

“篮球宝贝”的性别修辞与符号指述

林杰

(华南理工大学 体育学院, 广东 广州 510641)

摘 要: “篮球宝贝”极具性别修辞意义和符号指述关系。“篮球宝贝”的修辞意义及其指述关系大致可分为身体消费的符号意义和集体狂欢的符号意义。研究“篮球宝贝”的性别修辞与符号指述关系, 对研究体育比赛娱乐活动中女性社会角色的符号化意义, 观照女性社会角色的诉说与希冀具有十分重要的现实意义。

关键词: 体育文化; 篮球宝贝; 身体消费; 集体狂欢; 性别修辞; 符号指述

中图分类号: G80-05 **文献标识码:** A **文章编号:** 1006-7116(2010)08-0042-04

Gender rhetoric and symbol designation of “basketball baby”

LIN Jie

(School of Physical Education, South China University of Technology, Guangzhou 510641, China)

Abstract: “basketball baby” has an extremely strong gender rhetorical meaning and symbol designation relation. The rhetorical meaning and designation relation of “basketball baby” can be roughly divided into the symbol meaning of body consumption and the symbol meaning of collective spree. Studying the gender rhetoric and symbol designation relation of “basketball baby” in depth has a very important realistic meaning for us to study the symbolized meaning of women’s social roles in sports competition and entertainment activities, and to take care of the talking and wishing of women’s social roles.

Key words: sport culture; basketball baby; body consumption; collective spree; gender rhetoric; symbol designation

篮球比赛活动不仅是人类社会生产活动背景下身体文化活动的运动本能昭示, 也是消费社会和现代语境下社会个体乃至总体的心灵呈现, 是人类“意义生产”的特殊载体。在现代篮球赛场文化中, “篮球宝贝”已成为一种文化、一种生活态度、一种情绪表达、一种精神象征。在篮球文化的书写脉络中, 我们可以将“篮球宝贝”看作是一种广义的“文本”形式, 是篮球文化活动中的一种“言说”行为, 因此具有一定的修辞功能。亚里士多德^[1]在《修辞学》一书中将修辞术定义为“一种能在任何一个问题上找出可能的说服方式的功能”。从物质生产^①和意义生产的二维视角综合考察“篮球宝贝”的修辞情景和指述关系, 有利于我们研究体育比赛中女性社会角色的符号化意义, 观照女性社会角色的诉说。

“篮球宝贝”在社会解读的指述关系上所指向的对象是不同的, 大致可分为身体消费指向的符号指述

和集体狂欢指向的符号指述。这两种不同指向的符号指述, 反映在“篮球宝贝”的具体文化活动中, 其代表的修辞意义也不尽相同。

1 “篮球宝贝”身体消费的符号意义及指述关系

1.1 性别商品化的消费畸变

性别商品化^[2]是指社会上的一些团体组织或个人以“性别消费”为形式, 把性别纳入到整个经济活动中, 与其他商品一样在市场中进行流通和交换, 从而实现其价值的过程。商品化后的性别具备一般的商品属性, 具有使用价值和价值。消费时代的身体已经不再是宗教视角中的“肉身”, 也不再是工业逻辑中的劳动力, 而是具有“交换价值”的功用性物品。篮球宝贝的身体无疑契合了消费时代性别消费的要求, 满足了商业性球赛利用篮球宝贝的性别资源来引诱公众对

其产品的消费欲望，以获取经济效益。

在经济全球化的背景下，以利益最大化为目标的市场经济采取各种手段利用一切可以带来经济利益的商品形式，包括传统文化中的成分——性和性别。篮球运动在市场经济全球化的规训下，早已从一个单纯的娱乐健身领域成长为一个庞大的体育产业集群。例如，“NBA 全国电视转播从 1984 年的近 2 300 万美元，增加到 2005 年 4 亿美元；NBA 仅 1996-1997 赛季插播广告的费用就达每分钟 80 万美元”^[3]，NBA 的观众数量庞大，“以 2001 年度全明星赛为例，全球有 7.5 亿家庭，25 亿观众固定收看 NBA 的全明星赛，全球 210 个国家和地区的电视台用 42 种语言直播全明星赛”^[4]。

在如此庞大的经济规模和消费群体的操纵下，“篮球宝贝”的性别意识必然依附于市场背后财富与权力。篮球市场主流消费群体的需求和利益在得到最大满足时，也是篮球赛场文化生产商和赞助商利益最大化之时。篮球市场主流消费群体以男性为主，他们手中掌握的财富足以创造和引领整个市场的走向，甚至足以购买整个市场，因此女性被最大限度地商品化，成为被观赏、被利用的对象，也成为财富普遍的交换品。女性被商品化了，男性在性别消费过程中，消费的是女性的身材、相貌、性感、青春。篮球宝贝火爆的劲舞和性感的身材在篮球场聚光灯下坦然承受男性的视线，成为一个被消费的性别商品。东莞宏远俱乐部“篮球宝贝”真真在球迷和媒体眼中是“CBA 第一宝贝”，拥有 CBA 啦啦队历史上最劲爆的三围：96-58-92，加之尺度开放的穿着和露点，使她迅速成为最火爆的篮球宝贝。篮球宝贝将性别的魅力在商业性篮球赛中充分彰显，获得了惊人的商业报酬，成为性别商品化的客体。

性别消费在本质上是一种经济行为，球赛组织者和“篮球宝贝”以获得经济利益为驱动力及最终目的。性别商品使用价值没有固定的形态，可以是具体的物质，如外貌、身材和身体；也可以是其他形式的性别消费，如“篮球宝贝”选秀、体育品牌的代言、商业性演出等，甚至存在性交易的商业陋习和消费畸变。NBA 猛龙啦啦队阿尔伯拉·露西，金发碧眼，拥有 34B 的傲人胸部，身材十分惹火。她利用啦啦队女郎的特殊身份，于 2003 年为自己开设了一个色情网站，公开“卖春”^[5]，走向了性别商品化的消费畸变。

1.2 女性客体化的消费镜像

“镜像”^[6]是拉康精神分析学中的一个核心概念。这一理论认为，个体在借助于他者对自我形象进行构筑之时，也是在对自己形象进行背离和异化。在一个

商品意识和消费形态占据中心地位的社会中，女性的主体身份总是从属于当下的消费话语，女性的自我认同承载着诸多商品社会消费文化运作的痕迹与信息。女性在商品社会消费“镜像”中游移、焦灼和分裂，被客体化，成了最大的性别问题。

在体育商品化的过程中，它一方面形成了媒体消费视阈和男性消费视阈下篮球宝贝的“性感”形象谱系，另一方面则是对这种篮球宝贝“性感”形象的反思、拷问、撕扯。媒体在书写“篮球宝贝”时，有着浓烈的性别修辞色彩，隐喻着消费社会的符号指述。

“把女性的自然体物化、商品化，这是男性压抑女性自然存在的一种方式”^[7]。“青春亮丽”“性感妖冶”“春色无边”“走光”等充满性魅惑的字眼，将“篮球宝贝”的公众形象客体化，弥漫着消费主义的商品气息。“篮球宝贝”舞蹈的艺术编排无人关注，对篮球运动的热爱和激情无人提及。篮球宝贝的身体、包括三围、身高等都成为了“女性美”的标准和表征，成为广大女性的消费镜像。在美国，许多篮球宝贝代言瘦身产品，为全球范围内声势越来越大的“苗条文化”推波助澜，推销与瘦身有关的各种消费品，制造了一个虚幻的消费镜像，并促使那些身材正常的女性加入到减肥行列。

在篮球馆内，篮球宝贝成为了女性客体化的消费镜像，突出的是篮球宝贝绚丽的外表，忽视了篮球宝贝的精神内蕴和情感差异，停留在篮球宝贝被肤浅化、表面化和程式化的视觉层面。在女性客体化的消费镜像中，篮球宝贝在球场上青春飞扬的身体只是一种影像的化约物，身体往往以男性视角为基准被切割和物化，篮球宝贝作为个体人的内涵已经消失。在球迷的篮球文化消费过程中，各俱乐部篮球宝贝在球迷的追捧中，不自觉地成为了女性客体化的消费镜像。在女性客体化的消费镜像中，不少男性依然视“篮球宝贝”为性感尤物和性对象，女性的尊严特别是身体尊严以及女性的社会价值并没有得到男性世界的充分认可和尊重。

1.3 身体驯化的消费暴力

在现代人的审美情趣中，女人的性感才是美丽。只有性感才能俘获大众审美眼光，才能迅速让大众得到审美愉悦快感。在这种身体驯化观念下，篮球宝贝在身体美学消费中完成了一次次资本的流通和汇聚，无形中张扬着消费的暴力。“篮球宝贝”的精彩舞蹈表演以梦幻般的现代舞为蓝本，以黄金分割作为舞蹈中身体美学标准，以“性感、动感、激情、狂野”作为篮球宝贝形体表演的基本要求，在日复一日的日常训练和舞台表演中不断加以强化，极力夸张人体的性征符号诱惑。“现在的拉拉队强调高难度动作，危险性大

幅增加。在拉拉队的训练场和表演场,绷带、膝型拉条、冰袋比比皆是。受伤已经成为NBA拉拉队员的家常便饭”^[9]。

在消费社会中,美丽性感的“篮球宝贝”被物化,成了一种极富吸引力的被消费符号和商品,能在瞬间引发和满足受众视觉享受,尤其是男性受众原始、粗暴的消费欲望。这是一种身体驯化的消费暴力,满足着消费者膨胀的欲望。“东莞年华的少女花容月貌,在体育赛场上做出各种令人赞叹的高难度动作,用肢体语言诠释运动的激情、篮球的狂野,让人们得到了享受,也帮助职业体育更为有效的利用成百万血气方刚的男子汉的性冲动”^[9]。

2 篮球宝贝“集体狂欢”的符号意义及其指涉关系

2.1 狂欢: 压抑性能量的释放和粉饰性面具的摘除

巴赫金的狂欢理论把“狂欢”现象理论化,发展为一种反抗霸权力量,建立普天同庆的、自由民主的理想世界的文化策略。精神的解放和自由,世间的平等和欢愉,是狂欢精神的投射方向。它颠覆既有的束缚和枷锁,与人的内心中对自由和平等的向往相契合,成为现实中人们追求却又难以获得的稀缺资源。

篮球宝贝渲染了篮球赛暂停时间的“冷场”,激情舞蹈表演延续了体育馆内狂热气氛,为暂停时间找到了体育与艺术完美结合的取悦观众的方式。观众在热情奔放的旋律的感染下,伴随着篮球宝贝的激情舞蹈而狂欢,释放着日常生活中的压抑性能量,摘下自己的粉饰性面具。球场带有节庆的性质,篮球宝贝的视觉盛宴强化了这种狂欢的气氛。在篮球馆内,观众对篮球宝贝的审美活动就像一次最纯粹的狂欢节。“这里的一切都和上面的世界相反,所有的高尚事物都被脱冕,所有低级的东西都被加冕”^[9]。在这一特定的时间里,篮球宝贝有着特别的性别修辞意义,人们可以与她们一块纵情欢乐,摆脱平日里一切等级关系、特权、规范和禁令的束缚,释放着自己压抑性能量。

在篮球馆内,篮球宝贝是球队文化中的一部分,她们会根据球队本身的特色设计舞蹈、安排着装以及特别的喝彩方式。篮球宝贝特别的喝彩方式,使球迷狂热起来,在篮球馆内山呼海啸般地呐喊、加油。球迷在这种狂热气氛下,摘下自己的面具,无所顾忌地发泄着自己的压抑,赋予这类貌似粗鄙嬉闹的体育娱乐以深刻的价值内涵。在篮球赛这项颠倒社会秩序的体育娱乐中,人类的狂欢精神才能如此淋漓尽致地表达出来。球迷的疯狂与世俗逻辑判断和等级观念的逆向思考,构成了人类等级世界崩溃后的新世界图景。

2.2 游戏: 意识形态的淡化与娱乐精神的培养

游戏是狂欢化的一种书写形式,涉及巴赫金总结出的“亲昵的接触、插科打诨、俯就和粗鄙”^[10]这4个狂欢的范畴。中国是一个意识形态很强的国家,一直奉行传统的儒家礼教文化,以温厚、中庸见长,自古就缺少狂欢的精神,自然也很少有渗透着狂欢化的体育娱乐形式。

在多元文化理念的冲击下,人们已不再愿意执著于种种精神的乌托邦,更不愿受缚于所谓权力中心或终极关怀的压抑和重负。篮球宝贝在体育文化的仪式中扮演着“游戏的人”,促进意识形态的淡化和娱乐精神的培养。当下篮球宝贝的价值很大程度上取决于球迷的审美快感。所以,篮球宝贝的娱乐游戏要取悦大众、赢得市场,就要突出篮球的游戏功能,增强球迷的审美快感。篮球宝贝采用了游戏和狂欢化的表演方式,使球场升腾着快乐,饱含着轻松,也正好与球迷的消费、享乐心态相吻合,同时也符合当下整个时代的审美倾向。

在现代化的语境下,游戏精神的诉求则更多地表现在体育活动和娱乐活动中。在相当长一段时间里,我国的篮球等体育项目承载着国家的意志和民族的宏愿。篮球宝贝在赛场的出现,意味着中国禁欲式政治的衰落。在篮球宝贝娱乐精神的引领下,球迷们手舞足蹈地加入到这个娱乐游戏活动中,逐渐淡化了体育意识形态的沉重。

在球场,篮球宝贝的娱乐游戏建构了一个人人平等的乌托邦,人们的身心很容易进入到一种巅峰狂欢状态,娱乐精神达到最大阈值。在篮球宝贝狂放娱乐的背后,球迷在篮球馆上的尽情呐喊、疯狂挥舞,得到精神的解放、自由的满足。在篮球宝贝的狂欢中,人们的整个身心仿佛处于体验巅峰之中。在狂欢中,“身体的快感,发生在‘文化’崩溃成‘自我状态’的时刻”^[11]。它是球迷自我和主体性的丧失,也是控制与治理球迷自我的意识形态生产与再生产的丧失。

2.3 空间: 沉重肉身的解放与生命意义的追寻

在巴赫金看来,狂欢节的发生必需具备一定的空间因素,民间的狂欢需要一个活动场所或表演舞台^[12]。在狂欢中,广场是必不可少的条件,它是各种仪式、表演以及其他娱乐节目进行的场所。

从巴赫金的“狂欢化”理论可以看出,把篮球场看成是一个狂欢的舞台,一个与现实世界完全不一样的第二世界。在球迷观赏篮球赛的过程中,球迷总是通过身体、通过身体的触摸姿态、通过身体的言说或凝视等多种方式交流情感。在篮球馆这个相对独立封闭的狂欢空间,篮球宝贝通过狂野的舞蹈和音乐,让

人在篮球馆这个狂欢空间中忘却灵魂对身体的压抑，使人由客体成为主体，并由主体成为主体之间的“真正主体”。当人们在灯光球场上观看篮球宝贝的演出时，会忘记了现实生活的沉重负担和生存法则。篮球宝贝在球场狂欢打造的是一种“广场文化”，它有很强的亲和力，男女老少、尊卑贵贱都可以在这里狂欢。在与篮球宝贝的互动中，人的生命力在运动和狂欢中得到了宣泄和解放。

篮球比赛日是球迷的狂欢节，在篮球宝贝的引领下，球迷的加油助威的口号充满了狂欢化的色彩，此时的看台变成了狂欢广场。人们在看台上纵情狂欢，篮球馆的比赛变得不再是主要的因素，球迷们到球场看球是为了寻找一种气氛，变成了一个自我追寻的身体。身体失控后那种极度兴奋的快感，是从自我的控制、社会控制的修辞中逃避出来，逃避沉重肉身的社会规范和伦理枷锁，从沉重的肉身中解放，追寻生命自由的意义。

在消费社会这种经济文化活动中，“篮球宝贝”变成了广义的“文本”形式，是一种具有潜在意义的话语结构，是篮球文化活动主体的一种“言说”行为，因此具有一定的修辞功能。在文化修辞学的现代解读中，“篮球宝贝”极具性别修辞意义和符号指述关系。“篮球宝贝”的修辞意义及指述关系大致可分为身体消费的符号意义和集体狂欢的符号意义。

目前，大众对集体政治理想逐渐降温，关注的中心转向金钱、性这种个人欲望层面。篮球宝贝身体消费的符号指向“性别商品化”“女性客体化”“身体驯化”三个指述关系，以消费社会为文化背景，从性别修辞的角度聚焦，书写了篮球宝贝的群体生存状态和生存景观。体育活动在民间语境下的超功利性，有利于解放人，促使人走向自由的王国。篮球宝贝引领的集体狂欢在生命哲学层面，实际拯救了人的想象、激情、灵性和直觉等感性之维，通过这种感性与社会重建和谐。

注释：

① “篮球宝贝”的物质生产：指在消费社会中，“篮球宝贝”在文化工业生产商操纵下文化产品和文化符号的生产。

参考文献：

- [1] 亚里士多德. 修辞学[M]. 北京：三联书店，1991：24.
- [2] 周明侠. 转型时期性别商品化问题初探[J]. 学术界，2005(6)：282.
- [3] 何萍. 中国体育产业发展对策思考[J]. 现代商业，2007(30)：194.
- [4] 丁洁. 解读 NBA 全球化[J]. 体育文化导刊，2006(4)：102.
- [5] 郑树平. 他们的薪情——NBA 从业员工工资揭秘[J]. 篮球俱乐部，2007(10)：69.
- [6] 格洛兹. 拉康：一个女性主义者的引入[M]. 伦敦与纽约：路特利支出版社，1990：10.
- [7] 禹燕. 女性人类学[M]. 北京：东方出版社，1988：74.
- [8] 华夫. 啦啦队：NBA 最危险的职业[J]. 新体育，2007(9)：56-57.
- [9] 巴赫金. 巴赫金全集[M]. 第6卷. 石家庄：河北教育出版社，1998：445.
- [10] 王建刚. 狂欢诗学——巴赫金文学思想研究[M]. 上海：学林出版社，2001：108.
- [11] 费斯克[美]. 理解大众文化[M]. 王晓钰，宋伟杰，译. 北京：中央编译出版社，2001：62.
- [12] 刘水平. 身体辩证法：在狂欢与消费之间[J]. 东方论坛，2007(2)：44-47.