

運動媒體複合體的文化中介： NBA 在臺灣的早期擴展歷程*

陳鴻嘉**

投稿日期：2023 年 4 月 6 日；通過日期：2023 年 7 月 17 日。

* 本文改寫自作者博士論文的部分章節。由衷地感謝昌德老師的指導與包容，也謝謝子軒老師、承文哥、昇府、陳楷大哥、曜先、辰寬、庭華引介受訪者，讓博士論文得以完成。感謝兩位審查人的寶貴意見，當然，文責作者自負。

** 陳鴻嘉為輔仁大學新聞傳播學系助理教授，e-mail: 146346@mail.fju.edu.tw。

本文引述格式：

陳鴻嘉（2024）。〈運動媒體複合體的文化中介：NBA 在臺灣的早期擴展歷程〉，
《新聞學研究》，158: 113-167。https://doi.org/10.30386/MCR.202401.0003

《摘要》

憑藉著職業運動賽事的轉播以及各國國族英雄的優異表現，「運動媒體複合體」順利打開全球各個在地市場的例子屢見不鮮。不過，美國國家籃球協會於上個世紀末在沒有臺灣國族英雄的情況下，便已在本地的運動／媒體文化中占有一席之地。本研究即是要剖析美國國家籃球協會是在怎樣的背景與過程進入臺灣社會。結果發現，1970 年初期，中視已有常態性的美國國家籃球協會比賽轉播，不過最終因無廣告收益而停播，「運動媒體複合體」並未因賽事轉播而進入臺灣。1980 年代左右，「文化中介者」先驅曲自立開始有意識地產製揉合在地文化元素的 NBA 文本，一方面讓本地民眾更容易領略 NBA 文化，另一方面吸引到更多有志於 NBA 寫作的新血投入，更重要的是，這些新一代的「文化中介者」在千禧年前後紛紛進入臺灣的重要媒體，持續推廣 NBA。由此觀之，「文化中介者」在 NBA 深耕臺灣社會的過程中扮演了關鍵的角色。而運動傳播的相關研究在剖析「運動媒體複合體」擴展全球市場時，也應考慮文化中介的觀點。

關鍵詞：文化中介者、曲自立、美國國家籃球協會、運動媒體複合體、運動全球化

壹、研究緣起：毋須在地國族英雄亦能走進臺灣的 NBA

運動與媒體的結合一直是運動得以產業化的重要關鍵，尤其是上個世紀電視普及後，Jhally（1984）觀察到運動作為一種媒介文本可以吸引特定閱聽眾，例如：年輕男性，電視得以因賣出運動節目的廣告時段而獲利，運動則可獲得電視轉播權利金並有機會藉媒體的傳布讓更多人知曉，兩者形成互蒙其利的「運動媒體複合體」（sports/media complex）。

然而，上述觀點主要奠基於西方的職業運動源出自市民社會，深植於日常生活，但臺灣的運動轉播則因為早先三家無線電視臺分由黨政軍所掌握，一方面肩負政令宣導與教化之責，另一方面則和一般商業電視一樣需追逐經濟利益，形成特殊的「黨國資本主義」電視體制（陳子軒，2014, 2015）。這也是何以臺灣在 1971 年退出聯合國、邦交國紛紛宣布斷交的之際，轉播屢獲佳績的少棒、青棒、青少棒國家代表隊國際賽事的無線三臺，會一再強化棒球是臺灣外交處境艱難的時期中，仍能在國際間抬起頭來的原因，國民政府也得以藉此團結民心渡過了統治正當性的危機（林琪雯，1995）。運動則再次證明其為凝聚人心、強化國族認同的重要機制之一。

時序邁入二十一世紀，運動與國族認同的連結已不只在政治場域中展現，也在跨國資本拓展全球各個在地市場的過程中扮演重要角色。臺灣時間 2005 年 5 月 1 日，本地球迷雖無緣透過現場直播觀賞王建民在美國職棒大聯盟（Major League Baseball，以下簡稱 MLB）的首度出賽。但從其第二場出賽起，隨著王建民優異的表現，本地的棒球迷、運動迷

與媒體，在投一休四的頻率下，每五天確認一次國族的驕傲。自此，MLB 的收視率倍增，附贈王建民全彩印刷海報的報紙熱銷（婁靖平，2005 年 6 月 7 日；葉冠吟，2021）。

由此觀之，儘管根據陳子軒（2011）建構的運動轉播資料庫以及《聯合報》的報導（本報訊，1970 年 10 月 24 日），早在 1970 年初中視便曾播放過 MLB 的比賽；八〇年代末九〇年代初，華視開始有每周一次的運動節目「勁運大觀」介紹 MLB 戰況，臺視則在運動節目「職棒天地」播出 MLB 的球賽，這些運動與媒體的結合都沒有成功讓 MLB 進入臺灣市場。一直要到王建民在 MLB 賽場上有優異表現後，基於運動與國族認同的連結，「臺灣之光」這才幫助 MLB 大幅拓展了本地的消費市場（劉昌德，2008）。

如果王建民之於 MLB 的例子證實了本地獨特的國族「運動媒體複合體」對於跨國運動資本在全球流動時的助益，那麼似乎也有類似的國族英雄，推升了臺灣社會對「美國國家籃球協會」（National Basketball Association，以下簡稱 NBA）的認識。2012 年 2 月 4 日，原本只是 NBA 紐約尼克隊（New York Knicks）板凳末端的球員林書豪，在主場面對當時的紐澤西籃網隊（New Jersey Nets）一役中，替補上場攻下全隊最高的 25 分，外帶 7 助攻、5 籃板和 2 抄截。自此，林書豪一躍成為紐約尼克隊的先發控球後衛，且率領球隊打出一波七連勝。期間包含攻下生涯新高 38 分，擊退布萊恩（Kobe Bryant）領軍的洛杉磯湖人隊（Los Angeles Lakers）；也包括對上多倫多暴龍隊（Toronto Raptors）時，終場前 0.5 秒投進致勝三分球。霎時間，颯起一陣瘋潮的林書豪成了媒體寵兒，也深受球迷的愛戴。媒體與球迷甚至將林書豪姓的英文「Lin」與「瘋狂」的英文單字「insanity」組合出新的詞彙「Linsanity」，中文譯之為「林來瘋」。

這股媒體風／瘋潮同樣席捲到了臺灣，再加上林書豪雖然不是土生土長的臺灣人，但其父母均在臺灣出生，長大後才移民美國，基於這樣的血緣關係，這位「臺灣囡仔」也跟王建民之於 MLB 一樣，帶起了臺灣 NBA 的收視高潮，讓更多臺灣民眾因林書豪而認識 NBA（黃晶琳，2012 年 2 月 18 日；彭薇霓，2012 年 2 月 14 日）。甚至在 2013 年時，林書豪當時效力的休士頓火箭隊（Houston Rockets）跟印第安那溜馬隊（Indiana Pacers）於臺北小巨蛋進行了一場季前熱身賽。綜合來看，這是否意味著林書豪之於 NBA 如同王建民之於 MLB，皆有替跨國運動資本打開全球各個在地市場的作用？

其實不然。首先，2009 年時，丹佛金塊隊（Denver Nuggets）與跟印第安那溜馬隊已於臺北小巨蛋進行過一場季前熱身賽，臺灣球迷得以有機會親身體驗原本在電視螢光幕目前的 NBA 比賽。換言之，在颯起「林來瘋」之前，NBA 的實體球賽已真正地進入了臺灣社會。

其次，早在上個世紀末，NBA 針對全球青少年的一份調查便顯示，有九成的臺灣青少年認得 NBA 的標誌，三成七的人擁有 NBA 產品，兩個比例皆高於全球整體的數字（分別為七成六、兩成）。有鑑於臺灣儼然已是個成熟市場，NBA 便於 1997 年 8 月 27 日成立了臺灣分公司，讓臺灣球迷的心聲可以更有效、直接地傳達給 NBA（袁世珮，1997 年 8 月 28 日）。

最後，從媒體在運動傳布過程中扮演關鍵因素的角度來看，2000 年之前，本地的籃球迷已能在一週七天裡觀賞六場 NBA 球賽（黃秀仁，1998 年 6 月 26 日）。千禧年之後，臺灣曾是 NBA 官方網站境外瀏覽人次高居第三的國家，僅次於中國與加拿大。而中國有姚明、王治郅、巴特爾等三名球員在 NBA 力求發展，加拿大則有奈許（Steve Nash）效力於達拉斯小牛隊（Dallas Mavericks），自然會有較多的中國與加拿大球

迷上 NBA 的網站關注相關資訊。但臺灣球迷在沒有任何臺灣球員打 NBA 的情況下，仍舊為 NBA 的官方網站創造了相當的流量（黃顯祐，2003 年 12 月 11 日），足見早在 2000 年左右，NBA 便已在臺灣累積了相當數量的球迷。

凡此種種皆可顯示，在林書豪崛起的旋風之前，NBA 便已在臺灣的運動／媒體文化中占有一席之地。亦即，相較於 MLB，國族認同應不是 NBA 文化深植臺灣社會的重要機制。那麼，NBA 究竟為何成功打入臺灣市場呢？基於上個世紀末 NBA 便已穩定成為本地重要的運動類媒介文本之一，本研究擬以 2000 年為界，分析 NBA 在臺灣的早期擴展歷程，從而理解 NBA 如何可以不依靠國族主義式的媒介消費，亦能成為本地重要的運動／媒體文化之一。

為回應上述問題意識，本研究擬先於下節中回顧探討運動與媒體關係的文獻，接著以「NBA」、「美國國家籃球協會」等關鍵字搜尋「聯合知識庫」、「知識贏家」等新聞資料庫，藉此獲得與 NBA 有關的新聞報導，再加上本研究蒐集之雜誌文章、學術論文、研究報告等次級資料，佐以文本分析，在接下來的第三、四節裡，依序先梳理出早期臺灣媒體報導或轉播 NBA 的情形，再分析 NBA 如何在沒有臺灣國族英雄的情況下，依然能在本地的運動／媒體文化占有一席之地。最後一節則是結論與討論。

貳、運動、媒體與文化中介者

本文初始便提到，媒體可藉由運動吸引特定閱聽人而有廣告收益，運動除了能藉媒體傳播之力推廣出去，更可獲得媒體支付的轉播權利金，運動與媒體結合成彼此互利的「運動媒體複合體」，並在上個世紀

末，乘著全球化的浪潮，試著開拓各個在地市場。不過上開論點主要是奠基於電視與運動的結合，但電視興起前的情況又為何呢？本節將先回顧電視興起前後，運動與媒體互蒙其利的情形，接著探討運動傳播相關研究可能忽略了「文化中介者」（cultural intermediaries）在「運動媒體複合體」拓展市場的過程中所扮演的重要角色。

一、運動媒體複合體的前世與今生

「運動媒體複合體」的概念主要源自於上個世紀電視普及之後的觀察，且至今方興未艾。以近年的 NBA 轉播合約為例，ESPN 與 TNT 自 2016 年起，¹ 每年付給 NBA 轉播權利金 26.6 億美元，相較於上一份每年 9.3 億美元的合約，漲幅接近三倍（劉肇育，2014 年 10 月 8 日）。而此份合約於 2024~2025 球季到期後，NBA 打算尋求一份九年總值 750 億美元的轉播合約，每年平均要支付給 NBA 的轉播權利金再漲三倍（黃邱倫，2021 年 9 月 21 日）。

當然，不是只有 NBA 的電視轉播權利金節節高升。例如：即便在串流平臺興起與剪線潮（cord-cutting）勢不可擋的情況下，MLB 與美國福斯體育臺（Fox Sports）仍然在 2018 年時宣布雙方已達成自 2022 年起七年 51 億美元的電視轉播合約協議，相較於當時正在執行的八年 42 億美元合約，新合約在電視轉播權利金的總價值與每年平均價值上再創新

¹ ESPN 完整全名為：Entertainment Sports Programming Network，1979 年成立時，原為一家專門播放運動節目的美國有線電視聯播網，目前是由迪士尼集團持有 80% 股權的多媒體運動娛樂平台（資料來源：<https://espnpressroom.com/us/espn-inc-fact-sheet/>）。TNT 完整全名為：Turner Network Television，1988 年時由 Ted Turner 創建，播放運動節目與影視劇為主，目前為時代華納集團所有（資料來源：<https://www.latimes.com/archives/la-xpm-1995-09-23-fi-49256-story.html>）。

高 (Wagner, 2008, November 15)。

其他職業運動的轉播權利金屢創新高的例子還可以繼續羅列下去，這些令人瞠目結舌的金額一再證明「運動媒體複合體」有著驚人的資本生產與再生產能量。不過在電視普及之前，運動的消息主要是刊載在平面媒體上。以美國為例，一九二〇年代，運動已經成為美國文化中重要的一環，再加上當時正值 Babe Ruth、Red Grange 等傳奇運動員活耀的時期，因此報紙對於運動有大量的報導 (Wanta, 2006)。但除此因素之外，報紙報導運動的原因主要是運動符合當時報業的編輯政策。一方面屬於「軟性新聞」(soft news)的運動新聞更容易吸引讀者。根據一九三〇年代的調查顯示，80%的男性報紙讀者時常閱讀運動新聞；美國報業業務部經理認為，25%銷售量來自運動版面；另一方面，不容易沾染政治色彩的運動賽事新聞可以讓報社避免不必要的困擾甚至是官司 (McChesney, 1989)。

時序進入電視普及的時代，沒有腳本的運動賽事成為一種電視媒介文本後，因過程戲劇張力十足，結果有著高度不可預測性，故能夠吸引一定數量的閱聽眾，讓廣告主願意購買電視臺轉播運動賽事時的廣告時段。相對地，運動賽事躍上媒體不僅有機會讓更多閱聽眾接觸進而喜歡運動，更能直接從媒體支付的轉播權利金中獲益。Jhally (1984) 觀察到運動與媒體互蒙其利的關係後，便提出「運動媒體複合體」的概念。

此後，運動與媒體的相關研究便開始以此為核心進行演繹，從而發展出各種模式。Wenner (1989) 從社會學的取經建立了媒體／運動／社會的互動模式來理解媒體與運動在社會中的關係；Rowe (1999) 提出「媒體運動文化複合體」(media-sport-cultural-complex) 的概念，認為運動與媒體關係應放置到更大的文化情境中討論；Nicholson (2007) 認為電視所帶起的運動商品化趨勢，終將使運動與媒體的關係，從兩個有

部分交集的圓圈變成一個媒體包覆著運動的同心圓。整體而言，這些看法大體不脫探討運動與媒體（特別是電視）互蒙其利的關係，以及此關係所導致的運動商品化與產業化的現象。

以上述概念進行的國內外研究，多能呼應運動與媒體結合能互利共生生產製大量資本，例如：Skogvang（2009）的研究指出，負責統籌挪威足球聯賽的挪威足球協會（Norwegian Football Association）所能收到的轉播權利金從 1969 年的 200,000 挪威克朗（Norwegian Crowns, NOK），成長到 2006 年的 330,000,000 挪威克朗；² 又如：劉昌德（1998）發現上個世紀末，本地的職業棒球運動從開打第一年時，賽事主辦單位或職棒球隊沒有轉播權利金收入，到職棒八年起，轉播單位每年需支付五億元的轉播權利金，可說相當程度地符應了歐美國家運動商品化的過程。

不過臺灣的「運動媒體複合體」發展其實也不完全與職業運動發達的歐美地區相同。同樣以本地職業棒球為例，由於假球案的影響，再加上有線電視產業乃由系統業者與頻道代理商主導，使得「職棒轉播陷入了內容投資低、直接廣告營收低、新競爭者進入可能性低的『三低』困境」，也因此臺灣職業棒球的轉播權利金無法如同歐美國家一般線性成長（劉昌德，2017）。

另一個本地「運動媒體複合體」與歐美國家不同之處便是與國族認同的高度關聯。本文之初便已提及，在「黨國資本主義」的媒體制度下，電視臺的重要任務之一便是配合政府宣傳。因此，在外交處境艱難

² 挪威克朗是挪威的法定貨幣，根據挪威銀行（Norge Bank）網站可查到的歷史匯率資訊（<https://www.norges-bank.no/tema/Statistikk/Valutakurser/?tab=currency&id=TWD>），2006 年時，1 挪威克朗約可兌換新臺幣 4.8~5.2 元。若簡單以 1 挪威克朗可兌換新臺幣 5 元來計算，則 2006 年時，挪威足球協會可以收到的轉播權利金約為新臺幣 1,650,000,000 元（十六億五千萬元）。

的時期，三級棒球優異的國際賽表現成了凝聚民心的重要利器，黨國政府便透過電視轉播將已然是國族驕傲的棒球，建構成了我們的「想像共同體」（Imagined Community）。自此，以棒球為核心的「國族／運動／媒體複合體」儼然成形（陳子軒，2014），且即便進入二十一世紀後，MLB 進入臺灣市場的過程，仍舊是循著透過運動轉播，喚起在地閱聽眾「想像共同體」的邏輯，讓王建民在棒球最高殿堂的傑出表現再次成為國族驕傲（陳子軒，2008；劉昌德，2008）。

由上可知，本地關於「運動媒體複合體」的研究大體是以與國族認同連結頗深的棒球為主，較少涉及也受到本地民眾關注的籃球，故本研究才將焦點放在探討 NBA 這個「運動媒體複合體」何以在沒有國族英雄的情況下也能成為臺灣重要的運動／媒體文化之一，以補上運動傳播領域的研究缺口。

至於國外的相關研究則有英國的案例可供參照。Falcous & Maguire（2006）在分析 NBA Action 這個由 NBA 官方主導、英國電視臺參與協作的節目後發現，NBA 在試圖進入英國市場時，考量了英國最受歡迎的運動是足球，從而擬定敘事策略，以在地民眾熟悉的譬喻引介 NBA。比如說：NBA Action 的主持人將猶他爵士隊（Utah Jazz）的史塔克頓（John Stockton）比擬成貝克漢（David Beckham）³，以讓觀眾理解籃球場上的控球後衛如同足球比賽中的中場大將，負責掌控比賽的節

³ 史塔克頓為 NBA 史上最偉大的控球後衛之一。在其效力 NBA 猶他爵士隊的十九年（1984-2003）期間，獲獎無數，至今仍是 NBA 生涯累積助攻與抄截排行榜上的雙料第一。貝克漢則是英格蘭史上最偉大的足球員之一。主司中場的他，能傳球助攻，亦能射門。貝克漢在參與英格蘭足球超級聯賽（Premier League，簡稱英超）的 11 個球季裡（1992~2003），共奪下 6 次英超冠軍，出賽 265 場，踢進 60 球，傳出 80 次助攻，是英超生涯累積助攻排行榜上的第十名。基於兩人都擅長助攻，故有此比擬。

奏。甚至，NBA Action 的節目播出時間還刻意安排在足球節目的播出之後，讓兩檔節目前後呼應，希望英國民眾更有機會透過足球認識 NBA。

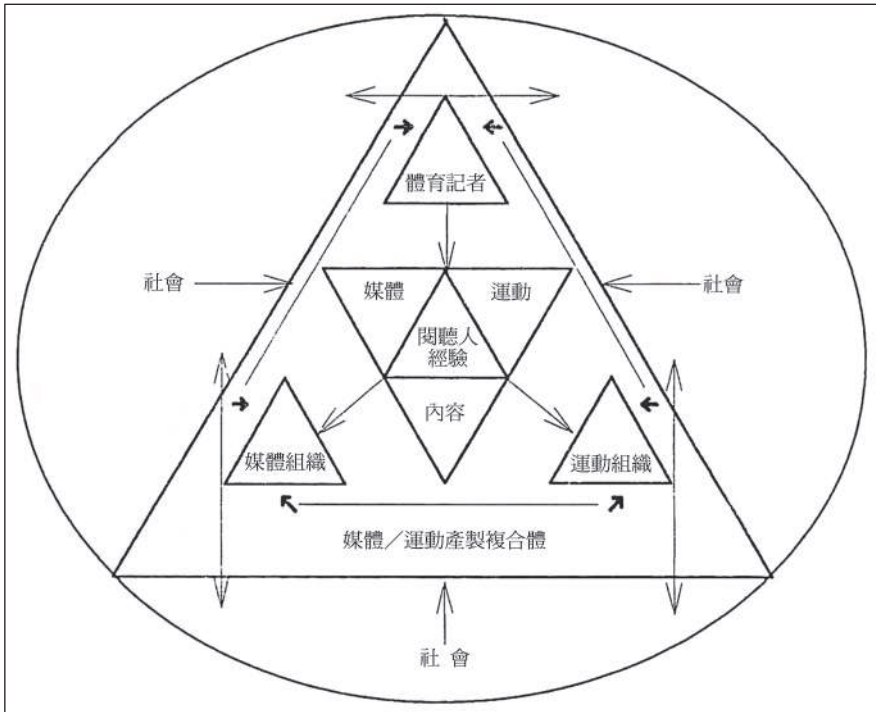
當然，若有英國當地的球員效力於 NBA 的球隊，自然是 NBA 打入英國市場時必須善加利用的連結。奈及利亞出生、三歲後搬到英國的 NBA 球員歐羅伍坎迪（Michael Olowakandi）便是 NBA 試圖拉近英國民眾與 NBA 距離的重要媒介。歐羅伍坎迪在 NBA Action 的訪問過程中提及了在英國的生活方式，及其想念英國的一切。凡此種種均在試著創造 NBA 與英國閱聽眾熟悉事物間的連結，不過 Falcou & Maguire（2006）仍舊認為節目時段的安排以及節目內容的敘事策略才是 NBA 進入英國市場的關鍵。亦即，理論上應該由 NBA 官方統一製作並全球播送的 NBA Action 節目，實際上在進入英國社會時，必須因地制宜。

顯然地，從英國的例子中可知，在特定國家的電視上播放 NBA 球賽或相關節目，應無法等同於 NBA 就可以透過媒體的宣傳效果「自動」深植於該國民眾的文化生活之中。對照臺灣的例子，除了本文初始提過 1970 年初期，臺灣以曾播放過 MLB 的比賽。事實上，根據陳子軒（2011）建構的運動節目資料庫，臺灣第一場的 NBA 比賽是由中視於 1970 年 3 月 22 日播出。也就是說，MLB 和 NBA 都在差不多的時間點出現在臺灣電視閱聽大眾的眼前，但在千禧年之前，NBA 已成為臺灣社會重要的運動／媒體文化之一，MLB 則是在國族英雄王建民大放異彩後才廣為本地民眾所知。

NBA 進入英國的例子反映出了在地化的重要性，在此基礎上，本研究認為 NBA 與 MLB 穩定成為臺灣社會重要的運動／媒體文化之一的時間之所以有落差，關鍵應是在地化過程有別之故。從 Wenner（1989）建立的媒體／運動／社會的互動模式來思考（參見下圖），本

研究認為該模式中鮮少被相關研究討論的記者，應是「運動媒體複合體」深入在地社會的關鍵之一。甚至，若將記者的角色拉至概念或理論的層次，從「文化中介者」的角度來檢視「運動媒體複合體」如何進入各個在地社會，應可合理推斷，外來的運動／媒體文化若要能深耕本地的社會生活，熟知外來與本地文化的「文化中介者」勢必扮演一定的角色。

圖 1：媒體／運動／社會的互動模式



資料來源：“Media, sports, and society: The research agenda,” by L. A. Wenner, 1989, in Media, sports & society, p. 26.

二、運動媒體複合體傳布的另一視角：文化中介者

法國社會學家 Pierre Bourdieu 於《區別：品味判斷的社會批判》（*La distinction critique sociale du jugement*）一書提出新「文化中介者」的概念，指稱其主要為電視、廣播的文化節目之製作人，或是具質感與格調的報章雜誌的評論者和所有作家型記者與記者型作家。他們基於其所處的社會階級位置，以及此位置相對應的「習癖」（*habitus*）、美學品味與生活風格，在上層文化與大眾文化產品之間創造了一系列的中間體裁（例如：短評），並為自己分配到一個雖然不具備法定權威，但卻是重要推動上層文化普及的位置。「文化中介者」未必從屬於官方組織，不需要法定權威的支持，但依然能夠柔性地藉由故事詮釋正統文化，使之普及。綜言之，「文化中介者」不僅產製並正當化文化產品，亦將文化產品的產製者，也就是「文化中介者」自身也正當化（Bourdieu, 1979／劉暉譯，2015）。根據 Hesmondhalgh（2006）的推測，此概念是相對於大眾媒體時代之前的正統文化評論者或專家等舊「文化中介者」而來。

不過在 Featherstone（1991）對 Bourdieu 的理解中，「文化中介者」不再只限於媒體從業人員，而是任何產製符號財貨或服務者皆屬之。有了這樣的延伸，以「文化中介者」為主要概念的相關研究也就日益增多。Negus（1996）將「文化中介者」概念運用至音樂場域，將唱片產業的從業人員視為連結創作者與閱聽人之間的「文化中介者」，並認為唱片產業的工作者透過娛樂媒體或唱片、影帶等各式音樂文本，重組、流通及中介音樂的文字、聲音及影像。換言之，「文化中介者」串連起生產與消費兩端，一方面基於自身的階級位置以及相應的「習癖」與美

學品味選擇值得中介的文化產品，另一方面憑恃著自身運用象徵符碼的能力將文化產品推介到消費端。

陳亭妤（2007）則將「文化中介者」的角色提升到全球傳播的層次，檢視搖滾樂如何透過詮釋、再現等機制中介到臺灣社會中。首先在客觀層次上，行動者透過一些具體策略或集結的行動（例如「臺客搖滾」、「野臺開唱」、「草地音樂節」等音樂活動的舉辦），凸顯群體在社會空間中的位置；其次於主觀層次上，行動者則主要經由媒體論述逐漸改變社會評價，在音樂文化生活的分類圖式中，建立搖滾這項類目。

綜觀上述兩個以「文化中介者」為主軸的研究可知，Negus（1996）將「文化中介者」界定在生產者與消費者之間，賦予其類如文化商品市場中介和守門角色；陳亭妤（2007）則把「文化中介者」視為有自覺地吸收異文化後，經過消化並重新組織再產製出一個引介者的文化詮釋。而這兩種對「文化中介者」概念的運用方式，也常見於飲食、時尚、文學、藝術、出版等領域。且不論哪種意涵，或運用到哪個場域，相關研究均強調「文化中介者」的自主性與創造力，進而肯認了「文化中介者」對於哪些文化商品值得消費以及如何消費的定義權。由此再回到 Bourdieu 對日常生活行為觀點，「文化中介者」的「習癖」一方面是基於「結構化了的結構」（structured structures）之位置所體現的實踐行動，另一方面也可能透過具創意的行動結果展現重新定義「正在結構化的結構」（structuring structures）的主體能動性（agency），再加上「文化中介者」擁有的特定「資本」（capital）、處於特定場域（field），最終產生出的日常生活行為即是 Bourdieu 所稱的「實踐」（practice）。

歸結來說，「運動媒體複合體」提出後便是運動傳播研究時常援引

的重要概念，只是從 Wenner（1989）的媒體／運動／社會的互動模式來看，相關研究對於記者乃至於由此延伸的「文化中介者」概念討論較少，而如果「運動媒體複合體」無法藉由運動相關節目的播送「自動」落地乃至於深耕在各個在地社會時，那麼「文化中介者」就可能是「運動媒體複合體」在拓展過程中的關鍵因素，故本研究將考量「文化中介者」的角色，讓析論 NBA 何以深耕臺灣社會時有更完整的角度。

參、臺灣媒體早期的 NBA 報導與轉播

承前所述，本節旨在透過新聞報紙、雜誌專文、研究報告等次級資料梳理出 2000 年之前臺灣媒體報導與轉播 NBA 的情形。不過若以《聯合報》創刊的 1951 年為起點，析論到 2000 年的時間跨度可能過長，故本研究考量下述兩個原因，以八〇年代為界，分述其前後時期臺灣媒體報導或轉播 NBA 的情形。

首先，1949 年國民政府退守臺灣，兵荒馬亂之際，為維繫其政權的穩定性，持續執行退敗臺灣前便已頒布的《臺灣省戒嚴令》，限縮人民言論自由。在此背景下，平面媒體或電視的 NBA 報導或轉播勢必有限。⁴ 不過七〇年代末，臺美斷交、黨外勢力興起，執政當局為了換取當時主流媒體的支持，故開始放鬆對平面媒體的管制（林麗雲，2000）。

⁴ 當時因全省戒嚴，進入戰時體制，黨政機關可依據《國家總動員法》、《戒嚴法》等法律頒布各項新聞管制政令（楊秀菁，2005）。此外，當時官方宣稱戰時須節約用紙，因而制定了「限制新聞紙申請登記」、「限制新聞紙的篇幅」以及「限制新聞紙應在申請登記時載明所在地印刷出版」等政策。這「限證」、「限張」與「限印」的「三限」管制即是所謂的「報禁」（楊肅民，1984）。

其次，1970 年代中期以後，臺灣經濟成長所累積的豐厚資本須尋求出口，於是房地產業的興起、廣告業的大幅擴張、文化娛樂工業的浮現，再加上娛樂消遣教育及文化服務費占民間消費的百分比一直穩定成長，1979 年時，前述百分比首度突破了兩位數，來到了 11.29%（行政院主計處，1996），消費社會的雛型隱然浮現（陳光興，2002）。

綜言之，本章根據臺灣社會的發展與媒介環境的轉變，將戰後到 2000 年這段期間區分為媒介管制較嚴格的時期，以及媒介管制相對較鬆且臺灣民眾更有經濟能力消費媒介文本的時期，分別梳理出各時期中臺灣媒體報導或轉播 NBA 的情形如下。

一、媒介管制下的臺灣媒體與 NBA

根據本研究搜尋新聞資料庫的結果，臺灣第一篇 NBA 相關新聞是 1954 年 12 月 26 日《聯合報》的〈玻璃墊上：二十四秒限制〉，內文說明 NBA 於 1954 至 1955 球季開始，規定進攻球隊須在 24 秒之內出手，以防止領先球隊不積極進攻拖延時間，導致球賽不好看。但此後十餘年，《聯合報》、《中央日報》、《中國時報》等當時的主流報紙幾乎沒有 NBA 報導（參見表 1），一直要到 1967 年 5 月間，因時任波士頓塞爾蒂克隊（Boston Celtics）的教練 Red Auerbach 與主力控球 Bob Cousy 來臺訪問交流，《聯合報》才在 1967 年 4~5 月間產製出 16 篇相關報導。

表 1：《中央日報》、《中國時報》、《聯合報》的 NBA 報導量
(1954-1979)

	1954	1955	1967	1970	1971	1972	1973	1974	1976	1977	1978	1979	總計
中央日報	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	2
中國時報	0	0	0	0	2	3	4	5	1	5	1	1	22
聯合報	1	1	16	6	3	0	4	0	1	2	2	4	40
總計	1	1	16	6	6	3	8	6	2	7	3	5	64

資料來源：本研究自行整理

進入 1970 年代，三家主流報紙都有零星的 NBA 消息。《聯合報》在 1970 年 8 月 20、21 日這兩天連載的〈美國職業籃球漫談〉一文，介紹了當時 NBA 的賽制、球員薪資、比賽規則、著名球員（邢炎堃，1970 年 8 月 20 日），應是本地報紙比較正式且有系統地引介 NBA 的首篇報導。《中國時報》則是每年接針對當年 NBA 的明星賽（李廣淮，1974 年 1 月 21 日）、季後賽（李廣淮，1977 年 4 月 13 日）、總冠軍賽（李廣淮，1977 年 6 月 8 日）等重要賽事進行報導。《中國時報》雖開始出現相對即時的 NBA 新聞報導，但仍非穩定見報。整體來說，本地報紙在七〇年代對於 NBA 仍稱不上是有系統的引介。

至於雜誌的情況也與報紙相似。1962 年 7 月發刊的《體育世界》到了第六期才出現了第一篇 NBA 賽況的報導。主旨是張伯倫（Wilt Chamberlain）在一場球賽中豪取 72 分（〈世界體壇動態〉，1962 年 12 月）。整體來說，《體育世界》對於 NBA 的報導皆以人物為主，甚少有系統地介紹 NBA 的文章。至於 1968 年 3 月創刊的《體育世界文摘》雖在首期便有蓀芝翻譯的〈美國籃球場上及場外一奇蹟〉一文，不過其後的 NBA 文本仍多是人物為主軸的翻譯文章。

戰後臺灣的平面媒體受限於政府管制，篇幅有限的情況下，NBA

報導呈現出零星而沒有系統的情況。那麼電視播映 NBA 比賽的情形為何？臺灣電視發展初期的六〇年代僅有臺視獨挑大樑，頻道與節目播出時間皆相當有限，本地運動賽事轉播都難以在媒介資源如此稀缺的情況下獲得青睞了，更遑論播放遠在太平洋彼岸的 NBA 球賽。不過六〇年代末中視開播後，NBA 比賽正式地出現在本地電視節目中。

前述提及，臺灣首場 NBA 比賽是由中視於 1970 年 3 月 22 日播出。事實上，中視不僅是本地轉播 NBA 球賽的先驅，更是臺灣七〇年代轉播 NBA 球賽場次最多的電視臺，總計 76 場，臺視則有 8 場，華視則無（參見表 2）。

表 2：無線三臺 NBA 每年轉播場次（1970~1979）

	1970	1971	1972	1973	1974	1976	1977	總計
臺視	0	4	4	0	0	0	0	8
中視	19	12	20	27	1	1	1	76
華視	0	0	0	0	0	0	0	0
總計	19	16	24	27	1	1	1	84

資料來源：《臺灣運動轉播史－國族運動媒體複合體》，陳子軒，2011，體育大學體育研究所。

若再進一步檢視 1970~1973 年間的《中國電視周刊》則可發現，中視更可說是本地 NBA 常態性轉播的濫觴。首先，中視自 1970 年 3 月 22 日起，固定於周日上午的「今日體育」節目中播出 NBA 籃球賽（湘梅，1970 年 3 月）。此後三年，中視均有安排固定時間播出 NBA 球賽，並將節目名稱改為「美國籃球大賽」或「美國職業籃球大賽」。

其次，雖然播出時間與節目長度時有變動，播出週期也非固定每周一次，但原則上一個月播 2~4 場，一年約播出 5~6 個月左右，連續播出四年，這般穩定出現在螢光幕前的頻率，應可稱中視首開本地 NBA 常

態性電視轉播之先河。

然而，1973 年底，中東戰爭產生了石油危機，中視為配合政府能源節約的政策，從 1974 年元月一日起縮短播映時間，每周一至周五僅播出五小時的節目（中午十二時到一時加上晚上六時到十一時）；周末兩天則從中午十二時播到晚間十一時（〈響應政府能源節約 中視縮短播映時間〉，1973 年 12 月），不符成本效益的節目便成了電視臺首先停播的對象。

當初中視在跟美國廣播公司（American Broadcasting Company）洽談購買 NBA 比賽錄影帶時，以每集 250 元美金成交，豈料開播第一年竟無任何廣告收入，甚至到了第二年亦是如此。最後是靠著中國石油公司以及菸酒公賣局的支持，中視才不至於虧損過重。無法獲利的 NBA 轉播便在此背景下喊停。停播之時，甚至尚有六、七場已經購買但還未播出的 NBA 比賽（何繼雄，1974 年 3 月 3 日）。

綜合來看，NBA 比賽的電視轉播未能持續下去的主要原因是沒有廣告收入，若再加上平面媒體在此一時期也僅是零星地產出與 NBA 有關的報導，此時期的臺灣媒體未對 NBA 的推廣有所助益，NBA 也無法讓媒體的收益增加。

二、消費社會下的臺灣媒體與 NBA

前述提及，黨國政府為了換取輿論支持而給予當時的主流報紙一些特殊待遇，所以《聯合報》在 1978 年買下《華報》成立《民生報》；同年，《中國時報》買下《大眾日報》創辦《工商時報》。雖在表面上未違反「限制新聞紙申請登記」的政策而讓兩家主流報紙另辦新報，但實質上在當局的特許下，兩大報變相地取得了更多的篇幅來爭取廣告量

大增的經濟利益。

在此背景下成立的《民生報》一開始就確立了將以生活、文化、體育、影劇、醫藥衛生、家庭消費等和讀者日常生活較接近的話題為主要內容，期待能成為家庭的第二份報（胡幼偉，1988）。亦即，《聯合報》集團希望藉由《民生報》的發行，突破因張數限制導致新聞內容取材有限的困境，以大幅報導蔚為趨勢的消費休閒新聞來增加營收。

這般的定位一定程度地呼應前述曾提到的國外平面媒體報導運動的邏輯。首先，以政治、經濟之外的新聞為主軸的《民生報》，同樣也是理解「軟性新聞」對一般讀者的吸引力，更不用說以這類新聞為基調，還可以在媒介管制的時期下，避免政經相關報導觸碰當局紅線的風險。其次，若以報紙集團的角度思考，《民生報》以軟性新聞為《聯合報》集團拓展了新市場提升了銷售量。當然，《民生報》不只包含運動新聞，《民生報》的運動新聞也不只包括 NBA，著實很難論證這些運動新聞與銷量間的關係。不過作為臺灣第一份最接近運動專業報紙的《民生報》，其運動新聞報導的量與質已令其他綜合性的報紙紛起效尤，版面甚至超過《民生報》（蘇嘉祥，2007）。由此觀之，運動新聞對於媒體銷售當有一定程度的助益。

至於《民生報》在報導 NBA 訊息方面，創刊前兩年多為球星特寫，1980 年起《民生報》有了更多當季 NBA 的賽事報導。首先，當季 NBA 東西區的準決賽與決賽，一路到東西區冠軍對壘的總決賽之賽況，皆能在《民生報》的綜合外電報導中看見。其次，1980 年 12 月 25 日《民生報》開闢了「籃球的傳奇故事」專欄，由時任臺灣銀行籃球隊總教練的曲自立執筆。此專欄並非每則皆為 NBA 的軼事，也非當季球賽的報導，但既然有傳奇之名，全美籃球水平最高的 NBA 故事自然不少，再加上是每天連載，應可視為 NBA 文本穩定出現在《民生報》中

的濫觴。

此後，《民生報》逐年開展不同出更多元與深入的 NBA 報導。1982 年時出現首篇季前戰力分析，是由陸永強執筆的「今年美國職業籃球聯賽展望」（陸永強，1982 年 11 月 18 日）；1983 年則有了 NBA 明星賽報導（曲自立，1983 年 3 月 9 日；曲自立，1983 年 3 月 10 日）以及評估哪幾支球隊會進入季後賽的戰況分析（曲自立，1983 年 3 月 17 日）。但例行賽的消息仍未穩定每日見諸報端。

1988 年《民生報》的 NBA 報導有了新進展。首先，該年《民生報》刊載了由曲自立撰述的「NBA 新人評介」系列專欄。其次，每日皆透過外電產製前一天 NBA 比賽的賽況報導，且報導中未涵蓋的比賽，也可從《民生報》編製的戰績表中得知賽事戰果。

至此，從季前戰力分析、選秀分析，到球員特寫及例行賽、明星賽以及季後賽賽況報導，再到季後球隊動向，NBA 報導的各式文類都已陸續出現在《民生報》。儘管在報禁開放之前，可能因版面有限，致使《民生報》未能有一個球季完整呈現所有類型的 NBA 文本，但《民生報》應已是臺灣早期的平面媒體中，透過量與質均穩定的 NBA 報導引介 NBA 的報紙。

雜誌方面，創刊於 1980 年 9 月 1 日，同樣也以《體育世界》為名的運動綜合雜誌，首期便有〈NBA 世界籃球王國〉一文對 NBA 詳加介紹。同年 12 月發行的第四期再有〈1980~1981 新球季 NBA 職業籃球實力預測〉一文概述當季 NBA 各隊戰力概況。《體育世界》在發刊初期的 NBA 文本，似乎不像其他平面媒體多以人物或故事為主軸，而是直接引介這項職業運動的概況。

進入 1981 年後，《體育世界》中的 NBA 文本大多都出自曲自立之手。起初，這些文本內容又回到以球員特寫或歷史故事為主，但自 1982

年 9 月起，《體育世界》從月刊改為周刊後，NBA 文本的內容開始更貼近當季賽事，季前戰力分析、季中回顧與展望、季後賽賽前評析等文類陸續出爐。甚至，1982 年 12 月 10 日發行的第 38 期起，每一期《體育世界》幾乎均有曲自立執筆的「NBA 籃球專欄」，內文除了描述近期戰況之外，還會附上最新的各隊戰績表。

如此報導 NBA 的模式，使得《體育世界》的 NBA 文本不僅有深度，也能在即時性上媲美報紙，十分受到本地 NBA 迷的歡迎，且其程度甚至到了一本綜合性的運動專業雜誌，需要為 NBA 球迷特別開闢一個信箱來回答相關問題的境地。

我們發現在這個島上有很多很多的 NBA 球迷。我們也不時接到電話，詢問有關 NBA 的問題。為滿足讀者，我們從下（64）期開始，開闢一個 NBA 信箱。……NBA 信箱將由 NBA 專欄曲自立先生負責解答，……一封信以一個問題為限，而且**必須附貼左上角的 NBA 信箱印花**（這個印花以後將會不特定版面的在本刊出現）。（粗體部分為本研究所加；〈NBA 信箱〉，1983 年 6 月）

開闢信箱後，因為不少 NBA 球迷來信詢問，為避免《體育世界》中的 NBA 與其他運動訊息比例失衡，負責回答球迷問題的曲自立主動將此信箱喊停。

在這一期 NBA 專欄裡，我首先要說明為了不要使體育世界變成 NBA 世界，所以 NBA 信箱併入本專欄處理，因此累積在信箱裡的二、三十封信，除了以電話回答外，不能以電話回答的，就在本欄答覆（曲自立，1983 年 10 月）。

由此可知，NBA 確實為《體育世界》吸引到不少的讀者。首先，開闢了 NBA 信箱之後，本地 NBA 球迷若要詢問 NBA 相關問題，就需購買《體育世界》以取得 NBA 信箱印花。再者，《體育世界》於第 19 期刊載的一則廣告不僅提到「《體育世界》自創刊以來，多期報導美國 NBA 職業籃球盛況，引起國內廣大讀者群的共鳴」，甚至，為了吸引更多的訂戶，「凡新訂或續訂『體育世界』雜誌一年（12 期），除可享受特價 800 元（原價 960 元），還可以獲贈 NBA 紀念衣一件（在美國售價 15.5 美元）。」

凡此種種皆可顯示 NBA 文本確有助於《體育世界》拓展市場，而越來越多的《體育世界》讀者也能藉此認識 NBA。換言之，「運動媒體複合體」概念的提出雖然主要是觀察自電視與運動之間互蒙其利的情況（Jhally, 1984），但從本地《體育世界》與 NBA 間共生共榮的關係來看，「運動媒體複合體」的概念也當納入雜誌乃至於平面媒體。

《體育世界》1985 年停刊後，同年 10 月發行的雙週刊《運動世界》補上了運動專業雜誌這個缺口，且就與 NBA 相關的內容來說，《運動世界》延續了《體育世界》模式。《運動世界》自創刊起，每期均推出由曲自立執筆的「NBA 籃球專欄」，內容除了與人事物有關的故事性文章外，通常會在文章的最後一頁加上篇幅較小的當季 NBA 球賽之即時消息，以及 NBA 各球隊的戰績表。此外，NBA 球季開打前的戰力大勢分析、選秀會評析、例行賽與季後賽戰況報導、休季期間聯盟與球隊動態等內容一應俱全。總之，《運動世界》對於 NBA 的報導量及內容可說十分穩定。

只是，《運動世界》僅發行了約一年半便收攤，但是本地雜誌對於 NBA 的報導並未中斷。首先，《運動世界》創刊隔年，國內首本專門報導籃球運動的《籃球雜誌》問世；其次，《運動世界》吹起熄燈號後

半年，臺灣第一本完全以 NBA 內容為主的刊物《NBA 報導》登場。

關於前者，首期《籃球雜誌》的「發行人語」便提到會定期刊載 NBA 消息。但相較於《運動世界》承繼《體育世界》的模式，每期皆有簡潔的文字，快速摘述過去兩周比賽的精華，因《籃球雜誌》為月刊，時效性顯然不若每兩周發行一次的《運動世界》，故與其刊登舊聞，不如以深度分析的文章為主，和即時性較佳的其他媒體區隔出該雜誌的特色。

至於《NBA 報導》的創刊背景則是《體育世界》與《運動世界》先後停刊後，這兩本雜誌中 NBA 文本最主要產製者曲自立認為，雖然《籃球雜誌》中仍有 NBA 的內容，但其為籃球綜合性雜誌且一個月出刊一次，似乎不能滿足想對 NBA 資訊有更全面、深入與迅速了解的讀者，所以成立「NBA 俱樂部」，並於 1987 年 8 月 1 日發行了每半個月出版一期的《NBA 報導》。

《NBA 報導》對於 NBA 消息的報導模式則大致上與《體育世界》、《運動世界》相同，季前分析、常規賽戰況簡單報導、季後賽賽況詳盡分析等皆隨球季進行依序見刊。報禁開放後，由於各主流報紙的體育版也開始有 NBA 的即時消息，《NBA 報導》內容走向上更確立以深度為主。球隊勝敗的消息仍有之，但贏的原因和失敗的理由之分析更為重要。

《NBA 報導》在發行了一年有餘之時，NBA 官方得知本地有個民間自發籌組的「NBA 俱樂部」以固定發行刊物的方式推廣 NBA，因此提供了一份 NBA 官方出版、刊載各隊球員的名單與基本資料的刊物「NBA NEWS」給《NBA 報導》，一方面提供資源協助《NBA 報導》推廣 NBA，另一方面提升《NBA 報導》內容的正確性。由此觀之，運動確有藉媒體拓展市場之企圖。曲自立甚至在與讀者溝通園地的

「Courtside」中提到「很高興在臺灣我們是唯一被 NBA 認可的組織」。可惜的是，《NBA 報導》打從發刊之始就不刊登廣告也不公開販售，所以一直都有入不敷出的問題。1990 年 7 月發行完第 70 期後，《NBA 報導》在不堪虧損的情況下吹起熄燈號（馮同瑜，1991 年 2 月 8 日）。

歸結來說，八〇年代初期發行的《體育世界》有系統且穩定的引介 NBA，除了賽事報導外，還包含制度與文化等面向，接續於其後刊行的《運動世界》、《籃球雜誌》、《NBA 報導》也大致能承繼這樣的報導模式。且從《體育世界》對 NBA 引介的完整度、《體育世界》得以 NBA 球衣做為吸引訂戶的誘因和讀者的熱烈回饋，以及《NBA 報導》獲得 NBA 官方提供的資源可以看出，本地雜誌與 NBA 當可為運動與媒體結合可互蒙其利的例證之一。

至於電視方面，前述提及中視乃本地電視常態性轉播 NBA 比賽的濫觴，但因無廣告收入而於 1973 年年底喊停。其後要到八〇年代初期，「臺視運動場」、「體育世界精華」、「大運動場」等綜合性運動集錦式的節目才又開始不定期的播出 NBA 球賽，但這些節目的內容卻未必是經過合法授權的（邱海嶽，1981 年 5 月 7 日）。

不過約莫八〇年代中時，臺視的傳達仁因採訪洛杉磯奧運，而與 NBA 推廣部經理德瑞塞有了接觸，並以每場 500 美元的權利金取得了 NBA 比賽的合法播映權（傳達仁，1999 年 1 月 18 日）。臺視便從 1987 年 1 月 4 日起，每周日上午九點到十一點播出 NBA 球賽，並意外地受到本地閱聽眾的歡迎。一般而言，三臺的運動節目多半在冷門時段播出，平均收視率在 10% 以下，而臺視在周日上午轉播的 NBA 比賽卻有 23.2% 的收視率，可謂打開周日早上收視的瓶頸（臺北訊，1987 年 9 月 25 日；螢夜，1988 年 1 月）。由此觀之，NBA 確實可以為臺視吸引到

相當數量的閱聽眾。易言之，以電視為主要觀察對象，從而提出的「運動媒體複合體」概念，在 NBA 與臺灣電視媒體結合的例子獲得一定程度的驗證。

不過起初臺視播放的 NBA 球賽不僅不是現場實況轉播，甚至不是當季的比賽。然而，現場直播幾乎可說是運動轉播的趨勢，因此臺視的壓力漸大。首先，輿論開始反映觀眾要求直播的聲音（陸永強，1989 年 5 月 11 日）；其次，當時可透過小耳朵收看 NHK 的民眾發現 NHK 現場直播 NBA 開幕戰（劉滌昭，1991 年 11 月 2 日），即便是錄影播出仍是放映當季球賽，本地閱聽眾因而有了對照組可供比較（白云，1991 年 11 月 6 日）；最後，迫使臺視更積極的主因是 1991 年與 NBA 重新協商轉播權利時，華視也加入競逐 NBA 轉播的行列，並認為既然要轉播就要現場立即實況轉播（王中介，1991 年 6 月 28 日）。

最終，為避免之後國外運動賽事向本地無線電視臺兜售獨家轉播權時，會造成三臺抬高權利金的惡性競爭，故協議還是由臺視取得 NBA 自 1991-1992 球季起三年的獨家播映權，且包含冠軍賽的現場轉播權。1992 年 6 月 4 日上午九點，由傅達仁和鄧國雄轉播的 1991-1992 球季公牛 VS 拓荒者的 NBA 總冠軍戰，就成了臺灣第一場實況轉播的 NBA 球賽。至於例行賽的現場直播方面，1994-1995 球季起，本地閱聽眾可以在有線電視的頻道 ESPN 及衛視體育臺看到 NBA 例行賽的實況播出，在此競爭壓力下，臺視只好跟進，於每周六早上開闢時段，現場直播 NBA 比賽（尚孝芬，1994 年 11 月 7 日）。

獨占臺灣無線電視臺轉播 NBA 球賽許久的臺視，於 1996 年與 NBA 商討新轉播合約時再度遇到了一些挑戰。首先，NBA 調漲了轉播權利金；其次，有線電視的運動專業頻道讓臺視不再實質上享有獨家的地位；最後，臺視被 NBA 要求調整播出時段，已確保周六上午本地民眾

僅能透過一個頻道收看 NBA 球賽。

就在臺視針對時段問題與 NBA 斡旋的同時，NBA 也與華視接觸，並在華視同意周四上午轉播 NBA 的要求下與 NBA 簽訂了草約。此舉引發臺視指謫華視破壞協議，讓三臺陷入哄抬價格的惡性競爭中。但華視認為其接手 NBA 的條件與臺視相仿，並未加碼，亦即華視並未以提高價格做為競爭手段，而是 NBA 主動表示要更換合作搭檔，故並未破壞協議（尚孝芬，1996 年 9 月 21 日）。

最後，在臺視退出，華視評估周四上午因時段不佳，恐無法收支打平，再加上原時段固定播出的「莒光園地」節目無法挪開的情況下，中視開始與 NBA 接觸，最終與 NBA 簽下自 1996-1997 球季起連續兩年，臺灣無線電視的獨家轉播權。本地無線臺的 NBA 轉播權就在經營十年之久的臺視與華視相爭未果後意外易主（〈NBA 再傳球 周四 Live 換中視〉，1996 年 10 月 24 日；〈NBA 鏖戰開鑼 中視全方位瞄準 周四 轉播當天賽事 周六 報導球員花絮 周日 則重播周四賽程〉，1996 年 11 月 7 日；李德珍，1996 年 10 月 24 日）。

時序走到九〇末期，本土運動專業頻道緯來體育臺成立，並以三年逾 15 億的天價取得中華職棒第八年至第十年轉播權。不過一個剛成立的運動頻道除了自己的「招牌菜」之外，還需要搭配一些「小菜」，才能填滿轉播時數，故緯來體育臺開始洽談 NBA 比賽的轉播權利，並於 1998 年 6 月底和 NBA 簽下四年轉播合約（吳育光，1997 年 1 月 1 日；袁世珮，1998 年 6 月 26 日）。

至此，臺灣閱聽眾每周共六天可分別從四個頻道觀賞到 NBA 的球賽，近乎天天都有 NBA 球賽可看（詳見表 3）。

表 3：1999 年球季臺灣 NBA 轉播的頻道與時間

星期	星期一	星期二	星期三	星期四	星期五	星期六	星期日
頻道	緯來體育臺	無	ESPN	緯來體育臺	衛視體育臺	ESPN	中視

資料來源：本研究整理自〈NBA 旋風今起襲臺 每周六天有轉播 喬丹不飛公牛崩解 新球季有新期待〉，李亦伸，1999 年 2 月 6 日，《民生報》，1 版。

綜合而言，即將進入千禧年之際，NBA 球賽得以在本地的電視機裡可以近乎天天上演，從在商言商的角度來說，運動頻道紛紛投入 NBA 轉播，大概都顯示了 NBA 球賽一定程度地受到閱聽人的歡迎。當然，從收視率的角度來看，有線電視開放後，大量的頻道會稀釋收視率，NBA 轉播的收視數字未如臺視獨占時期那般亮眼是可預期的，但重要比賽的收視率依然可以維持兩位數，例如：NBA 喬丹領軍的公牛隊於第二度三連霸的最後一年，1998 年總冠軍賽封王時曾創下 18.7% 的收視率（王思捷，2001 年 10 月 16 日）。

相對地，NBA 又能藉助媒體宣傳之效，讓多少本地民眾認識呢？根據「聯合報系民意調查中心」所做的調查可知，「NBA 在臺灣的知名度為七成九。平常看 NBA 電視轉播的人，則占全體十二歲以上受訪者的四成六」，「年齡三十歲以下、學生以及男性，是最忠實的球迷。」（聯合報系民意調查中心，1999 年 2 月 6 日）。

換言之，雖然上述的收視率數字相較於八〇年代末期下降了將近一半，但考量超過 20% 的收視率是在 NBA 轉播臺視仍是獨門生意的情況下產生，以及九〇年代起有線電視的運動頻道加入競爭，這兩位數以上的收視率應該仍意味著 NBA 可以吸引到本地一定比例的收視人口。再加上「聯合報系民意調查中心」的調查結果顯示本地有近八成的民眾知

道 NBA，所以運動與媒體共生互利的說法在此例上獲得相當程度的證實。

肆、NBA 深耕臺灣社會的關鍵：文化中介者

從前一節的爬梳與整理可知，七〇年代初期中視的 NBA 常態性轉播在廣告收益不佳的情況下停播，十餘年之後，八〇年代尾聲臺視重新開啟了固定時段的 NBA 轉播，且收視率表現不俗，甚至可說是意外地為臺視打開冷門時段的市場。當然，這對電視臺而言有些驚喜的收視人口數字應非從天而降，在這沒有穩定電視轉播僅有平面媒體報導 NBA 的十餘年間，本地當是累積了一定程度對 NBA 的認識與認同，才會在電視更普及與文化消費更多樣等結構因素成熟下，有不錯的收視結果。因此，本節將透過文本與文獻分析，先檢視本地八〇年代之後平面媒體呈現了什麼樣特色的 NBA 文本，再從這些文本多出自曲自立之手，進而析論出「文化中介者」於 NBA 在地化過程中所扮演的關鍵角色。

一、NBA 文本的在地化

本地媒體產製 NBA 文本的濫觴乃是 1954 年《聯合報》對於 NBA 比賽規則的簡介，此後到 1970 年之前《聯合報》的 NBA 消息多半是 NBA 教練或球員來到本地與臺灣籃球交流時的新聞報導。這些文本大多是在「倒金字塔式」的架構下用平鋪直敘的文字紀錄上述事件。至於在六〇年代發行的《體育世界》與《體育世界文摘》均以翻譯文章為主。1971 年起，《中國時報》加入的 NBA 報導的行列，但這些新聞的陳述方式沒有太大的改變，依舊是符合客觀中立的新聞專業意理。

當然，並非所有報紙與雜誌的 NBA 文本皆是如此。1978 年《民生報》創刊後，對客觀中立要求較低，相對有彈性的專欄或也代表分析性文章開始增多，而以文章深度為主的雜誌，其作者更有空間展現自己的特色。因此，在運動專業雜誌紛紛興起的八〇年代，NBA 文本的敘事風格理當有客觀中立之外的其他可能。準此背景，本節將檢視在主要以報紙與雜誌傳遞 NBA 消息的時期中，純淨新聞以外的 NBA 文本究竟有何特色。

（一）章回小說式的敘事風格

如果依照客觀新聞的專業意理要求，籃球比賽兩軍對戰的過程出現在新聞報導中，大概就是中規中矩地描述比賽得分的過程，重要的轉捩點，獲勝球隊的主要功臣及其表現等。但八〇年代《民生報》、《體育世界》等運動專業媒體興起之後，開始出現以說書的敘事方式讓對陣兩造的競爭過程彷彿躍然紙上的文本。

在終場前兩分四十四秒，賈巴出手命中，比數 106-103，……費城進攻，馬龍被犯，罰二中一，106-104，賈巴在禁區附近接球不能出手，只好傳古柏，**說時遲那時快**，老 J 一個**箭步**竄出，把球打掉，球直奔前場而去，老 J 和古柏做追球賽跑，在罰球圈外追到，老 J 拿到球就**騰空**滑行，單手扣籃……（粗體字為本研究所加，曲自立，1983 年 6 月 a）。

這類敘事風格不僅限於比賽終了前，兩軍分數差距有限時，即使是記敘整場球賽的戰況起伏，行文也是以生動的筆法為之。

第二節開始，……賽隊的哈維奇克與賴瑞·西格菲德

(Larry Siegfried) **雙騎劫寨，有投必中**，……反觀七六隊，場上成員茫茫然不知所措，……。

這時張伯倫拚命鼓勵自己，這是榮譽聖戰，為自己，為七六隊以及為費城，他有責任**戰死疆場，馬革裹屍**！突然間，張伯倫……像一頭從夢中覺醒的怒獅，奮力與對手搏鬥。……慢慢的賽爾提克領先的差距縮小……但仍以六五比七十落後。

第三節時，七六隊的瓦利·瓊斯突然間好像吃了藥一般，……外線遠射居然**隻隻中的**；張伯倫專責籃板，……兼司中間策應，儘量給瓊斯製造出手的良機，瓊斯手風順到投九中八，……七六隊終於以一〇〇比九五掌握了優勢。

波士頓情急**背水出兵**，但張伯倫卻**得理不讓人**，精神百倍的猛抓籃板，在進攻方面則籃下當仁不讓的一再得分……。

波士頓隊哈維奇克又在罰球區跳投，但張伯倫卻連敲火鍋。羅素只有自己運球尋找出手機會，張伯倫則**亦步亦趨**毫不放鬆；於是，賽爾提克的霸權**於焉毀滅**（粗體字為本研究所加，曲自立，1982年1月5日）！

由上開節自《民生報》的文字來看，雖說報紙所能刊載的文字數量有限，長度自然不可能與章回小說相比，不過以比賽中的每一節作為段落的起點，且節與節之間的敘述皆有連貫性，可說具體而微地展現了章回小說的結構。

總之，時序進入八〇年代之後，更多運動專業媒體的出現，給了不同風貌的 NBA 文本更多的開展空間。除了倒金字塔式的純淨新聞外，

章回小說式的說書報導也漸次出現，這便是本地平面媒體在臺灣消費社會初期所產製 NBA 文本的特色之一。

(二) 出口成章的 NBA 球員

儘管八〇年代時，義務教育所使用的國文課本裡仍有文言文的文章，但實際的生活對話中多以白話文為主，平鋪直敘的新聞報導中當然也甚少出現文言文。但已經相對較少使用的行文乃至於說話方式，卻不時地在本地媒體產製的 NBA 文本裡之球員口中。

密爾瓦基的大腳老藍賽後答好事者問：「……老實告訴你，在賽前我只期望以一勝一敗的戰績回家，然後在第三、四站**徐圖進取**，現在居然槓上開花，**強龍兩勝地頭蛇**，真是出乎意料！」（粗體部分為本研究所加；曲自立，1983 年 5 月）

阿拉巴馬的六呎二吋後衛懷特勒（Ennis Whatley）決定棄學提前到 NBA 報到，他的理由不新鮮：「為了家中**食指浩繁**，不忍讓**阿母**再辛苦下去。」（粗體部分為本研究所加；曲自立，1983 年 6 月 b）

從「徐圖進取」、「強龍兩勝地頭蛇」、「食指浩繁」等用語可知，行文應該不是貼著原始文句逐字的翻譯，較傾向是不失原意的情況下，用在地語言邏輯來展示球員發言時的語境。而「阿母」更是以臺灣最多人口使用的方言，讓本地閱聽眾有機會瞬間體會該名大學球員體恤母親含辛茹苦拉拔一家老小，提早進入 NBA 扛起家計的心境。

而除了上述 NBA 球員出口成章的例證之外，有時還可從在西方文明薰陶下成長的記者竟然具有本地傳統文化的思維模式。

當時比較喜歡耍單刀的記者問老 J 一個不太入耳的問題：「鳩里，你今年已經三十三出頭，若照**中國式的年齡算法**，則是三十五歲，你考慮退休嗎？」老 J 先是一愣，隨後卻莞爾一笑，很技巧的回答這尷尬的問題：「中國人也有一句成語是『**老當益壯**』……」（粗體部分為本研究所加；曲自立，1985 年 11 月 b）

當然，提問的記者並非不可能知曉所謂「虛歲」的計算方式與文化傳統，回應的球員也或許對中國的成語略知一二，不過此處的原意應當更可能是記者對年長球員退化的質疑以及資深球員不堪示弱地回應，而作者在未改對話主旨的情況下，增添一些趣味性與在地的文化元素，試著讓本地閱聽眾更容易理解 NBA 文化並感到有趣。

（三）NBA 文化的在地化比喻

本地平面媒體的 NBA 文本內容除了賽事報導與人物速寫之外，亦會介紹 NBA 的運作方式與組織文化，且引介敘述的過程中，仍不時有符應在地民情文化的譬喻。例如在介紹 NBA 球員與球隊兩造通常如何看待球員交易時，作了如下的陳述：

NBA 球隊和球員之間談不到什麼痛快不痛快。球員可以拿一百絕不拿九十九；球員只值九十九球對決不出一百。**買賣不成仁義在**，大家都依法照慣例行事，沒有什麼私人感情可言。

某球員從某隊轉走，過了兩年又回來，在球員說來固然不會有什麼「**好馬不吃回頭草**」的羞慚，在球隊來說更談不到

「**覆水難收**」（粗體部分為本研究所加；曲自立，1983 年 12 月）。

以八〇年代初期的時間點來說，作為一個已經運行逾三十年的職業運動組織，球員交易已非新鮮事，球員、球隊乃至於整個 NBA 應已習慣這種在商言商的文化。但將球員視為商品，放在談判桌上論斤秤兩，對沁人在本地重視人情義理文化已久的閱聽眾來講，或許並不容易理解。不過作者用「買賣不成仁義在」說明了 NBA 是一樁將本求利的生意，球員交易大多也就是公事公辦，所以對球員來說「好馬可吃回頭草」不必羞赧；那麼對球隊而言，收回覆水也無須尷尬。如此譬喻，應當有機會讓本地讀者一看便了然於胸，快速理解 NBA 的文化。相似的例子還有述說 NBA 世仇文化以及主場優勢時的比喻：

波士頓、費城都在東部聯盟，又都在大西洋區，為了爭東聯冠軍，兩隊所做的是長期抗戰，你添兵我就買馬，你花大錢挖好球員，我就送銀子慰留猛將。……「**無敵國外患國恆亡**」的反面意思就是「**有敵國外患國恆強**」……幾乎每一季都有二虎相爭必有一亡的局面發生。……想到一山不容二虎到二虎相爭，進而聯想到「**坐山觀虎鬥**」。波、費二城長期較勁，坐在山上觀戰的卻是西霸天洛杉磯……（粗體部分為本研究所加；曲自立，1985 年 11 月 a）。

「**仗勢欺人**」和「**以眾欺寡**」在籃球場上具有實質上的效果；當然主隊不能上六個球員，但場外上萬個觀眾替主隊喝正彩、搖旗吶喊，連犯規都成了「好球！」（粗體部分為本研究所加；曲自立，1988 年 5 月）

由上可知，NBA 球隊間長期的世仇文化，以及坐收此對抗漁翁之利故事，作者試著透過本地的俗諺「二虎相爭必有一傷」和「隔山觀虎鬥」，讓閱聽眾心領神會；而主場優勢也能用「仗勢欺人」一語道盡。

歸結來說，運動藉由媒體開拓全球市場時，必然要經過在地化的過程。從文獻回顧中可知，在 NBA 進入英國的例子裡，NBA 調整了原本標準化統一製作的節目內容，以在地運動迷較熟悉的足球員類比 NBA 球員。相對地，NBA 要成為臺灣社會運動／媒體文化之一，亦是需要以本地民眾較為熟悉的樣貌來引介。但與英國例子較不一樣之處在於臺灣報紙或雜誌文本的在地化不是以運動做類比，而是揉合了更普遍且深入的一般性文化元素於其中，即使不是運動迷也有機會得以認識、理解進而喜歡 NBA 文化。

當然，作為一種外來運動／媒體文化，NBA 的在地化要能夠有足夠的累積並產生效果，產製 NBA 文本的作者顯然扮演了關鍵的角色。更進一步地說，若有深諳兩種文化的「文化中介者」，在文本中以在地元素接合外來文化，當更有機會使在地閱聽眾迅速地通曉異文化。從上述的文本分析可知，這些具有在地特色的 NBA 文本多是出自曲自立之手，而能夠寫出這樣的文風實與其成長環境有關。

從《籃球雜誌》對曲自立的專訪可知，出生於中國河北省邢臺縣的曲自立，自小因身體不好，又逢剿匪、抗戰等戰亂，求學過程斷斷續續，連小學都沒唸完。也許正是因為在家的時間長，九歲起就開始沉溺於《七俠五義》、《水滸傳》、《紅樓夢》等古典文學中，奠定了深厚的國學基礎。十四歲時，曲自立跟著雙親到臺灣。因為當時社會物資普遍缺乏，就讀建中時沒有零用錢，便開始寫文章賺稿費。豈料就此開啟筆耕生涯，甚至當兵時送給妻子做為新年禮物的大衣，也是靠在軍營熬

夜寫稿的稿費所支應的（詹婉玲，1987 年 10 月）。

由此觀之，雖然日後進入臺灣銀行工作的曲自立並非以寫作維生，但從小熟讀中國古典文學的曲自立，在其生長過程中累積了豐厚的「文化資本」（cultural capital），也為其「半文言文」的寫作方式打下深厚的基礎。

不過除了透過在報紙與雜誌上的專欄來引介 NBA 之外，曲自立還透過其他方式積極地推廣 NBA。而有此關鍵「文化中介者」當是 NBA 得以不需要透過臺灣國族英雄便能成為的本地運動／媒體文化之一的重要因素。因此，下文將更詳細地討論曲自立如何將 NBA 引入臺灣社會。

二、NBA 在地化的文化中介先驅：曲自立

前述提及，八〇年代以前，本地的平面媒體對於 NBA 僅有零星的資訊，但七〇年代初期電視臺卻有常態性的轉播，儘管如此，似乎未見 NBA 成功深植臺灣社會，運動與媒體結合後彼此互利的情況並不明顯。但自八〇年代起，關鍵的「文化中介者」曲自立開始在本地電視臺沒有穩定轉播 NBA 球賽的空窗期，於平面媒體上有系統地引介 NBA 後，NBA 在地化的過程有了更有效的累積。本節便要從相關的報紙、雜誌與書等次級資料中，爬梳出曲自立作為一名「文化中介者」，究竟是在怎麼樣的機緣下接觸 NBA，以及在八〇年代 NBA 深入到臺灣社會的過程中，扮演了怎樣關鍵的角色。

（一）文化中介出我們的 NBA

一九八〇年九月底，時任臺灣銀行籃球隊領隊的曲自立被派至美國研習關於銀行的成本利潤的理論和技術。亦是籃球迷的曲自立，打發公

餘和假日時光的選擇便觀賞 NBA 轉播，且越看越感興趣，甚至開始購買書籍並深入研究。換言之，曲自立「對 NBA 發生興趣是很偶然的」（曲自立，1982）。

對 NBA 產生興趣出於偶然，但對如何引介 NBA 到臺灣社會，曲自立展現了主動性較強、自覺性較高的「文化中介者」特性。曲自立在接受《籃球雜誌》專訪中提到他嘗試翻譯《民生報》「籃球傳奇故事」專欄的第一篇文章時，來回修改了五遍都不滿意，因為直譯的筆法怎麼唸都不順口。於是，曲自立索性將原文書丟開，憑著故事大綱及印象就用中文語法寫了起來，反而流暢無比，開創自有的特殊風格。

尤其要寫外國的籃球運動，更必須打破隔閡，透過文字讓國人瞭解美國籃球文化、制度及精神。既不能過於嚴肅，又不能喪失原委，在風趣、幽默的妙筆生花下，讓球員活生生地出現在讀者面前（粗體部分為本研究所加；詹婉玲，1987 年 10 月）。

也就是說，從前一章所分析出的 NBA 文本特色，其實皆為作者盱衡東西方社會不同的歷史脈絡下，有意識地運用在地的文化元素，巧妙地接合 NBA 文化之舉。透過這樣的全球與地方文化之交融辯證，才能產製出「我們的 NBA」，從而讓臺灣的 NBA 迷能在熟悉的語境中理解 NBA 的人事物：

本文是根據……「Journey of Discovery」一文改寫。改寫的原因是原文內有很多是臺灣的 NBA 迷所不能瞭解的，必須刪去；而又有很多地方需要補充才像我們的 NBA，特此說明（粗體部分為本研究所加；曲自立，1986 年 3 月）。

而且更重要的是，在這此過程中不僅要讓讀者讀來心領神會、一點就通，更要通俗、有趣：

筆者不否認在所有的文章裡都有**若干誇張之處**，其目的不過在**讓讀者有興趣而已**，如果純粹一字不改，一言不加的報導，那麼呈現在讀者面前的將是「波士頓和費城比賽，112-106 波士頓勝」，這多麼索然無味，假如改為「老對頭波士頓和費城**窄路相逢**，兩隊咬牙對轟，到時間結束，費城意外的**失荊州**，106-112」就有趣多了（粗體部分為本研究所加；曲自立，1983 年 8 月）。

當然，作者意欲如此，讀者是否領受可能並無閱聽眾調查得以直接證實，但從其他媒體從業人員的觀察與看法中或可略窺一二：

讀曲爺的 NBA 文章，一如讀**章回小說**，……妙在他以**國式的老練寫法**形容屬於外國人的 NBA 而讓國人毫無障礙的全盤吸收（粗體部分為本研究所加；吳清和，1988 年 8 月）。

四十五歲以後，他策馬闖進 NBA 職籃，從此即神遊各路英雄好漢的飛簷走壁和指拿功夫之間。……他的字裡行間，除了嫻熟典故，眼界廣闊外，精於刻劃人物個性，擅用**章回小說**筆法雕琢，正是筆下生花的不二法門（粗體部分為本研究所加；伍崇韜，1995 年 2 月 28 日）。

總的來講，曲自在行文介紹 NBA 時，除了能物換星移地把陌生、遙遠的賽事、球員乃至於各種制度，落實在本地閱聽眾熟悉語彙及文化情境中之外，還須兼顧讓讀者認為有趣的目標，如此方能讓 NBA

文化與本地的接合既廣又深，也才會是「我們的 NBA」。

（二）養成本地的 NBA 收視人口

儘管曲自立的文字或有引人入勝、如臨現場之效，但比賽影像還是較能給閱聽眾的視覺與聽覺最直接的感官刺激，進而留下深刻印象。因此，曲自立在臺視尚未重啟本地常態性的 NBA 電視轉播前，便透過友人從美國寄送 NBA 球賽的錄影帶至臺灣，拷貝複本並先後藉由《體育世界》、《運動世界》與《NBA 報導》發布以工本價販售 NBA 比賽錄影帶的公告。

此外，曲自立創立的「NBA 俱樂部」還不定期與《籃球雜誌》、《時報周刊》合作，共同舉辦 NBA 錄影帶欣賞會，邀集「NBA 俱樂部」的會員以及其他 NBA 同好，一同觀賞 NBA 的精采賽事，影帶播放結束後還有與會者的提問和討論時間。根據《NBA 報導》的記載，這樣的錄影帶欣賞會總計六次（參見表 4）。

表 4：NBA 錄影帶欣賞會一覽表

場次	舉辦時間	舉辦地點	合作單位
1	1987 年 10 月 3 日	臺北籃球雜誌社	《籃球雜誌》
2	不明	「NBA 俱樂部」新竹會員家	無
3	1988 年 3 月 29 日	臺北籃球雜誌社	《籃球雜誌》
4	1988 年 5 月 21 日	臺北時報廣場	《時報周刊》
5	1988 年 7 月 17 日	臺北時報廣場	《時報周刊》
6	1988 年 11 月 26 日	臺中時報廣場	《時報周刊》

資料來源：本研究自行整理

綜言之，在八〇年代初期，曲自立在其所主筆的專欄中除了以生動的文字讓 NBA 球賽躍然紙上之外，也分享更具體的 NBA 影像資源給本地有興趣的閱聽眾。八〇年代中後期起，曲自立以更有組織與深度的方式，讓本地球迷透過畫面更深入地認識 NBA。凡此種種推廣舉措，一定程度地培養了本地的 NBA 收視人口。

（三）培育更多的 NBA 文化中介者

自曲自立於《體育世界》中有系統地介紹 NBA 起，便在「NBA 信箱」的單元中回答讀者的各種問題，當然也包括透過什麼管道可以獲得 NBA 資訊（曲自立，1983 年 10 月）。創辦《NBA 報導》後，曲自立更直接專文介紹各種報導 NBA/NCAA 的原文書刊，以及購買方式（曲自立，1987 年 10 月）。而這樣的資訊揭露使得本地的 NBA 迷有機會接觸更多的相關資訊，甚至進一步的成為 NBA 文本的產製者。

從前文可知，曲自立並非專業媒體人而另有銀行正職，一個月出版兩期《NBA 報導》的稿量壓力委實不小，所以《NBA 報導》初期便有當時仍是學生，但文章品質經過曲自立認可的王文頌以及胡仁華，分別負責「昨日英雄榜」專欄的撰寫以及籃球技術性教材的翻譯。

此舉除了可以緩解曲自立的撰稿壓力，以及給鑽研 NBA 的新進者一個露出的平臺之外，更實質上帶來了培養 NBA「文化中介者」的效果。而在王文頌和胡仁華先後因入伍及留學無法撰稿後，曲自立在《NBA 報導》公開徵求對 NBA 寫作有興趣會員加入筆陣（曲自立，1988 年 3 月），讓 NBA 寫作這塊園地，持續有新血投入：

我的一篇報導是……看完家兄從美國寄來的「HOOP 雜誌」，覺得其中有一篇滿有意思，就模仿「曲式筆法」將它寫成，……我就毛遂自薦給曲爺。說實在的，那篇處女作「好漢

不怕出身低」實在寫得有夠爛，但曲爺還是把他登出來。這件事帶給我的信心與鼓勵是難以言喻的（張孟華、陳俊介，1990年5月）。

換言之，曲自立不僅分享了得知 NBA 消息的多元管道給本地的 NBA 迷，其所創辦的《NBA 報導》更提供了一個有志於 NBA 寫作的後輩成長的園地，培養了更多的「文化中介者」，曲自立因而被不少媒體從業人員認為是「NBA 播種者」（吳清和，1988年8月）。

在臺灣，現在許多 NBA 的寫手都是看著曲爺的文章長大的，當然我也不例外……曲爺手創《NBA 報導》，更是臺灣第一本以 NBA 為主的雜誌，培養了為數不少、功力深厚的 NBA 寫手，時至今日，開枝散葉（文大培，2005，頁3）。

曲爺自費首創《NBA 報導》，並創立「NBA 俱樂部」……差不多 30 歲以上的 NBA 球迷……都是在那個時候加入……久而久之，有部分球迷轉為更深入的研究，甚至一發不可收拾，成為籃球媒體中的一份子，我就是其中之一……換句話說，曲爺培養了一群「寫 NBA 的人」，而這些人不管在國內的雜誌、報紙或網路，把 NBA 的各種訊息帶入給更多的球迷，而有更多人來從事 NBA 寫作的行列（朱彥碩，2005，頁5）。

我們對他的敬佩，應該在於他的不藏私、不自私……他鼓勵年輕人寫作，和他們一起將這份興趣轉化為研究，將 NBA 推廣出去，及至今日你所看到的臺灣 NBA 世界（hoopjunkie，2012年3月）。

歸結來說，因自小閱讀中國古典文學經典作品，而熟稔章回小說敘事方式的曲自立，累積了豐厚的「文化資本」，在其運用符號產製文化產品於媒體這個「場域」時，體現了在其生長結構環境下所養成的「習癖」與「文化中介者」的創造性，不僅有意識地將本地閱聽眾熟悉的文化元素融入在其產製的 NBA 文本中，有時為了讓讀者讀來有趣，未必會貼緊外電原文逐字翻譯，而更傾向在不失原意的情況下，於行文過程中添加一些戲劇性。凡此種種舉措，均呼應了前述 Bourdieu (1979) 對於「文化中介者」與「實踐」概念的討論，當然也將 NBA 更有系統地引介到臺灣社會，讓本地讀者有機會更深切地領略 NBA 文化。

不過更重要的是，由於曲自立持續地產出 NBA 文本，吸引了越來越多有志於 NBA 寫作的人投入這個領域，並在沒有社群媒體的年代裡凝聚成一個 NBA 討論社群，這些新一代的「文化中介者」一部分在千禧年前後紛紛進入臺灣的重要媒體擔任傳散 NBA 文化的要角，例如：緯來體育臺的臺長文大培、《HOOP 臺灣》的主編朱彥碩、《民生報》與《蘋果日報》的體育記者蔡裕隆；另一部分則搭著二十一世紀新媒體興起的風潮，定期在網路上發表 NBA 文章形成重要的討論社群，例如：NBA 地下網路雜誌、圓球城市。自此，NBA 在本地的報紙與雜誌上占據了固定版面，NBA 球賽也定期出現在螢光幕前，NBA 成了臺灣社會重要的運動／媒體文化之一。

伍、結論

搭著國族認同的順風車，一直是「運動媒體複合體」在拓展全球市場時常見的現象，MLB 因為「臺灣之光」王建民的優異表現而打入臺灣市場即為一例。然而，NBA 卻在沒有臺灣國族英雄的情況下，於

2000 年以前便已成為臺灣社會中重要的運動／媒體文化之一。如果國族驕傲不是 NBA 深耕臺灣的關鍵，那麼 NBA 是基於怎樣的過程進入臺灣社會？本研究梳理與分析相關文獻、次級資料與本地媒體的 NBA 文本來回應此研究問題。

首先，「運動媒體複合體」依靠運動賽事的轉播來拓展市場是理論上直接且有效的方式。但是上個世紀七〇年代的中視已穩定轉播過 NBA 球賽一段時間，最終因沒有廣告收益而停播。由此觀之，轉播運動比賽不會讓運動／媒體文化「自動」落地深耕。

其次，從 NBA 進入英國的例子來看，「運動媒體複合體」若欲打進全球各個在地市場，必須經歷在地化的過程。本研究在整理與剖析報紙、雜誌等史料後發現，NBA 臺灣化的濫觴是 1980 年左右，「文化中介者」先驅曲自立開始有意識地產製具在地文化元素的 NBA 文本，此舉不僅揉合了在地民眾的文化生活經驗，讓 NBA 得以落地深耕，更關鍵的是在沒有網路的時代中，曲自立帶起了討論與寫作 NBA 的風氣，讓喜愛 NBA 的同好凝聚成一個社群，吸引了不少對 NBA 有興趣的年輕人投入其中，而這些 NBA 文本產製的新血在二十世紀末紛紛進入臺灣的重要媒體成為持續推廣 NBA 的「文化中介者」。

當然，本研究從「運動媒體複合體」的角度凸顯了「文化中介者」在 NBA 傳布到臺灣社會過程中所扮演的角色，但這不意味著本研究忽視整體脈絡的重要性。例如在七〇年代三級棒球國際賽成績斐然之前，黨國政府對籃球的重視更甚於棒球，這也是何以有「本省人打棒球，外省人打籃球」一說的原因（謝仕淵，2017）。⁵ 換言之，NBA 引入之

⁵ 基於發展籃球可組隊參加國際比賽，或邀請華僑組織的籃球隊到「祖國」進行訪問交流比賽，藉此宣揚退守臺灣的黨國政府才是中國正統，故黨國政府較為重視此一外省人相對熟悉的運動項目。這是何以戰後臺灣籃壇較有資源的知名強隊如

前，本地民眾對籃球運動有一定的熟悉度當是背景脈絡之一。又如前述曾提到八〇年代起臺灣消費社會成型，加上媒體管制逐漸鬆綁，媒介文本的消費日增，也提供了 NBA 進入臺灣市場一定的基礎。

只是本研究的主軸係從「運動媒體複合體」的角度分析 NBA 成功打入臺灣社會的原因。蒐集與分析資料後發現，過往相關研究較少著力的「文化中介者」當是 NBA 深耕臺灣的關鍵。特別是同為「運動媒體複合體」的 NBA 與 MLB，同在七〇年代初期於本地出現了第一場電視轉播，也都在八〇年代興起的《民生報》、《體育世界》、《運動世界》等專業運動平面媒體中開始有了相對穩定的報導，⁶但 NBA 在千禧年之前便已成為臺灣社會重要的運動／媒體文化之一，MLB 則是在二十一世紀初「臺灣之光」王建民帶動的風潮下，才較為本地民眾所知曉。相較之下，當能從「運動媒體複合體」的角度看「文化中介者」與國族認同分別在 NBA 與 MLB 進入臺灣社會過程中所扮演的角色。

不過即便論及 NBA 與 MLB 引入前的本地結構環境，棒球至少從七〇年代起，便獲得了遠多於籃球乃至於其他運動的媒體資源，可說是為 MLB 進駐臺灣社會累積了豐厚的土壤，但最終 MLB 仍是靠著國族認同的連結打入臺灣市場。就此脈絡來說，亦是凸顯了 NBA 與 MLB 這兩個

七虎、大鵬，均是隨黨國政府退守臺灣的為軍方球隊。臺灣籃球最高組織「中華民國籃球委員會」（「中華民國籃球協會」的前身）的前兩任理事長周至柔與易國瑞將軍，皆為軍方高階將領（劉俊卿、王信良，1999）。而 1950 年憲四團球場已首見夜間照明，1951 年的三軍球場已可容納五千多人。同時期臺北最上得了檯面的棒球場，可能是宛如大空地的「新公園棒球場」（謝仕淵，2017）。凡此種種皆可看出戰後初期的臺灣，在籃球與棒球兩項運動上，對應出了外省／本省與官方／民間的區別。

⁶ 若以「美國職棒」為關鍵字，搜尋「聯合知識庫」，可知《民生報》在 1980~1989 年間，共有 819 則與美國職棒有關的報導。《體育世界》則有吳清和執筆的美國職棒專欄。《運動世界》亦有美國職棒專欄，係由陸永強主筆。

「運動媒體複合體」傳布到臺灣過程的不同之處。

最後，「運動媒體複合體」在全球不同市場推廣的基礎確實是電視轉播，但從本研究對於 NBA 與臺灣社會相遇過程的分析可知，「文化中介者」的引介或許更為關鍵。此研究結果當可讓運動傳播的相關研究更重視「文化中介者」在「運動媒體複合體」傳布過程中的重要性。雖然在 Wenner（1989）的媒體／運動／社會的互動模式裡有可被視為「文化中介者」角色的運動記者，不過一方面較少研究將運動記者視為「文化中介者」進行分析與討論，另一方面記者需遵從客觀中立的新聞專業意理，這使其撰文的彈性比起媒體組織外的「文化中介者」低。因此，此種非鉅視觀點下運動資本挾媒體恣意打開全球市場的文化中介觀，應是運動傳播研究不能忽視的切入角度。

參考文獻

- 〈NBA 信箱〉（1983 年 6 月）。《體育世界》，63: 45。
- 〈NBA 再傳球 周四 Live 換中視〉（1996 年 10 月 24 日），《民生報》，12 版。
- 〈NBA 鏖戰開鑼 中視全方位瞄準 周四 轉播當天賽事 周六 報導球員花絮 周日 則重播周四賽程〉（1996 年 11 月 7 日），《民生報》，13 版。
- 〈中視明起轉播 美國棒球大賽〉（1970 年 10 月 24 日），《聯合報》，5 版。
- 〈世界體壇動態〉（1962 年 12 月）。《體育世界》，6: 26-29。
- 文大培（2005）。〈臺灣 NBA 寫作的「祖師爺」〉，曲自立（著），《曲爺的 NBA 情結—NBA 權威曲自立 2003-2005NBA 事件簿》，頁 3。臺北市：臺灣衛博。
- 王中介（1991 年 6 月 28 日）。〈體育熱季來臨 40 餘場競賽 三臺將作轉播 NBA 籃賽 華視爭取立即播出〉，《民生報》，10 版。
- 王思捷（2001 年 10 月 16 日）。〈中華職棒 總冠軍 6、7 戰 收視有線第一 成績超勁爆 去年 SRT 收視率 0.38 今年飆上 2.19 球迷回來了 兄弟年收入近 2 千萬 獅隊也有 1 千 5 百萬〉，《聯合晚報》，20 版。
- 白云（1991 年 11 月 6 日）。〈《讀者快遞》過時 NBA 要播到幾時？〉，《民生

- 報》，12 版。
- 伍崇韜（1995 年 2 月 28 日）。〈章回筆法雕琢球員的指掌功夫 獨具慧眼觀察球員的膽識機變 曲自立 NBA 專家〉，《聯合報》，25 版。
- 曲自立（1982）。《NBA 三十六年》，臺北市：體育世界雜誌社。
- 曲自立（1982 年 1 月 5 日）。〈籃球的傳奇故事續篇〉，《民生報》，2 版。
- 曲自立（1983 年 3 月 9 日）。〈NBA 東、西籃球明星對抗 龍爭虎鬥 球迷過癮（上）〉，《民生報》，3 版。
- 曲自立（1983 年 3 月 10 日）。〈NBA 東、西籃球明星對抗 龍爭虎鬥 球迷過癮（下）〉，《民生報》，3 版。
- 曲自立（1983 年 3 月 17 日）。〈NBA 美國職籃決賽下月開鑼 東區各隊實力預測〉，《民生報》，3 版。
- 曲自立（1983 年 5 月）。〈波士頓和紐約四敗出局 丹佛和波特蘭最後掙扎〉，《體育世界》，61: 42-45。
- 曲自立（1983 年 6 月 a）。〈賭定了費城隊與洛杉磯隊〉，《體育世界》，63: 42-45。
- 曲自立（1983 年 6 月 b）。〈費城隊得到總冠軍〉，《體育世界》，66: 44-46。
- 曲自立（1983 年 8 月）。〈NBA 信箱〉，《體育世界》，75: 46。
- 曲自立（1983 年 10 月）。〈NBA 信箱〉，《體育世界》，84: 49。
- 曲自立（1983 年 12 月）。〈烏龍大陣！！NBA 籃賽的戲外戲〉，《美華報導》，62: 96-98。
- 曲自立（1985 年 11 月 a）。〈一山不容二虎〉，《運動世界》，2: 90-98。
- 曲自立（1985 年 11 月 b）。〈群雄介 不許人間有白頭〉，《運動世界》，3: 82-89。
- 曲自立（1986 年 3 月）。〈籃下讀秒 NBA 霸主熱身戰實況報導〉，《美華雜誌》，69: 48-52。
- 曲自立（1987 年 10 月）。〈NBA/NCAA 自修班〉，《NBA 報導》，5: 12-13。
- 曲自立（1988 年 3 月）。〈Courtside〉，《NBA 報導》，16: 7。
- 曲自立（1988 年 5 月）。〈東部聯盟的主場優勢〉，《NBA 報導》，21: 9-14。
- 朱彥碩（2005）。〈我的老師——曲爺〉，曲自立著《曲爺的 NBA 情結——NBA 權威曲自立 2003-2005 NBA 事件簿》，頁 4-5。臺北市：臺灣衛博。
- 行政院主計處（1996）。《中華民國臺灣地區國民所得統計摘要》。臺北市：行政院主計處。
- 何繼雄（1974 年 3 月 3 日）。〈籃球大賽影集停播 千萬觀眾深表惋惜〉，《中央日報》，6 版。
- 吳育光（1997 年 1 月 1 日）。〈體育轉播熱 菜色多又多〉，《聯合晚報》，6 版。

- 吳清和（1988年8月）。〈NBA的播種者〉，《NBA報導》，25:3。
- 李亦伸（1999年2月6日）。〈NBA旋風今起襲臺 每周六天有轉播 喬丹不飛公牛崩解 新球季有新期待〉，《民生報》，1版。
- 李廣淮（1974年1月21日）。〈NBA籃賽西區取勝東區〉，《中國時報》，8版。
- 李廣淮（1977年4月13日）。〈美國職業籃賽 鏖戰空前激烈〉，《中國時報》，5版。
- 李廣淮（1977年6月8日）。〈NBA賽創下許多新紀錄〉，《中國時報》，5版。
- 李德珍（1996年10月24日）。〈中視NBA明天登場 游傑正主播 周日上午7:30重播〉，《民生報》，12版。
- 邢炎堃（1970年8月20日）。〈美國職業籃球漫談〉，《聯合報》，9版。
- 尚孝芬（1994年11月7日）。〈NBA和我國職籃 讓觀眾先睹為快 臺視 要求和公視調時段〉，《民生報》，12版。
- 尚孝芬（1996年9月21日）。〈‘默契’大考驗 搶NBA體育合作扣分 若華視維持周四播 臺視將不再爭取〉，《民生報》，12版。
- 林琪雯（1995）。《運動與政權維繫——解讀戰後臺灣棒球發展史》。臺灣大學社會學研究所碩士論文。
- 林麗雲（2000）。〈臺灣威權政體下「侍從報業」的矛盾與轉型：1949-1999〉，張芷雲（編），《文化產業：文化生產的結構分析》，頁225-261。臺北市：遠流。
- 邱海嶽（1981年5月7日）。〈三臺側錄外國節目使用 夜路走多了小心出紕漏 為保護國內節目在美版權 林翔熊已要求授權〉，《民生報》，7版。
- 胡幼偉（1988）。〈一份嶄新報紙的誕生〉，民生報編，《民生報十年：從0到500000報業新局是如何創造的》，頁1-11。臺北市：民生報。
- 袁世珮（1997年8月28日）。〈NBA臺灣分公司成立 本地球迷心聲 將能較快傳送〉，《聯合報》，30版。
- 袁世珮（1998年6月26日）。〈NBA球迷有福了 緯來電視網加入直播 未來一周六天有球看〉，《聯合報》，6版。
- 婁靖平（2005年6月7日）。〈王建民旋風 愈炒愈熱 5日戰雙城 公視收視率創新高〉，《民生報》，B3版。
- 陳子軒（2008）。〈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〉，《新聞學研究》，96: 213-259。
- 陳子軒（2011）。《臺灣運動轉播史—國族運動媒體複合體》。（國科會專題研究計畫成果報告，NSC 100-2410-H179-008-MY2）。體育大學體育研究所。
- 陳子軒（2014）。〈黨國資本主義下的電視運動轉播〉，黃順星編《新聞媒介的歷史脈絡》，頁41-67。臺北市：世新大學舍我紀念館。

- 陳子軒（2015）。〈國內運動傳播業現況及發展契機之探討〉，《國民體育季刊》，184: 45-48。
- 陸永強（1982 年 11 月 18 日）。〈今年美國職業籃球聯賽展望〉，《民生報》，2 版。
- 陸永強（1989 年 5 月 11 日）。〈《話題與觀念》電視臺別搞歪了 包現場看板廣告?!〉，《民生報》，2 版。
- 陳光興（2002）。〈臺灣消費社會形成的初步思考〉，大學學術講演錄叢書編委會編《中國大學學術講演錄》，頁 243-248。廣西：師範大學出版社。
- 陳亭妤（2007）。《全球化下的搖滾文化中介：晚近臺灣網路的搖滾書寫》。淡江大學大眾傳播學所碩士論文。
- 張孟華、陳俊介（1990 年 5 月）。〈他們說：Believe It Or Not！——通宵達旦看 NBA 比晨昏顛倒讀金庸過癮〉，《籃球雜誌》，48: 35-38。
- 傅達仁（1999 年 1 月 18 日）。〈心情影印機 飛人喬丹的讚美詩〉，《民生報》，15 版。
- 彭薇霓（2012 年 2 月 14 日）。〈百萬人看球 收視颯颯建仔〉，《聯合報》，B3 版。
- 湘梅（1970 年 3 月）。〈中視影集簡介〉，《中國電視周刊》，22: 65-76。
- 馮同瑜（1991 年 2 月 8 日）。〈曲自立編輯 1990-1991NBA 成冊出書〉，《民生報》，2 版。
- 黃秀仁（1998 年 6 月 26 日）。〈NBA 轉播 在家看個夠 緯來、STAR SPORTS、ESPN 宣布簽約 球迷福氣啦〉，《中央日報》，18 版。
- 黃邱倫（2021 年 9 月 21 日）。〈聯盟尋求天價轉播合約 未來球員可簽 3 億美元超級巨約〉，《中國時報》。取自 <https://www.chinatimes.com/realtimenews/20210921001475-260403?chdtv>
- 黃晶琳（2012 年 2 月 18 日）。〈申辦待裝機衝 2 萬戶 中華電 MOD 颯林來瘋〉，《經濟日報》，B4 版。
- 黃顯祐（2003 年 12 月 11 日）。〈NBA 網站 臺灣訪客第三多〉，《聯合報》，D8 版。
- 楊秀菁（2002）。《臺灣戒嚴時期的新聞管制政策》。臺北市：稻香。
- 楊肅民（1984）。《限證政策下我國報業問題研究》。政治大學新聞研究所碩士論文。
- 葉冠吟（2021）。〈再會臺灣蘋果日報 告別 18 年紙本世代〉，《中央通訊社》。取自 <https://www.cna.com.tw/news/firstnews/202105170014.aspx>
- 詹婉玲（1987 年 10 月）。〈經史子集了然於心，中外豪傑齊躍紙上 今日寫片天下無敵手 怎知當年僅為五斗米〉，《籃球雜誌》，18: 60-63。
- 臺北訊（1987 年 9 月 25 日）。〈臺視 NBA 籃賽 周日起播出新片〉，《聯合報》，

- 12 版。
- 劉昌德（1998）。〈媒體在運動商品化過程中的角色〉，《臺灣社會研究季刊》，32: 215-247。
- 劉昌德（2008）。〈帝國搖旗，國族吶喊：棒球勞動國際分工與運動國族論述之轉變〉，《臺灣社會研究季刊》，70: 34-75。
- 劉昌德（2017）。〈停滯的媒體運動複合體：2014 年職棒轉播權爭議中運動與電視產業的困境〉，《傳播、文化與政治》，6: 127-161。
- 劉俊卿、王信良（1999）。《時光隧道：臺灣籃運六十年》。臺北市：民生報。
- 劉暉譯（2015）。《區別：判斷力的社會批判》。中國：商務印書館。（原書 Bourdieu P. [1979]. *La distinction critique sociale du jugement*. Paris, FR: Les Éditions de Minuit Minneapolis.）
- 劉滌昭（1991 年 11 月 2 日）。〈NBA 本季首仗“公牛”對上“七六人”〉，《民生報》，12 版。
- 劉肇育（2014 年 10 月 8 日）。〈NBA 轉播金漲 3 倍詹皇年薪上看 3300 萬美元〉，《聯合報》，B4 版。
- 螢夜（1988 年 1 月）。〈收視率排行榜〉，《電視周刊》，1318: 198。
- 聯合報系民意調查中心（1999 年 2 月 6 日）。〈本報民調 NBA 迷在臺灣：30 歲以下，學生〉，《聯合報》，31 版。
- 謝仕淵（2017）。《臺灣棒球一百年》。臺北市：玉山社。
- 蘇嘉祥（2007）。〈縱橫體壇我稱雄 專業體育 無與倫比〉，蔡格森、邱文通編，《民生報——從璀璨創新到光榮落幕》，頁 46-47。臺北市：聯合報。
- 〈響應政府能源節約 中視縮短播映時間〉（1973 年 12 月）。《中國電視周刊》，220: 14。
- hoopjunkie（2012 年 3 月）。〈NBA 的播種者〉，《美國職籃》，131: 18-21。
- Falcous, M., & Maguire, J. (2006). Imagining 'America': The NBA and local-global mediascapes. *International Review for the Sociology of Sport*, 41(1), 59-78.
- Featherstone, M. (1991). *Consumer culture and postmodernism*. London, UK: Sage.
- Hesmondhalgh, D. (2006). Bourdieu, the media and cultural production. *Media, Culture & Society*, 28(2), 211-231.
- Jhally, S. (1984). The spectacle of accumulation: Material and cultural factors in the evolution of the sports/media complex. *Insurgent Sociologist*, 12(3), 41-57.
- McChesney, R. W. (1989). Media made sport: A history of sports coverage in the United States. In L. A. Wenner, (Ed.), *Media, Sport, & Society* (pp. 46-69). London, UK: Sage.
- Negus, K. (1996). *Popular music in theory*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Nicholson, M. (2007). *Sport and the media: Managing the nexus*. Burlington, MA: Elsevier.
- Rowe, D. (1999). *Sport, culture and the media: the unruly trinity*. Buckingham, UK: Open

University Press.

- Skogvang, B. O. (2009). The sport/media complex in Norwegian football. *Soccer & Society*, 10(3-4), 438-458.
- Wagner, J. (2018, November 15). M.L.B. extends TV deal with Fox Sports through 2028. *The New York Times*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2018/11/15/sports/mlb-fox-tv-deal.html>
- Wanta, W. (2006). Sports coverage in print. In A. Raney & J. Bryant (Eds.), *Handbook of Sports and Media* (pp. 105-115). New Jersey, NY: Lawrence.
- Wenner, L. A. (1989). Media, sports, and society: The research agenda. In L. A. Wenner (Ed.), *Media, sports & society* (pp. 13-48). London, UK: Sage.

The cultural intermediaries of sports/media complex: The early expansion of NBA in Taiwan

Hung-Chia Chen *

ABSTRACT

With the broadcasting of sports events and the outstanding performances of national heroes, the sports/media complex has successfully expanded worldwide. For example, Major League Baseball entered the Taiwan market, because of the excellent performance of “Taiwan’s glory”, Chien-Ming Wang. However, before Jeremy Lin’s rise in the National Basketball Association (NBA), Taiwanese audiences had already been watching NBA games broadcasted on local television six days a week in 1998. In other words, even without a Taiwanese national hero, NBA was already one of Taiwan’s most important sports/media cultures in the late 20th century. One may thus ask: If national identity is not the critical factor behind the NBA’s expansion early in Taiwan, then what has been the process of the NBA culture entering Taiwanese society? This study aims to answer this research question by reviewing and analyzing relevant literature, secondary data (e.g., newspapers, magazines, etc.), and Taiwan print media’s NBA texts.

First, as a sports/media complex, the NBA relies on broadcasting basketball games to expand its market, which is theoretically a direct and effective approach. However, NBA games were broadcasted consistently in the early 1970s by China Television Company (CTV) in Taiwan, but were eventually suspended due to a lack of advertising revenue. From this

* Hung Chia Chen is Assistant Professor, Department of Journalism & Communication Studies, Fu Jen Catholic University, E-mail: 146346@mail.fju.edu.tw.

perspective, broadcasting sports competitions does not automatically make a foreign culture acceptable in local society.

Second, taking the process of the NBA's expansion in the United Kingdom as an example, the culture of the sports/media complex has to be localized so that it can penetrate various local markets. The beginning of the NBA's localization in Taiwan occurred around the 1980s. The pioneer of cultural intermediaries, Tzu-Li Chu, began producing NBA texts that integrated local cultural elements in three dimensions.

1. The narrative style of martial arts novels

According to journalistic principles, in order to report a basketball game a journalist may simply describe how the teams score points, the important turning points in the game, and the key players of the winning team and their performances in a neutral manner. However, news reports written by Chu in local magazines were not like that.

2 minutes 44 seconds to go in the second half. Jabbar lays it up; it's good! Lakers lead 106-103... Philly with the ball. Malone is fouled; he makes one of two. Lakers lead 106-104. Jabbar catches the ball in traffic; dishes it out to Cooper; knocked away by Dr. J before the blink of an eye! Dr. J comes out of nowhere and knocks the ball loose. Dr. J and Cooper hustle after the ball; Dr. J catches it; takes off and glides in the air; slam dunk!... Philly's first tie of the game at 106-106 (Chu, 1983, June).

Unlike straight news that reports scores and players' performances in a simple tone, Chu used storytelling to portray the competition between the two teams. When describing a man-to-man defense, he also vividly stylized the

NBA players' excellent offensive skills as in martial art novels, immersing readers in the scenarios.

Score tied at 60-60 in the first half. Dr. J picks up the ball on the right and is trapped by multiple defenders, pushing him three feet behind the backboard. Dr. J pushes back and drives; takes off from behind the backboard; spins in the air; lays it up and in! Yes! The crowd loves it!
(Chu, 1983, March 10)

2. NBA players were talked about elegantly and genteelly in Chu's coverages.

6'2" guard Ennis Whatley from the University of Alabama decided to drop out of school and declared himself for the NBA draft. His reasoning was not unprecedented: he had a number of mouths to feed in his family, and he wanted to make life better for his mom (a-bú).
(Chu, 1983, June)

The phrase "a number of mouths to feed" indicates that the journalist did not adopt a verbatim translation of the player's words. Instead, he used the local language to present the verbal context of the player without losing the original meaning. The term "a-bú", (meaning Mom) in Taiwanese Hokkien and spoken by most Taiwanese people, was used to help local readers immediately understand the player's concern about his mother's hardship.

3. Using localized metaphors to describe the NBA culture

Chu also introduced the operation and organizational culture of the NBA. Such an introduction often used metaphors following the customs and culture of the local society.

Between NBA teams and their players, there is no such thing as “giving favors”; teams will always strive to save every dollar, while players will strive to make every dollar. However, when business is off, friendship remains. After all, it’s nothing personal; it’s strictly business.

Players often get traded to other teams, only to come back after a few years. These things happen so frequently that players do not feel embarrassed, because of the thought that “a good horse doesn’t come back to the same pasture.” Likewise, the teams do not worry that “water spilled on the ground cannot be retrieved.” (Chu, 1983, December)

The NBA teams and players were used to such a “business is business” culture. However, for the Taiwanese who long ago emphasized comradeship and loyalty to friends, it may be difficult to understand that players were taken as products to be weighed on the negotiation table.

Chu used the phrase “business is off, but friendship remains” to explain that the NBA is a business seeking profit. The trading of players is just a business involving no personal emotion. Therefore, the players do not have to feel embarrassed when “going back to the same pasture,” and the teams are also not hesitant about “retrieving spilled water.” Using these metaphors allowed the Taiwanese readers to easily understand the NBA culture.

Chu also gathered a group of NBA fans and established the NBA Club, where they held regular events to watch NBA videotapes together and discuss games. Furthermore, those NBA fans who were enthusiastic about NBA information also had the potential to be NBA writers like Chu. The NBA Club published two issues of NBA Magazine every month. Although most of the reports were written by Chu, the club members were invited to write NBA

stories. As such, Chu led the trend of NBA research in Taiwan, attracting more young people interested in the NBA or basketball writing. Some of these new-generation cultural intermediaries even worked in major media in the 1990s, further developing the NBA culture in Taiwan.

In conclusion, this study finds that the textual environment featuring local cultural characteristics that cultural intermediaries construct exerted a critical effect on the introduction of the NBA culture into Taiwan. It provides empirical evidence to prove that the dominant culture does not necessarily enter into the local society directly and quickly. The perspective of glocalization is indeed more suitable for understanding the encounter between Taiwanese society and the NBA; otherwise, we cannot explain why information about the MLB and NBA both appeared in the print media in the early 1980s. Still, the MLB did not gain popularity among the Taiwanese people until the “Chien-Ming Wang fever” in 2006~2007. Thus, we contend that when discussing the globalization of the sports/media complex, the analysis perspective of the cultural intermediary might better explain why the NBA is a significant subculture in Taiwan.

Keywords: cultural intermediaries, globalization of sports, National Basketball Association, sports/media complex, Tzu-Li Chu

• 新聞學研究 • 第一五八期 2024 年 1 月