

全球传播进程中我国体育文化再审视

薛红卫

(河南理工大学 体育学院, 河南 焦作 454000)

摘要: 在全球化浪潮的裹挟和冲击下, 中国体育文化受到巨大冲击。有必要对我国体育文化在全球传播进程中所面临的具体语境、文化心态、价值冲突与融合等问题进行审视, 分析其成因, 寻求解决之道。研究表明, 体育文化系统要素具有独特性, 与全球传播之间存在天然的亲缘关系。体育物质文化、身体文化、制度文化、价值文化四要素相互依存、相互作用, 分别从硬实力、显实力、巧实力、软实力等方面构成并完善体育文化系统。认为, 体育价值文化决定着体育文化的价值和方向, 应克服文化语境差异带来的障碍, 把握好价值传播的主旋律, 对各种体育要素文化进行创新和改革, 才能实现中国体育文化价值在全球化时代的复兴和超越。

关键词: 全球传播; 要素; 体育文化价值; 体育价值文化; 价值传播; 再审视

中图分类号: G80-054

文献标志码: A

文章编号: 1008-3596 (2018) 02-0023-05

1 研究缘起

经过改革开放以来 30 多年的发展, 中国一举成为全球第二大经济体, 科技、军事等“硬实力”也取得了长足的进步。但亚太地区紧张的地缘政治现状, 将对中国未来发展带来长期的影响。如何大幅提升以文化和意识形态为标志的“软实力”的吸引力, 增进与世界各国之间的有效沟通、良性互动和包容理解, 彰显大国风采, 传递正能量, 是真正成为一个“负责任大国”^[1]所必须经历的过程。

体育产业作为新兴产业, 是国民经济新的增长点 and 构成国家硬实力的重要指标。体育文化作为大众文化不可或缺的组成部分, 是构成一个国家软实力的重要标志。作为“去意识形态化”特

征较为显著的显性组织文化, 已日益成为“地球村”成员之间沟通交流和增进理解的语言和联系纽带。

反观当下的中国体育, 全球广泛认同的奥林匹克文化虽占据统治地位, 但其内核在我国已经被异化为“争光夺牌”的功利化身; 历史悠久的民族传统体育, 在发展和传播过程中, 尤其是对外传播中频频遭遇种种尴尬。体育文化活动传播中, 西方品牌的强势“入超”, 中方品牌的“出口”乏力, 造成我国文化“赤字”现象及我国负面国际形象的累积。因此, 重新审视全球化背景下中国体育文化的对外传播遇到的问题^[2], 分析其原因, 表明所持态度, 阐明应用策略, 对于中国体育的发展、体育强国的建设、体育文化的对外传播以及国家形象的塑造等, 均具有重要的

收稿日期: 2017-09-10

基金项目: 2015 年度国家社科基金一般项目“传球传播进程中我国体育文化的现代性及价值重构研究”(15BTY025)

作者简介: 薛红卫 (1967—), 男, 河南平顶山人, 博士, 研究方向为体育文化传播和体育社会问题。

文本信息: 薛红卫. 全球传播进程中我国体育文化再审视[J]. 河北体育学院学报, 2018, 32 (2): 23-27.

意义。

2 研究方法

主要采用文献资料法和系统分析法。在分析文化、体育、体育文化、文化传播等相关文献的基础上,把体育文化传播,特别是对外传播,置于全球文化系统的大背景下,对系统中的相关要素、结构、功能进行分析,阐述其中要素与要素、要素与系统、系统与环境之间的关系,从而把握其整体性、关联性、等级结构性、动态平衡性、时序性等系统特征,及其在体育文化对外传播领域的独特性。

3 研究结果与分析

3.1 体育文化系统要素构成及其独特性

据不完全统计,目前中外关于文化的定义已有500多种,其中较为权威的有200余种^[3]。从系统论观点看,文化是特定社会历史发展进程中由于人类活动而形成的既具有相对独立性和稳定性,又具有渗透性和开放性的动态体系。参照文化结构主义的要素,把体育文化体系由外而内划分为物质文化、行为文化、制度文化和价值文化^[4]。

体育物质文化就是人类创造的可感知的具有物质实体的体育物态文化,是人类体育活动中一切物质生产活动及其产品的总和。体育场地及设施、体育活动器材、体育服饰等体育物质显示出一种看得见摸得着的“硬实力”。体育行为文化是指人类形式多样的身体活动及其所体现的精神状态、行为操守和文化品位等的总称,呈现个体性、地域性和民族性等典型特征。随着传播技术的日益发达,不同类型的体育行为文化都有机会呈现在世界各地的受众面前,因此可称之为体育的“显实力”。体育制度文化是伴随人类体育社会实践而逐步形成的各种体育规范的文化。体育项目规范、体育标准规范、体育赛事和组织规范、体育仲裁规范、体育法规等规范制度的制定和实施,需要在时间、空间、顺序、力度等方面恰到好处,才能相得益彰,所以可称之为体育“巧实力”。体育价值文化是人类体育社会实践以

及由此引发的意识活动中经过长期孕育而形成的哲学思想、价值观念、审美情趣、思维方式、心态情绪等深层次的精神诉求,也是体育文化的内核和最终极的动力源泉,构成了体育文化的“软实力”。

展示身体运动能力的体育活动,尤其是挑战对手、挑战自我、挑战自然、挑战极限的竞技体育运动,具有竞争性、冲突性、时效性强、公开直观、过程曲折、结果难以预料等独特的新闻性,因而经常成为各类媒体的头版话题。体育文化与现代传播之间存在的天然的亲缘关系,在传播全球化的今天更是无远弗届、无以复加。通过体育行为文化展示使全球受众感受到体育制度文化和体育价值文化,潜移默化中扩大影响力,这是任何一部形象宣传片都无法比拟的效果。

3.2 体育文化全球传播须克服文化语境差异带来的障碍

美国人类学家爱德华·霍尔^[5](Edward Twitchel Hall, 1976)提出了“高语境”和“低语境”的概念。对于不同语境文化交际的特点,路斯迪格(M. W. Lustig)等^[6]概括为:在高语境文化中,信息传播更多不通过明确的语言、书面或正式的形式来进行,人们对于信息内容有更多内在化的理解;“局内人”和“局外人”之间分野明显,决策和行动更多围绕人际关系尤其是权威的核心人物进行。而低语境文化中,则倾向于以任务为中心、以规则作导向,决策和行动更多围绕必要性和责任划分;信息更加公开、明确、可转移;时间、空间、行动以及关系都具有特定的序列并且可以区分开来。中、日属于高语境文化,美、德等国属于低语境文化,而法、英、意等国则介于之间。这也可以从一个侧面解释当今体育文化的一则悖论现象:在个人主义有些泛滥的西方发达国家,为什么很多需要高度分工、合作以及团队精神的体育项目(足球、篮球、排球等)能够长期保持领先地位,而在一向强调集体主义的中国,绝大多数集体体育项目表现得乏善可陈。以篮球运动为例,长期经受低语境文化的熏陶,场上队员会比较自觉地将达成球

队目标作为自己的任务中心，一系列配合都围绕这一中心展开。当场上稍纵即逝的机会出现时，控球队员会在能力允许的条件下，在适当的时机把球支配到适当的位置和线路上的队友手中，从而顺利完成致命一击。而经受长期高语境文化的浸染，当机会来临时，支配球的队员可能会下意识地按照“圈子”的内外、关系的亲疏对场上队员进行再识别，这一决策过程的拉长，会贻误瞬间出现的战机，甚至会出现直接传球失误。两种不同语境下，赛事的精彩程度高下立判，对于广大受众的吸引力自然不能相提并论。这也不难理解为什么诞生于西方低语境文化中，具有明确的组织机构和制度、活动内容、比赛规则和价值体系的奥林匹克运动能在不同语境中风行无阻，而具有悠久历史和传统的中国民族体育文化却在低语境文化中举步维艰。

3.3 全球化传播裹挟和冲击下的中国体育文化

随着互联网技术以及新媒体的快速发展，立足于全球性而非国际性、跨越国家边界和主权界限以及单一文化范畴、主体多元的全球传播，对人们生活的影响比以往任何时期都要大。全球传播时代对文化传播提出了全新的挑战，即使一个地方的、局部的偶发事件，也会被世界不同地方的“他者”关注。正如安娜贝丽·斯雷伯尼所描述的那样，置身其中“任何一个民族社会学的、民族文化的或者民族媒介模式的概念不再起纯然的作用了”，并且将会呈现“全球的、区域的、世界的、地方的”^[7]复杂图景。

在全球传播进程中，中国体育文化正受到前所未有的冲击。以欧洲五大联赛以及美国NBA、NFL、NHL等为代表的职业联赛文化、以四年一度的足球世界杯为代表的赛会制文化、以四大网球公开赛为代表的“大满贯”文化、以“国际田联钻石赛”为代表的“黄金联赛”文化以及在我国被赋予“夺牌争光”使命的奥林匹克文化，以及以跆拳道、瑜伽为代表的其他东方体育文化等，造就了数以亿计稳定的“体育迷”群体，对中国体育物质、制度、行为、心态、价值等方面都带来了前所未有的冲击和极其深远的影响。

此外，诸如赛车、冲浪、攀岩、滑雪、探险等户外冒险体育文化，也在广大青少年心中生根发芽。在当代世界体育文化的版图中，中国明显处于一种弱势地位，更多扮演的是“受众”而非“传者”的角色，尤其在体育价值文化的传播中，长期处于“入超”的赤字状态。而作为中国传统体育文化代表的太极拳、武术等，也因为不能适应全球化传播的变化而日渐式微。进一步挖掘太极拳中的民族智慧、当代效用，为解决当代社会健康问题、体育和谐发展问题乃至社会发展瓶颈问题，提供一种可以全球传播的新价值、新角度、新方法^[8]，如此方能有所作为。

3.4 体育文化全球传播本质是价值传播

雷石东（Sumner M. Redstone，1990）曾提出“内容为王”的论断：“传媒业的基石必须而且绝对必须是内容，内容就是一切。”^[9]这里强调的内容，除了需要具备新闻传播内容的基本属性外，还必须拥有贯穿始终、一脉相承的价值理念。

体育价值文化和体育文化价值是既相区别又相联系的两个概念。前者是人们体育社会实践中的价值理念、精神诉求，闪耀着人性中的迷人光芒，是体育文化的核心，是决定体育文化综合实力的最重要指标^[10]。后者则是人们从满足人与社会需要的视角对体育文化功用的认识、选择和取舍。在体育文化系统中，四种体育文化要素之间相互影响、相互作用，共同构成体育文化系统的有机整体。其中，体育价值文化是灵魂，起统率作用，是决定其他文化要素能否发挥正向作用、整个体育文化系统能否顺利发展的关键，也是体育文化能否得到更多不同语境下人们由衷认可的内在保证。

反映人类共同精神诉求和价值观的体育文化，借助于全球化传播媒介，得到了越来越多受众的认可。随着媒介素养的不断提升，受众们对体育价值文化的认知和辨识能力也在不断增强。NBA文化风靡全球，固然与其激烈的身体对抗、眼花缭乱的“高难新美”技术动作、完备的组织管理等方面息息相关，但其深层次的非歧视理念、契约精神、规则意识、团队精神和追求卓越及服务公众的理念，则是保证NBA这一体育文

化系统运转和谐、长盛不衰、风靡全世界的内在逻辑。中国体育文化要走向世界,必须在自身文化特色方面下足功夫,向世界传播中国精神和价值。物质文化的“高大上”,身体文化的“模仿秀”,甚至制度文化的“拷贝”和“移植”,如果离开了体育价值文化的“中国心”,都会沦为徒有其表、华而不实的空壳。

以太极拳为代表的中国民族传统体育文化,讲究阴阳调和、相生相克、相融相谐,强调人与自然、人与人之间和谐相处,追求人体身心脏腑运行协调的稳态平衡。这些独特的价值文化是西方占统治地位的现代体育项目所不具备的^[11]。因此,应该借助现代化的传播手段,从物质文化层面进行现代化的改造和包装,从身体文化层面推陈出新、大胆创新,从制度文化层面大力继承和合理扬弃,从中提炼出既保留传统体育文化价值内核,又符合市场经济要求的价值体系,才能实现中国传统体育文化价值在全球化时代的复兴和超越。

3.5 体育文化对外传播中的心态适应和策略调整

中国传统体育文化的发展已有悠久的历史,但从19世纪下半叶开始,源自西方的现代体育开始传入中国,并进入课堂。此后,现代体育经过100多年的发展,已经成为当代中国体育文化的主流,“西风压倒东风”的既成格局至今无可撼动。但异质文化认同的危机却有不断加剧的趋势^[12]。面对这样的局面,既不能对这一现代文明成果视而不见盲目排斥,也不能不加分析地全盘接受,甚至数典忘祖、爱屋及乌。我们应当抱着“客观、务实、开放、包容”的态度,冷静地分析西方现代体育文化的本质特征,取其精华,舍其不足。在我国传统体育文化对外传播中,既不能盲目自信,陷入“唯我独尊、舍我其谁”的“文化沙文主义”;又不能丧失信心,抛弃传统,陷入“虚无主义”的泥潭。

从全球化视角来看,西方现代体育和中国传统体育都是全球体育文化体系的有机组成部分,应该认识到它们之间不是相互替代、互不兼容的二元对立,而是相互依托、共生共荣,共同维持

全球体育文化系统的和谐有序发展,共同丰富和完善这一满足全人类需要的价值体系,共同为全人类体育文化提供物质财富和精神产品。

4 结语

独特的体育文化与全球传播之间存在天然的亲缘关系。体育物质文化、体育身体文化、体育制度文化、体育价值文化从物质依托到精神内核共同支撑体育文化系统。体育价值文化决定着体育文化的价值和方向,体育文化全球传播的本质是价值传播。受多种因素影响,中国体育文化全球传播中的“非主流”地位、“受众”角色和“入超”状况短期内恐难有质的改变。坦然面对文化语境差异所带来的问题,摒弃国际传播刻板思维,借助现代化传播手段,调整和改变固有心态,从物质层面进行改造和包装,从身体层面大胆创新,从制度层面继承和扬弃,提炼出既保留传统文化内核,又符合市场规律的价值体系,向世界传播中国文化的核心价值,才能实现中国体育文化价值在全球化时代的复兴和超越。

参考文献:

- [1] 李东燕.从国际责任的认定与特征看中国的国际责任[J].现代国际关系,2011(8):52-57.
- [2] 王莉,王凯.传播学视角下的中国体育文化对外传播与国家形象构建[J].河北体育学院学报,2016,30(6):40-44.
- [3] 沈立.以文化人任重道远[J].文化月刊,2014(1):7.
- [4] 刘雪.文化分类问题研究综述[J].岱宗学刊,2006,4(10):9-11.
- [5] Edward T H. Beyond culture[M]. Garden City, NY: Anchor Press, 1977.
- [6] 汪聪.高语境与低语境交际中的隔阂及其传播策略[J].今传媒,2015(1):20-21.
- [7] 詹姆斯·库兰,米切尔·古尔维奇.大众媒介与社会[M].杨击,译.北京:华夏出版社,2006:6.
- [8] 薛红卫.陈式太极拳对外传播调查研究[J].体育文化导刊,2012(9):127-130.
- [9] 高贵武,刘娟.内容依旧为王:融合背景下的媒体发

展之道[J]. 电视研究, 2015(4):27-30.

京体育学院学报:社会科学版, 2012, 26(3):13-17.

[10] 郝勤. 论体育与体育文化[J]. 上海体育学院学报, 2012, 36(3):3-6.

[12] 孙宜君, 葛志宏. 论新媒体语境下跨文化传播伦理困境与建构原则[J]. 现代传播, 2013, 35(10): 10-17.

[11] 王岗, 刘帅兵. 中国武术跨文化传播的研究[J]. 南

Reexamining Chinese Sport Culture in the Process of
Global Communication

XUE Hong-wei

(School of Physical Education, Henan Polytechnic University, Jiaozuo 454000, China)

Abstract: Under the coercion and impact of the globalization tide, Chinese sport culture has been greatly impacted. It is necessary to examine the concrete context, cultural mentality, value conflict and integration faced by our sport culture in the process of global communication, analyze its causes and seek solutions. The findings show that the elements of sport culture system are unique and have natural relationships with global communication. Its material culture, physical culture, institutional culture and value culture are interdependent and interact with each other, and constitute and improve the sport culture system from the aspects of hard power, explicit power, smart power and soft power. It is considered that the value culture of sport value determines the value and direction of sport culture, the obstacles caused by the differences of cultural context should be overcome, the main theme of value communication should be grasped, and various elements of sport culture should be innovated and reformed in the hope of realizing the revival and transcendence of Chinese sport culture value in the era of globalization.

Key words: global communication; element; sport culture value; sport value culture; value communication; reexamination