

对“面子心理”下中国武术发展的再思考

——兼论社会取向引导的影响

陈连朋¹, 王 岗²

(1. 长江大学 体育学院, 湖北 荆州 434020; 2. 武汉体育学院 武术学院, 武汉 430079)

摘要: 作为一种根植性的乡土心理认知,“面子”对中国人的思想观念、价值取向、生活习性等具有深刻影响,中国武术也不免带有“面子心理”的印记。运用文献资料法、比较法、逻辑分析法,以中国武术为研究对象,分析了中国武术中“面子心理”的种种表现,并分别从家族取向、自我取向和他人取向的视角,探讨中国武术发展中存在的“面子误区”。认为,中国武术应该秉持“入奥”理念,但不应成为最高追求;应正确看待中外体育的“同中之异”,摒弃“优劣之分”的歧见;要倡导多元价值回归,“能打”不是中国武术的唯一象征。

关键词: 面子心理; 中国武术; 社会取向; 家族取向; 自我取向; 他人取向; 入奥

中图分类号: G80-05

文献标志码: A

文章编号: 1008-3596 (2017) 01-0072-06

著名文化人类学家、《菊与刀》的作者鲁思·本尼迪克特说过:“各种文化只是突出不同个性的各个侧面,每一文化都仅仅突出了广大无边的人类潜能的某一部分。”^[1]但有时候往往就是某一文化的侧面或者某一部分潜能却给社会发展带来巨大的影响。拿中国文化中的乡土文化来讲,它们能够达成人们无需语言表达的精神需求和心理满足,且经受住了社会变迁和时间轮回的历练,逐渐沉淀为我们生活的一部分。其中,面子文化作为群体或个人立足于社会获得尊重、地位、声誉的一种直观表现,“体现着颇具中国特色的国民性,是打开中国人许多主要特性这把暗锁的一把钥匙。”^[2]它“在中国人性格的形成中有着重要的作用,因此在中国,面子可以说是一种独特的文化现象”^[3],在中国人的社会生活中有着不可或缺的存在价值和意义。

存在的就是合理的,面子文化如此,中国武

术文化亦是一样。只不过一种是无需传习的根植性文化,一种是必须经过过程体悟的身体文化。面子文化已经根深蒂固地存在于民族脑海中,人们的思想观念、生活习性自然早已经受到些许“熏陶”,在这样的社会环境中,中国武术的发展也就不可避免地带有面子文化的印记。

1 中国文化中的“面子观”

“面子文化”在中国由来已久,“面”字最早出现于甲骨文,“面子”原指颜面、脸面。古人早就重视梳妆打扮之颜面、对镜正冠之脸面。之后,“面子”的内涵又逐渐丰富,成为尊严与名声的代名词。伯夷叔齐为不丢殷商臣子的脸面,誓死不食周粟。《旧唐书·张濬传》:“濬出军讨太原,杨复恭奉厄酒属濬,濬辞曰:‘圣人赐酒,已辞矣。’复恭戏曰:‘相公握禁兵,拥大旆,独当一面,不领复恭意作面子耶?’濬笑曰:‘贼平

收稿日期: 2016-09-13

基金项目: 2014年国家社会科学基金资助项目“中国武术的国家地位及社会责任研究”(14BTY076)

作者简介: 陈连朋(1989-),男,山东德州人,助教,硕士,研究方向为武术文化与发展。

通讯作者: 王 岗(1965-),男,山西临猗人,教授,博士,研究方向为武术文化与发展。

之后,方有面子。’杨氏所谓‘作面子’乃指对方依仗权势而瞧不起人,而张濬驳覆他说自己的面子来自作战胜利后的光荣与名誉。”^{[4]88}晚清的皇帝即使签订了丧权辱国的不平等条约,外国使臣面君时三跪九叩的大礼也是必不可少的——否则皇帝没面子,大清没面子。当今中国社会存在的一些开豪车、住豪宅、吃大餐、穿名牌等现象,可以被看做是多数中国人心中“面子欲望”的外在表现,可见,中国文化中的“面子观”某种程度上已经深入每一个中国人的内心深处。

林语堂认为,“面子是抽象不可捉摸的”“面子触及到了中国人社会心理最微妙奇异之点,是中国人调节社会交往的最细腻的标准。”^[5]此外,众多海内外学者如何友辉(1974年)、黄光国(1985年)、成中英(1986年)、陈之昭(1988年)、朱瑞玲(1991年)、周美玲(1993年)、翟学伟(1995年)等^{[4]127},从社会学、心理学、哲学、文化学等视角对“面子观”进行了阐述。并基本上形成了两点共识:“一是认为面子是一种声望、尊重、价值、重要性或社会地位,总之强调面子是一种社会尊重或社会价值。二是视面子为公众自我形象,是他人所认定的自我形象。面子是个人在他人心目中所建立的形象,是他人用来认定个人的整体感知。”^[6]

2 武术文化中“面子心理”的显现

按照中国文化中“面子观”存在的思维顺推,中国武术作为中国传统文化的一种显性表现形态,除了武术文化自身所传递的关于自我形象或他者评价的感知外,还有其作为一个国家或社会整体的象征所体现出来的一种声誉和地位的认知。且武术文化中这两点“面子”形式的存在,也都不言而喻地符合学者们的共识。

其一,从“面子”作为一种群体立足的社会尊重和社会地位来讲,武术所能体现的价值可以上升到国家层面,与民族的命运或声誉休戚相关。例如,“每当民族处于危难、受辱欺凌的时候,武术总能唤起群体认同感和集体无意识,并具有打动成千上万中国文化身份的人的心灵的力量。”^[7]又如,1964年柔道进入东京奥运会、1988年跆拳道进入汉城奥运会,而武术能否进入2008年北京奥运会,就已经成为当时关系到民族情感的重要问题。因为,这不仅是文化传播主体——人对武术价值的认同,也是武术本身担

负的振兴中华、弘扬民族精神的历史重任^[8]。所以,当有了此类需要时,维护国家或者民族“面子”的心理自然就在武术文化中有所体现。

其二,从“面子”作为个人在他人心目中所建立的形象或认知感觉来讲,在古代甚至当下,家族或者门派间的武艺切磋,都在一定程度上体现着“面子”的重要性。比如传统武术比试中的“闭门切磋”就是对“面子”作为个人声誉的直观体现,它不仅仅维护比武者的脸面及形象,更暗示了比武者所代表的武术流派或者拳种的声威及地位。因为,赢的一方觉得为门户扬了名,而输的一方则可能面临门庭冷落、拳种失传等有失祖宗颜面的问题。甚至如程大力教授所说的那样:“一个武术家与人交手,尽管赢了,但他脸上若也挨了一拳一掌,青紫一块或花了脸,别人和他自己仍会觉得是很丢人的事。”^[9]这是典型的隐匿在武术文化中的“面子”现象。还有如点到为止、拳不打脸、脚不踢裆等武术中的有关面子文化的另类存在或表现,都不同程度地表明了面子文化说不清道不明却又时时刻刻存在的特殊性。

3 社会取向引导下中国武术发展中的“面子误区”

从某种意义上而言,面子心理也在一定程度上促进了人类文明的进步与发展。但是“中国武术发展到今天,多受诟病,从某种意义上而言,不排除在致力于中国武术发展的过程中,在情感与主观交融的情绪化判定下做出的不理性行为。”^[10]从而导致中国武术的发展事倍功半,走入“面子误区”。

著名社会心理学家杨国枢教授^{[11]87-120}在《中国人的心理与行为——理念及方法篇》一书中提出“社会取向概念”,“并从社会学的视角把其分成家族(群体)取向、自我取向和他人取向,且这些被区分的不同取向都与中国社会中根深蒂固的‘面子文化’有着密不可分的联系。”本研究以此为立足点探讨不同社会取向引导下中国武术发展的“面子误区”。

3.1 武术发展的家族取向:长期误把奥运会作为“最高领奖台”

有学者把“家族取向放在中国人之社会取向的第一重要位置”^{[11]95},正是因为传统的中国社会中,社会结构与功能的基本单位是家族而不

是个人。但中国人的家并非是一个小家（家庭），而是一个难以界定的大家，一个家族、一个村庄、一个乡里、一个地区甚至一个国家都可以被划入“自家人”的范围。所以，有关家族延续、家族团结、家族荣誉的需要便诞生了“家天下”“家国同构”的思想。

以国家地区为单位参赛的奥林匹克盛会，是各个国家竞技体育综合实力的一次客观反映，也彰显着各国的经济实力和国际地位。而对于以家族取向为主导的中国来讲，对奥运会的关注、倾注自然是不言而喻的，如果在奥运会的赛场上有武术这样的中国民族体育项目出现，那将是“中国人很大的面子”^[12]，因此也成为中国人多年来的梦想。所以，对于中国武术发展而言，我们一度以“入奥”为终极目标，并成为中国社会中家族取向的最直接需要——为民族争口气、为国家争荣誉。所以，有学者慨叹：“为什么现在中国体育明星很风光，那不是因为中国人都喜欢体育运动，锻炼身体，而是因为喜欢数金牌数。就冲这点，拿了金牌的运动员就拥有中国最大的面子，而拿不到的，甚至拿到银牌或铜牌的，都不觉得有面子。”^[13]

中国武术在1936年柏林奥运赛场上技惊四座的消息传回国内后，国内开始自上而下地传达出期盼武术能够进入奥运会的美好夙愿。正是在这种希望能够早日在全世界面前展示自己的心理的作用下，在1949年新中国成立后，我们就开始大力效仿前苏联实行“举国体制”；创编武术套路，制定并多次修改竞赛规则；上世纪60至80年代派遣中国武术队出访巡演，扩大海外影响力；1990年成立“国际武术联合会”，举办各种邀请赛、国际赛、洲际赛，以及2001年北京获得第29届奥运会的主办权……所有这些似乎都在朝着我们预想的轨道前行。但不可否认和不情愿接受的事实是，2008年武术错失了在家门口入奥的大好机会，在2013年俄罗斯圣彼得堡会议上也没能成为2016年奥运会“3选1”的候补项目。中国武术没有如我们所愿进入奥运会的主赛场，没能使国人的“面子”得到满足。如果说2008年北京奥运会的武术特设表演项目算是给了国人面子的话，那么长期以来以家族取向为主导的中国武术发展，更需要停下来静心反思，是否一定要进入奥运会才会觉得有“面子”。

3.2 武术发展的自我取向：自认为“优于异邦”的文化膨胀心态

不同的文化背景会培养出不同的社会心态，这种社会心态本无优劣之分与高低之别，其不同在于各自的价值取向。就中国文化而言，“自我取向，是一种以自我为中心的价值取向，表现为偏重个人的体验和感受，强调人与外界环境的相对独立性。”^[14]主要是个体主观上按照或者根据自己的行为准则、评判标准来判定一个事物的发展规律，以符合自我的欲望、兴趣及情绪。而“面子心理”作用下的自我取向，则主要侧重于在个人声誉、荣辱、是非、尊严等的表现中，过于强调或只看重自己的想法，而忽略了客观事实或别人的评价。其中最典型的一种现象就是，容易产生高高在上的优越感和膨胀心态。

中国是四大文明古国中唯一没有出现文化断层的国家，中华文化绵延至今，仍然表现出顽强的生命力，可以说是我们引以为豪或拥有心理优越感的先天资本。另外，我们的文明长期以来领先于世，所以才有了“中国人数千年以来，受圣经之训，承宋学之俗，以仁让为贵、以孝悌为尚、以忠敬为美，则谓中国胜于欧美人可也”^[15]的优越感。正是在经历了不同背景下的社会转型、文化变迁以及人为的主动干预之后，不同的文化自我认知开始形成，或称为文化心态的分野。中国正是因为这悠久而辉煌的历史、璀璨而耀眼的成就，才有了“在选择上的充分余地，全然能‘自产自销’而不假外求。这也进一步造成中国文化的自闭心理，自视为‘天朝大国’的盲目自信和自恃心理。”^[16]

所以，在这样的文化优胜心态下，大多数炎黄子孙不自觉地带有中国文化烙印的、素以博大精深著称的中国武术也纳入其列。自认为中国武术“是世界上最厉害的格斗技术，是最无敌、最能打的，也是最源远流长、博大精深的技术……唯有中国武术中才深藏着神秘的关于技击的奥秘。”^[17]尤其是伴随着中国改革开放的不断深入，文化全球化的交流与碰撞使得我们在接触到跆拳道、空手道、泰拳之后，这种试图证明中国武术“优于异邦”的“比试”心态，和强烈地渴望在这个平台上获得尊重和地位的表现，再次充分表明，面子的获得主要还是站在自己的立场上，从自我的视角出发，为了寻得一种内心的满足感与优越感。但同时也忽略了一个问题，同样

是从原始中走来的武技,在没有出现文化分野之前的柔术、跆拳道、空手道、泰拳等都是作为一种防身自卫的技击术而存在的,并没有本质性的差异。即使是历经中国文化特有的熏陶与涵养之后的中国武术,与其他武技相比也不会存在高低优劣之分,用文化学的理论解释就是,人们思维方式的不同和价值需求的多元性产生了不同的集合体而已。

3.3 武术发展的他人取向:一直试图证明中国武术最“能打”

长期以来,受许多民族习性的影响,中国人对他人的意见非常敏感,往往会花很多时间去留心或打听别人的看法,特别是他人对自己的评价,这种“中国人在心理与行为上容易受到他人影响的一种强烈趋向——对他人的意见、标准、褒贬、批评特别敏感和重视,在心理上希望给他人留下良好印象,在行为上则努力与别人相一致”^[18]的倾向,就是“面子心理”作用下典型的他人取向。因为中国人在面子文化的“涵养”中已经把角色关系、名誉形象作为立足社会的“第二生命”,无形之中推动着个体时刻“注意自己在社会中的位置和作为,不能自我评价其价值会让人们渴望别人的认同。”^[19]因此,他人取向更多地强调从别人的视角来评价或者判定自我的价值及存在的意义。

在近代中西文化交流的过程中,“我们在很大程度上实际是以别人的眼光来看自己和世界,一直到今天还是如此,甚至更甚。”^[20]长期以来,大家一直围绕着中国武术到底能不能打的问题争辩。因为从历史中走来的中国武术确实在某一年代、某一特定场域中将技击的功能展露无遗,将武术“能打”的一面呈现出来。军事战场上的格斗术、保家护院的防身需求、对抗外国大力士的擂台比拼以及影视武术作品中的夸张渲染,都在某种程度上给了人们中国武术“能打”的认识。尤其是当国外媒体涉及“挑战中国武术”的敏感话题时,似乎是为了证明“不能输给对手”,国人就一定要极力展现中国武术的技击价值,于是乎,武术就被搅在了“能打”与“不能打”的泥沼之中无法自拔。

虽然,“任何一种文化要建构自我的主体,都必须树立一个文化他者,依赖他者的视角”^[11]¹¹⁰,但是过度强调或在意他者的眼光,从别人的认知视角而不是从自我发展的实际需要出

发来考量自身价值,文化的发展就会偏离正确的方向。中国武术文化同样如此,我们不能一味地以西方文化的思维来衡量自己,中国武术发展到当下,毋庸置疑的是,由于脱离了当初“技击”适用的历史场域和生活语境,武术“打”的功能和价值已经大大削弱,而健身、教育、表演等功能正在成为其当下存在的主要证明。

4 正确认识社会取向的引导,明确中国武术未来发展走向

4.1 秉持“入奥”信念,但不作为中国武术发展的最高追求

长期以来,中国武术与奥林匹克运动的微妙关系成为了大多数中国人的一个心结,在我们的内心深处总以为“是不是奥运会项目”关乎泱泱大国的颜面,关乎每一个中国人的自尊。但反过来说,如果中国武术不进入奥运会就没有自己发展的平台了吗?就没有别的渠道能赢得别人的认可了吗?显然不是。对当下中国武术的自身发展而言,“入奥”的信念不能丢,因为进入奥运会能够在很大程度上促进其传承和国际化推广,但“入奥”不应该作为其终极追求,因为中国武术的母体文化与西方文化是截然不同的。程大力教授早就指出,“由于东方文化、中国文化的总体历史地位,东方体育、中国传统体育走向世界的终极目标,并不是‘进入奥运会’,而是在世界体育大舞台上与奥林匹克竞技运动平分秋色,分庭抗礼,交相辉映。”^[9]

中国武术发展到今天,以竞技武术为代表的“入奥”之举只是中国武术发展中的一小部分,我们应该秉持中国武术进入奥运会的信念,但也要清楚还有更多散落民间的传统武术需要保护,有不景气的学校武术需要务实推进,有大众武术需要推广普及,有武术产业需要提升效益等等众多迫在眉睫的问题需要去解决,这些现实的困境不是随着竞技武术入奥就能迎刃而解的。如果说“舍大求小”更多是为了满足“面子”的需要,那么带来的后果将使真实的中国武术走向“舍本求末”的尴尬境地。所以,“入奥”不应该作为中国武术的终极追求,解决好当下的困境,找准定位,明确方向,奋力前行,也许有一天奥林匹克的大门自然就为中国武术敞开了。

4.2 正确看待中外体育的“同中之异”,摒弃“优劣之分”的歧见

文化没有优劣之分,没有高低之别,只不过在历史的发展过程中会随着一个地区或国家生产力的强弱而人为地冠以文化“先进”或“落后”的名衔。人们对文化的认识是多方位的,而认知的过程往往伴随着“先入为主”的思维惯性或者依据灿烂历史的顺延而产生一定程度上的优胜心态。

从中西方体育文化的对比来看,一种是典型的主张“比”、注重“赛”、看重结果的西方竞技体育文化,一种是主张“和”、注重“修”、侧重过程体悟的中国传统体育文化,这是两种截然不同的文化形态,不能因为它们所依托的文化母体和各自理念的不同就产生优劣之判。单就体育功效而言,中国武术与田径、体操、球类、游泳、瑜伽等没有区别,都具有健身、教育、娱乐、观赏等功能;从技击的角度来说,其他各民族也有着像跆拳道、空手道、泰拳、柔术、拳击等技击形式,都是在不同民族文化的传习中产生和发展的。而那种自我认为“中国武术与跆拳道、空手道等相比,决不能‘丢面子’”^[21]的想法显然是主观的、片面的。

仅仅凭借满腔热情和非理性的自我认知,无法推动中国武术积极向前发展。从辩证发展的视角来看,不得不承认中国武术和域外流行体育或武技相比在某些方面还存在不足。当前,应客观地认识和看待中国武术的功能价值,“师夷长技”、取长补短,不能再盲目地认为“中国的武技是高明的,异族的武技是低级的。”^[17]¹⁵一个历来主张“不争”“不抢”的民族,如果长时间倚仗曾经拥有的辉煌和成绩,而不是主动地寻求未来的发展出路的话,以中国武术为代表的中国传统文化的发展都将受到严重的威胁。

4.3 倡导多元价值回归,“能打”不是中国武术的唯一象征

我们不否认武术“技击说”的论断,也不否认武术在过去某个时代或某种场域存在的技击价值,但在当今社会,中国武术已非唯“技击”“能打”是求,而是教育、娱乐、健身等功能的多元体现。从辩证思维和历史发展的视角,我们应该清醒地意识到中国武术多元功能的价值回归才能促使其健康可持续发展。

中国武术作为享誉世界的一种文化符号,应该“树立本民族的价值观念,不盲从或迎合其他

群体的文化。”^[22]“打”只是中国武术众多属性中的一种技击属性,我们不能因他人对技击价值的追捧,就以偏概全地去“找寻”中国武术与之对应的存在意义。我们应该坚定这样一种信念,中国武术就是中国武术,无需通过证明中国武术有多能打来让人知晓它的存在。

历史向前发展的过程中,人们在认识或者深入了解一种文化的时候不可避免地会出现“盲人摸象”的现象,而无法窥其全貌,但国人主观地“一叶障目”“只见树木不见森林”,则无异于自缚手脚。对于中国武术的发展,我们也应该更多地从当下武术生存的场域去挖掘其更适合的功能和价值,教育、健身、产业、表演等众多领域都是武术存在和发展的广大空间,而非执着于“技击”一端^[23]。当今风靡全球的太极拳、赢得满堂彩的《风中少林》、孔子学院的对外武术教学等等,均不以“打”的形象出现,但在助推武术发展、光大武术形象方面都发挥了积极的作用。

5 结语

“面子心理”是一把双刃剑,我们必须客观地承认“争面子”的过程,一定程度上推动了中国武术向前发展,但也走了很多弯路。因为,中国民族习性中对“面子”的痴迷,使我们太过在意别人的看法,总不自觉地按照别人的标准来进行自我评判,以至于我们忘记了自己是谁。正如有学者提出的那样,以武术为代表的中国文化或者喜爱、致力于武术发展的中国人,“既不能妄自菲薄,又不能盲目排外。”^[24]既要客观、理性地认识自身文化传统的利与弊,也要虚心向别人学习,取长补短。唯此,中国武术的发展道路才能越走越宽,越走越从容、越自信、越坚定。

参考文献:

- [1] 鲁斯·本尼迪克特.文化模式[M].王炜,译.北京:社会科学文献出版社,2009:128.
- [2] 万国崔.“面子”新释[J].江南大学学报:人文社会科学版,2011,10(4):30-34.
- [3] 郑欣森.鲁迅论面子文化[J].鲁迅研究月刊,1996(4):19-26.
- [4] 翟学伟.中国社会心理学论评:第二辑[M].北京:社会科学文献出版社,2006.
- [5] 林语堂.中国人[M].上海:学林出版社,1994:203.

- [6] 吕长斌. 中西文化视野下的“自我观”及“面子观”[D]. 济南:山东大学, 2007:34-40.
- [7] 方国清. 一个中国特有的文化符号——武术之研究[J]. 北京体育大学学报, 2011, 34(8):36-39.
- [8] 郭玉成, 刘庆庆. 日本武道构建国家形象对中国武术的启示[J]. 山东体育学院学报, 2014, 30(1):56-60.
- [9] 程大力. 论东方体育大系统的地位与特征[J]. 成都体育学院学报, 1992, 18(1):8-14.
- [10] 王岗, 陈连朋. 中国武术的发展是要“面子”还是要“里子”[J]. 体育学刊, 2015, 22(2):11-16.
- [11] 杨国枢, 余安邦. 中国人的心理与行为——理念及方法篇[M]. 台北:桂冠图书公司, 1993.
- [12] 王攀, 王岗. 中国武术“入奥”失败的理性反思[J]. 上海体育学院学报, 2014, 38(2):59-62.
- [13] 翟学伟. 中国人的脸面观——形式主义的心理动因与社会表征[M]. 北京:北京大学出版社, 2011:94.
- [14] 胡月星. 中国人性格的他人取向性探源[J]. 宁夏大学学报:社会科学版, 1991(2):67-71.
- [15] 甘阳. 古今中西之争[M]. 北京:三联书店, 2006:40.
- [16] 周松波. 方圆之探——解码中西文化[M]. 北京:人民出版社, 2010:19.
- [17] 王岗. 中国武术技术要义[M]. 太原:山西科学技术出版社, 2009.
- [18] 吴凯. 对面子的解构与重构[J]. 江苏社会科学, 2008(1):152-158.
- [19] 张汝伦. 当代中国的文化命运:从传统走向现代[N]. 文汇报, 2010-10-28(7).
- [20] 罗贻荣. 走向对话:文学·自我·传播[M]. 北京:中国社会科学出版社, 2006:26.
- [21] 张安邦, 孔丽. 从“跆拳道比武术有面子”谈起[J]. 精武, 2009(6):57.
- [22] 孟涛, 唐芒果. 文化符号与责任担当:中华武术国际传播的话语分析[J]. 上海体育学院学报, 2014, 38(3):52-57.
- [23] 戴国斌. 乌托邦:武术技击的理想[J]. 体育与科学, 2005, 26(3):10-14.
- [24] 刘玉珠. 开放是一种文化自信[N]. 中国文化报, 2008-11-08(1).

Reconsideration of the Development of Chinese Wushu from the Perspective of Face Psychology: On the Influence of Social Orientation

CHEN Lian-peng¹, WANG Gang²

(1. School of Physical Education, Yangtze University, Jingzhou 434020, China;

2. School of Wushu, Wuhan Sports University, Wuhan 430079, China)

Abstract: As a kind of deep rooted native psychological cognition, “face” has a profound influence on Chinese people’s thought beliefs, value orientation, living habits etc. Chinese Wushu can not avoid bearing the mark of “face psychology”. This article analyzes a variety of the phenomena of “face psychology” in Chinese Wushu by using the methods of literature, comparison and logical analysis, and discusses the face misconception of the development of Chinese Wushu from the perspective of family orientation, self orientation and others orientation. It is noted that Chinese Wushu should adhere to the concept of “entering the Olympic Games”, but that should not be the highest pursuit; it should correctly view the differences in similarities between Chinese and foreign sports and abandon the misunderstanding of viewing as merits and demerits; the return of multiple value should be advocated and combative ability is not the only symbol of Chinese Wushu.

Key words: face psychology; Chinese Wushu; social orientation; family orientation; self orientation; others orientation; entering the Olympic Games