

運動全球在地化概念之建構與挑戰

文·洪義筌、程瑞福

壹、前言

全球在地化（glocalization）一詞係由羅柏森（Robertson）在1992年提出，強調超越地方主義與全球主義二元對立的神話，擴大觀察視野，為全球化（globalization）與在地化（localization）之爭論謀出路（陳伯璋、薛曉華，2001）。其乃結合全球化和在地化兩個觀念而成，係指一種全球思維架構，融合在地需求和特色的動態關係，也就是所謂的：全球接軌、在地行動。基本上，全球化與在地化是全球互為一體的兩個面向，並非相互對立與排斥，而是意味著文化與語言之間的接觸、交流與匯集。

隨著科技發達、通訊與交通的發展，人類的各式活動範圍，無論是人流、物流及知識流皆快速流動，流動範圍擴及全球，並且傳遞速度也不斷加快，政治、經濟、社會、文化都無法自外於此浪潮，所有的事務及活動幾乎都在同一時間同步脈動，這就是「全球化」的世界。我們也必須意識到，全球化並非是一個單向的過程，它在影響全世界的同時，也夾帶了原本各國專屬的特色，進而再度影響其他國家，其所代表的意涵可以包括「地方發展全球化」與「全球發展在地化」的雙向、互動關係。運動作為一種全球普世價值的社會現象，自然無法置身於此潮流之外，因此，本文乃舉證說明運動文化在全球化及在地化之間衝突中所產生的現象及衍生的問題，最後提出如何建構全球在地運動文化之可能。

►透過媒體的傳播，大型國際運動賽事均在同一時間呈現在國人的面前，場上選手的表現牽動著國人的情緒。（攝影／李天助）



貳、全球化及在地化擺盪下的運動文化

筆者認為在運動全球化的概念中，「差異存在」與「跨越疆域」是非常重要的兩個意識，只是在討論全球化時，比較關注「跨越疆域」的部分，而較忽略「差異存在」的部分。也就是說，我們通常較在意將某種事物（非具有全球通性）以全球為推銷範圍進行跨越疆域的過程，而忽略了各地區文化的差異，這在當今多元的社會是需要正視的問題。本文從運動文化面切入，以運動媒體、球員流動及運動組織等三面向突顯出此問題。

一、運動媒體的衝擊

目前全球資本和跨國行動者掌握傳播通路和文化商品產製等資源，這些掌握者多集中於少數大型運動賽事組織和跨國媒體集團所構成的媒體/運動複合體（media/sports complex），使得其於全球運動文化的生產脈絡中佔有優勢地位。

全球運動奇景的現象，媒體和新傳播科技在這過程中扮演要角，且商業利益在此過程中的確具有重大的意義。由於電視轉播權利金每每達到數十億美元之天價，全球運動相關商品的行銷量亦隨之暴增。因此，資本主義商業邏輯已使運動昇華為休閒娛樂的一部分（高堂堯，2007：2）。換句話說，當資本邏輯在運動的背後進行運作和累積，確實會使得運動呈現不同以往的新風貌，也會使人們對於運動產生不同的意義。運動文化透過媒體的傳遞，可以帶給觀賞者有別於以往的感官衝擊，藉此透過媒體就可形塑接收者的「運動」經驗。這些運動經驗絕大部分是利用超越疆界藩籬之媒體/運動複合體所傳遞，不僅使得各地接收者都接收到相同運動文化內容，也使得各地接收者也在共同創造此一運

動文化中，彷彿成為一種身體力行的運動文化和習慣，於是世界各地似乎正在趨於一致而逐漸忽略了其本身的特色性及差異性此乃造成運動文化在過度全球化中失去其本土化意識的主要因素之一。

二、運動球員的流動

現代運動的擴散最初是由於西方歐洲藉由殖民勢力為連繫彼此而擴散，這意味著擴散方式是殖民母國的運動人員介紹西方的常規與價值給殖民地地區的人民。然而，當運動漸漸地成為大眾普及之活動，發展成職業運動後，擴散方式就以強調運動員其技術與實力為主，只要符合對球隊具有貢獻條件之運動員，可以不分地域的進行跨越疆域之遷移；更重要地，遷移的範圍並非只在一國之內，而是跨越不同國界的疆域。故一旦成為職業導向，就為全球運動員的遷移提供更廣大的舞台（Magee & Sugden, 2002: 426），遷移的人員不只包括運動選手，還包括教練、運動專業行政人員、以及運動科學家等等。因此，運動人員之遷移可以視為是運動地球村的一項基本特徵，故運動員跨越疆域已成為運動全球化過程中一個主要現象，而球員外流的現象也成為不同區域國家流失優秀選手的重要指標，此過度全球化所帶來的後遺症，在臺灣的運動生態中相當普遍。

三、運動組織的整合

胡利漢（Barrie Houlihan）指出全球運動文化之發展有賴於世界性的運動基礎建設，其可包括三項：第一，國際運動聯盟可以是球員在運動規則上產生糾紛時的仲裁機構，更重要的是可幫助運動發展。第二，許多全球運動賽事及機構的建立，包括全球單項運動錦標賽或某職業運動之巡迴賽，或是

由各國政府與全球運動組織共同合作的多項運動大型賽事，如國際奧林匹克委員會（International Olympic Committee, IOC）所主導的奧林匹克運動會（Olympic Games）。第三，運動全球化的基礎建設，有賴於國際運動產業的快速發展與熱衷從事運動轉播的運動媒體業之幫助，當中贊助商扮演重要角色，由於其知道當世界盃足球決賽或任何奧運項目之轉播，可在全世界吸引可觀的收視群，自然願意付與高額贊助金（Houlihan, 1994: 356-357）。因此，20世紀國際運動組織在全球化的浪潮下如雨後春筍般紛紛成立，使運動競賽逐步擺脫原來地方傳統的形式，促進競賽活動的興盛，以及在技術和規則上的不斷進步，並達到宣傳與建立全球適用規範（舒盛芳，2007：24）。這也代表著西方的主流運動價值已逐漸蠶食了全世界。

然而，運動組織結構是正式且團體性的，代表具有多層面意涵，其可能以推廣運動為宗旨，也可能以追求商業利益為宗旨，端看其設立目的而定。（舒盛芳，2007：26）例如：職業運動組織，其組織以賺錢為最主要目的是無庸置疑。「制度化」更是意味著具有明顯或正式規則，表示參與者必須共同遵守一致的規則。但是，身體「競爭」（competition），即運動不管是個人或團體一起競爭，結果都會有輸贏，且沒有固定的結果。運動的特性，除了前述提到的組織結構的特徵與制度化之外，最重要的關鍵在於「競爭」，與其伴隨而來的「輸贏」特性，使得運動容易與認同產生聯結。也就是說，運動文化的在地化特性會在「認同」的觀點達到彰顯（Tomlinson, 2005），而正因為此現象，使運動文化能在全球化與在地化的擺盪中找到

其獨有的特色，進而不被全球化的浪潮所淹沒，以下將從認同觀點進一步敘述之。

參、運動文化融入全球在地化的關鍵因素：認同概念的介入

由於運動具有「競爭」與「輸贏」的基本特性，故容易造成敵對雙方在競賽過程中成為觀眾投射之對象，藉此激發認同，這意味著，觀眾觀賞運動競賽過程，有助於其尋找與確認身分的認同（Tomlinson, 2005）。認同層次可能依敵對雙方隊伍的區分方式不一而有所差異，可能是地方、民族、國家或甚至區域等，但在全球或國際性運動競賽這種較高層次比賽之輸贏，所伴隨的興奮與優越感或沮喪與自卑感會更加強烈，也就是說高層次的運動競賽所凝聚的認同與歸屬感都是最激烈的，也是一種最好的投射作用。由此可見，運動本身因具有競爭與輸贏的特性，當運動競賽敵我雙方各自背負與承載的團體各不相同，使得運動競賽如戰場上的戰爭有凝聚認同的效果（Tomlinson, 2005），而此效果會將前述過度全球化所造成的媒體衝擊、球員流動及組織擴張等意識型態拋之腦後，而呈現在地化的意識。舉例而言，旅美投手王建民在素有棒球最高殿堂的美國職棒大聯盟（Major League Baseball）的優異表現，不僅讓國人驕傲振奮，躍上國際舞台的同時，也打響了臺灣的知名度，更間接地促使國內對棒球運動的改革，喚醒臺灣棒球的發展，此乃全球化過程中在地意識形成的最佳例證。

探討運動全球化有趣的地方或者與其他全球化研究不同之處，就在於運動可能因本身的特殊性，



▲旅美投手王建民在素有棒球最高殿堂的美國職棒大聯盟的優異表現，不僅讓國人驕傲振奮，當他躍上國際舞台的同時，也打響了臺灣的知名度，更間接地促使國內對棒球運動的改革，喚醒臺灣棒球的發展，此乃全球化過程中在地意識形成的最佳例證。（攝影／李天助）

而使得運動全球化的過程與其他研究主題進行全球化過程時，有著較不一樣的发展。20世紀的運動擴散的方式是將運動視為一種商品，以市場娛樂導向在全世界進行推廣，因此，運動全球化是無法避免與商業活動有著密切的牽連（高堂堯，2007）。當商業活動的終極目標是利潤極大化時，故總是希望可以打破地理限制，排除一切障礙，打造一個沒有藩籬的全球單一市場，這可稱為「跨越疆域」現象；然而，其可能不斷利用運動本身的特殊性，或強化不同社群之差異，來達成催化消費與擴大市場版圖之目的，故在這過程中會不斷產生「差異存

在」及認同現象。故探討運動文化時有著「跨越疆域」與「差異存在」一體兩面的現象，也就是全球化與在地化的結合。不論這兩股力量如何左右運動的發展，運動始終有其獨特的文化特性，藉此，我們更能明白地瞭解運動文化全球化與在地化之間的特殊辯證關係。

肆、結論

運動在全球進行推廣與擴張的過程中，不僅只有從人們習以為常的「跨越疆域」面向進行探究，或許常被忽略的「差異存在」面向，更應該備受關注。然而，其實無論是「跨越疆域」或「差異存在」都有一個共同點：即都是以民族國家為基本界線。這意味著跨越疆域就是要想盡辦法將各個民族國家納入範圍，而差異存在，就是事實上的確存在許多不同的民族國家與文化。這的確是一體兩面之事，故探究運動文化的概念時，「跨越疆域」與「差異存在」兩者絕對缺一不可，在兩股力量相互拉扯之下，才是運動全球在地化呈現的樣貌。

我們的確無法否認當今的運動社會已是個運動地球村的事實，來自世界各地的好手都遵守共同一致的規範，可在相同平台上公平競賽，在運動世界中，是個只問實力不問地域的平台，地域之分早已不再重要，這都強烈表達運動文化的確具有「跨越疆域」的現象。但是，如果僅是從「跨越疆域」面向，就容易陷入過去主流全球化論述的缺陷中，因為其總是認為某種領域如果「跨越疆域」後，將會

導致差異的減少。但從本文上述的論證中，可以發現由於運動本身特殊性，使其容易成為「認同」的管道，故當運動與認同結合在一起，使運動在全球進行推廣與擴張的過程中有明顯的「差異存在」現象，也就是在地化的可能。因此，本文希望能藉由運動全球在地化之討論，修正過去只重視「跨越疆域」面向。

全球在地化應包含微觀、中觀及鉅觀三個層次，也就是從地方、區域、全球之間的交互影響。全球在地化牽動國族或國家關係，也加強某種再地域化的重塑。15年前，羅柏森（Robertson, 1992）已界定全球在地化兼具了普遍性與特殊性的雙向連結關係，而在今日全球發展已由一軌如G7（歐美七大工業國）轉變為G20（世界20大工業國家）的多元發展下，地域性的思想或行為模式的發展經常兼具全球與在地的特色，在地轉變（local

transformation）實際上是全球化過程的一部分（朱道凱，2004）。全球在地化的進行並不是泯滅在地的民族特色，而是以揉雜在地特色的方式進行鑲嵌；全球化的發生是以在地化的形式展現，而在地化的運作又內含全球化的作用，兩者在分析上雖然是一雙向過程，但實際上應視為一個整體來看待，兩者間的關係既依賴又自主，構成一體的兩面（陳伯璋、薛曉華，2001）。是以，面對全球在地化的趨勢時，更須與國際接軌，並冀望在全球化與在地化的爭論中另闢思維空間，揚棄過度霸權式的全球化及過度武斷式的在地化，並同時提升全球化與在地化的價值，才能創造更大利基，建構屬於自我主體性的運動文化特色。（作者洪義筌為國立臺灣師範大學體育系博士生、程瑞福為國立臺灣師範大學體育系教授）

參*考*文*獻

- ※朱道凱（譯）（2004）。全球化迷思。臺北：群學出版公司。（Hirst, P., & Grahame T., 2000）
- ※高堂堯（2007）。跨國媒體集團與全球運動文化生產－以ESPN STAR Sports（EES）的在臺發展為例（1991-2006）。未出版碩士論文，世新大學新聞學系，臺北市。
- ※陳伯璋、薛曉華（2001）。全球在地化的理念與教育發展的趨勢分析。理論與政策，15（4），49-70。
- ※舒盛芳（2007）。體育全球化進程及其特徵。體育學刊，14（1），23-26。
- ※Houlihan, B.（1994）。Homogenization, Americanization, and Creolization of Sport: Varieties of Globalization. Sociology of Sport Journal, 11（4），356-375.
- ※Magee, J., & Sugden, J.（2002）。The World at Their Feet” Professional Football and International Labor Migration. Journal of Sport & Social Issues, 26（4），421-437.
- ※Robertson, R.（1992）。Globalization: Social theory and global culture. London: Sage..
- ※Tomlinson, A.（2005）。Olympic survivals, in Lincoln Allison（ed.），The Global Politics of Sport. London/New York: Routledge. pp. 46-62.