

## 岭南文化与2010年广州亚运会宣传

邓星华, 谢毓祯

(华南师范大学 体育科学学院, 广东 广州 510006)

**摘 要:** 2010年广州亚运会宣传作为一种社会文化现象, 既是文化学的重要研究领域, 也成为传播学所关注的对象。岭南文化作为区域性的历史文化形态, 是一种优质文化资本, 将与2010年广州亚运会宣传产生良性互动。通过对岭南文化和2010年亚运会宣传互动和嵌合关系的考察, 从文化学的角度探讨岭南文化与2010年广州亚运会宣传之间的多维度结合。

**关 键 词:** 岭南文化; 亚运宣传; 文化资本; 广州

**中图分类号:** G811.23 **文献标识码:** A **文章编号:** 1006-7116(2008)12-0019-04

### Lingnan culture and the promotion of Guangzhou Asian Games 2010

DENG Xing-hua, XIE Yu-zhen

(School of Physical Education, South China Normal University, Guangzhou 510006, China)

**Abstract:** As a social cultural phenomenon, the promotion of Guangzhou Asian Games 2010 is an important field of study in the science of culture, and also a subject concerned by the science of communication. As a regional historical cultural form, Lingnan Culture is a sort of quality cultural capital, will produce benign interaction with the promotion of Guangzhou Asian Games 2010. Hence, the authors tried to probe into multidimensional combination of Lingnan Culture and Guangzhou Asian Games 2010 from the perspective of the science of culture by examining the interacting and fitting relations between Lingnan Culture and Guangzhou Asian Games 2010.

**Key words:** Lingnan culture; promotion of Asian Games; cultural capital; Guangzhou

2004年7月1日广州申亚成功, 彰显了岭南文化的恢弘气度和现代广州的动感魅力, 也表明了2010年广州亚运会宣传的初步胜利和自行启动。亚运宣传是一种特殊的体育传播, 是一种外向型的体育传播, 受到文化的制约和影响。文化有区域性, 深刻地影响着生活在该区域中的人, 包括人们的思想、行为、价值观念和传播方式。有不同的文化就有不同的传播方式, 文化决定了人们如何发出、接受、理解传播的信息。不同的文化也决定了人们有不同的表达与理解的方式, 这种差异在文化传播的过程中会产生认识和理解障碍。岭南文化作为区域性的历史文化形态, 有着自身稳定的文化特质, 也有自己的时空范围。岭南文化是源远流长且丰富多彩的中华文化百花园中的一朵奇葩, 是中华文化体系中成就卓著且风格独特的地域文化之一, 属于中华文化的亚文化范畴。其基本精

神包括: 经世致用、开拓创新的价值取向; 开放融通、择善而从的社会心理; 经验直观、发散整合的思维方式; 清新活泼、崇尚自然的审美理想<sup>[1]</sup>。在2010年广州亚运会宣传的过程中, 岭南文化古今发展变化的脉络及其层垒积淀的文化内涵, 必然发挥“文化资本”的互动功能, 将广州亚运和岭南文化多维度结合。

### 1 岭南文化对亚运宣传的促进

#### 1.1 岭南文化思想资源中“天人合一”的哲学思想有利于亚运宣传

“天人合一”的思想最早由庄子阐述, 后被汉代思想家、阴阳家董仲舒发展为天人合一的哲学思想体系, 并由此构建了中华传统文化的主体。中国传统社会空间观念和社会秩序的形成, 强调“天人合一”的独特思维。“天人合一”的核心是强调“天道”和“人

道”相通，“自然”和“人为”相统一。“天人合一”的空间观念和社会秩序具有最高的权威性和可信仰性，强烈地融入到了岭南文化之中。

“天人合一”的哲学思想在亚运宣传中可以理解为遵循客观规律，尊重岭南文化发展的客观现实。作为全国唯一从未中断的对外通商口岸，广州是具有世界影响力的中国商品交易中心。在走向现代化时期，岭南地区又最先实行改革开放。岭南文化也因开放情境的绵延呈现融合加深的趋势，各种文明在不断交流、融合中得到创新和发展。“天人合一”岭南文化具有一种文明开化和思想自由的开放特质，有利于亚运宣传，满足受众的多元文化需求。亚运宣传更多是一种对外宣传，需要开放的文化空间和文化心态。“要深入研究不同国家受众的思维习惯和对中国信息的需求，因地制宜、因人制宜、有的放矢，增强对外宣传的针对性、实效性和亲和力、说服力”<sup>[2]</sup>。

在中国近现代文化发展史上，岭南文化是中国最重要的区域文化中心之一，统摄于“天人合一”的传统中华文化理念之下。“天人合一”的岭南文化继承了开放的历史情境和多元话语，具有“开眼看世界”的文化视野，较少意识形态和专制制度的羁绊，在文化选择和思想张扬上相对自由。岭南文化“天人合一”的哲学思想更好地彰显了中国文化“和而不同”的文化诉求，有利于亚运宣传，充分展示亚洲的多元文化，体现亚运文化的价值追求。2010年广州亚运宣传者应对岭南文化的总体特征、价值趋向、思维方式、行为方式进行全面的考察，对文化信息进行“编码”和“转换”，制订相应的亚运宣传策略。“天人合一”的岭南文化具有较强的整合能力，可根据亚运宣传工作的具体情况和中外受众的需求、兴趣，对多元文化中的宣传信息进行取舍，选择具有宣传价值的内容，突出岭南文化的特色和优势。

### 1.2 岭南文化观念中“开放兼容”的城市文化有利于亚运宣传

城市社会空间作为城市形态的要素和社会空间的存在，是一种物化的资本力量，具有典型的社会关系与文化资本属性。这种力量表现为典型意义上的经济与文化要素的集聚。“一个充分发展的城市社会空间，既能够成为城市人创造新生活方式的动力，又能够在改变社会关系的同时，‘形塑’城市市民的生活方式”<sup>[3]</sup>。

“城市社会结构本身是一个开放的系统，这个系统每天都要向城市以外的地区发展它的‘触角’，通过城市政治要素的分化、经济要素的分化和社会要素的分化向城市外区域空间扩张、辐射，城市的区域演化和城市区域结构重组成为城市社会结构变迁的新的表

现形式”<sup>[3]</sup>。内涵丰富，既糅合了土著的原生态文化和正统的中原文化，又吸收、融合了各种驳杂的异域文化，具有“杂交”的文化特质，深深地影响了岭南地区的城市社会结构。岭南城市社会结构和城市文化空间吸纳机制以社会活力为引导，以开放体系为基础，充满社会活力，形成“海纳百川”的开放格局。“广州这种城市文化，大概就是缘于岭南文化的多元构成”<sup>[4]</sup>。2010年亚运宣传过程中，以广州为核心的城市群具有广泛的兼容性和较高程度的开放性，必然会以一种海纳百川的气量和胸怀，拓展亚运宣传的内涵、范畴和规模。

城市的空间系统结构具有典型开放式功能，城市与外部环境及城市内部系统要素之间的互动及相关变化，会促进城市要素、系统或整体产生有意义的变化。目前，广州城市圈正在进行产业结构的转型和升级，各种生产要素、制度要素和文化要素将会发生能量的交换和释放，实现岭南文化的现代嬗变。“岭南文化是以一种有异于常态的方式……亦即以这样一种状态：遗忘、等待、接受、选择、新变，成为岭南文化自身孕育的生长与造血模式”<sup>[5]</sup>。广州为核心的城市群发挥了“开放兼容”的城市文化辐射功能，形成较大范围的区位影响力，形成了开放的新态势，在思想观念、经济体制改革的模式、行政体制改革的力度、精神产品的推介、科技成果的发明应用、工业产品的开发、市场营销的方法等方面体现出敢为“天下先”的创新精神。岭南城市群以开放城市的激情和动感，在亚运宣传中闪现一种充满旺盛生命力的创造欲望。提高广州的城市品位和区域影响力。

### 1.3 岭南文化观念中“多元架构”的媒介空间有利于亚运宣传

岭南文化诞生于特殊的地理区域，激烈碰撞于大陆文明和海洋文明的开放地带，导入了不同的区域文化因子。在历史的延续中，岭南文化形成了独具特色的地域文化特征。“以开放的胸襟迎接崭新的现代文化，表现了岭南人对于中国传统的文化创新思维能力、对于现代文化的吸取和转化能力、对于结合自己古典传统与他人现代文化融会能力”<sup>[6]</sup>。在中国传媒业发展史上，岭南就是近现代中国传媒最重要的策源地之一，具有良好的媒介空间和浓郁的媒介文化。

岭南传媒面对媒介的历史发展与现实逻辑，面对层出不穷的新的成长性空间，开拓出了“多元架构”的媒介空间。广东报业传媒十分发达，已实现数字化、网络化和集团化。1997年1月国家新闻出版署正式批准“广州日报报业集团”成立，标志着我国大众传播媒介产业化进程驶入官方认可的“快车道”。广东报业传媒在数字资产管理、移动媒体、报网互动等媒介前

沿都有领先优势,拓展了“多元架构”的媒介空间。南方日报报业集团1993年开始数据库建设,采用TRS数据库系统。2005年8月,广东移动与新华社广东分社及《南方日报》《羊城晚报》《广州日报》三大报业集团联合推出手机报。2005年8月15日,由南方报业集团旗下南方网开发的多媒体网络杂志《WOW!ZINE.物志》正式创刊。2006年1月11日,由南方报业传媒集团和电信部门合作推出的第二代门户网站——奥一网(www.oeeee.com)正式上线测试并于2006年3月16日正式运作。奥一网将利用网络对传统的采编模式进行重组,重新建构新闻采编模式。奥一网还着力开发博客、牛客(Newsblog)、EDM电子杂志等基于第二代互联网的产品。

岭南传媒将市场机制引入传播领域,从功能的单一到功能的多样、从传播者本位到受众本位、从宣传本位到新闻本位。2004年广东组建了全国第一个由省、市、县三级广电系统联合组成的全省性广电传媒集团——南方广播影视传媒集团。在集团统一部署下,创造性地以联合发展方式进行跨级别、跨地域经营。网络、数字电视、移动电视、手机媒体、IP电视等新媒体在广东异常活跃,广东电视台、南方电视台等经营得红红火火;广东全省有98家电台,共122套节目<sup>[7]</sup>。岭南传媒拥有如此庞大优质的媒介传播资源,意味着亚运媒体资源的动员、整合、优化结构努力的提升,使亚运宣传优势得到凸显。

## 2 亚运宣传对岭南文化资本的聚集

### 2.1 亚运宣传有利于岭南文化资本的放大

文化资本是指那些具有积极作用和资本特性,能够带来经济、社会或自然价值,外在形态多样的文化资源本体。文化资本要与社会价值标准一致,能够带来收益、促进发展。“所谓价值,就是在人的实践——认识活动中建立起来的,以主体尺度为尺度的一种客观的主客体关系,是客体的存在及其性质是否与主体本性、目的和需要等相一致、相适合、相接近的关系”<sup>[8]</sup>。

岭南偏处一隅,位于南疆边陲的南海之滨,远离历朝历代的政治中心和文化重镇。长期以来,岭南文化对中国主流意识形态没有独立的文化价值或文化策动,受着主流意识形态的压制。岭南文化面对主流文化的冷落和文化归属的傍徨,在双重的重压中寻求突围,寻求新的出路。亚运宣传,作为一种价值建构与思想传播,有着不容置疑的文化扩散功能与集束作用,有利于岭南文化资本的放大和勃兴。广州曾经以开放的现代化都市定位,四季温差不大的购物环境和繁荣兴旺的商业环境让人印象深刻,但浓郁的商业气息冲

淡了城市文化品位,有着“文化沙漠”的误解和毁誉。“广州应该利用‘亚运’平台宣传有特色的‘广州符号’,可以将黄埔军校、老字号等符号搬到这个大载体上,这样对宣传广州文化以迎接亚运会会有影响”<sup>[9]</sup>。

历史的演变让岭南文化形成了自身的文化传统,也就是接纳的襟怀、吸收的倾向和发散的意识。文化的交流既是不同质态文化的融合,而文化发展是多种文化接纳过程发生质的飞跃。亚运宣传将融汇入接纳亚洲多元文化和奥林匹克文化,在岭南文化的传统底色里整合多种文化的成份,放大岭南文化资本。2010年广州亚运会将把“更高、更快、更强”的奥林匹克精神与“开放、务实、多元、进取”岭南文化气质完美结合,倾情演绎“祥和、绿色、文明”的“亚运”新主题。

### 2.2 亚运宣传有利于岭南文化资本的转向

岭南文化既有来自中原的文化依托,又有面向广阔海洋的文化背景,人口的流动给它带来新的生命力,文化的流变同样给它带来了新的生长元素。岭南文化为自身的文化发展营造了一种多元汇通、气象开阔的动态氛围,在流变中促使自身得到不断扩展、提升和转向。

岭南与权力中心的疏离与边缘化,导致了岭南文化重商务实、兼容并蓄的社会形态,形成了“重商务实”的价值取向与行为准则。岭南文化这种“重商务实”的价值标准与思维方式,有别于传统的保守的农业社会模式,形成了自成一格的范式。俗世生存、利益驱动、疏于王权的平民心态,导致了岭南与权力中心区形成重利而轻仕的世界观的差异。岭南文化摒弃了北方人“耻言利”的传统意识,普遍具有强烈的功利倾向,形成了重实利与务实的精神特质。岭南文化的“务实”传统里缺乏一种公共精神和人文精神,缺乏“感恩”“社会责任”“公共关怀”等人文滋养。岭南文化的重商传统,缺乏公共精神的底色,使人们在内心产生巨大的冲突,有种缺少安全感的焦虑、无家可归的失落感。重实利的岭南文化价值观,在历史骤变中显现出的繁华与杂乱、浮躁不安。在亚运宣传过程中,奥林匹克精神中的志愿者文化、对文化差异的容忍和理解、自我挑战精神和公平竞争精神等都将深深地影响着岭南文化,实现岭南文化的转向与和谐。

2010年第16届广州亚运会是亚运会历史上规模最大的一届赛会,将有来自亚洲45个国家和地区的运动员,参加42个比赛项目的角逐。广州亚运会将使用87个体育场馆,其中包括56个比赛场馆,30个训练场馆,以及1个闭幕式场馆<sup>[10]</sup>。岭南人建设规模如此庞大的亚运会,必定要有务实和重实利的精神,更要有

文化品位、公共伦理和公共精神。亚运宣传要注重宣传“岭南人特别务实，对实际效益的追求十分明确和执著，灵活机动地应对障碍，克服困难，达到目的”<sup>[4]</sup>，更要宣传现代岭南文化资源的核心价值——公共精神、公共关怀。亚运会将是广州等岭南城市建设文化大都市、培育与释放城市文化吸引力和影响力的重要历史契机。岭南文化可以将历史文化风貌与亚运精神展示结合起来，在保护与发展好文化珍贵记忆的同时，探索岭南文化的转向和和谐，培育与深化岭南文化独特的文化性格和公共文化特色，增强文化形象的识别度和认同度。

### 2.3 亚运宣传有利于岭南文化资本的创新

“在人类各个民族、各种社会共同体之间，各自文化具有多样性的特征，具体表现为各种特殊知识系统的多重性和各类特定价值体系的多元化，这就为文化优化和知识创新创造了极大的可能性”<sup>[11]</sup>。文化资本创新就是文化资本在新形势下进行重新组织、运用和延展，实质是人类社会文化信息的智力创新。

岭南文化在传承中显现出自成一格的风貌与个性，其文化信仰是立足于创新求变上，视求变为核心，视创新为谋求新的活力。岭南文化所积聚起来的能量作为创新求变的内涵，其价值更在于对“趋时”与“兴利”的目标前景的积极追求。“开放”和“创新”是岭南文化的生存常态，给岭南文化的精神本质铸造了务实求新的人文支点，成为改变岭南文化和广东人命运的历史契机。“开放”和“创新”使岭南文化的“边缘化”、“非正统与非中心性”的异端化倾向得以纠正和救赎，并成为走出封建愚昧状态的最强大动力。因此，岭南文化得以最先接触近代西方的新事物、新观念，最先走向文明开化。岭南文化使务实求存的实用主义哲学，从一种原始朴素的生存观念，在中西文化的对接与再生过程，嬗变为一种开放进取的生存态度与文化精神，文化内涵不断地得到充实和完善。

在亚运宣传过程中，岭南文化必须以中国文化为背景，甚至应当具备一定的全球文化视野，以获得广阔的文化参照和深邃的文化情怀。在亚运宣传过程中，传播主体阐述岭南文化体系中“为仁”、“敬德”、“诚信”、“忠恕”、“孝悌”、“知勇”、“义耻”等一系列思想观念和行为规范，开创了儒家关于为人、修德、治政、施教联为一体的思想体系，其归结点还在求人际协调和社会治理，有利于岭南文化传统价值的传播与复兴。在亚运会传播过程中，各种文化资源及要素在岭南聚集，呈现不同的演绎状态和交流状态。在这个传播过程中，岭南文化资本得到自身价值的升值和作

用空间的拓展，实现了文化资本的创新和嬗变。

### 3 结论

亚运宣传是宣传的一种特殊形式，是以亚运为内容和手段旨在影响社会大众文化观念和行为的传播活动。亚运宣传的内容、形式、规模、技巧和手段是宣传者在“源信息”的基础上，经过特别的“加工、处理”而形成的。亚运宣传作为体育宣传和文化宣传一个难得的载体与平台，是目的性很强的文化传播，不可避免地受到宣传主体区域文化的影响。

2010年广州亚运会的宗旨是弘扬奥林匹克和亚运精神，促进亚洲的团结、友谊和交流，为和谐亚洲做出贡献。岭南文化的生命活力在流动中变化，在亚运传播中充盈、辐射、彰显，以自身的演变轨迹和文化特质在亚洲范围内得到了认同与接纳，充当历史时势变迁和文化温差测试的角色，具有前瞻性与示范性。岭南文化内涵和价值参照系的建立，关系到人文关怀的视角和人性化表达局限的超越，关系到2010年广州亚运会宣传的文化诉求和文化表达。

### 参考文献：

- [1] 唐孝祥. 试论近代岭南文化的基本精神[J]. 华南理工大学学报：社会科学版，2003，5(1)：19-22.
- [2] 李长春. 用“三个代表”重要思想统领对外宣传工作[N]. 人民日报，2004-04-22.
- [3] 张鸿雁. 侵入与接替——城市社会结构变迁新论[M]. 南京：东南大学出版社，2000：412.
- [4] 刘斯奋，谭运长. 岭南文化的独特价值在哪里[J]. 同舟共进，2007(6)：7.
- [5] 梁凤莲. 岭南文化的历史与现实视界[J]. 暨南学报：哲学社会科学版，2003，25(5)：70-76.
- [6] 任剑涛. 全球化与岭南文化[J]. 岭南文史，2006(1)：1.
- [7] 白玲. 从“珠江模式”到跨越式发展——广东电台的创新与突破[J]. 中国记者，2007(2)：8-10.
- [8] 孙伟平. 价值定义略论[J]. 湖南师范大学社会科学学报，1997，26(4)：8-13.
- [9] 田桂丹. 亚运宣传多点传统文化[N]. 信息时报，2008-01-11.
- [10] 林琨毅. 2010年广州亚运会将办成亚运会历史上规模最大[N]. 中国体育报，2004-06-19.
- [11] 双传学. 促进文化资源向文化资本转变[J]. 群众，2007(4)：20-22.

[编辑：李寿荣]