

• 专题论坛 •

## 论体育与体育文化

郝勤

(成都体育学院 新闻系 四川 成都 610041)

**摘要** 从当前中国体育文化建设角度出发,阐述体育与体育文化的概念及其关系。分析学术界使用的体育文化概念与体育实践中体育文化概念的差别,并重点论述当前中国体育文化建设的内涵及迫切需要解决的问题。

**关键词** 体育; 体育文化; 概念; 体育文化建设

中图分类号 G80-05 文献标志码 A

文章编号 1000-5498(2012)03-0003-04

**On Sports and Sports Culture** //HAO Qin

**Abstract** This paper analyzes the concept of sport and sport culture as well as the relationship between them. Also, it explores the differences of definition on sports culture in literary circle and sport practice. Finally, it focuses on the deeper meaning in Chinese sports culture construction as well as the problems to be solved.

**Key words** sports; sports culture; concept; sport culture construction

**Author's address** Department of Journalism, Chengdu Sport University, Chengdu 610041, Sichuan, China

2008年北京奥运会后,中国进入了建设体育强国的新阶段。在2009年12月于绍兴召开的全国体育发展战略研讨会上,国家体育总局局长刘鹏首次将体育文化与群众体育、竞技体育和体育产业等并列为建设体育强国的重要工作与任务。2011年7月,国家体育总局在成都召开了全国体育文化建设工作会。同年10月在党的十七届六中全会上,党中央提出了推动社会主义文化大发展大繁荣的任务和目标。在新的形势下,推动和促进体育文化建设已经成为我国体育事业的重要任务与目标。然而,什么是“体育文化”?什么是“体育文化建设”和“体育文化工作”?它们与全民健身、竞技体育和体育产业的关系是什么?这些是从学术界到实践工作中长期没有搞清楚的问题。本文力图结合学术界关于体育文化的研究与当前中国的体育文化建设,探讨和梳理体育与体育文化的概念及其关系。

### 1 体育是人直接参与的有目的的身体活动

体育是什么?体育文化又是什么?体育与体育文化的关系是什么?这3个问题大概算得上是研究和实践“体育文化”

的原点问题。

要说清体育与体育文化的联系与区别,就不得不先涉及一个最基本的问题,就是何谓“体育”。中外关于“体育”的定义可谓汗牛充栋,而本文并不打算就体育的定义与概念进行深入讨论。为了区分体育与体育文化这2个不同的概念,兹引用几例当前欧美较为典型的体育定义。其一是美国学者杰·科克利所著《体育社会学——议题与争议》一书中的定义:“运动(sport)是制度化的竞技活动,它包括个体体能活力的发挥或者相对复杂性的身体技巧的运用,个体参与运动受个体自身的愉悦和外部回报两方面因素的激励。”<sup>[1]</sup>其二是美国学者罗纳·德·B·伍兹在《体育运动中的社会学问题》一书中的表述:“在北美,体育(sport)一般被定义为有组织的竞技性活动,运用身体技能和特殊设备或器材,并且按照一系列确定的规则决定胜负。”<sup>[2]</sup>其三是欧盟委员会2007年11月颁布的《体育白皮书》中对体育(sport)的定义:“自发或有组织地参与,旨在改善体能或促进心智健康,融洽社会关系或在各级竞赛中夺标的所有形式的身体活动。”<sup>[3]</sup>

总体来看,在国际上目前均通行用sport一词来表达“体育”。在上述3例有关“体育”的定义中,前2例将sport定义为“制度化的竞技活动”或“有组织的竞技性活动”,代表了欧美传统对sport的定义,即体育的主体是竞技;而后者将sport的内涵扩大到了“所有形式的身体活动”,认为只要是为了增进身心健康、促进社会和谐及在比赛中夺取胜利的身体活动,均属于sport的范畴。

无论竞技在体育中占有何种位置,体育有3个最核心的概念属性:目的性、身体活动和直接参与。换言之,当我们说某人参加体育活动或某人喜欢体育时,指的就是此人亲身参与到某种旨在增进健康或者取胜的身体活动中。

强调目的性、直接参与性和身体活动性对于我们界定体育与体育文化的关系异常重要;因为正是这种界定,我们能够把运动者与观赏者区分开,同样也能够把体育比赛及体育健身活动与体育新闻、电视转播、体育电影、体育雕塑、体育建筑、体育标志、体育广告以及大型赛事的开闭幕式、啦啦操、发奖仪式等区分开。笔者认为,前者是体育,后者则是体育文化,即体育在文化艺术等领域的延伸,或者是体育的衍生文化。

为了进一步说明体育与体育文化的关系,我们可以以古希腊奥运会为例。古希腊奥运会是以竞技比赛为核心的,但奥运会并不仅仅是竞技。希腊人在比赛前举行隆重、庄严的典礼仪式,比赛期间举行冠军发奖仪式。另外,为了纪念和歌颂那些伟大的优胜者,还要请最著名的雕塑家为其塑像。在奥运会

收稿日期:2012-02-06; 修回日期:2012-03-27

作者简介:郝勤(1955-),男,山西大同人,成都体育学院教授,博士生导师; Tel: (028) 85052348, E-mail: hc99@sina.com

期间,还要在赛场外举行各种文学、艺术、诗歌、戏剧等活动。如果以今天的概念看,古希腊奥运会的竞技比赛是体育,而上述其他活动则属于体育文化。

1896年,顾拜旦正是在古希腊奥运会的启发下,围绕现代奥运会的比赛而设立了开闭幕式、点燃圣火仪式、发奖仪式等,设计了奥运会的会标、会旗、会歌、格言、口号和纪念邮票等;他还创立了以奥林匹克主义为核心的思想体系,写下了脍炙人口的《体育颂》,制定了《奥林匹克宪章》,成立了国际奥委会组织,创办了杂志等。如果说各类项目的比赛是奥运会的核心,开闭幕式、会标、会旗、会歌等则属于现代奥运会特有的体育文化。体育与体育文化的完美结合,是现代奥运会的一大特色,并对现代体育实践产生了巨大而深远的影响。

综上所述,体育就是人直接参与的、有目的的身体活动。体育文化是体育在其他文化形态与样式中的延伸。体育与体育文化是核心文化与衍生文化的关系。

之所以说体育文化是体育在其他文化形态与样式中的延伸,指的是诸如哲学、仪式、新闻、电视、电影、文学、戏剧、雕塑、音乐、美术、舞蹈、演出等均是独立的、与体育平行的文化形态与样式。当我们运用这些文化形式来表现和传播体育时,就形成了丰富多彩的体育文化。显然,公众在欣赏和享受这些体育文化衍生品时,并未真正参与体育实践;因为公众既没有亲身参与到某一体育项目的比赛或活动中,也没有产生有目的的身体动作。

从上述意义来说,现代体育是由“体育”与“体育文化”共同构成的社会现象与实践活动。我们可以看到,现代体育有其稳定的社会文化形态即健身活动与竞技比赛。所有的体育比赛与体育活动都必然附有鲜明的体育文化色彩与要素:从思想、观念、精神、规则、组织、管理,到标识、口号、旗帜、开闭幕式、新闻、宣传、广告、服饰、纪念品、宣传手册、啦啦队等等。可以说,今天只要去参加体育比赛或体育活动,哪怕是观看一场球赛,我们都必须与体育文化产生关系,从服装、用品、器械、场馆到所有宣传品。

体育文化不仅构成了现代体育亮丽的风景线,更重要的是,体育文化将体育比赛与体育活动进行了艺术化和商业化包装,产生了大量体育的文化衍生产品。如大型赛事的开闭幕式演出、比赛期间的啦啦操、电视或网络视频的体育赛事转播、体育新闻报道、体育电影、体育杂志、体育书籍、体育电子游戏、电子体育竞技等。体育文化使体育变得更加愉悦和更具魅力,更容易作为艺术品和商品推向市场和公众。

## 2 作为学术视野下的体育文化

当我们谈到体育文化时,还有一个不得不涉及的问题,即学术界所说的“体育文化”与实践中的体育文化常混淆不清,令人感到无所适从。实际上,学术界的体育文化研究是一个理论问题而不是实践问题,其所研究的“体育文化”在概念与使用上均与体育文化实践有很大差距。

国内学术界对于体育文化的研究可追溯到1986年12月在成都体育学院举行的“全国首届体育与文化研讨会”。从那时起,国内学者围绕“体育文化”进行了探索与研究,也发表了不少研究成果。这些研究主要局限在学术和理论层面,主要是

运用文化学、社会学、历史学、传播学等社会科学的理论方法研究体育,很少从体育实践的角度关注体育文化究竟是什么。我们将学术界研究的“体育文化”与体育实践中操作性的“体育文化建设”或“体育文化工作”区分开来。一般而言,前者为广义的或者理论层面的体育文化,后者则是狭义的和操作层面的体育文化。

我们先来看学术视野下广义的体育文化概念。

要说明什么是“体育文化”,就不可避免地要涉及什么是“文化”。与“体育”一样,关于“文化”的定义与概念,在学术界也有多种解释与观点。早在20世纪50年代,美国文化人类学者A·L·克罗伯与C·克拉克洪在《文化:各种定义与概念的评述》<sup>[4]</sup>一书中,就列举、归纳了当时出现的160多种有关文化的定义。

学术界一般较为公认的文化定义是19世纪英国著名人类学家爱德华·泰勒在其《原始文化》<sup>[5]</sup>一书中提出来的:“文化,或文明,就其广泛的民族学意义来说,乃是包括全部的知识、信仰、艺术、道德、法律、风俗以及作为社会成员的人所掌握和接受的任何其他的才能和习惯的复杂整体。”A·L·克罗伯与C·克拉克洪综合、比较和研究了各种有关“文化”的界定后认为:“文化包括各种外显的和内隐的行为模式,通过符号的使用而习得或传授,并且构成人类群体的显著成就。此成就包括他们制造物品的具体式样和由传统或历史衍生、选择得到的思想观念及价值组成的基本核心,其中尤以价值为最重要。”<sup>[6]</sup>

关于文化的特征,学术界较为一致的观点有以下几种:文化是人类创造的和持有的;文化具有共享性;文化是可传承与可习得的;文化包括外在的物质、行为与内隐的思想、制度、习俗、信仰、历史、艺术等;文化具有共性与特性;文化是人类社会,包括国家和民族生命力、创造力和凝聚力的深层来源,是人类历史和社会发展的根本动力。

“体育文化”最早主要是“作为文化视角的体育”这样一个概念而为学术界使用,即根据爱德华·泰勒、A·L·克罗伯与C·克拉克洪等人的文化定义,从历史传统、社会形态、生活方式、意识形态、宗教信仰等角度阐释和研究体育。根据通行的文化定义,结合体育的一般定义,我们大致可以认为:广义的体育文化是指由思想和行为构成的,以身体活动为基本特征,以健康和娱乐为目的的社会现象与文化样式。

学术界所说的“体育文化”一般都是广义的。通常就是将体育视为一种社会文化现象,综合运用多种人文社会科学方法研究体育的思想、观念、制度、历史及其他相关问题。由此可见,学术界所说的“体育文化”实际上是一种宏观视野下的体育概念,或者与其说它是一种概念,不如说是一种研究视野和方法,这与体育实践中所说的“体育文化”实在大相径庭。

另外还须指出的是,在欧美语汇中,最与汉语“体育文化”接近的是“身体文化”(physical culture)与“竞技文化”(sports culture),但这些概念与我们所说的无论广义还是狭义的体育文化都有所不同。physical culture原在德语中指“锻炼身体”之意,后在日本被译为“身体文化”和“体育文化”。在19世纪末期,physical culture在欧洲主要是指一些带有艺术表演性质的身体展示活动与健美运动。sports culture这一词汇在东欧使用

较广,一般是指与运动解剖、生理学相对应的身体运动的文化性质。也有一些学者将其用于从社会文化现象视角研究竞技运动。

中国的体育文化研究是20世纪80年代在当时学术界“文化研究热”中产生的。其主要观点是将体育置于广泛的社会文化背景下,作为一个独特的社会文化现象和社会文化系统加以认知和研究,并在研究方法上主张综合引入文化学、历史学、社会学、传播学、宗教学、民族学、美学和艺术学等理论与方法研究体育。这在当时社会和教育界主要从生理学层面将体育视为一种“增强体质”的手段背景下具有重大的理论意义。20世纪80年代,学术界的体育文化研究极大地拓展了国内体育科学研究的视野,深化和丰富了体育科学研究体系,对传统体育观和体育认知模式的改变起到了重要推动作用,并催生了体育文化学、体育美学、体育哲学、体育社会学等一批体育新兴学科。正因为如此,1986年由成都体育学院一批青年教师发起的“全国首届体育与文化研讨会”才会在国内相关学术界引起强烈的反响与震动,并对体育科学研究产生了深远的影响。

从目前来看,国内的体育文化研究虽然起步于20世纪80年代,但总的来说,研究成果还较少,水平也有待于提高。今天中国体育的实践尤其需要学术界提供高水平的体育文化研究成果,包括体育文化史、体育文化传播、体育文化冲突、体育文化变迁、中外体育文化交流、少数民族体育文化、民族传统体育文化,以及体育思想史、体育艺术史、体育建筑史、中外体育电影、体育与文化的关系等。必须指出的是,只有当学术界的体育文化研究成果与当代中国的体育实践,尤其是体育文化建设相结合的时候,中国的体育文化研究才能够真正获得实质性的突破与成就。

### 3 体育文化建设的重要意义与任务

什么是体育文化建设?就是在抓好全民健身和竞技体育这两大核心文化的同时,发展和开发体育的衍生文化形态,包括与体育有关的精神、道德、制度、新闻、宣传、影视、出版、艺术、表演、会展、广告、博物馆等,使中国体育发展成为促进社会文明进步的主流文化和重要文化产业。

胡锦涛同志指出:“体育是社会发展和人类文明进步的重要标志,是综合国力和社会文明程度的重要体现。”<sup>[7]</sup>这一论断就是从广义文化的角度对体育的科学阐释。在现代文明尤其是信息技术高速发展的背景下,体育已经发展成为以大众健身和竞技体育为核心,集政治、外交、教育、文化、产业为一体的、影响广泛的社会与经济现象。体育不仅能为当代人类提供健康的身体和健壮的体魄,塑造强大的精神意志和完美的人格,促进社会和谐进步和人类和平,还能人类社会提供丰富多彩的文化生活和文化产品,满足当代人类社会日益丰富的情感需要和社会需求。

在建设体育强国的过程中,体育文化建设被赋予了新的重要意义和地位。人民群众对体育的需求不仅越来越高,而且也越来越丰富和多元化。人民群众不仅需要体育提供健身手段与服务,不仅需要国际赛场上的优异成绩和观赏到各种高水平赛事,而且还希望享受到各种高质量的体育文化产品和服务。因此,我们不仅要在竞技体育领域取得新的成就,进一步大力

开展群众体育和全民健身活动,推动体育产业的发展,而且还要大力促进和发展丰富多彩的体育文化,满足小康社会的中国人民日益增长的体育文化需求。

体育文化建设是当代中国文化建设和发展的重要组成部分,是促进精神文明建设,繁荣发展先进文化的重要内容与手段。在实现中华民族伟大复兴的历史进程中,体育文化不仅是提高全民族身体素质、促进人的全面发展的有效手段与途径,而且为经济社会全面协调发展提供强大的精神动力,同时还是促进社会经济发展的重要文化产业门类<sup>[8-11]</sup>。繁荣发展体育文化,是中国现代文化建设的需要,是中国走向现代文明大国的需要,也是大力发展社会主义文化产业的需要。

同时,我们还应高度重视中华传统体育文化建设工作。中华体育文化源远流长,内容丰富,形式多样,健康积极,它所包含的行健不息精神、达观平和态度、康乐长寿追求以及注重礼仪、谦恭礼让、崇尚品德等特征,成为生生不息的中华民族传统文化的精华<sup>[12-14]</sup>。改革开放以来,随着中国体育事业的发展,中华传统体育文化与以奥林匹克精神为代表的现代体育文化高度结合,成为当代中国先进文化的重要精神内容。

目前,与世界体育发达国家相比,我国的体育文化建设相对于竞技体育、群众体育和体育产业发展相对滞后,体育文化市场尚处于探索和起步阶段,无法满足人民群众对体育文化日益增加的需求。一些地区的体育部门对发展体育文化的认识和重视程度不到位,其思维尚停留在“抓体育就是抓金牌”的误区中。这些均不利于我国体育文化事业和体育文化产业的建设与发展。

笔者认为,当前中国的体育文化建设迫切需要在以下几个方面寻求突破。

其一,体育文化建设必须转变体育观念,推动体育体制改革并建立新的运行机制。应该说,中国的体育体制和运行机制是以群众体育和竞技体育为中心建立起来的,而这套管理体制和运行机制对于进行体育文化建设则不一定适用。我们应当认识到,体育文化建设与其他体育工作(如训练、比赛)不同,不可能由体育部门或体育组织自己独立完成。体育文化建设的性质决定了体育界必须与新闻、广播电视、文化等部门建立密切的合作关系。更重要的是,体育文化建设的运行机制主要是通过市场手段来实施的,而这正是在我国目前体育体制和运行机制下的难点。体育文化建设必须首先在体育文化体制的改革和体育文化市场运行机制方面寻求突破,在政府部门强有力的引导下,建立适合我国国情的体育文化市场体系,通过政府、社会、市场等各方面的共同努力促进中国的体育文化建设发展。

其二,大力打造我国的体育赛事活动文化产品。现代体育已经发展成为高度商业化和市场化的产业体系,其产业核心是高度市场化的体育赛事活动和各类体育文化相关产品。作为体育产业链的起点,中国体育必须为体育文化市场提供核心产品——高品质的体育赛事,而这正是目前我国体育文化产业发展的瓶颈。没有高品质的商业体育赛事活动,就不能吸引公众以及媒体、广告商、赞助商的关注和投入,也不能形成门票、服装、纪念品等相关产品市场。应该看到,虽然我国的竞技体育

能够在奥运会上拿几十块金牌,却无法形成繁荣的体育赛事产业和市场。改革体育体制和运行机制,才是推动我国体育文化建设的最大动力与关键。

其三,高度重视体育精神道德建设。体育比赛与体育活动不仅仅可增进健康,更重要的是促进人格的培养和人的全面发展。体育精神包含的顽强拼搏、公平竞争、服从规则、团队合作、尊重对手等是近现代人类文明的普遍价值。奥林匹克精神所崇尚的公平竞争和团结友爱是现代人类社会的基本准则。中华传统体育精神更是中国传统文化思想的精华。不得不承认的是,目前在我国,体育精神和体育道德的塑造与培养还是薄弱环节,将体育片面理解为仅仅是身体健康和胜负锦标,是造成体育比赛中金牌至上、锦标主义、诚信缺失、道德失位,甚至黑哨、假球、虚报年龄、服用兴奋剂、球场暴力、不尊重裁判员、行贿受贿等丑恶现象及违法行为频发的重要原因。我们必须高度重视体育文化建设,利用新闻媒体和各类传播手段宣传爱国主义精神和体育精神,注重体育在青少年精神道德培养中的重要作用与影响,弘扬中华传统体育精神。

其四,高度重视现代传媒在体育发展中的重要作用。在信息时代,包括报纸、广播、电视、书刊、网络等在内的大众传媒是推动现代体育发展的主要引擎和动力之一。公众通过传媒认知和享受体育,传媒亦通过电视转播权销售和赞助等形式为体育发展提供必要的资金。不可否认,与欧美国家相比,我国的体育传媒尤其是体育传媒市场的发育尚处于低水平阶段。对此,体育与传媒双方应在市场机制基础上加强合作。第一,体育界应为媒体提供高品质的赛事转播资源和体育新闻资源;第二,体育界和媒体必须共同努力打造中国的媒介体育市场,尤其是电视和网络体育转播销售权市场;第三,体育界应主动做好媒体服务,建立完善的新闻发言人制度并重视“官网”建设。

其五,大力发展体育艺术与博物馆。在中外史上,体育与艺术关系密切,雕塑、音乐、舞蹈、绘画、摄影、邮票、文学作品等都是表现和展示体育精神和体育之美的理想载体与形式。要利用体育比赛、城市雕塑、体育艺术节、各类会展等平台,鼓励体育艺术创新,展示体育艺术创作,以此美化环境、陶冶情操和教育青少年。不仅应加快国家体育博物馆的建设,而且要鼓励、支持地方、高校和民办体育博物馆建设。提倡和支持利用体育赛事和体育节活动,举办多种题材的体育陈列与展览。

其六,加强体育文化遗产保护。高度重视体育文化遗产的挖掘、保护和研究工作。加强体育物质文化遗产和非物质文化遗产的挖掘保护工作,有条件的地方要推动“申遗”工作。高度重视并切实开展体育文物、档案、文献、资料的收集、整理、管理、收藏和研究工作;重视各地民族、民俗和民间体育文化的挖掘、保护与开发工作;重视和开展少数民族体育文化的挖掘、整理、保护与开发工作;重视对武术、气功等民族体育文化的挖掘、整理、保护和研究工作。

其七,促进体育哲学社会科学研究,开展和推动体育文化研究。发挥高校尤其是重点体育院校和科研单位的优势,积极推进学术观点、学科体系和科研方法创新,鼓励体育哲学社

会科学在开展基本理论研究的同时,注重与中国体育发展的实践相结合;加强体育文化、体育史、体育哲学、奥林匹克运动、体育新闻传播、体育法学、体育社会学、体育经济与管理等学科建设;加强体育发展战略以及关系到中国体育发展重大理论课题的研究;针对国家和地方体育发展的实际问题开展相关应用性对策研究;加强对传承民族体育文化重大作用的研究。

#### 4 结束语

体育文化建设是实现体育强国目标的重要环节与组成部分。在体育实践中,体育文化是体育在文化领域的延伸。体育与体育文化是核心文化与衍生文化的关系。推动中国的体育文化建设要求体育界改变体育发展方式,树立新的体育发展观,加快体育体制改革,建立适合体育文化建设与发展的新的运行机制。同时,也有赖于中国文化体制改革和文化市场机制的建立与完善。

#### 参考文献

- [1] 科克利. 体育社会学: 议题与争议[M]. 6版. 管兵,译. 北京: 清华大学出版社, 2003: 24
- [2] 伍兹. 体育运动中的社会学问题[M]. 田慧,译. 北京: 人民体育出版社, 2011: 7
- [3] 王家宏, 陈华荣, 刘卫东, 等. 欧共体体育一体化研究: 《体育白皮书》及其附件编译[R]. 北京: 国家体育总局, 2008: 2
- [4] 克罗伯, 克拉克洪. 文化: 各种定义与概念的评述[M]. 波士顿: 哈佛大学, 1952: 26
- [5] 泰勒. 原始文化[M]. 连树声,译. 上海: 上海文艺出版社, 1992: 1
- [6] 克罗伯, 克拉克洪. 文化概念的批判性评注与定义[C] // 美国皮巴蒂考古与人种学博物馆文集, 1952: 47
- [7] 胡锦涛. 在北京奥运会残奥会总结大会上的讲话[EB/OL]. [2011-09-06]. [http://www.gov.cn/lhdh/2008-09/29/content\\_1109754.htm](http://www.gov.cn/lhdh/2008-09/29/content_1109754.htm)
- [8] 郝勤. 体育新闻学[M]. 北京: 高等教育出版社, 2004: 38
- [9] 易剑东. 体育文化学[M]. 北京: 北京体育大学出版社, 2006: 28
- [10] 刘峻骧. 东方人体文化[M]. 上海: 上海文艺出版社, 1996: 20
- [11] 程志理. 体育文化初探[J]. 上海体育学院学报, 1987(3): 18-23
- [12] 覃广利. 文化学辞典[M]. 北京: 中央民族学院出版社, 1988: 8
- [13] 祖父江孝男. 简明文化人类学[M]. 季红真,译. 北京: 作家出版社, 1987: 16-18
- [14] 白磊. 对体育文化研究的几点思考[J]. 中国科技信息, 2005(24): 25