

体育文化建设的重要着力点与策略

李艳翎, 刘哲石

摘要: 大力发展体育生活文化、体育形象文化、体育创意文化是体育文化建设的重要着力点。深化文化体制改革、健全体育文化制度、加大投资力度和造就宏大卓越的体育文化队伍是体育文化建设重要着力点的保障。

关键词: 体育文化; 体育生活; 体育形象; 体育创意

作者简介: 李艳翎, 湖南师范大学体育学院教授, 博士生导师, 博士(湖南 长沙 410081)

刘哲石, 湖南师范大学体育学院博士研究生(湖南 长沙 410081)

党的十八大报告指出:“全面建设小康社会, 实现中华民族伟大复兴, 必须推动社会主义文化大发展大繁荣”。体育是文化建设的重要内容。《体育事业发展“十二五”规划》将“加强体育文化建设”作为体育发展的一项基本原则, 提出要深入挖掘体育文化的内涵, 夯实体育发展的社会基础和文化根基, 提升中国体育的软实力。因此, 深入研究新形势下我国体育文化建设面临的新情况新问题, 制订相应的体育文化发展战略, 必须找准体育文化发展的着力点, 以及如何着力的策略。

一、体育文化建设的重要着力点

体育文化是一切体育活动中展现出来的一种特殊的文化现象, 它是人们在体育实践过程中为谋求身心健康发展, 通过竞技性、娱乐性、教育性等手段, 以身体形态变化和动作技能所表现出来的具有运动属性的文化。体育文化与人们的现实生活紧密联系, 影响人们的价值观, 影响社会精神文明和物质文明。为了充分发挥体育在建设社会主义先进文化中的作用和功能, 让体育成为社会主义先进文化的传播者和创造者, 成为时代精神的倡导者和先行者, 体育文化建设的重要着力点应该放在发展体育生活文化、体育形象文化和体育创意文化三个方面。

1. 体育生活文化

体育生活文化的发展直接关系到人的体育基本权益的保障。体育权作为基本人权, 涉及人们参与体育锻炼、开展体育竞技、欣赏体育比赛等方面。体育生活文化, 就是以体育参与为手段, 以身体练习为内容, 以休闲娱乐为形式, 以增进人的身心健康为目的的体育文化。发展体育生活文化的目的, 就是要使体育运动或体育活动成为现代人日常生活中不可或缺的重要内容, 成为人们日常生活中的一种持续稳定的态度和行为习惯, 即体育生活方式。体育生活方式是一种现代文明的生活方式。体育生活方式作为体现人的本质与价值的生命活动及社会实践, 是一种人性的解放, 对于人的自由全面发展具有促进作用。体育生活方式能调节并改善人们由于现代文明所带来的饮食、营养、工作、社会交往、自身成长等几乎包括人类所有生活方面存在的不合理部分, 对形成人类的健康生活、健康社会交往、适应自然环境和社会环境能力的提升起着重要的作用。因此, 良好的体育生活文化是构建和谐社会的重要基础。

(1) 休闲体育是体育生活文化的核心内容

休闲体育的内容有许多, 依据项目划分有球类、田径类、体操类、武术类等, 依据场地划分有室内休闲

基金项目: 国家体育总局重点项目“体育文化建设研究”(1709SS11117)

项目和户外休闲项目;依据运动负荷来划分有技能性运动休闲和体能性运动休闲等。无论是何种休闲体育,都是通过运动的方式,愉悦身心,舒缓压力,达到增进健康、人与自然和谐、人与人和谐、人与社会和谐以及人的自我和谐的目的。

时尚休闲体育是休闲体育与时俱进的产物,即是在某一段时间内,被人们普遍采用最流行、最新颖的、为了休闲娱乐和增进健康的社会文化活动。时尚休闲是体育生活文化的一种现实表达。时尚休闲体育具有新颖性、趣味性、娱乐性、流行性、大众性、国际性和时代性等特征。譬如健美操、啦啦操、街舞、体育舞蹈、滑雪、轮滑、滑板、沙滩排球、蹦极、攀岩、远足、山地自行车、游泳、潜水、冲浪、漂流、帆船、跳伞、热气球运动、网球、保龄球、高尔夫球等。时尚休闲体育与传统体育紧密联系,如,高尔夫球和网球既是传统项目又是时尚运动。

崇尚新颖、追求时髦、引领潮流、力争前卫,这是现代人特别是现代年轻人的共性。在时尚文化流行的过程中,模仿是赶潮者得以求同领潮者的基本心理机制之一,模仿在建构个体认同也在建构着群体认同和社会认同。在个体层次上,时尚满足了个体分化的需求,同时又满足了社会依赖的需求。从更宽泛的视野上看,它反映了一个流动社会的潜在运行机制。因为人们在追求与模仿时尚的事物时,心理上会产生一种安全感,当越来越多的人跟随时尚,它就会成为一种无形的规范,并逐渐成为一种强势文化,会对公众起到约束作用,从而让人们不得不跟随时尚。现代社会中,时尚往往不是“精英时尚”,而是一种“大众时尚”。为此,我们要营造良好的社会文化氛围,发展与引领时尚休闲体育,不断提高人们体育生活文化的品质,促进我国体育生活文化的全方位、多维度发展。休闲体育将是未来体育发展的趋势之一,它将在今后人们的休闲生活中占据主导地位。

(2) 活跃家庭体育和社区体育是夯实体育生活文化的重要途径

家庭是社会的细胞,是社会的初级群体。社区是人们进行一定的社会活动、具有某种互动关系和共同文化维系力的人群及其活动区域。体育作为现代人的一种生活方式,它离不开家庭与社区的依托,是家庭文化和社区文化的题中应有之义,可以使家庭生活、社区生活更有生机,更加多姿多彩。

(3) 加强学校体育是促进体育生活文化的必要保证

为了培养人的终身体育思想和体育习惯,提高人的综合素质,国家高度重视学校体育的开展。当前全国中小学、大学正在贯彻执行《教育部国家体育总局共青团中央关于开展全国亿万学生阳光体育运动的决定》(教体艺[2006]6号)和《中共中央国务院关于加强青少年体育增强青少年体质的意见》(中共中央[2007]7号)的文件精神,目的是要求各级学校领导重视体育教育,让学生掌握体育锻炼的技能,养成体育锻炼的习惯。2012年10月国务院办公厅转发的教育部等部门《关于进一步加强学校体育工作若干意见的通知》(国办发[2012]53号)进一步明确指出:“着力培养学生的体育爱好、运动兴趣和技能特长,大力培养学生的意志品质、合作精神和交往能力,使学生掌握科学锻炼的基础知识、基本技能和有效方法,每个学生学会至少两项终身受益的体育锻炼项目,养成良好体育锻炼习惯和健康生活方式。”培养和养成终身体育锻炼的思想和习惯是促进体育生活文化的持续发展的保证,而这离不开对学校体育教育的加强。

(4) 活化民族传统体育文化是丰富体育生活文化不可或缺的资源

我国民族传统体育博大精深。改革开放使中国体育开始步入全球化的发展轨道。面对一个开放的时代,中国文化面临着由传统文化向现代文化的转型,民族传统体育赖以存在的条件和基础正在受到前所未有的挑战。西方体育的全球化,加速中国民族传统体育向西方体育融合。“主流与从属的社会文化结构势必要产生文化的碰撞与冲突,势必要导致主流文化和强势文化对从属文化和弱势文化侵蚀并且同化的结果。”因此,为促进中国民族传统体育文化的活化,在保持中国民族传统体育精华的前提下,吸收和接纳西方体育,融入现代体育元素,综合创新中华民族传统体育,是丰富体育生活文化不可或缺的资源。

中华武术流派众多,风格各异,历史积淀深厚,具有强身健体、防身自卫、娱乐表演、修身养性、陶冶情操和德行教育的功能,应当积极推广、发扬光大。为此,必须遵循武术的发展规律,与时俱进完善武术的技法结构,必须坚持武德至上的习武精神,必须加快武术的国际化进程,让武术走向世界,让世界拥有武术。

民间民俗体育是与民间风俗习惯密切相关的,主要存在民间庆典活动、节庆活动、宗教活动、祭祀活动

之中,是一种世代传承和延续的体育文化形态,具有集体性、表演性、地域性、仪式性和传承性等特点,譬如,舞龙舞狮、龙舟竞渡和赛马等,为广大人民群众所喜爱,亦应当受到高度重视和大力扶持,使之在体育生活文化的园地里发挥更大的作用。

2. 体育形象文化

体育形象文化,是围绕竞技体育而展开、以体育传播为手段、以体育成果为表现、以弘扬体育精神为旨归的体育文化。

(1) 体育形象文化要重在树立国家形象

体育是国际语言,具有普世性的文化特征。体育活动可以超越时空的限制进行沟通和交流,它可以穿越各种国际政治和外交领域的障碍在跨文化传播语境中有效地传播。国家形象是国际社会对一国客观状况总体上、综合性的认知和评价,是一国软实力的重要组成部分。国家形象具有物质本源性、主观性和人们对国家形象的认知性,而人们的认知是需要通过传播媒介有效宣传的。在当今全球化背景下,国家形象对于一国在国际社会生存与发展至关重要,而体育对塑造国家形象具有独特功效。体育强化国家认同。奥运会是世界不同肤色、不同民族、不同信仰、不同语言国家运动员的大聚会,奥运会不仅是全世界最有影响力的体育盛会,也是全世界最为瞩目的媒介,是展现国家形象的大舞台。奥运会促进主办国政治经济发展,促进举办国和他国的全方位认知,为主办国提供了一个与外界进行文化沟通交流的平台。譬如北京奥运会的举办就展现了中国的综合国力,促进了中国负责任大国形象的塑造。因此,体育形象文化建设要重在国家形象的树立。

(2) 体育形象文化要重在弘扬体育精神

体育的精髓在于顽强拼搏,在于团结协作,在于公平公正,在于弘扬民族精神和时代精神。竞技体育的竞赛强调公平、公正,以遵守规则为前提,竞赛公平且规则神圣,不守规则者在竞赛中提前出局或者受到道德的非难与法律的制裁。一个公平公正的社会必须是承认人人都有生存价值,个个都可公平公正竞争的社会,是一个优胜而劣不汰的社会。在这样的社会中,优秀者通过公平公正竞争而胜出,同时,弱者也应得到相应保护。因此,竞技体育运动中公平公正竞争原则的示范、演绎、迁移有利于社会的民主与法制建设,竞技体育规则是规范社会生活和行为的制度文化,竞技体育文化活动是调和人际关系的先进文化枢纽。

“更快、更高、更强”的奥林匹克格言不仅是对个人的不断进取、自我超越、永不言弃的奋斗精神的期待,也是对国家和平崛起的期待。例如,20 世纪 80 年代中国女排在世界锦标赛中获得的五连冠,被国人誉为中国“女排精神”,女排精神很好地诠释了为“为国争光、无私奉献、科学求实、遵纪守法、团结友好、顽强拼搏”的中华体育精神。再如,2008 年北京奥运会中国代表团获得 51 枚金牌,金牌数排名第一,这一骄人成绩让国人沸腾,海外华侨欢呼雀跃,海内外掀起了巨大的爱国热潮。这种巨大精神力量和凝聚效应对期待崛起的中国来说尤为重要。在当代中国,一切有利于发扬爱国主义、集体主义、社会主义的思想和精神,一切有利于改革开放和现代化建设的思想和精神,一切有利于民族团结、社会进步、人民幸福的思想和精神,都属于社会主义文化建设的主旋律。体育形象文化建设是社会主义文化建设主旋律的重要一脉。

3. 体育创意文化

体育创意文化,是一种围绕体育产业运作而生成的体育文化,它是体育与经济相结合,且与新技术相融合的产物。

现代信息技术、网络技术、数字化技术及通信技术等现代科技的迅猛发展,给中国文化产业带来了革命性变化,随着文化和科技融合的深入,文化产业的内涵和外延不断扩大,以新媒体、网络游戏、数字出版、动漫等为代表的新兴文化产业正在蓬勃兴起。新技术运用到体育文化产业之中,则促进了传统体育产业的升级,成为新兴体育文化产业的新的生长点、生长面或生长域,部分传统的体育文化产业将逐步走向衰微,而那些适应市场需求的体育文化业态将继续保持活力。根据国家体育总局统计数据,2010 年我国体育产业增加值已达到 2 220 亿元,比 2009 年增长 13.44%,超过了 GDP 的增长速度,但是只占 GDP 总量的 0.5%左右。据“十二五”规划,到 2015 年,我国体育产业增加值将占到国民经济增长份额的 1.5%,即未来几年中国体育产业的发展空间巨大。因此,体育创意文化将成为未来体育产业发展的重要内容。

为写好体育创意文化这篇大文章,以下两项工作尤为紧迫。

(1) 打造体育创意文化园区和项目,建设数字体育

以体育竞赛、表演、休闲、娱乐、健身和体育用品等为内容,以新技术为手段,推动体育创意文化产业与相关产业协同发展,旨在把体育创意文化产业培育成体育经济发展的新引擎。依据《体育产业“十二五”规划》实施项目带动战略,我们要建设好现有体育文化产业基地,规划建设一批国家和省市重点体育创意文化园区和体育创意产业项目,提高体育创意文化产业规模化、集约化、专业化水平。

建设数字体育,一要推进“三网融合”,推广运用信息网络技术,建设我国重要的体育通讯枢纽,逐步建设覆盖全国城乡、统一集中的体育数据库及管理中心,实现体育的数字化、全息化和交互性,健全信息安全保障体系。二要推进政府公共体育服务上网工程,建设全民健身信息服务平台和体质健康信息数字档案管理体系。

(2) 促进体育创意文化市场的培育

正是科技与文化的联姻展现出体育创意文化产业无穷的魅力和商业前景。一个好的体育用品、竞赛表演品牌创意同样会带来巨大的经济效益。NFL(美国职业橄榄球联盟)2006~2011年的赛事转播权就卖出了239亿美元的天文数字,耐克公司的品牌价值在其总市值中占据了77%的比重。美国《时代周刊》认为,2015年前后,世界将进入数字娱乐信息时代,数字娱乐在美国国内生产总值将占一半的份额,新技术、新产品将使数字娱乐全面超越传统娱乐方式。体育创意文化产业以其不断提升的创意化、高端化、增值服务化为驱动,开拓出艺术型、精神型、知识型、体验型、休闲娱乐型的产业模态,提升了体育创意文化产业的档次和水平,促进了体育创意文化产业的加速增长,扩大了体育创意文化市场份额,提供了个性化、大众化的体育创意文化产品和服务,推动了体育文化经济的大发展。

二、保障体育文化建设重要着力点的策略

1. 深化文化体制机制改革

深化文化体制机制改革是解放和发展文化生产力的根本途径,为此,体育行政管理部门的改革刻不容缓。体育文化管理体制必须与社会主义市场经济体制相适应,国家管理体育文化不能再单纯依靠行政手段,要管办分离,利用经济、法律手段和市场机制管理体育文化。实现国家办体育向国家办与社会办相结合,政府体育职能要从管理型向服务型转变,变无限政府为有限政府,形成大社会小政府的管理模式。

(1) 以政府为主导和社会支持相结合的体制推进体育生活文化的持续发展

2009年10月1日实行的《全民健身条例》规定,“县级以上地方人民政府应当将全民健身事业纳入本级国民经济和社会发展规划,有计划地建设公共体育设施,加大对农村地区和城市社区等基层公共体育设施建设的投入,促进全民健身事业均衡协调发展”。“国家推动基层文化体育组织建设,鼓励体育类社会团体、体育类民办非企业单位等群众性体育组织开展全民健身活动。”全民的健康水平是国家发展和发达的第一物质基础,发展体育生活文化,促进全民的健康水平是一项公益事业。因此,完善公共体育文化服务体系,创新公共体育文化服务设施运行机制必须是在政府主导下进行,社会各阶层力量也必须承担起维护社会和谐稳定发展的责任,参与公共体育文化服务体系和公共体育文化设施的建设。

(2) 以坚持和完善体育的举国体制推进体育形象文化的持续发展

由于各种原因目前中国国家形象面临着各种责难,诸如“中国威胁论”、“中国军事威胁论”等误解和偏见伴随着中国的崛起应运而生。西方学者曾指出“经济不是中国未来发展中遇到的最大问题,中国发展的最大问题是被扭曲的国家形象”。为此,我们要一如既往地发展竞技体育。历届奥运会的运动成绩已经展示,中国的竞技体育是世界体坛的强国,是优势文化或强势文化的表现形态,举国体制的特点已成为代表国家与民族的显著特征之一。在社会主义计划经济时期举国体制极大地促进了我国竞技体育的发展,在社会主义市场经济体制下要与时俱进,不断坚持完善,建立促进竞技体育持续发展的良性机制,保持竞技体育持续发展的强势劲头。因为一个国家的竞技体育的发展与崛起是长期的过程,不是一朝一夕的事情。竞

技体育作为一项社会发展事业,需要有一种长远规划,当前既不能根据国民的社会心态和政治诉求而过于急功近利,也不能在原有发展的基础上停滞不前,丧失原有的发展基础和优势。如果一朝放弃,其造成的损失在若干年内难以挽回,对此,我们必须要保持清醒的头脑,进一步坚持和完善举国体制,在坚持中完善,在完善中坚持,采用政府主导、社会、企业、个体等多元办竞技体育的模式,不断增强我国竞技体育的综合实力,充分发挥竞技体育振奋民族精神、增强民族凝聚力的社会功能,促进我国竞技体育的可持续发展。具体体现在利用国际体育赛事促进体育国际交流,树立国家形象,建设具有标志性的公共体育文化设施和体育博物馆来展示和传播体育形象文化,举办国际和全国性体育赛事,建设体育城市,活跃体育形象文化,促进体育文化的繁荣,以满足人们对体育日益增长的需求。

(3)以市场经济体制推进体育创意文化产业的持续发展

市场经济的一个重大特点,就是经济资源商品化、经济关系货币化、市场价格自由化和经济系统开放化,即市场经济要求铸造一个开放性、流动性的市场型利益结构。现代市场经济体制下的政府只能作为经济运行的宏观调控者。社会主义市场经济是商品化的经济,是市场在资源配置中起基础性作用的经济,具有平等性、法制性、竞争性和开放性的一般特征。为进一步促进体育创意文化产业发展,首先要打破行业壁垒,将体育创意文化产业融入到当前新兴文化产业发展之中,将体育的竞赛、表演娱乐、休闲等产业与报纸、杂志、图书出版、广播、电影、电视、网络等各种媒介形式整合起来。大力支持和鼓励民营资本进入体育创意文化市场,形成多主体投资、多层次开发的市场格局。目前我国体育创意文化市场还没有形成完整的产业链,市场主体数量少、规模小、结构不合理,体育创意文化消费水平还较低,需要在培育发展体育创意文化市场上下功夫。要大力引导体育创意文化消费需求,积极扩大体育创意文化消费群体,培育和健全体育创意文化消费市场。通过对体育创意文化消费需求的拉动,进一步激活我国城乡居民的体育创意文化消费潜力。积极发展专业化市场中介服务机构,使之成为连接和规范体育文化生产、体育文化服务和体育文化消费的有效环节。特别要指出的是,培育和规范以网络为载体的新型体育创意文化市场,是不断地促进体育创意文化产业发展不能忽视的重要领域。

2. 健全体育文化制度

发展体育文化必须在制度和法制的保障下有序推进。我国自传统计划经济体制向社会主义市场经济体制转轨以来,体育文化事业发展迅速,特别是在进入社会主义市场经济体制之后,体育文化市场的崛起和体育文化产业的扩张,越来越强烈地呼唤文化法制的保障。这些年来,国家出台了一批有关体育发展和体育文化发展的法律法规文件,例如《学校体育工作条例》(1990年)、《中华人民共和国体育法》(简称《体育法》1995年)、《公共文化体育设施条例》(2003年)、《全民健身条例》(2009年),以及《国务院办公厅关于加快发展体育产业的指导意见》(国办发[2010]22号)等,体育法制建设取得了明显成效。但是,目前体育文化法制建设远不完善。譬如,《体育法》作为基本法,条文制定有许多缺失与不妥,没有配套法规,《全民健身条例》的执行缺乏评价体系等;有法不依、执法不严的现象较为严重。为此,我们要加强体育文化法制建设,要明确制度建设的目标,抓住制度建设的重点,从实际出发,立足现实,着眼长远,逐步建全体育文化制度,为体育文化建设提供良好的法制环境。要坚持以繁荣发展为中心,以改革创新为动力,大力发展体育文化事业和体育文化产业。

3. 加大体育文化建设投资力度

据报道,“十一五”期间,我国文化事业费占国家财政总支出的比重一直在0.4%左右徘徊,财政部统计的大文化支出口径(文化体育和传媒体费)占国家财政总支出不足2%。文化事业费年均增长速度低于同期财政支出增长速度,更明显落后于其他社会事业费增长速度。财政部提请十二届全国人大一次会议审议的报告显示,2012年文化体育与传媒支出494.68亿元,增长18.9%。虽然增长幅度很大,但文化建设经费总数仍然偏少,远远不能适应文化事业发展的需要,与文化强国和美丽中国、幸福中国的宏伟战略目标的要求不相适应。十七届六中全会作出了关于“保证公共财政对文化建设投入增长幅度高于财政经常性收入增长幅度,提高文化支出占财政支出比例”的有关要求。故此,应加大国家财政对体育文化建设的投入力度,建立以政府为主导的体育文化发展基金,采用政府投入与多元利益主体投入相结合,制度规范与市场调节

相结合的方式,拓宽融资渠道,吸引社会力量和社会资源支持体育文化建设。其中,体育彩票的发行政策是一项有效的措施,要继续实行并完善。截至2012年12月4日,体育彩票累计发行5600亿元,筹集公益金1650亿元。体育彩票在销量增长的同时,筹集了更多的公益金,为我国的社会公益事业、体育事业和全民健身事业做出了重大贡献。

4. 造就宏大卓越的体育文化队伍

人才不仅是提升文化软实力的重要支撑、经济发展的第一资源,更是文化产业发展的根本。我们要实施“人才强国、强体”战略,把各方面的优秀人才吸引、凝聚到体育文化事业中来。为此,要以《国家中长期人才发展规划纲要(2010—2020年)》为指导,依托各级各类教育,构建多层次的社会培训体系和多元化的人才开发体系,拓展人才培养途径,创新人才使用机制,建立和完善适合体育文化事业人才特点的人才引进、评价和流动机制,促进体育文化事业的繁荣发展。

注 释:

胡锦涛:《坚定不移沿着中国特色社会主义道路前进,为全面建成小康社会而奋斗》(在中国共产党第十八次全国代表大会上的报告)《中国共产党第十八次全国代表大会文件汇编》北京:人民出版社,2012年。

李艳翎、汤长发:《大学体育》,北京:高等教育出版社,2009年,第5页。

苏晨:《时尚休闲体育的成因及文化心理机制分析》,《北京体育大学学报》2009年第3期。

杨艺:《全球化背景下中国民俗学发展取向新思考》,《广西师范大学学报》2002年第S1期。

(美)圣胡安:《全球化时代的多元文化主义症结》,《全球化与后现代性》2003年第244期。

郭建平:《创意体育产业研究》,湖南师范大学博士学位论文,2012年,第105页。

《回顾体育彩票发展历程 数字解读“千亿时代”》,《中国体彩报》2012年12月11日。

Important Focus and Strategy in the Construction of Sports Culture

LI Yan-ling, LIU Zhe-shi

Abstract: The construction of sports culture focuses on the development of the cultures of sports life, sports image and sports creativity. Deepening the reform of culture system, perfecting the system of sports culture and building an excellent team of talents all contribute to the construction of sports culture.

Key words: sports culture; sports life; sports image; sports creativity

(责任编辑:文 建)