

本文章已註冊DOI數位物件識別碼

▶ 從企業男排聯賽的看台文化探討女性觀眾之角色

doi:10.6162/SRR.2007.92.08

大專體育, (92), 2007

Sports Research Review, (92), 2007

作者/Author：黃德壽;曹健仲

頁數/Page：47-52

出版日期/Publication Date：2007/10

引用本篇文獻時，請提供DOI資訊，並透過DOI永久網址取得最正確的書目資訊。

To cite this Article, please include the DOI name in your reference data.

請使用本篇文獻DOI永久網址進行連結:

To link to this Article:

<http://dx.doi.org/10.6162/SRR.2007.92.08>



DOI Enhanced

DOI是數位物件識別碼（Digital Object Identifier, DOI）的簡稱，是這篇文章在網路上的唯一識別碼，用於永久連結及引用該篇文章。

若想得知更多DOI使用資訊，

請參考 <http://doi.airiti.com>

For more information,

Please see: <http://doi.airiti.com>

請往下捲動至下一頁，開始閱讀本篇文獻

PLEASE SCROLL DOWN FOR ARTICLE



從企業男排聯賽的看台文化探討女性觀眾之角色

黃德壽 / 淡江大學體育室
曹健仲 / 中原大學體育室

壹、前言

臺灣在 1960 年代之際，位於臺北市南昌街上的公賣局體育館時常舉辦排球運動比賽，每逢國外球隊來訪或國內高水準的賽事舉行，看台上十之八、九多為男性，縱有女性觀眾，大部分還是與男性親友同行，她們對排球運動比賽並沒有太高的熱忱和興趣，純粹只是被動的陪同者，既不懂得如何欣賞排球運動，對於漂亮球技的展現，也只是隨著現場觀眾鼓掌，未曾像國外看台觀眾般的激情和熱烈，此實與臺灣當時保守的社會風氣有關。

1990 年代之後，隨著女權運動的高漲與女性主義的多元論述，女性參與運動的自主和空間也因此大為擴展（黃德壽，2006）。於是女性不再只是陪襯者，取而代之的是主動參與各項運動，並走向球場觀看比賽，以尖叫、歡呼、口號等行動表達熱情與支持，甚至有些女性以加入球隊啦啦隊的方式，來表現自己對球隊的讚賞以及對運動的熱情，這樣的狀況逐漸成為職業性運動聯賽中的特色，而選手們也因女性觀眾的盛情參與和熱情加油，而更具鬥志與拚勁，使整場比賽更有看頭。

然而自 2004 年開賽迄今已連辦三年的國內企業男排聯賽，到場加油的觀眾疏疏落落，熱烈轟動的場面實不多見，這對選手們的表現多少造成影響，也因此未能成功地打響名號。邱鑾英（2005）的研究指出：「排球運動在臺灣，似乎不如棒球、籃球運動那樣熱門，究其原因應與觀眾參與不踴躍以及缺乏媒體大肆報導有關。」是以，在探討臺灣排球運動比賽的看台文化時，與其說其並未發展出看台文化，不如說只有個體的被動表達，尚無出現團體性的熱烈且主動參與之看台文化。

閉錦源、韓建華（1995）認為看台觀眾的人數多寡，與「競技者的技術水準、風格、精神面貌、知名度、驚險度、新穎性、社會文化素養等因素密切相關」；而「競技體育跟運動競技體育看台文化又是互為作用、互為促進」，所以，運動賽事看台文化的發展與該賽事的競技性、選手們的表現狀況與看台觀眾的參與度是息息相關的，尤其是作為主導整場賽事是否熱烈的看台觀眾，德國著名的足球運動明星魯梅尼格(Karl-Jeinz Rummenigge)就曾經說過：「比賽場上的氣氛非常重要，因為在比賽場中的選手，若聽不到球迷們的叫喊聲，就會覺得比賽不真實，心裡也會興奮不起來。」魯梅尼格在這裡除了道出比賽選手的內心感受，同時也強調了觀眾對比賽



的重要性。因此，本文將立基於競技者與觀眾間相互依存的關係上，檢視國內企業男排聯賽看台文化不盡理想的情形，並以「女性觀眾的存在角色對此產生的影響」作為突破的思考點，期能進一步為國內企業男排聯賽的看台營造出熱絡、多彩的運動文化氣息。

貳、國內企業男排聯賽的看台文化

看台文化(stands culture)係指由競技文化、觀眾文化、組織文化和看台建築文化等構成之複雜的、動態的社會文化現象，其中，競技文化和觀眾文化是看台文化的主體，亦是兩個產生互動的組成部分（屈東華、王海霞、史友寬，2006），其意味著看台文化的重心在於選手們和觀眾間的雙向互動，要之，看台就是觀眾席，而觀眾席上球迷所展示的文化與看台底下選手們的表現則構成看台文化的主要部分，且彼此間是互為相關、交相影響的，因此，所謂看台文化中的「看台」大部份指的是運動場上的看台，這與音樂廳、戲劇場的看台是有所區隔的。由於音樂會、戲劇場上的觀賞者與表演者缺乏雙向的交流，而運動看台上的觀眾，卻可以在比賽進行當中盡情地表現出自己的意見，不論是談論、尖叫、或是大笑，甚至是用各種方式來證明自己的存在與立場（史友寬、孫思哲、王軍，2005），而與選手們間形成互相溝通的交流關係。

承上所言，競技文化的核心在於選手們參賽的拚戰精神，然如何營造出熱烈的主場氛圍，讓看台上的觀眾有極高的觀賞興致，就得與賽會裡的委員會相互合作，共同尋出發展競技文化的最佳策略，譬如：比賽中，遭遇爭議的判決時，賽事委員會的成員會建議隊長和選手以大動作的表達方式和裁判據理力爭，藉由增加場面的火爆性和緊張性來展現熱烈氣氛。觀眾文化的形成則必須考慮觀眾的職業、年齡、身分、地位、行為表現、心理反應和性別等，這些都有可能成為影響選手們表現的因素。易劍東（1998）的研究指出歐、美洲國家的運動學者對球迷在觀看競技運動時，將球迷的行為表現和心理反應，視之為“stands culture”，中文翻譯成「運動看台文化」或是「體育觀眾文化」，由此可知，觀眾的行為表現和心理反應皆是構成看台文化的要素，同時也是變數，這會與競技運動相互牽制，所以，看台文化也會因為觀眾的性別、心態、審美觀、地位水準、年齡與選手的關係...等等差異，造成她／他們和選手們互動不一的情形。比如：女性觀眾之於男性運動競技場合，除了性別差異外，主要是女性觀眾能豐富整個看台的視覺（花花綠綠的衣服、髮飾品等等）與聽覺（各種頻率的加油聲、喊叫聲），而男性選手則能實現他們在女性觀眾面前展現自我強健的滿足感，若由此檢視國內企業男排聯賽的看台文化發展始終不全的原因，或許在於成群結隊女性觀眾／球迷後援之缺乏，除了異性相吸的道理外，女性觀眾的角色特質之掘發，應是發展並改善國內企業男排聯賽看台文化的關鍵所在。

參、女性觀眾角色的價值

在探討女性觀眾的存在價值之前，須先對女性觀眾參與運動賽會的歷史有個大致的瞭解。西元前 15 世紀，古希臘在一年一度祭拜宙斯神(Zeus)之際，兼辦了競技運動。到了西元前 776

年，發展出奧林匹克運動會，當時，奴隸、外國人、婦女皆無權參與，其中對已婚婦女的要求最為苛刻，因為當時的女性被視為不潔，唯恐她們出席運動賽會，將會褻瀆神明，況且男性皆赤身比賽，婦女若前往觀賞，有諸多不便（葛小倩，2006）。但在相隔 336 年之後，第一個打破舊規、置身於競技場中的婦女總算出現，她是卡莉帕潔莉婭(Kallipateria)，其對運動有著異常的熱情，但迫於性別歧視，無法參加奧運。就在西元前 440 那一年，她的兒子要參加拳擊賽，於是卡莉帕潔莉婭女扮男裝，以擔任教練者（當時只有選手才被要求裸體參賽，而教練者可以著衣出席）的身分帶兒子去比賽，因而成為第一個打破「女性不得參加奧運」此不合理枷鎖的女性(Daniels & Tedder, 2000)。卡莉帕潔莉婭事件在整個奧運會發展史上有相當程度的重要性，因為她勇敢開啓了女性走向競技場的歷史，也使得運動場上從此不再是「只有男性」的失衡情況。

時異至今，女權主義的觀念已滲透女性的心理，她們不再依附夫家過活，開始掌控自己的經濟，並且隨著週休二日的實施，大量進入競技球場觀看比賽；再者，以資本主義掛帥的 21 世紀中，競技運動走向商業化，「觀眾」是影響競技運動發展的重要因素—從人性期望獲得別人掌聲的心理觀點視之，如果看台上沒有觀眾，那麼參加競技運動選手的表演意義與慾望，無形中就會降低。而身為消費觀眾角色一員的女性，在男性選手的比賽場合，其重要性有時還略微大於男性觀眾。原因何在？試想，如果運動選手全是男性，而看台上的觀眾也是男性，那麼整個運動場上將會多麼單調！就像公司內若全是男職員，工作環境氣氛容易顯得沉悶，但多了一些女職員（此不限定於一般社會大眾所認知的美女），因為性別角度視域的不同、聊天話題增多，整個工作氣氛就會比較愉悅、熱鬧；同理，大批活潑的女性觀眾湧入看台，除了多樣化與多元性，更能增強看台上的熱絡度，若再與女子啦啦隊一起熱情歡呼、相互輝映，那麼看台文化就不會單調而缺乏互動。男性選手與女性觀眾的交流便如道家太極圖中所呈顯出來的理論，一陰一陽、一剛一柔，在交互作用中趨於和諧。因此，球場上若有女性觀眾，不僅達到兩性平衡的自然規律，也為男性選手比賽的球場注入一股柔性的氣息，從而協調球場上的陽剛性，使整體更趨完美。

球場是社會的縮影，前已舉例說明，自然不能脫離「女性期待男性強健、陽剛」的心理傾向，所以，能在球場上表現出虎虎生風、萬軍莫敵的男性選手，就會被女性觀眾認為是具有優勢與競爭力的選手；換句話說，男性選手在競技運動中不只是展現出單純的運動表象，這背後還涵括其他的抽象概念，像是男子氣概、尊嚴、成就、奮鬥、掙扎、成功、競爭、野心、冒險精神等等。Nixon and Frey(1996/2000)在〈男生的成年儀式〉一文中指出運動已成為社會化的活動，它反映這個社會的主流思想，當然也呈現了社會性別分化的現象，認為運動是男性的專利品(male preserve)，而男孩子的價值，也須由運動能力來評定。所以，男性選手與女性觀眾間，就不只是球星、球迷那樣表面單純的互動，另一方面，競技運動場同時也是父權雙重強化的場合，由此觀之，男性選手與女性觀眾之間，便無法不受父權社會意識形態及社會性別分化的影響，具體而言，球場上的男性選手是古代英雄人物形象如張飛、關公...等人的延伸，男性強健



形象於此被高度推崇，而年輕女性觀眾則是古代英雄的妻妾或週遭女性的延伸，她們作為成功男性背後偉大的支持力量之形象也因此被強化。而這樣的兩性心理在講求力量、速度的排球運動場上是十分明顯的。因此，筆者認為女性觀眾至少能夠在以下幾個面向有所發揮，展現出她們自身在排球競技運動場上的角色價值：

- 一、為比賽營造氣氛。不同於男性相對粗獷或高大外型等特質，女性觀眾以其較為陰柔的外型、精緻的裝扮和較為尖細的喊叫聲，適度滿足男排選手於視覺、聽覺上的審美需求，從而使男排選手藉由置身女性觀眾鼓舞加油的情境中，投注心力比賽。
- 二、讓男排選手感覺到自己存在的重要性。雖然國內企業男排聯賽的看台文化尚未發展完成，然而前幾年中華男排代表隊的選手去日本參賽時，賽後，那些表現較好或是長相較為俊俏的選手，受到一群日本女球迷的包圍，被要求合照、簽名，甚至收到日本女生的小禮物。當下有些選手就開心地表示：「受到歡迎的感覺真好」、「打排球真好」等，可見男排選手得到異性的肯定，會讓他們增強自己的信心，也更加肯定自己打排球的價值。前一、二年企業男排聯賽花蓮站的部份，由於花蓮教育大學組成女子啦啦隊，讓男排選手有備受尊重的感覺。會場上，當熱情洋溢的女生啦啦隊雙手拿著絢麗的彩球，大聲地為每一位選手的出場歡呼、加油時，很多選手起初感到羞赧，繼而大聲嘶吼出場，這些選手於賽後表示受到擁護的感覺很好，真的很期待每一支球隊都能有自己專屬的女生啦啦隊，而許多沒有上場的球員亦表示，他們也想這樣被歡迎出場。綜合這些選手的心態，會發現他們面對與其年紀相仿的女性觀眾時，心理會產生相同年紀之親切感，以及審美視野上的舒適感，所以，在受到結群的女性觀眾熱情地歡呼時，便會不自覺地提高他們身為排球專業技能者的意識，認為自己是受到肯定的，從而激起他們展現才能的欲望。
- 三、滿足男性在女性面前的自尊，讓男排選手感覺到「奮鬥有其目標」。史友寬等（2005）的研究認為大量的球迷與熱烈的氣氛會影響選手的心理，甚至能夠操縱選手去爭搶、跳躍、做出各種優美的擊球動作以完成球迷心中的期待。特別是在熱情的女性觀眾前面，他們為了維護尊嚴，會努力塑造自己「英雄」的形象，從而強化打球的價值，所以，即使是難救的球，他們也會使出「拚命三郎」般的鬥志與精神，不負使命地完成搶救。
- 四、由於男排選手期待受到女性觀眾的青睞，所以大量女性觀眾的存在，更能誘發他們努力扮演好自己的角色。在聯賽的排球運動場上，由於「參賽四隊男排選手、領隊、教練、裁判、控制委員與大部分的全國排協幹部」皆是男性，年輕女性觀眾的出現，能夠稍微平衡幾乎清一色都是男性的球場，並讓陽剛的排球運動比賽會場注入一股柔性的氣息。當可愛的女球迷稱讚他們打得很好，希望跟他們合照時，某些選手會露出靦腆的笑容，某些選手則會非常地高興。加以女球迷與選手們攀談，常會引起其他週遭選手的注意，他們或是加入聊天行列，或是偶然地插上幾句話，女球迷對男性選手的影響可見一斑；相對地，當選手看到觀眾幾乎都是男性時，心情也許就會顯得比較低落，因此，女性的到場加油，對男性選

手而言無疑是莫大的獎勵。

五、激發男排選手表現出「力與美」極致的表演藝術。女性潛意識中存有喜歡男性強健體格的傾向，而球場上男性所散發出的陽剛之氣往往最能吸引女性觀眾。以我國男籃 SBL 為例，SBL 的觀眾群中女性為數不少，她們喜歡的大部分是各隊最為傑出的選手，而女性觀眾前往觀看比賽的目的，除了為自己所喜歡的球隊、選手加油外，主要還在享受男性選手所展現出來的表演藝術。也因為如此，為了符合女性觀眾的期待，男排選手的球技表現也會逐漸導向力與美的藝術展現。

六、女性觀眾可以發揮「從眾」效應(bandwagon effect)，吸引更多的觀眾群參與。從眾行為是人類社會普遍存在的一種現象，它係指人們採納其他群體成員的行為和意見的傾向。從眾心理作為一種心理狀態，能夠起到誘發人們某種動機的作用（宋圭武，2005）。就像人們愛「趕流行」，一旦不跟著流行走，就會被視為「俗氣」，所以從社會管理的守法到消費中的「喜新厭舊」，都是從眾心理的外在表現（史友寬等，2005）。由女性喜歡一群朋友一起活動的習性，可以推得當某個女性喜歡觀看排球運動比賽時，她的喜好會直接或間接地感染她的朋友，並且影響他們對排球運動比賽的觀感，進而前來觀看比賽。另一方面，具有觀賞性、娛樂性與驚險性的排球運動比賽，更能突顯出競技運動的特色，而國內企業男排聯賽實可朝此目標發展。誠如閉錦源、韓建華（1995）所言，競技運動者與看台觀眾是互為並進的，倘若選手們表現欠佳，看台上的位置便乏人問津，而缺少觀眾的支持，選手們打球就不帶勁，所以，大量女性觀眾的入場，能夠增加男排選手表演的欲望，比賽水準自然也會因此而提高。

肆、結語

臺灣排球運動的看台文化從早期 1960 年代開始迄今，仍然停留在單調、個人性的階段，選手與觀眾間的交互作用極不明顯，而國內企業男排聯賽的選手缺少奮戰精神之原因，乃在看台上觀眾零落，欲突破此困境，勢必要找出癥結點對症下藥，而絕對能影響競技運動比賽的熱烈氣氛之一的女性觀眾即是不錯的藥引，尤其隨著 20 世紀以來女權高漲，女性開始重視運動，也積極走出門外參與各項運動賽會，觀賞競技比賽，實有發展成大宗競技運動消費觀眾的潛力，實不容忽視。

在國內企業男排聯賽的比賽場合中，女性觀眾的角色意義又大於男性觀眾，因為女性觀眾不僅能平衡兩性的自然規律，更能改善看台文化只有男性觀眾的單面、單調此情況。熱情女性觀眾的加入，能帶動整個球場的氣氛，讓男排選手肯定自我的價值，激發其奮戰精神，並滿足其在女性面前的自尊。再加上男性被社會塑造成強健、陽剛、堅強的形象，造成女性觀眾會不自覺地在運動競技場上尋找「英雄」形象的運動選手，而男排選手為了獲得女性觀眾的親睞，會因此而更加努力。

總之，女性觀眾對於國內企業男排聯賽看台文化的發展，有著不容忽視的影響力，除了營造比賽氣氛，更能誘發男排選手努力向上的積極精神，在觀眾文化與競技文化的交互作用下，期待能共同發展出屬於國內企業男排聯賽的本土性看台文化。

參考文獻

- 史有寬、孫思哲、王軍（2005）。營造排球比賽看台文化的現實意義和對策分析。《首都體育學院學報》，17卷2期，27-29頁。
- 宋圭武（2005，5月17日）。從眾行為的經濟學分析。資料引自人民網<http://theory.people.com.cn/BIG5/40551/3393631.html>
- 易劍東（1998）。《體育文化》。臺北：揚智。
- 邱鑾英（2005）。從世界女排大獎賽探討我國女排運動發展願景。《中華排球》，118期，33-40頁。
- 屈東華、王海霞、史有寬（2006）。全國排球聯賽看台文化研究。《中國體育科技》，42卷6期，27-32頁。
- 閉錦源、韓建華（1995）。論市場經濟下運動競技看台文化對競技體育的作用。《中國體育科技》，31卷6期，9-11頁。
- 黃德壽（2006）。從德、義女排選手的裸照審思女排運動的價值觀。《淡江人文社會學刊》，27期，127-136頁。
- 葛小倩（2006，6月12日）。歷數奧運會中的優秀女性，誰是第一個奧運女子冠軍。資料引自新浪網<http://news.sina.com/405-000-105-106/2006-06-12/0002324368.html>
- Daniels, S., & Tedder, A. G. (2000). *A proper spectacle: Women Olympians 1900-1936*. London: ZeNaNa Press.
- Nixon, H. L., II, & Frey, J. H. (2000)。男生的成年儀式—運動。《運動社會學》（王宗吉）。臺北：洪業（原著於1996年出版）。