

大众·传媒·融合：当代武术发展的路径选择

高晓明

(山西传媒学院 公共体育部, 山西 晋中 030619)

摘要: 武术与大众传媒的融合发展, 是当代武术传承与发展过程中的现实诉求。运用文献资料法、理论演绎法, 从文化学、传播学、符号学的视角, 阐释了传媒时代下大众传媒将作为当代武术发展的有效传播路径, 对于当代武术的发展具有重大意义。进而从服务和教化两个视角, 对武术与大众传媒融合发展的价值定位进行了详细分析。由此得出结论: 武术文化产品的标准化是适应大众传媒的武术传播范式, 是当代武术实现可持续发展的历史选择和时代必然。

关键词: 武术; 传播; 大众传媒; 融合; 服务; 教化; 标准化产品

中图分类号: G85

文献标志码: A

文章编号: 1008-3596 (2016) 03-0091-06

当下, 我们正处于传媒时代, 随着媒介技术的迅猛发展, 大众传媒在社会进程中的作用日益凸显, 从而建构了当代武术发展的宏阔时代背景。作为中国文化符号的武术, 从传统社会走来, 又如何在现代社会迸发出新的生命力, 成为当代武术发展过程中亟待思考的时代课题。在经济全球化的今天, 体育产业正日益展现出旺盛的活力, 武术能否在产业化的体育世界中占据一席之地, 也成为当代武术发展所面临的现实问题。这一切均无法忽视大众传媒在社会中的强大影响力。因此, 与大众传媒融合将是当代武术传承与发展的时代选择, 也是本研究的逻辑起点。

1 大众传播：当代武术文化发展的时代选择

“所谓大众传播, 就是专业化的媒介组织运用先进的传播技术和产业化手段, 以社会上一般大众为对象而进行的大规模的信息生产和传播活动。”^{[1]111}文化在大众传播的过程中是以人(受众)为最终目标的, 即尽可能收获广泛的受众——因为人作为主体, 既是文化的创造者和传播

者, 也是文化的承载者和受传者。“从传播过程的性质来看, 大众传播属于单向性很强的传播活动。”^{[1]112}而且, 人们的日常生活折射出深层次的文化特质, 每个人都是文化的载体, 社会个体的文化认知、文化认同、行为方式、生活方式都深受大众传播的影响, 并作为文化传播的结果而客观存在。

武术是中国文化的典型符号, 蕴含着丰富的传统文化基因, 而武术文化的形成、传承与发展就是这一古老身体文化实现传播的过程。从文化与传播的关系来看, 一方面传播促进了文化的形成与发展, 另一方面, 传播与文化相互依存, 传播也是文化的构成。因此, 文化作为一个逐渐形成和发展的体系始终伴随着传播活动, 且传播本身也无法脱离于文化。对于文化发展而言, 只有两者的共融发展才能构建起人们的文化认同, 进而形成共同或相似的身份认同、价值观念、生活与行为方式。对当代武术发展而言, 大众对其的文化认同是影响其发展的重要因素。“所谓文化认同, 是由和某些特定的时间和空间相关联的人们所创建的; 强有力的社会力量决定了某些特定

收稿日期: 2016-02-03

基金项目: 山西省体育局课题 (14yb107)

作者简介: 高晓明 (1979—), 男, 山西太原人, 讲师, 硕士, 研究方向为体育人文社会学。

的习惯的产生或发展。”^{[2]317}当代武术文化的传承与发展,应当首先重视大众对武术的文化认同,这是武术文化发展的基础和前提,因此,文化认同的缺失也成为武术发展困境的重要原因。武术文化的认同就是对中国传统文化的认同,武术文化身份的确立和提升就是对武术文化地位和价值的认知与认同,并由此而形成武术文化大众传播的先决条件和有力保证。可见,大众对武术文化的认同,是对民族、文化的认同,也是明确文化身份定位的一种文化自觉,基于此,当代武术文化才能够获得更好的大众传播效果,也才能为我国的民族文化复兴做出应有的贡献。

武术在中国传统社会凭借军事、自保以及教化功能满足了当时社会、群体及个人的需要,最终成就了武术发展的巅峰。近代以来的“土洋体育之争”,以及“竞技武术”的形成与成熟,是武术为适应时代、文化变迁而做出的选择。但毋庸置疑,“各民族的文化传统肯定会在未来的社会发展中有持久影响力。”^[3]亦如德国学者尧斯所认为的:“现代往往是借势于或倚重于传统而获得合法性和力量。”^{[4]序}此外,拉斯韦尔将大众传播的社会功能归纳为三个方面,其一便是“社会遗产传承功能。”^{[1]113}由此,当代武术的发展不能将其与传统文化进行割裂,而应当从传统文化中汲取价值和力量,并赋予这一身体文化符号新的时代使命,为世人所共享。时至今日,武术从传统与现代的激荡中走来,其文化身份日益突显,被视为中国传统文化的珍贵遗产。从这一意义而言,武术文化不仅成为武术研究的重要组成部分,更成为文化强国战略下“建设优秀传统文化传承体系,弘扬中华优秀传统文化”这一战略任务中的重要角色。由此,当代武术文化的大众传播,一方面是当代武术文化发展的有力推动力,一方面也成为传媒时代下继承和弘扬武术文化、中国文化的不二选择。

2 大众传媒:当代武术发展的有效传播路径

近代以来,中西方文化的碰撞引起了“土洋体育之争”,这一时期的武术受西方文化和西方体育的影响将“体育性”作为发展的重心,竞技武术也应运而生。此外,无论是传统武术,还是

竞技武术,其功能也从冷兵器斗争所倚重的技击功能,转向强调文化、健身、休闲、娱乐等多元功能。而武术自近代发展至今,自身改造与功能转变未能使得其在新时代铸就新的辉煌,依然需要在不断的继承与创新中探索。当代武术的发展,无法脱离传媒时代的大背景,因为“大众传媒是信息和知识的传播载体,维系着整个社会的政治、经济、文化等各种活动,承担着社会意义与主流价值建构、引导的功能。传媒的这种固有属性,使它构成了文化不可或缺的一个重要部分,传媒文化,或者说媒介文化、媒体文化,在当今社会日益成为强大的精神力量。”^[5]如今,大众传媒广泛、深入地渗透于当代社会并进行着意义的建构,大众已经习惯接受大众传媒所再现的外部世界和社会现实,并依照其思想和逻辑去解读、评判事物,而这种传媒文化正以一种日益强大的力量影响着社会大众,某种意义上讲,当代人的日常生活正是由传媒文化所构建。纵观武术的传播历史,长期以来武术主要是依靠“口传心授”式的人际传播来完成,但随着传媒时代的来临,当代武术的传播与发展,仅凭传统的人际传播则无法跟随时代的脚步和满足发展的需要,很大程度上将会使武术传播局限于一种狭小的路径。从当代大众传媒的社会地位和传播效果来看,“大众传媒也是传播特权的拥有者,它们所拥有的传播能力和权利都远远超过了作为个人的社会成员或其他一般社会群体。”^{[1]157}由此,大众传媒将会成为当代武术传承与传播的重要路径。

传媒时代的今天,接触大众传媒成为现代人的重要生活内容。媒介技术的日新月异,不断改变着传播的速度和广度以致改变着人们的时空概念,甚至深刻影响着大众的认知和选择,而大众传媒则成为加速传播过程和提高传播效果的有力途径。大众传媒和受众是传播活动的两极,“实际上,媒体与受众之间的关系一直是不平等的。……媒体仍然扮演着宰制者和掌控者的角色。”^{[6]13}大众传媒作为一种强大的精神力量和传播活动的掌控者,势必会对某种文化起到强化或弱化、建构或消解的作用,这将直接导致大众的文化认同问题。从体育世界来看,“体育——尤其是媒体所再现的体育——已经被融入了人们对自身和他人的身份的认知当中”^{[6]347}。而且“传

媒将成为影响现代体育发展和命运最重要的部分，而体育对于展现传媒的繁荣和未来也将是至关重要的。”^{[2]332} 时下，体育已然成为一种文化现象和大众传媒的重要内容组成，并可由新闻、电视节目、电影等多种形式通过大众传媒进行呈现。此外，从产业化发展的角度来看，体育也成为诸多媒介机构的重要经济来源。西方体育的全球化发展与大众传媒密不可分并互为所用，“媒体已经把体育转变成为一个全球性的超级产业。”^{[6]343} 时下，西方体育盛行、武术发展相对式微的局面，从文化层面来看，是武术文化认同的问题；从传播层面来看，是武术的大众传播效果的问题。故此，当代武术的传播与发展，应充分考虑到大众传媒的重大影响，走融合发展的道路。从体育的发展历史和经验来看，大众传媒将会成为影响当代武术发展的重要传播路径，但从实际来看，武术与大众传媒的融合也需要完成一系列的“化学反应”，是一个相互适应的过程，也是武术创新发展的过程，如何发掘融合发展的价值定位以及如何适应大众传媒的传播范式，将成为两者融合发展的切入点和生长点。

3 服务与教化：武术与大众传媒融合发展的价值定位

武术与大众传媒的融合发展是一个对受众进行价值构建的过程。受众指的是一对多的传播活动的对象或受传者^{[1]167}，受传者，是传播行为的接受者，是信息传播的目的地，是传播活动的一个重要环节，也是传播过程得以存在的前提和条件。离开了受传者，传播活动就失去了方向和目的，便不能成为传播^{[7]199}。无论是武术传播，还是大众传媒，两者都是指向并围绕受众展开的，因此，受众成为两者融合发展过程中关注的重点，而服务和教化价值则构成两者融合发展过程中的价值归宿和意义所在。

3.1 服务价值

麦奎尔认为：“受众是这样一种大众的集合，通过个人对愉悦、崇拜、学习、消遣、恐惧、怜悯或信仰的某种获益性期待，而自愿做出选择性行为，在一给定的时间范围内形成。其核心内涵还是具有主体意味的获益性期待和选择性行为。没有这一点，受众至多是被控制的物而已。”^[8] 这

一观点指出了受众在面对大众传媒时，不仅仅是被动的受传者，而且也具有主动的获益性期待和选择性行为。从表面来看，受众在浩如烟海的信息世界中被形形色色的媒体和传播活动指引和构建，但从本质意义上来看，人作为人类社会的主体而存在，我们便不能忽视受众的主体意识，故此，很大程度上受众的需求和兴趣决定了其接触媒体时的期待、选择，并通过这种极具目的性的行为来满足个体的需要。可见，受众不完全是被动的受传者，其“主体意味的获益性期待和选择性行为”也反向影响着大众媒介不得不重视并发掘出受众的需求，以使其更好地为受众提供服务。作为主体的人是大众传媒与武术共同的受众，一方面是当代大众传媒疯狂争夺的宝贵资源，另一方面也是当代武术发展的根本依托和目标归宿。因此，无论是武术还是大众传媒，其发展都必须重视人（受众）的需求并凸显服务价值，惟有如此，武术和大众传媒的融合发展才能以服务大众为宗旨，进而产生出最佳的“化学作用”。

从受众研究中的“受众满足模式”理论来看，受众相当于一个分散各处、互无联系的个人集合体，且具有“改善与媒介相关的兴趣、需求与偏好的多重可能性”，强调这一集合体可能依据社会经验而产生特定的需求或需求形态^{[9]334}。也就是说受众不仅仅是由大众传媒所塑造的具有某种共性的集合体，同时受众的差异性也反向地对大众传媒所提供的信息或内容做出回应并产生影响。大众传媒需要针对受众的回应进行反馈信息收集、讨论并做出相应的调整，这样才能提供更好满足大众需求的信息和内容服务，在避免受众流失的同时以期收获更加广泛的受众。就体育而言，在大众传媒大行其道和高度商业化的今天，“媒体不仅使得体育能够为全球范围内数目惊人的受众所接触，而且还‘服务’于这些受众。”^{[6]339} 因为大众传媒将体育受众视为一种价值丰厚的商品，若要从受众中源源不断地收获商业价值就必须尽可能满足广大受众的不同需要，因此，大众传媒就不得不将“体育”这一宝贵财富资源通过各种形式不断地进行复制和改变，将体育、体育文化以多种多样的方式向广大受众进行再现。这一方面是大众传媒基于大众需求所提供

的服务,同时也为了吸引并培养出越来越多的受众,从而不断扩大自身的影响力和创造更大的商业价值。由此可见,服务价值的体现,将成为当代武术与大众传媒融合发展的一个重要的前提和条件。近代以来,武术随着社会的变迁其功能也发生了转变,一方面,竞技武术的出现完成了武术“体育性”的创新改造;另一方面,传统武术所具有的文化、健身、休闲、娱乐等多元功能也日渐凸显。两者共同构成的中国武术具有巨大的价值潜力,能够满足大众的多元需要。如,成功的武术电影能够吸引众多的中外影迷对武术产生认同和喜爱;场面宏大的武术表演能够通过电视画面让亿万观众感受古老身体文化的韵味和震撼;品牌化的武术节目能够造就出武术明星成为大众的偶像等等,这些可以被看作武术与大众传媒融合对大众需求提供的服务价值的成功案例,对武术的传播与发展也产生了积极影响。但是这样的成功案例还属凤毛麟角,当代武术与大众传媒的融合还有待深入挖掘和创新,而服务价值的体现则应当成为关注的重要方面,由此,武术才能在全球体育产业高度发展的今天,呈现自身的多元价值,为大众提供有别于西方体育的独特体验,在服务大众和获得认同的过程中推动自身的传承与发展。

3.2 教化价值

武术与大众传媒的融合发展,教化价值是另一个重要的价值定位。“大众传播提供的并不仅仅是‘服务’,它还作为一种改造的力量,对现代人的意识和行为产生着重要的影响。”^{[1]121}大众传媒天然具有教化功能,同时也满足了大众受教育的需要。“媒介是教化大众的有效力量,补充和延伸普通学校、公共图书馆与大众教育的功能。”^{[9]43}而“教化乃是一件教育与文化的潜移默化的熏陶,通过教化而塑造人的情操、德性与品格”^[10]。例如,20世纪二三十年代,新成立的广播机构,尤其是在欧洲,通常被赋予一种公共文化、教育、信息化及促进国家认同与统一的使命^{[9]43}。在媒介技术高度发达的今天,大众传媒所呈现的内容日益丰富,且更加趋向精细化和专业化,其教化功能也更加强化。武术的“教化”价值一直伴随着武术的发展,而在武术文化功能日益凸显

的今天,这一价值将会在学校乃至社会中对教育加以延伸,以及达到“化人”的目的。因为“武术不仅仅是一门简单的技艺,更是一种教化。它重在对人、对生命、对自然宇宙的理解与体悟,重在对人的心灵德性、人格身躯的涵养与化通。”^[10]由此可以得出:“中国武术真正的文化归属是一种教化。它是一门实践性的教化之学,一种近乎终身的习染过程。它追求的终极价值是‘武以成人’,关注的是人的生命与内在精神人格的养成完美,而非单纯的知识性教育,即使在当代,它也是不可多得的教育资源。”^[10]故此,武术与大众传媒的融合,即是通过作为“教化大众的有效力量”的大众传媒,对作为一种“教化”的武术进行加工与传播,从而加强武术教化价值辐射的广度和深度。由此可见,教化价值不仅是武术与大众传媒所共有的功能属性,也将成为两者融合发展的契合点。

党的十八大将“建设优秀传统文化传承体系,弘扬中华优秀传统文化”,作为实施文化强国战略的重要任务。武术作为中国本土的独特的身体文化符号,是中国传统文化“全息元”的载体和表达,承载着中国传统文化所特有的文化精神、审美追求、思维模式和行为方式。而武术教化价值的发挥,首先应将武术文化身份的认知、认同作为起点,进而明确中国武术是以人作为教化目标进行长期陶养的珍贵教化资源。因此,武术不能简单地被看作是学校体育教育的组成或健康、娱乐方式,而更应将其视作一种教化资源加以运用,成为教育的有效延伸和补充,充分发挥武术的教化价值,即完成从认知到认同,最后达到一种精神、人格养成的潜移默化的过程。而这一过程离不开大众传媒的助推,二者的融合将更有利于将武术的教化价值在社会大众中得以实现。

4 标准化文化产品:适应大众传媒的武术传播范式

鲍曼认为:“大众媒介不仅仅是一种塑造同构国家社会文化的工具。”在他看来,“人们时常提到的大众文化更确切地说只是一种更普遍的或更标准的文化。大众传播的一些特征,尤其是对

市场的依赖、大规模组织的优势以及将新技术运用在文化生产上等特征，促进了标准化的过程。”^{[9]50}当代武术已经不能仅限于“口传心授”的人际传播以及武术团体的群体传播，通过大众传媒的组织传播才能能获得更好的传播效果。

“大众传播早期的定义为：由专业化的机构和技术组成，利用技术设备（平面媒体、广播、电影等等）为大量的、异质的、广泛分散的受众来传播象征性内容的活动。”^{[9]45-46}这一定义是从传播者的角度而言的，更像是一种“单向的传递”。同时，“大众传播的符号化内容或信息，是典型的标准化（大量制造的）‘产品’，而且能够以同样的方式重复的使用。”^{[9]45}从奥运会到世界杯、从NBA到英超，都是大众传媒所推出的畅销的“标准化文化产品”，在全球范围内获得了巨大的成功并受世人所追捧。而这些“产品”都蕴藏着本民族文化的基因，不仅是一种文化符号，也是一种文化意识形态的呈现，因为“大众传播在生产和使用时的每个方面都包含着文化的维度。”^{[9]90}同样，作为中国文化符号的武术若要通过大众传媒进行大众传播，就需要将其基于文化的维度加工制作成标准化的文化产品，才能适应大众传媒的传播范式。

大众传媒是从事信息采集、选择、加工、复制和传播的专业组织，且生产规模巨大和受传者广泛^{[1]157}，或者从另一个角度来说，“媒体承担了文本生产者的角色，把媒体文本以‘成品’的形式提供给消费者。”^{[6]14}而“媒体文本是指那些带有明显的吸引受众的意图的客体”。^{[6]44-45}媒体文本与大众的交流需要其特定的语言，即“文本符码”，即“一系列依据成规而运作的文本元素”^{[6]48}。媒体文本的“主控符码”有：书面语言、口头语言、身体语言、视觉语言^{[6]48-49}。而武术作为一种文化符号具有多重表现形式，并以这些“主控符码”所包括的语言类型，通过大众传媒进行大众传播。其中，书面语言主要运用于纸质媒体，如武术相关的书籍、报刊、杂志等；口头语言、身体语言、视觉语言，则可以单独或协同运用于广播、电视、电影等，如武术相关的广播播报、武术题材的电影和电视剧、武术类电视节目等。由此我们可以肯定，武术不仅具备依照大众传媒传播范式进行传播的先决条件，而且

文化深厚、体系庞大的武术也具有被加工成内容丰富的标准化文化产品的内容优势。武术作为文化产品，可以从其发展历史、本质内容、思想内涵、思维特点、拳种流派等维度加以呈现，且基于这些维度所拥有的极为丰富的内容则可为文化产品的生产提供大量的文本材料。武术文化产品的生产，尤其传统武术，可以从文化的三个层次将其各个维度糅合加工呈现，从而使受众从多视角深刻体悟作为中国文化符号的武术，例如将某个拳种所属流派及其所受传统文化思想理论的影响，以及发源盛行地域、技击、套路、功法、道德要求等多个维度作为文本内容；而现代竞技武术，则可从历史成因、发展历程、表现形式、社会价值、竞技体育特性等维度加以加工呈现，如将竞技武术产生的历史成因、项目类型、竞赛套路、训练方法、段位制等方面的变迁与现状作为文本内容等等。故此，武术作为文化产品进行标准化生产，需要从不同的层面和维度进行深度加工和传播，即不仅要从技艺层面进行展示，还应将其文化内涵进行深层次的呈现；不仅通过武术对中国传统文化进行弘扬，还应让武术的多元化功能服务于大众。惟有如此，武术与大众传媒融合发展的道路才能走得更远，使更多的大众对武术及武术文化产生认知、认同，为当代武术的传承与传播开辟出有效的路径。

5 结语

当代武术发展最根本的问题就是传播的问题，也就是社会大众对武术、武术文化、传统文化的文化认同问题。事实上，“反‘现代的’就是与‘传统的’决裂，反‘传统的’便是对‘现代的’拒斥。……传统是对一种模式或一种信仰的传承，是在世代延续更替中的传承。它意味着对某种权威的效忠和对某种根源的忠诚。”^{[4]229}由此，传统与现代构成一个硬币的两面，无法割裂且相互依存。站在发展的角度，从传统中走来的武术依然会在现代社会中持续发挥其独特的文化、社会价值。当代人需要做的，就是思考如何实现武术与现代社会的更好融合，从而赋予武术以现代社会的时代力量，让武术的传统通过新的传播范式在新时代绽放出熠熠光辉，成为新时期民族文化复兴的重要力量。

参考文献:

- [1] 郭庆光. 传播学教程[M]. 北京:中国人民大学出版社,1999.
- [2] 詹姆斯·库兰. 大众媒介与社会[M]. 杨击,译. 北京:华夏出版社,2006.
- [3] 胡军,孙尚扬. 诠释与建构[M]. 北京:北京大学出版社,2001:199.
- [4] 周宪. 文化现代性精粹读本[M]. 北京:中国人民大学出版社,2006.
- [5] 陈伟军. 传媒文化内蕴与价值流向探析[J]. 学术论坛,2010(11):165-168.
- [6] 格雷姆·伯顿. 媒体与社会:批判的视角[M]. 史安斌,译. 北京:清华大学出版社,2007.
- [7] 段鹏. 传播学基础:历史、框架与外延[M]. 北京:中国传媒大学出版社,2006.
- [8] 罗杰·迪金森,拉马斯瓦米·哈里德拉纳斯,奥尔加·林耐. 受众研究读本[M]. 单波,译. 北京:华夏出版社,2006:序.
- [9] 丹尼斯·麦奎尔. 麦奎尔大众传播理论[M]. 崔保国,李琨,译. 北京:清华大学出版社,2010.
- [10] 王岗. 中国武术:一种追求教化的文化[J]. 体育文化导刊,2007(3):29-32.

Mass, Media, Integration: Path Selection of Contemporary Wushu Development

GAO Xiao-ming

(Department of Public Physical Education, Communication University of Shanxi, Jinzhong 030619, China)

Abstract: The integration development of Wushu and mass media is the realistic appeal in the process of inheritance and development of contemporary Wushu. The article applies methods of documents, theoretical deduction and then from perspectives of culture, communication and semiotics, explains that under the media age, mass media will play as an effective spreading path of contemporary Wushu development, is of great significance for its development. Then from perspectives of service and edification, the article makes detailed analysis on the value positioning of integrated development of Wushu mass media. Then the study comes to the conclusion: the standardization of Wushu culture products is the Wushu spreading paradigm to adapt to mass media, and is the historical choice and necessity of the sustainable development of contemporary Wushu.

Key words: Wushu; spread; mass media; integration; service; edification; standardized product