

冰雪运动文化的特征解析与发展策略

刘 兰¹, 王 兵²

(1. 首都体育学院 新闻学教研室, 北京 100191; 2. 石家庄邮电职业技术学院, 石家庄 050021)

摘要: 通过文献资料法和逻辑分析法, 对冰雪运动文化的特征与传承问题进行研究。认为冰雪运动文化经历了自然形成、游戏、竞技和产业四个发展阶段, 冰雪运动文化具有显著的人与自然和谐交融的地域性、个体生命体悟与完善的人本性、消费社会与后现代文化相渗透的时代性等特征。当前我国冰雪运动文化发展还存在诸多不足, 应注重传承和发扬中国传统冰雪运动文化, 借助传播媒介提升推广力度, 加强冰雪运动文化教育, 发展冰雪文化创意产业。为我国冰雪运动文化发展提供参考。

关键词: 冰雪运动; 文化; 地域性; 人本性; 时代性; 媒介; 教育; 产业

中图分类号: G86

文献标志码: A

文章编号: 1008-3596 (2019) 02-0009-05

1 研究目的与意义

随着2022年北京冬奥会的申办成功以及3亿人上冰雪目标的提出, 冰雪运动的推广与普及将成为今后几年中国体育发展的重心。《国务院关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》强调了以冰雪运动等特色项目为突破口, 促进全民健身以及健身休闲项目的普及与提高; 国家体育总局《冰雪运动发展规划(2016—2025年)》指出全力引导大众参与冰雪运动, 推广冰雪健身休闲项目; 国家体育总局《群众冬季运动推广普及计划(2016—2020年)》, 提出到2020年我国冰雪产业总规模达到6 000亿元。这些政策的提出为推动我国冰雪运动发展, 成功举办北京2022年冬奥会提供了强有力的保障与支撑。

冰雪运动的普及不仅需要行政指令以及配套设施的构建, 也需要一定的社会条件和文化认同, 需要深入人心的体育健身文化氛围的形成以及对每一个人健身意识的影响。我国的冰雪运动起步较晚, 冰雪文化建设相对不足, 因此对冰雪

文化传承与发展的研究就显得尤为重要。

2 冰雪运动文化的概念与发展演变

2.1 冰雪运动文化的概念

冰雪文化是人们在冰天雪地的自然环境从事社会实践的过程中所获得的物质生产能力、精神生产能力和以冰雪为载体创造的物质财富与精神财富的总和。冰雪运动文化是冰雪文化与体育文化相结合的产物, 具有独特的文化属性。冰雪运动文化是指以冰雪生态环境为基础所采取和创造的具有冰雪运动符号的生活方式, 包括冰雪运动的历史文化、意识形态文化、场馆器材文化、竞技文化、艺术文化、健康文化、娱乐文化等。冰雪运动项目以及各类冰雪活动是其载体, 其深层的文化内涵是对冰雪运动价值的认同^[1]。

2.2 冰雪运动文化的发展演变

2.2.1 自然形成阶段

冰雪运动最早源于人类的生产和生存需要。寒冷地区的人们在冬季为了出行和狩猎, 将木板绑在脚上作为代步工具, 从而发明了滑雪板。新

收稿日期: 2018-12-27

基金项目: 北京市教育委员会社科计划一般项目“基于北京冬奥会的冰雪运动媒介传播研究”(SM201810029003); 北京社科基金研究基地项目“北京冬奥会媒介传播策略研究”(17JDYTB005)

作者简介: 刘 兰 (1979—), 女, 河北保定人, 讲师, 博士, 研究方向为体育文化传播。

文本信息: 刘兰. 冰雪运动文化的特征解析与发展策略[J]. 河北体育学院学报, 2019, 33 (2): 9-13.

疆阿勒泰地区发现了一万两千年前的记录着人类滑雪姿态的岩画。北欧在数千年前也有了人类早期滑雪的记录。我国有关滑雪的最早文字记载见于《山海经》第十八卷《海内经》：“有钉灵之国，其民从膝下有毛，马蹄善走。”《三国志》也载：“北丁令有马胫国……膝以下生毛，马胫马蹄，不骑马，而走疾马。”这些文字被考证为是对丁令族人用毛皮覆盖早期滑雪板疾速滑行的记载。从隋唐开始，滑雪广泛存在于我国北方各民族。在《北史》《隋书》《文献通考》等书中都有关于滑雪的记录。在《鄂温克族简史简志合编》中记载了人们以滑雪板为交通工具捕猎的经历。在北方恶劣的自然条件下，人类根据当地的物质条件创造性地发明了滑雪这种交通方式，方便了冬季出行，也极大提高了人们适应自然的能力。这其中蕴含着人类的智慧，也体现着早期人类适应自然、改造自然、战胜自然的决心。

滑冰的出现远远晚于滑雪，诞生在中世纪的欧洲。据考证，滑冰起源于荷兰，当时的人们使用木制的爬犁在冰上做运输工具，后来改用动物骨头。这就是人类最原始的冰上滑行工具——骨制冰刀。直到13世纪中叶，安装在木板上的铁制冰刀出现。与滑雪不同，滑冰的产生源于心理需要。当人类由奴隶社会过渡到封建社会，束缚自由的枷锁被打开，生活方式也发生了相应的变化，追求娱乐的心理需求增强。所以滑冰文化浓厚的区域，通常文化也相对发达^[2]。

2.2.2 冰雪游戏阶段

随着生产力的发展和人类生活质量的提升，原本作为生存和出行必要手段的滑雪开始衍生出娱乐文化价值。生活在严寒中的人们在单调漫长的冬季里，在生产、生活之余，开始借助滑雪工具，创造出一些游戏活动，如打滑挞、滑哧溜、轱辘冰、打冰杂等。清代《冰嬉图》生动再现了当时丰富多彩的冰上嬉戏场景和花样滑冰的高超技艺。清军入关后，滑冰与娱乐活动相结合，开发出很多冰上杂技活动，如冰上爬竿、飞叉、弄幡等。很多民间节庆活动也开始在冰上开展，如舞狮、舞龙、跑旱船、冰床等。随着社会的发展和人们精神文化需求的不断增长，以娱乐为主要目的的冰雪运动文化活动也越来越丰富多彩。

2.2.3 竞技运动阶段

随着社会的发展与进步，冰雪器材的演化与改进，人们冰雪技能不断提高，冰雪游戏逐步演

变成健身项目，进而演变为竞技体育项目。冰雪运动文化中孕育出了竞技文化的内涵。18世纪后期，滑雪在欧洲各地已经相当普及，并孕育出了丰富多样的滑雪竞技项目。其中高山滑雪受越野滑雪的影响，产生于欧洲中部的阿尔卑斯地区。在阿尔卑斯山脉，为了适应在山地陡坡上滑行，滑行技术不断得到改进和发展。越野滑雪则综合了技术、速度、耐力等多方面的身体要求，使得身体得到全面发展。冰上运动也逐渐由简单滑行演变出更高层次的花样滑冰表演、竞技性很强的速度滑冰以及冰雪集体项目冰球等。竞技元素的加入使得冰雪运动文化更加丰富多元，并为冰雪运动文化开拓出了更加广阔的发展空间。

2.2.4 冰雪运动产业阶段

随着社会经济的发展和人民生活水平的提高，冰雪运动开始走向大众，冰雪运动文化进入产业化的新时代。据统计，目前我国雪场超过600家，一线城市年轻人群构成了冰雪消费的核心人群。《中国消费新趋势：三大动力塑造中国消费新客群》报告显示，在2016年，单在阿里零售平台，就有超过1300万人次购买滑雪商品。2016年中国滑雪总人次1510万，总参与人数1133万。冰雪人群人均全年在冰雪项目上的花费接近6000元人民币^[3]。2017年，中国冰雪产业规模已达3976亿元。随着产业化时代的到来，冰雪运动文化融入更多时尚元素以及现代人的价值观和生活理念，成为某种亚文化形式，在现代年轻一代中逐渐成为一股文化潮流。

3 现代冰雪运动文化的特征

冰雪运动文化的独特性在于其包含着超越单纯运动形式本身的更加丰富多元的文化特征。这种文化特征基于冰雪运动项目本身，也与自然、社会相结合，有着深厚的冰雪运动人文价值。

3.1 地域性：人与自然的和谐交融

冰雪运动是对地域条件要求较高的运动形式，由此所形成的冰雪运动文化也带有鲜明的地域性特征。寒冷的气候和丰富的水资源是开展冰雪运动的基本条件。世界上的冰雪运动文化大国多为气候严寒、冰雪资源丰富的地区，如加拿大、俄罗斯、北欧地区等。我国冰雪运动文化浓厚的地区主要集中在东北尤其是黑龙江。

冰雪运动文化是一种与大自然紧密结合的独特运动文化。如在雪上项目中，滑雪者要熟悉雪

道情况和雪的状态,依据自然本身的特质采取相应的措施。人的身体在广阔的自然中穿行,身体与自然零距离接触,让运动者体验着人与自然之间的冲突及和谐,实现了人与自然的交融与对话。冰雪运动文化将身体运动与对自然的感知结合在一起,这也是冰雪运动文化逐渐被越来越多的城市人群接受的主要原因。冰雪运动文化让人们重新回归自然、亲近自然,这给现代人带来了内心的满足与喜悦。

3.2 人本性:个体生命的体悟与完善

冰雪运动不仅仅是为了娱乐而进行的锻炼,也与某些精神、社会和意识形态联系在一起,形成独特的冰雪运动文化。对于谋求向上流动的新兴中产阶级来讲,渴望借助身体运动缓解紧张的心情、消除工作压力,增加活力与竞争力,冰雪运动文化正迎合了这种需求。滑雪运动是一种感觉作用超过肌肉作用的运动,它的动力来自于势能转化,并不强调肌肉爆发力和体能,但注意力必须全部集中在监控来自身体和环境的信息^[5]。参与者往往能够超越外在的运动形式,从强调肌肉锻炼转向内在的身心修炼,追求全神贯注体会自己肌肉力量,准确操控它,并寻求内心的安宁,这体现了一种运动之外的精神追求,也让冰雪运动承载着更高层次的文化价值。它让人们可以独自在空旷的自然中穿行,在人与自然的交流中,实现与自己内心的对话,这符合现代人强调个体生命完善的内心主题。

3.3 时代性:消费社会与后现代文化的渗透与表征

滑雪作为一种大众运动方式是随着工业革命和城市化进程中消费时代到来而到来的,冰雪运动文化也带有鲜明的消费时代特征。冰雪运动需要昂贵的装备和场地设施。滑雪圣地阿尔卑斯山在工业革命之前是远离城市的“荒地”,冬季到那里去看雪是拥有私人交通工具的贵族活动。直到19世纪后期交通发达后,山地旅游滑雪门槛降低,才开始在中产阶级中普及开来。现代社会中,滑雪运动的不同滑法和场地需要不同的雪板,雪服也有着不同的时尚标签,这让冰雪运动形成一种独特的消费主义文化特征,承载着复杂的时尚体系和享乐主义的内容,如单板滑雪正是依托后现代叛逆文化而兴盛起来的。目前国内外很多雪场更加重视视觉和娱乐效果,在雪道之外,还会涉及主题雕塑、举办雪地音乐节等。在

购买昂贵的雪具、时尚的雪服中,在跟随滑雪而来的冰雪度假中,人们享受着消费的快感,这些都是超越运动本身之外的文化体验。

4 我国冰雪运动文化的现状与不足

4.1 对冰雪运动文化认识的局限性阻碍冰雪运动文化氛围的形成

冰雪运动文化以冰雪运动项目为载体,更包含着对冰雪运动的意识形态和价值观。而我国大部分民众对冰雪运动文化的认识存在局限性。受地域条件限制,国内民众缺乏对冰雪运动的直观认识,运动项目体验性不足。冰雪运动大多为冬季室外运动,受传统观念影响,人们将冰雪视为阻碍出行的“天敌”,习惯窝在室内,缺乏冬季运动的习惯。因此我国参与冰雪项目的人数较少,了解并喜爱冰雪项目的人口更少,参与人口不足阻碍了冰雪运动文化氛围的形成。

4.2 冰雪运动场地不足限制冰雪运动文化活动的广泛开展

冰雪运动文化要想真正深入人心,在全社会形成浓厚的文化氛围,不仅要依靠群众对这项运动的观赏热度,更需要普通民众对这项运动的广泛参与,在参与中亲身体验冰雪运动的乐趣。而目前我国冰雪场地缺乏,限制了冰雪运动参与。冰雪运动受到地域限制较大,目前我国冰雪运动主要集中在黑龙江和吉林省。从全国范围来看,群众性、大范围的冰雪运动文化活动难以开展,阻碍了冰雪运动文化的推广。

4.3 冰雪运动教育不完善限制冰雪运动文化的推广普及

冰雪运动教育直接关系到冰雪运动文化的推广与普及。只有通过有效的冰雪运动教育,才能让更多人掌握冰雪运动技能,参与冰雪运动项目,了解冰雪运动文化。目前我国的冰雪运动教育主要集中在东北三省的学校,教学场地不足、冰雪运动器材缺乏、冰雪师资匮乏,远远不能满足冰雪运动普及推广的需求^[4]。

5 我国冰雪运动文化传承发展策略

5.1 传承发扬中国传统冰雪运动文化

在冰雪运动文化传承发展中,应深入挖掘我国传统冰雪运动文化内涵,发扬我国冰雪运动的民族性和民俗性,形成具有中国特色的冰雪运动文化体系。我国古代北方各民族的人民在长期的

生活生产实践中,孕育了朴素的冰雪运动文化。使得我国冰雪运动文化具有鲜明的民族性和民俗性,蕴含着丰富的中国文化要素。一些少数民族形成了自己独具特色的冰雪节日,如鄂伦春人的“伊萨仁”,蒙古族冬季那达慕大会等^[1]。传统冰雪文化活动依托当地独特的人文历史底蕴,有着深厚的群众基础,更具亲和力与贴近性,便于广泛开展。各地可以对本地传统冰雪文化活动深入挖掘、重新包装,让传统冰雪活动的民俗性与现代时尚元素相结合,形成具有区域特色和时代特征的冰雪文化节庆活动。被赋予了新形式、新元素的传统冰雪活动一定能吸引更多参与其中。如北京市每年举办的“北京什刹海冰雪文化体育季”,既有现代感的形式,又将冰龙舟、冰蹴球等多种传统冰雪项目融入活动中,吸引群众参与,培育冰雪健身人群。

5.2 借助传播媒介加大冰雪运动文化推广力度

媒介的传播力量对冰雪运动文化推广意义重大。新媒体时代,媒介传播渗透人们生活的方方面面,人们可以随时随地接收和传递信息。在冰雪运动文化的媒介传播中,应该充分发挥各类媒介的不同作用,形成多元的文化传播模式:借助多媒体电视保证冰雪赛事的高清收视;借助PC端和移动客户端保证人们收看冰雪赛事的个性体验;借助微博、微信激发人们讨论冰雪运动话题的积极性;借助交通移动传媒和车载传媒有效利用人们的碎片化时间;借助各类短视频APP、新闻聚合类APP、社交类APP实现冰雪运动文化点对点的传播^[6]。在这些不同形式的媒体中,社交媒体在冰雪运动文化的传播中的作用不可小觑,很多社交媒体已成为冰雪运动爱好者聚合的平台。滑雪运动需要在远郊区、省外甚至国外进行,常常需要组团前往。借助社交平台,志趣相投的雪友聚集在一起,交流滑雪感受,推荐滑雪场地,制定滑雪计划,相约一起滑雪,形成一个个关系紧密的社群。冰雪运动代表着一种生活方式、生活态度,关联着一定的收入水平和兴趣取向,形成某种程度上的亚文化。通过社交媒体的聚合作用,这种文化形态逐渐凸显,形成某种文化标签,对冰雪爱好者来说无疑具有凝聚力,提升了冰雪运动文化的推广效果。

5.3 加强冰雪运动文化教育

青少年是冰雪运动文化未来的传承人,因此,应加强青少年群体的冰雪运动文化教育,让

冰雪运动走进校园。北方地区的学校可以根据自身条件与冰场、雪场合作,对学生进行专业的冰雪培训。条件不充足的地区,可以在学校开展仿真冰雪项目,创新教学内容和教学形式,逐步引领学生认识冰雪、接触冰雪、体验冰雪的乐趣。针对青少年的年龄特点和兴趣特征,积极开展冰雪知识进校园活动,编制冰雪运动知识手册、项目指南等,宣传冰雪运动文化。举办与冰雪运动健儿“零距离”接触活动,借助冰雪运动明星的个人魅力,培养学生的冰雪运动情结,激发他们学习冰雪知识、体验冰雪项目的积极性。组织冰雪运动体验营和冬令营等培训活动,让学生亲身体验冰雪运动,感受项目魅力,培养运动兴趣。

5.4 发展冰雪文化创意产业

冰雪运动与自然环境关系密切,大多运动项目在室外进行,尤其是滑雪运动通常在远郊区,导致产业关联度较高,涉及旅游、餐饮、建筑、机械制造等诸多领域^[7]。因此,整合冰雪资源,发展冰雪运动文化创意产业应该成为今后我国冰雪运动文化发展的重要趋势。将冰雪运动与旅游、观光相结合,在冰雪运动文化中衍生出艺术、娱乐等诸多价值,丰富冰雪运动文化内涵。开发独具特色的大众冰雪运动文化产业,利用地理环境和自然条件,依托冰雪资源,以开发冰雪旅游产品中的体育项目为重点,传播发展冰雪运动文化^[8]。打造冰雪运动文化创意产业品牌,把民间艺术、异域风情、体验文化融入到冰雪运动文化产业中,满足人与自然亲近的愿望^[9]。在冰雪运动创意产业品牌的打造中,可以一方面吸收民族传统冰雪文化元素,另一方面,打造时尚多元、符合现代人审美需求的冰雪运动文化新形式,以精准、优质的服务满足不同人群的需要,最终形成以体育文化为核心的产业链^[10]。

6 结语

冰雪运动文化的发展是冰雪运动事业向前推进的内生动力。现代冰雪运动体现了人类个体生命的体悟与完善,也有着消费社会与后现代文化的渗透与表征。借助北京冬奥会筹办的契机,我们应传承发扬中国传统冰雪运动文化,加强冰雪运动文化教育,将冰雪运动真正融入现代人的生活,并与现代人个性化的生活方式相结合,借助传播媒介加大冰雪运动文化推广力度,大力发展冰雪文化创意产业,在全社会形成冰雪运动文化

氛围，实现冰雪运动文化的繁荣，推进我国冰雪运动的可持续发展。

参考文献：

[1] 贾春佳,李双玲,朱宝峰,等.我国冰雪体育文化的本源、特征与发展对策[J].哈尔滨体育学院学报,2017(3):52.

[2] 徐文东,朱志强.中国冬季运动史[M].北京:人民体育出版社,2006.

[3] 中国消费新趋势:三大动力塑造中国消费新客群[EB/OL].(2017-05-25)[2018-06-15].<http://wemedia.ifeng.com/16768692/wemedia.shtml>.

[4] 孙科.全民健身与冰雪运动发展[J].体育文化导刊,2017(3):2.

[5] 杨璐.山在哪儿,雪在哪儿,快乐也在哪儿[J].三联生活周刊,2017(12):39.

[6] 冯雅男,孙葆丽,毕天杨,等.新媒介下奥运传播推广策略及对2022年冬奥会的启示[J].体育文化导刊,2018(11):30.

[7] 何于苗,陈元欣,滕苗苗,等.我国冰雪产业发展与市场开发研究[J].河北体育学院学报,2017,31(1):23.

[8] 连洋,姜淑华.全面建设小康社会中的大众冰雪体育文化研究[J].冰雪运动,2012(1):79.

[9] 陈霞,姜玉洪.冰雪文化发展与创新探析[J].学术交流,2014(7):211.

[10] 张志哲.冰雪体育文化传承与拓展研究[J].冰雪运动,2016(5):39.

Characteristic Analysis and Development
Strategy of Ice and Snow Sports Culture

LIU Lan¹, WANG Bing²

(1. Teaching and Research Office of Journalism, Capital University of Physical Education and Sports, Beijing 100191, China;
2. Shijiazhuang Posts and Telecommunications Technical College, Shijiazhuang 050021, China)

Abstract: Through the methods of literature and logical analysis, this paper studies the characteristics and inheritance of ice and snow sports culture. Ice and snow sports culture has undergone four stages of development: natural formation, gaming, competition and industry. Ice and snow sports culture has the characteristics of regional harmony between human and nature, human nature of individual life comprehension and perfection, and epochal infiltration of consumptive society and post-modern culture. At present, there are still many shortcomings in the development of ice and snow sports culture in China. We should pay attention to inheriting and developing the traditional ice and snow sports culture in China, enhance the popularization through the media communication, strengthen the ice and snow sports culture education, and develop the innovation industry of ice and snow culture. The purpose is to provide reference for the development of ice and snow sports culture in China.

Key words: ice and snow sports; culture; regionality; human nature; epochal; media; education; industry