



社会阶层差异中的休闲体育文化模式

柏慧敏

摘要: 通过文献资料法,对休闲体育中存在的阶层差异表征进行了论述,并运用文化资本理论对其差异进行了分析,最后提出休闲体育中存在的阶层差异的理论模型。

关键词: 休闲体育; 社会阶层; 差异; 文化; 模式

中图分类号: G80-05 文献标识码: A 文章编号: 1006-1207(2009)02-0030-03

Leisure Sports Culture Models in Different Social Strata

BAI Hui-min

(Shanghai University, Shanghai 200444, China)

Abstract: Adopting the method of literature study, the article elaborates on the difference of social strata that exists in leisure sports. An analysis is made with the theory of cultural capital. Theoretical models of social strata difference in leisure sports are constructed.

Key words: leisure sports; social strata; difference; culture; model

著名的未来学家格雷厄姆·莫利托在《全球经济将出现五大浪潮》一文中预测,2015年前后,部分国家的休闲经济产值在GDP中将占50%以上,从而将走过信息时代的高峰期而进入休闲时代,休闲产业将成为下一个经济大潮。休闲是未来全球经济发展的五大推动力中的第一引擎^[1]。据中国人民大学商学院的一项研究表明,国人在闲暇时间方面已超英赶美。2000年至2003年,美国人和英国人年平均闲暇时间折合为156天和195天,而中国人在2000年的闲暇时间已达到195.3天。自2008年起全年法定节假日达到115天,这些都为人们休闲娱乐提供了时间保障。

休闲是人类的一种生活方式,也是人类的永恒追求。美国学者凡勃伦在《有闲阶级论》一书中断言“休闲已成为一种社会建制,成为人的一种生活方式和行为方式。”随着经济的发展和生活水平的提高,休闲将成为人们的第一需求。休闲也是第二次社会现代化从工业社会向知识社会转变的一个特征。休闲的关键在于个人对休闲的体验是否获得自由、摆脱束缚、发展自我。休闲的内涵基本包含两层意思,一是闲暇(leisure)、二是娱乐(recreation),那么,休闲体育则在此基础上加上运动(sports)。休闲体育具有增进健康的积极性、适应人群的广泛性、促进个性发展的重要性。休闲体育既没有竞技体育激烈的对抗,又可以回避因失败而产生的消极心理,不必肩负成败胜负的责任,无论在精神上还是体能上都不会有任何压力。由于体育的功能是多元的,形式是多样性的,对于不同年龄、不同性别、不同性格、不同情绪、不同动机的人都能使其从某项休闲体育中获得所需要的满足。休闲体育通过参与者对项目的选择,体现自我的个性,同时休闲体育具有时尚的流行特征。

我们以这样一个思路出发研究休闲体育基本上不会有太多的问题,但如果我们深入研究处于社会结构中的休闲体育时,问题远没有那么简单。由于地域和经济条件的差异,

文化素质、兴趣爱好的不同,使人们对休闲体育的认识、项目的选择产生显著差异。有调查显示,社会阶层中地位较高的,闲暇活动基本上是以休闲型、学习型为主;社会阶层地位较低的,是以娱乐型、健身型为主。这种差别很大程度上是受经济和文化条件决定的,主要表现在生活方式上的差别,因此造成休闲需求具有明显差异。

1 休闲体育阶层性差异的表征

社会阶层是指某一社会中根据社会地位或受尊重程度的不同而划分的社会等级。从最低的地位到最高的地位,社会形成了一个地位连续体。不管愿意与否,社会中的每一成员,实际上都处于这一连续体的某个位置上,由此形成高低有序的社会等级结构。社会阶层等级分布的多维性是指社会地位由低到高呈纵向连续分布的等级排列体系,而这一体系是由多个因素决定的,这些因素主要包括其所占有的经济资本(主要以收入体现)、文化资本(主要以教育程度体现)、社会资本(主要以职业及其社会关系体现)。社会分层在某种意义上和劳动力的受教育的程度密切相关,或者说劳动力的受教育层次在一定程度决定了其社会分层。通过这些资本因素的转换在内部形成一个动态的,但同时也是相对稳定的阶层等级空间。社会阶层的划分、认同和互动对成员行为具有约束性,在同一阶层内,人们在价值观、态度和行为模式等方面具有共同点和类似性,存在着同质性和一致性,而在不同的社会阶层之间则有着明显的差异。

国外学者研究认为:“体育运动,为城市个体提供了一个主体社会身份感。在一个第一眼就被剥夺了个体特性的城市匿名世界中,体育运动提供了一个表现自我、身份和个性的场所。”^[2]一项针对上海市民休闲行为的研究表明:教育程度高低不同导致了人们看待休闲的差异性。硕士以上学历的上海市民认为休闲活动是生活必须的达到71.1%,高

收稿日期: 2009-01-23

作者简介: 柏慧敏(1962-),男,副教授,主要研究方向:体育社会科学。

作者单位: 上海大学 体育学院 上海 200444



于其他群体。收入水平的高低直接影响到休闲者的消费支付能力,进而影响他们的休闲取向。高收入者消费水平较高,多根据个人的兴趣爱好选择休闲的方式;而低收入者则根据当时心情、时间、身体状况等决定是否需要休闲。各收入阶层的休闲方式有所不同,市民收入高低与其在闲暇时间里安排的休闲活动的丰富程度呈正相关的关系,同时也与其活动的质量和等级呈正相关关系。例如,无论高收入者还是低收入者都会将运动健身作为休闲项目,但即使在某些普及型的活动如篮球、乒乓球等项目上,高收入者在场地和运动器械等方面也要比低收入者要求高。调查中发现,一些高档健身会所的会员大多收入在5 000元以上。高尔夫是项高端运动,因而有些收入在8 000元以上的人把高尔夫作为休闲项目,而低收入者大多选择跑步来达到锻炼健身的目的^[3]。

休闲体育项目的选择上是存在着差异的,需要较大的经济投入的休闲项目自然是上层人士的选择。一般而言,个人类休闲项目主要是上层阶层的选择,集体项目主要是中下阶层的选择。从项目的难易程度方面来说,技术要求高的休闲项目往往是上层阶层的选择,技术含量低的简单易学的休闲项目成为社会中下阶层的选择。即使个别不具有明显阶层性特征的项目,我们也可以从场地、环境、器材、同伴等方面发现差异的存在。

2 休闲体育阶层差异的文化解读

李文波从消费社会学和体育社会学的角度入手,以大众消费文化为切入点,分析了休闲体育作为当前大众消费的新热点其文化和社会的符号性意义。认为在大众消费社会里,休闲体育运动已经成为文化记号和被消费的对象,是大众文化之符号消费的一种,成了符号消费的对象,即被消费的休闲。在此,人们关注的是符号的所指,符号的意义在于显现差异,也就是休闲体育运动是一种建构差异的符号消费。^[4]陈正根据以职业分类为基础,以组织资源、经济资源和文化资源的占有状况为标准划分的十大社会阶层的休闲体育来进行分析,得出这样的结论:“各阶层在生活方式、职业需求和价值观念上的差异,导致不同阶层对体育休闲有不同的价值取向,这使我国社会不同阶层在体育休闲内容与方式上又表现出明显的差异和职业特征。”^[5]

各位学者从不同的视角研究了休闲体育在现代社会中表现出来的阶层差异的文化品性,在此试以“文化资本”理论揭示其隐藏的文化内涵。法国社会学家皮埃尔·布迪厄从现代性社会中身体隐没的视域提出了向文化回归的场域,于1986年在《资本的形式》一文中在对资本范畴的进一步抽象的基础上创立了文化资本理论,揭示了在身体背后文化资本的隐蔽性存在。正是在身体成为资本的这种现代性图景中,身体资本可以转化为经济资本,也可以转化为一种文化资本。在这个意义上,身体是资本,也是象征的符号,还是一种话语的形式。按照布迪厄对文化资本的界定,文化资本就是借助不同的教育行动传递的文化物品内化于人自身的知识与技能,是“一种标志行动者的社会身份的,被视为正统的文化趣味、消费方式、文化能力和教育资历等的价值形式”。^[6]

布迪厄理论中的身体可以看作是阶级禀赋的载体,这些禀赋本身就是不同阶级的生活世界或习性内部的兴趣通道。

布迪厄的著作很明显地设定人体是一个有机存在,但他断定“原材料”是由社会阶级力量形成和建构的。于是,身体就成为个体的文化资本的一部分。

“休闲是人类文化的创造物,是传承文化的载体,是积累文化资本最重要的途径与手段之一。”^[7]休闲体育通过身体活动的形式成为文化资本的一部分,不同的社会阶层把文化实践刻写在休闲体育上面,从而养成了不同的休闲体育模式,休闲体育作为一个区分标记、作为阶层差异的象征再现,可以展示他们的文化和经济状况,并达到文化资本的积累或向经济资本、社会资本的转换。

美国Thomas C. Wilson在对社会阶层和体育参与关系的研究中发现,社会阶层越高,全面参与体育的比例就越大,但少数人可能会参与被称作平民的体育运动。一般来说,文化资本最多的人和经济资本最多的人最有可能参与体育运动,这种倾向彼此不受支配。但文化资本最多的人很少参与平民体育,经济资本最多的人则拒绝平民体育。总体而言,用文化资本解读在社会阶层和体育参与的关系问题要比经济资本好^[8]。

在休闲体育中许多人有意或无意地参加某一类休闲体育活动作为身份和地位的象征。虽然在不同阶层之间,用于休闲体育的开支占家庭总支出的比重相差不大,但休闲活动的类型却差别很大。一个人所接受或偏爱的休闲体育活动通常是同一阶层或临近阶层的其他个体从事的某类活动,他采用新的休闲体育活动往往也是受到同一阶层或较高阶层成员的影响。甚至基于希望被同一阶层成员接受的“认同心理”,一些人不管是否真心喜欢,都倾向以同一阶层人群的休闲体育活动作为自己的选择,以配合其“自我认同”的身份。即使在同一项休闲体育活动中,不同阶层的人也会在环境、场所、器材、服饰等方面表现出与其身份地位相匹配的选择。

运用文化资本理论,大致可以作出以下的推论:持有最多经济资本和文化资本的社会精英阶层其休闲体育活动真正成为了一种生活方式,表现在休闲体育活动高品味模式化的同时,对休闲体育的价值理念和象征意义具有较高境界的理解和认同;持有最多经济资本和较少文化资本的人群可能在休闲体育中表现出一种偶然性和非理性的高消费特征,其深层意义在于通过经济资本的投入来转化从而获得更多的文化资本,并有可能在休闲体育活动中有失范行为的倾向;持有较多的文化资本和较少的经济资本的人群可能集中于高学历的青年人群,其休闲体育活动具有一定的生活化特征,对体育的价值理念和象征意义在具有较高的认同中还有一定程度的追求高品味,以表现其文化身份,并在休闲体育活动中具有以文化资本实现向经济资本和社会资本转换的意图;而持有较低经济和文化资本的低层人群则可能更多地会将休闲体育与健康娱乐相联系,以较简单易学易练的休闲体育活动维持基本的身体健康和休闲娱乐的需要。基于向上攀升的心理,一些低级阶层者可能会偶尔进行象征高阶层的休闲体育活动,以此体验暂时的满足感。

3 休闲体育阶层差异的理论模型

通过上述的分析,我们基本可以认为:人们所处的社会阶层与某一休闲体育活动社会所认同的阶层定位相差越远,他参

与此项休闲体育活动的可能性就越小。可以大致将体育运动项目与社会阶层关系的分层用一个金字塔来表示（见图1）。^[9]

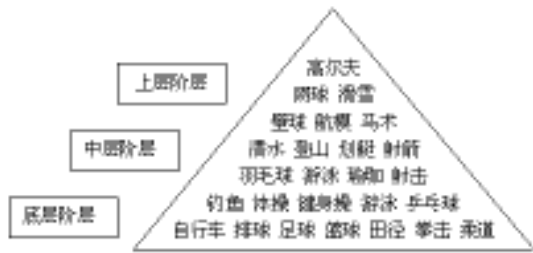


图1 社会阶层的休闲体育金字塔

Figure 1 Leisure Sports Pyramid of Social Strata

从图1所示的休闲体育项目分层，我们可以从休闲体育项目自身的特点概括出4个维度来进行分层：1. 休闲体育花费多和少；2. 集体项目和个人项目；3. 身体接触和非身体接触；4. 技术难度高和技术难度低。从理论研究和实证观察，我们可以作出一个总体的判断：社会阶层与休闲体育消费成正相关，阶层越高，消费绝对水平也越高；与休闲体育项目的性质成负相关，阶层越高，更倾向于个人的、无身体接触的休闲体育项目；最后，社会阶层与休闲体育项目的难易程度成正相关，阶层越高，越倾向于从事难度较高类的休闲体育项目（见表1）。

表1 社会阶层休闲体育差异的理论模型

Table 1 Theoretical Models of Social Strata Difference in Leisure Sports

休闲体育特征	上层	中上层	中层	中下层	下层
消费水平	高	较高	一般	较少	无
集体/个人	个人	偏向个人	集体/个人	偏向集体	集体
身体接触	无	较少	一般	较多	多
技术难度	高	较高	一般	较低	低

休闲体育作为一种文化，在结构层次是可分为休闲体育文化特质、文化丛和文化模式。文化特质具有不可再分的属性，如高尔夫、网球等休闲体育项目所特有的技术，器材、服饰、礼仪、规范等，它们组成一个休闲体育项目的文化丛，多种休闲体育文化丛汇集形成一种休闲体育模式。我们可以根据休闲体育项目的不同文化属性，不同的阶层性差异，对休闲体育进行文化模式上的分类。比如，我们可以根据社会阶层参与休闲体育的行为方式、价值理念划分出几种不同的文化模式。休闲体育的文化模式是一个给予休闲体育行为以意义，并将各种休闲体育包容于休闲体育文化整体中的媒介，从而构成休闲体育的有机整体。

在这里，作者再大致将休闲体育的文化模式概括为：自我实现模式、情趣体验模式和健身娱乐模式。自我实现模式是指自我概念系统结构处于比较高层次的平衡状态，以事业或职业为自我发展的重要目标，追求社会地位、追求事业成就和职业成功的一面。以一些装修精美、环境优雅，较为高档的休闲体育场所作为首选的个人消费场所，以显示自己的社会地位，发展自己。选择在下班后作为主要的固定运动时间，一般具有良好的锻炼习惯。锻炼目的和动机主要是保持身体健康，维持身体活力，能有更多的精

力投入到工作中，增加人际交流，释放工作压力，调整身心状态，寻求心灵的和谐统一。情趣体验模式是指特别重视自己的内心感受，情感需求比较强烈，喜欢通过各种方式向他人展示自己的个性和思想。会选择流行、前卫的运动项目，具有时尚、消费高的特点。在运动时间上会选择下班后、周末或者节假日。以情趣体验、表达个性为主。健身娱乐模式是指重视休闲体育周围事物的环境和氛围，休闲体育项目上会选择一些具有互动的竞争激烈的项目等。受感情和心情的影响较大，所以并不能够养成规律的锻炼习惯，不能坚持长时间的健身活动。目的和动机主要是以保持健康、调节身心为主。

4 结语

文化资本理论以边际效益递增的逆“戈森规律”打破了物质资本随着社会需求的满足边际效益递减的资本实证神话，文化资本在非物质化的文化消费中却随着社会需求的满足边际效益递增，这就是符号经济、信息经济“逆戈森规律”的新的增长方式与竞争要素，也是分析休闲体育社会阶层差异的理论范式。各阶层休闲体育方面的差异是可以理解的，我们可以把差异作为一种积极因素而不是消极因素加以利用。因为，各阶层为自己的休闲体育行为提供了某些共同的依据和共同的动机。休闲体育文化行为的阶层性差异对未来休闲体育的影响是深远的，因此，我们必须试图去理解人们的休闲体育价值观，休闲体育习惯和这些习惯的表现“模式”，必须知道在休闲体育行动和看法的背后存在着什么样的强制力。各个阶层在其休闲体育方式方面也许会有许多相似之处，但这些相似之处可以被各阶层的价值观与习俗改造的，尽管可以是微不足道，但却使该阶层休闲体育未来的发展进程转向一个独特的方向。

参考文献

- [1] 吴必虎. 长春市城市游憩者行为特征研究[J]. 旅游学刊, 1996 (2): 26 - 31.
- [2] David A Karp and William C Yoels.(1990).Sport and Urban Life [J].Journal of Sport and Social Issues, 14:99.
- [3] 郑怡清, 朱立新. 上海市民休闲行为研究[J]. 旅游科学, 2006, (02): 60-64
- [4] 李文波. 休闲体育消费研究: 一种文化与社会学的解读[J]. 江西社会科学, 2004, 09.
- [5] 陈正. 我国社会不同阶层体育休闲活动的特征[J]. 武汉体育学院学报, 2005, 06.
- [6] 张意. 文化资本[A]. 陶东风, 等, 文化研究(第5辑)[C]. 桂林: 广西师范大学出版社, 2005: 267.
- [7] 马惠娣. 文化、文化资本与休闲[J]. 自然辩证法研究, 2005, (10): 68-73
- [8] Thomas C. Wilson.(2002).The Paradox of Social Class and Sports Involvement:The Roles of Cultural and Economic Capital[J]. International Review for the Sociology of Sport,(1):5-16.
- [9] Roland Renson,Chris Careel.(1986). Sportuous Consumption: An Analysis of Social Status Symbolism in Sport Ads[J].International Review for the Sociology of Sport,21:153-155.

(责任编辑: 陈建萍)