

## 中美篮球文化符号构成差异与中国篮球文化的发展

李国立

(河南工程学院 体育部, 河南 郑州 451191)

**摘 要:** 通过对中美篮球文化符号的对比得出如下结论: 中美篮球文化符号差异在于中国现阶段缺少篮球文化符号载体, 以及目前还未呈现独立的篮球精神文化符号, 在被感知的客观篮球文化符号表现形式上与美国相比还有待完善。中国篮球文化的发展要立足于体育文化全球化发展的高度, 在对外交流上要拓宽篮球文化的领域, 在本土化建设上要提高篮球职业化发展的力度, 在全社会与时俱进的背景下创新篮球文化发展的模式。

**关 键 词:** 体育文化; 中美篮球; 文化符号

**中图分类号:** G841; G80-05 **文献标志码:** A **文章编号:** 1006-7116(2014)04-0026-04

### Constituent differences between Chinese and American basketball cultural symbols and the development of Chinese basketball culture

LI Guo-li

(Department of Physical Education, Henan Institute of Engineering, Zhengzhou 451191, China)

**Abstract:** By carrying out a comparative analysis on Chinese and American basketball cultural symbols, the author drew the following conclusion: differences between Chinese and American basketball cultural symbols rest with that China is lacking in a basketball culture symbol carrier at the current stage, showing no independent basketball spiritual cultural symbols nowadays, needed to make improvements in terms of perceived objective basketball culture symbol expression form as compared with America. The development of Chinese basketball culture should be based on the height of global development of sports culture; in terms of foreign communication, China should expand the scope of basketball culture; in terms of localized construction, China should increase the magnitude of basketball professionalization development; under the background of social advancement with the times, China should innovate the dimensions of basketball culture development.

**Key words:** sports culture; Chinese and American basketball; cultural symbol

从 1891 年美国奈·史密斯发明篮球运动, 到 1895 年篮球运动传入中国至今, 无论在美国还是中国, 篮球运动都有了百年的历史积淀<sup>[1]</sup>。前中国篮球管理中心主任李元伟说过: “中国要成为世界篮球大国, 就必须全力构建自己的篮球文化。只有基于篮球文化层面上的交流, 才是全方位、多渠道、宽领域的交流, 才是人流、物流、资金流、信息流相互融通交流, 而这样的交流, 正是提升中国篮球整体实力所需要的交流。”<sup>[2]</sup>中国篮球如果想获得“百尺竿头, 更进一步”的发展, 就必须使自己向着“符号化、思想化、知识化、体系化和规范化”文化发展。

中国篮球文化要有长远的发展, 不但要吸收美国篮球文化的先进观念, 而且对外要进行中国篮球文化的输出。研究中美篮球文化符号差异对中国篮球文化发展而言, 也许是最好的办法。现如今, 中国篮球亚洲霸主地位的丧失, CBA 品牌信誉危机, 中国篮球在未来两年缺席世界大赛背景下, 要充分认识到中国篮球的改革刻不容缓, 既要看到中国篮球面临严峻的挑战, 又要看到中国篮球发展的机遇, 中国篮球若想“待从头, 收拾旧山河”, 篮球文化再建设是不可或缺的<sup>[3-4]</sup>。而从文化符号构成差异谈中国篮球文化发展, 正是为中国篮球文化再建设提供参考。

收稿日期: 2013-03-17

作者简介: 李国立(1959-), 男, 副教授, 研究方向: 体育教育训练学。E-mail: liguoli0371@126.com

## 1 中美篮球文化符号的构成

文化符号是指具有某种特殊内涵或者特殊意义的标示,具有很强的抽象性,具有独特的抽象体现并且是文化内涵的重要载体和形式<sup>[5]</sup>。郑军<sup>[6]</sup>将中国CBA文化符号分为4个层面:第一,民族精神文化符号;第二,社会文化符号;第三,篮球制度文化符号;第四,器物品牌文化符号。而笔者对于中美篮球文化符号差异的研究亦是从以上4个层面展开。

### 1.1 中国篮球文化符号构成

#### 1)中国篮球民族精神文化符号。

中国篮球经过百年来的发展,特别在新中国成立以后,中国篮球文化刻上了深深的民族烙印,具有中国传统文化和地域文化的特色,为全社会树立了优秀的典范,集中体现在以下3个方面:第一,中国篮球增强民族凝聚力,弘扬爱国主义精神,特别在2008年北京奥运会上,代表着中国高度的篮球国手姚明高举着五星红旗入场的时候,在体育运动范围内将全民族的凝聚力和爱国主义精神提升到一个前所未有的高度。第二,中国篮球文化彰显中华儿女的奋勇直前、拼搏向上的优良品格,特别在“八一”男篮身上,更是将奋勇拼搏的精神发扬光大。第三,中国篮球宣传了优秀的中华民族传统文化,其中国家队文化是“自强不息、众志成城”精神体现;联赛文化是“厚积薄发”的展现;球迷文化是“群己和谐”思想的体现,器物文化是中华民族“百艺则有济于用”的设计理念的体现,篮球人文文化彰显的是“以文化人”的主张。中国篮球处处体现着中华民族传统文化的魅力,具有鲜明历史地域文化特色<sup>[7]</sup>。

#### 2)中国篮球的社会文化符号。

1949年后,篮球运动在中国的发展进入一个崭新的阶段,特别是在改革开放之后,经过广大篮球工作者共同努力,我国篮球运动的综合实力不断增强、影响力明显扩大,国际地位稳步提高。近年来,篮球中心坚持深化改革的方针,尤其对职业联赛的改革引人注目,每一项改革措施都获得广泛的关注,篮球的健康形象也为社会所称道,篮球运动正在成为中国群众参与度最高、社会影响力最大的运动项目之一。篮球运动在中国有着非常广泛的影响和雄厚的群众基础,是中国人最热爱、参与率最高的体育项目之一。我国的篮球人口超过2.6亿,电视人口每年近2.4亿人次,CBA现场观众每年123万人次,媒体关于篮球报道每年万余篇,CUBA队伍约700余支<sup>[8]</sup>。

无论是在群众体育参与篮球的积极性方面,还是竞技篮球职业方面,统计数据显示参与人数相当可观。同时,媒体对于篮球的关注度,也可以说是前所未有

的。同时,在学校体育建设方面,全国各高校对于CUBA的开展保持强有力的支持。总体来说,在竞技体育、群众体育以及学校体育篮球文化建设方面,篮球运动在社会中扮演举足轻重的角色。

#### 3)中国篮球制度文化符号。

中国篮球制度文化拥有专业性、开放性、多元性的特点。中国篮球文化在竞技体育领域有CBA联赛制度,其中外援制度、内援制度异于NBA联赛制度,是结合中国国情实际发展需要的特色制度;学校体育领域,中国篮球建立CUBA联赛制度,拥有着“育人是宗旨,文化是特色,品牌是优势”的制度特点;在群众体育发展过程中,中国篮球更是因地制宜,别具一格设立了CBO(中国业余篮球公开赛)联赛制度和DBL(梦想篮球联盟)限高篮球联赛制度。以上制度结合中国实情,有着中国特色发展的篮球制度文化。

#### 4)中国篮球器物品牌文化符号。

篮球国手姚明在全球代表了中国形象,让外界感受到中华文化气息,五棵松篮球馆作为中国篮球器物文化,其饱含中国元素的设计风格更是吸引了全世界的目光。中国篮球文化的传播途径,首先借助品牌赛事,中国篮球品牌分为3类,职业联赛品牌、业余联赛品牌、学校联赛品牌,这样就合适在社会各个阶层借助赛事品牌推广篮球文化。中国优秀球员在世界顶级篮球赛场之上,就是中国篮球文化的使者,比如王治郅、巴特尔、姚明在世界赛场之上被外媒形象称之为“中国移动长城”,中国移动长城就是中国篮球的形象化符号体现。

### 1.2 美国篮球文化符号构成

#### 1)美国篮球精神文化符号。

美国篮球集中大量的天赋异禀的黑人球员,它的核心文化基础可以说是美国黑人文化,美国篮球文化首先有着《体质人类学》所强调的身体文化符号反映。其次,美国篮球文化有着显著的美国文化中个人英雄主义符号标签,其追求的是个体的独立性特征。美国篮球文化在意识形态中有着根深蒂固成就崇拜和英雄崇拜的思维,这是西方文化对开拓和竞争行为的一种肯定,因此其篮球文化充斥对强者推崇和竞争淘汰的元素。同时美国篮球文化包含着大量的音乐文化符号、舞蹈文化符号、美国俚语文化符号以及图案标志文化符号多元化因素。比如,美国的说唱音乐与篮球充分结合,推出像Biggie, 2pac, Jay-z, NAS等欧美地区家喻户晓RAP歌手。而无论在NBA全明星赛,还是洛克公园街球大赛,球员入场仪式与舞蹈有着不解之缘,舞蹈动作与球员的肢体语言的情感表述浑然一体。美国篮球俚语像“form down town”(投三分),dunk(扣

篮)等已经逐渐成为正式的篮球术语。篮球人物的图案符号已经演变成为商业的商标 Logo, 如飞人乔丹扣篮图案, 答案艾佛森的投篮图案等。

#### 2)美国篮球社会文化符号。

自从 1992 年, 美国“梦之队”参加奥运会之后, 美国篮球文化伴随 NBA 推广到全球社会的每个角落。而 NBA 面向全球, 向 215 个国家, 47 种语言播放篮球赛事, 美国篮球文化已经被不同国家、不同地域、不同民族、不同种族的社会群体所认知和接受。美国篮球在本国也由 NBA、ABA、NBDL、NCAA、街头篮球等比赛普及覆盖到全美每一个角落, 社会的不同阶层都可以受到篮球文化熏陶。以 2012 年为例, 一年以来, 现场观众达到 21 549 238 人, NBA 官方网站年点击量 34 亿次, 全球转播 NBA 的国家 215 个, 总决赛电视观众累计 31 亿人次<sup>[9]</sup>。以上数据可以看到 NBA 一个赛季在全球的社会影响力, 其社会参与人数众多, 传播面广泛, 并且在全球具有号召力。

#### 3)美国篮球器物品牌文化符号。

第一, 树立美国的篮球明星, 营造明星效应, 为全社会树立一个优秀的榜样。从 20 世纪 50 年代乔治迈肯, 到 60 年代的张伯伦, 到 70 年代的 J 博士欧文, 再到 80 年代的大鸟伯德、魔术师约翰逊, 直到 90 年代美国篮球文化典型代表飞人乔丹独领风骚, 到 21 世纪, 奥尼尔、科比、艾佛森、卡特、麦迪等迅速崛起, 直到如今的小皇帝詹姆斯、杜兰特等, 可以说美国篮球文化依靠着篮球明星一路传承下来发扬光大。第二, 美国篮球文化依靠 NBA 赛事品牌全球范围的推广, 逐渐渗透到世界各个角落。从 NBA 最早的口号“I love this game”(我喜欢这个游戏), 到“Where amazing happens”(奇迹发生之地), 再到“BIG”(大)。每一个联赛口号, 都是对美国篮球文化的一种概括和总结。同时, 美国篮球文化有着鲜明的图案标志文化符号特征, 延伸出球衣文化符号、球场文化符号、队徽文化符号。第三, 美国篮球文化在全球范围内, 向其它国家提供帮助, 进行篮球文化典范的传播和构建。第四, 美国拥有享誉全球的篮球文化圣地篮球名人堂, 每座城市都有着篮球建筑的器物符号名片, 如纽约的麦迪逊花园、洛杉矶斯台普斯中心等。

#### 4)美国篮球制度文化符号。

美国篮球拥有成熟的联赛制度, NBA 联赛制度为世界各国职业篮球联赛制度发展树立了榜样。其中 NBA 联赛制度的分赛区制度、选秀制度以及转会制度、球队薪金制度等都别具一格, 属于体育联赛制度的创新发展。特别 NBA 的两个附属联赛 ABA 制度 NBDL 制度, 为篮球梯队建设树立了赛事制度的典范。

而 NCAA 赛事制度里, 为美国乃至全世界输送优秀的篮球人才。

### 1.3 中美篮球文化符号差异

中美篮球文化符号的差异首先表现在民族精神文化符号层面, 中国的民族文化主要是由漫长的历史渊源积淀而来, 美国的篮球精神文化本质上由黑人文化演变而来, 人类学的种族差异铸就美国篮球文化符号。其次, 中美篮球在社会文化符号表现层面上也迥异, 中国篮球社会文化符号特征还不明显, 而且只局限在国内, 美国篮球文化已经成为美国文化符号的一张“名片”。再者, 中美篮球在器物品牌文化符号表现上大相径庭, 中国篮球器物品牌文化符号的铸造目前才初露端倪, 而美国篮球器物品牌文化符号已经成熟, 影响力已经辐射到世界每一个角落。最后, 在制度文化符号层面上, 美国篮球制度文化已经完善, 逐步成为全世界体育运动的成功典范, 中国篮球制度文化还处在完善阶段。

## 2 中国篮球文化的发展

### 2.1 中国篮球文化的成绩

前篮管中心主任李元伟<sup>[10]</sup>在他的《以科学发展观引领, 开创中国篮球新局面》的讲话中谈到中国篮球文化由 3 个层面组成: 其核心层是中国篮球观念, 也就是中国理解篮球运动; 第二个层面, 是基于这种理解, 中国发展篮球工作过程中所采取的行为模式; 第三个层面, 就是上述内容的外在表现, 比如联赛的标识、口号等文化载体以及拉拉队等娱乐球迷的活动形式等等, 其中既包括意识形态的软文化, 也包括物质形态的硬文化。

中国篮球观念已经形成, 中国的篮球观念由国家队文化、联赛文化、球迷文化和人文文化组成。国家队的篮球文化是全力打造以团队、协作、拼搏、奋进为主要内涵, 以培养 CBA 品牌为核心的联赛文化, 以促进和谐文明为内容的球迷文化, 以传承篮球历史为内容以及提高篮球参与者文化水平的人文文化。中国发展篮球工作过程中所采取的行为模式已经覆盖竞技体育、学校体育和群众体育。其中竞技体育包含 CBA 和 NBDL, 学校体育包括晨光杯、全国高中联赛、CUBA 和 CUBS 等。群众体育篮球联赛包括 CBO 和全国限高篮球比赛等。在中国各地方学校篮球文化表现形式上, 已经日趋多样化, 各地地域篮球文化已经走向成熟, 联赛日趋火爆, 影响力不断扩大,

### 2.2 中国篮球文化表现的问题

1)中国篮球核心文化兼容性有待提升。

中国篮球文化目前只是挖掘了篮球的运动和传统

文化,和其它文化现象并没有紧密的结合。美国篮球文化兼容本土音乐文化、舞蹈文化、俚语文化、电影文化、娱乐文化等等。其它文化现象被美国篮球文化完全兼容在一起,共同将美国篮球展现给全世界的球迷观赏认知。中国篮球核心文化目前缺少的就是包罗万象的文化气质,其文化兼容性需要进一步的提升。

2)中国篮球文化社会影响力需全球性文化符号。

中国篮球文化目前大体上只是在国内具有影响力。伴随着中国体育文化符号姚明的退役,对于将中国篮球文化传播向世界的任务可谓任重道远。中国篮球对于全球性文化符号的树立,关键是让中国篮球文化得到西方世界观念的认同,以世界眼光塑造中国全球性文化符号,而不是单纯的从本土角度出发。

3)中国篮球文化典范与器物性文化符号需要进一步挖掘。

中国篮球文化目前缺乏典范性的文化符号,第一,缺乏统一的具有号召力的篮球口号,篮球口号是篮球文化中最具代表性的信息文化符号,是一个国家篮球文化的标签,目前中国篮球缺失响亮的高度统一性的信息文化符号。中国的篮球文化典范往往局限在国内树立,而忘记了走出国门推广中国篮球典范,在官方比赛之余,需要更多的是民间的交流与互动。中国篮球文化,目前对实体器物文化符号需要进一步确定和宣传,例如联赛标志符号、队徽符号,吉祥物符号、啦啦队符号,都要有鲜明的中国文化特点。

4)中国篮球文化传播途径需要新媒体的开拓。

全世界在进入数字化传媒时代以后,新媒体展现出不可忽视的力量,新媒体是新的技术支撑体系下出现的媒体形态,如数字杂志、数字报纸、数字广播、手机短信、移动电视、网络、桌面视窗、数字电视、数字电影、触摸媒体等。而中国篮球文化传播局限在电视、广播、户外以及报刊等传统媒体领域。中国篮球文化传播途径要凭借新媒体文化符号出现。

## 2.3 措施建议

1)中国篮球要立足长远,统筹全局打造中国特色文化符号促进篮球文化输出与融合。

中国篮球要完成文化输出和融合的目标,就必须“跳出篮球看篮球,立足全局抓篮球”,立足于篮球管理中心提出的“大目标、大开放、大团结、大整合、大协作”的指导思想,吸收兼容各门各类文化,从而打造中国篮球特色篮球文化符号,完成篮球文化的输出和融合目标。

2)中国篮球构建文化高地,打造全球性文化符号有利于篮球文化输出与融合。

文化的输出与融合,向来都是由强势文化向弱势文化从高至低的单向性流动,篮球文化亦是如此。只有打造全球性的文化符号,让外界了解和认同本土文化,才能完成篮球文化输出与融合任务。因此,中国篮球需要极力提升文化软实力,打造本土文化高地推行文化输出与融合策略。

3)中国篮球坚持职业化道路,以充实的经济保证篮球文化输出与融合。

经济基础决定上层建筑,同样,文化的传播需要经济提供充实的物质保障。中国篮球只有加深职业化进度,走市场化道路,才能获得充足的物质资本支持,从而在经济上为篮球文化输出与融合减少阻力。

4)中国篮球创新思维,构建新媒体加快篮球文化输出与融合。

新媒体以其形式丰富、互动性强、渠道广泛、覆盖率高、精准到达、性价比高、推广方便为称道。中国篮球更应该与时俱进,充分利用数字化、信息化及科技化来提升中国篮球文化输出与融合速度。

## 参考文献:

- [1] 杨峻峰. NBA和CBA篮球文化差异的心理学根源——从需要的视角分析[J]. 运动, 2012(5): 37-39.
- [2] 孙秋峰. 中国篮球要完成时代任务 必须跳出篮球立足全局[EB/OL]. <http://sports.163.com/07/0517/22/3ENRK7IG00051CAH.html>, 2007-05-17.
- [3] 王国平. 打造强大文化软实力 积极吸收借鉴国外优秀文化成果[EB/OL]. <http://culture.people.com.cn/n/2013/1119/c87423-23584086.html>, 2013-11-19.
- [4] 李慎明. 如何推进我国文化软实力建设[J]. 人民论坛, 2011(21): 41.
- [5] 潘宜协. 卡西尔“符号形式哲学”的黑格尔渊源[J]. 学理论, 2010(12): 58-59.
- [6] 郑军. 文化争夺与输出视野下的CBA文化符号特征探析[J]. 成都体育学院学报, 2009, 35(4): 29-32.
- [7] 巩庆波. 中国篮球文化主要特征及发展对策研究[D]. 武汉: 武汉体育学院, 2006.
- [8] 杨毅. 篮球正在成为中国第一运动[N/OL]. 篮球先锋报, <http://www.espnstar.com.cn/pub/history>, 2005-05-19.
- [9] 王猛. 数字解析总决赛[N/OL]. 体坛周报, <http://sports.sina.com.cn/k/2005-06-10/095416>, 2005-06-10.
- [10] 李元伟. 以科学发展观引领, 开创中国篮球新局面[EB/OL]. <http://www.cba.gov.cn/show.aspx?id=1850&cid=43>, 2005-05-27.