



后奥运时代体育价值取向与体育可持续发展

许正林

摘要: 通过对体育价值形成背景、历史演变的阐述,反思北京奥运会之前的体育价值取向,明显存在金牌至上、大球化、泛娱乐化等现象,在后奥运时代的体育价值重构与体育可持续发展观念上,应该处理好体育观念的重构、体育人文精神认知的重构、体育社会群体理念的重构、体育伦理道德的呼吁等。

关键词: 后奥运时代; 社会价值; 体育; 可持续发展

中图分类号: G80-05 文献标识码: A 文章编号: 1006-1207(2009)01-0029-07

Sports Value Orientation and the Sustainable Development of Sports in Post-Olympic Times

XU Zheng-lin

(Shanghai University, Shanghai 200444, China)

Abstract: Based on the formation background and historical evolution of sports value orientation, the paper discusses the sports value orientation before the Beijing Olympics, which reflects the phenomena of gold medal supremacy, pan-entertainment and focusing on big ball events. In the post-Olympic times, attention should be paid to re-formation of sports concept, sports humane spirit, sports social community and the appeal for sports ethics with an aim of reforming sports value and the sustainable development of sports.

Key words: post-Olympic times; social value; sports; development

1 体育价值形成背景分析: 社会价值的世界性结构

“价值”是价值理论最基本的概念,对价值的本质和内容的认识,是构成价值观的理论基础,是价值观形成的认识论前提。价值是客体的属性和功能在满足主体需要过程中所形成的一种关系,是主体启动和主导的实践活动中,主体和客体的相互作用,相互对象化成果适合于人类本性的属性。价值存在于主客体的相互作用中,存在于客体对主体的作用 and 影响中。也就是说,只要客体对主体发生作用和影响,就存在价值;不发生作用和影响,就没有价值。

不同的社会、不同的阶级、不同的人,之所以有不同的价值观,从认识论上说,主要就是对价值的本质的不同理解所产生的。对不同层次需求的满足使得价值表现形式多种多样,随着生产力的发展,人们的生存需要得到基本满足后,就会主动地追求多种形式的需要。根据人类活动的基本领域和形式,以及客体属性满足主体需要的性质、内容和特征,价值包括物质价值、精神价值、政治价值和人的价值4方面。一个社会、一个国家、一个民族,对于社会生活中不同的价值对象通过积淀、整合分别凝成公民认同的价值观念,这些价值观念与其赖以生存的价值关系和受其引导的价值实践有机结合,形成特定的、超个人、类法权的社会价值体系。

1.1 社会价值观念的四大来源

社会价值是一种现象或行为所具有的满足一定社会的共同需要的功能,是对社会的意义。社会价值是一种普遍价值,是社会作为主体同客体之间发生的关系,是以整个社会利益和需要为尺度来衡量的一定现象和行为的价值。作为意识形

态之内核的社会价值体系是一个庞大复杂的文化系统,其中,由道德关系、道德观念、道德活动的价值实践所构成的道德价值体系是其中一个重要的亚系统。目前,世界上主要的社会价值观念体系主要有4种来源,它们构成了社会价值的世界性结构。

1.1.1 中国传统宗教伦理观念

中国的社会价值体系是以古代儒家伦理观念为思想理论基础的。在漫长的历史过程中,儒家宗教伦理思想不断完善,成为中国独特的道德伦理文化传统。它全面、深刻地反映了中国古代社会的经济、政治和社会结构,是以“仁”为核心的反映封建等级关系的体现“爱有差等”的道德规范体系和伦理结构。其主要特点是,重自律而轻他律,重政治而轻利益,重私德而轻公德。在此基础上发展了中国传统的社会价值取向,即崇古、唯上、忠君和道义。其核心内容在于以整个社会的和谐稳定为考虑,提倡绝对的服从社会的统治者,维护国家和集体的利益。重集体轻个人,强调绝对服从权威,是一种以集体为核心的信念,它关注集体的目标与需要胜过个体自己,强调集体的规范与责任,而不是个体自身的快乐,不能培养独立自主的人格,从而形成依赖性而非自主型的文化模式。

1.1.2 马克思主义价值观念

马克思主义是社会主义和新价值体系的理论基础。马克思主义是科学与信仰、真理与价值、规律与规范的统一,它既包含一种崇高的价值追求,显示出一种公正的价值判断,又包含着一种进步的价值准则。马克思主义价值思想具有科学性,它把客观实际作为价值根据,把实事求是作为价值

收稿日期: 2008-12-05

基金项目: 2006年国家体育总局体育社会科学研究项目(1003SS06135)成果之一

作者简介: 许正林(1958-),男,教授,主要研究方向: 体育传播学。

作者单位: 上海大学 影视学院,上海 200444



前提, 遵从社会发展的内在规律, 证明着社会主义的历史价值; 马克思主义价值思想具有先进性, 它是先进生产力的价值反映、先进文化的价值体现和先进社会制度的价值内核, 承载着社会主义的先进价值; 马克思主义价值思想具有人民性, 它来自人民的愿望, 服务人民的利益, 维护着社会主义的主体价值。

1.1.3 古希腊理性主义观念

西方哲学家柏拉图通过著名的“理念论”思想为理性奠定了思想基础。他将世界分为绝对永恒的理念是结合不断变化的现实世界两部分。人作为“有理性的动物”可以通过正确运用自身的理性认知能力来认识这种主宰和支配现实事物、社会历史与人类命运的超验性力量。后来亚里士多德将人是“有理性的动物”发展为“德性”, 他认为, 德性看来是一种能力, 能够提供和保存诸善, 而且是一种可以在诸多事物或最重大的事情上, 以及在一切方面的一切事情上带来好有效果的能力, 德性的组成部分是公正、勇敢、节制、大方、大度、慷慨、和蔼、明智、以及智慧, 最高的德性必然是对其他人最有用的德性, 倘若德性是带来好处的能力的话。

1.1.4 基督教原罪观念

这种古希腊的理性论与德性论到中世纪与古希伯来文化的神性论结合, “原罪说”将人回归自己神性化。上帝创造的人本来是神性的, 完全的人, 由于受到了魔鬼的引诱, 人堕落了, 受到了上帝的惩罚, 所以人必须回返到自己, 这是上帝对人的基本诫命, 也是人自身的一个基本冲动。人回返到自己, 也就是回返到上帝。基督教认为, 作为造物主, 上帝彰显了自己的存在, 而彰显了自己的智慧、权能、公义与慈爱。所以, 在基督教看来, 人的基本价值取向就是自我救赎。

社会价值的世界性结构所包含的4种观念与现代体育的价值有着密不可分的关系, 对于不同的体育价值观的形成具有重要的价值。中国传统的宗教伦理观念, 儒家思想的仁本核心与宣扬体育为社会和谐发展的作用相符合; 马克思主义价值观以爱国主义为核心的民族价值观与社会主义国家体育价值观的主要内容异曲同工; 而西方理性主义观念及新理性主义具有的人文主义倾向为当代体育人文主义价值观的形成起到了促进作用。

1.2 社会价值的四大内容构成

价值构成是价值要素的可分性, 它由主体需要、客体属性和实践3个基本要素组成。主体需要又叫价值主体, 客体属性又叫价值客体, 是指与满足主体需要相关联的客观存在物的属性与功能。在价值结构中, 价值客体是构成价值关系的客观基础, 是主体需要能够实现的客观前提, 又具有社会历史性质。在价值结构中, 实践处于基础地位, 具有决定性的作用, 它是价值生成的根源, 又是价值实现和发展的基础。在现实社会中, 社会价值的内容构成有着具体的表象形式, 通过这些表象人们可以判断出社会价值的主旨, 总结出某一特定的时代、特定的社会环境中社会价值的精髓所在。

1.2.1 时代精神

任何一个时代都有一种特有的能够反映时代主题和要求的时代精神。社会的发展受其深层核心理念或核心价值的支持和引导, 核心价值的确认和提升, 取决于对时代精神的判断。时代精神主要通过“问题来体现的”, 问题就

是时代的口号, “是它表现自己精神状态的最实际的呼声”, “是左右一切个人的时代声音”。时代精神是时代主题、本质特征和先进文化在观念上的反映。时代精神是随着社会不断发展着的, 人类社会走向不同的时代, 呈现不同的特征, 时代精神也会随之改变。

1.2.2 意识形态

意识形态是一种自觉地反映一定社会集团经济政治利益系统化、理论化的思想观念体系, 是一定社会集团、阶级的政治理想、价值标准和行为规范的思想基础。意识形态的一个重要组成部分是文化意识形态。文化意识形态是经过漫长的历史积淀而形成的传统道德价值观念、伦理思想、心理情感、风俗习惯、交往方式等与现代社会中为统治阶级所倡导的、为经济基础服务的、以政治法律思想为核心的占统治地位的思想观念相互作用而表现出来的价值取向。

社会意识形态能够反映社会存在的不同方式和形式。某一社会意识形态在反映某一方面的社会存在的时候具有不同的结构水平。在人们的日常生活中, 道德意识心理和理论形态的道德观念因人而异, 在反映生活的结构水平、自觉和定型化程度方面也有差别。在社会价值取向上主要体现在社会成员之间爱国主义和集体主义意识的取向。

1.2.3 伦理道德

中国传统的家庭伦理道德是以“家”为基本单位的农业自然经济社会, “家”在传统中国是最基本和最重要的社会机构。为了维护“家”的利益、声誉和永远续存发展兴旺发达, 产生了一套完备的伦理道德规范和观念体系来约束父子、夫妇、兄弟及其亲属的言行态度。中国传统的体育伦理思想博大精深, 具有自然性、目的性、等级性、功利性4个特征。具体内容有主张人与自然相辅相成, 和谐发展的天人合一思想主张肉体和精神结合统一, 注重道德培养的价值观念; 有主张“礼节”和“谦让”的伦理规范; 以及通过传统体育中的沟通和反映人际关系, 立足现实, 达到齐家、治国、平天下的目的。改革开放以后, 我国政治、经济、文化等方面都发生了很大的变化, 形成现代体育伦理, 包括爱国精神、集体主义精神、奉献精神、科学精神和文明守纪精神等。

1.2.4 人性状况

人性善恶的规定是伦理价值观中形式的非本质部分。中西两大伦理类型皆出现有“人性本善”、“本恶”及“不善不恶”的主张。这些主张往往都由道德观念和伦理规范引申而来。

1.2.5 生活方式

生活方式包括劳动生活方式、消费方式和政治生活方式, 狭义的只指消费方式。社会转型, 随着生产方式、经济体制和政治体制的转变, 人们的价值观念、生活观念也会随之变化。除了以上提到的时代精神、意识形态、伦理道德、人性状况和生活方式之外, 社会价值的具体表象还包括颂扬勇敢、阳刚、公平竞争的文化精神, 对国家民族忠贞不二, 誓死效力的民族观念等。

社会价值内容的这些具体表象也是体育价值的内容要素。体育活动本身的社会性, 使得体育文化的发展和传播过程成为时代精神、意识形态、伦理道德等的宣传工具, 对社会人性状况和生活方式有着重要的影响, 同时, 社会文化价值是增强体质和发展经济的手段以外的内在精神价值。这是体育价值的主要内容。社会价值观念本身经历了现代性到后现代



性的转变,现代性意味着观念先验性的突出,观念自身表现为绝对的,永恒不变的东西;后现代性意味着观念的、历史性、时间性的东西,观念自身表现出多元趋势。体育价值也不是一成不变的,随着社会价值的发展,体育价值在不断的更新和重构。

1.3 社会价值、体育价值和大众传媒之间的关系

按照系统论的观点,人类社会是一个大系统,在复杂的社会系统中存在着若干子系统。系统要持续有序发展必须同其他系统保持信息交换关系。大众传媒作为社会系统中一个具有自我特点和结构的子系统,它自身的各种要素之间,它与政治、经济、文化、教育等社会子系统之间均存在着相互联系、相互作用、相互影响的互动关系。在现实社会中,社会价值的内容构成要素之间互相联系,相互影响。而体育价值观是在社会体育文化环境和体育传播环境的共同影响下,经过服从、同化、内化反复过程而逐渐形成的,并随着环境的影响和各个相关因素的改变而持续发展。所以社会价值、体育价值和大众传媒价值取向之间相互影响和作用,三者之间互动的关系是社会价值决定体育价值,体育价值决定大众传媒的价值取向,而大众传媒是社会价值和体育价值的载体。

首先,大众传媒是社会价值和体育价值的载体,它传播社会价值观,反映和传承着社会价值,也随着社会价值和体育价值观的发展而与时俱进。

根据媒介社会功能的议程设置理论,大众媒介对社会价值具有构建的功能。大众传播媒介,特别是阶级社会中的传播媒介,不是单纯的大众传播机构,它们传播信息的目的是宣扬某种观点来影响、反映和引导舆论,按照大众传媒所有者的要求指导社会成员确立一定的思想、观点和立场。正如传播学家威尔伯·施拉姆说,在信息网络中到处都设有把关人。大众传媒在信息收集、制作和发送过程中,决定着什么可以被传播以及如何传播。大众传播媒介通过在传播过程中能动地选择信息,决定信息的取舍,突出或者删节信息的某些方面,并试图通过他们的信息传播给受众形成某种印象。在阶级社会中,大众传媒的信息生产与传播不可能保持“客观中立性”,受到媒介经营目标、受众需要以及社会文化等多种因素的制约,与媒介的方针和利益一致或相符的内容更容易优先入选并传播出去。

第二,社会价值决定体育价值。体育是一种社会文化现象,发展至今对整个人类社会有着全方位的重要影响,就其原因皆来自于体育具有满足任何社会发展需要的实际效用。这种实际效用就是体育的价值。体育的本质是人们为娱乐享受和促进身心健康发展而创造的,以自觉意识支配下的身体运动作为主要手段,对自己的身心进行改造并使之臻于完善的实践。体育的价值由体育的本质所决定,是体育实践中形成的主客体之间的客观的物质关系,它是体育所固有的。体育价值是体育存在的社会前提,也是体育文化的核心内容。

第三,体育价值观决定大众传播的价值取向。价值观是指实际存在和可能存在的主客体之间的价值关系、主体的价值创造活动及其结果的性质和意义在人的意识中的反应,以及由此而形成的比较确定的心理和行为趋向或心理和行为定势。体育价值观是指主体根据体育对其自身及社会的意义或

重要性进行评价和选择的原则、信念和标准。它是人们根据长期体育锻炼和反复性体育情感体验,对体育的价值属性、主客体之间的体育价值关系,以及一定形式之间的体育价值创造活动,逐渐形成的相对稳定的心理和行为取向或心理和行为定势。它是人们认识和评价体育和体育现象对自身或社会的重要性时所持有的内部标准,使人们在一定环境中动机、目的、需要和情感意志的综合体现。

作为社会价值和体育价值的载体,大众媒介的价值取向随着两者的变化而重构。体育文化发展历程中,由于社会环境的变化,体育价值观在不同的历史时期呈现不同的取向。体育价值的内涵一旦发生改变,大众传媒在传播体育信息的时候也会选择了不同的内容关注点和不同的立场,表现出与当时体育价值相符或者相悖的传播价值取向。

2 体育价值观的历史流变

2.1 体育价值观转变的主要因素

体育的意义和价值是由体育本身的文化特质所构成的,是人类创造的各种特质构成的有意义的社会现象的复合体。体育价值是一个开放的体系,处于持续的改变和发展之中,并且处于不断的增量或减量的状态中。在现实的体育文化的动态发展中,体育价值观是人类长期参与体育文化与社会环境互动的结果,而且根据不同人群的需要形成了不同的体育价值观。

2.1.1 社会利益关系

价值观念的变化是一种普遍现象。在不同的时代、不同的阶级中,价值观念不同;在同一社会形态、统一阶级内部,价值观念也有不同。随着社会关系条件的发展变化,价值观念的内容会产生变化,甚至是质的改变。价值观念的产生和发展是由生产力和科学技术的发展所决定的主体能力和主体需要的变化造成的。随着社会的经济结构、社会生产关系的变化,必然引起人们价值观念的改变。社会经济和政治体制的深入发展,社会利益分配也会随之改变,利益结构的变化又会引发社会最基本利益关系的变化,从而使得社会其他方面也发生改变。不同的利益关系决定了不同的价值观。因此,体育的价值是什么,体育为谁的利益服务,在不同的社会 and 不同的社会发展阶段有着不同的答案。

改革开放以来,我国的经济建设取得了巨大的成就,生产力的提高,综合国力的增强,使得人们的生活水平有了很大的提高。经济体制的变化,引起社会利益结构的调整,多种分配方式并存。个体的自主性得到了充分的尊重和发挥,人们开始愈发重视自身的精神需求。体育作为社会文化的重要组成部分,越来越多地融入了社会生活之中,而人们对体育的价值产生了新的理解和评判。

2.1.2 价值评判标准

价值评判是指在一个社会占主导地位的,用来评判和判断社会成员行为或社会事物以及社会现象是否合乎社会目标与社会要求的普遍一致的准则。社会的不断发展,价值评判的标准也会随之更新。多层次、多元化的社会发展模式下,价值评判的标准也呈现多元化。在一个社会中,很难维持一个统一的无上的价值评判体系。社会关系中主体的需求在层次、地位、需求程度不同,对客体所持有的态度也各不相同。



同。人们不再从一个角度,用同一个思维模式去看待事物,而是选择从不同的角度、不同的层面来评价事物的价值。对于体育价值的评判也一样,在体育文化发展的过程中出现根据不同的评判标准而形成多元的体育价值观念。

2.2 体育价值观的历史流变

由于社会政治、经济环境的不同,体育价值评判标准的不同,体育价值观出现过4种有时代性、代表性的价值取向。

第一是体育锦标主义,即体育竞技价值观。具有人类文明意义的竞技体育起源于古希腊的奥林匹克运动会。在我国《体育词典》中竞技体育是指为最大限度的发挥个人和集体在体格、体能、心理和运动能力等方面的潜力,取得优异运动成绩而进行科学的,系统的训练和竞赛。竞技体育本身具有如高度的观赏性、竞争的激烈性而且广泛的国际性等等独特的特点,所以一直备受人们的关注和喜爱。同时随着竞技体育为经济和政治带来的经济利润和政治利益,整个社会都密切关注着竞技体育事业的发展。为了在世界最高水平的比赛中取得令人瞩目的成绩,国家将竞技体育的胜利当作体育事业的全面胜利。这就出现了注重竞赛体育发展,追求竞技体育成绩的价值观。

第二是国家体育主义,即国家体育价值观。随着社会经济的发展,我国竞技体育有了很大的发展,并取得了巨大的成就。体育承载着荣誉,张扬着国家的综合国力,代表着国家的形象。这一体育价值观与体育文化的社会本质有着密切的关系。而在奥运会举办的时期,国家体育价值观最突出的表现即为金牌观。每个国家为了展示本国的综合实力,展示良好的国家形象,尽一切努力取得更加优异的成绩,而这都在奥运会的金牌榜上呈现得十分清晰。2008年奥运会在我国北京举办,是我国向全世界各国展示自身魅力的最好机会,“科技奥运、绿色奥运和人文奥运”,成为国家体育价值的核心理念。

第三是体育商业主义,即体育经济价值观。随着体育事业发展的一片红火,体育经济产业的重大商机成为商家追求的对象。以体育产业为中心的体育消费、体育营销,带动了国家经济的发展,成为国民经济的重要增长点。在经济利益的推动下,体育的商业价值受到了前所未有的重视。在我国,众多企业运用体育营销手段,将我国的品牌和产品推向世界;北京奥运临近,体育传播媒体的广告和发行收益前景乐观。在体育事业和体育经济全球化的大背景下,体育商业主义成为有一个主要的体育价值取向。

第四是体育人文主义,即体育本位价值观。随着改革开放和现代化进程的进一步推进,人们的收入增加,生活水平有了很大的提高。在物质生活丰富的同时,人们开始将更多的注意力转移到了人类自身,越来越关注精神生活的提高和自身多元化需求的满足。这表示人的个体价值得到了社会的尊重,体育的工具价值观受到了弱化,而以人为本,满足人们精神文明需求的价值观成为主导。体育人文主义价值观促使体育文化回归了本真,在当今的社会环境中,有利于体育事业的发展和体育价值的体现。

体育事业的繁荣发展,社会主体对体育的需求呈现多元化,也就呈现出不同的价值观念,亦使当今体育价值观不断得到丰富,多种形式并存,但各有特点,各有偏重。

3 我国体育价值取向的现状解读

2008年8月,第29届奥林匹克运动会在北京举行,这是中国人民几代人的体育梦想的实现,无论我们花多大的代价也要让这届奥运会成为奥运史上最成功的奥运会,对于中国人民来说,北京奥运会代表着光荣与梦想,北京奥运会是一座里程碑。但无论怎么说,北京奥运会都将成为历史,后奥运时代将会来临,我们应该反思北京奥运会之前的所想与所为,这对我国体育可持续发展是有意义的。

这里先以2008年1—3月《东方体育日报》《体坛周报》两份报纸头版报道为例,回顾北京奥运会之前的体育价值取向。《东方体育日报》在头版及头条的内容选择上,以球类运动为主。在头版的273条新闻中,包括国内足球、国外足球、NBA、CBA和网球等在内的各种球类新闻共178条,占头版整个头版新闻数量的65.2%。在这些球类新闻报道中,与国内足球相关的报道所占的比重为56.2%,围绕休斯敦火箭队为主的NBA职业篮球赛的报道所占的比重为22.5%,以欧冠、英超赛事为主的国外足球报道所占比重为6.7%,与澳网赛况为主的报道占7.3%,而国内职业篮球赛CBA占2.8%,另外,还有关于国家乒乓球、女子排球、网球为内容的报道占4.5%。

与日报相比,周报对时效性的要求不高,所以新闻报道内容具有很强的沉淀性和调查性。报道的可读性和深度比日报强。在头版中一种有大约65条新闻,内容分布是以国内足球为内容的报道有44条,以国外足球为内容的报道有7条,与NBA为内容的报道有6条,其他运动项目的报道有6条。两报的基本价值取向表现为:

第一,这些体育新闻报道的标题一般具有很强的情感色彩和倾向性,很多标题引自于当事人的真实话语。第二,深度报道,在体育事件的调查和分析中表现媒体自身的立场,引导舆论。第三,根据国内足球屡战屡败的颓势,质疑国内体坛体制中的弊端。中国足球的发展状况始终是媒体关注的焦点,足坛的动荡不安,事故频发,为媒体提供了丰富的报道资源。但由于中国足球战绩一直不佳,媒体除了对胜负原因在战术、策略方面进行分析之外,追究了失败的责任分担。从宏观上对国内体坛体制的弊病进行了揭露。从以上资料分析可以看出体育传播价值取向的基本现状。

3.1 “大竞技”体育传播观念——金牌至上

体育产生于人们的生产劳动活动之中,起初是没有竞技性的,随着体育文化进一步发展,逐渐显示出竞技的特性。1895年,顾拜旦的朋友狄东提出“更快、更高、更强”的奥运格言,并在1913年得到了国际奥委会的正式批准。狄东的本意是希望人类能够在公平、公正的竞赛环境中不断发展自己、塑造自己、超越自己,以达到求健、求美、求乐的目的。然而这一格言在社会环境和经济条件的影响下,违背了狄东的本意,逐渐发展为对体育竞技唯独求胜的状态。

所谓大竞技体育传播观念是一方面是指体育传播媒介“金牌至上”的观念。它们之中的大多数都将大部分的注意力聚焦在体育竞技中的胜利者,例如田径比赛中的冠军,足球比赛中进球的球员,重大赛事的奖牌获得者等等。

体育活动本身重在参与,而非意在取胜。体育传播媒介在大竞技观念的驱使下对“金牌至上”思想的传播起到了推波助澜的作用。俗话说,成王败寇。这成为体育传播活



动的成功写照。金牌、奖杯的真正价值在于弘扬胜利者的拼搏精神,同时对于公平竞争予以肯定。“竞技体育中少数胜利者的风光,永远建立在无数金钱的投入、无数失败者的陪衬、无数病痛付出的基础之上。”然而随着政治、经济因素的渗透,这种价值正在流失。之初,媒体只是对比赛的胜利者进行全方位的追踪报道和热切的关注,对失败者则冷落忽视。而今,体育传播媒体虽然对失败者也同样给予了关注,但不乏中伤、恶搞之词。荣誉加身之时,各个媒体簇拥追捧,而一旦暗淡隐退,便从此消失在媒体的视线之中。所以我们才会看到某昔日奥运冠军而今做小生意等令人心酸的新闻。

另一方面大竞技体育传播观念是指体育传播媒介对体育竞技项目报道的一味偏重,对非竞技体育项目的弱化和忽视。媒体之所以这样做原因无非是为了获得更好的经济效益和政治利益。在对《体坛周报》的跟踪观察中发现,每期32版的版面内容中,几乎每一篇报道都与体育竞技项目相关,非竞技体育的内容少之又少;而在这一方面电视媒体似乎做得好一些,由于“全民体育”观念的普及,一些体育频道推出了休闲体育,娱乐体育类的节目。对非竞技性体育项目给予了一定的关注。

3.2 大球化和泛娱乐化

随着足球运动和篮球运动在全世界范围内开展的如火如荼,各种联赛精彩纷呈,越来越多体育爱好者开始关注和喜爱上足球,球迷的队伍在不断地壮大。体育传播媒介“与时俱进”,为了吸引这一庞大受众群体的眼球,迎合他们的消费需求,从电视媒体到平面媒体,从栏目定位到经营策略上,体育传播媒介都逐渐采取了以球类项目报道为主,其他体育项目报道为辅的体育新闻传播道路。以足球为例,“大足球化”倾向十分明显,媒体报道体育新闻时,表现出向以足球项目为内容的报道一边倒的倾向,将较大的报道空间和报道重心放在与足球项目有关的新闻事实上。上海电视台体育频道的白李曾经指出“我国约有60家专业体育报刊,其中大约有10家是足球专业报刊或以足球内容为主。如广州发行量50万的《足球》,如北京的《足球周刊》、《中国足球报》,如大连的《足球周报》等等。甚至对于沈阳的《球报》、天津的《球迷》及湖南的体坛周报等综合类体育报刊而言,足球报道又何尝不是占其半壁江山之多呢?此外,日报、晚报和都市报大都开辟体育版块,而有关足球的内容一版则会占据整个体育版的50%。”举例来说,在日韩世界杯期间,包括党报在内的各种行业报、专业报接连改版、扩版,看出世界杯专刊等。而同一期间举行的国内男篮四强邀请赛、女篮四强邀请赛、美国NBA总决赛和法国网球公开赛都没有得到相应的关注。

由于对国外和港台娱乐模式的模仿,大众媒介的娱乐资讯产生了异化,着重明星绯闻和色情暴力成为媒体追求的主要卖点。首先,是传播内容和符号上的色情倾向。内容方面的色情倾向具体表现在体育传播媒体对体育明星桃色新闻、花边新闻的大肆渲染。其次,体育传播在传播内容上渲染暴力。近年来,我国体坛发生了一些暴力事件,这些事件不只存在于比赛场地上,有的甚至发生在运动员生活之

中。

4 后奥运时代的体育价值重构与体育可持续发展

4.1 体育观念的重构

体育已经不再只简单的竞赛,越来越多的人认为体育的价值在于欣赏、娱乐、交流、强健体魄、提高自身身体素质、技能和夺取锦标等等。体育已经成为人们新的生活方式,生活中不可或缺的重要组成部分。

4.1.1 体育社会化观念

随着经济条件和生活环境的逐步改善,人们对参加体育运动的自我要求日益强烈。参加体育活动成为了一种时尚、高雅的社会运动。有资料显示,原联邦德国仅体育协会的会员就占全国人口的25%,美国有70%的人关心体育发展,42%的人每天都参加体育活动。为了适应现代审美观点的要求,人们对人体美的欣赏有所改变。“终身体育观”逐渐渗透到社会、家庭和消费市场的每一个方面,体育成为人们生活中不可缺少的组成部分。

4.1.2 多维体育观念

人们对体育价值观念的认识,从过去的“狭隘体育观”逐步转变为现代人的“多维体育观”。从上个世纪60年代开始,人们不仅从个体功能和生物角度认识体育,而且还从体育对社会、心理、经济、人类思想意识的影响,以及体育本质功能等多角度、多学科的更清晰、更正确、更全面地认识体育。多维体育观主要包括:第一,体育劳务商品观念,即体育劳务是商品,体育劳务付费符合商品交换原则。第二,体育培养竞争观念,即在机会相等的条件下,节奏快、反应及时、竞争意识强的人更有可能占据优势,获得胜利。第三,体育产业促进社会经济的繁荣发展。第四,体育社交功能观念即体育大众化、社会化的特点可以提高知名度,拓展市场;可以打破国界、语言的限制,促进睦邻友好,增进民族团结,加深人际了解。

4.1.3 学校体育时空延伸观

体育成为学校中学生必须接受的学科,随着科学的发展,社会进步和终身体育观的出现,学校体育的思维度大大地延伸了,空间更加广阔。学校体育已经从教学的、教育的、社会的、生物的、生理等多维空间加以考虑,既注意近期效益,也追求长远利益。

除了上述3种,还有诸如民族体育观、体育人权观、生态体育观等,这些构成了体育价值重构的要素。

4.2 体育人文精神认知的重构

人文是人类文化中的先进部分和核心部分,即先进的价值观及其规范。其核心是“人”,承认人的价值,尊重人的个人利益,即强调“以人为本”和“以文化人”的统一。体育运动的产生和发展伴随着社会的进步和人类实践活动的深入,具有深刻的人文属性。而传播活动的主体和核心也是人,无论是传者还是受者,作为传播中的必要因素,是传播得以成立和顺利进行的前提。所以体育传播的内容是人的体育行为,传播方式也是由人创造和发展的,其人文本质得以实现。

人们要求竞技优胜者不但技艺高超,而且道德高尚、知识丰富、内心充实、体魄健美、举止优雅。这为以后的奥



林匹克哲学思想打下了良好的人文精神的基础。然而,现代社会生产力水平飞速发展,物质财富极为丰富的现实,使得人类的追求发生了深刻的转变,这种转变映射到体育活动之中,产生了体育竞技中“重物轻人”的状况,出现了体育运动商业化以及经济夺标受到巨大物质刺激的现象。一时间人们放弃自身运动,而热衷于只观看体育竞技,失去了对生活和自然的适应能力。现代奥林匹克运动及其精神反映了西方近代以来的人本主义文化精神,它强调展示人的本质力量,倡导对人的尊重,谋求人的全面发展,提倡积极健康的生活哲学,强调以奥林匹克促进建立一个维护人的尊严的和平社会。

近年来,体育传播大力宣传体育活动“以人为本”,将竞技的重心由“物”转向“人”,提出“绿色体育”、“自然体育”等先进思想,使得体育的人文精神得以回归,人们全面发展。2008年北京奥运会提出了“人文奥运”的口号,强调人文体育和体育的人文化。

4.3 体育社会群体理念的重构

体育是人类社会特有的社会现象。作为一种基于竞赛的文化形式,体育是唯一对政治和意识形态操纵开放的文化形式。凭借这一特性,体育逐渐成为影响社会政治领域和国际外交领域的重要因素。长期以来,个人和集体(包括国家)就利用体育来表法它们的集体情感。参与体育运动,能够提高一个地区或国家在更大范围内的政治关系中的声望和提高公民的认同感、归属感和团结感。

4.3.1 国家认同

国家认同是一种国家成员间相似、平等和亲密的感觉以及人们对自己国家或她过的情感和评价等。它是一种意识和态度,是国家历史发展和个性社会化过程所产生的结果。就个人而言,国家认同是个体在主观上认为自己属于国家这个政治共同体,心理上承认自己具有该国一员的身份资格。而就国际而言,一个国家只有同时得到本国国民和国际社会的认同才能得以存续。对于一个国家来说,如果不能通过政治社会化过程实现个人对国家的认同,或在不断变化的国际环境和国际力量对比此消彼涨的情况下不能确立适当的国家地位,国家认同危机就会发生。国家认同既是一种集体认同,又是一种国际社会的政治构建。作为一种重要的国民意识,国家认同是维系一个国家存在和发展的重要纽带。在国家内部,体育被用来促进政治的社会化,以训练公民的社会政治观,支持国家政治系统的运作,维持国家政治生活;在国际关系中,体育则被用来建立国家声望和提升综合国力,以明确自己在国际舞台上所扮演的角色,确立在国际体系之内要追求的战略目标,并在此基础上制定具体的外交政策,依靠自己的实力来维护本国利益。

作为某种国家特征的指示器,体育因为自身的观赏性和团体比赛中所必需的集体奋斗要素成为国家认同的表征。一个国家在国际体育赛事中的胜利具有的政治意义往往比胜利奖牌本身的意义要大得多;而一个国家在国际体育赛事中的失败会使该国在全球文化舞台上丧失声望。在以和平和发展为主题的当代世界,体育甚至是战争的替代,是国家间体育成就和综合国力竞争的手段和工具。旧中国的体育事业在腐败的政治环境中发展萎靡,“东亚病夫”的头衔使我国在国际平台上丧失国家尊严。新中国建立之后,1984年我

国体育代表团在洛杉矶奥运会上首次实现金牌零的突破,改变了以往不堪的国家形象,使中国人民从此扬眉吐气,极大地增长了国家认同感和国家荣誉感。2004年雅典奥运会上我国选手刘翔取得了男子110 m栏的冠军这一具有历史意义的成就,我国体育代表团成绩跃居奖牌榜第二位。中国的体育事业发展至今,我国竞技体育取得的非凡的成就是我国改革开放和现代化建设伟大成就的一个缩影,极大地增强了我国人民的民族凝聚力和民族自豪感,大大加强了国际社会和国内各界对我国体育成就和综合国力的认同感。

媒介通过议程设置,使用民族和国家主义的虚夸言辞,向受众灌输、生产或强化国家认同感:从含蓄的排外到暗中假象“受众”是谁,他们关心什么样的新闻,他们将采取什么样的观念。也就是说媒介成为体育、政治和认同与意义的意识形态话语之间的接点。归属感和集体中“我们的”感觉不得不持续地被可以证明身份的机会所在生产,而媒介正是进行这种再生产的潜在机构,体育则为这种情绪的滋生提供了重要的象征性事实。包括政治和体育“新闻大战”在内的所谓“电视盛宴”尤其是奥运报道在国家认同的构建中具有重要的地位。世界职业体育事业的繁荣发展,基于对国家声望的诉求,人们的关注点越来越多的落在了国家队及其在比赛场上的表现上,尤其是大众媒介在体育赛事报道中宣扬国家和国家认同的时候。有时候,体育比赛甚至成为集体的国家本身的问题,而体育在其中只是一个小插曲。在奥运会中,个体运动员和国家代表队“为国而战”的认识十分明显。奥运报道中国家认同感的传达几乎演化为各国媒体之间4年一度的公开的情绪交锋。即使在非常明显的个人性质的比赛如温布尔登网球公开赛中,媒介报道中国家认同的观念传达也很重要,虽然这与关于国家队的体育报道相比不甚明显。

体育传播通过各种形式为现代体育附加了共同体文化的色彩,体育传播的价值取向也依此不断影响着社会群体的价值理念取向,使其在全球化的背景下重新构建国家认同理念。

4.3.2 家园观念重构

在今天,体育经济在整个社会经济中是一种社会存在,体育作为一项生产性的文化事业,既有社会效益,又有经济效益,体育竞技既是社会消费性经济,又是生活性经济。素质教育全面推行,大众媒介积极正面的传播,使得“全民健身计划”在我国推广实施,终身体育观念深入人心。终身体育是指人们在一生中为了多种需要,不间断地进行体育锻炼和接受体育教育的总和,包括现在和未来各个年龄阶段的各种体育形式。家庭体育是指围绕家庭这个核心,为满足家庭成员自身的体育要求,在自由时间内进行的各种各样的健身体育或运动。它成为终身体育的一部分,使体育从家庭出发到全民健身得到落实,为终身体育的实现提供了保证。

现代城市生活方式满足了城市居民生产与生活、物质与精神方面的需求,但是也出现了许多问题,例如,我国城市家庭结构逐步走向以三口之家的核心家庭为主,亲族关系逐渐衰落,血缘关系日趋淡薄。个人交完关系局限在有限的固定范围之内,人际交往强调角色交往,忽视了个性交往,缺乏真情的投入。

家庭体育和全民体育观念,使得家庭的内聚力和以亲属为纽带的家庭与家庭之间的往来加强,促进了城市人际交往



的多元化。体育运动作为城市家庭余暇活动的重要形式,有利于为家庭、亲族集体活动提供一个良好的机会。通过自然、轻松的体育活动,可以融洽家庭气氛,密切血缘关系,创造良好和谐的家庭环境。体育作为一种充满活力的文化活动,在激起人们拼搏精神、竞争意识的同时,更强调公平、公正和责任感,人们在与同伴共同参与的体育活动中,实现着广泛的交往,这对建立相互理解、尊重、坦诚、协作的人际关系,促进业缘关系的和谐具有积极的现实意义。通过各种社区体育活动的开展,在轻松自然的体育环境中,实现人与人之间沟通、交流,营造一种团结、祥和的社会氛围,有利于培养和巩固人们在社区情感和心理上的认同感,促进人类社会的生活秩序。

4.4 奥林匹克体育对体育伦理道德的呼吁

体育伦理学的根本任务是研究和调节体育活动中个人与社会其他人之间道德和利益的关系,培养良好的体育道德风尚;加强对体育工作者的教育,提高他们的体育道德水平等。体育道德意为一定社会用以调整参加体育活动的人们之间,个人与集体之间,集体与社会之间关系的行为规范的总和。体育伦理意识是指体育活动中具有善恶价值取向的各种心理过程和观念。又包括体育规范意识和体育思想意识。前者是指导和评价体育主体行为价值取向的善恶准则,包括体育伦理习俗管理、体育伦理原则、体育伦理规范和体育伦理范畴等;后者是指体育主体对一定体育伦理原则和规范的认识水平,以及通过有组织的体育伦理教育和个人的道德修养所达到的体育伦理境界,包括体育道德观念、体育道德情感、体育道德信念、体育道德意志、体育道德理想和一定的体育道德理论体系等。其中,体育伦理原则是指体育所蕴含的处于核心地位的体育伦理意识或体育伦理基本精神,如人本原则、集体主义原则、公平竞争原则等等。体育伦理活动主体依据一定的体育伦理观念、体育伦理原则和规范等进行的各种具有善恶评价的行为或行动。

随着社会现代化程度的提高,科技手段空前发达,人们的生活方式发生着各种各样的改变。借助现代奥林匹克运动会的推波助澜,体育运动在人类社会生活中扮演着越来越重要的角色。“伦理作为人类自我发展在个人欲望的满足与社会秩序的和谐之间的一种平衡机制,既是人类自我实现的方式,也是社会矛盾的调节方式和调节社会关系的手段。”体育传播用各种媒介形式报道竞技体育运动,积极地宣传公平原则与竞争精神,还关注竞技体育在社会系统关系中所表现出来的伦理性,即集体主义、爱国主义、人道精神等。体育传播使人们爱国主义、集体主义思想得以回归和体现。

《奥林匹克宪章》指出,奥林匹克主义是增强体质、意志和精神使之全面均衡发展的一种生活哲学;奥林匹克注意谋求把体育运动与文化 and 教育相融合,创造一种以奋斗为了,发挥良好榜样的教育价值并尊重基本功的原则为基础的生活方式;奥林匹克主义的宗旨是使体育运动处处为人的和谐发展服务,以促进建立一个维护人的尊严的和平的社会。奥林匹克格言是“更高、更快、更强”,而“在奥林匹克运动会上,取胜不像参加那样重要”是广为流传的名言,是奥林匹克的信念。

奥林匹克伦理精神主要体现在:直接关注人的身心健康和生命价值的体育理念,即确立体育文化中的人道主义,

塑造理想的人格,发挥社会福利的职能,主张社会体育是维持家庭生活、职业生活和社会生活的手段;强调对文化差异的容忍和理解,即摆脱种族和文化差异的偏见,以世界公民的博大胸怀去认识和理解其他民族,虚心学习和交流;强调竞技运动的公平与公正,即在直接而剧烈的身体对抗和比赛中,运动员能够在公平的基础上竞争,保持和加强团结和友谊关系。从中国传统文化、现实国情和奥林匹克精神的契合点中,奥林匹克精神可以归纳为:进取精神,超越意识,整体思想,全球观念,公平原则,艺术追求,科学理念,和合主义。

体育事业欣欣向荣地发展态势,促进了体育传播的国际化和全球化。越来越多精彩纷呈的体育活动在国与国,民族与民族、团队与团队之间举行,大众媒介对体育活动和体育赛事的关注和报道达到了前所未有的高峰。体育传播用各种形式向受众展示着体育文化的魅力,传播体育文化的真谛。受众无论是在参与还是在欣赏体育活动和赛事的同时,总是会把一个国家的运动员在比赛中的表现和他们取得的成绩看作一个国家国力和民族气质的反应,体育成为传播价值观的理想载体,称谓激发人们爱国热情、振奋民族精神、提高民族自信心的重要媒介。

社会学的冲突论者认为体育本身虽然推进了社会许多方面的正方发展,但它也反映了社会的不平等,如阶级、种族、性别不平等。经济落后的地方的青少年和经济发达的地方的青少年没有同等的机会接触体育运动,女性在男权为主的体育赛事中的参赛项目也受到限制,而不同种族间的歧视问题也在体育活动中时有发生。现代奥林匹克运动倡导的和平友谊,向全世界表明,为奥林匹克运动“为建立一个更加美好的、和平的社会”的宗旨,并得到了国际社会的广泛承认。而随着妇女解放运动的发展,奥林匹克开始倡导男女平等思想。体育领域向着男女平等的深层次发展,与现代社会价值取向发展方向一致,促进了社会其他领域平等的实现。

体育传播在传播信息的同时,致力于宣扬公平、平等的原则,坚持友谊第一,比赛第二,宣传博爱,并吸引更多的人去关注贫穷地区的体育发展,促进种族之间的平等和交流。使得人们对待亲情和友情有了更新和更充分的认识。

参考文献

- [1] 卢元镇. 体育人文社会科学概论高级教程[M]. 北京:高等教育出版社, 2003:60.
- [2] 詹小美. 传统文化与社会主义意识形态研究[J]. 求索, 2004(5).
- [3] 朱歌幸. 西方宗教伦理与儒家伦理价值的现实启示[J]. 怀化学院学报, 2005(4).
- [4] 郑杭生. 转型中的中国社会和中国社会的转型[M]. 北京:首都师范大学出版社, 1996:193.
- [5] 刘宏宇, 周占军, 等. 我国家庭体育观念变化研究[J]. 东莞理工学院学报, 2004(11).

(责任编辑: 陈建萍)