

從臺藝大鯊魚籃球隊談學生次文化

張佳穎

國立臺灣藝術大學學生事務處秘書

一、前言

國立臺灣藝術大學（以下簡稱臺藝大）鯊魚籃球隊從民國 82 學年度開始參與大專院校籃球運動聯賽（UBA）男子組賽事，從參加甲三級開始，一路晉升到甲一級，並連續十年在非體育學校中蟬聯冠軍。之後參加 90、91 學年度亞洲大學籃球錦標賽也榮獲亞軍。近年來，更在 100 學年度與 102 學年度得到大專院校籃球運動聯賽（UBA）男子組冠軍與 103 學年度男子組殿軍，完全不輸給體育競技專長的大專校院。

臺藝大雖然沒有籃球場，但臺藝大鯊魚籃球隊仍將團隊的學生次文化發揮到極致，除了提昇學校對體育活動的重視外，也間接凝聚全校的向心力，讓全校師生引以為榮，並讓校園活動有更多元的展現。

二、學生次文化

「文化」本質上是一種「社會建構」，而且透過傳統、故事、儀式、歷史、神話、英雄傳說、成員之間的互動、政策與實踐、象徵符號、使命與哲學反映出來（Chaffee & Tierney, 1988）。另外，Grinder（1973）指出，因為教育的普及、經濟和家庭結構的改變，造成現代社會變遷，而教育的功能已由家庭轉移至學校，使得學生身在各種教育機構的時間更長，學生能透過與同儕團體和成員之間的互動，藉著獨特的語言型式、服裝樣式、角色學習，彼此相互認同，加速學生次文化的形成。

而學校文化是學校歷史、任務、物理環境、規範、傳統、價值、慣例、信念與假設等集體相互型塑的型態，引領高等教育校園中個人和團體的行為，並提供解釋校園內外事件與行動的意義參考架構。在整個校園文化中，由於校園次級團體的存在，亦會形成所謂的次級文化（Whitt, 1996）。黃玉（2003）認為校園中各種學生團體次文化的了解，是了解學校共同特質的重要途徑。學生次文化形塑學生課堂與課外的學習，智力與社會的發展，學生次文化不只影響個別學生的目標成就，也影響學校教育目標的實現。而學生團體為學校的附屬團體，會形成自己的價值與規範，而形成獨特的學生次文化（陳奎熹，1990）。

Kuh 與 Hall（1993）曾提出，描述校園文化可以從「文物」、「觀點」、「價值」與「預設、假設」四種層面來了解，透過機構歷史、校園傳統、價值觀及假設的匯合，可以建構與了解出該校特有的校園文化。而以此對應到學生次文化的

內涵，可以有以下方向進行了解：

1. 文物：包含物理、語言和行為，例如有什麼故事、語言、儀式可以代表學生次團體的特殊性，可以傳達團體的歷史，並提供價值觀傳承與凝聚向心力。
2. 觀點：定義團體中其他人的適切性行為。當團體的成員們意識到這些觀點時，會反映出校園文化與學生團體的次文化是會彼此影響。
3. 價值：反應團體對於理想的信奉與支持，並理解其團體文化價值的重要來源。
4. 預設、假設：學生們除定義自己的角色之外，對他人與團體間的關係有一種特殊默契信念，在面對團體的任務、主要目標、次要目標時，如何實現與衡量得失輕重而選擇相關作為。

三、 臺藝大鯊魚籃球隊之學生次文化

在一所沒有運動場的藝術大學，卻能訓練出全國一流的大專籃球隊，可藉由 Kuh 與 hall 文化的四層理論，探討臺藝大鯊魚籃球隊在校園中所展現的學生次文化。例如在「文物」層面上，有何種口號、動作、儀式可以凝聚團隊的士氣；在「觀點」層面部分，校方與同學們如何看待籃球隊；在「價值」層面上，籃球隊的存在對學校與自身有何價值；最後在「預設、假設」層面，能了解在團隊中合作與競爭關係、自身的期許與如何自我實現。因此，藉由上述理論與籃球隊成員訪談交流，發現有以下學生次文化圖像：

(一) 特有的 LOGO、儀式

臺藝大籃球隊的 LOGO 圖案是「鯊魚」，鯊魚在水中面對獵物的氣勢代表團隊的企圖心，也期望成員們都能像鯊魚一樣身手矯健，並將鯊魚視為團隊吉祥物，融入在各種事物中，例如用鯊魚命名粉絲專頁，將鯊魚圖案融入帽子、T 恤、加油棒等，讓團隊文化可以藉此被傳達，並造成討論話題。另外每當有大型比賽時，籃球隊會一同去拜關聖帝君廟，透過傳統祭拜儀式，凝聚大家的向心力。

(二) 課業學習不落後

籃球隊的同學在讀書與考試的排程與其它同學相同，不會因為是籃球校隊，就可以用此當做藉口來荒廢學業或逃避考試。學校系上的老師希望籃球隊同學們除了擁有籃球專長外，還能在就讀的系所獲得專業知識並培養第二專長。因此在課業上，不管是系所老師還是同學本身，都不會有所懈怠。

(三) 榮譽感

很多沒有體育競技科系的大專校院，對於各項體育活動會較為忽略或不重視，但臺藝大因為有鯊魚籃球隊，所以也帶動了學校的運動氣氛。而籃球隊在比賽中的拚勁，除了打出臺藝大的知名度外，也讓全校師生產生認同感，提昇校園的凝聚力。籃球隊的成員都以加入鯊魚籃球隊為榮，不但為校爭光，也證明自己不輸給其它體育競技大學的學生，也反轉一般人對藝術學校的刻板印象。

(四) 樂在其中

體能訓練對很多人來說是辛苦的，但對於籃球隊的同學們來說，因為他們從小就愛打球，也因為喜愛這項運動才會加入這個團隊，所以對於體能的訓練並不覺得辛苦，反而樂在其中。他們體認到努力練習是為了讓自己更精實，在技術上也會更加純熟。另外，練球可以凝聚團隊的向心力，在過程中彼此默契的展現，也是一種快樂。

(五) 自我期許

籃球隊大多數同學的夢想，是在畢業後打入職業籃球隊。但現實面是，如果無法在全國校際聯賽進入前 8 強，他們就無法被球探發現，畢業之後是面對被職業球隊選擇，而不是自己選職業球隊。所以面對任何的比賽，同學們都會以進入 8 強、4 強為目標。對他們來說，如果能順利進入職業球隊，就是達到自我實現的目標。

四、討論

學生文化會因學院、學系、社團或班級等不同的組合，而形成相互支持與控制的學生次文化（Whitt, 1996）。也因此學生次文化的內涵是否能延續，將取決於團體內部的凝聚力、學校態度與時代潮流的演進。故從臺藝大鯊魚籃球隊所產生的學生次文化中，可發現以下問題：

(一) 內部凝聚力會因戰績不佳受到影響

在訪談中同學表示：「練球的本質在於凝聚團隊的向心力與默契，不單止是為了練足自己的能力。」他們以加入籃球隊為榮，希望能持續傳統奪下佳績，也因為這樣的信念強化了內部凝聚力。但有時難免比賽結果不盡如人意，團隊如何從挫敗中再次凝聚向心力，除了團隊成員自身的心理素質外，教練、球隊經理與校內同學（球迷）都會扮演關鍵性的角色。

（二）團隊的經營需靠募款支持

因為臺藝大鯊魚籃球隊非屬於體育競技大學中的籃球隊，故在球隊訓練與經營上，大多需要靠外部資源與募款協助。校方本身肯定籃球隊是學校歷史文化的重要資產，雖然本身校園環境無法提供良好訓練場地，但在經營球隊上，校方則主動向企業校友募款，除了幫助企業提昇品牌形象外，也挹注籃球隊營運的經費來源，讓團隊能穩健經營，同學們能無後顧之憂的發揮戰力。

（三）團隊次文化受時代潮流影響

大專院校籃球運動聯賽（UBA）是大專院校最高級別的籃球聯賽，而且從106學年度起，前4名可取得進攻小巨蛋門票，所以打進4強，除了為校爭光外，也能提昇被球探發現的機會。但反觀若此運動聯賽失去了教育部、大專體總的重視，沒有高規格、高度能見度的賽程，觀眾的熱潮退燒，勢必會影響籃球隊的團隊文化。

五、結語

學生次文化團體可大可小，學校應該將少數群體的學生視為一種資源，當學校能照顧到非主流群體，給予機會在校園中發光發熱及舞台的展現，不但有助於次文化團體對於學校的發展與認同外，更能讓一般群體認識到有別於自己的文化與想法。

以臺藝大鯊魚籃球隊為例，教練除了鍛鍊同學們的體能與球技，也會與同學們建立良好的夥伴關係，讓大家能了解團隊中成員們的競合關係，學會如何解決衝突。因此，教練的開導陪伴、球隊經理的支持與校內同學（球迷）的力挺，都是能讓團隊向心力再次凝聚的關鍵因素。

另外，鯊魚籃球隊已吸引校內熱愛籃球運動的同學關注，主動建立粉絲專頁，藉由活動、比賽過程，學習到有別於正規課程外的啟發，讓多元價值在校園中激發出不一樣的火花。而鯊魚籃球隊在運作上也因應時代潮流，採用新媒體的經營行銷策略（如FB、IG、部落格等）來維持共鳴與增加聲量，讓團隊與外界之間的交流互動增強，團隊文化也更具有使命感。雖然臺藝大非屬於體育競技大學，但在全校師生的重視與支持下，臺藝大鯊魚籃球隊還是能夠年年拿下不錯的成績，創造出屬於獨有的學生次文化特色。

參考文獻

- 陳奎熹（1990）。*教育社會學研究*。臺北：師大書苑。
- 黃玉（2003）。從環境中增進學生事務功能-論學校環境與學生發展。載於林至善主編，*學生事務與社團輔導（第三輯）*（頁2-37）。臺北市：東吳大學。
- Chaffee, E., & Tierney, W. (1988). *Collegiate culture and leadership strategies*. New York: Macmillan.
- Grinder, R. E. (1973). *Adolescence*. New York. NY: John Wiley and Sons.
- Kuh, G. D., & Hall, J. E. (1993). Using cultural perspectives in student affairs. In G. D. Kuh (Ed.), *Cultural perspectives in student affairs work* (pp. 1-20). Lanham, MD: American College Personnel Association.
- Whitt, E. J. (1996). Assessing Student Cultures. In M. L. Upcraft & J. H. Schuh, *Assessment in student affairs: A guide for Practitioners* (pp.189-216). San Francisco: Jossey-Bass.

