

个体化社会中的体育场馆公共空间研究

——基于洛特曼的文化符号学理论

荆 雯¹, 李 洋², 王 乐³, 李星辉¹

(1. 渤海大学 教育与体育学院, 辽宁 锦州 121013;

2. 渤海大学 大学体育教研部, 辽宁 锦州 121013;

3. 大连海洋大学 大学体育教研部, 辽宁 大连 116023)

摘要:现代社会空间充满了带有指向意义的文化符号, 在由“社会化”向“个体化”转换的过程中, 体育场馆公共空间的文化符号指向意义使其成为生活方式和生活理念表达的媒介。在简述洛特曼的文化符号学理论的基础上, 分析了个体化社会对符号化城市空间的追捧, 并认为体育场馆公共空间是非语言符号传播的空间起点。在明确体育场馆公共空间文化符号的同时, 逐一剖析了其对参与者所产生的视觉介入、认知介入和场域介入, 旨在为未来体育场馆的文化构建提供参考。

关键词:文化符号; 公共空间; 个体化; 体育场馆

中图分类号: G818

文献标志码: A

文章编号: 1008-3596 (2016) 03-0001-06

1 洛特曼的文化符号学与文化空间

作为前苏联著名文艺理论家、符号学家、莫斯科塔尔图学派的核心人物, 洛特曼是20世纪前苏联在西方产生重要影响的少数大师之一。他的文化符号理论博大精深, 为世界符号学的发展做出了重大贡献, 尤其是他对文化所持的时空观更展现了其整个文化符号学的独特性所在。洛特曼将空间定义为“具有类似性质的客体(如现象、情况、图形、变化的意义等)的抽象总和。”他认为, 正因如此才有物理空间、语义空间、色彩空间、伦理空间、时间空间、道德空间等。空间实际上只不过是外感官的一切出现形式, 空间是感性的主观条件, 对我们来说, 只有在这种条件下, 外部直

观才成为可能^[1]。这样的阐述足以印证, 在人的主观感觉中, 空间感是一种天性, 是人整个知觉器官的一个部分。洛特曼认为人们不仅仅生活在自然界的自然空间中, 而且生活在具有文化意义的文化空间里。这个文化空间是人们符号化思维和符号化行为对自然空间重塑的结果, 文化空间虽然不能够被人们普遍感知, 但是却深刻影响着人们的观念思维、行为活动等。在洛特曼的整个文化符号圈理论中, 他认为符号化过程实际上是一种对社会文化普适性的认知过程, 同时, 这种认知过程又是一个具有交际性、群体性、记忆性功能的符号体系。这样的符号体系存在于一定的范围之内, 也就是存在于一定的文化空间之内。故而, 研究符号化的文化空间是研究文化的立场、是描述文

收稿日期: 2016-01-17

基金信息: 2015年国家社科基金青年项目(15CTY002); 2014年国家社科基金青年项目(14CTY005);

2015年辽宁省教育科学“十二五”规划课题(JG15CB168)

作者简介: 荆 雯(1984—), 女, 吉林白城人, 讲师, 博士, 研究方向体育人文社会学。

化的手段,文化空间模拟机制也是建立文化类型元语言的基础。

文化空间首先是以文化氛围的渲染为基础的,而文化氛围大多数情况是以实际的物理空间区隔为依据的。所以要研究一个实际物理区隔范围内所包含的文化空间,首先要找到这种带有特殊社会含义的实际物理空间区隔,如咖啡馆的文化空间、学校的文化空间、书吧的文化空间、社区的文化空间。在现代社会的发展过程中,社会个体的个体化发展让人们更为重视空间区隔以及空间的选择,并深受空间文化的影响。本文将体育场馆的公共空间作为实际物理空间区隔,探讨体育场馆公共空间所具有的文化符号及其所代表的文化符号学意义。

2 个体化社会对符号化城市公共空间的追捧

芒福德认为,“城市通过时间和空间扩大了人类联系的范围,在有限的地区内叠加多种社会功能,为社会协作、交往、控制提供了良好的基础,从而具有凝聚、加工、整合文化的功能。”个体化社会的发展使人们对区别于平日所困空间的追求日益加剧,对符号化了的、能展现个体价值与社会认同的城市公共空间的追捧与日俱增。

2.1 个体化社会的空间需求

个体的社会化是人发展的初级阶段,在经历了个体社会化之后,人由一个自然人成为一个社会人,从而适应社会并试图改造社会。但是当个体社会化完成之后,人们开始追求另外一种境界,那便是在被社会化了的群体中,追求自己个体身份的体认与独立的人格构建,实现由“社会化”到“个体化”的转向。社会化让人们融入社会的大环境,使个体成为“社会的个体”,而个体化则还“社会的个体”为“个体的个体”,将社会化的人剥离出来,使其充分体验独立的时间与空间。社会中因个体化而产生的各种独立区隔的空间,都在塑造个体化社会生活方式的过程中扮演独特的角色和发挥独特的功能。在高速运转的现代生活中,高度的社会压力、繁忙的工作使私人的空间与时

间倍受挤压,物质生活的提高使人们更重视精神生活的饱满,能逃离繁忙的工作、摆脱社会的阴影、释放工作的压力以舒缓神经已经成为现代人生活的一种极致追求。公共空间越来越成为人们生活的中心场所,同时也为城市生活方式的构建提供了完备的物质空间载体^[2]。随着个体化社会的发展,城市的公共空间不仅仅包括城市或城市群中建筑实体之间存在着的开放空间体,更包含着具有表征意义、符号化了的、标志性的区隔空间^[3]。机器大工业提高工作效率的同时赋予人们更多的自由时间,如何将自由时间高效地组织起来,如何提高自由时间内的生活品质,如何丰富自由时间内的个体体验,是物质生活已遭遇极大满足的个体的新追求。于是乎,被社会化了的个体逐渐认识到,在社会化的过程中个体的重要性,开始注重个体体验与个体觉知,对于能被自己认可的公共空间有了更多的追求。总体来说,个体化使人们更追求独立空间,也更重视独立空间所表达的文化符号。

2.2 体育场馆公共空间——非语言符号传播的空间起点

20世纪的最后几年中,人们开始重视空间研究,列斐伏尔的《空间的生产》、索亚的《第三空间:去往洛杉矶和其他真实和想象地方的旅程》、佐金的《城市文化》^[4]都是从城市公共空间的权利构建、文化构建与精神构建方面诠释城市公共空间的社会属性^[5]。学界将城市公共空间视为生活在一起的群体共享、共有的文化储存器,或是确立社会秩序、保障社会稳定的镇流器^[6],或是促进个人建构社会角色,确保社会化顺利进行的润滑剂。城市公共空间之所以能扮演这么多的角色,更多地是因为这种从快节奏社会生活空间中剥离出来的公共空间很大程度上已经被符号化,成为非语言符号传播的空间起点。现代体育场馆的空间不仅是一种城市公共空间,更是表达城市文化意象的空间。体育馆、体育场、健身会所等名词逐渐生成着“文化聚合物”与“象征物”,使体育场馆的公共空间日渐独立成为一种带有特殊“场域”含义的文化符号。在体育场馆公共空间成为一种文化符号表征后,其“所指”

与“能指”的范围也不断变化,其“能指”的范围要远大于“所指”。以体育场馆为例,它所展示出的对城市现代生活方式的塑造功能显而易见。作为现代生活方式的独特载体与符号化场域,体育场馆通过其消费、休闲、交往、个体社会化以及社会化个体的归复功能融入人们的现代生活。体育场馆在扮演自身角色的同时,其公共空间的功能性与现代城市“生活世界”的关联性,也必将通过生活方式的确立与更新持续建立起自身作为“符号空间”的价值。符号化了的体育场馆将不仅仅是个体健身、休闲和消费的空间场所,它将会成为一个形态更为完备的“公共空间”与“第三空间”。健康的身体是享受高质量生活的保障,是个体向社会贡献力量的物质基础,在满足社会化的同时,个体化对健康的需求不断增加,体育已经渐渐成为消费社会中社会化个体归复的一种需要。而这种需要开始慢慢由物质需要转化为精神需要,其符号化的状态日渐明显。体育开始化身成为一种符号、一种仪式、一种消费、一种娱乐、一个交流平台,各类型的体育场馆也成为个体紧张工作之余的另一个重要的生活、交往、娱乐、休闲的公共空间。那么,既然在个体化社会中体育场馆公共空间已经成为一种新的交流媒介,对这种交流媒介的文化探讨和文化塑造则成为一种必然。所以,透过体育场馆公共空间文化符号学的棱镜,我们才能更好地解构社会化个体归复过程中体育场馆对体育生活方式养成的视觉介入、认知介入与场域介入,从而深度解析个体化社会中体育场馆公共空间的文化符号学含义与影响。

3 个体化社会中体育场馆公共空间符号化与体育生活方式的养成

城市是人类文明的结晶和现代生活方式的发源地,我们所致力现代化建设的某种意义上说就是要获得城市化的生产方式和生活方式^[7]。生活方式是在不同的社会和时代中生活的人们在一定的社会条件制约和一定的价值观指导下,所形成的满足自身需要的生活活动形式和行为特征的总和^[8],是衡量城市性的重要指标。在身体已经由繁重的体力劳动中解放出来的当今社会,社会

的个体有了自由时间和可支配的体力、财力、物力之后才会去考虑参与体育运动,或者说是保证身体正常机能运转并试图释放多余的精力。个体投身于体育运动已经成为一种文化符号,体育运动场馆可以给平日里工作繁忙、节奏快、压力大的人们提供一个平和、积极、宽松的公共空间,人们在这个公共空间里共同建构相互认同的生活方式和价值观。那么,是不是投身于这个公共空间之后,人们就能够感受到它的文化符号特征呢?将体育作为生活的一种方式融入日常生活当中也是城市化社会生活的一种表征,是个体基于生存、沟通及发展的需要,利用一切有效的显意性符号媒介传送自身思想、感情与意念的过程^[9]。这种空间文化符号可以不经语音的中介立即产生文化影响与意义,但却只能表达外界信息源,而无法表达个体自身的意念体验,故而在进入空间之后,必须将文化符号转化为一定的思维方式、某种情感欲望,才可以完全理解此种空间的文化符号,进而知晓其所传达的空间文化内容。所以个体在体育场馆的时空背景下、在体育运动的氛围中,伴着积极向上的文化感受和宽松自由的休闲心态,逐渐建构出一种新的生活方式——体育生活方式。在体育场馆这一公共空间中,体育生活方式在精神的、物质的、文化的、心理的、身体的投射中获取了交往的、休闲的、健康的、消费的满足,并获得了身体和心灵上的释放,而这种种的干预就是通过文化符号进行的非语言符号传播。

3.1 视觉介入——体育场馆休闲空间的文化符号影响体育参与者的视觉感官

符号承载着文化,文化同时又深刻地、时刻地改变着符号,两者在交互作用中体现文化的内涵与外延。符号是文化的表达,当人们将一种文化体认为符号的时候,也便是这种文化发挥其“文化力”之时。体育场馆物质实体的视觉性是体育场馆在进入人们视野之后传递出的第一组信息符号,体育建筑以承载体育运动行为的基本物质文化形态、渗透其中的体育运动精神,以及相关艺术形式和社会文化心理共同构筑了整体的、复合的文化属性,并表现出多层面的品格特质^[10]。视觉冲击具体来讲,是由体育场馆建筑

或建筑群、体育广场、体育雕塑作品、体育竞赛氛围、体育参与度,以及配套的商业、旅游、交通等内容构成的综合体。眼睛是心灵的窗口,个体正是通过视觉将信号编码并传入大脑处理中心的。所以视觉冲击是体育运动参与者还没有进入体育场馆公共空间之前就接触到的信息源,是个体的本体感官所得到的直觉体验及视觉信息上潜移默化渲染的。体育场馆空间文化所展现出的文化元素不仅直接彰显于各种可以感知的实体之上,更从直觉感官和审美倾向以及文化心理方面对社会个体和群体产生隐性的干预作用。

美术史家休斯说:“我们与祖辈不同,是生活在一个人造的世界里。自然已经被文化所取代,这里是指城市及大众宣传工具的拥塞。”这是一种什么样的拥塞呢?伯格的解释是:“在历史上的任何社会形态中,都不曾有过如此集中的形象,如此强烈的视觉信息。”我们不妨模仿马克思的说法来戏拟当下的文化:“一个幽灵,一个视觉图像的幽灵,在当代社会中徘徊”。在这样一个所谓的“景观社会”中,人们的日常生活中充斥着各种视觉景观,呈现出不同类型的视觉文化。也许这种视觉文化并不能为我们所关注或理解,但是它却实实在在地存在着。当我们把体育场馆本身看做是一种文化的空间载体,那么体育场馆的空间景观将构成一个“文化场域”,把体育参与行为看成是融入这种文化空间载体当中的一种社会行动,将对体育参与者的视觉文化产生一定的影响。

从视觉文化的直接性、文化性和冲击性来看,在体育场馆中,五星红旗和奥运会的五环成为最具刺激特征的体育文化标识。在大多数的体育馆中,五星红旗和五环出现的频率最高,以达到感官刺激的效果。另外,体育馆的墙壁还会出现类似于运动项目简介、体育明星及各类体育标语,形成“体育文化长廊”的视觉效果。在体育馆的走廊或大厅中,通过展板向参与体育运动的人展示体育运动的发展历程、体育文化的发展情况、体育理念等,在原本就是体育公共空间的某个角落,集中地展示体育文化。这种情况就是人为的体育场馆公共空间景观视觉文化介入的一种典型体现。体育场馆公共空间中视觉冲击的介入

会给体育运动参与者以最直接的感官影响,这种影响会给认知的形成做铺垫,促使其产生投身于体育运动中的第一想法或第一体验。

3.2 认知介入——体育场馆休闲空间的文化符号影响体育参与认知

中产阶级绝对数量的提升、城市化改造所带来的城市公共空间设施的完备、个体对于休闲价值的正面理解,满足了生活方式变迁的主客观因素。现代人家庭生活的私密、家庭距离的隔阂、尊重隐私的意识越来越强,社会化休闲的空间从过去的家庭转移到公共空间,成为城市休闲空间文化符号化变迁的一个重要契机。健康意识的提升又使体育运动成为个体享受生活、度过闲暇时间的另一种生活方式。城市居民休闲开始转向体育场馆这一时尚并且也比较稳妥的空间,去充实自己的休闲时间,实现自由心态下的休闲和娱乐。在这样一个过程中,体育场馆结合了健康时尚的体育文化,通过市场的引导和刺激,将个体的生活方式进行了“合法性文饰”。共同的社会认知是个体体认体育场馆公共空间文化符号的思想基础,是投身其中的动力源泉。体育场馆公共空间所表达出来的休闲时尚气息便是由一定的模仿、区隔、求异而形成的包括了阶级趣味、生活风格等在内的生活形态的综合现象^[11]。个体在这一蕴含着时尚、健康、休闲的空间文化中,参与体育运动与体育消费已经不再是一种单纯的金钱支付行为,而是一种文化符号,一种步入有闲阶级、形成健康理念、体现身份品位的文化符号。人们并不是有意识地去将其理解为一种文化符号,也不会刻意地凸显此文化符号,而是在社会生活交往中,逐渐将其共识为一种文化符号,这种体认是从心理生发的。体育场馆的空间中所蕴含的符号能够满足人们的心理需求,投入这个空间,就能感受到相应的文化气息,并不断加强对这一空间的认知。

3.3 场域介入——体育场馆休闲空间的文化符号影响体育参与者的生命体验

文化说到底的人群体性活动的表现,体育场馆的场域文化是体育场馆布局所展现的物理空间和虚拟空间的整体规划、改造与利用中所呈现出的一种独特的文化现象,具有历史积淀性和社会

时代性。体育场馆的场域文化是其所在地区小范围内体育氛围的一个符号化缩影, 因为参与体育运动的人们置身这种空间之中即可通过人际交往感受到它所代表的文化符号, 所以体育场馆的场域文化会对体育运动参与者产生一种“弥漫式”的影响^[12], 并能够带来不同的生命体验。

不同类型的体育场馆的路线布局、场馆周围的绿化环境、场馆硬件设施的人文化设计、场馆的整体气氛以及场馆的管理文化与理念, 都对体育场馆的场域文化产生重要影响。体育场馆的空间布局会对身处其中的体育运动参与者产生一种“共识效应”, 在进入体育运动事件之后立刻感觉到体育运动所传达出的健康的、灵动的、快乐的信息, 这种信息会使人们产生一种迫不及待想要投身其中的情感认知, 这是一种情境性力量, 也就是场域的介入。社会心理学尤其强调情境性刺激对行为的直接影响, 它通过刺激起强化物的作用和通过信号功能对行为进行控制。场馆周围的绿化环境也是影响体育场馆场域文化的重要组成部分, 即便是这种优雅的人文环境是被人所塑造出来的也会为身处其中的个体带来不同的生命本体体验。在体育场馆周围的有效空间里布置能够传达运动和生命气息的绿化植物, 给人以美的直观感受和美的想象空间, 也是对体育场馆空间场域文化的一种辅助。体育场馆、场地设施的人文化设计是能够直接展现体育服务于人的文化理念的。当参与带有身体负荷的体育运动的人们一旦能够感受到设计者的人文关怀、管理者的周到服务时, 都会使体育场馆公共空间的整体气氛得以提升, 让更多的人在这个公共空间中感到舒适, 接纳、认可并融入到这个公共空间当中。环境是空间社会构建功能的前提要素, 体育场馆的社会意象伴随其内部的空间环境与气氛而塑造出与众不同的社会心理认知。“通过建构消费场所环境意象从而传递某种消费风格与意义阐释, 是现代消费社会一个典型的特征。”大多数的体育馆都是通过对“我不在体育馆, 就在去体育馆的路上”等意象构建, 逐渐将建筑艺术、创意设计、色彩搭配、情绪音乐等因素融合而成具有较高格调的公共空间。体育场馆这种公共空间, 更能够传达知识、健康、休闲、娱乐的讯息, 更能

够引导人们进行进一步的体育行为。在这个喧嚣的社会中, 参与个体在对体育运动纯粹热爱和亲身体会的过程中感受生命的气息, 既参与了体育运动又得到了健康回报, 最终不仅获得生命体验, 也能够获得自我满足感。具有文化品格的体育场馆公共空间将在人们树立积极的体育观和健康意识、进行理性的体育消费方面发挥重要的引导作用。

4 结语

人们对城市公共空间的感知是伴随着经济社会发展而不断发展的, 当人们认识到自己不再仅仅是“社会的个体”而是“个体的个体”时, 公共空间的存在意义则更为显著。体育场馆公共空间是一个典型的综合性空间, 作为非语言传播的起点之一具有极强可塑性, 它会在潜移默化中通过非语言符号对人的情感、认知、行为进行干预, 从而影响体育参与者的视觉感官、参与认知与生命体验。关注体育场馆公共空间, 呈现体育场馆公共空间的文化符号并挖掘其潜在的文化影响, 是未来构建和谐且具有生命力的体育活动空间的重要思路。

参考文献:

- [1] 康德. 纯粹理性批判[M]. 武汉: 华中师范大学出版社, 2000: 69.
- [2] 周波. 城市公共空间的历史演变[D]. 成都: 四川大学, 2005.
- [3] 李文. 城市公共空间形态研究[D]. 哈尔滨: 东北林业大学, 2007.
- [4] 陈竹, 叶珉. 什么是真正的公共空间? ——西方城市公共空间理论与空间公共性的判定[J]. 国际城市规划, 2009, 24(3): 44-49+53.
- [5] 黄钰. 城市空间文化结构研究[D]. 重庆: 重庆大学, 2010.
- [6] 陈竹, 叶珉. 西方城市公共空间理论——探索全面的公共空间理念[J]. 城市规划, 2009, 33(6): 59-65.
- [7] 王雅林, 董鸿扬. 构建生活美——中外城市生活方式比较[J]. 南京: 东南大学出版社, 2003: 2.
- [8] 王雅林. 人类生活方式的前景[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 1997: 5.
- [9] 耿占春. 隐喻论[M]. 北京: 东方出版社, 1993: 239.
- [10] 郭红雨, 张力. 体育建筑文化谈[J]. 新建筑, 2002

- (2):62-64.
- [11] 睢强,马英利.当代体育与“公共空间”[J].北京体育大学学报,2007,30(3):315-316.
- [12] 陈林华,王跃.构建大型体育场馆文化体系的意义及思路[J].浙江体育科学,2010,32(5):19-22.

Analysis on the Public Space of Sports Venues in Individualized Society

——Based on Lotman's Cultural Semiotics Theory

JING Wen¹, LI Yang², WANG Le³, LI Xing-hui¹

- (1. College of Education and P. E., Bohai University, Jinzhou 121013, China;
2. Research and Teaching Department, Bohai University, Jinzhou, 121013, China;
3. Research and Teaching Department, Dalian Ocean University, Dalian 116023)

Abstract: Modern social space is filled with cultural symbols with its own directional meanings. In the process of transformation from “socialized” to “individualized”, the directional meaning of the cultural symbol in the public space of stadiums makes it the media of expressing life styles and life concept. Based on the cultural symbol theory of Paul Lotman, this paper analyzes the adulation of individualized society towards symbolized city space, and believes that the public space in sports venues as a spatial starting point for the spread of the non-lingual symbol. While specifying the cultural symbol of the public space in sports venues, it also analyzes the visual intervention, cognitive intervention and field intervention created by participants. It aims at providing references for the future cultural construction of sports venues.

Key words: cultural symbol; public space; individualized; sports venues