

大众文化视野下现代体育价值的重构

邓星华

(华南师范大学 体育科学学院, 广东 广州 510631)

摘 要:通过对工业文明影响下现代体育特点的探讨,提出了现代体育所具有的大众文化的特点,包括视觉化的体育文本、精英与大众的消解、体育发展的商业化驱动力。在此基础上论述现代体育价值重构的意义和内容。

关 键 词:大众文化; 现代体育; 体育价值; 工业化

中图分类号:G80 **文献标识码:**A **文章编号:**1006-7116(2005)06-0019-04

Reconstruction of modern sports value from the perspective of mass culture

DENG Xing-hua

(College of Physical Education, South China Normal University, Guangzhou 510631, China)

Abstract: By probing into the characteristics of modern sports under the influence of industrial civilization, the author put forward the characteristics of mass culture own by modern sports, including visualized sports text, elimination of difference between elite and public, and commercialized driving power for the development of sports. Based on the said analysis, the author expatiated on the meaning and contents of the reconstruction of modern sports value.

Key words: mass culture; modern sport; sport value; industrialization

现代体育在蓬勃发展的过程中,深深地融入到大众文化之中,烙上了现代工业文明的印记。在大众文化视野下探讨现代体育价值,相对于在传统视角下审视现代体育,具有深刻的方法学意义上的原创性,从而能进一步认识现代体育价值重构的必然性。

1 工业文明催生下的现代体育

在现代社会,由农业社会演变过来的人们,从辽阔的田园来到拥挤的市井,从平静的乡村转向热闹的都市,无论环境怎样变化都要重复一个不变的主题,那就是获取生活所必需的物质财富。然而,工业文明带来的社会产品的极大丰富是靠简单的农业劳动所无法比拟的。

1.1 工业化的结果

由英国的户外运动、德国和瑞典的体操这三大基石所构成的近代体育,经过一个多世纪的实践检验已成为了各个国家体育发展的主流,奥林匹克运动会成为世界性体育盛会,各个国家和地区也通过奥运会来展现本国(地区)和民族的独特文化。而现代奥林匹克运动兴起与“自14世纪以来勃然而起的文艺复兴、宗教改革和启蒙运动这三大资产阶级思想文化运动巨大影响的产物”^[1]密切相关。然而,这只是为现代体育的诞生奠定了思想基础,真正导致现代体育蓬勃发

展起来的应归功于为工业社会所带来的一系列从物质生产、工业标准的制定,到现代管理科学理念的形成,正是这些无论从思想观念到客观实践,还是从物质生产丰富到精神追求的不断升华,都是现代体育的发展所必需的准备条件。可以说,是工业文明为现代体育的发展提供了现实的可能性。

现代社会的工业化,激发了科学技术的不断发展,从而促进了一系列现代体育运动技术、器材、组织管理模式标准化,使其能在世界范围内得到广泛的认同。正是由于工业化所带来的社会财富的不断丰富,也为现代体育发展提供了必要的物质和精神准备。

随着机器生产的发展,大批的劳动力涌入城市,城市逐渐成为政治文化的中心。城市化加剧了人们与现实社会的割裂,人们生活在狭小的生活空间里。现代科学技术的发展在为都市人提供无限资讯弥补了空间不足带来的缺陷。同时,正在使整个社会“虚拟化”,由此而引发都市人精神追求与物质产品不断丰富之间的失衡,并呈加快趋势。而都市化有利的一面是,在都市里信息技术的广泛普及,能够最大限度使人们有机会有效地利用各种媒体,而现代体育的发展,特别是竞技体育的发展已经与现代工业化所带来的成果紧密相连,无论从形式到内容,从技术到理念,都可以说是工业化催生的结果。

1.2 与都市化结缘

城市化自19世纪到今天的迅速发展,归根到底是工业革命带来的必然结果。而现代体育可以说是都市社会发展的产物。现代体育显现出希腊体育的城邦运动的特点,现代大型运动会形成了城市发展的新景观。可以说,现代体育是工业文明的产物,具有鲜明的城市文化的特征。现代体育的每一次变革都离不开现代化的都市文化的支撑,其发展也深深地打上了城市化的烙印。特别是到了今天,城市经济的发达,丰厚收入的白领阶层的人数上的绝对增加和比例的扩大,使整个社会人们体育、文艺的消费特征愈来愈明显。从近百年的历史来看,夏季奥运会使30多个国家和地区的近60座城市参加了申办,促进了这些城市的体育文化的发展和繁荣。

只有在城市体育场馆的合理高效地利用才有了可能。体育文化发展到今天的规模和社会影响力,这与现代工业文明后形成的城市文化的繁荣有直接的关系。一般来说,发达的市民生活是造就“体育热”的一个基本原因^[2]。体育消费逐渐成为现代社会消费文化的一部分,成为人们生活的重要内容。这不仅与经济水平密切相关,更取决于人们的消费观念。体育成为当代城市文化景观中最亮丽的一部分,在许多城市,简直就是城市文化的主旋律^[3]。

因此,城市体育设施的兴建成为城市发展不可或缺的重要内容。特别是在一些大中城市,随着人们生活水平的提高及城市建设的需要,许多城市将体育场馆建设作为城市发展的一个标志。另一方面,在城市里体育场馆能更有效地发挥社会效益与经济效益。特别是众多的大型运动会在城市举行,促进了城市体育场馆的建设。

1.3 与大众传媒结合

高水平竞赛与大众传媒如同一对孪生兄弟。今天,大众媒介无孔不入,其影响波及整个世界的各个角落,许许多多的东西经由大众媒介的鼓噪而神圣化,成为流行一时的城市季风。体育明星的出现,正是塑造了大众所期盼的新兴偶像。大众传媒以一种迅猛的速度将人们需要的和不为人们需要的,通过一定方式的宣传、视听的轰击,神话般地推向大众,塑造了许多合乎大众口味并为大众崇拜的神灵。从今天的情形来看,大众传媒成了大众文化生长的培养基^[4]。体育明星的出现,不仅是他们技艺高超所带来的必然结果,更是大众传媒催生的新的商业宠儿。对于体育明星,特别是一些时尚运动项目的明星而言:只有永恒的运动,没有永恒的冠军,这迎合了创新求变的年轻人的心理审美需求,也反映了大众文化不断迎合大众品味的特点。

2 现代体育的大众文化表征

大众文化是现代工业和市场经济发达的产物,完全是一种新的文化发明^[5]。它是在工业化时代、市场经济条件下产生的,反映社会大众日常生活、适应社会大众文化品味并在社会大众中广泛流行,同精英文化、主流文化不同,它具有通俗性、大众性、商业性的文化特征^[6]。而现代体育在其自身的发展变化过程中,生动地显示出了大众文化的特征。

2.1 视觉化的体育

现代体育在大众媒体的作用下,成为日益影响人们生活的重要内容。而在这一过程中,体育作为大众媒体的重要内容,在影响广大观众(读者)时,表现出来一种强烈的视觉文化的特征。人们对体育的了解最多的是通过电视这个极为普及的媒体,而电视展示在人们面前的不再是人们在现场的亲身体验,人们身体力行参与体育的行为与大众欣赏视觉文本化的现代体育的行为成为其参与体育活动的主要内容,甚至后者还占有更加重要的位置。

现代社会正在进入一个为许多西方学者命名的“后信息时代”。鲍德里亚认为“从生产性社会秩序向再生产性社会秩序转变过程中,技术与信息的新形式占有核心地位:在再生产性社会秩序中,由于人们用虚拟、仿真的方式不断扩张地构建世界,因而消解了现实世界与表象之间的区别”^[7]。NBA球员出神入化的球技,似乎是媒体给观众制造出的一种幻觉,然而,人们相信这才是篮球运动,而我们生活中的篮球运动是另一回事。不仅如此,“享受体育”成为商家众多时尚口号中的一个,而观众要在眼花缭乱的媒体广告中寻找属于自己的空间成为一种很困难的事情。

由于现代体育过多的展示给大众的是竞技运动,凭借大众传播手段,观看电视比赛成为大众一种“身临其境”似的虚拟化参与,特别是媒体中不断反复重播的场面,将运动演化为几个片断而深深地印入受众的脑海。正是在科学反抗视觉的霸权,带领人们走出愚昧之谷的过程中,科学建立了自身的霸权,使自身成了新的神话^[8]。运动技术本身已经演化为媒体传播中的技术展示。

2.2 体育精英与体育大众鸿沟的消解

随着国际化竞争的日益激烈和广泛,运动员在“更快、更高、更强”口号的感召下表现出越来越高的挑战人类极限的勇气。运动体育的高水平与人们参与体育活动的低水平之间差距越发明显,似乎运动精英与普通大众之间的距离在拉大。但是,在日益发达的媒体的作用下,这一鸿沟正逐渐被消解。

现代体育是在资本主义工业社会里形成和发展起来的,其精英的产生本身具有很浓厚的商业色彩,从某个意义上说,体育的精英就是为大众而生的。体育的精英拥有对普通大众对体育的引导权,大众唯一可以选择的只能是对传播方式的服从的局面已经在现代体育传播中逐渐被消解,取而代之的是大众处方和对大众体育的选择与参与。大众文化是一种高度参与的文化。贵族运动的平民化似乎在模糊传统观念看来不可逾越的鸿沟,现代市场经济社会是中产阶级占主导地位的社会,并不是精英与大众两极分化的、充满着两大阶级之间你死我活斗争的社会。而“参与比取胜更重要”的理念不仅在体育界,而且在社会其他领域同样得到推崇。

正如大众文化对应的精英文化一样,体育精英相对于普通大众而言只能是少数。而体育是需要大众参与的一种社会活动,尤其是在大众体育兴起的今天。而大众不仅为大众体育生产了参与主体,同时也形成大众与精英两个社会阶层的分野。正是这样,由体育精英们通过他们各种比赛或表

演,特别是在媒体的渲染下,制造适合大众所需要的视觉文化。也许体育的精英们“把自身看成并且表现为一个超功利性的领域”^[9],因为,精英化的文化是以和大众(世俗化)的交换中得以体现其价值的。如果将精英文化束之高阁,其价值是无法为大众所接受的。如高尔夫、赛车等项目尽管在媒体的渲染下曾一度疯狂,但没有广大的观众群体,将难以发展。在这一点上,赛马也许正好说明这一点,特别是加以对未知结果的预见性施以金钱的刺激,大众的参与热情就空前的提高。近年在中国开始的体育彩票,正好说明当大众的这种关注与自身利益结合一起时,再一次将大众与精英的距离拉近了。

2.3 体育发展的商业化驱动力

大众文化通过工业化“复制”获取经济效益,现代社会所推崇的大众文化不仅是指源于大众的市民文化,更是指一系列依仗现代工业化大生产而形成的具有所谓时尚、前卫的广受民众喜爱的文化,与商业化有着难以割舍的渊源。现代体育所表现出越来越依赖商业化发展的特征:一是体育对发展对经济的依赖,同时,现代体育对经济发展的巨大促进作用。

体育在现代社会强大的经济力量推动下,演化为具有浓郁商业色彩的活动形式。在追求商业价值的过程中,体育服务于人的价值让位于商家的利润追求。当体育只是用来作为谋利的工具时,其核心价值开始异化。如前所述,现代体育要获得自身赖以生存与发展经济基础,必然会开发其商业价值,特别是在市场经济较为成熟的国家,体育所创造的经济利益远远超过了国家、社会对其的投入。尽管这在很大程度上促进了现代体育的发展,但必然会影响到体育服务于所有社会成员的客观效果。

但是,体育作为一项为人们广泛认同的社会文化活动,其在培育良好的社会文化环境,为广大青少年形成健康向上等积极的生活方式等方面发挥着其他形式所不可替代的作用。因此,通过现代体育的商业化运作,将获取的资金一部分满足体育自身发展的需要,一部分为促进人的全面发展,提高国民素质做出贡献。如我国的体育彩票就充分的反映了这一特征。体育作为人类自身构建的重要手段,突出其人文精神,赋予其人文关怀,将商业价值的追求置于服务于人的大前提下,将商业价值的追求与服务大众的目标统一起来,做到二者在其发展过程中的“双赢”。

3 现代体育价值的重构

在农业社会,人们的生活依赖自然的赐与和以自身体力为基础的活动。进入工业社会,人们索取生活资料的体力活动,大部分让位于机器与生产线,在高速的机器面前,对体力的需求已经被熟练地掌握科学生产技术需求所替代,生产对人的需要由农业社会体力的全面需求转向了片面的单一的需求,而这种生产方式正是导致现代体育形成的基础。将这一转变置于大众文化视野下,现代体育的价值必将发生深刻的变化。

3.1 人主体性的发挥

大众文化作为一种与人们密切相关的文化形式,无时无刻不影响着人们的生活。大众文化以其他文化形式少有的亲和力将不同层次的人们拥入其麾下,而其一个显著的特征就是能够让大众更广泛的参与。人是社会的主体,在社会发展过程中,人类文明创造了丰厚的物质与精神财富。体育作为构建人类自身发展的重要手段,其基础性意义在社会发展过程中为人类文化发展的需求所取代。即体育发展过程中其生物学价值为人类日益发展的精神文化需求所取代。尽管体育在促进人类身体健康与肌体发达等方面的生物学意义并没有消失,但人类作为文化生产的唯一力量,通过体育促进人类文化的发展的需求更加迫切。

文化是人的文化,作为文化构建的一部分,在新世纪体育的所有发展规划中,为人服务应该是其最高价值,人的发展应该是终极目标。每一个人的全面发展,是所有人全面发展的条件。理想社会的目标是为人的潜能、人的理性、人的感情、人的创造力的全面发展提供各种条件。体育必须有利于克服人的异化和人性的畸形发展,必须使人能够得到真正的自由和全面的发展^[10]。

体育作为全人类自我控制和调节机能的一种形式,最基本也是最重要的手段是通过身体活动对人体机能进行再创造,从而改善人类自身。而这种改造首先是对人类个体的改造,在此基础上所形成的合力强化了对社会的改造。因为“所有社会互动归根结底都是个人的互动。”^[11]而大众文化不仅强调参与的主体性,同时还关注作用对象的大众性。现代体育作为大众文化的重要内容,正是将大众无论从参与的主体还是作为对象的客体,以一种前所未有的方式将其亲密无间的结合在一起。

3.2 体育人文精神的回归

正因为体育作为大众文化的内容,主体与客体之间的大众性,使其必然要考虑自身的发展。人类在与自然斗争的过程中形成和发展起来,经过自然筛选而积淀下来的丰富多彩的体育手段,记载着人类追求自身完善与发展的不懈努力的历史轨迹。现代体育与经济的联姻,催生出体育产业,使其有了维系自身赖以生存与发展的经济基础;现代体育与媒体的结盟,使现代体育吸引了更多的关注者与参与者。然而,现代体育在与经济、媒体的结合过程,将大众纳入了观者的地位,对现代体育更多的是挖掘其商业价值,而忽视了人类亲身体验的参与价值和娱乐价值。人文体育观的确立,对体育人文精神的匡正,反映出人们对自身价值的肯定和体育观念的更新。人作为社会的主体,在发展过程中,人必须作为最为重要的研究对象和最值得关注的主体,而对自身的关注才是人关心自然和关心社会的基本前提。

当人作为体育活动主体的地位确立下来后,其思维方式中的价值倾向便在体育理论的导向中起着重要作用。现代化的一个重要标志是,每一个人都有权力选择自己的生活方式。在选择背后,便是一种价值倾向的多元化。因为“人文主义者感兴趣的是个体的完善,而非使人类全体都得到提高这类空想;虽然人文主义者很大程度上考虑到同情,但他坚持同情必须用判断加以训练和提高。”^[12]当此种多元化映

射到体育理论中时,集中表现为人文精神在一门曾经以技术为主导的学科中的凸现。这种凸现的表现方式多种多样,但有一个主旨不变:人文精神应是今后人们在体育实践中的一个非常重要方面。

因此,体育作为人类技艺展示的功能,在“以人为本”和人的多元化发展的社会环境下,在强调大众文化必须服务于大众的理论氛围下,这种技艺展示的功能并不可能消失,但体育作为丰富作为群体的自身文化生活的重要形式,作为浸润人类心灵与提高整体素养的重要内容,无论从方法与手段,还是在目的方面,都必然有更大的改变。

3.3 体育回归生活的选择

马克思^[13]指出:“一切人类生存的第一个前提也就是——一切历史的第一个前提,这个前提就是:人们为了能够‘创造历史’,必须能够生活,但是为了生活,首先就需要衣、食、住以及其他东西。”无论是风靡于西方国家的休闲运动,还是在世界拥有亿万观众的竞技运动,其总是与社会发展的创造的巨大财富紧密地联系在一起。而工业化大生产带来的积极价值,客观上为体育的发展创造了条件,体育不仅成为人们享受生活,提高生活质量的重要内容,更是成为了现代人们生活的一部分。

在农业经济条件下,人们的衣食住行只有依靠自然的赐予,在这里人们总是被动的适应着自然,人的主动性完全为自然的力量所左右。当工业社会来临,在市场经济条件下,自然界“适者生存”竞争规律演绎到现实生活当中,人们为日趋激烈的竞争环境所包围,不得不为生计或提高生活质量而忙碌。而社会发展的结果使人们认识到他们不仅是社会财富的创造者,同时他们也应该是社会财富的享用者。

在现代社会,大众文化已经成为人们日常生活的重要组成部分,无时无刻不在影响着人们生活的各个方面。体育是人类针对自身所创造出的一种身体运动文化,归根到底,其结果要落实到身体上。任何对于体育的研究,如果不考虑对于人类体质和健康的终极效果,都难免陷入误区。进入 20 世纪以来,发达社会的经济领域发生了深刻变化,技术性及体制性的转变降低了生产领域中的自发作用。与此同时,随着物质的不断丰裕,大众生活在基本需要方面的匮乏状况业已明显改变,能否生存的忧虑不知不觉中已经被转化为怎样生活的问题,经济因素对整个社会的决定性作用正在逐渐减弱,在人们的日常生活世界也是如此。它肯定了个人、群体乃至整个人类在经济领域以外的生存选择空间的扩大,从而彰显出文化领域在当代社会中的自主性,同时伴随着它对社会生活其他领域的作用的提升^[14]。

人们工时制的改变,使得科技进步与经济发展带来的闲暇时间增加,为人们从事休闲体育提供了时间上的保障。人口结构的变化,使得大众休闲体育成为人们生活的保健需要进入 20 世纪 70 年代后,一些发达国家人口年龄逐步向中高龄化发展,于是老年保健体育便应运而生。同时,妇女解放运动的成果是使她们能够从原本属于自己的自由时间。从这个角度分析,由于经济增长带来的文化领域的需求及文化

价值的提升,在人们生活中所发展的作用越来越大,而体育是大众文化的重要内容,是现代社会人们丰富文化生活不可或缺的重要组成部分。现代体育正成为一种最积极、最有价值的促进人向上进取的生活方式之一。

4 结语

现代体育是在工业文明的催生下形成和发展起来的,同时也是社会发展的工业化、城市化的必然结果。随着全球传媒的发展,现代体育与之紧密结合,形成了现代体育发展的一道新景观,并且有进一步发展的趋势。但在这一发展过程中,不能忽视对人作为体育参与主体的这一问题的关注,否则人在成为运动“附庸”的同时,又成为了媒体的“奴隶”。体育发展要关注人的主体价值,更多的是将体育发展作为需要满足人这一主体的需求,使体育为人服务。这一切不仅反映了现代体育的大众文化的特征,更使其成为了大众文化的重要内容。大众文化作为现代社会文化发展的新特点和新趋势,促使现代体育发展过程中,其价值显现发生了新的变化,这一变化的根本特点是对个体的人的进一步关注。

参考文献:

- [1] 编写组. 奥林匹克运动[M]. 北京:人民体育出版社, 1993:29.
- [2] 程兆民. 城市化与大众传播媒介的发展[J]. 现代传播, 1996(5):57-61.
- [3] 阎晶明. 大众狂欢与精英争论[J]. 现代传播, 1999(2):89-91.
- [4] 许文都, 朱元忠, 许苗苗. 大众文化批评[M]. 北京:首都师范大学出版社, 2002:23.
- [5] 李 陀. “文化研究”研究谁[J]. 读书, 1997(2):16-17.
- [6] 金民卿. 大众文化论[M]. 北京:中共中央党校出版社, 2002:23.
- [7] 迈克·费瑟斯通[英]. 消费主义与后现代主义[M]. 刘精明译. 上海:译林出版社, 2000.
- [8] 王治河. 后现代视野中的科学[J]. 读书, 1997(2):116.
- [9] 皮埃尔·布迪厄[法]. 文化资本与社会炼金术[M]. 包亚明译. 上海:上海人民出版社, 1997:191-192.
- [10] 姜 艺, 王丽娟, 马玉成, 等. 体育的人文精神[J]. 体育文史, 2001(3):21-22.
- [11] 钟建安[美]. 全球化时代的权力与生存[M]. 涂 珏, 涂 珠译. 北京:华夏出版社, 2003:4.
- [12] 欧文·白璧德[美]. 人文主义:全盘反思[M]. 北京:三联书店, 2003:4-5.
- [13] 马克思恩格斯全集(第 3 卷)[M]. 北京:人民出版社, 1979:31.
- [14] 陈 昕. 消费文化:鲍德里亚如是说[J]. 读书, 1999(8):149-154.