

体育全球化的本土认同过程研究

——以职业足球俱乐部为例

王晓婷

(南京师范大学泰州学院, 江苏 泰州 225300)

摘要: 运用文献资料、逻辑分析等研究方法, 以足球俱乐部的传统、城镇或地区在身份的象征性建构中的重要作用为切入点, 通过借鉴北欧足球的案例和英格兰足球在挪威的影响力的研究, 对体育全球化的本土认同过程进行了深入阐述。研究认为: 国家队的足球赛事会引起极大关注, 激发很强的情感。作为一项全球媒体盛事, 国际足联世界杯赛的地位不是任何一个俱乐部性质的锦标赛可以挑战的。相比较而言, 在跨国网络、商品化符号论和激情的影响下, 足球粉丝普遍更青睐当地的俱乐部社区, 因为这些社区在地理上更靠近, 粉丝对这些俱乐部更有感情。

关键词: 体育全球化; 本土认同; 地方化; 职业足球俱乐部

中图分类号: G843

文献标志码: A

文章编号: 1008-3596 (2015) 06-0055-04

1 体育全球化与本土化

“为了国家!” “为了俱乐部!” 是体育界耳熟能详的口号, 表明足球运动员和支持者的忠诚。当地俱乐部和国家(国家队和国家职业联赛)的这种忠诚尤其明显地体现在足球和身份的话语中^[1]。尤其是, 后博斯曼时代对“本土”球员和“国外球员”进行了区分^[2]。足球运动员国际流动一直处于动态发展中, 自20世纪90年代中期以来, 随着足球运动员移民越演越烈和经济变得越来越自由及国际化, 大部分欧洲联赛发生了翻天覆地的变化。在这个时期, 英格兰、意大利、西班牙联赛的电视现场直播费火箭般飙升, 同样飙升的还有足球运动员的工资^[3]。

同期, 全球化成为体育社会学领域一个主要的关注对象。学术视角不断变化, 从“全球单一文化的全球化”到体育全球化是一个本土和全球之间复杂互动的网络, “体育全球化”的概念也不断变化。但是, 有学者认为全球化没有那么重要, 因为体育结构的本质决定国家之间存在差异, 因此不适合生成同质性。全球化往往和同质性相连。有学者反驳了体育社会学有关体育全球化的“文化帝国主义”观点^[4]。

笔者认为以上两种观点都忽略了本土身份在既复杂又具体的、国际化环境中的感情因素。本文通过借鉴北欧足球的案例和英格兰足球在挪威的影响力的研究来分析全球化的重要性。在学术讨论中, 国家往往被描述为对全球化的“本土”应对。有必要思考国家、本土和全球在情感上的重要

性, 以及后资本主义结构在生成职业体育统一性和差异性上的影响。

2 我们是谁? ——身份概念解析

20世纪80年代足球粉丝文化的理性主义者主要关注英国足球流氓行为, 到了20世纪90年代世界各地把足球看作当地和国家身份的表达式。这些观点成为新的研究范式, 尤其体现在相关学者编辑的文集上。其他研究亦将足球看作生成、表达身份的社会场域; 也有观点从足球、种族和多元文化的视角, 以及当地或地区反对国家认同中的民族主义或霸权主义的视角进行了深入分析^[5]。

在学术和常识中, 身份这个概念往往用来传达一种模糊的“东西”, 即人、地方、村子、城镇、地区、国家、大洲、语言、方言、性、性别、宠物、风景、物体、气味、技术、味道以及天底下任何具有存在意义或归属感的“东西”。足球支持者自认排斥他人。作为一项全球化的比赛, 足球面临很多挑战。身份认同会从当地身份中衍生出很多其他身份^[6]。不过, 足球的“当地参与性”并不会把参与者只限制在同一个地区的人。通过全球化和国际连接, 足球身份倾向于具有符号意义, 这个意义超越了国家和地理界限。当前, 足球变得多元起来, 足球运动员具有不同的社会和文化背景。

社会科学家用杂化这个词来分析具有明显移民特征的地方的多文化荟萃的现象。从理论上讲, 杂化这个词和“去同质化”最相关(根据同质化观点, 所有的社会都是同质的)。

收稿日期: 2015-08-08

作者简介: 王晓婷 (1982—), 女, 黑龙江哈尔滨人, 讲师, 硕士, 研究方向为体育教学与训练。

杂化观点认为各种文化进行复杂的交叉,而不是把文化视为“无缝”的整体。从假设上讲,我们可以想象出来,支持英格兰当地俱乐部的一位挪威人有可能并不被英格兰当地人欢迎。也有学者从体育、民族和种族的边缘化视角来看待这一问题^[7]。可以想象的是,在足球界任何“外国人”都会玷污“与俱乐部共同成长”和“融入俱乐部”的意思。

很多俱乐部很少会像上文那样如此负面地看待来自外来的支持者。最常见的反应是把远在他乡的支持者看作国际俱乐部社区的一部分。这些遭遇的主要特征是一致性而不是差异性或者“他者”。足球作为一种文化活动和集体身份密切相关。足球俱乐部依然和城镇、街道和露天体育场这些具体的地方性物体密切相关。“当地英雄”在足球世界依然具有令人感到自豪的含义^[8]。同时,足球往往被描述为世界上最具全球化的体育项目。最大型的欧洲联赛(主要是英超、西甲、意甲)通过卫星传播到全世界电视机前的观众。当前,足球就在这种“全球化—本地化”的纳入和排斥中发展。

3 体育全球化的跨国认同过程

对于那些经历过“边境跨越”的个体(外籍人士、移民、外籍劳工)来说,公民的概念是“复合折射出他们作为其他集体成员的身份认同”^[9]。简而言之,跨国身份认同是重叠的集体关系也是“实践共同体”关系,其涵盖公共、私人和职业的交互作用。至于穿梭在不同世界共同体中的“无国界运动员”^[10],媒介突出显示了外国运动员是如何被球迷当作“我们”中的一员还是“他们”中的一员的。

按照最近身份认同概念化“作为关系的和社会文化现象在当地话语交互语境中出现和循环”^[4],目前理论框架的研究主要基于避开社会认同建设(重建)本质解释的模式。然而,国家认同常常严格扎根在特定国家的公民心中,不是一个能够在关于民族主义、种族或文化定势的学术讨论中轻易摒弃的概念。有学者建议:在人们对国家认同形成和接纳的所有观念中,没有一个比身份更固定或更重要的,从出生后就强加在我们身上,以后基本上不会改变的观念更加有针对性,更加有力^[11]。从社会建构主义的角度来说,分析研究的错误在于它未能看到社会观念嵌入在身份研究中。同时建构主义必须小心避免自己的潜在错误,摒弃“神话”仅仅是一个谬论,因此不值得分析关注它自身权利的想法。文化构建最终不能脱离国家认同而单独作为一个整体。

因此,分析家的任务是解开认同形成的复杂显著的社会语言学的表现,认同形成构成某一特定社会团体成员及其意识形态的基础。在这项研究中,对“社会团体化的基本特性”的划分帮助意识形态和局部作用形成互联性^[9]。“社会团体化的基本特性”包括若干方面内容:①成员设备(性别、种族特点、外貌、出身等等):我们是谁?②行动:我们做什么?③目的:我们为什么要这样做?④规范与价值观:什么是好是坏?⑤地位:我们的社会地位是什么,以及我们如何与其他人群相处?⑥资源:什么是我们的?我们不惜一切代价想要保持的是什么?

上述问题可以作为分析大量数据的导向,这些数据共同呈现出一个非常有说服力的事实——“意识形态是由话语表

达、形成和证实的依据”^[9]。意识形态不是独立的抽象实体,而是可以被识别的。虽然它有多方面的不固定的形式,但是可以通过密切关注我们的日常语言和行为进行识别,从而形成了一个特定群体的行为和话语的基础,反过来话语有助于共同的社会信仰产生或再生。

关于意识形态的构建,除了上述六点,还必须提到主导地位以及它如何在局部相互作用中的运作。有学者解释认为:“话语的再生产优势有两个主要功能,即生产和接受”^[7]。随着文化全球化,职业运动员的迁移过程“指引其流向以及国内和跨国空间之间的表面矛盾的社会关系”^[1]已获得了社会科学研究关注。事实上,作为本地和国家关系展示的一个舞台,体育赛事提供一个机会来观察体育报道、个人和群体认同形成的相互关系。在不同的语境中体育迁徙模式是一个丰富的来源,可以从不同角度分析调查材料。在欧洲的大量外籍球员,不断引入拉美运动员到美国棒球队,以及来自新西兰的橄榄球球员迁移到北半球,这些都是受国家认同、民族和种族从属关系、语言以及全球经济状况等因素影响的现代体育现象。日本棒球球员转会到美国职棒大联盟的情况始于野茂英雄,这个著名的日本选手在1995年加入洛杉矶道奇队,紧随其后的伊良部秀辉和松井秀喜分别于1997年和2003年加入纽约扬基棒球队。在这期间和之后有许多其他的日本选手被收购。铃木一郎在2001年加入了西雅图水手队,松坂大辅在2007年加入波士顿红袜队,在日本的运动名声以及美国球迷的高度期望使他们获得了大量的媒体报道^[9]。

松坂大辅和铃木一郎在日本是非常受欢迎的球员,然而在他们到来之前,大多数的大联盟球迷基本上不知道他们的成就和地位。因此在美国积累一些“文化资本”取决于他们的运动表现以及来自于媒体和球迷的良好评估。有学者扩展了布迪厄用体育领域的例子来说明文化资本和身份构建的相互依存关系的理论^[9],通过对运动员的众多采访以及分析全球各种各样的体育环境,对跨国体育文化和移民运动员身份的产生提出了一个更细致的解释:移民的产生完全是自我异化的一部分,在其中一个人的劳动力由无限制的行为转变成有限约束的活动,这使得个体和他或她自己的能力分离^[9]。生产是一个社会过程,体育移民的产生是复杂的、多方面的社会关系的结果^[12]。

引进运动员认同的产生与先前在本国获得的文化资本和社会地位异化之间存在辩证关系。也就是说,虽然竞技实力可以全球流动,但当地的雇主、球迷和其他当地人如何猜想移民“文化”导致了移民的盲目迷恋变成了具体的、当地版的“文化”。例如,在欧洲的亚洲和非洲球员有望适应(场上场下)当地的文化,但如果他们不能满足雇主和球迷的期望,很快就会变成排外话语的目标。

4 体育全球化的本土认同过程

自20世纪60年代初期以来,全球化就成为主流社会科学的核心议题。作为一个概念,全球化混杂着各种自相矛盾的情感,一方面世界不断在扩大,另外一方面世界又变得越来越小,变得越来越可以触摸到。这和大规模的变化有关,

譬如信息的快捷流动、跨国界的金融和贸易等。最重要的是，全球化和资本明显相关。部分国家或公司控制着世界市场。社会和文化全球化的显著特征是某些特别的、主导中心诸如“西方”或美国的全球化。有人用一种非常反乌托邦的方式描述这种全球化。吉登斯是一名“文化资本家”领域的著名学者，他把“麦当劳化”理论提升到“全球化”理论^[5]。“全球化”理论用来解释后资本家（主要是美国所拥有的跨国公司）的财力以及对全球范围市场扩张的需求。

上述的活动似乎启发我们，传统和本地文化活动不可避免地被全球化征服和抹杀，因为大家从根本上意识到世界任何一个角落都不可能不被全球化的力量触摸到。以前，全球化的理论是基于假设的当地和全球化的二元观点上。假设的二元观点把当地视为对全球化的“英雄式的反应”。在引入“全球化”这个词的时候带有类似的含义，旨在对“全球化”内嵌的乐观色彩的、创意的、主观的可能性和诸如“混合”和“杂文化”理论进行有益的补充。运用体育“全球化”这个概念来强调体育全球化环境下公司跨国化这个强有力的同质化效应^[5]。体育文化和身份是以小部分大型跨国体育公司的财力为中心而建构的。这小部分大型跨国公司控制着体育的商业部分，从俱乐部所有权（控制体育媒体公司）到生产体育服装的公司。这也反映在体育社会学领域。体育社会学领域认为当地和国家的表述是对全球化力量的应对，体现在任何事情上，从运动员的移民（通过俱乐部所有权的国际建构）到体育大型公司。

不能把体育全球化看作国外身份的领域，因为体育会产生国际文化差异，因此不具有全球化的意义。主要案例来自全球媒体事件，譬如国际足联世界杯赛。国家永远都不会淹没在体育话语的表面下。许多体育研究学者把国家不言自明地看作产生体育独特性和社会文化身份的最初机构。具有世界流行性的体育，譬如足球可以从竞争的角度来诠释。如果没有“我们”和“他们”之间的争斗，体育的激情和意义何在呢？但是，究竟谁是“我们”，谁是“他们”呢？国家对于忠诚很高的粉丝有多重要呢？

有学者批评了常见的“参与者的光荣”，即过于乐观地认为本土社区和国家具有抵御体育全球化的能力^[4]。没有社区可以不受全球化的“污染”（影响）。基于这个观点，他们认为分歧不在当地和国际国内兼顾之间，而在国际国内兼顾和全球化之间。人们引用 Global（全球化）这个概念包括国家、公司、组织和其他实体的帝国主义野心和欲望，目的是扩大自身的影响力范围。上述理论给研究者提供了一个先验性的、重复性的工具，通过这个工具过滤和证实实证研究^[4]。应该提倡批判方法，视野超越“英雄对象”，而不是永远只关注“英雄对象”^[8]。有关巴西世界杯赛中“体育英雄从未退场”的学术时评研究似乎回归了古老的文化帝国主义的观点。文化帝国主义观点把发展视为一项根除本土文化的行为，并以牺牲跨国资本主义为代价。

从这个角度看，不难发现曼联俱乐部和耐克品牌之间的差异。尽管两者都是美英所拥有的国际知名品牌，但是他们积极参加全球化的动机不同。例如，曼联俱乐部的粉丝抗议美国商业大亨默多克在 2005 年购买曼联俱乐部的大部分股

票。曼联的支持者希望把曼联俱乐部办成“工人合作社或嬉皮公社”。这得到了更多的讽刺。当代的足球粉丝文化充满了幼稚，他们对足球比赛的现实无知。在体育领域，这种观点是旧调重弹。体育观众是完完全全的“充满幻想的参与者”。

显然，全球化影响并建构了当今人们对生活的体验，但是如果仔细研究人们如何体验全球化，我们会发现世界并不像全球化新自由资本主义研究者所描述的那么大。世界上大多数超过 30 岁的足球支持者都看过马拉多纳为阿根廷打比赛，并知道马拉多纳在他的职业生涯为哪一家俱乐部效力，因为这些支持者通过全球足球话语形成互动。跨国公司可以通过很多方式建构全球足球话语并使得这种话语变得流畅，但是这种体验和行为总是充满具体的和当地的色彩。

对于一个支持本地俱乐部的人来说，这个俱乐部所在的地理范围实际上只是国家地理概念中的一个很小的部分。“剩下的大部分”也许存在他的头脑。足球支持者也许受到跨国足球消费者主义和体育资本主义的影响，但是就激情和体验而言，他关心的是和挪威西部的体育场相连的“家”和英格兰东北部的体育场相连的“家”。所以，如果我们需要寻找反对全球化的“本土英雄”，体育也许是一个很不错的领域。这并不是为忽略体育资本主义的影响找一个借口。体育资本主义在体育场的命名上体现得很明显，譬如英格兰的锐步（波尔顿俱乐部）和阿联酋航空（阿森纳俱乐部）。体育资本主义在盈利很高的赞助和电视转播交易中也体现得很明显。人们只能在他们所属的社会和经济结构中游走。同时，我们需要铭记，全球化运动并不会在每个社会和文化环境中催生同样的冷漠和同质化。结果，我们不能简单地把全球运动中的人划分为受害者和攻击者。

对于很多粉丝而言，某一足球俱乐部的体育场是当地标志性的建筑。人类集体通过足球来表达自己的归属感。这种归属感并不是一种冷淡的情感体验^[6]。恰恰相反，一名来自挪威的足球迷和他支持的英格兰俱乐部的关系很像“情感的流放”，当然这并不表示他感到“被流放”。这种情感更像是这样：虽然不在同一个国家，但是依然有“家”的感觉。对于很多人来说，足球像一个生命中的常数，但是却不断变化。这并不是说，足球的身份是不会改变和不受影响的，球迷通过媒体或探索新的足球世界而寻找到新的激情。

所以，某一俱乐部的支持者就有了新的含义、新的内容，因为身份是移动的、变化的^[10]。但是“作为一名支持者”依然会引起情感。这些情感和体育项目核心的忠诚和团结密切相关。将“全球化”纳入到“英雄人物”的研究中显得有点拙劣。“全球化”这个词往往指大规模活动和当地活动之间精密的、复杂的彼此依赖的关系，但全球化的研究不要落入分类的圈套中，并避免任何事情都简化为抽象程度不同的全球化。

5 结论

在俱乐部足球的世界里，俱乐部的传统、城镇或地区在身份的象征性建构中起到重要的作用。在足球的维度里，“分帮结派的粉丝情结”更关心当地而不是国家队的情况。

当然,“当地”可以指代附近的地方或俱乐部所在地(可以是别的地方或甚至是国外)。普通的足球赛事频繁,几乎每周都有,并在俱乐部之间进行。与之对应,国家队的足球赛事没有那么频繁,但是会引起很大的关注,激发很强的情感,而且往往是大型赛事或国际锦标赛,譬如国际足联世界杯赛和欧洲足联欧洲杯赛。作为一项全球媒体盛事,国际足联世界杯赛的地位不是任何一个俱乐部性质的锦标赛可以挑战的。

俱乐部足球具有门户之分,并且是初级性质的。但是,世界杯具有全社会甚至全球效应。在这种意义上,像世界杯这种赛事是各个国家展现其形象的好机会,世界杯一场比赛90分钟让我们见证了爱国情怀。但是,这种爱国情怀比起普通的俱乐部支持者来说显得更加肤浅,也微不足道。尽管国家队赛事在足球和其他文化活动中占据着重要地位,但是显然国家队并不是当代真正用心的足球粉丝心之所向。在跨国网络、商品化符号论和激情的影响下,当代真正用心的足球粉丝普遍更青睐当地的俱乐部社区,因为这些社区在地理上更靠近,粉丝对这些俱乐部更有感情。

当前,这些“当地化”和“跨国化”活动威胁了国家体育代表队的重要地位。国家足球队一般作为广义体育和具体足球的身份符号,愈发深入的体育全球化趋势有助于提高国家形象,但是大多数当代足球粉丝并不认为忠诚、道德和身份的建构为国家队所独享,这种情感反而在当地足球俱乐部表现得更加明显。

参考文献:

- [1] 黄璐. 运动员跨国流动的国家边界问题:在荣誉外包与民族情绪之间[J]. 成都体育学院学报, 2014(11): 27-33.
- [2] 黄璐. 博斯曼法案的国际政治经济本质[J]. 天津体育学院学报, 2010(5): 392-395.
- [3] Moshe S. Occupational Mobility Through Sport: The Case of Soccer [J]. *International Review for the Sociology of Sport*, 1986(1): 23-33.
- [4] George E. Myth & Reality: Social Mobility of the American Olympic Athletes [J]. *International Review for the Sociology of Sport*, 1992(2): 165-174.
- [5] 阿里夫·德里克. 跨国资本时代的后殖民批评[M]. 王宁, 译. 北京: 北京大学出版社, 2004: 244.
- [6] 黄璐, 王金福, 付晓静. 北京奥运会奖牌榜的政治战略与国家身份建构[J]. 首都体育学院学报, 2007(1): 18-20.
- [7] Branko M. Globalization and goals: does soccer show the way? [J]. *Review of International Political Economy*, 2005(5): 829-850.
- [8] 黄璐. 巴西世界杯足球赛全景时评[J]. 体育成人教育学报, 2014(4): 17-24.
- [9] Pierre L. Moving with the Ball: The Migration of Professional Footballers [M]. Oxford: Oxford International Publishers, 2001: 26-35.
- [10] 黄璐. 运动员跨国流动的文化边界问题——李娜澳网夺冠的身份政治释义[J]. 体育成人教育学报, 2014(1): 1-6.
- [11] Lauri L. Social Mobility of Finnish Elite-Athletes of Different Achievement Level [J]. *International Review for the Sociology of Sport*, 1980(1): 97-105.
- [12] 林民望. 运动员归化的政策选择: 经济理性与民族主义的双重考量[J]. 天津体育学院学报, 2013(5): 451-455.

A Study on Local Identification Process of Sports Globalization

——Taking Professional Football Clubs as an Example

WANG Xiao-ting

(Taizhou College, Nanjing Normal University, Taizhou 225300, China)

Abstract: This article applies methods of literature and logical analysis and takes the tradition of football clubs, the important role of towns or districts in the symbolic construction of identity as a starting point, and then uses the case studies of Northern European football and the impact of England's football on Norwegian football as references to make deep illustration on the local identification process of sports globalization. This study suggests that: the national team's football matches tend to be of great concern to stimulate strong emotions. As a global media event, the status of the FIFA World Cup can not be challenged by any club-based matches. In comparison, under the influence of transnational networks, commercialized semiotics and passion, football fans generally prefer local club communities, because these communities are geographically closer, and fans hold more emotional support to these clubs.

Key words: sports globalization; local identification; localization; professional football clubs