

國族符號的建構與競爭 ——由「一個台灣」與「一個馬來西亞」 看當前國民黨與巫統的路線發展*

葉韻翠

國立東華大學台灣文化學系副教授

摘 要

「一個馬來西亞」為 2009 年馬來西亞新任首相，同時身兼巫統主席的納吉·阿都拉薩提出的國家治理目標願景。「一個台灣」為國民黨主席暨總統候選人朱立倫為了角逐 2016 年中華民國總統大選所提出的競選口號。筆者認為，「一台」與「一馬」一方面可以反映出國民黨與巫統為了爭取人民的政治支持，從而提出能夠呼應民眾對於國族的想像，另一方面也能映照出黨內論調對於國族的想法。文中採用文獻分析法，藉由符號建構觀點與政黨發展脈絡探究「一台」與「一馬」出現之意義。符號正、反兩面的功能同樣出現在「一台」與「一馬」。「一台」象徵當前台灣主流民意朝向現實國族發展，從而促使國民黨作出回應；「一馬」代表著非土著社群期望國家能向全體人民開放、朝向公民國族發展，也是巫統在延續執政權力時所不能忽視的現象。但人民或其他政黨同樣也會利用符號進行反（霸權）論述，甚至發展出其它符號進行相互競爭。且即便提出了「一台」、「一馬」作為政治論述主軸，國民黨與巫統內部對於國族概念的論調仍然擺盪不定。

關鍵詞：國族符號、國民黨、巫統、本土化、多元社會

* 本文為科技部 104 年度補助的專題研究計畫之一部分，計畫名稱：國族的行銷、治理與挑戰：「一個馬來西亞」凡常國家地景的展現（MOST 104-2410-H-259-071-）。文章初稿發表於 2016 年 9 月 22-23 日國立政治大學國際關係研究中心主辦，「2016 年台灣的東南亞區域研究年度研討會：轉型政治下的東南亞共創以民為本新議程」，感謝研討會與會先進與兩位期刊匿名審查委員惠賜寶貴建議。

壹、前言

一、動機

二戰終結以後世界各地興起了新一波的民族獨立運動，亞洲、非洲與拉丁美洲等飽受強權國家佔領的地區，紛紛解除殖民地狀態邁向國家獨立，從而新生了許多現代國家。台灣與馬來西亞也在這股運動中進入了後殖民。Benedict Anderson 最早於 1983 年提出國族 (nation) 是一種想像共同體的概念，透過各種人為建構，使原先可能不相認識、毫無關聯的人，以國界為範圍塑造成「一個」政治群體，並對國家產生「一致」的認同。由於國家認同並非是先驗存在而是需要被建構的，因此這些新興國家也立即面臨到國族認同的重建議題。

以新興國家看待台灣或許並不是那麼適當。但台灣過去在歷史流轉中從未接受過中華民國統治，1945 年脫離日本殖民而被轉交由中華民國政府接收，成為其中國領土的一部分，在某種程度上又像是一個「新興」的國家。其後因為國共內戰、1949 年國民政府撤退來台，使得台灣等同於中華民國實際能管轄的國土範圍，國內政治發展並歷經了戒嚴、解嚴、民主化等不同政治階段，戰後激烈變化的政治局勢，使台灣國族認同問題的複雜度並不亞於其他後殖民國家。另觀馬來西亞，1957 年自英國手中取得國家獨立，1963 年與 1965 年再經歷了馬來西亞聯邦的籌組與星馬分離事件，從而確立今日的疆域。但自建國以來，以馬來人為多數卻又揉合了殖民時期引進華、印移民所形成的多元族群結構，使得族群關係一直是國族建構中爭論不休的議題。台灣與馬來西亞雖由解殖迄今已逾五十年的時間，且執政政府一直致力於國族建構上，但兩國人民各自在對於國族的想像上仍沒有一致的論調，反而呈現競爭 (contesting) 的國族論述。

2009 年馬來西亞新上任的第六位首相，同時亦為巫統 (UMNO) 主席的納吉·阿都拉薩 (Najib bin Abdul Razak) 提出了「一個馬來西亞 (Satu Malaysia、One Malaysia，簡稱一馬、1M)：以民為本、績效為先」的概念，作為國家治理的目標願景。「一馬」提供各族人民對於 Benedict Anderson 所說的國家共同體的想像，由巫統設計出的「一馬」成為當今馬國的一個

重要政治口號及符號，屢屢出現於國內各式議題與人民日常生活，更成為納吉在 2013 年第 13 屆大選中的競爭訴求。另外，國民黨（KMT）為了角逐 2016 年 1 月舉行的中華民國第 14 任總統大選，2015 年 10 月底新推舉出的參選人朱立倫提出極為相似的「一個台灣（One Taiwan，簡稱一台）：台灣就是力量」的口號，藉以爭取更多人民在大選中對國民黨的支持。「一馬」與「一台」除了作為政治口號之外，更創造了相應的符號以便廣為宣傳。藉由國族符號的建構與圖像化作為政治、選舉宣傳的手法，對巫統與國民黨而言皆是前所未見，納吉可說是第一位將國族概念賦予圖像符號的首相，而朱立倫則是國民黨內第一位以台灣團結作為大選口號並進行符號化的總統候選人。兩項概念在推出之後更分別在兩國國內掀起了一場國族符號論戰。

令人感到好奇的是，當前的國民黨與巫統如何看待國族認同議題？「一台」與「一馬」的符號如何被建構、應用並遭遇競爭？兩項符號真的如同符號表面所看到，被運用作為國族認同的象徵？我們如何以「一台」與「一馬」理解兩國政治社會發展與兩黨的政治路線走向？

二、研究目的與方法

本文認為，「一台」與「一馬」一方面可以反映出國民黨與巫統為了爭取多數人民的政治支持，從而提出能夠呼應民眾對於國族想像的符號，另一方面我們也可以藉此窺探當前兩黨對於國族的真實想法。是故本文擬藉由符號建構觀點，探究「一台」與「一馬」符號出現之意義，並呈顯出當前國、巫兩黨的政治路線走向。研究方法主要採用文獻分析法。文本內容除了傳統的書籍資料外，亦取材自相關電子新聞、影片、「一台」與「一馬」的官方網站中的新聞稿、朱立倫臉書（Facebook）選舉資料，以蒐集官方、私人以及正面、反面想法作為論述依據。另輔以田野調查了解「一台」與「一馬」兩符號滲入人民日常生活的公共地景情形。

貳、台灣與馬來西亞的國族議題

台、馬兩國的國族議題在政府與人民之間有諸多想法交流。關於台灣部分，由於戰後政局的演變，導致人民國家認同的對象為何，一直是個爭議性的問題。馬來西亞的國族議題則一直與族群關係有密切關連。

一、台灣的國族認同變遷

台灣的國族認同問題立基於日治殖民襲產，與二戰後動盪變化的國家局勢而開展。一般認為，二戰初期至 1949 年國民政府遷台的這段期間，尤其受到 1947 年二二八事件的影響，台灣人民的認同在日本認同與中國認同之間徘徊選擇。自 1949 年以後以迄 1990 年代民主化之前，社會受到國家／國民黨政府所箝制，強勢建構出中國認同。但在走向民主化的過程，有越來越多的反思聲浪出現，提出對於非符合現實情境的中國認同的批判，期望建構在地的、現實的台灣國族認同，使得台灣認同與中國認同互相糾結纏鬥著。

自 90 年代走向民主化後，台灣人的國族認同變化與消長情形是諸多研究者關注的焦點。王家英與孫同文（1996）主張台灣人的國族認同論調在統一論與獨立論之間至少存在著五種認同特徵，即中國民族主義、現狀主義、認同混亂、台灣優先論和台灣民族主義，彼此之間關係相互扣連，部分台灣人甚至穿梭在兩種以上的認同論述之間。與此觀點相似，江宜樺則劃分為台灣國家主義者、台灣獨立論者、務實主義統一論者、中國民族主義者、現實主義者等五大群體，認為當中雖以傾向台獨或統一在媒體上曝光的聲音較大，但多數的台灣人係屬於雙重認同、主張維持現狀的現實主義者（Jiang, 2006）。許志嘉（2009）以中國與台灣作為國家身分認同的槓桿兩端進行討論，指出自 1990 年代以來台灣的國家認同出現了明顯的轉變，在政治與身分認同上大致呈現雙重認同維持穩定的趨勢，大中國認同、中國人認同出現下降，而台灣國認同、台灣人認同呈現成長，以維持現狀的中間路線作為主要力量。而若根據國立政治大學選舉研究中心（2016）的抽樣調查，台灣地區（不含金門、馬祖）二十歲以上民眾的國族認同為：

自認為是中國人的僅 3.0%；中國人與台灣人雙重認同的有 33.6%；沒有國族認同的僅 4.1%；台灣人認同則高達 59.3%，顯示台灣本土國族認同已蔚為主流。

二、馬來西亞的國族組成問題

多元族群、語言、宗教、文化的異質人口組成是馬來西亞自建國以來的社會特色，也是一項自獨立迄今在政治力操弄下爭議不斷的國家議題。馬國的國族主義一直徘徊於包容性的公民國族主義與狹隘的族裔國族主義之間。不同首相的個人特質和作風不但定義了馬來族群與其他族群之間的關係，同時也深深影響了各個面向上的族群發展。像是 Cheah（2002）對於馬來西亞國族建構的研究，即以當時建國以來經歷的四位首相作為主要章節與時間分期，討論各首相任內的國族建構情形，他認為東姑時期的國族建標榜多元主義，敦拉薩時期則強調馬來人主導與經濟整合、國家團結，胡先翁亦提倡國家團結並強調伊斯蘭基要主義，而馬哈迪則出現了明顯的轉折，初期維持對於馬來人特權的主張，而後轉向於較為開放多元的國族主張。

若以整體歷史發展來看，馬國的國族建構明顯可區分為三個時期：(1) 1957-69 年的多元族群主義時期，此時期主要為東姑首相時期，因其個人特質而對族群抱持溫和開明的態度；(2) 1970-90 年馬來人至上時期，經歷敦拉薩、胡先翁至馬哈迪執政前半期，為後五一三事件 20 年間利用新經濟政策平衡國內貧富差距、提升馬來人經濟地位，在國家文化上強硬打造以馬來人為主的國族內涵；(3) 1991 年迄今，起自於馬哈迪執政後半期，歷經阿都拉·巴達威，目前為納吉首相時期。自馬哈迪在新的國家發展願景「2020 年宏願」(Vision, 2020) 中提出「馬來西亞民族」(*Bangsa Malaysia*) 概念以後，象徵新經濟與馬來人至上時代的告歇，對後五一三事件的狹隘國族概念產生鬆綁作用，國內政治風格逐漸轉回東姑時期的包容性族群關係。但在許利平、駱永昆探討馬來西亞族群政治與和諧社會建構議題時，時間分期略有不同，他們將上述第一個時期稱為妥協的和諧、第二時期稱為強權的和諧，並將第三時期區分為二，1990-2008 年稱為發展的和諧，2009

年納吉首相上任後稱為開放的和諧（許利平、駱永昆，2011：12-13）。亦即其認為在納吉任內所推動的族群關係改革，相較於前期又有進一步的革新與發展。

綜上所述，當前台、馬兩國的國族發展情形，台灣以本土化作為主要趨勢，馬來西亞則以多元族群主義為潮流。可見本文研究對象「一台」與「一馬」皆是「順勢」而生，作為一種政治符號性質「理當」應可迎合多數人對於國族的想像，爭取多數人民的支持。

參、由符號建構觀點看「One」

符號（symbol）指的是利用一種具體的標誌（sign），簡單地表達出複雜且相關的概念、想法與價值系統（Geisler, 2005: xxvi）。因此當屬於國家的符號象徵被創造出來時，這樣的國族符號可以將複雜、抽象的國家理念與價值，轉化成簡單、可見的形式，從而起促進國家身分認同之作用。然而不同價值觀點的人亦可能對同樣的符號有著不同的論述主張，新舊、相異國族符號間也可能產生競爭或替代作用，「一台」與「一馬」成為一個爭取認同的高度競爭場域。

一、符號設計與賦意

Smith（1991: 16-17, 77）在《國家認同》一書中指出國族符號、習俗與儀式是最有影響力與耐久的國族主義形式，可以體現國族主義的基本概念，使其變得具體可見，從而激起人們的情感回應。Klumbyte（2003）則強調敘事與符號對於國族以及國家身分認同的建構有很大幫助。Geisler（2005: xv-xvi）認為國家符號負有將民族（nation）熔合成國家（state）的重要性，不但作為國家集體記憶的記號，也象徵著國家定義一個民族的權力。另外，Elgenius（2011: 397）以為社會生活是符號的儲存地，國族符號可以用來標示、慶祝與榮耀社會群體，因此符號在本質上具有指示性、主觀性並創造出界線。據此，被人為建構出來的國族符號由於具有身分上的指示、標示與建構性，一方面可以貯存國家記憶與權力，作為國家身分的



資料來源：筆者實地拍攝於 2015/12/25。

照 1 國民黨總部與朱立倫競選總部外牆上的「一台」廣告



資料來源：筆者實地拍攝於 2015/11/19。

照 2 花蓮車站後站外的一幅「一台」競選廣告



資料來源：筆者實地拍攝於 2014/07/18。

照 3 吉隆坡市區內的一馬布店



資料來源：筆者實地拍攝於 2016/01/13。

照 4 城市轉型中心(UTC Keramat Mall)正面外牆上的「一馬」符號

象徵，另一方面又可大量滲入人民日常生活，從而發揮其影響，這也是「一台」與「一馬」符號的設計目的。

「One Taiwan 台灣就是力量」為國民黨總統候選人朱立倫競選團隊所提出的口號，作為選戰中的主軸。在符號設計上，「一台」選擇以英文字書寫「ONE」下置黑色「TAIWAN」字樣作為概念符號化的基本圖形（見照 1、照 2）。摒棄國民黨傳統選戰中所慣用象徵黨的藍色色調，「ONE」的圖形填入了象徵多元的七色彩虹顏色。「一台」象徵「台灣的困境，需要大家互相包容團結起來，以多彩多元、同心一命的 ONE Taiwan 前進，ONE Taiwan，穩的台灣、阮的台灣。團結就是力量，行動就是力量，台灣就是力量！」（朱立倫

臉書，發布於 2015/10/31)。朱立倫表示：「ONE Taiwan 這是我這次競選的 LOGO。我們只有一個台灣，我們需要一個團結的台灣。在這場選舉中，我不要任何再撕裂台灣的主張，我絕不要把台灣變成南北的、統獨的、貧富的、階級的、世代對立的台灣。我們就是一個台灣。」(朱立倫臉書，發布於 2015/11/1)。「一個台灣的概念就是將各族群不分南北、不分階級、不分貧富、不分彼此，團結在一起」(中國國民黨文化傳播委員會，2016a)，七彩彩虹色調則帶有「凝聚各種顏色，成就一個活力台灣」的意涵(無作者，2015a)。

「一個馬來西亞：以民為本、績效為先」的口號與概念，勾勒出納吉政府的未來國家願景圖像，並設計相應的「1」符號，將「一馬」這項國族概念簡化、視覺符號化，以大量在各式媒體與公共地景中推廣。官方版設計出的「一馬」符號，以阿拉伯數字「1」作為圖形樣式，內部填繪入一幅飄揚馬國國旗圖案，底部並書寫著「Malaysia」字樣(見照 3、照 4)。以「1」作為骨架加附「Malaysia」字樣，象徵納吉政府的國族建構係塑造各族人民平等作為馬來西亞人的一致性、一體性、一同性。而採用國旗的圖案則表示「一馬」同樣帶有國旗設計時被注入象徵 13 個州屬與聯邦政府、伊斯蘭信仰、尊重皇室的國家信念。因此「一馬」既是新推出的國族符號，又是傳統國家理念的象徵。

在符號的賦意方面，所謂的「一個馬來西亞」是指在憲法規範的前提下，基於公平原則對待所有人，沒有任何一個群體應被邊緣化。為了增添「一馬」的價值概念，納吉指出「一馬」精神強調 8 項價值，即文化卓越、毅力、接受、教育、誠實、智慧、謙遜和效忠。「以民為本」係指政府將著重、投入大量資源在人民最想要、需要的領域作為國家發展優先領域，亦即降低犯罪、打擊貪汙、改善教育表現、提升低收入戶生活水平、改善鄉村基礎建設及改善都市公共交通。「績效為先」指的是政府施政的透明度和問責制將被設定一個新的標準，且讓具體成果可以立刻被人民看見、感受，人民的需求也可以立即被傳達(PEMANDU, 2010: 10-11, 17, 69)。

在「一台」的個案中，由於這項符號主要作為國民黨在總統大選中的競選口號，在權力施作上的角色定位、推廣與影響皆不如「一馬」來的廣泛，時間也相當短暫。而「一馬」這項國家符號提供了馬來西亞人民對國

族想像的憑藉與基礎，具有執政政府賦予的官方法定身分，也作為群體界線界定的一項指標。透過敘事的方式，「一馬」當中的象徵意涵被賦意、深化，從而塑造出特殊的國族認同感。

二、符號的新創與取代

Mayer (2005: 4) 指出由於國家一直處於動態的變化過程，國家符號亦必須與時俱進，如果失去了與國家之間的相關性它們就會消失。而當國家產生改變，集體意識與記憶也會隨之變遷，國家必須創造出新的符號以便能夠動員群眾。Mayer 的概念同時可以套用在台灣與馬來西亞的國族符號變化情形，這也是何以「一台」與「一馬」被提出的根本原因之一。

對國民黨而言，「一台」是一個新創的政治符號，訴求人民的政治認同與支持，但以台灣社會發展脈絡來看，「一台」更像是挪用了台灣本土派人士慣用的「台灣」符號，以及公民社團常用訴求平權的「七色彩虹」樣式。「一台」是在經歷「換柱風波」的黨內鬥爭之後，在 2015 年 10 月 17 日國民黨以召開臨時全國代表大會的方式，撤換原先決議提名為總統參選人的洪秀柱，改提名朱立倫，才由新任候選人提出作為競選口號。洪秀柱作為總統參選人期間在關於海峽兩岸關係議題上所主張的「一中同表」、「中華民國憲法是終極統一」引發相當大的爭議。這些想法被視為與當前台灣政治走向與主流民意不符，使原先低靡的國民黨大選民調支持度再度下滑。

「換柱風波」雖是經過特殊的政治力操作，但某部份也反映了台灣人民對於國族想像與論述的轉變，以及國民黨為了爭取政權的延續性在國族理念上所作的調整。如同 Mayer 所說的，如果國族符號不能與時俱進，則會失去與國家的關聯，因應戰後新生世代台灣人民集體記憶的改變，必須創造新的國族符號以便動員，以此觀點看待「一台」對於「一中」的取代格外顯出意義。然而「一台」的概念基本上不脫離 1998 年李登輝總統在為馬英九競選台北市長選舉輔選時所提出的「新台灣人」主張，因此亦可說是對舊有國族符號的重新複製¹。

¹ 李登輝的「新台灣人」的概念解構民進黨原有的台灣認同論述中的對立面，亦即：(1)

另觀「一馬」，雖然同樣看似是一個全新的國族符號，但事實上卻是對於先前首相國族概念的挪用與再包裝。馬哈迪提出的馬來西亞民族、阿都拉提倡的文明伊斯蘭（Islam Hadhari）運動都是「一馬」借鏡取材的對象，而這三個國族符號最早的源頭即是挪用早期華人反對黨所提出的「馬來西亞人的馬來西亞」部分概念。Sani（2013: 405）也曾指出「一馬」的標語「以民為本、績效為先」類似先前首相馬哈迪所提出的「乾淨、效率、信賴」（Clean, Efficient, Trustworthy）與阿都拉的「和我一起工作，不是為我工作」（Work With Me, Not For Me）。納吉上台之後，提出新一代的國族符號作為個人施政象徵，並希望能夠重新吸引人民的政治認同。「一馬」符號的宣傳時常與納吉的肖像擺放在一起，讓人民對兩者之間產生直接的連結（見照 3-4）。另外，納吉向馬來族群與非馬來族群行銷「一馬」概念時採用雙面手法，希望「一馬」對於各個社群都同樣具有吸引力。一方面強調「一馬」理念是基於聯邦憲法及各式各項的法律與政策、國家原則（Rukun Negara）、2020 年宏願、國家任務（National Mission），和「一馬」本身對於團結與公正的觀點而來，不斷傳達出「一馬」概念的歷史延續性，免除馬來人擔心憲法權利被消除的疑慮。另一方面向非馬來族群傳達「一馬」的核心概念即是在馬來西亞這個多元國家中創造出一體性（oneness），使國家能夠在異中求團結，採行包容主義，使人們能夠尊重、讚美多元文化（PEMANDU, 2010: 64, 66-67）。

三、符號競爭與反敘事

我們可以利用 Geisler 提出的觀點進一步思考「一台」與「一馬」符號

土地認同：本土 vs. 外來、(2) 國家認同：獨立 vs. 統一、(3) 族群認同：本省 vs. 外省、(4) 政治忠誠：保台 vs. 賣台，轉以土地認同的鄉土意識作為包容，因而重構了台灣認同論述（郭正亮，1999：10）。以土地認同整合不同族群強調公民國族主義概念並非李登輝首創，而是起源於 1960 年代以來在野的台灣獨立運動中對於國族想像的發展演變，可參見彭琳淞（2015），〈台灣獨立運動之國族想像－以許世楷擬《台灣共和國憲法草案》為中心〉一文。但首度在國家政權體制內，以國家領導人位階提出新的國族論述－新台灣人，當時身兼國民黨主席的李登輝總統則是第一人，對本土化台灣與國民黨的國族想像有重大影響與貢獻。

的功能與可能產生的競爭。Geisler (2005: xxvii-xxix) 將國家符號比擬為大眾媒體系統，指出五項相似特徵：(1) 在一套系統下發展出不同的形態，如國旗、國歌、紀念碑；(2) 建構並維持一種權力結構；(3) 將個別的成員牽連入主要的價值體系中；(4) 可能被運用來顛覆他們所扶植的那套權力結構；(5) 原先所扮演著促進或維持特定意識形態的角色，可能被弱勢的群體以其符號所代表的意識形態反過頭運用來對抗霸權文化。第一至三項特徵可視為是國民黨、巫統政府建構下的符號特徵與作用，而第四、五項則可能為部分人民、敵對陣營挪用符號甚至另創符號以作為競爭，或進行對抗霸權的反敘事。

就前三項特徵來說，由於角色位階的關係，發展出「一台」的那套系統應以「黨」的系統來看待。「一台」與黨徽、黨旗、黨歌等不同型態的作用相同，旨在藉由符號認同將選民拉入支持、維繫朱立倫／國民黨執政權力的價值體系中。而「一馬」為巫統在執政期間所推出的國族符號，雖作為國家象徵，但卻又與黨有高度關聯。「一馬」本身是國家符號系統中的一員，但卻也扮演著爭取人民對於納吉／巫統／國陣政府執政的認同，作為支持、維繫、建構領袖與黨國認同的三重角色。

至於後兩項特徵我們可以再擴大以兩符號提出之後所面臨到的質疑、批評、競爭來看。「一台」被質疑抄襲了民進黨總統候選人蔡英文的「點亮台灣 LIGHT UP TAIWAN」的符號設計（無作者，2015b），「一馬」則被反對黨領袖安華（Anwar Ibrahim）質疑抄襲自「一個以色列」（One Israel），且非納吉自創而是與 APCO Worldwide 這家全球諮詢公司有關（無作者，2010a）。「一台」提出之後，有人認為國民黨雖表面上以「一台」為選戰號召，實際上仍不脫「一中」（One China）思維，因此以「一個台灣，一個中國」作為回應或反諷。此外，雖然國民黨定調以「一台」作為選戰主軸，黨內人士實則仍堅持著「一中」的想法。也有人將「一台」改為台語「黑煙的台灣（O.N.e Taiwan）」諷刺國民黨執政下的台灣社會（Zhang, 2015）。2016 年 1 月 3 日國民黨發布由中華民國工商建設研究會製作的宣傳影片，主打吸引中年選票，但卻強烈受到製造世代對立的質疑（無作者，2016）。而「點亮台灣」可說是「一台」最大的符號競爭者，兩項符號同以「台灣」

作為口號的訴求對象，看似彼此衝突不大，然而符號背後所代表對於選民認同與執政權力的爭逐才是主要的競爭原因。

另外，「一馬」的概念則受到早先人民行動黨提出的「馬來西亞人的馬來西亞」(Malaysian Malaysia)、2010 年 1 月 17 日檳城首席部長暨民主行動黨秘書長林冠英提出的「中道馬來西亞」(Middle Malaysia)概念競爭(無作者，2010b)。納吉批評「中道馬來西亞」即為「馬來西亞人的馬來西亞」的翻版，但「一馬」是遵守在「憲法原則」之下建立的平等社會。也有人質疑「一馬」只是為爭取選票考量所偽裝出來的表象，實際上仍是馬來人優先(Malay First)的內涵或是一個馬來人(One Malay)的族裔國族主義概念。「一個馬來人」的概念不僅只是出現在黨外的質疑聲浪，甚至在巫統內部也出現了以「一個馬來人」取代「一馬」的激進言論²。而也有些人認為「一馬」實際上是「一個黑色的馬來西亞」(1 Black Malaysia)(Chang, Mustaffa & Chong, 2009)，或是「巫統的馬來西亞」(UMNO's Malaysia)。2015 年納吉更遭美國《華爾街日報》指控涉及利用一馬公司進行國際洗錢的鉅額貪汙案(樂羽嘉，2015)，更重創「一馬」的符號意象。

肆、由政黨發展脈絡看「One」

國民黨與巫統作為兩國執政時間最長的政黨，其內部如何對於國族進行詮釋與定義並回應人民，緊密牽動著政治上國族論調的發展。

一、再邁向本土化？虛擬國族與現實國族的競爭

台灣在二戰結束後交由中華民國政府接管，一直到 1996 年開放總統直選以前長期由國民黨一黨獨大專政。藉由戒嚴與動員戡亂的社會箝制，整體國家社會文化與國族建構被國民黨政府導向中華文化與大中國的國族認

² 根據《東方日報》新聞報導指出，在 2013 年 505 大選過後使原先擔心「一馬」政策影響馬來人固有特權的馬來民族主義者，也趁勢提出以「一個馬來人」取代「一個馬來西亞」，且在大選該年年底的巫統常年代表大會上，巫統中央代表及高層領袖紛紛再度提出維護馬來人權益的言論(振民，2014)。

同。林美容等人（1999：3）認為台灣在戒嚴時代的威權統治，是一種以少數統治多數所進行以大中國為架構的「統治工程學」。因此即便台灣脫離了日本的殖民統治，但卻儼然進入了一種內部殖民狀態。而在政治自由化與反對運動的發展，以及隨著 1988 年初蔣經國的逝世與李登輝繼任國民黨主席與中華民國總統，國民黨大幅邁向「台灣化」，在黨內及政府的決策核心中本省籍開始超越外省籍（蕭阿勤，2012：40）。自 1990 年代以後，國民黨逐漸走向本土化並褪去威權統治（王泰升，2003：25-30、37-38），尤其在 1988 年李登輝上台之後，外來政權色彩日益淡化並走向台灣化（Taiwanisation），1992 年台灣國會的全面改選更宣告了外省人國民黨的終結，較關注台灣利益的「本土派」思維逐漸成為國民黨主流路線（盧建榮，1999：61；Yu, 2001：32-33），相對於懷抱著傳統大中國意識的「非主流派」。

李登輝在 1999 年提出的「特殊的國與國關係」，簡稱兩國論，根據現實國家的發展狀況重新定義兩岸關係，明確定義台灣與中國大陸分屬兩個不同國家，反對中國大陸以「一個中國」的框架箝制台灣國家主權，試圖將官方定義下的國族認同由原先的大中國認同，轉回現實的本土台灣認同。然而國民黨雖自 1980 年代末起在李登輝的帶領之下大幅邁向「台灣化」，但此一過程在黨內並非沒有遭遇到認同意識形態的矛盾或競爭論述。李登輝在國家、黨內所大力推動的本土化運動，先是導致了國民黨產生兩次分裂，分別於 1993 年 8 月、2000 年 3 月、出走部分懷有大中國意識的黨員另外成立新黨、親民黨，以中國統一與兩岸政治整合作為主要政治意識形態。2000 年 3 月李登輝下了總統及黨主席位置之後，國民黨內部成員的「本土化」雖然在世代交替之下持續進行著，但由於當年度總統大選的敗選引發黨內對於李登輝本土化論述的大力指責，並基於對中國崛起的新興市場利基的考量，此後國民黨在國族認同的論述上，乃回過頭來主張傳統的「一個中國」。在黨內派系的爭鬥之下，2001 年 8 月發生部分「本土派」黨員的出走，另外成立台灣團結聯盟（簡稱台聯），以李登輝作為政黨的精神領袖，黨綱確立以台灣為認同主體，主張台灣為主權獨立之國家。李登輝亦因推動台聯的成立與為該黨候選人站台而於同年 9 月遭國民黨開除黨籍，國民黨內原先的「非主流派」反蔚為主流。尤其 2008 年國民黨籍馬英

九就任總統一職後，為了突破台灣的外交限制並改善兩岸關係，主張「九二共識，一中各表」，將官方版的國族認同再度拉回戒嚴時期的虛擬國族。並在強調「一個中國」的原則之下，回復 1980 年代末起所使用的「對岸」、「兩岸」稱呼，而不採用 2000 至 2008 年陳水扁總統任內所使用的「中國」、「中華人民共和國」的名稱，將台灣分離出中國的概念 (Chang & Holt, 2015)。

回到本文的研究對象「一台」，有一個根本問題值得我們重新再思考。以國民黨官方符號定位來看，「一台」是國族符號嗎？「一台」為對於洪秀柱的「一中同表」鬥爭之後提出，似乎象徵著黨內不同國族論述競爭的過程。前述「一台」的理念為台灣各族群不分彼此，共同團結在一起，為台灣而奮鬥，在各種活動場合的話語中，朱立倫／國民黨以競選中華民國總統、台灣總統自稱，因此「一台」想當然而是一個作為國族動員、認同建構的國族符號。但實際上朱立倫／國民黨避談「一台」對先前「一中同表」的取代性，並不時表示將堅持「九二共識，一中各表」的兩岸原則，將國族概念又拉回到虛擬國族認同，「一台」好像又淪為統派立場下的地方意識³。

「一台」的雙面手法如同湯志傑 (2006: 40) 對於 1970 年代國民黨的革新保台路線的評論，「在中國民族主義結合關懷本土現實的大潮流下，人們可以各取所需地把現實或本土理解成中國架構下的台灣，或只指台灣而不及於中國，並共同在保護台灣這個前提下團結起來。」。又或如許志嘉 (2009: 64) 所指出，當面對民主化發展與民眾的選戰訴求時，諸如馬英九這樣不是傾向台灣獨立的政治人物，仍是以凸顯台灣主體意識作為政治論述重點，「一台」僅作為一種選戰中的政治語言意調濃厚。而越到選戰後期，「一台」的理念訴求似乎逐漸被忽視，國民黨的選戰論述又回到傳統選舉上會提到的中華民國存亡保衛戰，這場保衛戰的假想敵竟不是來自於外部的中共，而是國家內部非我黨派的競爭對手，尤其是本土形象鮮明的民進黨團；選舉話語中也時常出現國民黨等同於中華民國的黨國一體論述⁴。由此可

³ 劉文斌 (2005: 78) 曾提及，以統派的立場來看，希望台灣住民認同自己是中華民族的一部分，並將台灣意識、台灣人意識定位為地方意識，與建構台灣民族或獨立建國無關。

⁴ 朱立倫曾在造勢活動中表示，「……，每一次國民黨遇到困難、中華民國需要幫忙時，僑界就發揮最大支持力量，……，在國民黨最辛苦、困難時，大家發揮團結的力量支持

見，在「一台」符號的操作上，國民黨故意在虛擬國族與現實國族之間曖昧不明，且黨國一體的政治思維迄今仍然存在著。

二、實現多元主義？族裔國族與公民國族的纏鬥

相較於台灣的國族認同爭議，馬來西亞的國族認同少了領土疆域上的爭議，但同樣也存在著國族邊界劃定的問題，只是這樣的邊界並不是指領土上的界線而是國家內部的人群邊界。自建國以來馬來西亞的國族議題不斷圍繞在國族這個概念究竟涵蓋所有馬來西亞人，抑或狹義的僅等同於馬來族群，亦即纏鬥於公民國族與族裔國族之間紛擾不休。

巫統創黨於 1946 年，以維護馬來族群利益為出發點而成立，為一馬來族裔政黨。首任黨主席拿督翁惹化（Dato' Sir Onn bin Ja'afar'）在黨內擁有極高的聲望，但卻因後來主張開放黨籍給其他族群，遭到黨內人士極大的反彈，乃於 1951 年 8 月離開巫統，另成立馬來亞獨立黨（IMP），但政治影響力急速下降。東姑阿都拉曼繼任為巫統第二任黨主席，並成為帶領馬來亞走向獨立的建國元首，對於馬來西亞族裔關係與國族論述有重大影響。東姑首相任內雖在憲法中賦予馬來人在國家的特殊地位與政府須加以保障、扶植的任務，但馬國官方主張的國族主義在族群關係表張上較為溫和，馬來人取得了憲法的特殊地位與政治上的權力，但也保障華人追求經濟發展的權益。東姑因 1969 年 5 月 13 日發生的巫華族群衝突而遭黨內鬥爭下台，被指責過度縱容華人的經濟發展導致族群間貧富差距益加擴大，族群理念亦被嚴重批判。後五一三事件的二十年間，中央政府強勢推行新經濟政策，對於其他族群的經濟發展加以限制。且期間強調馬來人優先，在 1971 年擬定的國家文化三原則中，更明確以土著文化、伊斯蘭文化作為塑造國家文化的主要元素（張景良，1987：8）。馬國官方的國族論述更急速轉往族裔國族的概念靠攏，從而影響到政府在各方面的政策以族群作分際，被定義為非土著的華人和印度人儼然受到差別統治，形成內部殖民。

國民黨、支持中華民國。」。吳伯雄表示，「這是歷史的一刻，1 月 16 日關係到中華民國、國民黨面臨生死存亡關鍵，……。」。摘取自中國國民黨文化傳播委員會（2016b）。

一直到馬哈迪於 1991 年發布新的國家願景「2020 年宏願」之後，才又對國族概念進行鬆綁，逐漸回歸到「族群關係較為平等」的國族概念，「一馬」及其前身的「馬來西亞民族」與「文明伊斯蘭」都是在這樣的背景下產生出來的。

同樣的，我們有必要再重新思考關於「一馬」的根本性問題。到底巫統政府所提出的「一馬」是什麼樣的國族符號？依照納吉建構出的「一馬」概念，「一馬」雖然強調憲法中對於馬來人的保障，但整體看來較偏向公民國族的概念。然而自納吉上任後，卻仍不斷發生諸如霹靂州政變事件、警方屢次採用催淚瓦斯及強力水柱驅散和平集會遊行群眾事件，以及在 2013 年第 14 屆大選活動造勢場合中仍可見到納吉／巫統以批評華人的言論爭取馬來人支持。更遑論 Nayan 等人 (2011)、關志華 (2012)、Sankar (2013) 等諸多研究者所批判許多政府政策實施時仍存在著族群差異。這些情事都使得「一馬」國族建構在很多時候淪為一種政治術語，而無法達到實際的效果。而這也顯示了獨立迄今官方／巫統的國族建構論述仍然在公民國族與族裔國族之間遊走，尚未能實現真正的「一馬」理念。

伍、再思考：在國家現實與國族符號建構之間

Geisler (2005: xxiii, xxvi) 提醒我們，國家符號既非是「民眾的」(folk) 符號，亦非是長存的古老傳統，而是一種被創造出來的傳統，作為個人在心理上寄附於集體之中的憑藉。以國族符號的創造來打造國族認同，對於台灣與馬來西亞來說都顯得格外重要。不同時期彼此替代的國族符號，顯示出新、舊符號間的競爭與取代，以便時時刻刻與國家脈動保持著聯繫。藉由「一台」與「一馬」的提出我們可以看到兩國歷史最悠久、影響國家發展最久遠的政黨－國民黨與巫統內部對於當代人民對國族想像的兩種不同回應。「一台」表面上以台灣人民為想像共同體的號召，但實則仍架構在「一中」的框架之下，未能在李登輝之後對於國民黨的國族本土化進程有進一步的推動。而「一馬」在納吉的口號與實務推動之下，縱使仍然飽受各式批評，但卻具有官方位階，可以讓華人社群據以要求、督促政府落實

平等國族理念。

如同 Edensor (2002: 20, 23) 認為國家在日常生活中被組成、再生產、競爭與重申，國家身分認同鑲嵌在日常生活之中，可能產生微妙的也可能是劇烈的變化。國家符號作為一種意義濃縮的符號與載體，在國族主義中除了作為包容性與共同性的身分認同訴求之外，更可能具有分裂性、排斥性、爭吵與衝突的特質 (Eriksen, 2007: 10-11)。符號正、反兩面的功能、特質同樣出現在「一台」與「一馬」身上，部分程度反映出當今的國家社會特質。「一台」象徵著當前台灣主流民意朝向國家本土化、現實化發展，也從而影響到國民黨在大選中的口號策略。「一馬」也代表著以華人為主的非土著社群期望國家能向全體人民開放、朝向公民國族發展，也是巫統在爭取執政權力時所不能忽視的現象。兩項符號的作用力並非僅是單向國、巫兩黨對人民產生影響，當人民或其他政黨同樣利用符號進行反（霸權）論述，或是發展出其他的符號進行相互競爭時，「一台」與「一馬」的實踐可能出現對立性甚至衝突性的論述。且即便提出了「一台」、「一馬」作為政治論述主軸，國民黨與巫統內部對於國族概念的論調仍然擺盪不定。

然而符號的強弱並非是由設計者單方面所賦予，其能動性的大小取決於官方建構者、符號本身的設計以及社會等三方面互動的結果。若我們單純以兩國大選的結果論觀之，「一台」與「一馬」的符號力量似乎不夠強大，足以吸引更多的人民對於符號的認同，並且產生對於政黨的支持，而其真正原因則值得再多加思考。Anderson (1983) 在《想像的共同體》一書中強調印刷資本主義與傳播科技對於想像共同體的塑造扮演著舉足輕重的地位，透過這些傳播技術能將國族符號與意象編寫入人民的日常生活，從而使其想像自身為國族共同體的一員。「一台」雖亦藉由傳播媒體將意象編入人民的日常文化，但終究僅是個短暫的選舉符號，其符號力量遠不如原有慣用的、已匯集本土認同的「台灣」或「台灣人」符號來的強大。「一台」的訴求在於團結台灣人民，但若以台灣實際的族群狀態與國族願景來看，早在先前發展階段的「新台灣人」論述中，已將國內各族群融塑成「台灣人」，只有每當政治選舉時社會才會受到政治力的操弄、撕裂。如同吳乃德 (2002) 認為，民主化後的台灣族群關係以「社會交融、政治隔離」為本

質。國民黨官方設定的「一台」角色卻仍在訴求內部族群團結，並將假想敵設定為國內的競爭政黨，而非外部中國的「一中」論述，無法充分展現出其符號意義。在 2000 年、2004 年、2016 年三度總統大選失利所帶來的衝擊下，雖然歷來有黨員提議中國國民黨應改名為「台灣國民黨」，以顯示國民黨的本土化並爭取更多選民的認同（陳延輝，2008：110-116；無作者，2017a），但皆未獲重視。以內容分析法對國民黨最新提出的政策綱領（2017/8/20）進行分析顯示（無作者，2017b），當中提到「我群自稱」的象徵符號「台灣」有 23 次，「國家」有 11 次，「我國」、「本國」、「中華民國」各佔 1 次，而對於國族「他者」而言，提及「大陸」有 4 次，「共軍」有 1 次，但雙方的稱呼「兩岸」高達 28 次。顯示在國民黨走向本土化的過程中，雖早已將「台灣」等同於國家或者是國家現況的代名詞，但在「中國因素」之下，國民黨更加考量兩岸政治和平發展及繁榮經濟貿易，這應該也是國民黨遲遲無法往更加本土化的國族論述邁進的重要原因之一。

而「一馬」的理念雖然部分符合當前馬國非土著社群對於國家的期盼，且透過各式的傳播媒體大量置入人民的日常生活與常民地景，作為選舉符號與日常文化之一部分，但對於華人社群而言，亦不如先前的「馬來西亞人的馬來西亞」更貼近其對於國族的想像。「一馬」在 2013 年第 13 屆大選中，並無法幫助巫統爭取到更多的選民支持。若回顧先前首相馬哈迪提出的「馬來西亞民族」概念，以及阿都拉提出的「文明伊斯蘭運動」都曾為其成功贏得大選，獲得多數馬來人／穆斯林及非馬來人／非穆斯林對領袖與政黨的支持，何以相似的「一馬」符號卻失去了這樣的符號功能？當相似的符號一再的被更新、提出，但人民現實生活中所遭遇的經濟與族群問題卻仍未見明顯改善，是否從而弱化了「一馬」的符號力量，值得巫統／執政者省思。

參考文獻

- 中國國民黨文化傳播委員會，2016。〈「一個台灣」就是各族群團結在一起〉《ONE TAIWAN》11月1日（<http://onetaiwan.tw/default>）（2016/4/20）。
- 中國國民黨文化傳播委員會，2016b。〈朱立倫：票投1號朱立倫 國民黨一定勝利成功〉《ONE TAIWAN》1月14日（<http://onetaiwan.tw/default>）（2016/4/21）。
- 王家英、孫同文，1996。〈國族認同的解體與重構：台灣當前的主體經驗〉《政治科學論叢》7期，頁321-54。
- 王泰升，2003。〈台灣憲法的故事：從「舊日本」與「舊中國」蛻變而成「新台灣」〉《台大法學論叢》32卷1期，頁1-48。
- 吳乃德，2002。〈認同衝突和政治信任：現階段台灣族群政治的核心難題〉《台灣社會學》4期，頁75-118。
- 林美容、莫寄屏、李清澤，1999。〈解嚴後文化與歷史的重構－兼論省籍情結解決之道〉發表於中央研究院台灣研究推動委員會主辦「威權體制的變遷－解嚴後的台灣國際研討會」。台北：中央研究院。4月1-3日。
- 振民，2014。〈一馬理念的轉向〉《東方網》9月30日（<http://www.orientaldaily.com.my/columns/bl51871>）（2016/3/29）。
- 國立政治大學選舉研究中心，2016。〈2016 臺灣民眾臺灣人/中國人認同趨勢分佈（1992年6月～2016年6月）〉（<http://esc.nccu.edu.tw/course/news.php?Sn=166#>）（2016/11/25）。
- 張景良，1987。〈開幕詞〉收於陳祖排（編）《國家文化的理念》頁7-10。馬來西亞雪蘭莪：中華大會堂。
- 許利平、駱永昆，2011。〈馬來西亞的族群政治與和諧社會的構建〉《東南亞南亞研究》3期，頁7-14。
- 許志嘉，2009。〈認同轉變：兩岸關係的結與解〉《東亞研究》40卷1期，頁39-74。
- 郭正亮，1999。〈新台灣人：重構台灣認同的論述〉《交流》43期，頁10-13。
- 陳延輝，2008。〈孫中山政黨思想與中國國民黨的轉型：以中常會民主化為例（1949-2003）〉《孫學研究》5期，頁89-120。
- 彭琳淞，2015。〈台灣獨立運動之國族想像－以許世楷擬《台灣共和國憲法草案》為中心〉《台灣史學雜誌》18期，頁63-105。
- 湯志傑，2006。〈重探台灣的政體轉型：如何看待1970年代國民黨政權的「正當化」〉《台灣社會學》12期，頁141-90。
- 無作者，2010b。〈林冠英 中道馬來西亞〉《星洲日報》1月18日（<http://www.sginsight.com/xjp/index.php?id=4112>）（2016/4/20）。

- 無作者，2010a。〈解釋“一個大馬涉抄襲”·安華花 40 分鐘舉證〉《光明日報》3 月 30 日 (<http://www.guangming.com.my/node/88614>) (2017/9/15)。
- 無作者，2015a。〈 ONE TAIWAN 競選影片搭配專業不分區立委候選人〉 (<https://www.youtube.com/watch?v=xxel-bV8TME>) (2016/1/4)。
- 無作者，2015b。〈朱立倫競選 LOGO 被指抄襲蔡英文〉《中國報》11 月 2 日 (<http://www.chinapress.com.my>) (2017/9/15)。
- 無作者，2016。〈國民黨新廣告主打五年級生 網友批：製造世代仇恨〉《自由時報》1 月 3 日 (<http://news.ltn.com.tw/news/politics/breakingnews/1559909>) (2017/9/15)。
- 無作者，2017a。〈改名「台灣國民黨」 吳敦義：沒必要〉《自由時報》8 月 19 日 (<http://news.ltn.com.tw/news/politics/paper/1128191>) (2017/9/22)。
- 無作者，2017b。〈中國國民黨政策綱領 革新 團結 重返執政〉 (http://www.kmt.org.tw/p/blog-page_3.html) (2017/9/22)。
- 劉文斌，2005。〈台灣國家認同的「拉動」與「純化」〉《中山人文社會科學期刊》13 卷 2 期，頁 57-85。
- 樂羽嘉，2015。〈7 億美元政治風暴 大馬首相腹背受敵〉《天下雜誌》7 月 6 日 (<http://www.cw.com.tw/article/article.action?id=5068957>) (2017/9/15)。
- 盧建榮，1999。《分裂的國族認同：1975-1997》。台北：麥田出版社。
- 蕭阿勤，2012。《重構台灣：當代民族主義的文化政治》。台北：聯經。
- 關志華，2012。〈馬來中心主義下的國族認同行銷：對「一個馬來西亞」廣告的批判性思考〉《台灣東南亞學刊》9 卷 1 期，頁 113-36。
- Anderson, Benedict. 1983. *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London: Verso.
- Chang, Hui-Ching, and Richard Holt. 2015. *Language, Politics and Identity in Taiwan: Naming China*. London: Routledge.
- Chang, Medeline, Faisal Mustaffa, and Raymond Chong, eds. 2009. *Black Malaysia*. Selangor: DAP Malaysia.
- Cheah, Boon Kheng. 2002. *Malaysia: The Making of a Nation*. Singapore: Institute of Southeast Asian Studies.
- Edensor, Tim. 2002. *National Identity, Popular Culture and Everyday Life*. Oxford: Berg.
- Elgenius, Gabriella. 2011. "The Politics of Recognition: Symbols, Nation Building and Rival Nationalisms." *Nations and Nationalism*, Vol. 17, No. 2, pp. 396-418.
- Eriksen, Thomas Hylland. 2007. "Some Questions about Flags," in Thomas Hylland Eriksen, and Richard Jenkins, eds. *Flag, Nation and Symbolism in Europe and America*, pp. 1-13. London: Routledge.

- Geisler, Michael E. 2005. "Introduction: What Are National Symbols – And What Do They Do to Us?" in Michael E. Geisler, ed. *National Symbols, Fractured Identities: Contesting the National Narrative*, pp. xiii-xlii. Lebanon, N.H.: University Press of New England.
- Jiang, Yi-huah. 2006. "Is Taiwan A Nation? On the Current Debate over Taiwanese National Identity and National Recognition," in Sechin Y. S. Chien, and John Fitzgerald, eds. *The Dignity of Nations: Equality, Competition, and Honor in East Asian Nationalism*, pp. 141-63. Hong Kong: Hong Kong University Press.
- Klumbyte, Neringa. 2003. "Ethnographic Note on Nation: Narratives and Symbols of the Early Post-Socialist Nationalism in Lithuania." *Dialectical Anthropology*, No. 27, pp. 279-95.
- Mayer, Tamar. 2005. "National Symbols in Jewish Israel: Representation and Collective Memory," in Michael E. Geisler, ed. *National Symbols, Fractured Identities: Contesting the National Narrative*, pp. 3-34. Lebanon, N.H.: University Press of New England.
- Nayan, Liana Bt Mat, Edwin Michael, Afi Roshezry B. Abu Bakar, Ira Meilita Bt. Ibrahim, and Mohd Azmir B. Mohd Nizah. 2011. "A Comparative Study among Politicians Concerning 1 Malaysia." Paper presented at the Seminar Pendidikan: Persepsi Kesedaran Dan Penerimaan Terhadap Konsep 1 Malaysia, Uniten, Selangor, December 10 (https://www.researchgate.net/publication/258381170_A_COMPARATIVE_STUDY_AMONG_POLITICIANS_CONCERNING_1_MALAYSIA) (2018/3/31)
- PEMANDU. 2010. *Government Transformation Programme: The Roadmap*. Putrajaya: Unit Pengurusan Prestasi Dan Pelaksanaan (PEMANDU), Jabatan Perdana Menteri.
- Sani, Mohd Azizuddin Mohd. 2013. "Political Marketing during Najib Tun Razak Premiership." Paper presented at the 5th International Conference on Humanities and Social Sciences, Songkhla, April 27.
- Sankar, Lokasundari Vijaya. 2013. "The Discourse of New Capitalism: A Study of the 1Malaysia Concept." *Language in India*, Vol. 13, No. 9, pp. 199-217.
- Smith, Anthony D. 1991. *National Identity*. Reno: University of Nevada Press.
- Yu, Peter Kien-Hong. 2001. "The Politics of Taiwanisation (II): The Road to A New Identity," in George Tsai Woei, and Peter Yu Kien Hong, eds. *Taiwanisation: Its Origin and Politics*, pp. 29-42. Singapore: World Scientific & Singapore University Press.
- Zhang, Hanrong. 2015. "O.N.e Taiwan." (<https://www.youtube.com/watch?v=yq4kDoyV4RU&feature=youtu.be>) (2017/9/15)

Construction and Contestation of a National Symbol: Two Cases of KMT's "One Taiwan" and UMNO's "1Malaysia"

Yun-Tsui Yeh

*Associate professor, Department of Taiwan and Regional Studies
National Dong Hwa University, Shoufeng, Hualien, TAIWAN*

Abstract

Whether in Taiwan or Malaysia, it is argued here that "One Taiwan" and "1Malaysia" both suggest the attempt of the KMT and UMNO to obtain the political support of the people. In addition, these concepts reflect the national ideology in the two parties' internal discourses. This article would explore the significance of "One Taiwan" and "1Malaysia" as national codes from the perspective of code construction and context of party development. The positive and negative effects of a code can be seen both in the use of "One Taiwan" and "1Malaysia." The former symbolizes the current mainstream public opinion in Taiwan toward a realistic national development and thus influences the traditional KMT discourse of an imagined nationhood. The latter represents the non-Malay people's hope for an open country and civic nationalism that cannot be ignored when the UMNO striving for its governing power. However, people or other political parties can also engage in either counter(-hegemonic) discourse by using such code or even competition against the discourse by developing other codes. Therefore, despite the open choice of "One Taiwan" and "1Malaysia" as their respective main political discursive argument, the KMT and UMNO still have to waver over their definition of nationhood internally.

Keywords: national symbols, KMT, UMNO, localization, plural society