

城市新景象：變化中的芝加哥

Visual Changes in a City:
Chicago's New Images



圖5.1 Agora: 跟你走、跟我走，2006年攝

美國第三大城芝加哥著名的千禧公園在2004年的夏天落成開放，這塊緊臨於密西根湖旁的地區，原本是鐵軌複雜交織的火車流量管制場，芝城市政府為了提升市容、增加城市的文化內涵，於是將此區域架空，在上面規劃建造千禧公園。十年之間這個原本遊客只能趴在欄杆無聊地看著火車進出的地方，變成世界知名的藝術公園，當然也成了芝加哥的新地標。有關千禧公園內的藝術品，在拙著《另類世界觀：新世紀的視覺經驗》(王士樵，2005)一書中有詳細的介紹，這裡不再重述。本文要介紹的是一個國際級的大城市如何持續展現創意與文化活力。

芝加哥在2006年底有兩個引人注目的新聞：(一)她是入圍國際奧林匹克委員會申辦2016年奧運的候選城市之一，市府兩個月前公布申辦奧運的識別形象與城市建設藍圖，若申請成功，芝城將成為明日世界的光纖網路城市。(二)市府在前半年通過「Chicago Spire (芝加哥螺旋塔)」的申建案，這座將是全美最高的摩天大樓(約610公尺)，預計於2007年下半年動工興建、2010年落成，期間則陸續會有幾座新的摩天大樓完工啟用，譬如：在芝加哥河旁的Trump Tower Chicago (川普大樓，415公尺，2007年)與Waterview Tower (望水大樓，319公尺，2009年)，其中川普大樓暫時會成為僅次於目前排名世界第四的Sears Tower (希爾大樓，442公尺，1974年)的芝城第二高樓。這兩則新聞顯示這座大城的市容會有新的變化，執政者與投資者都努力地使這幾件事能實現，以製造更多的福利與財富。經濟發展相關的建設一向是執政者關注的重點，但是芝加哥政府在文化建設方面的投資也很可觀，從千禧公園引來數據明顯成長的芝城觀光客人數，便可說明成熟的民主社會中，強調專業分工的政治管理所帶來的正向收穫。

變化中的芝加哥

千禧公園隸屬於芝加哥「Grant Park (葛蘭特公園)」管理處，這個公園的區域東西距離約有一公里寬、南北則有三公里長，它是介於密西根湖與芝城高樓之間的綠地，一年之中的前三季有排滿檔期的文化節、音樂節與美食節，冬天的積雪則與冰冷的密西根湖連成白茫茫一片。自從千禧公園落成以來，人們似乎遺忘了Grant Park的存在；尤其千禧公園座落於商業繁忙、名品店集中的公園北端，南半邊的公園就剩下供人們慢跑與溜狗的功能。我在兩年前就覺得一個城市怎麼可以有重北輕南的傾向？這個問題在2006年十一月底得到解答，原來市政府是有計畫地逐步建設，市井小民只能靜待好事慢慢發生。

葛蘭特公園的南端有一件大型的公共藝術品於十一月開幕，這件將永久陳設於此的作品是由波蘭籍的女藝術家Magdalena Abakanowicz (台灣譯為：阿巴卡諾薇芝，1930年生) 主導與她的助理藝術家們合力完成。阿巴卡諾薇芝於

Agora

2002年獲邀為葛蘭特公園設計這個公共藝術的案子，從2003年至2006年間，阿巴卡諾薇芝在她波蘭的故鄉製作這一批名為「Agora (集會場)」的作品。Agora一詞來自希臘語，是指人們即席聚會討論政治時事的廣場。阿巴卡諾薇芝表現Agora的手法是將106個高約285到295公分、厚度平均約10公分的鑄鐵人體軀殼，疏密錯落地擺放在三英畝的空地上，每一個人體都只有前半身，沒有頭、手臂、以及身體的後半部，很類似中文的「人」字。放大兩倍比例的人體的模型是由粗布裹住軀幹產生質感再由鐵漿鑄造成型，鑄成之後沒有進行任何表面處理，所以每一尊人體都有波浪狀的布紋與鏽斑的赤鐵色；人體的正面可以清楚地辨識軀幹、沒有膝蓋的腿、和三角錐形的腳等部位，藝術家刻意變化粗布綑綁軀幹的手法，來表現每一尊人體的不同，但有趣的是，206個人體造形她僅使用兩個固定的立姿：一款是右腳在前，另一款則是左腳在前。

這106個人體的排列沒有一個公式，遠遠看去就是一個「多」字可以形容，此呼應了阿巴卡諾薇芝喜愛的創作語言——countless (數大便是美)。在阿巴卡諾薇芝九歲時，波蘭進入共產主義統治的時代，雖然求學時期接受較其他科目自由的美術學院教育，但是在她前半生45年間的印象，讓阿巴卡諾薇芝感受到人民被政府塑造成單一樣版的無助，她各時期的作品都呈現這種形式統一、數量眾多的風格。在這種表象單一化的背後，阿巴卡諾薇芝深信每一個個體都是不同的，於是她由自己最熟悉的編織素材入手，藉由布料的質地與隨機交織所形成特殊且無法複製的紋路，表現出在成群物件中每一物件的單獨特色。布紋與編織手法造成的有機質感，也是阿巴卡諾薇芝表現生命力的一種暗示——在這群106個人體中，每一尊都只有前半部是凸起的身體，從後面看時身體是空的；也就是說，每一個人體都是半面空殼，站立在地面彷彿是一塊沒有樹幹的

圖5.2 Agora 作品全景，2006年攝



大樹皮，讓觀眾走在這群作品中時，有「若有所失」的不滿足感，這個「失」就要靠觀眾為作品賦予屬於觀眾自己的「生命」。

Agora「人」的造形概念來自古埃及與古希臘早期的雕像，各世代的雕刻師父歷經五百年的時間，將表現人體走路的動作，從重心在直立的後腳的靜態進化到重心在前腳的動態；從雙手垂直、面無表情演化到手臂微微彎曲、臉部出現動作。阿巴卡諾薇芝從歷史中找到創作的養分，將歷史文化的關鍵特色融入個人的經驗而形成屬於自己的創作風格。在Agora之前，她已經有許多著名的作品在世界各主要美術館與雕塑公園展出，作品的題材多是人形、擬人化生物或超現實的生物，表現手法也都以半邊實體空殼的方式。

我第一次看到阿巴卡諾薇芝的作品是1999年在密蘇里州堪薩斯城的Nelson雕塑公園，那一件作品是一組30人的群像，每一尊約是真人的身高，有清楚的手與腳但是沒有頭，也是半邊空殼的。此件作品陳列在樹林之中，很像是一群人的整隊在接受審判；尤其是它們身體的高度剛好是正常人的身高，如果站在其中一尊的後面，有一種會被吸附進軀殼與斷頭的恐怖感。Agora作品每一件人形的尺寸是真人的兩倍大，比較沒有上述作品那種可親近卻很危險的氣氛，它是承襲希臘神廟上的雕像讓人仰望的特色，透過壯碩的個體與為數眾多的群體，使人感覺到自己的渺小。當我在作品中穿梭的時候，有一度我感覺這些人形好像是外星人，他們正在討論著如何主宰這個世界，但是人類完全無法洞察他們的想法與接下來會做的事……。



圖5.3 阿巴卡諾薇芝與「Agora」，2006年翻攝自Abakanowicz官網

國立台灣藝術教育館
National Taiwan Arts Education Center





▲ 圖5.4 Agora: 雪地中的獨行俠，2006年攝



► 圖5.5 Agora: 無情的人來人往，2006年攝

解讀後現代的藝術品可以從各種面向入手，大部分的人會運用個人的經驗、知識、直覺與想像力來理解作品，這都是很有意義的欣賞方式。當代的藝術家在製作作品時也不一定是「命題作文」，很多時候他們是先形成一個創作的「大概念 (Big Idea)」，然後用一段長的時間去探索這個大概念所產生的各種問題，解決這些問題的手法不一定是傳統創作的技術可以應付，於是他們需要嘗試各種管道 (也許是讀書、學技術、做其他的事…等等) 來回應上面那些問題，這段過程對當代藝術家而言，就是「創作」。所以，藝術家很可能展示出他們創作的「成果」，但是由於過程太複雜或難以記錄，這些成果 (作品) 就很不容易看得懂。以Agora為例，這一件作品其中一個大概念是「人世間的聚合與疏離」：我們一直在尋找符合社會群體共同生活的條件以及個人的身分；但是每一個人卻是那麼的不同。從政治的角度來看，將人民管理得很有秩序似乎可以帶給人民好的生活，但是在空洞的架構中人們是沒有安全感的。Agora的暗示，就是要觀眾進入作品中沉思這樣的生命存在意義。

您真美麗

很多遊客到芝加哥的第一個視覺印象是「很乾淨」，她有國際大城的格局卻看不到大城市常被人垢病的髒、亂、流浪漢等問題，這應該與芝加哥「浴火重生」的歷史淵源有點關係。在1871年十月八日，一場油燈傾倒所引起的大火延燒到整個城市，當時所有的木造房屋全部付之一炬，使快速成長的芝加哥頓時成為灰燼。芝城的居民與政府並沒有被這個悲劇所擊倒，反而積極重建城市展現強烈的企圖心，他們引進許多新的都市計畫理論，期望將芝城改造為現代化的大城。芝加哥分流的交通網就在早先的規劃與這樣的外在的條件下完成的：高速公路建在城市的外圍，避免高架道路帶來的視覺障礙；地面上主要是供行人、房車與公共交通工具使用的道路，市中心區則有捷運的高架車道 (本

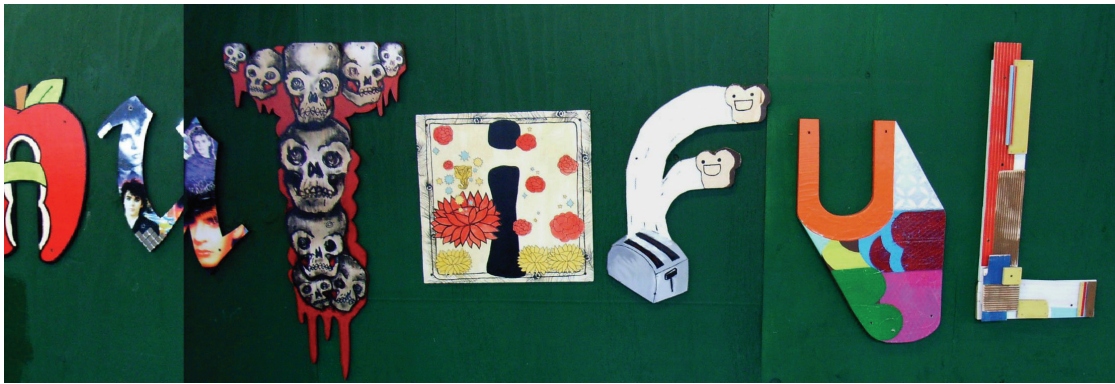
地人稱它為Loop，因為它繞中心區一圈)，地下一層則是卡車、貨車等商用車的路線，再下一層是地鐵與火車道，整個芝加哥的市中心是一個複雜且立體的交通網。這樣的設計最大的貢獻應該是解決城市中容易造成交通阻塞的商用車裝卸貨、人車爭道的問題：各大樓依照新的都市計畫，在地下層都預留車道與貨物裝卸區，如此便解決了一個棘手的問題；這個地下車道所架空的空间也成為流浪漢的棲身之地，不但不妨礙市容也解決部分流民管理的問題。芝加哥的乾淨就是因為街道上的交通與景觀都令人感到舒服，其實大城市中藏污納垢的東西也都存在，只是「地下化」而已。

都市計畫的另一工程就是引入經典的現代建築。由於芝加哥在1871年之後等於是從「零」開始，政府大方地徵求各種辦公大樓、多元機能的建築設計，以便樹立芝城的新面貌；而二十世紀初正逢建築界百家爭鳴的年代，加上後來世界各大都會的摩天大樓競賽，使得芝加哥成了國際知名建築師的競技場與作品展示中心，譬如：最早一批玻璃帷幕的大樓、鋼骨外露的結構風格…等等，都是在芝城出現的。本文一開始已介紹未來十年間芝城將陸續落成的摩天大樓，可見得主政者延續城市的傳統與保持城市的競爭力，不會因政權更迭或時代變遷而改變，這應該是在地居民的福氣，他們可以在穩定中看到城市在進步，當然會有較明顯的認同感與歸屬感。

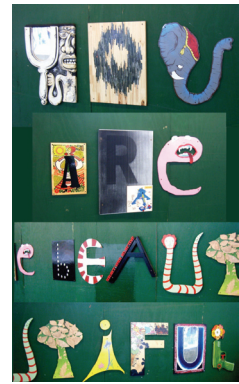


圖5.6 Agora與芝加哥的高樓，2006年攝





人們對城市的感情可從小地方看得出來，譬如：公車候車亭、水溝蓋、路燈、垃圾桶…等等，都印有代表城市的符號，這些符號若出於專業設計師之手，就能使它們變得容易親近也記得住，讀者可以回憶一下，一定可以列出幾個台灣城市成功地做到這種城市符號的行銷。除了符號，也有一些是在特別的場合與場地用各種途徑來表達對芝加哥的看法，像是在機場與火車站的等候室陳列許多小朋友的畫，內容是他們眼中的芝加哥。**2005**年初有一個商場結束營業之後，就請小朋友在面對大街的櫥窗上畫出他們眼中的城市，其目的一方面在於填補歇業之後櫥窗無商品展示的「空窗期」，另一方面則提供小朋友藝術表現的機會。雖然小朋友的視覺語彙和表現技巧都帶著童趣，卻很能夠透露出他們對這個城市的感覺，芝城的地標、主要高樓、職業運動球隊等象徵此城市的圖像，都在畫中呈現。



► 圖5.7 英文版「You are Beautiful」，2006年攝

◀ 圖5.8 西班牙文版的「您真美麗 (Tu Eres Hermoso/a)」，2006年攝

▲ 圖5.9 另一組「You are Beautiful」，2006年攝

芝加哥市政廣場所在的街區稱為Daley Plaza，它周圍的幾棟辦公大樓前面的廣場陳列著二十世紀知名藝術家，如：畢卡索、米羅、夏卡爾、杜布菲等人的大型作品。大樓設置公共藝術品的政策是在1960年代後期開始的，經過近五十年的努力之後，芝加哥市區總計有超過100件公共藝術品，這個數目還不包括在地鐵各路線上的作品以及市立圖書館各分館內所陳列的作品。市政府文化局特地印製一本公共藝術導覽手冊免費提供給遊客，裡面的內容有每件作品的簡介和位置圖，對來訪的藝術與文化玩家來說真是個親切的服務。

最近Daley Plaza旁邊的空地在興建大樓，工地所帶來的聲響與塵埃必定帶給附近的居民與上班族許多的不便。聰明的建商在開工之前，已經想到討好鄰居的辦法（雖然無法查證，想必經高人指點），建商出一道題「You are Beautiful（您真美麗）」邀請許多芝加哥在地的藝術家與幾所大學美術系的大學生分別找其中一個字母，在長80公分寬60公分的夾板上創作，創作的內容與表現手法不拘，唯一的要求是將字母清晰地表現出來。完成的字母則依序鎖在工地與馬路之間的圍牆上，讓路過這裡的人忘記工地造成的不方便，轉而欣賞這一串



圖5.10 小朋友所做的大型看板，2006年攝

「您真美麗」的創作。大多數的創作者以油彩塗料上色，有的則添加布料或其他物件增加質感，也有的是將字形的輪廓切開來再加以裝飾。由於每一個字母是請不同的人製作，呈現出來是非常多元的風格，各個字母本身所負載的內容已很豐富，當所有的字母湊在一起時就更能表現出文字的「美麗」。這個宣示味道很濃的「口號」，一是告訴觀眾：「您真美麗」，二是描述這個城市真美，三是預告此地將來會很美麗並贏得大家的讚賞。一語道出多重意義，是後現代常用的表現手法，也許「您真美麗」還有更多的引申意思，有賴觀眾自行發揮聯想力。

路過此處的人，不論是匆匆走過或是駐足欣賞，都會得到這個「美麗」的訊息，即使有些字母的表現方式一點都不美，卻讓人看到當代創作者呈現個人藝術觀念的各種手法。為了展現芝加哥是國際大城，這一面圍牆上面不只陳列著英語的「**You are Beautiful**」，還有法語、德語、西班牙語、葡萄牙語、丹麥語、波蘭語、印度語和菲律賓語等多國語文的「您真美麗」，恰好呼應芝加哥市擁有這幾種語系的族裔，瀏覽異國的「您真美麗」也算是接觸了不同的文化。一個原本的功能僅是阻隔工地與道路的圍牆，在創意人的安排下變成多元文化的展場，讓行經此地的人得到視覺與語文的新經驗，也算是成功的教育。

一位學生從我介紹這一面圍牆中得到啟示，在他的教學實習課堂上如法炮製，他用對開的紙板代替木頭夾板，幫小朋友分配字母，再任由他們以廣告顏料為字母彩妝。當時小朋友們正準備全校的美展，於是就用這個方式為美展的名稱製作大型看板，當全部完成貼在牆上時，小朋友個個都發出「WOW」的讚嘆聲，可見效果十分成功。小朋友所創作出的字母設計與「您真美麗」的水準當然非常不同，我們不能用成人的眼光來比較；但是，從小朋友製作時認真地想出裝飾手法與賦予字母特別的意義，可以看到他們呈現屬於「小朋友圈」的文化脈絡，這樣的用心就值得肯定。我很意外這位學生會因為幾張報導式的照片而得到教學靈感，從另一個角色來想，這也示範了教學上的創意開發—有時驚鴻一瞥也會變得價值連城。

Da Bears!

大芝加哥地區的人們，從2007年一月中開始就陷入一種瘋狂的期待狀態，因為芝加哥的美式足球「熊 (Bears)」隊的戰績相當出色，可望問鼎全聯盟的總冠軍—超級盃 (the Super Bowl)。當地的球迷支持自己城市的球隊，想盡各種辦法展示自己對熊隊的信心和求冠的渴望，不論在個人的穿著上加入有熊隊符號的配件、在車子上貼有熊隊的標誌、或是在自己房子內外放置熊隊裝飾物或加油標語，都在宣揚「我以熊隊為榮」的訊息。自從1972年開始，美式足球取代棒球成為美國人最喜愛參與或觀看的運動，幾乎從小學到大學的每一所學校都有球隊，有幾所傳統的大學強隊的球場 (如密西根州立大學、俄亥俄州立

大學)，一次可容納超過十萬名觀眾而且場場爆滿，可見得它是一項「全民運動」，職業足球隊當然是很多運動員夢想的最高殿堂。

美國美式足球職業聯盟 (National Football League) 目前有32支球隊分別設在不同的城市，而且分屬於兩個球會：美國聯盟 (American Football Conference) 和國家聯盟 (National Football Conference)，這種球會區分的方式和美國職棒大聯盟類似，在台灣的人對美國職棒比較有概念，可藉此聯想。每一支球隊在為期三個月的例行比賽中，要和16支球隊交手，賽程由球會安排，然後依戰績排序進行季後賽。芝加哥熊隊本球季的實力不弱加上幾場不可思議的運氣，一路過關斬將，打出十三勝三負的佳績，高居全聯盟的首位。所以在一月進入季後賽之後，芝加哥的報紙、電視、各種媒體都開始預測熊隊是否能重返1985年奪得超級盃的榮耀，這裡的人除了懷念當年明星球員們的身手，也極力塑造新的球隊英雄。雖然這只是一個職業運動的決賽，許多宣傳與行銷的目的都是「做生意」，可是在美國文化中，它確有著無可取代的地位，觀賞超級盃比賽是娛樂、運動、商業、以及勝負賭注糾結在一起的活動，過去十年來，在美國地區觀賞冠軍戰的人數平均約一億人，這還不包括全球有七十多個國家的球迷也一起看轉播。一位美國朋友描述，她從小就學會看球賽，因為這是和父親最有話聊的時刻，可見得美國家庭也把觀看或玩美式足球當成是親子活動時間。



圖5.11 小朋友在櫥窗上畫「我愛芝加哥」，2005年攝

國立台灣藝術教育館

National Taiwan Arts Education Center



◀◀圖5.12 芝加哥市區辦公大樓的加油標語，2007年攝

◀圖5.13 芝加哥街燈上懸掛著加油旗，2007年攝

美式足球發源自傳統足球的「踢」和橄欖球的「接、傳與防守陣式」，在1880年代開始有大學生將橄欖球的規則改造，變成美式足球的玩法，一直到1912年才有完整的比賽規則：兩隊各有11名球員在場上，進攻隊由「四分衛(Quarter Back)」指揮，透過傳球給隊友往對方的終線前進(達陣區)，防守隊則派出彪形大漢，想盡辦法阻擋進攻，如果進攻球隊在四次機會中無法往前突破十碼或更多，那麼攻守就互換。由於攻守的目的不同，所需的球員之體能狀態也各自不同，一個職業球隊的球員編制有49名球員，幾乎每一位球員在每一場球賽都要在適當的時機下場。若對規則沒概念，看球賽就是看到很多球員跑進跑出，然後時常疊在一起，感覺起來很不文明。

事實上，美式足球是在運動場上融入最多新科技的一種職業運動—球員的頭盔內裝有耳機，可直接聽到教練下達的戰術，一個球隊有幾位教練專職不同的





◀◀ 圖5.14 在芝加哥美術館前拍照的人潮，2007年攝

◀ 圖5.15 畢卡索頭像和熊隊球迷，2007年攝

工作，比如：一位防守教練會坐在高塔看台上分析對方的陣勢，直接透過對講機通知在場上的球員如何調整防守的位置，進攻教練與總教練可與看台上的教練討論攻擊策略，也可直接向三、四十公尺外的球員們下達新戰術。這些電子設備在其他的運動中都不容許，但是在美式足球場上卻很正常，最有趣的一項應該是雙方的總教練可針對有爭議的判決，向裁判申請複查，裁判會立即宣布比賽暫停，然後到計分台重新看仲裁委員會所錄製的比賽影帶，如果雙方勢均力敵容不下任何誤判，這個即時重驗判決的動作可以避免球隊之間的衝突。

芝加哥熊隊今年在國家聯盟冠軍賽的對手是紐奧爾良的聖徒隊 (New Orleans Saints)。紐奧爾良由於2006年受颶風重創，整個城市還在復原中，但是該城市的球隊表現突出，打進球會的冠軍戰，大部分的美國人基於同情弱者與希望該城再度站起的心情，都希望聖徒隊能打贏熊隊。芝加哥的市民當然不願意自己城裡的球隊變成炮灰，何況熊隊戰績比聖徒隊優異，於是由芝城市長出面與紐奧爾良打賭一誰的城市輸球，市長就到對方的城市勞動服務一天。結果熊隊在一月21日的比賽中橫掃聖徒隊，不但為芝加哥帶來一天的高級勞工 (紐奧爾良市長)，也為該城帶來無比的期待。

職業球隊為所在的城市建立一種歸屬感，應該是美國城市文化中很特別的現象。當熊隊積極準備在佛羅里達州邁阿密 (Miami, Florida) 所舉行的超級盃的同時，芝加哥的許多辦公大樓紛紛利用燈光，排出「Go Bears! (熊隊加油!)」的字樣，讓整個城市的夜晚充滿了「熊」味。我為了親身體會在地人為運動瘋狂

的氣氛，特地前往芝加哥市中心逛一圈。除了街上到處懸掛熊隊旗幟，連一些地標也加上了熊隊的裝飾。譬如：芝加哥美術館外有一對威武的銅獅，市政府特別為牠們製作兩頂熊隊的頭盔，並派來吊車為牠們戴上，結果第一次做好的頭盔太窄無法塞進獅頭，引來記者當成笑話報導；幾天之後新的頭盔拿來換過，這兩隻獅子就很風光地為熊隊代言。不論是否為美式足球迷，經過此地的人都拼命地拍照留念，有些人就說前一次打入冠軍戰是21年前，這種機會不會年年出現，一定要留下珍貴的記錄。

前來拍照的人很多都穿著熊隊藍、橘色的隊服，表示效忠的意義。那段期間芝加哥的氣溫約在攝氏零下20度，熊隊的紀念品中自然要有禦寒的商品，最有趣的是一款禦寒帽，外型就像軟的足球頭盔，上面印有「C」代表芝加哥，這頂頭盔還有一個幽默的地方，就是在前面的口罩畫上防護網，以反映真實頭盔上的設計。芝加哥的菲爾博物館 (Field Museum) 是極富盛名的綜合博物館，這裡典藏的代表物是一件完整的恐龍化石，博物館的外面有一件複製品，遠在百公尺外就可看見，這一陣子恐龍也應景當上熊隊的球迷，博物館為牠穿上54號球衣。在市政廣場上畢卡索做的立體派頭像也不能免俗，這件五層樓高的公共藝術怎麼裝飾呢？市政府含蓄地為它戴上熊隊的運動帽。芝加哥管弦樂團的音樂廳外沒有特別的地標可以裝飾，就掛出「Bear Chicago Bears (支持芝加哥熊隊)」的布條。藝術和運動很少能扯上關係，但是當一個城市為了一件球賽大事而形成「全民運動」時，任何一個文化因子都可以變成此件事的一部分，這應該是城市認同的一個象徵。

2007年的超級盃在二月四日晚間開打，熊隊的對手是美國聯盟冠軍印地安那波里斯的小馬隊 (Indianapolis Colts)。芝加哥動物園為了證明熊比小馬厲害，特別把小馬隊的標誌貼在大熊的食物上，記者當然不會放過此精彩鏡頭，發布出來的新聞讓芝加哥市民看得歡喜。很多商家預料比賽期間所有的人都會與朋友們聚在一起看球賽，早在一星期前就公告當天提早關門的消息，我在開賽前一小時開車前往朋友家，整個城市竟然看不到走動的車輛，只見到每間酒吧都門庭若市，其他地方都一片寂靜。

超級盃比賽在美國的娛樂界也是一件大事，很多新的廣告都搶在超級盃的時段首映，因此炒作出驚人轉播金的行情，像是可口可樂就買下無酒精飲料類的獨家播放權，一口氣播出三支新廣告；另一個廣告大戶是百威啤酒，它也推出三支新廣告，其中有一支以麥丁狗為主角的廣告，承接過去幾年的劇情以續集的方式呈現，可看到廣告人源源不斷的創意。過去十多年觀賞超級盃我的態度都十分超然，因為對打進冠軍賽球隊所屬的城市都沒有直接的感情，今年芝加哥熊隊就不一樣，因為此地的媒體和居民一面倒向熊隊，使我無法客觀地看球。

比賽的過程對熊隊的球迷而言是在溜滑梯，一開始熊隊領先，大家瘋狂尖叫，後來小馬隊迎頭趕上又持續得分，每個人就默不作聲。看著自己支持的隊伍輸球，原本Party的歡樂氣氛都沒有了，可是，我的朋友馬上說：「沒關係，這只是一場球，熊隊明年會再扣關！」這是美國人純真的一面，也是文化所教育出來的態度——輸掉沒關係，早晚我會贏回來。(按：一年之後熊隊今非昔比，戰績一落千丈，連賣場中與熊隊相關的商品都乏人問津，可看到「英雄崇拜」文化中人性現實的真面目。)

認識美式足球可以幫助我們了解美國的運動文化；從過去一個月來芝加哥整個城市熱烈討論著熊隊打入超級盃的話題，可以讓我們認識城市的性格和人民對城市的認同態度。還記得1990年代芝加哥公牛隊在職業籃球場上創造兩次三連霸的時代，我們一群人曾經到酒吧看球，感受真正的美國運動文化，一入座就有鄰座的老先生們問：「你們支持那一隊？」我們直覺回答：「公牛隊！」他們便回敬「你們很上道」的眼神。我們不敢想像如果我們支持其他隊，是否還能平安地走出酒吧。有一位台灣來的媽媽要求孩子們要看超級盃，雖然他們一家人都看不懂美式足球，但是媽媽認為隔天在學校時小朋友會討論這場球賽，她的小孩不能一問三不知。

為什麼要認識這些東西？最近大芝加哥地區的話題就是超級盃，如果老師不懂、不知、也不問這些東西，那麼學生在創作時放入藍、橘色，寫上「C」或「Bears」，老師能解得出來學生的意圖嗎？許多特殊的文化現象我們不能阻擋，卻可透過學習的方式進行深入的文化理解，如果老師能將上述那些恐龍穿球衣、獅子戴頭盔的創意和幽默帶進課堂上，運動、藝術與文化也可一起教。



◀◀ 圖5.16 動物園中熊咬破小馬隊的頭盔，2007年攝

◀ 圖5.17 恐龍穿球衣，2007年攝