

公共電視運動轉播與國族認同建構
——以公視王建民經驗與 CBC 的【Hockey Night
in Canada】為例

陳子軒*

投稿日期：2008 年 2 月 25 日；通過日期：2008 年 5 月 23 日。

* 作者為世新大學新聞學系助理教授，e-mail: seanchen@cc.shu.edu.tw。

《摘要》

本文分析冰球在加拿大文化的特殊地位，尤其是 CBC 在此過程的重要性，在當今的媒體/運動全球化時代下，對照台灣公視利用王建民和棒球結合的兩年間，透過棒球映射出來的台灣認同。本文亦著重歷史角度分析冰球與棒球，特別是兩國「國球」成為國族認同建構載具的過程，發現公共電視在台灣與加拿大的國族認同建構中，雖然都曾扮演著顯著的角色，但是在面臨商業電視台的競爭與轉播權利金高漲的現實下，這樣的結合正遭逢嚴峻的挑戰。

關鍵字：認同建構、公共電視、冰球、棒球、王建民

「贊助公視，前進大聯盟！為台灣之子加油！」，台灣公視與運動轉播，因為王建民的出現，使得兩條看似平行的線在 2005 年有了第一次的交集，反觀世界許多國家的運動轉播與公共電視的結合，已是行之多年的常態，日本的 NHK、德國的 ARD 與 ZDF、英國的 BBC 更是在該國扮演運動轉播火車頭的角色，而加拿大公共電視台 Canadian Broadcasting Corporation（簡稱 CBC）的【Hockey Night in Canada】節目已連續播出長達五十五年，為單一運動聯盟與相同電視台最長的合作關係，就經濟層面而言，是該台的招牌節目，不但具獲利能力，更得以將此利潤補貼其他公益節目的製播上；文化上，肩負著宣傳與鞏固冰球作為加拿大國家運動的使命。這兩面向與王建民和公視的結合有異曲同工之妙，再者，不論是公共電視運動轉播先驅與領導者如 CBC，和初試身手的公視都面臨著相同的現實考驗，因此本文針對兩國公共電視與其國球結合的經驗進行分析。

壹、研究背景與目的

一、王建民熱潮

台灣時間 2005 年 5 月 1 日，王建民身著美國職棒最知名的紐約洋基隊（New York Yankees）條紋球衣，首次踏上美國職棒大聯盟（Major League Baseball，簡稱 MLB）的投手板出戰多倫多藍鳥隊（Toronto Blue Jays），國內卻沒有任何一家電視台轉播該場比賽，當時國內的球迷只能透過大聯盟官方網站 MLB.COM 的收費網路轉播來欣賞這歷史性的一刻，¹ 而後的第二次出場，面對坦帕灣魔鬼魚隊（Tampa Bay Devil Rays，後更名為光芒隊 Rays），終於在立法委員及行

政部門的運作下，各單位調整經費，挹注公視進行美國職棒現場轉播的權利金，也開啓了公視爲期兩年的「王建民時代」。

兩年的結合，使得公視的曝光率大增，只要有王建民的比賽，收視率皆能領先各台，若不計美國職棒的轉播，2006 年公視每月平均收視約在 0.08 至 0.14 之間，但是王建民比賽的平均收視率卻達到 0.86，最高的一場比賽甚至達到 1.83（公視公服暨行銷部，2006），是以往公視難以想像的超高數字，而這數字的背後，代表的正是公視以往節目無法觸及之觀眾群（15-45 歲男性），此觀眾族群正是消費能力最強，各電視台亟欲爭取的主力客群，因此隨之而來的贊助大幅成長，2006 年與王建民相關的贊助，就佔該年度的 37.13%（公視公服暨行銷部，2006），其中公視授權的限量版捷運悠遊卡與公仔掀起最大的熱潮，限量一千個的客場版公仔更創下四分半鐘銷售完畢的驚人紀錄。

王建民之所以能掀起這麼大的棒球熱潮，與其傑出的表現當然有直接的關係。在 2005 年登上大聯盟之後，第一年雖然因傷休養了兩個月的時間，但仍獲得 8 勝的成績。隔年大放異彩，繳出 19 勝 6 負、防禦率 3.63 的優異成績，不但在大聯盟勝場數並列領先，在投手最高榮譽的賽揚獎（Cy Young Award）票選上，獲得第二名的肯定，「台灣之光」的名號，也在大量曝光下，幾乎成爲王建民的代名詞，觀賞王建民的出賽，儼然成了每五天一次的全民運動。王建民與公視的結合，雖然獲得廣大迴響與成功，但卻如同流星一般，璀璨而短暫，隨著王建民的成功，造就美國職棒轉播權利金的飆漲，公視無力與商業電視台競逐，使得這段關係在 2006 年底劃下句點。這兩年看似短暫，但是運動轉播的成效已經浮現，隨著公廣集團逐漸成形，運動賽事的投入也是其既定目標，2006 年的〈公視體檢總報告及未來營運規劃〉中，明確指出「增播體育競賽節目，拓展收視族群」（頁 68）爲其增加收視效益的

方法之一，順此營運方針，2008 年 2 月業已完成 2009 年高雄世界運動會轉播權簽訂。

二、加拿大 / CBC

2005 年，正當台灣公視與 MLB 建立起全世界最新的公共電視/職業運動合作關係，五十多年來第一次，全世界最悠久的此類合作關係卻出現了缺口。加拿大人整年苦無他們最愛的國家冰球聯盟（National Hockey League, 簡稱 NHL）賽事可看。這樣的巧合，也成爲此研究的觸發。加拿大與台灣、CBC 與公視乍看之下是極爲不協調之對比，兩者領土差距達 277 倍之下，加國人口卻僅較台灣多出八百萬人；加拿大國內生產毛額（GDP）是台灣近乎三倍之譜；台灣每人每年平均僅對公廣集團貢獻了 142 元新台幣，加拿大則是 33 加幣（約合 1,105 元新台幣）；CBC 2006 年度預算爲 16 億 6 千萬加幣（約合 512 億台幣），其中近六成來自政府，² 公視年度預算僅爲 15 億台幣；CBC 的經費來源，有 19% 來自於廣告（約 3 億 1 千 5 百萬加幣），公視卻沒有廣告收入，只能向私部門以募款方式進行；CBC 的運動轉播資歷超過五十年，而公視卻僅有兩年。顯而易見，之所以選擇加拿大做爲研究之參考，關鍵當然不在於兩國間的客觀條件的相似度，而是強調當今公共電視與運動轉播的結合，正面臨極大的挑戰，不論是箇中翹楚如 CBC 或是新手如公視，都面臨著相同的難題；就內部紛擾方面，公視在轉播王建民賽事期間，面對著與華視整併、邁入公廣集團的磨合期，CBC 在 2005 年面對著勞資爭議的危機；外在大環境，兩者皆面臨以美國爲主體的職業運動聯盟轉播權利金飆漲的殘酷現實；最重要的是，加拿大冰球與台灣棒球都是兩國外交發展與國族認同的載具，而 CBC 與公視都

在此過程中扮演推波助瀾的重要媒介。

NHL 在 2004 年球季結束後，遭逢有史以來最大的勞資爭議，2004-05 賽季的所有比賽因資方封館（lockout）而取消，成為世界上首次整個賽季因為勞資糾紛而全部取消的職業運動聯盟，CBC 招牌的【Hockey Night in Canada】節目原先排定的 28 場球季賽的轉播也隨之取消，這對一向奉冰球為國家運動的加拿大而言，最高水準的冰球聯盟一整年沒有比賽，造成其流行文化的缺口不言可喻。延宕多時的爭議，終於在 2005 年 7 月 13 日得以化解，球員工會改變原先強硬的態度，接受資方的絕大多數條件，使得 NHL 新球季得以在 10 月如期展開。

一波未平一波又起，就在 NHL 勞資爭議化解後，CBC 本身卻遭逢勞資爭議，2005 年 8 月 15 日，5,500 名英語廣播、電視及網路部門的員工（包含記者與工程人員在內）遭到 CBC 封館，長達兩個月的封館期間，CBC 的新聞節目大都僅以陽春的形式播出或是以 BBC 新聞取代，自製戲劇也暫停播出，十月初，在 NHL 新球季即將開打之際，工會意識到即將開打的 NHL 球季，在睽違 16 個月後的收視爆發力，間接促成了他們接受 CBC 的提議，並於 10 月 11 日回復正常營運，【Hockey Night in Canada】則提早在 10 月 8 日正常製播。冰球克服了 NHL 與 CBC 雙重封館的阻礙，重新回到加拿大的日常生活中。封館結束的一個月內，CBC 整體的收視率從封館前的 15% 下降到 13%，受到封館創傷的 CBC，【Hockey Night in Canada】可說是困境當中的一絲曙光。停賽一年的 NHL，前兩場的【Hockey Night in Canada】的關鍵收視族群（25 至 54 歲）平均收視率要比 2003-04 賽季還要高出 15%（MacDonald, 2005）。

冰球與 CBC 的結合，伴隨著加拿大人度過無數個苦寒冬日，廣播時代，1930 年代【Hockey Night in Canada】就已在 CBC 的前身 CRBC

(Canadian Radio Broadcasting Commission) 播出，1952 年 CBC 正式邁入電視紀元，【Hockey Night in Canada】也隨之影像化，五十幾年來，除了固定的週六晚間之外，每年四月開始的 NHL 季後賽（包含總冠軍賽），也都在 CBC 頻道上播映。1972 年，加拿大 NHL 冰球明星隊與蘇聯國家隊進行歷史性的八場高峰系列賽（The Summit Series），加拿大以四勝三負一和的成績擊敗蘇聯國家隊，CBC 請出當時已退休的傳奇性轉播員 Foster Hewitt 全程轉播，在冷戰顛峰期間，為加拿大見證振奮全民士氣的一刻，其中第八場比賽，Paul Henderson 在最後關鍵時刻的進球，被視為加拿大運動史上最精彩的一刻，總理 Pierre Elliott Trudeau 更致電莫斯科，恭賀該隊的成就，他在賽後接受訪問時表示，在比賽的幾小時裡，全國都停止下來，連他的競選活動也不例外。³ 2002 年鹽湖城冬季奧運，加拿大男女冰球隊雙雙拿下金牌，尤其是男子金牌，加國更是睽違了五十年，金牌戰出戰美國的比賽在 CBC 播出，成為加拿大有史以來收視率最高的節目（Hughes-Fuller, 2003）。

2004-2005 年 NHL 封館期間，CBC 雖以【Movie Night in Canada】取代空缺的時段，但是節目卻常以【Hockey Night in Canada】的主播 Ron McLean 在空蕩的冰球場上為電影開場，藉以提醒觀眾原本應該進行但卻因封館而取消的冰球賽。

不認識冰球，就無法認識完整的加拿大，乃因為冰球與加拿大的文化、歷史甚至地理環境與氣候都密不可分，更重要的是，近代加拿大的國族認同，透過冰球展示了兩個時期中與他者的重要參照，一是冷戰時期的蘇聯，另一則是加拿大--美國情結透過冰球得到最生動的體現；可相提並論地，台灣棒球從日本殖民時代灑下種子、1970 年代少棒風潮，直到 21 世紀的王建民熱，已成為台灣文化脈絡不可分割的一環，台灣與其文化與認同建構上的顯著他者—日本與美國—的關係亦可透過

棒球而見一斑。

CBC 與公視面對著相同的外患（不斷高漲的運動轉播權利金）與內憂（內部營運的紛擾），兩國公共電視、運動轉播與國族認同的三位一體關係（trinity）亦有相似之處，因此，本研究希冀透過冰球在加拿大文化的特殊地位，加上 CBC 在此過程的重要性，在此媒體/運動全球化時代下，對照台灣公視在利用王建民和棒球結合的兩年間，透過棒球映射出來的台灣認同。本文亦特別著重歷史角度分析冰球與棒球，兩國「國球」成為國族整體文化脈絡的過程，最終析論公共電視透過國族運動的轉播在國族認同建構中所扮演的角色以及遭逢的挑戰，而這樣的挑戰，不管是已屆金婚的 CBC 與冰球婚姻或是兩年「試婚」的公視與王建民都共同面對的。

貳、電視、運動與國族認同

作為人類認同展現的最高層次，國族主義不僅僅是一個我族/他類相對的建構，還很可能是個虛構的產物，如同 Gellner（1994: 62）所言，「國族主義不是在自我意識中喚醒民族這個概念，而是在民族不存在之處的一個發明」，而衝突往往是這發明的重要觸媒。透過衝突，相對性的歸屬更容易地滲入群體意識，並藉以創造共同的歷史感與命運——民族主義的兩個要素。運動員球衣上的國旗和顏色，以及開賽前或是頒獎儀式中的國歌演奏，都是這「想像共同體」（Anderson, 1983）情感認同的重要展現（Hobsbawm, 1992: 142），球場上敵我分明，不是「我族」即是「他類」，如同認同的建構過程中，「他者」的定位是不可或缺的，Cohen（1985）認為，相對角色的建立就是認同的符號建構最顯著的特色，「排除」和「包納」一樣重要的過程，而劃分他者與我族

之間的界線是相對且動態的，各種層次的認同——從國族、區域、社區乃至人際關係——皆是如此，群體意象中，除非一個「他」和「他類」的意象也被建立，否則「我」和「我族」是不完整的（Keller, 2003），運動獨特的二元對立性格便成為當代社會認同建立極為重要的載具。

想像共同體的建立與現代性環環相扣，現代性的性格如世俗化的理性主義、日曆化的時間感知、以資本主義驅使的科技發展、識字率提升與大眾傳播的興起，都是構成現代國族主義不可或缺的要素（Tomlinson, 1991: 83）。這些要素在運動現代化的過程中，同樣不可或缺，而且時間進程上，兩者亦步亦趨，可說是現代性推展中兩個面向的體現，進而相互結合。運動從原初「祭典」（festival）形式邁向「奇觀」（spectacle）（Guttman, 1978），運動場域和組織理性主義化、運動時程的規律性、進而出現職業化（Bale, 2001）和媒體／運動複合體（media/sport complex）現象（Jhally, 1989）。Elias（1998）檢視競賽（games）「運動化」（sportization）的過程，亦認為西方社會現代運動的發展與國族認同的進程在同一時期匯流而成，在工業化歐美社會，此時點約在 19 世紀末期，然而其他社會，尤其是後殖民、新興獨立國家，此匯流則遲延近半世紀。

據此，運動與國族之間的結合，大致可歸納成：

1. 運動具有某些與生俱來的特色，使它可能成為國家統一和團結的工具。
2. 運動提供了一種安全閥或是弱小民族與國家情緒能量宣泄的途徑。
3. 運動有助於獨特的政治鬥爭，運動和一些國族主義的政治以及群眾的國族主義鬥爭，密切地連結在一起。
4. 運動通常需要國族主義的加工，如對於依賴和不平等關係的自然反應。

5. 運動有助於認同的追求，無論是在地區或全國的規模上都可透過懷舊之情、神話、傳統的創造、旗幟、國歌和慶典儀式等追求認同（Maguire, Jarvie, Mansfield, & Bradley, 2002 / 黃東治、邱金松譯，2008: 175-176）。

正因為運動與國族主義具有如此的密不可分且水到渠成的關係，統治者往往藉由運動遂行其凝聚國族認同、彰顯國族榮耀的目的，希特勒透過柏林奧運鼓吹其亞歷安民族的優越、足球在墨索里尼掌握下，與法西斯政權相輔相成（Martin, 2004），在台灣，我們看到了少棒運動被風雨飄搖的國民黨政府所挪用，轉移它在國際社會中外交潰敗的現實。

運動與國族主義結合的力量之強大，不僅僅在於運動參與者本身，更因為其擴散到觀賞者經驗，一場棒球賽場上參與者一隊不過九人，但是其國族感染力，透過大眾媒體的傳播，卻可以達到數百、數千萬人。Geertz（1973:444）在其著名的峇里島鬥雞文化研究中表示，鬥雞的觀賞經驗（亦可應用在其他觀賞運動的經驗），「提供一種象徵自我的模擬戰爭（mock war）、階級緊張的形式模擬，而其將現實的多元面向結合起來的能力更使這樣的經驗具有獨特的美學張力」。這類觀賞經驗透過大眾媒體的傳播，使其不再是一個狹隘地域的經驗，而是一種使人崇拜與充滿魅力的群體情誼（Appadurai, 1996），這類經驗的強度又以各項運動為最，相較於電影、流行音樂，受一國矚目的運動賽事，如本文所探討之 1972 年加蘇高峰系列賽、2002 鹽湖城冬季奧運和台灣的少棒及王建民比賽現場轉播，都能塑造即時、共時性（synchronized）的群體經驗與集體記憶，更強化了一個民族共同歷史與命運的感受度，提供國族認同重要的線索。

集體記憶與國族認同是緊密連結的，前者的建構是一連串創造性且具特定目的的過程，這樣的「過去」，充滿了虛構、重新編排、過度詮

釋與疏漏，甚至是爲了屈就認同的一致、礙於權力和權威與淪爲政治附庸，而忽略了史實的真實性和正確性（Zelizer, 1998: 3），集體記憶的形成，無疑地是個動態的過程，同時也是社會、媒體交織形成的（Wertsch, 2002），儘管每人對於過往的記憶細節不同，但是集體記憶卻是「對於過往的導覽」（orientation to the past），讓國族的成員得以藉由重溫集體記憶——不論是對於自身或是他者的集體記憶——強化認同（Le, 2006）。

Anderson（1983）認爲，印刷資本主義（print capitalism）是凝聚想像共同體的關鍵要素，隨著傳播科技的發展，電子媒體在這過程亦扮演相同（甚至更強大）的效果。Horace Newcomb（1974: 40）認爲，電視在傳達人的面部表情、情緒反應上的效果是最強烈的，按此觀點，轉播最重要的不是動作，而是動作後的反應與情緒，藉此，觀眾與畫面中的人物產生了親密性（intimacy），使得兩者間產生情感的連結；同時連續性（continuity）也是重要的電視美學線索。這兩點在運動賽事的轉播上格外鮮明，運動賽事的轉播，除了運動員球技的展現外，情緒的醞釀與迸發更能烙印在觀眾的腦海裡，如同 2004 雅典奧運，陳詩欣獲頒金牌時的盈眶熱淚，要比她在場上踢出的每一腳要深入人心；運動的連續性，不論是比賽中每分每秒的時間流動或是球季、系列賽，都是一連串的刺激，觀眾得以藉此熟悉球員，使其變成大家庭中的一份子，奧運冰球金牌的爭奪、加拿大—蘇聯高峰系列賽或是王建民每五天的規律先發，都是電視美學中的連續性展現的例證。

與其他媒體相同的，電視運動轉播呈現的是敘事性的戲劇張力，因其不僅僅是傳遞事件本身的影音如此單純而已，更重要的是電視將運動賽事轉化爲一個個引人入勝但結局未知的故事，運動轉播是一種集「奇觀、個人表現、人情趣味、競爭的戲劇、未知與冒險」於一身的節目類

型 (Gruneau, 1989)，英雄崇拜、國族認同便是運動敘事中最常見的主旨。

運動收視除了透過家中電視機，還有另一個場域是不可以忽略的，也就是 McCarthy (2003: 60) 稱的「環繞電視」(ambient television) 所提供的經驗。每逢重大賽事，無法親臨現場的球迷，總是會湧入運動酒吧或是提供大螢幕轉播的廣場，與其他球迷一同觀賞比賽，以獲得一種「環境加強的『臨場』運動經驗」(environmentally enhanced "live" sports experience)，透過集體觀賞，使得彼此凝聚成一個「共時的」命運共同體。

運動透過電視傳遞到無法親臨現場的觀眾眼前，電視藉運動吸引他所最想要吸引的觀眾群以擴大市場佔有率，兩者之間共生共榮；另一方面，透過電視機這個小框框，不在現場的觀眾得以欣賞運動員的精湛技巧，更重要的，勝負的刺激以及情緒的傳遞，足以感染大群的觀眾，從而建立起以運動為基礎的認同，此認同範圍小至社區、中至都市、大至國族 (Chen, 2005)。而世界各國的公共電視，由於在其規章中多明白表示，肩負「建立共同國家意識」的使命，且以無線訊號廣佈全國，因此重大國際賽事或是對國族舉有顯著意義的比賽，都由公共電視進行轉播，企圖透過運動這鮮明的認同載具，凝聚國族認同。

參、公視、王建民與台灣認同

一、棒球與台灣認同

共同的記憶與共同的命運是國族認同的兩大支柱 (Weber, 1994)，也是近代國族形成不可或缺的要素，然而，這兩者對於十幾年

來主體意識急遽升高的台灣來說，卻是搖搖欲墜的。隨著族群議題不斷被撩撥，過往的記憶對於這小島上的人民都成了政治意識型態的爭霸工具，二二八事件的各自表述、「去蔣」的風波等等，都成了台灣人難以形成共識的過往，台灣認同的議題之所以棘手與充滿不確定性，正是因為這島嶼上的人民對於共同同意的歷史文化與傳統，尚處在一個協商的階段，棒球，可說是這島上人民少數能夠共同分享的記憶、也最有共識的歷史面向，不論是本省人、外省人、客家人或原住民，都能透過這小白球凝聚在一起，沒有立場各自表述的問題，只有電視機前同聲一氣的加油與吶喊，從 1970 年代的少棒風潮到 21 世紀的王建民熱皆然。

台灣棒球是殖民主義下的產物，經歷兩百餘年鎖國的日本，在 1868 年明治維新之後，西方文化得以傳入日本，開放下的日本 1870 年代，美國籍的傳教士、商人和教師將他們在美國所從事的休閒活動帶到日本，棒球，即是其中之一。台灣與棒球的結合，也循著相同模式，1895 年的甲午戰爭，清朝戰敗後依馬關條約割讓台灣、澎湖與遼東半島予日本，棒球的種子隨著殖民者的郵務人員、軍人、銀行員和技術人員等也飄洋過海來到了台灣（林琪雯，1995；陳子軒，1999；謝仕淵、謝佳芬，2003；曾文誠、孟峻瑋，2004），經過太平洋戰爭爆發與國民政府統治初期的混亂，棒球發展一度進入沈潛期，直到 1968 年，日本和歌山關西聯隊來訪，該隊於當年獲得世界少棒聯盟的冠軍，但是全國冠軍台東紅葉少棒隊以七比零的懸殊比數擊敗對手，使得醞釀在台灣民間的棒球力量迸發出來，而且讓棒球界人士與國人相信，台灣少棒具有世界冠軍的實力，旋即於隔年加入世界少棒聯盟，並十七度拿下所謂的「世界冠軍」。⁴

1969 年，首度代表台灣出征的金龍少棒隊就拿下了冠軍，1970 年失利的七虎，1971 年與美北鏖戰九局奪冠的巨人，乃至於後來數以百

計前往威廉波特的少棒選手，都成了替代執政者與全民出征的戰士，爭的是被扭曲的台灣認同與尊嚴，透過誇大的「世界冠軍」頭銜。1971 年十月中華民國被迫退出聯合國，喪失代表中國的國際合法性之後，棒球運動更被轉化成台灣在國際地位的表徵，聯合國席次喪失，但是代表台灣人民的三級棒球隊得以在美國，這個當時對台灣最重要的他者的領土上，多次拿下世界冠軍，台灣政府與人民彷彿找到了殘酷現實的轉移與救贖，挪用夏令營般的少年競賽，將之轉化成意識型態的競技場，更透過國家機器的運作，試圖鞏固這樣的論述，接待少棒隊以及相關的宣傳及後援活動成了成為駐美外交單位每年重點工作（林琪雯，1995），奪冠後的凱旋遊行，事實上卻是國王新衣的展示會，一方面台灣早期球隊的組成方式，並不符合世界少棒聯盟以社區組隊的規定，反倒是以「明星隊」參賽，加上冒名、超齡等等違反規定的作為，在當時媒體、官員心照不宣下，建立在如此薄弱基礎上的台灣少棒國族主義，竟也變成維繫台灣政權與穩定一股重大的力量。創立於 1939 年的威廉波特世界少棒大賽，原先只是 Carl Stotz 希望藉此教導兒童團隊合作與公平競爭的夏令營，諷刺地卻演變為當時陷入外交困境的中華民國政府轉移現實的挪用，此一轉向，成了台灣棒球發展的基調，即使後來數十年，棒球走向職業化與全球化，但其中豐富蘊含的國族認同，卻仍是台灣棒球諸多符碼中最被彰顯的一個面向。

1968 年紅葉與和歌山的比賽是台灣電視史上首度的棒球現場轉播，1969 年金龍少棒隊拿下世界冠軍的比賽，卻沒有電視轉播，全台灣的民眾是透過中廣的收音機轉播得知賽況的，在 1969 年金龍隊拿下世界冠軍後，隔年，電視台便再難以在這盛事中缺席，首先台視與中視合作轉播遠東區的賽況，而威廉波特的賽事則在雙方激烈競爭近一個月後，由台視拿下，然而七虎隊首戰即敗北，也就失去奪冠機會的現實

下，少棒風潮於 1971 年由巨人隊引爆，該年比賽由中視轉播，但是卻發生一件漏網事件，一架由海外「黨外」台獨人士出資的小飛機廣告，在威廉波特球場上空出現，並被現場轉播的 ABC 拍攝入境，然而戒嚴體制下的台灣，所謂的「實況」乃經過六秒延遲的轉播，使得該鏡頭於台灣播出時得以被刪剪，儘管觀眾看到的是青天白日滿地紅的旗海飄揚，和海外僑胞萬眾一心地為中華小將們加油，那樣充滿大中華民國敘事的畫面，但是由此也可見得，不論是何種政治立場，當時就已瞭解到棒球所能承載的政治能量和國族認同的意涵，再經過二、三十年「三冠王」、1983 年亞洲盃、1984 洛杉磯奧運、1992 巴塞隆納奧運、2001 年世界盃在台灣、2003 年亞錦賽等重大國際賽事的灌溉，棒球已成為台灣文化脈絡的一部份，執政者儘管從國民黨變成了當年的「黨外人士」，但是政治力企圖透過棒球凝聚中華民國/台灣國族認同卻未曾改變。

二、「Taiwang」時代與公視⁵

台灣棒球代表著國族意涵，兩者從 1970 年代起就已深刻連結，1980、90 年代，依舊延續著國家代表隊承載國族光榮的使命，然而其中卻出現些許微妙的變異。二郭一莊（郭源治、郭泰源、莊勝雄）開啓赴日本職棒發展的路途，之後呂明賜、陳義信、郭李建夫等人亦追隨其步伐，此時個人化的國族認同符碼已逐現端倪，以往都是由國家代表隊以中華民國或是中華台北之名，由十幾、二十位棒球員代表島上所有人民出征，取得佳績，將棒球轉化為國族情感的出口，然而這些旅日好手皆背負著來自台灣選手的名號，職業球賽中的單一個人，就可以代表著台灣，1999 年第一位和大聯盟球隊簽約的陳金鋒，加盟洛杉磯道奇隊

之後，更將此模式擴展至美國大聯盟。

尤其在 2005 年 4 月 30 日之後，台灣的棒球國族主義邁入一個全新的里程碑，王建民初次登上大聯盟，開啓了「Taiwang」的時代。王建民並非第一個登上大聯盟的台灣選手（陳金鋒）、也不是第一個先發投手（曹錦輝），然而卻是掀起最大熱潮的一位，其中公視規律性的直播，為最重要的因素。早期二郭一莊的年代，台灣觀眾僅得以零星的錄影比賽轉播來欣賞他們的表現，較投入的球迷，則可以在賽後一週左右，從坊間錄影帶出租店找到從日本電視轉播轉拷的比賽錄影帶，但是缺乏了即時性與共時性的集體經驗與記憶的運動賽事，所能影響的深度便無法與 21 世紀場場直播、且一再重播的王建民現象相比。

王建民在球場上一次又一次精彩的表現，尤其是 2006 年球季拿下大聯盟並列領先的 19 勝，讓當下苦於缺乏共同價值的台灣人，彷彿找到了所有人都能同意的符號。2006 年 9 月 9 日，正當「紅衫軍」倒扁運動進入第一波的高峰，台灣旅外的棒球員也同日成為社會運動外的唯一另類焦點，除了王建民拿下第 17 勝之外，郭泓志面對紐約大都會隊拿下生涯的第一場勝利，就連在東京巨蛋首度先發的姜建銘，也以八局的好投拿下勝投。9 月 28 日，王建民拿下個人第 19 勝，並且超越韓國投手朴贊浩 18 勝的亞洲投手記錄，陳水扁與呂秀蓮分別以總統、副總統的身份發出賀電，稱王建民為「台灣之光、亞洲之光」，台灣四大報隔日都以王建民作為頭條，聯合報與蘋果日報更以全彩海報包覆的方式來刺激銷售。

在 2006 年美國聯盟第一輪季後賽開打當天，也就是王建民先發主投的比賽，《紐約時報》的首頁便以王建民與台灣棒球熱作為頭條，⁶ 比賽進行當中，轉播的 FOX 電視台，更以地圖介紹台灣與王建民家鄉台南的地理位置，這對亟欲在國際舞台中尋求能見度的台灣來說，無疑

是一份大禮，《聯合報》〈寶島免費廣告兩度上美電視〉的報導中，更將秒數換算成廣告價碼，認為有價值新台幣 744 萬元的宣傳效果（藍宗標，2006）。雙十節的國慶演說中，陳水扁更是拿出王建民的簽名球與照片，並不斷強調王建民代表的「台灣加油」精神，試圖為被圍困的政權解套。

王建民球場上的一舉一動，都牽動著台灣人的心，贏球如此，就連輸球也一樣。2006 年 6 月 18 日，出戰華盛頓國民隊的比賽中，王建民力投到第九局下半，卻被國民隊三壘手 Ryan Zimmerman 打出兩分打點再見全壘打，一向在場上鮮少顯露情緒的王建民，回到休息室卻怒摔手套，表現出極大的情緒，如 Newcomb（1974）所言，情緒的傳遞，正是電視這項媒介最擅長的，對於即便獲勝都是一副平靜的王建民來說，那輸球的一摔，卻正是台灣球迷最能感同身受的一幕，福特汽車的電視廣告甚至不是用王建民連續兩年 19 勝的任何一場作為背景故事，選擇的正是這場比賽；2007 年 4 月 24 日，王建民在受傷一個月後的首度出賽，即使輸球，隔天蘋果日報仍以「心疼 好投吞敗」為頭版標題，勝利對台灣球迷而言，當然是重要的，但是即使輸球，全台灣這個想像社群，透過電視的轉播，在「王建民」這個國族大旗下，成就了三小時的命運共同體，因為王建民所代表的個體與總體融合的認同（Taiwang）（陳子軒，2007），跨越了台灣政治上的藍綠、經濟上的貧富鴻溝，成為少數台灣人都能建立共識的符號。奇妙的是，除了王建民之外，整個紐約洋基隊也跟著「中華隊化」，這與王建民身為球隊王牌先發投手有直接的關係。

先發投手的特色，就在於他的表現與整個球隊的戰績是最息息相關的，先發投手最重要的統計數據之一就是勝投，它是最容易理解的一項統計數字，簡單，比起其他的統計數字如防禦率來說，連一般對棒球涉

入不深的民眾皆可朗朗上口。而勝投與球隊的表現是一體的，一個先發投手不可能是勝投，除非他的球隊最後是贏球的，「贏」也正是大多數球迷所最在乎的事情，一個野手可能單場打了三支全壘打，但所屬的球隊依然輸球，而救援投手上場的時間並不固定，不像美國職棒先發投手固定的投一休四，觀眾得以在規律的日常生活節奏下，形成對「共同命運」的期盼，王建民要贏，洋基隊也得贏，因此每五天，紐約洋基隊彷彿化身成爲中華隊，台灣的國族認同，不再是一年一度的威廉波特，甚至是四年一次的奧運會，而是每五天就得以得到確認一次的洋基隊比賽。少棒風潮與王建民現象最大不同即在於此，前者是國際賽事國家隊自然轉化的國族認同投射，後者是運動經過跨國資本主義折射下，被呈現的新型態國族認同——代表國族的不再需要一整個球隊，一個人就已足夠。

王建民與其他在美國職棒大聯盟系統下所有台灣選手，都是在跨國資本主義邏輯下流動的勞工，資本主義乃講究不斷擴張市場規模、運用最適勞工，以牟取利潤極大化，各國職業運動聯盟亦如此（Klein, 1995），透過一個球員，一個職業聯盟就可以大幅擴展在一國的利潤，NBA 的中國中鋒姚明，即爲最顯著的例子，對於大聯盟與洋基隊而言——儘管市場規模差異極大——王建民便是台灣的「姚明」，成功地吸納各國優秀球員（勞工），便是擴張市場的捷徑。另一方面，這些新興市場的球迷，絕大多數無法親身參與球場上的比賽，媒體便變成了唯一的管道，在台灣，便是由公視開啓了這扇門。

在王建民之前，台灣公視與運動轉播是毫不相交的平行線，與運動相關者也僅有零星的奧運及棒球紀錄片點綴（如【棒球的孩子】、【紅葉傳奇】），2005 年王建民登上大聯盟，當時主要轉播美國職棒的 ESPN 與大聯盟尚未達成轉播協議，台灣球迷無法在第一時間透過國內

頻道觀賞王建民大聯盟的第一場賽事，大量民眾反應的聲音湧入公視，最終引起當時行政院長謝長廷、新聞局長姚文智的支持，在王建民第一次與二度先發間隔中短短的五天內談定了大聯盟賽事的轉播、完成前製作業，5月6日出戰魔鬼魚的比賽，進行現場直播，即獲得0.95的高收視率，全年有王建民比賽的平均收視也達到0.72的高水準，2006年王建民比賽的平均收視率成長至0.86，其中季後賽出戰底特律老虎隊的比賽，更達到1.82的公視有史以來最高紀錄，即使自2005年6月11日起，ESPN重新加入了轉播美國職棒的戰局，公視以無線電視台以及養成「王建民看公視」收視習慣之優勢，收視率依舊維持在ESPN的三倍以上。王建民對於公視的貢獻，不僅僅在收視數字上，也可以從募款成效來看，與王建民相關的募款筆數在2006年就達到總筆數的37%，王建民的轉播，實為公視帶來實質的貢獻。第一年，政府各部門，包括體委會、教育部、文建會、新聞局及青輔會都有經費的挹注，但即使扣掉這部分，光是企業贊助的2400萬元加上商品銷售與個人捐贈共計2710萬元，也幾乎與轉播成本打平，2006年雖僅有體委會及小部分新聞局預算挹注，但是企業贊助與個人捐款的大幅成長，使得公視有近2000萬元的淨收入（見表一）。

表一：公視轉播美國職棒大聯盟年度收入 / 成本一覽表

年度		贊助款	商品	個人捐贈	合計
2005 年	收入	3000 萬 (含政府補助 600 萬)	215 萬	95 萬	3300 萬
	成本				2800 萬
2006 年	收入	4723 萬 (含政府補助 575 萬)	123 萬	815 萬	5700 萬
	成本				3700 萬

資料來源：公視公服暨行銷部（2006）。

也正由於公視彌補商業電視台不足的初衷，加上沒有廣告收入，原本看似急就章且克難的轉播服務，卻反而變成了加分，王建民化身為台灣之光、台灣之子，並由公視轉播，淡化甚或掩飾了 MLB 為一商業活動的事實，使得王建民與台灣國族認同的結合更為正當化，募款活動以及政府單位挪用預算也以「贊助公視，前進大聯盟！為台灣之子加油！」包裝，王建民與公視便以國族認同之名，堂而皇之且名正言順地結成連理。

儘管以國族認同為媒人促成這段佳話，但公視轉播的節目訊號方面完全接收美國當地轉播電視台的內容，對於取鏡、收音、慢動作重播等並無客製的展現，對於球賽的敘事權上被削弱不少，比起日本 NHK 的美國職棒轉播，以自己的導播控制畫面，並可以完全聚焦在本國球員身上，預算與人力受限的公視並無力改變，但是聲音的部分，主播的敘述則是公視完全可以以在地觀點呈現的部分，每場比賽的轉播，皆是以王建民為焦點，不斷強化「台灣之光」之名。值得一提的是，儘管公視在取鏡上無決定權，但隨著王建民在紐約奠定了王牌投手的地位，洋基隊

專屬電視台 YES (Yankees Entertainment and Sports Network) 經常捕捉觀眾席上的反應，旅美留學生或僑胞的加油標語甚至青天白日旗都成了經常入鏡的台灣國族符碼，強化著王建民代表的台灣意象。

儘管只能被動地接收美國轉播單位傳遞的訊號，無法在球賽轉播的畫面上擁有客製的空間，但公視主辦了外場活動，企圖強化對於王建民比賽的詮釋權，在校園及各地廣場以「為王建民加油」為名造勢，2006 年主辦了七場，總計吸引了五千人的參與，不但提升了公視的能見度、提供了企業贊助與公益行銷的機會（公視公服暨行銷部，2006），更重要的是，透過這些「環繞電視」，加強了台灣觀眾為球賽中命運共同體的感受，轉播過程中，更不時插播這些現場加油畫面，使得電視觀眾亦得以擬真地 (virtually) 成為其中的一份子。

供需法則主宰的資本主義市場媒體機制下，公視與王建民旋風式的成功，無可避免地造成了美國職棒轉播權利金水漲船高，2006 年球季結束後，大聯盟轉播權重新競標，無線電視轉播權利金最終價錢已是 2006 年的三倍以上，由民視得標；有線電視部分，ESPN 更擴大轉播時程，由週末三天擴展至一週七天的全面轉播。即使大聯盟以民視最終得標價的續約條件提供給公視，但是公視決定放棄，終止了這段為時兩年的美好婚姻。根據公廣集團總經理胡元輝（2007 年 4 月 25 日訪談）表示：「公視決定不再轉播美國職棒大聯盟比賽原因主要有三，第一個就是權利金過高會排擠其他的預算；第二，商業電視台既然如此可以做服務了，公視相對的壓力也減小了；第三就是，公視不願意再加入這個競逐的戰場，造成台灣的轉播權利金水漲船高。」

公視轉播美國職棒，尤其是王建民比賽，還帶來了短暫的外溢效果，公視在 2006 年製播了一系列八集的【台灣棒球 百年風雲】紀錄片，首度將台灣棒球發展史影像化地呈現，獲得棒球界人士的肯定及觀

眾熱烈的迴響，除了棒球之外，公視在與華視整併之後，利用華視原有體育組的人力進行 2006 年中華台北桌球公開賽與世界大學女子壘球錦標賽等賽事轉播，並製播每週六早上播出週刊型的【體育看公視】節目。

可惜的是，【體育看公視】的內容只是當週體育新聞的回顧，甚至只是重播已製播過的新聞片段再佐以人物專訪，深度方面無法提升，在公廣集團仍在整併的磨合期之下，該節目僅維持三個月，而常態性的運動賽事轉播也不復見。也就是說，現在公廣集團已經進入運動節目的「中輟期」（胡元輝，同上）。儘管公廣集團對於運動節目在將來數位新聞體育頻道乃至高畫質頻道上的比重寄予厚望，但是以目前公廣集團內編制和遭到預算的牽制，加上與華視的整併仍處於過渡期，儘管已獲得 2009 年高雄世界運動會的轉播權，且運動轉播是其既定的營運方針之一，但此方針能否落實？運動轉播究竟能否從此成為「常態」？恐需要後續的觀察。

台灣公廣集團的定位，一直處於「彌補商業電視台不足」的角色，這點由上述胡元輝分析公視停止轉播美國職棒的第二點原因中可以見得，公視與王建民的結合本出於意外，一來商業電視台無人轉播，二來政府把握可用之民氣，將王建民比賽轉化成「台灣」認同的載具，而形成特殊的「Taiwang」現象。當商業電視台以豐沛的資源（金錢與人力兩方面皆是）投入運動轉播權的爭奪，缺乏固定運動轉播預算奧援的公視便無以為繼，而且棒球在台灣發展的歷程中，與國族主義是密不可分的，因此當王建民與「台灣之光」劃上等號，台灣的國族主義不再需要每年一次的威廉波特當作其出口，而是每五天一次的群體行動與經驗，王建民一場場的比賽透過公視的轉播，在民間累積了強大而正面的能量，待時機成熟，商業電視台自然不可逃離追求利潤極大化的基本資本

主義法則而投入了戰局，公視也可說完成了階段性「彌補商業電視台不足」的任務，圓滿下台，就連指標性的主播袁定文，在失去公視舞台後，也投入民視的轉播團隊，失去美國職棒轉播的公視，也消失在運動轉播的舞台上。

王建民與公視這段兩年「試婚」，始於美麗的意外，終於殘酷的現實，在王建民旋風的背後，公視的角色定位卻也曾受到質疑，例如 2005 年 5 月 31 日晚間原訂播出在國際野生動物影展中拿下九個獎項的【獼猴列傳之戰爭與和平】，但卻因同日延播王建民中繼出戰波士頓紅襪隊的比賽而被迫取消，現今公視頻道只有一個，一場場動輒三個小時的運動賽事，的確造成公視資源分配的爭議，從英國 BBC、日本 NHK 的經驗看來，他們在運動轉播所扮演的角色已超越了「彌補商業電視台不足」這樣被動性的角色，而是與商業電視台競爭，甚至扮演運動轉播火車頭的角色，這對台灣公視來說，當然是個遙不可及的參照點，然而公視集團的願景中，未來將包括八個電視頻道、四個數位廣播頻道、一個數位無線第二單頻網及台灣共同影音資料平台（數位片庫），其中公共化後的華視將規劃成生活資訊、新聞體育的綜合頻道，另外，公視視為重點發展的高畫質電視（HDTV）也已開始試播，從世界各國推廣 HDTV 的經驗來看，運動轉播都播視為最具誘因的節目類型（王如蘭，2006），因此，目前公廣集團略具雛形之時，仍未能充分整合內部資源，在後王建民時代，也僅有原住民電視台轉播了 2007 年關懷盃棒球賽，這也是目前公廣集團所能在運動轉播上所做僅有的努力，透過棒球轉播凝聚國族認同的階段性任務，也就此告終。

肆、CBC、冰球與加拿大性 (Canadianness)

一、冰球與加拿大

運動的起源，往往被賦予許多神話式 (mythical) 的色彩，棒球的古伯鎮 (Cooperstown, New York) 傳奇便是其中最被誇大與扭曲的惡例，儘管史實上的謬誤早已被證實，但是古伯鎮作為美國棒球「伊甸園」的神話，卻是鞏固棒球為美國國族休閒 (national pastime) 的關鍵因素 (Chen, 2005)。冰球起源的傳說，雖然神話般的色彩不若棒球之於美國，但 1867 年英屬北美法案 (The British North America Act) 賦予加拿大獨立地位，而同時期的蒙特婁麥基爾大學 (McGill University) 被大多數歷史學家認為是現代冰球的起源地，冰球的誕生與加拿大的獨立近乎同時，更被視為一個新興國族透過一項新的運動建立新認同的象徵 (McKinley, 2006)，冰球的加拿大性也就在這項運動誕生時成為難以抹去的胎記。而全境處於溫帶及寒帶的加拿大，其地理環境與氣候，正為它提供完美的舞台，而冰球的特徵之一——曲棍，也與加拿大興盛的伐木業連結。1927 年國家冰球聯盟 (National Hockey League, NHL) 在蒙特婁正式成立，使冰球運動邁入職業化與現代化。

Gruneau & Whitson (1993) 觀察，冰球可以當成瞭解加拿大生活與文化的重要面向之一：

冰球的節奏、意義、結構還有衝突都可以被當成加拿大日常經驗的一部份，它們也是加拿大群體記憶重要的一部份。冰球在加拿大文化中扮演著迷思與象徵，而這運動也成為這國家

最重要的集體代表——一個加拿大人告訴自己，加拿大人代表什麼意義的故事（頁 13）。

冰球與加拿大文化的構連，不僅僅是因為氣候文化等內部因素，更受外在勢力的強化，如同 CBC 2006 年的紀錄片【Hockey: A People's History】的開場白所述，「冰球是加拿大給予世界的禮物，也是我們在世界位置上的量尺」，加拿大人所強調的「實幹」、「在地」、「彈性」等文化特質，正需要像美國那樣「絕對」、「強大」「和神話般」的他者（美國正符合這樣的特質）來強化（Bodroghkozy, 1998: 7），冰球之所以演進成加拿大文化脈絡不可或缺的一部份，正是由於美國這個文化與經濟的強勢鄰居的存在（Mason, 2002: 142）。一直處於美國這個強勢他者陰影下的加拿大，冰球成爲其建立與美國不同的最重要符號之一。這樣的符號，不僅僅是屬於內部的「我族」，同時也是「他者」辨別加拿大人的重要依據，過去一百年，對外來說，冰球是加拿大爭取國際認可關鍵的符號，對內，則是團結國族認同的重要力量（MacNeill, 1996: 103）。

然而，不可否認的，NHL 身爲加拿大最高的冰球殿堂，在這全球化的時代下，卻也難以避免地越來越不「加拿大」了，1967 年時，加拿大球員佔 97%，1997 年爲 63%，儘管現今加拿大球員仍佔了 NHL 所有球員的半數以上，美國球員僅佔 8%，但是 NHL 的三十支球隊裡，卻只有六支加拿大球隊（20%），⁷ 易言之，冰球資方市場（美國）對於勞方市場（加拿大）的宰制正是加拿大對於美國焦慮的反映，冰球運動文化層面上富有豐厚的加拿大性，然而經濟上卻是美國宰制的，兩者之間的不平衡，正如同其他文化層面，如電影、電視、流行音樂一般，體現著加拿大的危機感。

這樣的氛圍下，Molson 啤酒在 2000 年時，推出一系列名爲「I am

Canadian」的廣告，並在冰球轉播中密集播出之後，獲得廣大的迴響，片中加拿大人透過否定美國對於加拿大的刻板印象，並且強調與美國不同之處的國族認同，其中最著名的一支，由一個加拿大人在台上大聲疾呼著：

我不是伐木工 (I'm not a lumberjack,)
也不是皮草商 (or a fur trader)
我也不住在圓頂冰屋裡 (and I don't live in an igloo)
也不吃鯨油或擁有雪橇 (or eat blubber, or own a dogsled.)
我不認識來自加拿大的吉米、莎莉或蘇西 (And I don't know
Jimmy, Sally or Suzy from Canada,)
儘管我相信他們一定非常非常和善 (although I'm certain
they're really, really nice.)

我有一個首相 (I have a Prime Minister,)
不是總統 (not a President.)
我說英語和法語 (I speak English and French,)
不是美國話 (NOT American.)
我唸 ABOUT (and I pronounce it ABOUT,)
而不是 A-boot (NOT A-BOOT.)

我可以很驕傲地將我的國旗綉在我的背包上 (I can proudly
sew my country's flag on my backpack.)
我相信維持和平，而非管制 (I believe in peace keeping, NOT
policing.)
多元化，而非同化 (Diversity, NOT assimilation,)
而海狸是驕傲且高貴的動物 (and that the beaver is a truly proud

and noble animal.)

Toque 是一種帽子 (A toque is a hat.)

Chesterfield 是一種沙發 (A Chesterfield is a couch.)

Z 念做“zed”而不是“zee”，是“zed”! (And it is pronounced “zed” not “zee”, “zed”!)

加拿大是世界第二大國 (Canada is the second largest landmass,)

冰球的第一大國 (the first nation of hockey,)

也是北美洲最好的一部份 (and the best part of North America!)

我是喬 (My name is Joe!)

我是加拿大人 (And I am Canadian!)

這樣的訊息，在全球化的時代，尤其是與美國相參照的認同，看似保守而國族中心，然而，這廣告確實在加拿大掀起極大的熱潮，許多上述廣告的句子更被拿來當作T恤的標語，這樣亟欲表達「我是誰？」的焦慮，其實正是全球化浪潮下，國族主義在地認同被彰顯的反作用力。冰球這個伴隨著加拿大文化百年的符號，是加拿大人想在這時代裡尤其想要緊緊抓牢的，每當美國媒體與 NHL 管理階層本身想要爭取冰球運動的詮釋權，藉以擴張美國市場時，就會引發加拿大人的危機意識，進而更凝聚其國族認同。

二、冰球的美加情結

在團隊的觀賞性運動 (spectator sports) 當中，冰球的電視觀賞經

驗與現場經驗落差甚大，不但球的體積小、移動速度快，白色冰面的反光與圍板的死角都會造成電視觀賞的困難，攝影鏡頭的侷限，更是無法展示出被視為冰球藝術之一的「行進中換人」（change-on-the-fly），對於初接觸冰球的人來說，並不容易立刻上手，更遑論體驗冰球獨特的速度性與衝擊性。1996 年，一項轉播科技的新發明，卻引發了加拿大人對於美國人「褻瀆」他們國球的反彈。

當時獲得全美轉播權的 FOX 電視網為了幫助美國人「捕捉」到冰球的移動和位置，特別運用了名為 FoxTrax 這項新科技，球盤上加裝晶片，使得在電視上呈現出發出螢光的球盤與移動軌跡，儘管這項科技的採用是為了在美國推廣冰球收視，但是加拿大人卻視此舉為美國化的另一例證（Mason, 2002）。1990 年代後加拿大人透過冰球感受到這股趨勢格外顯著，首先是冰球有史以來最偉大的球員的「偉人」（The Great One）Wayne Gretzky 從艾德蒙頓油人隊被交易帶洛杉磯國王隊（Los Angeles Kings），1995 年魁北克市的北歐人隊（Quebec Nordiques）遷移到科羅拉多而改名為雪崩隊（Colorado Avalanche），並旋即奪下 NHL 最高榮譽的史坦利盃（Stanley Cup）；甚至是美國的沙漠城市鳳凰城，都可以成為溫尼伯噴射機隊（Winnipeg Jets）的新家；NHL 的理事長 Gary Bettman 是個自承對於冰球不甚了解的美國人（Mason, 2002: 158）。凡此種種，都被加拿大人拿來視為美國人將冰球從加拿大的文化中去掉的例證。這樣的情緒，在 2002 年美國鹽湖城冬季奧運男子冰球決賽中，終於獲得釋放，對於加拿大人來說，這正是他們透過冰球所構築，維繫民族尊嚴的戰場。

該場比賽，透過 CBC 的轉播，成為加拿大有史以來收視率最高的節目（Hughes-Fuller, 2003），加拿大以 5 比 2 擊敗地主美國隊，奪下金牌，加拿大全國陷入狂喜，如同 MSNBC 的報導中，一名受訪者表示

「我不會忘記這一天，你不能期望更多了。這不是只關於冰球，而是美國與加拿大，我們被美國化了，但這是我們的運動，這是我們真正為加拿大人最後殘餘的痕跡」（“Nation Erupts over Hockey Victory”，2002）。

我們的比賽（Our Game.）

我們美麗、純潔、誠實、光彩奪目的比賽（Our beautiful, pure, honest, gallant game.）

在加拿大鍛造、在鹽湖城鍍金。金、更金、最金。（Forged in Canada, gilded in Salt Lake City. Gold, golder, goldest.）

加拿大 5，美國 2（Canada 5, U.S.A. 2.）

（DiManno & Johnston, 2002）

上面這段是《多倫多星辰報》（*The Toronto Star*）對於這歷史性一戰的描述，像這樣充滿民族主義色彩的報導充滿了 2002 年 2 月 25 日全加拿大的媒體版面，從東岸至西岸皆沈浸在普天同慶的氣氛下：「醞釀 50 年的慶祝：贏得冰球金牌重建加拿大尊嚴」“Celebration is 50 years in making: Winning the hockey gold has restored pride in Canada”——《渥太華公民報》（*Ottawa Citizen*）；「重返榮耀：冰球勝利總結加拿大最好的冬季奧運」“Return to glory: Hockey triumph caps Canada’s best ever Winter Olympic Games”——《卡加利先鋒報》（*Calgary Herald*）；「金牌回家了：舉國歡慶男子冰球擊敗美國 終結 50 年的等待」“The gold comes home: Nation rejoices as men’s hockey team ends 50-year wait with win over U.S.”——《艾德蒙頓日報》（*Edmonton Journal*）。

冰球體現加拿大認同，不僅僅是在和美國對照下才產生的，運動的觀賞經驗「提供一種象徵自我的模擬戰爭」（Geertz, 1973: 444），透

過大眾媒體的傳播，使其不再是一個狹隘地域的經驗，而是一種使人崇拜與充滿魅力的群體情誼（Appadurai, 1996），就像台灣 1970 年代少棒背後的政治意涵一樣，同時期的加拿大政府也將冰球當成政治工具，對外發展「冰球外交」（hockey diplomacy），對內則成為建構加拿大認同的國族情感載具。而如果說美國是加拿大充滿錯綜情結的他者，那麼冷戰時期的蘇聯，當是冰球這模擬戰爭中鮮明而帶有敵意的他者，1972 年的高峰系列戰就是最成功的例子。

三、1972 加蘇高峰系列賽及其影響

二次大戰後，處於冷戰雙方的加拿大與蘇聯壁壘分明，直到 1968 年自由黨的 Pierre Trudeau 當選總理後，⁸ 加拿大開始積極擴展外交關係，尤其亟欲突破與共產國家的外交屏障。1971 年，中共與美國的「乒乓外交」讓美國與中共關係解凍，隔年，加拿大的「冰球外交」不但具有同樣外交意涵，對於內在國族的凝聚更有深刻的效果。

1971 年，Trudeau 出訪蘇聯，與首相 Aleksey Kosygin 建立良好關係，同年並邀請 Kosygin 回訪加拿大，在兩國首相密切往來中，皆認為冰球是兩國間共同的聯繫，並可藉此加強雙邊關係（MacIntosh & Greenhorn, 1993），1972 年，加拿大政府在外交部下成立專責的運動關係組（Sports Relations Desk），兩國冰球的交流為其首要任務，而 NHL 的明星球員也成為敲開鐵幕的外交大使。

外交上的動機如此，對加拿大國內來說，也亟需重振國人對其國球的信心。二次大戰後的加拿大冰球隊在國際比賽中已漸漸式微，乃是因為國際比賽不允許職業球員參賽，而加拿大的冰球好手都已投身 NHL 的球隊，因此加拿大冰球在 1950 及 60 年代的國際比賽成績都與冠軍絕

緣，這對加拿大人來說，自然是難以接受的事實，1972 年的高峰系列賽，加拿大集結了全 NHL 的明星球員，希望打敗主宰國際冰球壇的蘇聯國家隊，藉以支持冰球為加拿大國球的宣稱。

1972 年 9 月，也是 NHL 的休兵期，兩國代表隊進行八場比賽，前四場在加拿大的四個城市進行（蒙特婁、多倫多、溫尼伯與溫哥華），後四場則在莫斯科舉行。

兩國都利用了這次「冰球外交」的機會，進行實質外交的交流，加國退伍軍人部部長 Arthur Laing 率領代表團抵達莫斯科，並敲定日後外交部長 A.E. Ritchie 訪俄的行程，首場在莫斯科的比賽，首相 Kosygin 並親臨現場觀賞，兩國官員並在政府包廂內一同欣賞比賽。「冰球外交」就政治層面來說，可說是一大成功。至於運動方面，所達成的成就與歷史上的顯著性，更是運動史上難以抹滅的一章。對於一般加拿大民眾而言，加俄兩國官員的互訪或是其政治意義早已遺忘，但是此次賽事的結果，卻是烙印在加拿大的文化裡，尤其是經典的第八場比賽，更被譽為加拿大運動史上最珍貴的一刻，甚至是二次大戰結束以來的最大勝利。

前四場比賽，享有地利優勢的加拿大只拿下了其中在第二站多倫多的勝利，結束主場部分的比賽，賽前信心滿滿的加拿大卻以一勝兩敗一和落後。

「冰球外交」如果只是限於政治人物與頂尖冰球球員，那麼或許僅止於隔靴搔癢，然而在加拿大代表隊深入鐵幕之旅，卻同時有 3,000 名加拿大球迷同行，讓他們能認識莫斯科，踏出民間交流的第一步。首場莫斯科的比賽，在第三節仍以 4：1 領先的加拿大，最後卻以 5：4 遭到蘇聯逆轉，在場的三千名球迷，全程揮舞著楓葉旗，吶喊的聲浪比蘇聯觀眾還要大聲，比賽結束後，更唱著國歌，激勵沮喪的球員們，透過現

場轉播，鐵幕裡的國旗與國歌顯得更加鮮明與嘹亮。退無可退的加拿大接連拿下第六和第七場的勝利，使得雙方打完七場，以三勝三敗一和打成平手，這使得加拿大全國企盼的榮耀，全繫於僅剩的第八場。

這場比賽令人矚目，不但有估計 1,200 萬加拿大人（當時人口為 2,200 萬）透過 CBC 與 CTV 的電視實況轉播，或 CBC 的廣播見證了這場比賽，安大略省教育部長 Tom Wells 更是宣布全體中小學校暫停上課，並在學校的活動中心或是禮堂同時收看或是收聽比賽的現場轉播（Earle, 1995），此事件的顯著性不言可喻。比賽的精彩度也沒有讓高度期盼的兩國人民失望，雙方一路鏖戰直到終場前 34 秒，Paul Henderson 攻進了致勝的一球，使得加拿大以 6：5 獲勝，並以 4 勝 3 敗 1 和在高峰系列賽中取得獲勝，此時加拿大舉國歡騰，陷入狂歡。多倫多《地球郵報》（*Globe and Mail*）記者 Colin McCullough（1972）寫道，經過這場比賽之後，「球迷在莫斯科找回了他們的國籍（nationality）」；CBC 也形容為這場比賽是加拿大歷史上的關鍵時刻（a defining moment）--冰球從此變成國族的靈魂。

四、CBC 與冰球轉播

1972 的高峰系列賽，透過 CBC 的轉播，加拿大人得以見證歷史性的一刻，如果沒有了電視轉播，Paul Henderson 進球與慶祝的影像或許就無法深印在加拿大的集體記憶中，是電視美學中親密性的特色（Newcomb, 1974），透過 Foster Hewitt 的轉播，1200 萬加拿大人都化身成 Paul Henderson 以及他狂喜的隊友們：

如果 1972 年的系列賽是加拿大版本的波斯—希臘之戰，
延續這樣譬喻的話，那麼 Foster Hewitt 便是帶著麥克風、經過

電子傳送的荷馬 (Homer)，而電視就是國族的劇院 (Earle, 1995, 倒數第四段)。

加拿大的公共電視與冰球的結合是水到渠成的天作之合，而這樣的關係，其實在加拿大進入電視時代前便已建立雛形。加拿大的公共廣播的制度起源於 1932 年，加拿大廣播播送委員會 (Canadian Radio Broadcasting Commission, 簡稱 CRBC) 成立，1936 年更名為 CBC，1939 年，英皇喬治六世與伊麗莎白皇后進行橫跨加國東西兩岸的訪問，加上二次世界大戰爆發，加拿大人對於相關資訊的渴求，奠定了 CBC 以新聞、時事論壇以及紀錄片為基調的節目型態。儘管直到 1952 年，加拿大才開始進行電視播送，但是當時已經有大約十五萬台電視機，顯然地，許多加拿大人已經搶先收看美國的電視節目。加拿大比美國晚了六年才開始電視時代，其中一項重要的因素是梅西委員會 (其全名為 Royal Commission on National Development in the Arts, Letters and Science) 的疑慮。梅西委員會由 Vincent Massey 主持，其主旨在於評估加國在受到外國 (尤其是美國) 影響下的文化主體性，該委員會於 1951 年發表報告指出，加拿大的確受到美國文化的威脅，因此建議廣設具有加拿大文化特質的機構，其中包含加拿大國家圖書館以及加拿大議會等。在梅西委員會的評估下，電視對於加拿大文化來說，是一項雙面刃，一方面美國電視「許多節目是瑣碎、平庸而且降低了大眾的品味」(Massey, 1951; 轉引自 Bird, 1988)；另一方面，如果加拿大沒有自己的電視播送加以反制，無疑將使來自南方的低俗美國文化席捲加拿大，因此梅西委員會建議，加拿大的電視播送宜採獨佔的公共電視型態，其目的將與美國商業電視截然不同。然而，這項獨佔僅僅維持了一年，就因為訊號傳送的成本過鉅，使得 CBC 授權私有電視台轉載其訊號。

1980 年代私有化浪潮席捲下，所謂「加拿大化」變成了一種因應市場壓力，以及國際競爭壓力的形式上彈性修正（Attallah, 2000），加拿大的國族認同，很重要的一部份是反映在「美國」這個他者的建立上，面對美國這個充滿矛盾情結的鄰居，加拿大便以不斷地強化自己與美國不同之處的方式，為自己尋找定位。

根據加國傳播法的規定，CBC 肩負著「建立共同國家意識」的任務，這點與 BBC 及 NHK，乃至全世界大多數的公共電視台並無二致，該法更規定，所有的電視台的本國製電視節目不得少於 60%，晚間時段（六點至十二點）CBC 亦不得少於此水準（私有電視台為 50%），事實上，CBC 遠遠超出這下限，加拿大自製的節目高達 95%，而新聞與運動正是加拿大本國製節目裡，最吸引加拿大人的節目類型。其中招牌節目【Hockey Night in Canada】，更是 CBC 在 1952 年正式播出時就有的節目，每週六晚上，CBC 轉播 NHL 的比賽，儘管早期並非全程現場轉播，但自從 1968 年起，就以整場比賽的現場轉播的型態呈現。

就轉播的性質來說，【Hockey Night in Canada】固然是以 NHL 為主體，敵我強烈對比的氛圍不若如同高峰系列賽等國際賽事，但是其卻以另一種形式凝聚加拿大的認同，也就是使得冰球的近用。早期【Hockey Night in Canada】在轉播場次的選擇上，以多倫多楓葉隊為主，概因其為加拿大英語區的唯一球隊（蒙特婁加拿大人隊位處法語區），但是隨著 1970 年代末期 NHL 在加拿大西部的擴張（1979 年艾德蒙頓油人隊與溫尼伯噴射機隊加入 NHL，1980 年火焰隊自亞特蘭大遷至卡加利），以及 Wayne Gretzky 所屬的艾德蒙頓油人隊在 1980 年代五度奪下史坦利盃冠軍引領的風潮，【Hockey Night in Canada】轉播的場次不再以完全以楓葉隊為主，而在 Gretzky 被交易到洛杉磯國王隊之後，國王隊與加拿大球隊的比賽也經常成為 CBC 轉播的賽事。1995

年以後，CBC 擴大【Hockey Night in Canada】的規模，周六晚間兩場比賽（double-header）的轉播變成常態，並給予地方電視台更具彈性的選擇，「重東輕西」的差別待遇得到改善，東西兩岸的賽事皆能得到 CBC 的青睞，西岸冰球的「成色」不再遜於東岸，冰球轉播的近用權上，兩者差距得以彌平。CBC 將【Hockey Night in Canada】更接近全民的努力並不僅限於此，它與 NHL 合作，從 2000 年起，將每年一、二月的「加拿大冰球日」（Hockey Day in Canada）塑造成全國盛事，當年 CBC 從下午起就開始一連串的冰球賽事及嘉年華活動的轉播，其中包含 NHL 全部六支加拿大球隊的連續三場比賽轉播（triple-header），加拿大更利用此機會，企圖融合境內的多元種族，2007 年首度加入義大利文的轉播，讓冰球也能成為新移民認同加拿大的符號之一，在新移民與日俱增的加拿大來說，透過冰球維繫加拿大性的企圖昭然若揭。

然而，隨著各項頂級賽事的轉播權利金水漲船高，與商業電視台 CTV、TSN 的強力競爭下，CBC 已無法掌控所有重大比賽的轉播權，其中最顯著的，就是 2010 年溫哥華冬季奧運，CBC 將缺席該盛會的轉播（2012 倫敦奧運亦然），CTV 與 Rogers Media 集團以 1 億 5 千 3 百萬美金共同標下這兩屆奧運的轉播權（其中 9 千萬美金為溫哥華冬運權利金），⁹比 CBC 合計的標價 9 千 5 百萬美金高出甚多，也比 CBC 當年以 7 千 3 百萬美金標下 2006、2008 兩屆奧運的轉播權利金足足高出 1.1 倍，這也宣示著公共電視與頂級賽事結合的危機，尤其身為主辦國，公共電視 CBC 的缺席，具有指標性的意義。

面對商業電視台的銀彈，又受限於政府預算及有限的廣告收入，CBC 無法囊括所有頂級賽事的轉播是可預見的，然而，2010 年溫哥華冬運，在身為主辦國，當然也就沒有時差的情況下，加拿大商業電視台

視此賽事為十年來加國最重大的活動，看好此次賽會的收視熱潮，因此大手筆搶下轉播權，比起 CBC 以 2 千 8 百萬美金拿下 2006 杜林冬運高出 2.2 倍之譜，CBC 無法與其抗衡。除了失去 2010 年溫哥華冬季奧運及 2012 年倫敦夏季奧運轉播權之外，加拿大極受歡迎的加拿大足球聯盟（Canadian Football League）與冰壺協會（Canadian Curling Association）的各項賽事轉播權也同樣落入商業電視台之手，因此 NHL 的轉播對於 CBC 來說，有著絕對輸不得的壓力，其投注心力於冰球之深，可以從下面數據看出端倪。

根據最新的資料顯示，CBC 轉播 NHL 2006-07 賽季的權利金就高達 6500 萬加幣（約合 20.6 億新台幣），2007 年 3 月的競標中，儘管面臨來自商業電視台 CTV-TSN 聯盟的強力挑戰，冰球這國球的轉播權，CBC 頂著【Hockey Night in Canada】的招牌，有著輸不得的壓力，最終 CBC 以預估每年約一億加幣的代價（Sandler, 2007），拿下 NHL 2008 到 2014 年的轉播權。在確定與 NHL 完成續約後，CBC 執行副總裁 Richard Stursberg 如釋重負地表示：「冰球是加拿大整體的一部份（part of the Canadian fabric），我們很驕傲和喜悅地延續世界上最長久的運動轉播權關係，而且我們會提供加拿大人比以往更多的冰球，和更多的欣賞管道。」¹⁰

根據最新的六年轉播合約，CBC 擁有 NHL 星期六晚間無線電視的獨家轉播權、絕大部分季後賽以及冠軍賽的獨家轉播權，除了傳統電子媒體之外，CBC 更擁有 NHL 網路的轉播權，以及行動電話的相關服務等。值得注意的是，CBC 的資金來源配置上，大約有 60% 來自於政府，另外 40% 則是透過廣告等私部門管道獲得，根據 Stursberg 表示，儘管轉播金額如此之高，但轉播 NHL 的資金都會來自於私部門，而且 CBC 依舊可以從中獲利，並用在補助其他具公益性質但獲利能力較弱

的節目。

除了賽事轉播之外，CBC 對於冰球文化的其他呈現方式也多有著墨，也透過以冰球為主題的紀錄片和戲劇反映其在加拿大文化上的位置，2006 年 4 月的迷你影集【Canada Russia 72】，重現當年的系列經典賽事，同年 9 月，也就是新球季開打前，更播出【Hockey: A People's History】，共計十集、十小時的紀錄片，並以高畫質呈現，從冰球的誕生、冰球巨星、職業化的過程與爭議、1972 年高峰系列賽、及 2002 年鹽湖城冬運的金牌，以大、小敘事兼具的史觀帶領加拿大人重溫這個伴隨他們百年的國球的點點滴滴，並從專家學者、球員、作家、球迷及新移民等多元觀點，呈現出冰球在加拿大歷史的角色，並說明它是屬於一個全民的運動，加拿大的冰球史也就是一部「人民的歷史」。

回顧 CBC 與冰球結禡五十餘年的歷史，不但見證每年 NHL 的總冠軍，更在 1972 年高峰系列賽與 2002 年鹽湖城冬運男子冰球決賽中，將全國緊密地結合在一起，但是當 2010 年，冰球金童 Sidney Crosby 帶領加拿大競逐冰球金牌時，CBC 卻只能當個旁觀者，2014 年之後的【Hockey Night in Canada】是否還能維繫在 CBC 頻道上，也面臨越來越大的挑戰。

伍、結論——國球與公共電視

從台灣與加拿大的經驗看來，兩國以公共電視透過國球作為國族認同的載具上，此點並無二致。棒球並非台灣所獨有，冰球也非加拿大壟斷，運動作為一個動態的文化空間，是無法為一國所專斷，然而卻是可以由文化、歷史的累積奠定獨特的地位。的確，冰球也曾被在 1980 年寧靜湖冬季奧運上被美國所挪用，在美國擊敗蘇聯後，「冰上奇蹟」（

Miracle on Ice) 也成了美國運動史上不可抹滅的一頁，而台灣，在雅典奧運後也曾因為跆拳道金牌掀起股跆拳道熱，然而，到底冰球之於美國和跆拳道之於台灣，都不若加拿大冰球與台灣棒球的文化與歷史深度，因此那樣的熱潮，都僅止於短暫的國族激情。

公共電視與「國球」的結合，背後都具有鮮明的歷史與既得利益階級的刻畫痕跡，Gruneau 與 Whitson (1993) 曾言，運動與國族主義的結合，是一種文化失憶症的症狀。「集體記憶」本就是一連串「選擇性記憶」(Halbwachs, 1992)，加拿大人選擇忘記冰球在相似天然環境下的俄羅斯、北歐和東歐同樣代表著顯著意義，選擇記憶冰球的獨特「加拿大性」；選擇忘記 1998 年加拿大「夢幻球隊」在長野和 2006 年杜林冬季奧運的失敗，選擇記憶 1972 年高峰系列賽、2002 年鹽湖城冬運。台灣棒球選擇遺忘冒名、超齡的少年，記憶灌水的「世界冠軍」；遺忘全大聯盟，記憶王建民；就像傳頌的荷馬史詩一般，被遺忘的是強姦、虐待和劫掠的士兵，記憶的是「如神般的阿基里斯」。神話終究將歷史 (History) 轉化成自然 (Nature) (Barthes, 1972)，袁定文、Foster Hewitt 正是公共電視與國球婚姻下的「荷馬」，透過他們的聲音，傳遞著王建民與 Paul Henderson 的英雄事蹟。

當然，我們必須留意一點，運動所協助構築的想像共同體可能是暫時而不穩定的 (Ingham & McDonald, 2003)，如同雅典跆拳道熱潮與美國寧靜湖冬運的「冰上奇蹟」，然而台灣棒球與加拿大冰球的基礎卻較上述二者穩定許多，正因為它們已經在國族的文化與歷史脈絡裡存在許久，然而這樣的存在，我們卻不能天真的以為是完全俗民力量所形成的文化空間，國球之所以為國球，背後仍充滿著國家機器、職業運動聯盟等統治階級的斧鑿痕跡，公共電視的結合即為一顯著的例子，CBC 在失去許多比賽轉播權的情況下，力保 NHL 與【Hockey Night in

Canada】，儘管最新合約的代價是一年約一億加幣的天價；公視則是在財源困窘下，由政府各單位撥助經費，完成了王建民比賽轉播的兩年階段性任務。公共電視在運動轉播的角色上，儘管台灣是以彌補商業電視台不足為初衷，而加拿大 CBC 是以商業電視台平起平坐，甚至是運動轉播領導者的角色，然而共同的是，兩者皆是「國球」與國族認同中間的橋樑，加拿大與 CBC 選擇以昂貴的代價維繫與 NHL 這段長達超過五十年的「婚姻」，NHL 甚至間接化解了 CBC 的封館窘境，但是卻仍難保 2014 年合約到期時，拜金的 NHL 不會再與 CTV-TSN 互通款曲。金錢改變了現代公視與「國球」這段看似浪漫而天作之合的婚姻關係，在台灣，這兩年「適婚」暫時告終，但是我們卻不必懷疑，繼之而起的民視，會以更強的力量聯繫著台灣性與棒球（尤其是王建民），即使 CBC 將來與 NHL 關係不再，冰球與加拿大性仍無法切割，因為「國球」已成為在國族的文化空間裡不可分離的血脈。

再浪漫的婚姻都難檔現實生活中的困窘，運動轉播與公共電視亦是如此，全世界的電視產業都面臨著龐大且一路飆漲的運動轉播權利金，公共電視在預算掙紮的情況下，勢必受到極大的衝擊，CBC 當然不例外，有鑑於此，2006 年世界公視大展（International Public TV Screening Conference，簡稱 INPUT）也針對此議題進行討論，與會的各國公視代表包括加拿大、德國和台灣公視代表袁定文，與會者皆同意，公共電視不可能無止盡地揮灑大把鈔票，但是運動節目也是他們不會放棄的類型，折衷之下，運動新聞雜誌型的節目、紀錄片及談話型節目，就變成了公共電視因應高轉播權利金時代的對策。

雖然公視與 CBC 皆為公共電視，但依馮建三（1999）的論述，兩者經濟屬性並不相同，政治屬性方面，則如同馮文分析歐盟國家公共電視一般，公共電視的發展是國家內政黨相互傾軋、爭論的一種體現，公

視與王建民的結合，也是此一現象的反映，平心而論，如果台灣公視的定位依舊是「彌補商業頻道的不足」，那麼目前運動轉播「中輟」期，恐怕也只是無可避免的「常態」，零星的運動紀錄片，或許仍是目前對公視運動節目的最大期許。反觀 CBC，同樣面臨商業媒體的強力競爭，但是廣告收入以及【Hockey Night in Canada】的文化顯著性，得以確保它在 NHL 轉播權上的強力競爭地位，全世界單一媒體與運動聯盟的最長結合依然持續著（至少 62 年，1952-2014），而王建民與公視的兩年「試婚」期，已然告終。

或有論者問，即使公共電視不能維繫與運動轉播的關係，但仍有其他商業電視台接手，觀眾權益並無損，像台灣不正是由民視接續公視的 MLB 轉播嗎？此點固然是合理的質疑，但卻忽略了公共電視不僅作為運動轉播的媒介而已，運動轉播對公視與 CBC 重要之處，除了在於凝聚國族認同之外，其收益也是其他公共節目得以製播的重要輔助財源，CBC【Hockey Night in Canada】的廣告收入，公視王建民轉播的效益亦反映在其募款所得上，公共電視參與運動轉播，對於國族認同的凝聚已在 CBC 與公視的經驗上看到例證，其所帶來的經濟利益，亦可挹注其他公共服務性質節目的製播，兩國同時面對美國為主體的職業聯盟飆漲的轉播權利金，面對這樣的現實，CBC 選擇接受 NHL 轉播高成本的事實，延續世界上最長的單一媒體與運動聯盟的合作，公視雖然選擇放手 MLB，但也參與 2009 年高雄世運會的轉播，為這台灣有史以來主辦最大規模的國際運動盛會，背後所代表的國族意涵再度背書，儘管公視與王建民的關係暫告結束，但公共電視運動轉播承載國族認同的意義卻不會終止，運動轉播先驅者 CBC 如是，現階段彌補商業電視台不足而進行運動轉播的公視亦然。

註釋

- 1 該場比賽後來由公視在 2005 年 9 月 4 日首播。
- 2 資料來源：CBC 2005-2006 年財政報告 <http://www.cbc.radio-canada.ca/annualreports/2005-2006/pdf/financials-e.pdf> (上網日期：2007/09/25)
- 3 資料來源 CBC, http://archives.cbc.ca/IDC-1-41-318-1652/sports/summit_series/clip9 (上網日期：2007/09/25)
- 4 美國職業運動多以誇大的「世界冠軍」之名賦予其聯盟冠軍，然而雖名為世界冠軍，實則最多僅有美、加兩國的球隊參與而已，少棒聯盟近年來雖加速其世界化的腳步，但在台灣少棒主宰該項賽事的 1970 及 80 年代，卻僅有遠東區、拉丁美洲及歐洲等球隊「代表」參與。
- 5 需要特別說明的是，儘管公視於 2005 年方才加入運動轉播的行列，然而台灣獨特的黨國媒體體制下的三台，其實在過去三四十年間都扮演著國族認同凝聚的角色，因此公視與運動的結合，並非從無到有，此亦可視為從三台時代延續下來的血脈，然基於書寫之策略性考量，本文不得已選擇以公視作為討論主體。
- 6 資料來源：<http://www.nytimes.com/2006/10/03/sports/baseball/03wang.html?hp&ex=1159934400&en=0a317fae71f80c74&ei=5094&partner=homepage>(上網日期：2006/10/03)
- 7 六支球隊分別是渥太華參議員隊 (Ottawa Senators)、多倫多楓葉隊 (Toronto Maple Leafs)、蒙特婁加拿大人隊 (Montreal Canadiens)、卡加立火焰隊 (Calgary Flames)、艾德蒙頓油人隊

(Edmonton Oilers) 和溫哥華加拿大佬隊 (Vancouver Canucks)

- 8 Trudeau 善於以運動作為外交工具，除了「冰球外交」之外，台灣（中華民國）奧運代表團於 1976 年蒙特婁奧運被拒於加國門外，也是 Trudeau 透過運動傳達政治訊息，並向中共示好的另一例證。
- 9 資料來源：http://www.friends.ca/News/Friends_News/archives/articles02080501.asp (上網日期：2007/10/04)
- 10 資料來源：<http://www.variety.com/article/VR1117961819.html?categoryid=14&cs=1> (上網日期：2007/10/05)

參考書目

- 王如蘭 (2006)。〈世足賽讓歐洲動起來 全球 HDTV 發展潛力無窮〉，《公視研究季刊》，6: 10-11。
- 公視公服暨行銷部 (2006)。〈2006 王建民專案報告〉，未公開之內部研究資料。
- 林琪雯 (1995)。《運動與政權維繫—解讀戰後台灣棒球發展史》。國立台灣大學社會學研究所碩士論文。
- 陳子軒 (1999)。《A Comparative Study of American and Taiwanese Baseball – A Media-centered Perspective》。國立台灣大學新聞研究所碩士論文。
- 陳子軒 (2007)。〈國族 (的) 運動：棒球與台灣認同〉。《文化研究月報》，第 68 期。取自 http://hermes.hrc.ntu.edu.tw/csa/journal/68/journal_park681.htm。
- 黃東治、邱金松譯。〈運動世界的社會學〉。台北：學富。(原書 Maguire, J., Jarvie, G., Mansfield, L. & Bradley, J. [2002], *Sport*

Worlds: A Sociological Perspective. Champaign: Human Kinetics.)

馮建三 (1999)。〈公共性的詭譎：比較英德法義台的公共電視爭議〉，《台灣社會研究季刊》，34: 133-185。

曾文誠、孟峻瑋 (2004)。《台灣棒球王》。台北：我識。

劉昌德 (1998)。〈媒體在運動商品化過程中的角色〉，《台灣社會研究季刊》，32: 215-247。

劉昌德 (2005)。〈明天依然愛我？電視運動轉播權利金的發展與分析 (1990-2005)〉，「2005 年中華傳播學會研討會」台北，台灣大學。

蔡岱亨 (2003)。《台灣職業棒球運動發展之研究》。屏東師範學院體育學系碩士班碩士論文。

謝仕淵、謝佳芬 (2003)。《台灣棒球一百年》。台北：果實。

藍宗標 (2006 年 10 月 5 日)。〈寶島免費廣告兩度上美電視〉，《聯合報》，G2 版。

Anderson, B. (1983). *Imagined communities*. New York: Verso.

Appadurai, A. (1996). *Modernity at large*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Attallah, P. (2000). Public broadcasting in Canada: legitimation crisis and the loss of audience. *Gazette*, 62(3-4), 177-203

Bairner, A. (2001). *Sport, nationalism, and globalization: European and North American perspectives*. Albany: State University of New York Press.

Bale, J. (2001). *Sport, space and the city*. Caldwell, NJ: The Blackburn Press.

Barthes, R. (1972). *Mythologies*. New York: Hill and Wang.

Bird, R. (1988). *Documents of Canadian broadcasting*. Ottawa: Carleton University Press.

- Bodroghkozy, A. (1998). As Canadian as possible...: Anglo-Canadian popular culture and the American other. In H. Jenkins, T. McPherson & J. Shattuc (Eds). *Hop on pop: the politics and pleasures of popular culture*. Durham: Duke University Press.
- Chen, Tzu-hsuan (2005). *Not Just an Imagined Community: Mass Media and the Identity Matrix of Sports*. Unpublished doctoral dissertation, University of Wisconsin- Madison.
- Cohen, A. P. (1985). *The symbolic construction of community*. New York: Tavistock Publications.
- DiManno, R. and R. Johnston (2002, February 25). Gretzky's Gang Beats U.S. 5-2 – and Keeps the Faith for a Desperate Nation. *Toronto Star* p. 1.
- Earle, N. (1995). Hockey as Canadian popular culture: Team Canada 1972, television and the Canadian identity. *Journal of Canadian studies*, 30(2), 107. Retrieved November 1, 2007 from ProQuest database.
- Elias, N. (1998). *On Civilization, Power, and Knowledge*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Geertz, C. (1973). *The interpretation of cultures: selected essays*. New York: Basic Books.
- Gellner, E. (1994). Nationalism and modernization. In J. Hutchinson & A.D. Smith (Eds.), *Nationalism*. New York: Oxford University Press.
- Gruneau, R. (1989). Making Spectacle: A Case Study in Television Sports Production. In L. Wenner (Ed.), *Media, Sports, and Society*. Newbury Park, CA: Sage.
- Gruneau, R. & Whitson, D. (1993). *Hockey Night in Canada*. Toronto: Garamond Press.
- Guttman, A. (1978). *From ritual to record: the nature of modern sports*.

- New York: Columbia University Press.
- Halbwachs, M. (1992) *On collective memory*. Chicago: University of Chicago Press.
- Hobsbawm, E. (1992). *Nations and nationalism since 1780: programme, myth, reality* (2nd Ed.). Cambridge: Cambridge University Press.
- Hughes-Fuller, P. (2003). "Am I Canadian?": hockey as "national" culture. In J. Gifford & G. Zezulka-Mailloux (Eds) *Culture and the state: nationalisms*. Edmonton: University of Alberta Press.
- Ingham, A. & McDonald, M. (2003). Sport and community/communitas. In R. Wilcox, D. Andrews, R. Pitter & R. Irwin (Eds). *Sporting dystopia: the making and meaning of urban sport and cultures*. Albany: State University of New York Press.
- Jhally, S. (1989). Cultural studies and the sports/media complex. In L.A. Wenner (Ed), *Media, sports and society*. Newbury Park: Sage.
- Keller, S. (2003). *Community: pursuing the dream, living the reality*. Princeton: Princeton University Press.
- Klein, A. M. (1995). Culture, politics, and baseball in the Dominican Republic. *Latin American Perspectives*, 22(3), 111-130.
- Le, E. (2006). Collective memories and representations of national identity in editorials: obstacles to a renegotiation of intercultural relations. *Journalism Studies*, 7(5), 708-728.
- MacDonald, G. (2005, October 29). In a post-lockout world, CBC faces some dramatic dilemmas. *Global & Mail*. p. R1.
- MacIntosh, D & Greenhorn, D. (1993). Hockey diplomacy and Canadian foreign policy. *Journal of Canadian studies*, 28(2), 96. Retrieved November 1, 2007, from ProQuest database.
- MacNeill, M. (1996). Networks: producing Olympic ice hockey for a national

- television audience. *Sociology of Sport Journal*, 13, 103-124.
- Martin, S. (2004). *Football and Fascism: The National Game under Mussolini*. Oxford: Berg Publishers.
- Mason, D. S. (2002). "Get the puck outta here": media transnationalism and Canadian identity. *Journal of sport & social issues*, 26(2), 140-167.
- McCarthy, A. (2003). *Ambient Television*. Durham: Duke University Press.
- McCullough, C. (1972, September 29). The fans who discovered their own nationality in Moscow. *Globe and Mail*. p. 1.
- McKinley, M. (2006) *Hockey: a people's history*. Toronto: McClelland & Stewart.
- Nation erupts over hockey victory (2002, Feb 24). MSNBC report. Retrieved from <http://www.msnbc.com/news/715321.asp?cp1=1>
- Newcomb, H. (1974). *TV: the most popular art*. New York: Anchor Press.
- Sandler, J. (2007, March 27). NHL passes puck back to CBC. *National Post*. Retrieved from <http://www.canada.com/nationalpost/news/sports/story.html?id=e8c13b61-9eb8-4b6c-b737-bccf0ef3946d&k=19255>
- Soul of a Nation (2006). Episode 7 of CBC's *Hockey: a people's history*.
- Tomlinson, J. (1991). *Cultural imperialism*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Weber, M. (1994). The nation. In J. Hutchinson and A. D. Smith (Eds), *Nationalism*. New York: Oxford University Press.
- Wertsch, J. (2002). *Voices of collective remembering*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Zelizer, B. (1998). *Remembering to forget: Holocaust memory through the camera's Eye*. Chicago: University of Chicago Press.

Sports Broadcasting on Public Television and the
Construction of National Identity
– PTS-Chien-ming Wang Experience and CBC's
Hockey Night in Canada as Examples

Tzu-hsuan Chen*

ABSTRACT

This paper examines the cultural significance of hockey in Canada, especially the importance of CBC in helping build Canada's national pastime, to contrast the Chien-ming Wang—PTS experience in the age of globalization. During the brief two-year broadcast, baseball has transformed itself and the Taiwanese identity it represented. This paper argues that hockey and baseball are the vehicles of national identity in Canada and Taiwan respectively by reviewing some key historic moments in these two nations. The broadcasts of national sports on public television in these two nations are crucial in constructing national identities in this process. However, the public television-national sports relationship is seriously jeopardized by the challenges from commercial networks and the sky-rocketing broadcasting right fees.

Keywords: identity construction, public television, hockey, baseball, Chien-ming Wang

* Tzu-hsuan Chen is an Assistant Professor at the Department of Journalism in the Shih-Hsin University, Taipei, Taiwan.

• 新聞學研究 • 第九十六期 2008 年 7 月