



# 体育强国的文化解读

柏慧敏

**摘要:** 从文化研究视角论述了要成为体育强国在中国传统体育文化基因上的可能性, 继承传统体育文化模式的必要性, 提升体育文化竞争力的策略性, 以及争取世界体育文化话语权的重要性。

**关键词:** 体育强国; 文化基因; 文化传播; 文化权力

中图分类号: G80-05 文献标识码: A 文章编号: 1006-1207(2009)04-0028-03

## Cultural Explanation of a Sports Power

BAI Hui-min

(Shanghai University, Shanghai 200444 China)

**Abstract:** From the view of cultural study, the paper expounds the possibility of becoming a sports power on the cultural genes of Chinese traditional sports, the necessity of inheriting the cultural patterns of Chinese traditional sports, the strategy of promoting the competitive power of sports culture and the significance of achieving the world sports cultural power.

**Key words:** sports power; cultural gene; cultural communication; cultural power

胡锦涛总书记提出了“由体育大国向体育强国”迈进的目标, 明确地将中国体育定位于一个大国地位, 体育强国地位还只是中国体育未来发展的方向。也许, 北京奥运会将是作为一个中国体育发展中的历史性的转折点, 更可能是一个中国体育文化走向世界的转折点。由体育强国的梦想到体育强国的争论期间近百年, “强”字也由动词变为形容词。北京奥运会我们取得了51枚金牌和历史性的第一, 但金牌第一, 不等于实力第一, 更不等于体育第一。且不说我们引以自豪包揽金牌的那些项目, 有几个是我们能够在老百姓中普及的体育项目, 更不必说我们整个社会阶层能有多大的比例去享受体育带来的健康快乐, 更何况9亿农民的体育了。体育强国并不在于有多少项目可以拿世界冠军的预测, 也不在于能有多少田径、游泳和五大球世界第一的争辩, 更不在于将黄种人体质特征在灵巧类项目上发挥得淋漓尽致的自慰, 同样也不在于大众体育开展的情况如何, 而这些问题从体育本身是无法得到解答的。正如前奥委会主席萨马兰奇所说的, 奥林匹克运动就是文化加体育, 因此我们也必须以被人文社会学界称作“文化转向”的视角, 在面对自身无法用结构解释的诸多难题, 转而从文化解释去寻求智能和灵感。本文只从文化视角对体育强国进行解读。

## 1 体育强国的文化基因: 体育价值观

有人说, 能改变世界的有两种方式, 一是战争, 二是体育。我们无意对体育是和平年代的战争这种说法作何评论, 但显然, 正如南非前总统曼德拉所说说, 体育拥有改变世界的力量, 而这种力量更多地来自于其自身的文化价值。

如果说古代奥林匹克竞技运动起源于古希腊宗教仪式之上的一种非理性的活动, 那么, 现代体育运动则是建立在西方早期资本主义的理性精神之上的。当古希腊的“文化轴心”在文

艺复兴之中重新确立为西方文化元典后, 人们在古希腊的体育遗产中重新发现其对资本主义社会的文化价值, 那就是强调个人进取和利益, 注重个人外形锻炼, 体现追求冒险、自由竞争公正公平的“人本主义”价值观念。这些文化价值契合了西方资本主义社会城市化进程中的市民生活价值取向。并在长期的发展中, 随着资本主义的扩张依然保持着其体育鲜明的个性, 随着文化的渗透与传播, 强化着其独特的文化精神, 从而在全世界范围内得到了广泛认同。在这点上英国人的户外运动确实在其辉煌的日不落时代因其对世界体育文化的输出做出过杰出的贡献而成为体育强国之一。这也就难怪在北京奥运会闭幕式结束之后, 接过奥运会旗的伦敦市市长鲍里斯·约翰逊在英国大使馆发表演讲宣称体育终于回归了真正的故乡, 因为绝大多数的体育项目是英国人发明的, 竞赛规则最初是由英国人制订的, 欢迎包括会打乒乓球的中国人在内的世界人民到伦敦来感受纯正的体育文化的那种傲慢。

其实, 奥林匹克精神中特别关注作为个体的人的精神与肉体之间的均衡、和谐的发展。在西方的现代性追求中, 突出了征服自然、攫取自然、改造自然, 以为人所所用, 这样的理念, 在奥林匹克运动中也产生了诸多的异化问题和文化悖论, 已经受到了后现代理论和当代生态文化理论的批评。

反观以农耕文明为背景的中国传统文化的价值思想, 文化并不与自然相对, 更强调的是与自然的和谐, 或者说自然也成为一个文化的一个部分。中国的传统文化也是“以人为本”的, 但与西方不同的是包含了人与自然的和谐相处, 与自然为友, 以自然为情的这种传统观念, 讲究“整体”、“平衡”、“统一”的特征, 但同时也具有内向性、封闭性的消极特征, 从而使得中国文化更加关注群体性在整个社会和自然中的和谐。这种文化价值观几经历史的反复刻勒, 最终通过宋明理学强化了道德对于人生和社会的重要性。从某种程度上来说,

收稿日期: 2009-06-25

基金项目: 2009年上海体育社会科学、决策咨询项目(TYSKYJ2009076)

作者简介: 柏慧敏(1962-), 男, 副教授, 主要研究方向: 体育社会学。

作者单位: 上海大学 体育学院, 上海 200444



也是中国自五代两宋之后逐渐衰弱的文化原因。这种文化价值观反应在体育中便表现为强调整体效果和直观感受,意念和内部修炼,主张修身养性,重节制、求持中等,在一定程度上潜移默化地抑制了人的阳刚之气和竞争意识。此外,中国传统的实用主义文化观在其精神层面上是不能理解西方体育的精神内涵,也不可能体悟西方体育那种情趣。中国古代体育之所以没有产生现代意义的体育,原因在于中国传统文化中的实用主义思想使得中国传统体育活动虽然传承上千年,但最终还是没有从生产劳动或军事劳动中根本分离出来,成为一种相对独立的社会活动或者说是社会文化休闲活动。

那么,中国传统文化中是否缺少了成为体育强国的文化基因呢?答案是否定的。1998年诺贝尔奖年会作出的16个结论之一是:“人类要想在21世纪能够继续生存发展,应该从两千多年前中国孔子那里寻找智慧。”<sup>[1]</sup>中国传统文化有自己独特的文化基因,并且历经数千年内部的更替和外部的颠覆而从未中断,只不过是这种文化基因在现代社会,抑或是前现代社会中维系自身的传承或同化是绰绰有余,但要输出与传播确实是勉为其难。

然而,必竟世事沧桑,时代变了,在西方经济文化全球化潮流已经形成的今天,在科技竞争可能演变成人类文明最后的疯狂时,许多有识之士,包括西方学者,从日不落帝国的黄昏里,重新反思已经将人类生存空间挤压并浓缩成“地球村”模型的历史与未来,不禁发出后现代主义的文化诘问,西方文明会不会是引领人类共同创建永恒自由幸福天堂的幻象?西方文化会不会是人类社会发展进程中的一个巨大的陷阱呢?“西方文化不是灵丹妙药且无任何特权,更无所谓天生的优势——即使面对‘天堂’,我们必须倾注我们的沉思、怀疑与诘难!”<sup>[2]</sup>

中国体育文化与西方体育文化同样是优秀的,没有绝对的孰优孰劣之分。华夏文明中的体育文化也是人类体育文化瑰宝中的重要组成部分。中国的养生术和太极拳,刚柔相济,不偏不倚,崇尚自然、自控、静心、养身和悟性的特性不仅可能是未来体育发展的文化基因,而且对现代体育,尤其在大众体育上也是一种互补的体育文化。因此,我们在讨论中国实现体育强国的过程中,必须保持中国体育文化本质的发展逻辑,只能以异质同构的态度与西方共同担负起已从肩头卸下的世界体育文化多元共存的责任。放弃对传统体育文化的继承和与西方体育文化的抗衡,剔除传统体育文化本质等于消灭我们自己的体育文化个性,那么,体育强国也就只能成为文化层面上的一帘幽梦。

## 2 体育强国的文化继承:体育文化模式

现代奥林匹克运动实际是西方体育文化的集中体现,也是西方体育的文化模式,其背后也是西方文化全球化推行的一个渠道和缩影。奥林匹克运动能够风靡全球,家喻户晓,自然有其历史原因。一个国家的文化要想流行于世界,除了具备促进人类健康发展的文化基因之外,还必须在各方面领先与其他的国家。改革开放30年后中国传统文化在汲取西方现代文明养料后正在世界强国之林中重新崛起。但是,我们要是在文化基因上变了质,在文化模式上变了形,那么最终结出的还是西方文明的果。且不论我国

从小学到大学的体育课程,绝大多数教学内容还是西方体育项目,很少能接触到中国传统体育文化,单就传统体育来说,在西方体育文化的潜移默化下,我们对自己的体育文化模式的认知也存在着很多问题。

一说到民族传统体育,我们就会想到武术、太极,武当、少林。武侠小说和武侠影视将那些虚构的故事和传说通过象征暴力的作用而使人们认为武术就是中国传统体育文化的代表,事实上,这在中国传统体育中也并不见得是普通老百姓喜爱的主流传统体育文化,仅在明清时期较为流行而已。相反的,起源于汉朝的保健养生才是中国整个古代体育的基础,也是中国传统体育之魂。如五禽戏、八段锦、导引术,行气术,按摩术等一直在民间流行至清朝,这些有着千年底蕴的传统体育文化却在与现代西方体育的冲突中消失了,只武术硕果仅存。然而,在理论上尽管武术也有以习武先习德,以武会友的内在文化精神,但其表现形式与中国传统文化还是有相悖之处。其实,从西方文化的视角来看,中国武术中那些教导人们如何防卫的同时,又有如何伤人或杀人的手段和情节没有兴趣,也不可理解。试想一下,也许这就是为什么太极拳能在西方社会游行,而其他武术项目却很难被西方人接受的文化原因。因为太极拳本来就是一种由太极阴阳文化演绎出来的,具有与西方文化本质不同的中国传统文化的价值取向。而武术虽然也有自己的文化背景,但或是深奥难懂,或是免为其说,因此在西方人看来也如同我们看所谓的西方动作片一样,有感官上的刺激,但难有文化上的认同。

实用主义的文化价值观让我国体育在对待奥林匹克运动时依然采取整体观的功利取向,自起步就带着一种不平常的心态,扛起想以“金牌体育”来获得强国认同的重负,同时也希望武术作为中国传统体育文化的代表进入奥运会,以获得如柔道对之于日本体育文化,跆拳道对之于韩国体育文化的国际认同。这是一件好事,但我们也要从文化层面看到,奥林匹克运动的全球化正是通过把体育文化价值观非意识形态化来提炼一种人类的普适的文化价值,这在理论上潜伏着对民族体育文化多样性价值通过技术与规则的改变而贬低和消解,利用多样性机制消灭文化多样性的危险。在奥运会上升国旗、奏国歌,与其说是一个个体或团队,甚至是国家的荣耀,不如说是奥林匹克的荣誉,甚或是西方文化的荣誉。因为,奥林匹克运动作为现代主流的竞技体育文化模式实际上承担着传播西方文化精神的载体,个人的获胜抑或是国家的荣誉最终还是成为西方文化精神胜利的象征。如果我们尚未认识到这一点,那正是被这种悖谬同构了,或者如布迪厄所说的被象征暴力了。

因此,我们要想成为真正的体育强国,不仅要在代表西方体育文化的奥林匹克运动中以我们从西方文化中汲取的精神养料与之抗衡,在“重在参与、更高、更快、更强”的以西方文化为背景的现代奥林匹克文化中如何传播独具特色的中国体育文化是我们需要在战略层面上思考的问题。同时,也应该高度关注我们自己的传统体育文化基因和文化模式,继承“居移气,养移体”的中国传统养生思想,以其大无外、其小无内,中和而共存的境界营造具有以服务全民为目的的中国特色的体育文化模式,并通过跨文化传播自己的文化价值观和体育文化理念,那么,成为世界真正的



体育强国将是文化全球化、文化多极化和文化多元化时代的一次机遇。北京奥运会开幕式上所呈现的惊艳绝伦的中国文化大餐,不仅让世界人民看到了中国文化模式的元素基因,同时也如那串脚印一样象征着中国传统文化和价值观念向世界传播跨出了灿烂的步伐。

### 3 体育强国的文化传播:体育文化竞争力

徐本力教授认为体育强国应是指包含竞技体育和大众体育为主的体育事业的整个结构的发展水平。并认为“竞技体育发达的国家在大众体育发展水平上并不存在必然的对应性规律。”<sup>[3]</sup>如果按奥运会金牌数或者是奖牌数作为评价指标,我国作为竞技体育强国之一应该是当之无愧的。同样,如果按大众体育的相关指标来评价,我国恐怕作为大众体育大国之一也会有问题。中国要成为体育强国,就要让世界更多的人认识并接受中国的体育价值思想,必须在西方一统的体育文化模式下,通过将中国传统文化“和谐、和爱、和美”的理念与奥林匹克运动“更高、更快、更强”的精神进行行文化基因的采借和移植、补充和发展,凿穿一条中国体育文化模式向世界有效传递的通道。

近年来,NBA、大师杯、英超、意甲、F1赛车,这些国外大型体育赛事和体育品牌大量涌入中国,进行全球化扩张,在其丰厚的产业经济回报让我们艳羡的同时,也冲击了我国传统体育赛事的发展,造成民族体育的萎缩。英国是体育强国,因为世界上60%的体育运动都发源于英国。美国之所以为体育强国,是因为它也拥有篮球、棒球、橄榄球等体育联盟,并向全世界辐射。由此可见,发展具有本国特色的品牌体育赛事与打造体育强国之间是密不可分的联系。面对国际赛场上缺少中华民族体育赛事的困境,13亿人的体育大国却没有一个自己的国际体育组织的现状,缺少民族体育赛事支撑,可能成为中国走向体育强国未来发展的瓶颈。

在经济全球化的今天,消费是最好的传播。吸引消费型的文化传播方式受到世界各国越来越多的重视。麦当劳,好莱坞和NBA是美国向世界传播自己的价值思想的典范。因此,我们应该看到体育文化价值的消费属性,兴趣和文化是最好的投资,远比充足的金钱、科学的管理要强得多。通过文化消费来传播文化价值是最好的途经。体育产业是体育运动的结果,同时也是体育运动得以普及和持续发展的基础,同时还是一个国家体育文化传播的一个渠道。将传播体育文化价值的任务交给体育文化产品的消费,正是西方价值思想深刻影响中国的主要方式。文化价值传播的效果如何,检验的标准就是看它的文化产品在世界范围内占据了多在的市场份额。

国家在政策上要对本民族传统体育文化给予支持,提升其文化竞争力。公益性的传统体育文化价值思想仍然可以转换为文化商品,国家通过民族传统体育文化基金来资助其在本国的发展和在世界的传播。比如,民族传统体育可以通过政府买单形式,将其转变为由政府买单的具有传播民族传统文化价值的体育消费商品,在体育消费中实现文化价值的传播。同时,现代体育赛事的发展离不开媒体,尤其是电视对传统体育赛事的提携和推广至关重要,所以更需要运用各种手段,把本民族的体育品牌赛事介绍到全世界。

### 4 体育强国的文化权力:体育理论家

借用撒切尔夫人博客里的话,她说,“你们都鼓吹中国威胁论,但是我要告诉你们,中国没有什么可以威胁世界的,因为中国从来没有输出过思想和主义。”<sup>[4]</sup>当今世界的未来走向是向着多极化方向发展,国家之间较量越来越表现为意识形态的冲突,表现为价值观的冲突。无论是意识形态冲突还是价值观的冲突,主要体现为文化力的较量,并最终要让位于不同文化之间的价值冲突。如果将体育视作对世界具有影响力的文化现象,那么体育强国的深层内涵更多地还在于其体育文化的影响力,也就是体育文化的国际竞争力,或者更直白地说是体育有足够份量的国际话语权。

无论我们如何来界定体育强国,都无法逾越体育强国富有效力的文化影响力内涵。我们在谈论体育强国时都不可避免地要探寻体育强国背后的文化意义。事实上,体育强国与体育权力是两种不同的表述,或者说体育权力才是体育强国的真实表征。一个强国肯定具有某种权力,从根本上来说也就是一个国家要“实现其特定利益的能力”<sup>[5]</sup>,否则“强”就没有现实意义。权力的运用不仅在竞技体育、大众体育、以及体育产业等领域,更重要的还在于体育的意识形态领域。我们知道,权力更多地来自于群体意识,而群体意识是通过文化理论来建构的。然而,纵观当今世界体育理论界,有几位对世界体育理论体系具有影响的中国体育理论家。某体育刊物曾作过调查,发现在体育理论论文中引用率最高的并不是哪些著名学者,而是某些领导们的讲话或文字。姑且不论以领导们的体育思想作为中国体育理论体系是科学还是官本位,现实情况似乎是中国知名的体育思想理论家仅出自于政治家。

中国体育要成为世界强国不能没有一批对世界体育发展具有影响的体育理论家,通过把中国传统体育文化多样性价值提炼成可以让世界认同的普适的体育文化价值体系,向世界传播中国传统体育独特的文化见解,利用文化多样性机制抵制西方体育文化一体化的危险。消除和匡正世界对中国传统体育思想的歧见和误解。因此,政府不仅应该培养我们自己的体育理论家,同时也要为一批具有作为的体育理论家搭建平台,向世界体育文化界推出一批有影响的体育理论家,争取更多的话语权,发挥更大的影响和作用,用体育的文化权力,创建一个真正的体育强国。

### 参考文献

- [1] 袁大任. 强化中国体育软实力可选方案[J]. 体育文化导刊, 2009(1):2
- [2] 石义师. 文明的幻象(西方历史文化的反思与诘难)[M]. 北京:文化艺术出版社, 2002:3
- [3] 徐本力. 体育强国、竞技体育强国、大众体育强国内涵的诠释与评析[J]. 天津体育学院学报, 2009, (2):94
- [4] 徐媛. 重塑精神, 重扬理想——对话复旦大学校长杨玉良[J]. 南风窗, 2009, (13):42
- [5] [澳] 马尔科姆·沃特斯. 现代社会学理论[M]. 北京:华夏出版社, 2000, 1:242

(责任编辑:陈建萍)