別是契約當事人必須要有履約的能力是尤其重要的。試想，如果轉播製作方單方面要求賽事主辦方必須落實獨家轉播的利益，但主辦方卻沒有能力或資格去制止他人未經同意的搭便車行為，那獨家轉播權就成了空洞的口號了。

本研究以下將探討幾種使賽事主辦方可以制止第三方私自轉播的法律基礎，本文稱之為「排他權能」。希望透過這些概念的釐清，協助運動賽事主辦單位或轉播工作者，在此基礎上制定完善的轉播權契約。

參、運動賽事著作權

從前節說明，可知運動賽事轉播的商業價值來自運動賽事的稀有性，從而企業、廣告商或製作單位願意支付龐大權利金取得此獨佔利益。為確保此利益，則如何在法律上適當安排配套機制，就成了實務上重要議題。我們可以先從下列虛擬案例開始探討：

假設在一無收取門票的比賽中，非與主辦單位簽約之轉播單位者進入場內以手機直播方式將場內畫面上傳至網路平

台，此是否對主辦單位構成侵權行為？若有，主辦單位基於何種排他性權利得以禁止他人進行轉播賽事？法律基礎為何？

賽事主辦單位對於賽事之轉播可否主張其擁有「賽事著作」或「轉播內容」的著作權，而享有公開播送或公開傳輸的排他權能；若未經其同意公開播送或傳輸者，則構成侵權行為？關於此點，可從以下討論：

一、運動賽事本身得否為著作權保護之客體

按照一般通說，比賽過程是一個單純的事實，並沒有創作的成分在裡面，所以不符合著作權法關於原創性的要件。此外，球類、技擊等運動賽事過程與結果有高度的不確定性，在概念上不可能屬於表演，所以也不可能有著作權法 § 7-1 有關表演著作保護之適用。是以，有學者認為賽事主辦單位對於賽事所作的重大投資，必須透過門票、轉播權利金、周邊商品化等授權或贊助契約來回收，並非直接以著作權的加以保護⁷。我國經濟部智慧財產局於92年12月22日電子郵件921222a號函釋亦採否定說⁸。

註7：章忠信（2008），〈運動比賽轉播之著作權疑議〉，著作權筆記，2008.03.10。網址：

<http://www.copyrightnote.org/ArticleContent.aspx?ID=2&aid=322>（最後搜尋日：2021.07.15）。

註8：廣播電台播出的節目，有可能是包含著作之節目（例如播出錄音、音樂、小說、短文精選等），也有可能是與著作無關的節目（例如實況轉播的運動比賽、報導選情造勢活動等）。就播出包含著作之節目的情形而言，如果廣播電台本身是該某著作的著作權人，固然不會有問題，如果該某著作之著作財產權為他人享有，則涉及以公開播送方法利用他人著作，除符合著作權法所定「合理使用」之情形（例如第49條時事報導目的之合理使用、第52條報導、評論目的之引用、第61條時事論述之轉載、第62條政治、宗教公開陳述的利用等）外，原則上應取得著作財產權人的同意，始得為之。

二、運動賽事之轉播內容得否為著作權保護之客體

運動賽事本身沒有著作權，並不表示運動賽事的轉播、錄影、製作…等內容也沒有著作權。由於轉播者、攝影者、主播者、賽評者或其他參與賽事內容製作的人士，確實有投入相當的原創性；故一般認為運動比賽的播送、錄影…等內容是受到著作權保護的⁹。此外，根據我國經濟部智慧財產局著作權審議及調解委員會97年第1次會議紀錄，民視電視公司請求智慧財產局針對「美國職棒大聯盟（MLB）轉播內容是否為著作權法上著作」一事，請求協助釐清。該會議資料指出：就美國規定而言，運動比賽本身並無著作權，惟轉播之大聯盟比賽則屬視聽著作之類型。因其已符合最低之創意（拍攝、取景、決定順序等）¹⁰。

三、上述賽事轉播內容著作權之歸屬

若肯認賽事之轉播內容得為著作權保護客體，那誰可以主張該權利？誰才是擁有著作權之人？前述經濟部智慧財產局會議中，章忠信委員表示：「運動賽事轉播內容之著作權歸屬，是依契約定之，…」我國著作權法§12亦規定「（第一項）出資聘請他人完成之著作，除前條情形外，以該受聘人為著作人。但契約約定以出資人為著作人者，從其約定。（第二

項）依前項規定，以受聘人為著作人者，其著作財產權依契約約定歸受聘人或出資人享有。未約定著作財產權之歸屬者，其著作財產權歸受聘人享有。（第三項）依前項規定著作財產權歸受聘人享有者，出資人得利用該著作。」是以按我國規定，如賽事主辦方委託他人進行轉播內容製作，必須要透過契約約定，才能取得該視聽著作權，宜特別注意。

然而根據過去研究顯示，在美國實務上，比賽轉播視聽著作權的歸屬，通常屬球團所擁有¹¹。前述智慧財產局會議中，章忠信委員也提及「運動賽事轉播內容…大部分情形是由比賽主辦者取得，而非現場進行轉播之人取得。…很多比賽主辦者都會透過契約，取得運動比賽轉播的著作權，進而對於利用該轉播內容之人主張著作權。這時，實際轉播的電視媒體，他們支付轉播金後，僅取得比賽現場轉播的權利，至於轉播時所完成的節目視聽著作權，仍在比賽主辦者手中，並沒有讓出給電視媒體。取得轉播權的電視媒體，主要是從轉播過程中的廣告費收入，回收其先前轉播金之投資，進而獲利的主要來源……」此可作為實務上議約之參考。

臺灣台北地方法院103年重訴字第1157號關於中華職棒各球團與轉播單位（博斯數位股份有限公司）的轉播合約爭議之民事判決指出：「……5月26日中職、四球團已在原告

註9：劉江彬（2004），《智慧財產法律與管理案例評析（二）》，台北：華泰。

註10：該會議決議指出：美國職棒大聯盟比賽實況轉播，由於其製作有諸多智慧與創作之投入，例如主播與球評之敘述、比賽人員相關背景、過去賽事資料之展現、多機同步攝錄，再由導播人員作鏡頭選擇、編排後同步固著傳送等，並非以一部固定式攝影機之單純現場轉錄傳送，應認得屬於著作權法保護之視聽著作。

註11：張懿云、賴曉君（2009），〈球類運動轉播之法律問題研究——以美國法為中心〉，《公平交易季刊》，第11卷第3期，第1-50頁。

與MP公司所擬之授權合約上簽名，同年6月6日經MP公司通知，原告同意該草擬合約內容，但希望將CPBL TV收費標準列入合約內容，同時要求取得著作權及肖像權，……」從該判決字句可看出現行國內運動實務，其賽事內容影音著作權的歸屬，的確是以契約協商之。另外，協議的雙方當事人通常為球團與轉播單位，而非聯盟。以中華職棒為例，前述判決中的轉播授權契約是由球團與轉播單位所協商，中華職棒大聯盟僅作為代理人的角色。

四、小結

將著作權作為前述假設題的請求權依據，可知會有些許困難。因為賽事主辦方並無賽事本身的著作權，以此為由欲限制拍攝者之錄影與散佈，並非法定權利。從實務運作觀之，賽事內容影音著作權契約，也只處理賽事主辦方與製作者間之歸屬問題，屬於該兩造間的私約，是否該當侵權行為法上的權利，不無疑問。

肆、運動員權利

可能用於主張轉播權的排他權能，還可能來自運動員的權利，主要有二，分述如下：

一、運動員肖像權

臺灣台北地方法院104年重訴字第145號民事判決，是國內職棒當時的四大球團（兄弟、統一、義大與大高熊）與博斯數位股份有限公司的另一個官司，其判決內文提到：

「…實際上雙方仍持續就轉播授權契約之其他相關細節進行磋商（如著作權、肖像權、CPBL TV 收費標準等）…」從判決內文字句來看，轉播授權契約協議的內容，除了前述著作權議題外，肖像權似乎也是要考量之重要因素。

我國民法典中，雖未直接出現肖像權文字，但參考臺灣高等法院96重上323關於日本旅美知名職棒選手鈴木一朗的肖像權案件判決，其指出民法§195 I：「不法侵害他人之身體、健康、名譽、自由、信用、隱私、貞操，或不法侵害其他人格法益而情節重大者，被害人雖非財產上之損害，亦得請求賠償相當之金額。其名譽被侵害者，並得請求回復名譽之適當處分。」條文中雖未明確述及肖像權用語，但該條文乃配合民法§18而修訂；其理由就是要避免原條文因採列舉主義，限制過嚴，受害者將無法獲得非財產上之損害賠償，故擴張其範圍，增訂『不法侵害其他人格法益而情節重大』等文字，俾免掛漏並杜浮濫。

肖像為個人形象及個性之表現，所謂肖像權，係個人對其肖像是否公開之自主權利，即以自己肖像之利益為內容之權利，屬重要之人格法益之一種。又肖像權與其他人格權不同，肖像之使用，若用於商業上，亦具財產權之性質，得發揮其經濟上之利益與價值，此於知名之影藝人員、運動員尤然。故未經他人同意，就其肖像為攝影、寫生、非以幽默為目的之漫畫陳列、複製，或以肖像作營業廣告，均構成對肖像權之侵害。是故，肖像權因受他人故意或過失不法之侵害，且情節重大者，受侵害者，亦得依民法

第195條第1項前段請求侵權行為人，賠償其非財產上之損害賠償。

二、運動表演著作

美國關於運動選手權利與轉播權之關係，有一個重要的案例：Baltimore Orioles v. Major League Baseball Players Association。其案例事實為美國職棒聯盟、球團與電視公司簽署賽事轉播合約，由於事前沒有經過球員同意，所以棒球選手協會（MLBPA）向法院提出告訴。這個案件爭論的重點之一在：球團是否擁有授權廣播或電視轉播內容的權利？第七巡迴法院最後判決：「…轉播單位…在球場中配置了四台攝影機…由導播統一指揮四位攝影師並決定在轉播時播放那個畫面給觀眾，…所以導播及攝影師因此可以成為『著作人』…」這判決呼應了前述對於賽事轉播內容具有著作權的論述。但這邊的重點是法官在判決書的註腳部份記載了一段話：「…球員表現附帶極大的商業價值…並且將極微量的創作性具體表現出來…」這段話除了肯定球員對比賽轉播的貢獻外，暗示著法官認為運動員在比賽場上的動作、攻守成績數據，皆係由運動員所展現，具備有個人的風格與方式，亦當然符合原創性的最低程度要求¹²。

事實上，我國智財局也曾討論具表演性質的運動著作議題，例如，內政部民國81年6月

10日之內政部台（81）內著字第8184002號公告「著作權法第五條第一項各款著作內容例示」第2項第3款之規定，即指出所謂戲劇、舞蹈著作，包括舞蹈、默劇、歌劇、話劇及其他之戲劇、舞蹈著作。經濟部智財局所出版之著作權案例彙編，也曾針對舞蹈著作做出釐清¹³：其認為舞蹈競技分為技術與藝術二部分。運動選手若只是重複性完成指定技術動作，因為不具足夠的創作高度，故難謂有創作成分；但若選手融入個人的情感與思想表達，則可謂有藝術創作，應可以著作權加以保護。近年奧運納入眾多具有表演性質的運動項目，例如極限運動、街舞等等。後續關於運動表演著作的議題，值得關注。

三、小結

臺灣目前實務上於業餘賽事，主辦單位若要阻止觀眾用手機直播賽事，常以有侵害選手肖像權之虞作為制止的理由。但有趣的是，若參賽選手和賽事主辦方並沒有明確的肖像權專屬授權合約，則選手家長想要手機直播其家人選手的畫面，主辦方即失去制止的正當性。特別是在學生賽事的情境，目前幾乎是欠缺賽事主辦方與參賽選手間的肖像權或其他運動權利的契約規範。

在職業運動賽事情況，以目前網路可取得之「中華職棒聯盟選手契約」¹⁴為例，其第

註12：何正偉（2008），《Fantasy Sports Game之法律問題研究：以著作權與形象權保護為中心》，法律研究所碩士論文（未出版），台中：逢甲大學。

註13：經濟部智慧財產局（2006），《著作權案例彙編（3）——戲劇、舞蹈著作篇》，2版，經濟部智慧財產局。

註14：中華職棒聯盟選手契約。網址：

<http://www.ej-baseball.com/regulation/contract.htm>.

14條第2項明訂：「前項照片、影片、表演之著作權及其他相關權益均歸球團所有，球團為宣傳之目的，得以球團認為適當之任何方法予以利用，選手不得異議，但球團因此受取金錢利益時，應適當分配選手。……」故球團的確可以選手的肖像權來主張排他性。但此規定也常常衍生對選手不公平的疑慮。中華職棒球員工會前任理事長胡金龍與周思齊，皆曾公開呼籲聯盟與球團出面解決相關問題^{15,16}；但此為本研究外之另一議題。

至於運動表演著作的部分，通常會發生在滑冰、體操、舞蹈等具有表演性質的運動賽事。此類賽事主辦方確實可以此作為排他主張的依據，但前提是先取得運動員的同意。

伍、放映許可權或其他類似規定

一、放映許可權

日本學說和判例上，通常將運動員的肖像權和運動場所及其附帶設施的管理權合併解釋，稱之為「放映許可權」。不過，此權利的法理基礎仍類似於債權契約，通常很難直接對第三方主張¹⁷；不過有日本學者認為，若第三人故意侵害此種債權利益，從而具備侵權

法之不法行為要件（第三人明知賽事主辦方和轉播內容製作方之間存在轉播契約，而在主觀上具有侵害此種債權的故意、且損害後果嚴重；例如在場館外架設高性能攝像機，現場放送賽是內容），則可以主張損害賠償，但是否具有排他禁制權，則仍無法保證¹⁸。

二、運動賽事場館規約

我國各地方場館也常有訂定管理辦法。例如「新北市各區運動場館及附屬設施使用管理要點」第12點指出「經核准使用各場館設施者，應遵守下列規定：…（六）申請使用各場館設施未獲核准前，不得在各傳播媒體、宣傳海報發布使用場地名稱，未經申請不得錄影或實況轉播。」。「高雄市立體育場場地管理自治條例」第15條，也有「除新聞報導外，大眾傳播事業機關、團體或個人作現場錄音、錄影或實況轉播，應先經體育場同意，並繳納費用後始得為之。」

是以，若賽事主辦單位在這些場館安排賽事，則可在租用場地時，要求場館設施管理者出面制止未經同意的轉播行為。但如果賽事所在地為公共開放場地，或沒有相關規約，則會欠缺相關執行上的權利。

註15：歐建智（2015），〈肖像權歸球團胡金龍：不公平要拿回球員該有的〉，ETtoday運動雲，2015.03.15。網址：

<https://sports.ettoday.net/news/478935>（最後搜尋日：2021.07.16）。

註16：王真魚（2018），〈為球員肖像權努力周思齊：爭取的是價值非價格〉，ETtoday運動雲，2018.05.07。網址：

<https://sports.ettoday.net/news/1164915>（最後搜尋日：2021.07.16）。

註17：李揚（2019），〈體育賽事相關財產權問題漫談（兼與日本學說比較）〉，網址：

<https://www.zhichanshu.cn/Show/index/cid/62/id/245.html>（最後搜尋日：2021.07.14）。

註18：大橋桌生：《sport的放送和權利》，sportsmedicine 2012 No.142。

三、觀賽約定

一些職業運動或大型業餘賽事，也會訂定觀眾守則。例如2019中華台北羽球公開賽，即訂定具契約性質的觀賽須知，並公布在網頁、加註在門票上。例如其攝影規範¹⁹第2點「您使用攝影機、照相機或錄音設備或任何其他設備紀錄的中華台北羽球公開賽的圖像和聲音只能被用於私人的、非商業目的。」第5點「為維護選手之肖像權利，非經BWF / 大會書面允許，觀眾不得攜帶攝影鏡頭機具進入球場，且各式相機之使用不得搭配望遠鏡頭（300mm及以上）或特殊效果鏡頭於球場內使用。」

從此角度而言，即便是不收費之公益賽事，為有制止非經同意轉播者之權源，應採取免費取票（得在門票加註契約文字）或場館公告的方式，將相關觀賽守則公示於眾。

四、小結

本節議題大多是透過債權契約方式，達到使賽事主辦單位具有排他權能的地位。事實上，也有很多主辦單位直接透過物理上空間的規劃，讓最好的攝影機器擺設位置留給獲得授權的單位，而其他未經同意的轉播者，由於沒有適當的攝影位置，則會減少搭便車的誘因。

陸、總結

Bowman與Willis在2003即提出自媒體（We Media）的概念²⁰，其指社會大眾透過數位科技強化與全球知識體系之連結，進而產生一種由普通大眾藉由分享自身經驗與觀點的新聞途徑。他們指出，傳統媒體是一種上對下（Top-down）的資訊傳遞模式（transmit, push），但自媒體則是由不同社群獨自創造內容，屬於由下而上（bottom-up）的互動。

這種自媒體或社群媒體趨勢是不可擋的，傳統媒體既然無法迴避，則必須小心翼翼地與社群媒體建立共生的方式。我們可以這樣說，最頂尖的運動賽事（例如奧運或職業運動），觀眾仍然需要最先進科技進行轉播，以享受令人感動的視聽觀感；這些往往是一般社群媒體手機直播無法提供的。但如果找不出彼此合作的方式，任由手機直播侵蝕專業轉播的利潤空間，長期而言，的確也可能破壞運動產業的良性循環。

法律機制通常是因應需求而生的。唯有透過了解轉播權的本質，認知各種運動內容製作過程中的法律選項，才能促使具有商業創意的法律工作者，根據產業需求擬定互惠共好的法律契約，讓我國的運動產業往好的方向走。

註19：2019中華台北羽球公開賽觀賽須知。網址：

<http://www.chinesetaipeiopen.com/notice/>（最後搜尋日：2021.07.01）。

註20：Bowman, S., Willis, C. (2003). We Media | How audiences are shaping the future of news and information. The Media Center at The American Press Institute. Published online in PDF format, http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/31148362/we_media.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJ56TQJRTWSMTNPEA&Expires=1483071167&Signature=SI91kPZocI46RLDB39LyO6szSfE%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DWe_media.pdf, last search on 2021.07.18.