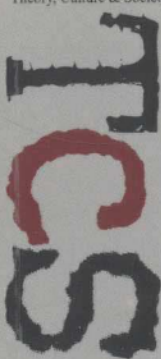


理論・文化暨社會系列  
Theory, Culture & Society

國立編譯館與韋伯文化國際出版有限公司 合作翻譯發行



# 運動的文化分析

Understanding *Sports* Culture

國立編譯館 ◆ 主譯

Tony Schirato ◆ 著

何哲欣 ◆ 譯



TCS  
理論、文化暨社會系列  
Theory, Culture and Society

休閒・社會叢書②

*Understanding Sports Culture*

# 運動的文化分析

作者：Tony Schirato

譯者：何 哲 欣

主譯：國立編譯館

國立編譯館與韋伯文化國際出版有限公司合作翻譯發行

2009 年 2 月出版



Weber Publication International Ltd  
Since 1998 良知 品味 責任  
將學術當成一生的志業

休閒·社會叢書 TCS09-02

## 運動的文化分析

### 版權聲明

Chinese Translation © 2009 Weber Publication International Ltd  
English language edition published by Sage Publications of London,  
Thousand Oaks, New Delhi and Singapore, © Tony Schirato, 2007  
Published by arrangement with Sage Publications Ltd.  
through Bardonia-Chinese Media Agency. ALL RIGHTS RESERVED

出版者：韋伯文化國際出版有限公司

著作財產權人：國立編譯館

(地址：台北市大安區和平東路一段 179 號·網址：<http://www.nict.gov.tw>)

主譯：國立編譯館

國家書店松江門市 地址：104 台北市松江路 209 號一樓

國家網路書店：<http://www.govbooks.com.tw> TEL：02-2518-0207 (代表號)

作者：Tony Schirato

譯者：何哲欣

責任編輯：林雅婷、王姿婷

營業事業登記證字號：13118544

住址：台北縣永和市永和路二段 285 號 6 樓

網址：<http://www.weber.com.tw>

Email：[weber98@ms45.hinet.net](mailto:weber98@ms45.hinet.net)

電話：(02)22324332

傳真：(02)29242812

出版一刷：2009 年 2 月

ISBN：978-986-6816-53-6

◎個人郵政劃撥訂書一律九折優待，團體訂購另有優惠價格

郵撥帳號：19686241 戶名：韋伯文化國際出版有限公司

定價：220 元

版權所有 翻印必究

\*著作財產權人：國立編譯館。本書保留所有權利，欲利用本書全部  
或部分內容者，須徵求著作財產權人同意或書面授權  
請洽：國立編譯館世界學術著作翻譯委員會(Tel: 02-3322-5558)  
GPN：1009800168

本書能夠付梓，我要感謝下列人士的貢獻：布魯恩(Joost de Bruin)、布拉迪(Anita Brady)、柯林吉(Jim Collinge)、柯比特(Sean Cubbitt)、鄧里維(Trisha Dunleavy)、安瑪莉·朱特爾(Annemarie Jutel)、蒂埃里·朱特爾(Thierry Jutel)、瑞克茲(Harry Ricketts)、史達爾(Geoff Sathl)與韋布(Jen Webb)。另外，我還要特別向蘿伯茲(Mary Roberts)致意，感謝她不厭其煩持續與我討論，並且全心全力地支持。

v 謝詞

1 第一章 緒論：玩樂中的運動

7 第二章 遊戲、比賽與運動之理論

7 壹、緒言

9 貳、遊戲的理論化

14 叁、遊戲、比賽與運動

18 肆、運動與文明化的過程

24 伍、運動是一種意識形態及一種商品

30 陸、結論

33 第三章 運動的起源

33 壹、緒言

37 貳、希臘的體育活動

44 叁、羅馬的遊戲

48 肆、歐洲中古時期與文藝復興時期

55 伍、前現代時期

60 陸、結論

63 第四章 運動的領域

|    |                |
|----|----------------|
| 63 | 壹、緒言           |
| 65 | 貳、現代化與國家理性     |
| 69 | 叁、運動是一種場域、一種癖好 |
| 80 | 肆、從遊戲到監督       |
| 84 | 伍、運動的普及        |
| 92 | 陸、結論           |

---

## 95 第五章 全球性的運動

|     |              |
|-----|--------------|
| 95  | 壹、緒言         |
| 98  | 貳、運動、殖民主義與帝國 |
| 110 | 叁、美國的運動      |
| 116 | 肆、現代奧林匹克運動會  |
| 126 | 伍、結論         |

---

## 129 第六章 運動、媒體與觀賞關係

|     |               |
|-----|---------------|
| 129 | 壹、緒言          |
| 131 | 貳、運動與媒體間的連結關係 |
| 134 | 叁、運動與觀賞者關係    |
| 142 | 肆、觀眾與運動素養     |
| 160 | 伍、結論          |

---

## 163 第七章 從運動到奇觀

|     |            |
|-----|------------|
| 163 | 壹、緒言       |
| 165 | 貳、運動是一種奇觀  |
| 169 | 叁、媒體、奇觀與社群 |
| 174 | 肆、運動奇觀與蘇聯  |
| 177 | 伍、運動與國際政治  |
| 184 | 陸、結論       |

---

## 187 第八章 當代的運動

|     |      |
|-----|------|
| 187 | 壹、緒言 |
|-----|------|

|     |           |
|-----|-----------|
| 188 | 貳、運動與電視   |
| 202 | 叁、隨性觀眾與行家 |
| 209 | 肆、互動運動    |
| 212 | 伍、結論      |
| 221 | 參考書目      |
| 237 | 索引        |

## 緒論： 玩樂中的運動

運動商耐吉(Nike)的一支電視廣告，巧妙地概述遊戲的概念與當代運動文化領域兩者之間的關係。這則廣告的場景，是巴西與葡萄牙兩支國家代表隊的一場足球賽。當兩隊選手肩併肩一起穿過水泥地下通道而跨進足球場時，這樣的畫面清楚告訴觀眾，足球被認為是當今二十一世紀初的主流運動，特徵是強勢的資本主義、龐大的官僚體系、以及無所不在的媒體。兩支國家足球代表隊的成員(由指派的總教練負責挑選)，身穿代表國家顏色、由多國籍運動公司負責提供的球衣(例如巴西就與耐吉簽有長期合約，雙方關係相當密切)。許多選手像是卡洛斯(Roberto Carlos)、羅納度(Ronaldos)、菲戈(Figo)與羅納迪奧(Ronaldinho)，都是聞名全球的足球選手、媒體巨星。他們經常是媒體報導轉隊傳聞或八卦緋聞的主角，也常出現在球鞋廣告與賽季預告中。耐吉如何選擇球隊，反映出媒體與商業運作的邏輯：巴西與葡萄牙國家代表隊中有許多高知名度的足球選手，兩國的足球傳統重視個人球技而不以競賽為目的；相較之下，德國、英國，甚至是義大利與阿根廷等國的足球，顯然走世俗路線。足球界曾大肆

批評才華洋溢的葡萄牙國家隊員，認為他們只在意踢球，一點也不在乎射門得分。同樣地也常有人挖苦巴西隊只會踢一場「雖敗猶榮」的球賽(巴西隊在一九七〇年代與一九八〇年代世界盃連番失利後決定改變策略與戰術，足球界對巴西的嘲諷才逐漸平息)，也拒踢「難看」的足球(即只重視防守，甚至有系統地向對手犯規的球風)。

- 國際足球總會 (Fédération Internationale de Football Association, 簡稱 FIFA)主辦四年一度的世界盃足球賽，無疑是足球界的盛事。參賽選手的面孔與肢體，都展現出認真與緊張的象徵：他們的動作遊刃有餘、緩慢向前，專注地凝視前方，完全不把其他參賽隊伍放在眼裡。選手從走道中出場，現身在現代化球場裡(球場上方也許設有收縮式的屋頂)。球場周圍的觀眾席上，坐滿了成千上萬的球迷(球場的最大容納人數受安全等因素限制)；這些球迷的票價可能是每張幾百美元(正常票價)、也可能是幾千美元(黃牛票)，端視球賽的重要性與座位位置而定。某些球場會在最佳觀戰視野處設置包廂，販售或出租給大公司用來招待客戶到這些提供五星級飲食的包廂內觀戰。球賽的進行根據時間、空間與硬體設施等要件嚴謹規劃：球賽的開始、停止、再度開賽，都只靠裁判吹哨決定；球賽進行的場地，不論長寬或其他構成要素(例如禁區的大小、球門的高度)都必須符合國際足球總會的規定。即使三十分鐘過後比賽呈現一面倒，輸球一方的球迷紛紛提前離席，球賽進行時間仍是維持九十分鐘(不包括暫停時間)。選手必須穿著合適的球衣：如果穿錯主客場顏色，或是只有一腳穿襪，或是球衣上印的文字與圖案並非經過官方認可的贊助廠商商標，就有可能會被暫時地或以其他方式驅逐出場。此種規定同樣也適用於選手的身體：例如選手受傷導致流血，或是屁股朝向觀眾以傳達政治訊息，

傷導致流血，或是屁股朝向觀眾以傳達政治訊息，就算時間不長，也會被請出球場。

工作人員與選手之間，以及選手與觀眾之間都被劃出不容逾越的界線。媒體也許會呼籲：「將現場觀眾帶進球賽當中」，但是如果觀眾無故攀越隔絕球場與看臺的鐵絲網、避開大量訓練有素的保全人員與警察直闖場內，那麼這名觀眾將會被驅逐、逮捕，並且被轟出場外，處以高額罰金。世界各地數以億計無法親臨現場的球迷，也能透過電視、收音機、網際網路等地面媒體或衛星媒體，觀賞、收聽比賽的現場實況轉播或錄影轉播，與現場的觀眾同樂。球賽轉播的賽前報導分析了過去的戰績、傷兵名單，以及可能影響比賽結果的其他因素。這些觀戰重點的整理，包括大量個人與團隊的統計數據，例如射門前的傳球次數、每場比賽進球數、持球進攻時間、鏟球次數、犯規次數、射門次數、助攻次數等（儘管相較於美國職棒世界大賽等賽事所提供的統計資料，這些數據根本一文不值）。選手任何一個重要的動作（例如越位判決、犯規或射門）皆會透過現場大螢幕與轉播媒體，以慢動作、或是正常速度但角度不同，同步向現場與電視機前的觀眾不斷重播（有時可能會被贊助廠商的廣告打斷）；遠距麥克風也會收錄現場音效，以及選手與工作人員的說話內容。球賽的半場休息時間會有一大群專家，成員包括退休與現役的選手、教練以及記者與球評，負責分析球賽的插曲，提供觀點解釋事件發生的經過、原因，並且預測結果。球賽的票房收入可能高達數千萬美元；但是相較於電視轉播與網路轉播的權利金、球場廣告看板的收益，甚至是提供某一選手或參賽雙方所有選手的獨家球具代言費用，票房收入可說是小巫見大巫。這些收入都用來支付選手、工作人員、經理、

教練、物理治療師、醫師、公關、經紀人、兼職訓練員、演唱各國國歌的歌手，以及裁判與線審的薪資。比賽結束後，球評專家仍會繼續分析球賽，而這又是另一項收入來源：世界各國的電視轉播單位會在晚間新聞的運動賽事報導時段播出球賽的精采畫面；報紙與雜誌會刊載球賽的報導，戲劇性地呈現球賽的主角與失誤者；球賽錄影帶與數位影音光碟(digital video disc，簡稱DVD)也會被大量製造、包裝、廣告與販售。輿論評價或褒或貶(這會嚴重影響選手的身價、合約年限與代言收入)，選手可能因此決定轉隊，上百萬球迷會大肆慶祝、飲酒狂歡，或是暴力相向、宣洩怒氣，端視選手最終落腳處而定。政治人物會爭相與球賽的勝方合影留念；輸球一方的國內媒體與政治組織則會湧現質疑與改革聲浪，甚至造成政府垮台。

但是商業廣告裡卻很少出現上述現象；絕大多數的廣告都藉由我們親眼所見的實際場景來做延伸隱喻。運動廣告通常會以較小的規模反映或複製運動領域、相關業務、價值、規則、經紀人與制度，將球星、劇本、驚艷、群眾與球賽的技術，濃縮到同一場演出裡。典型的足球廣告會邀請羅納度或貝克漢(David Beckham)等球星擔任主角大秀球技，在片中以華麗的動作躲過千鈞一髮的鏟球，起腳射門踢進致勝球、球在空中越過對手丑角般守門員的頭頂應聲入網，選手爭相慶祝擁抱，場邊的球迷歡聲雷動、盡情尖叫。贊助商的名號與場上的動作、選手和球具密不可分，同樣也與足球的激情、刺激、美感脫不了關係。

不過這並非典型的運動廣告。讓我們再回到一開始所描述的场景：巴西與葡萄牙兩國的國家足球代表隊整裝出席一場官方認可、嚴肅重要的運動賽事，但兩國的參賽選手卻好

像一群孩童或青少年正在巴西某個海灘踢足球。一名選手持球後開始盡情玩球：向牆壁踢球讓球反彈、將球彈起踢向空中。其他選手紛紛加入，希望能從該名選手腳下搶到球，證明自己技高一籌。每名選手都大顯身手，比賽的強度、步調與技術門檻也隨之升高；到最後，球賽幾乎像是在打彈珠，球在半空中來回飛奔。突然間，裁判出現了。裁判顯然對眼前的狀況難以置信，因此直接向持球者(巴西籍的羅納度)鐘球(實際上是犯規的動作)，將球要回來。畫面的最後一幕是球賽的秩序已經順利恢復：外表莊嚴的裁判手中握球，四周響起國歌，現場觀眾齊聲合唱，選手整隊、稍息站成一排，攝影機鏡頭在每位選手身上逐一停留。這些選手被抹黑、被詆毀、被污衊、被懲處，但是他們專心致志、保有自我；他們明白：遊戲時間結束了，比賽即將開始。

在某種程度上，本書不斷重複以下的論述：運動主要關乎那些被我們認為是現代運動領域的發展以及其他轉型成為流行文化的類型，並且和官僚體系、全球資本主義、媒體與權力的價值、邏輯與論述息息相關(Bourdieu 1998)。但是本書也同樣探討運動與玩眾意向之間的關係，以及我們所稱耐吉廣告的後設敘事(meta-narrative)，也就是即使運動的領域幾乎都以商業為核心，企圖將娛樂活動的自發性與資源耗費排除在外(此一角色由上述重新恢復比賽嚴肅氣氛的裁判所扮演)，但是運動比賽上演時，還是必須堅守承諾，時時縈繞在心，體認運動終究也只是在玩樂中的一群人。



## 遊戲、比賽與運動之理論

### 壹、緒言

一名小孩在海灘上建造沙堡、一名上班族因為開會時間過長而翻開記事本隨意塗鴉、一名工人趁工作時間空檔玩起「線上夢幻運動遊戲」(fantasy sport)：這些活動都符合法國哲學家巴塔耶(George Bataille)「一般經濟」(general economy)的概念，也就是他所稱「遊戲的力量永無休止」(Bataille, 1989: 23)。巴塔耶從特定的經濟體系內區分出一般經濟；他認為特定的經濟體系是「有止盡的特殊操作方式」(Bataille, 1989: 22)。上述三項活動顯然都不具備系統性的或合理性的效用；或者是說，至少潛在的獲利對小孩、上班族、工人三人來說根本無關緊要(例如他們不需受過專業訓練)。真正重要的應該是在封閉的經濟體內，建造沙堡、隨意塗鴉、即興舞蹈等活動的花費，與個人成長之間毫無關係(個人成長可以理解成獲得某種優勢或利益，例如學會有用的技能，或是賺取某種文化資本與金融資本)。另一方面，一般經濟的概念

並未提及花費的問題，反而提出一種全然不同的觀點、根據損失而非獲利的主張：

一旦我們理性地做出行動，我們就會立刻想知道這些行動的效用；效用的意思就是……個人的不斷成長。如果我們必須維持身體狀態的朝氣蓬勃，我們無疑就可能會以身體活動促進個人的成長。不過……如果再也沒有任何成長的空間，那麼我們又該如何消耗體內源源不絕的體力？浪費與使用顯然不同。而且我們多出來的體力會持續耗竭，會在任何狀況下完完全全地、乾乾淨淨地消逝：剩餘的體力要是不能用來促進成長，那麼從一開始，這些體力就是一種損失(Bataille, 1989: 30-1)。

換句話說，浪費與損失並不是全然與效用毫無關聯。愉悅與(或)慾望是浪費與損失過程的特徵，同時也是巴塔耶所陳述的「生命始自……社會體系……的不足……只有當妥善安排、儲備的力氣，因為某種無法妥協、難以言喻的理由而獲得解放、消耗，安排與儲備才有意義」的意涵，兩者如出一轍(Bataille, 1989: 128)。這些觀點有助於我們解釋一種似是而非的論述：遊戲建構了例常的行為與結構，只為了從例常的行為與結構中跳脫。

巴塔耶的論點與我們所理解的遊戲傾向相關；他對研究散財宴(potlatch，譯者按：散財宴是西北太平洋沿岸美洲印第安人獨有的一種制度，與會的成員必須準備各種禮物在宴會間交換，藉由慷慨贈物表現個人的社會地位)現象展現高度興趣，法國社會學家牟斯(Marcel Mauss)、荷蘭歷史學家赫伊津赫(Johan Huizinga)與

法國遊戲學家凱伊瓦(Roger Caillois)過去就曾投身類似研究。巴塔耶對散財宴的分析十分貼切；他認為散財宴是一種系統性的、無意義的財富解構或財富贈與，因為散財宴的損失(所有商品都被摧毀)會偽裝成一種效用(損失的一方獲得資本補償)，因此實際上是一種偽裝的損失(沒有製造任何東西)。不過對巴塔耶與其他遊戲理論學家來說，散財宴理論(或示範)的實際價值在於：散財宴是社群遊戲的最佳例證，而不是像其他人想的那樣不堪。也就是說，儘管整個社群可以提出各種原因與理由，為散財宴或是社群將動力握在手上的其他類似過程辯解(聲稱「散財宴確實有效」、「我們只不過是為了爭取名望與資本」)，但是被操弄的其實是(只有)這個社群。就此觀點來看，遊戲是一種存在於某地或經歷過某地的傾向，在不同時間會以不同方式、不同強度出現；不過學界卻較常從個人動力或甚至是社群動力的角度詮釋遊戲。

## 貳、遊戲的理論化

遊戲存於個人與社群身上，個人與社群因而被賦予生命；即使是在某些明顯缺乏遊戲氣氛的場合，也能持續發揮強大的社會文化影響力。上述概念來自赫伊津赫的重要著述；赫伊津赫將遊戲解釋成一種無所不在的抽象概念(他斷言娛樂不只比文化更重要，還能有效活化文化)，同時也是一種古往今來常見的、能付諸實行的傾向。赫伊津赫認為遊戲：

遊戲比文化更悠久，(而且)……絕非只是一種生理的現象或是心理的反映……遊戲具有顯著的功能……也就是說，遊戲自有妙用。遊戲時所「玩」的東西，能超越人生當前的迫切需求，賦予遊戲行動的意義；所有的遊戲都有其價值。如果我們將構成遊戲本質的行動原則視為「本能」，那麼我們將難以解釋何謂遊戲(Huizinga, 1996: 1)。

上述引文指出遊戲的兩大基本特徵。首先，遊戲「以它自我為中心」(Huizinga, 1996: 3)：遊戲沒有任何生物的目的，不為「其他非遊戲的事物存在」(Huizinga, 1996: 2)，具備自我的屬性特質。遊戲激發了社會文化的無數型式與無限轉型，卻又嚴格遵循自我的特性、責任與地位。此外，儘管遊戲缺乏道德或倫理上的功能，但是遊戲卻是幻想活動的催化劑，能起身抗拒嚴肅的文化與氣氛。雖然遊戲可以力抗嚴肅，但不代表遊戲是強度不夠的活動：遊戲的傾向可以控制人們、驅使人們脫離或逃開日常生活的義務與責任。為了解決赫伊津赫論述遊戲時出現的矛盾論點(例如一方面，遊戲可以抗拒嚴肅、但遊戲本身卻可以是嚴肅的活動；另一方面，遊戲不受拘束、但我們卻又自願遊戲)，我們必須先探討他在《遊戲的人》(*Homo Ludens*)末章的分析，理解他所稱的「當代文明的遊戲元素」(Huizinga, 1996: 195)。

遊戲能自得其所、又能力抗嚴肅，因此赫伊津赫認為，遊戲具有六種屬性：遊戲是自發性的行為或是自由選擇的行為；遊戲對效用不感興趣也無法降低效用；遊戲與日常生活有別；藉由執行規則或行為規範，遊戲可以創造出需要遵守秩序的環境；遊戲可以在時間與空間的限制下順利運作；遊