

## 國立台灣體育學院圖書館剪輯資料

分類 第34屆世界盃棒球賽 來源 聯合報 日期 90.11.15 版面 三十版

...票買隊排點三夜半人有喊吶聲同眾觀萬兩

## 世棒賽

## 級運奧情熱迷球

本報記者林以君

世界杯棒球賽在台灣，主辦單位不能把它辦成預期中的「奧運級的比賽」，賽後再說；但至少，預賽中美、中多、中韓三場比賽，球迷已經把對棒球的熱情提升至「奧運級」，甚至在雪梨奧運棒球賽看不到一場超過兩萬熱情球迷同聲吶喊的盛況，你在中美、中韓戰都看得到。

有人為了中韓戰，下午三點來買黃牛票，一張五百、七百都無所謂，有位子就好，有人上午十點開始排隊，等到進場已是六個小時後的事了，更有球迷半夜三點排隊買票，只因為他在猜拳時輸了，他成了大伙的「購票代表」。

中韓戰賽前練習，中華隊總教練林華章獨自在場內踱步，在全國容量最大的棒球場中，林華章站在中央，「自信」，是他、也是這支「中華隊」目前唯一的語言。

「他們也是跌跌撞撞才走到這一步的。」前左訓中心心理師劉嘉蕙說。她長期關照中華隊所有選手的心理強度，曼谷亞運、雪梨奧運都有她的身影，她也說：「這是我看過最好的一支中華隊。」

有人說，中美戰六局下單局三失誤的狀況，「是「以前的」中華隊的常態」，這句話雖令人傷心，卻也對照出在大家所看到中華隊的不一樣，昨天的中華隊以A組冠軍姿態，更是搶占了世界棒壇的半邊天。

賽前四小時，中華職棒統一獅啦啦隊長「阿標」，已經開始張羅著鑼鼓，也把看台區隔出一塊「加油區」，加油的行頭擺滿一地，他說：「這些都是公司的，反正是為中華隊嘛，借公司的東西來用用，不會被講話的啦。」

全國棒協這次的商品授權及攤販管理讓人領教了世界杯熱潮，中華隊預賽戰績一勝再勝，中美戰雖敗，但人潮湧現的景象使得部分批發商立即補貨，但同是口吹小喇叭，貼上台灣黑熊貼紙的是「授權商品」，沒貼的是「水貨」，但兩種喇叭都可以在場外販賣，沒授權的顏色還可以選，可以換，而且號稱「吹得比較響」呢。

這裡沒有一「台灣入世(WTO, 世界貿易組織)」的喜與憂，這裡也沒有選戰倒數嘶吼的激情；這裡只有冷風與球迷，只有熱情與中華隊；四樣東西加起來，成了一場精采的世棒賽。

球迷在現場、在網站上撻伐那些拿棒球當政治隱喻的政治人物。的確，「棒球」如果會講話，它也不願被當成選舉的工具，它本來就該活在球場，有了中華隊，棒球更鮮活了。

排隊入場的人龍開始擺動它的尾巴。澄清湖棒球場一、三壘兩側的斜坡設計，讓左右兩條人龍的「龍頭」在第二層，龍尾往圓形的球場兩側延伸再延伸，就在兩條龍尾即將接軌時，開放進場，手繪海報、藍色加油棒、吹氣喇叭在左手，香腸、可樂、爆米花花在右手，腋下還夾了一面小國旗，大家用衝地進場搶位子。

澄清湖球場的大螢幕操作員「魯蛋」等人，像是點指成金的小魔童，他把鏡頭點向那裡，這區球迷就成了大家的偶像，在大螢幕上又笑又跳，三百六十度的圓型看台，人人有機會成為舞台上的最佳主角。

