

# 多维视角下的 体育文化研究

孙德朝 著



西南交通大学出版社  
[Http://press.swjtu.edu.cn](http://press.swjtu.edu.cn)

# 多维视角下的 体育文化研究

孙德朝 著



西南交通大学出版社  
[Http://press.swjtu.edu.cn](http://press.swjtu.edu.cn)

图书在版编目 ( C I P ) 数据

多维视角下的体育文化研究 / 孙德朝著. — 成都:  
西南交通大学出版社, 2014.1

ISBN 978-7-5643-2721-7

I. ①多… II. ①孙… III. ①体育文化—研究 IV.  
①G80-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 245350 号



多维视角下的体育文化研究

孙德朝 著

责任编辑

吴迪

封面设计

蝌蚪数媒

出版发行

西南交通大学出版社

(四川省成都市金牛区交大路 146 号)

发行部电话 028-87600564 028-87600533

邮政编码 610031

网 址 <http://press.swjtu.edu.cn>

印 刷 成都蜀通印务有限责任公司

成品尺寸 148 mm × 210 mm

印 张 5.5

字 数 149 千字

版 次 2014 年 1 月第 1 版

印 次 2014 年 1 月第 1 次

书 号 ISBN 978-7-5643-2721-7

定 价 22.00 元

图书如有印装质量问题 本社负责退换  
版权所有 盗版必究 举报电话: 028-87600562

## 前 言

从宏观层面上看，文化是人类所创造的一切物质财富和精神财富的总和、是一种生活方式、观念和主张，是一种历史现象，是社会历史的积淀物。从微观层面上看，文化是指一个国家或民族的历史地理、风土人情、传统习俗、行为方式、思考习惯、价值观念、文学艺术等包罗万象的符号指称。哲学家、社会学家、人类学家、历史学家和语言学家均试图从各自的研究视域赋予文化概念及意义。美国文化人类学家、修辞家、符号人类学和释义人类学倡导者克利福德·格尔茨认为：“文化是使用各种符号来表达的一套世代相传的概念，人们凭借这些符号可以交流、延续并发展他们有关生活的知识和对待生活的态度。”其对文化研究的深入，衍生出了对文化的分层。要对文化进行深入研究，需要对文化的指向及其蕴涵进行符号学阐释，更需要对文化符号的自我路径进行人类学和符号学的关照和关怀。这些学科的研究对体育文化事理的研究都显得尤为重要。

“体育”一词，同样是哲学家、社会学家、人类学家、历史学家和语言学家倍感头痛的概念。在研究中，概念虽是思维的细胞，但概念的难以把控是研究存在局限性的症结所在。但意义的阐释可弥补概念中的模糊，在体育扮演国家生产力、群体凝聚力和个体生命力的时代符号意指下，本书契合了我国后奥运时期的“体育强国”的建构特点，从体育强国文化研究、休闲时尚体育文化研究、传统体育文化研究三大部分对体育文化进行多维视角探析，力求运用思辨思维方式和发散思维方式对我国体育文化进行思考及感悟，观点和错误难免疏误，望就教于各位同仁。

孙德朝

2013年10月

# 目 录

## 第一部分 体育强国文化研究

体育强国文化符号学阐释 .....	3
体育综合实力要素构成及其量化 .....	13

## 第二部分 休闲时尚体育文化研究

马术运动文化符号解析 .....	29
中国马术运动发展面临的问题及路径选择 .....	42
中国高尔夫运动的文化符号阐释 .....	55

## 第三部分 传统体育文化研究

近六十年中华民族传统体育文化符号学分层透析 .....	69
“文化智慧之树”：中华民族传统体育文化价值的诠释 .....	81
少数民族传统体育文化圈的结构层次及功能价值 .....	89
大香格里拉地区少数民族传统体育依附性文化特征初探 .....	96

中国少数民族传统体育集聚和辐射机理分析 .....	109
西部少数民族传统体育研究的未来趋势——以彝族为例 .....	120
彝族摔跤的文化人类学阐释 .....	129
彝族蹓脚舞的文化符号及其传承与嬗变研究 ——以四川省会理县鹿厂镇小黑箐乡白沙村为例 .....	139
羌族“推杆”的文化人类学阐释 .....	156
后 记 .....	168

# 第一部分

## 体育强国文化研究





## 体育强国文化符号学阐释

关于体育强国的研究,目前主要有以下成果:肖焕禹等(2009)对体育强国内涵进行了全面阐释<sup>[1]</sup>;鲍明晓(2009)对体育大国向体育强国迈进进行了战略思考<sup>[2]</sup>;田麦久(2008)从竞技体育的视角进行了全面的论证<sup>[3]</sup>;徐本力(2009)就体育强国、竞技体育强国、大众体育强国进行了层次上的深入剖析<sup>[4]</sup>;于永慧(2010)就“体育强国”的制度创新——组织改革进行了剖析<sup>[5]</sup>;周丽萍、田雨普(2010)就体育大国与体育强国进行了宏观探析<sup>[6]</sup>;黎红专、孙德朝(2010)从文化分层对体育强国进行了探讨<sup>[7]</sup>。本文则从文化符号学视野出发,力求对体育强国进行更深入的研究。

### 一、体育强国的“符号化”

现代西方符号学代表人物卡西尔在其名著《人论》中写道:“人是符号的动物,即用符号去创造文化的动物……人生活在理想世界中,始终努力把理想变为现实……人类的全部文化都是人自身以他自己的符号化活动所创造出来的‘产品’……人类的活动就是符号活动,人类使用符号去创造文化。”<sup>[8]</sup>依据卡西尔的观点,对“体育强国”的构建是一种符号化动态发展过程。人们通过具有特殊韵味的“体育符号”,与客观世界互动,从而促进东西方文化交流,并形成内涵丰富的广义体育符号系统。体育之所以具有强烈的吸引力和号召力,很大程度上取决于体育本身的符号意义。依照西方现代符

号学的两大流派（皮尔斯符号学流派和索绪尔语言符号学流派：皮尔斯符号学中的符号是认知、思维的工具，而索绪尔语言符号学的符号是表达交流的工具<sup>[9]</sup>），体育强国符号所反映的意指和交流功能、认知和思维功能正是其涵盖的两大层面。人们在参与体育活动的过程中（对自身自然进行改造的过程和对文化进行播化和涵化的过程）不断吸纳世界先进体育文化，并与自身文化交融碰撞、兼容并蓄，促进体育的一元化和体育文化的多元化。新中国成立以来，体育强国在以下四方面具有符号化标识：一是竞技体育器物标识；二是体育制度文化标识；三是场地器材行为标识；四是从国家领导人到普通老百姓体育观念和健康本我意识标识。四大标识对体育强国符号化研究具有度量意义。

### （一）竞技体育层面

我国运动员自1977年获得四个世界冠军以来，在各年获得世界冠军的数量呈增长稳定态势（见图1）。自1974年参加亚运会、1984年参加奥运会以来，我国在奥运赛场上获得的奖牌数凸显出我国竞技体育强国的比较优势，尤其在亚洲竞技体育强国上优势明显（见图2、图3、图4、图5）。从竞技体育价值取向——获取优异运动成绩和以比赛获胜为目的来看，我国竞技体育积聚效应优势突出，在世界竞技体坛上优势明显，竞技体育文化符号标识明了。但这种竞技体育所扮演的体育强国符号表象化特征突出：其一，我国竞技体育人才培养的“金字塔”模式，站在“塔尖”的金牌得主与构建“塔基”的跟随者形成巨大反差，毫无夸张地显出一种“上帝”与“凡人”的无奈对话；其二，竞技体育以牺牲健康为代价的价值取向，在“以人为本”、以“健康为本”的伦理价值面前，与其所追求的“金牌效应”诉求一起越显淡出；其三，对竞技体育的“高投入”与“低产出”的这种资源配置方式，伴随着人们经济的理性提高，这块“蛋糕”政府必须重新分配和切割；其四，“人口红利”阶段竞技体育显现出其发展的优越性，但在“人口负债”阶段（或曰“独生子女

女阶段”和“人口老龄化阶段”)却会出现更多从业者不均衡发展的态势。

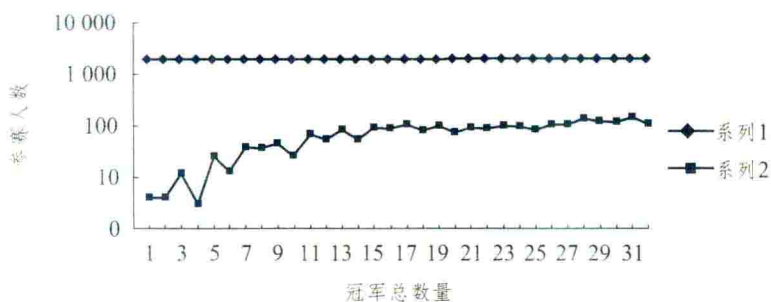


图1 1977—2010我国运动员获世界冠军统计图(对数图)

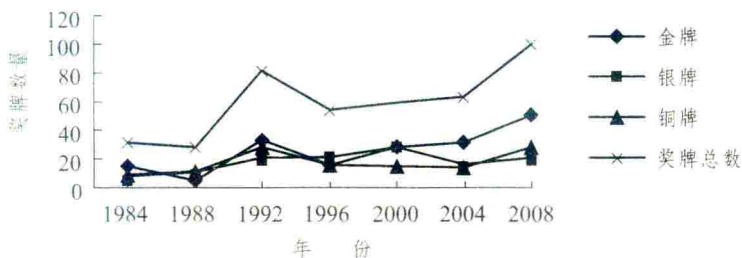


图2 1984—2008年中国队参加奥运会获得奖牌趋势图

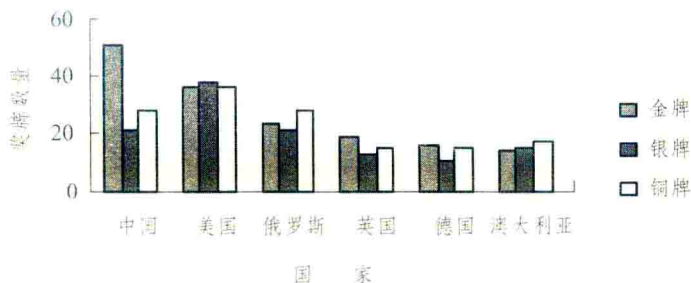


图3 2008年第29届北京奥运会奖牌榜

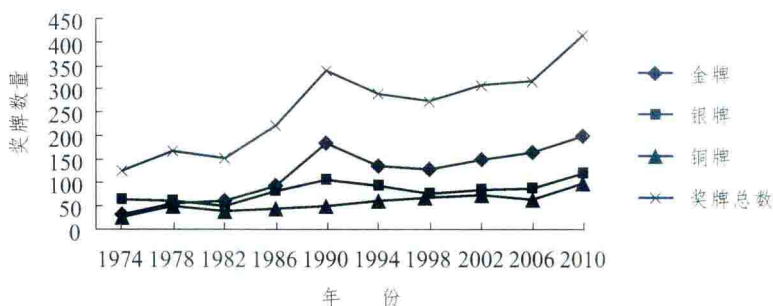


图4 1974年以来中国运动员参加亚洲运动会获得奖牌统计图

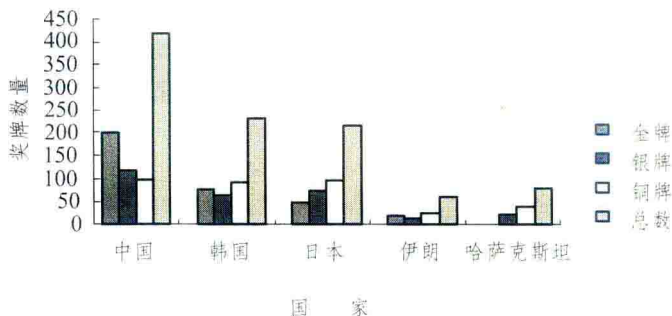


图5 2010年第16届广州亚运会前五名奖牌统计图

## (二) 体育制度层面

截至2010年12月31日,我国现行有效体育法律文件为1件;行政法规和规范性文件共16件;部门规章和规范性文件共130件(其中综合类15件,群众体育31件,竞技体育21件,体育经济18件,劳动人事31件,科技教育4件,外事、监察2件,其他8件)<sup>[10]</sup>。现行有效体育法律法规从国家的元政策—基本政策—具体政策体现出我国体育公共事业管理的制度化、社会化发展的脉络和途径,这些政策性举措对中国体育事业发展起到了战略性的意义,构建出了未来中国体育发展的轮廓,在我国体育大国向体育强国迈进的道路上发挥了法制建设和基础保障作用。但通过对我国现行有效的法律

和法规进行深度的解读,则发现其凸显出我国计划经济时代的局限性特征,为不断适应我国社会发展对体育的动态需求,适应市场经济发展的需要和体育全球化趋势,诸多的法律和法规需要进一步修正和完善。体育事业产品具有外部收益性特征<sup>[11]</sup>,政府各相关职能部门应从不同的视域对体育拉动消费、体育产业对经济增长方式的转变、体育经济对集约型社会构建、体育事业的发展对改善我国民生问题具有重要的意义等进行深度的探讨与剖析。

### (三) 场地器材行为层面

1997年,第四次全国体育场地普查结果表明:全国共有各类体育场地 615 693 个,占地面积 20 亿 7 千万平方米,建筑面积达 7.8 亿平方米,人均占有体育场地的面积由新中国成立时的 0.05 平方米增加到 0.65 平方米;累计投资额约 372 亿元人民币。利用体育彩票公益金在全国兴建了 3 531 个“全国健身工程”、全民健身路径 10 000 多条,为边远贫困地区投资修建体育设施 33 个、“全民健身活动中心” 21 个……<sup>[12]</sup>第五次全国体育场地普查结果表明,到 2003 年年末,我国共有各类体育场地 850 080 个,比 1995 年末增加了 38.1 个百分点;占地面积 22.5 亿平方米,比 1995 年末翻了一番;体育活动场地面积 13.3 亿平方米,比 1995 年增加了 70.5 个百分点;每万人拥有体育场地 6.58 个,比 1995 年末增长了 31.6 个百分点;人均体育活动场地面积 1.03 平方米,比 1995 年末增长了 58.5 个百分点。其中体育系统的体育场地为 18 481 个,比 1995 年末增长了 28.3 个百分点;占地面积 17 002 万平方米,比 1995 年末增长了 72.7 个百分点。为了解决群众身边体育场地短缺问题,从 1997 年开始,中央和各级地方政府利用体育彩票公益金和政府财政,为城乡居民修建经济实用的“全民健身工程”。到 2004 年年末,“全民健身工程”总面积已达 3 664.6 万平方米,建设群众身边的健身路径工程 33 314 条。配置小篮板 16 456 副,修建乒乓球台 60 645 个,购置体质测试器材 2 461 套。此外,“德政工程”、“雪炭工程”也取得了初步成效<sup>[10]</sup>。

从符号的功能上来看(符号具有命名指述功能、表现功能和信息传递交流功能),硬件条件的改善和提高对我国体育大国向体育强国的转变奠定了符号学行为基础。一方面,从行为特征上凸显了特殊时代人们对体育的需求,利用场地器材对人们体育消费与需求的这种高浓度的聚集与辐射效应,演绎了社会历史过程是一种不断“生产”和“消费”符号的动态历程;另一方面,场地器材的大幅度提高,折射出新时代人们对“体育功能”需求观念的蜕变,延伸出人们对“休闲时代”到来的工具需求。从上述统计数据来看,我国体育场地器材的整体情况发展良好,但与发达国家相比,差距较大。在现实条件下,我国场地器材与人们对其需求具有较大差距,尤其是人均场地面积。因此,如何合理利用和使用场地器材,在高效率的基础上实现资源配置,以符合我国“人口大国”特殊国情是体育与民生关系的重要课题。

#### (四) 观念层面

党和政府对体育十分关注和重视。不仅践行“欲文明其精神,先野蛮其体魄”的体育认识和理念,还发出“发展体育运动,增强人民体质”的光辉题词,“健康第一、学习第二”等具有远见的指导语。孙中山、周恩来、朱德、贺龙等老一辈无产阶级革命家对体育功能价值进行了深刻解读。在“以健康第一”的教育理念下,在提高人们生活质量和构建和谐社会的发展导向下,党和政府最近对体育的关怀在观念层面上取得了新的突破。

党的十六大政府工作报告的主题是全面建设小康社会,开创中国特色社会主义事业新局面。十七大提出了“实现全面建设小康社会奋斗目标的新要求”,指出要增强发展协调性,努力实现经济又好又快发展;要加强文化建设,明显提高全民族文明素质;要加快发展社会事业,全面改善人民生活等。这些内容都与群众业余文化生活、社会精神文明建设有密切关系,也对体育产业的发展提出了新的更高的要求。特别是“推动社会主义文化大繁荣”

这一部分强调：“广泛开展全民健身运动……”目前，“小康社会”、“生命质量”、“健康生活方式”、“体育新经济增长点”等主题词逐渐被人们接受和采纳，体育成为群众科学、文明、健康生活方式的重要组成部分。社会主义和谐社会的建设目标，则对体育振奋精神、凝聚人心、战胜困难、增进友谊等方面的功能及价值取向提出更高的要求。

## 二、实现我国符号化体育强国的思路

“体育强国的符号化”是对我国体育事业已取得的成果进行肯定的基础上，对其存在问题进行宏观分析与描述，并探讨其发展路径。符号化的体育强国是体育事业发展的未来趋势，是对现有体育事业的完善。“符号化体育强国”，必须立足国情，把握大局，形成统筹管理，协调配合，多方共建的局面。符号化的体育强国，“体育体制”是保障，全民健身是重点，体育产业发展是核心，四大体育形态协调发展是归宿。

### （一）完善“体育体制”是保障

我国“竞技举国体制”是在特殊的历史背景下衍生的产物，在判断其优越性和局限性、剖析其历史效应时必须站在特定的历史时空下对其进行客观认识。我国“竞技举国体制”在集中全国优势力量夺取金牌方面功绩显著，可以毫不夸张地称之为一个高效率的“夺金符号”。在耀眼的金牌背后，政府付出了高昂的成本，其高度集中的体制垄断了大部分体育资源，现已不适应我国符号化体育强国发展的要求。如何在体制上变完全垄断为政府主导下的“完全竞争”，对资源进行重新配置，提高效率，并对诸如新退役运动员走法规化和法制化“体教结合”；解决青少年体质持续降低的现实问题；以政府主导完善体制，并在各区域性发展上协调和均衡发展等课题对“体育体制”的完善具有保障意义。

## （二）抓全民健身、促健康本我意识是根本

职工体育、农民体育、社区体育、村落体育是切实提高我国体育人口素质的根本问题和症结。我国正处于社会转型和经济体制转轨时期，此时，由政府代表体育公共利益的主体，加强宏观管理具有迫切性。应做到：由企业承担职工健康的社会责任；农民体育活动项目单一、体育组织化程度低、体育消费水平低，尤其是农民工劳动时间长、强度大、闲暇时间不足、无合适的场地器材、不擅长体育活动等瓶颈问题应列入狠抓的重点；对如何以社区体育经营规模、权责利、经济媒介为动力，优化社区体育经营管理也是急需解决的重要问题。如何在社区形成多个“内聚化”群体；在城市社区建立“自组织”活动是社区体育社会化改革的必然趋势，也是符号化体育强国迫切要解决的问题。

## （三）优化体育产业发展是“抓手”

目前，我国体育产业集聚与辐射效应在全国出现严重不均衡的现象。如体育用品业主要集聚在我国东部，体育竞赛表演业主要集聚在我国一类大城市，体育中介业发育不全，体育产业人才匮乏。在动力机制上，如何在政策层面和实践操作层面上，建立“点—轴—环”的区域体育产业的发展是我国符号化体育强国的核心，其对体育成为我国新经济增长点，对解决我国人口就业、拉动消费、解决民生等诸多问题具有集聚与辐射效应。鲍明晓提出依托区域经济的发展格局，构建以快速城市圈为基点“三主四从”基本构架颇具代表性和前瞻性<sup>[13]</sup>。

## （四）四大体育形态集聚与辐射均衡是归宿

从“竞技举国体制”对体育资源配置来看，我国竞技体育符号化能标识特征突出。但奥运会上取得的成绩并不能掩盖中国体育发展中逐渐突显的问题。从竞技体育、学校体育、群众体育和军事体育四大形态上为我国体育发展不平衡蕴含出图 6 左上的分配机制，如何在符号化的体育强国的理念下，向左下和右上，最后集中



于右下的分配是四大体育形态“做大做强”、“填充物含量高”、集聚与辐射效应均衡发展的最终归宿。由左上到左下是在原有分配基础上做大，由左上到右上是在原有分配基础上做强，由右上到右下是在原有分配基础上“填充物含量高”，由左下到右下，结合“填充物含量高”是将我国体育做大做强，最终达到符号化体育强国的最终归宿。

我国四大体育形态历史份额分配图



我国四大体育形态发展趋势图



我国四大体育形态发展趋势图



我国四大体育形态新份额分配图

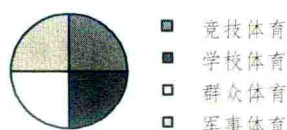


图6 我国符号化体育强国的四大体育形态份额分配图

### 三、结 语

我国在体育大国向体育强国的动态转变过程中，“体育强国”的符号化标识特征突出，符号化的“体育强国”是我国体育强国动态发展的永恒话题。伴随着我国和谐社会构建日臻完善，体育作为人民健康生活的文化元素，符号化体育强国是矗立于世界民族之林的通识符号。北京奥运会后，如何构建普及基础上的四大体育形态和谐发展的体育强国；超越金牌发展方式，参照发达国家体育强国的