



電競 電子世界新「運動」

2012-05-04 記者 顏學廷 文

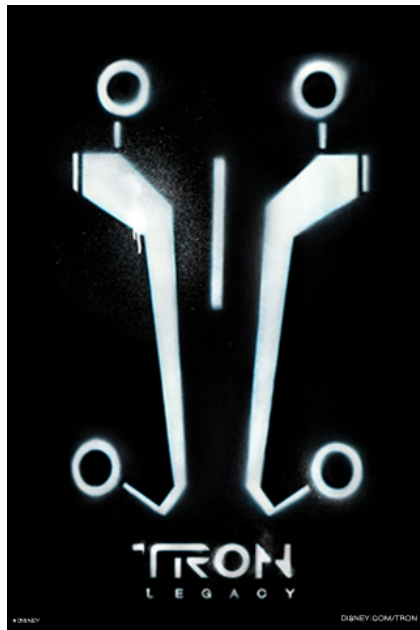


近年來，隨著網路的普及與傳輸速度的大幅演進，即時反應並回饋不同地點的玩家行動／操作，不再具有技術上的執行門檻。因此，即時互動、以系統做出仲裁、相同起始條件的競技遊戲開始蓬勃發展，電子競技(eSport/e-Sport，視地區和個人習慣有不同的字首大小寫)將成為可預知未來中普遍予年輕一代乃至「數年後的中壯年一代」所熟知的名詞。

電競＝運動？

Sport一字在華文生活圈通常以體育或者運動解讀，但如果和既沒有「體」也沒有「動」的Electronic結合在一起，不免讓人感覺矛盾，水與火般的兩個詞彙怎麼能這樣結合在一起，並且為歐美地區的人們迅速接受與普及呢？

或許，可以從語源與外來字彙翻譯等等多面向的原因構成來說明。援引諸如2006年1月中國大陸體育與科學期刊之《關於斯波特(SPORT)語源和早期詞義的探討》或者本國中研院研究員湯志傑2011年的《養生、競賽遊戲與鍛鍊：本土運動觀念初探》之中段落，加上Wikipedia的中英文內容、字典條目的各種解釋佐以證明「Sport一詞在某些情境下可以視為『競技』理解，並且在誕生之初包含一些『娛樂』的意涵。」



或許到了TRON現世的未來我們才能真正看到"eSport" (圖片來源/TRON官網)

但是，拋開稍嫌枯燥的內容，換個角度理解，現今具有相當規模職業競賽的「體育項目」、偶爾被困惑是否能稱為Sport的「棋藝、橋藝」，不往都先作為一種「能讓大眾輕鬆參與其中的休閒活動」，再隨著規章制度的確立，競技勝負的客觀判斷，最後，也是最重要的，「人們想看到各個項目之中頂尖選手的表現」，因此有了賽事的舉辦、有了觀眾、有了資金的投入，再開始有人賴以維生，並且隨著時間與大眾的接受程度，這些專職選手被視為了「正經的職業」，甚至是明星來看待。

屏除了「沒有體能活動」這一點不談，eSport似乎切切實實的以「電子世界中的競技運動」，成為了一個獨立的領域。事實上，全世界也慢慢的開始正眼看待這樣的一塊產業，如中華人民共和國國家體育總局在2008年6月20日更新的一則公告〈我國正式開展的體育運動項目〉之中，最下方就可以見到以運動承認其定位的電子競技。

電競＝商業契機？

媒體歷屆廣告

推薦文章

- 變化自如 幕後的聲音演員
- 那些年 爸爸與芭樂的回憶
- 關余膚色 我想說的事

總編輯的話 / 郭穎慈



本期共有十九篇稿件。頭題〈夢想配方 攝影甜點與咖啡〉忠實刻劃一位科技新貴勇敢出走，開設一間攝影風格咖啡廳的歷程和堅持。

本期頭題王 / 洪詩宸



嗨，我是詩宸。雖然個子很小，但是很好動，常常靜不下來。興趣是看各式各樣的小說，和拿著相機四處拍，四處旅行。喜歡用相機紀錄下感動，或值得紀念的人事。覺得不論是風景還是人物，每個快門的...

本期疾速王 / 吳建勳



大家好，我是吳建勳，淡水人，喜歡看電影、聽音樂跟拍照，嚮往無憂無慮的生活。

本期熱門排行



夢想配方 攝影甜點與咖啡
洪詩宸 / 人物



橙色的季節 唯美「柿」界
陳思寧 / 照片故事



老驥伏櫪 馬躍八方
許翔 / 人物



追本溯源 探究大地之聲
劉雨婕 / 人物

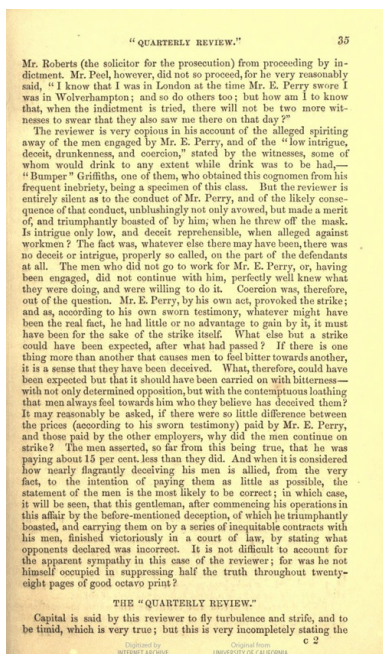


變化自如 幕後的聲音演員
張婷芳 / 人物

那麼電子競技現在究竟處於怎麼樣的萌芽階段，又有什麼樣的發展潛力呢？試想，若是因為街頭巷尾都有人扔著籃球、踢著足球，所以其中「一部份」的愛好者對那些「專業的」「厲害的」的選手與比賽投入關注，再加上轉播的無遠弗屆，創造出了像是NBA與FIFA還有大聯盟這些「很有錢的」、與其代表的體育項目息息相關的名詞。以此觀點來看，雖然參與電競的門檻比起傳統運動項目高出不只半截，但在玩家的人口基數下仍然擁有相當可觀的前景。

舉個實際的例子，國際級頂尖賽事的獎金由於近年各高科技廠商開始加以投資協辦，動輒數十萬美金的總獎金已屬「正常規格」，雖說只有立於金字塔頂端的少數玩家與選手可以透過賺取此類獎金維生，卻因為網路遊戲在虛擬平台進行的特性，要從多不勝數的玩家之中脫穎而出，甚至經由各層級比賽得到知名度，但都有相較現實運動項目更為簡單明瞭的管道，各種中小型賽事的舉辦與參加也因此省去了大部分的執行難度與硬體需求。

用一句誇張的說法形容，這個時代裡，任何事情的執行難度都可以簡化為一個準則：有沒有得賺？如果有，那麼又是時候可以援引Thomas Joseph Dunning被引述入資本論的那段老話：「一旦有適當的利潤，資本就膽大起來。如果有10%的利潤，它就保證到處被使用；有20%的利潤，它就活躍起來；有50%的利潤，它就鋌而走險；為了100%的利潤，它就敢踐踏一切人間法律；有300%的利潤，它就敢犯任何罪行，甚至冒絞首的危險。」電子競技的發展，大概會像滾雪球一般，當早先的幾個膽大廠商開始從電競職業聯賽如WCG（註一）、ESWC（註二）中獲利後就會吸引更多的廠商願意注資投入其中，接著因為更大規模的資本運用而更能推廣到原本未能觸及的地域，最終經此循環成為一個龐然大物，事實上，透過近年的觀察，也的確看到越來越多的「知名品牌」開始將觸手伸入其中。



登寧的名言換句說法就是，「賠錢的生意沒人做，殺頭的生意有人做。」（圖片來源/財經網）

終究面臨侷限

雖然前景看似光明，不過，至少仍有兩點可能讓人不禁覺得電子競技最終還是會受到一定的侷限。第一點就如交大傳科系教授林崇偉在整合行銷課程上說的一句老話：「這個資訊爆炸的年代，人們缺乏的不是有價值的資訊，而是對事情的專注力。」在遊戲產業蓬勃發展的時代，也永遠不缺相似類型卻各有千秋的佳作，更不乏每隔幾年遊戲公司自行開發的續作。那麼，電子競技比賽勢必不會有一個「永遠的競技項目」。翻閱WCG簡史，就已經有數款遊戲出現、卻又消失在一次次的比賽項目當中，或許遊戲類型相同、操作相似，但遊戲本身行至極致處所需注意的細節和節奏卻不可能相同，所以「參與競賽的選手」就很難長期待在職業圈內，人氣直接影響代言等投資效果，又往往需要時間的累積才能得到夠多的支持。

第二個就是電玩遊戲本身做為「電玩」在社會上的定位了。社會的印象使電競永遠無法如同運動一般受到認可。一般運動項目雖然不是讀書、不是學習專業技能，但至少能強身健體，還算不上太誇張的「不務正業」；但盯著螢幕、長久不動、瘋狂僅以手腕手指進行操作，怎麼樣也不是一個帶來正面效益的活動過程，雖然可能隨著遊戲真正的普及到社會的各個角落，終有一天「電競選手」可以擁有生涯規畫裡頭如同其他職業選手般的地位，但本質上的東西，好像還是差了那麼一點。

註一：WCG，為世界電子競技大賽（World Cyber Games）之縮寫，是一個全球性的電子競

技賽事（或「電腦遊戲文化節」），於2000年創立，並於2001年舉辦首屆比賽。該項賽事由韓國國際電子營銷公司（Internation Cyber Marketing, ICM）主辦，並由三星和微軟（自2006年起）提供贊助。

註二：ESWC，全名為「Electronic Sports World Cup」，是全球三大電子競技賽事之一，於2002年在法國創立，比賽延續至今。



橙色的季節 唯美「柿」界

新竹九降風吹起陣陣柿香，一片澄黃映入眼簾，那既是辛苦的結晶，也既是甜美的滋味。

▲TOP

[關於喀報](#) [聯絡我們](#)

© 2007-2014 國立交通大學 傳播與科技學系 All Rights Reserved.

Powered by  DODO v4.0