

媒介

改变生活

——以『体育传媒影响我国当代大学生
体育生活的实证研究』为例

王慧琳 著

人民出版社

MEIJI

王慧琳 著

媒介 —— 改变生活

——以『体育传媒影响我国当代大学生
体育生活的实证研究』为例

人
民
出
版
社

责任编辑:陈寒节

责任校对:湖 催

图书在版编目(CIP)数据

媒介改变生活/王慧琳 著

—北京:人民出版社,2006.3

ISBN 7-01-005471-1

I. 媒... II. 王... III. 传播媒介-影响-体育-教育-高等学校
IV. G807.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 021290 号

媒介改变生活

MEIJIE GAIBIAN SHENGHUO

王慧琳 著

人民出版社 出版发行

(100706 北京朝阳门内大街 166 号)

北京新魏印刷厂印刷 新华书店经销

2006 年 3 月第 1 版 2006 年 3 月北京第 1 次印刷

开本:880 毫米×1230 毫米 1/32 印张:8.75

字数:190 千字 印数:2000 册

书号:ISBN 7-01-005471-1 定价:22.00 元

邮购地址:100706 北京朝阳门内大街 166 号

人民东方图书销售中心 电话:(010)65250042 65289539

天津师范大学学术著作出版基金资助出版

责任编辑：陈寒节
装帧设计：徐 晖

前 言

大学生面对着日益丰富和复杂的现代社会环境，其中传媒环境是一个对他们发生重要影响的社会环境之一。在思考成长的各类命题中，当代传媒对大学生的影响已变得十分深刻。现代体育与当代社会大众传播有着越来越紧密的联系。近年来，随着我国经济实力的增强及人民物质文化生活的改善和丰富，各种传播媒介得到了迅速的发展，而体育信息的传播一直是其中的重要内容之一。至今不难看出，体育传播的发展一方面促进了人们对体育认识的不断提高，同时对社会体育从内容形式到规模发展起到了重要的促进作用。从世界媒体的发展来看，媒体全球化趋势日渐扩大。媒体在体育上的应用随着媒体的发展而发展。大众传播的影响正在受到社会广泛的关注，其中对人们体育生活的影响不可被忽视。大众传媒是现代社会生活中非常重要的组成部分，也是影响人们生活方式的重要因素。

在这样的社会背景下，我认为体育生活成为社会学和体育学研究的共同主题，其研究角度是多种多样的，也有丰富的成果出现，在这些研究中，无论科学背景、出发点那样的不同，大众传媒是一个无可回避的重要环节，这也足以说明大众传媒对于体育生活的重要功用。因此考察大众传媒对大学生体育生活方式的影响无疑是学校体育研究中一个重要的

方面。

经过文献资料的搜集和专家的咨询，2001 年确定了此研究命题，期间得到我的导师以及其他人员多方面的支持和指导，终于在 2003 年 5 月完成了此项研究。此专著即是此研究的成果。我认为，从大众传媒体育信息的角度探讨大学生体育生活，对于学校体育学和大众传媒学研究而言都是一种新的尝试。在本研究中，大众媒介被当作探视大学生体育生活的一个独特的入口。

其主要原因在于：

第一，中国体育有不可忽视的现实地位，学校体育日益被重视，然而，在有关学校体育的研究中，对大众传播体育信息对大学生体育生活的影响问题仍停留在感性认识层次上。

第二，运用传播理论对于大学生体育生活进行研究，有可能开拓新的学校体育理论研究领域。

第三，实现科教兴国，正是现阶段中国发展的现实运动，科教兴国是一项系统工程，对大众传播媒介促进教育发展方面（包括学校体育在内），正是这种综合考察的一个重要方面。

第四，从世界范围看，各国教育发展的历程中，学校体育的发展具有一定的地位，中国学校体育的发展已经取得了卓越的成就，然而如何进一步促进学校体育的继续和全面发展，还有待于人们从各种角度进行考察研究，揭示大众传播这样一种现代文明最有力的传播工具，在大学生体育生活中扮演怎样的角色，以及如何加强和改进其功能，无疑是具有挑战性的。

此专著的立意在于：

首先，大学生研究和学校体育研究中关于大学生体育教育工作必须立足于对新形势下大学生特点及其生存环境因素的思考。我国正处在全面建设小康社会、大力发展大学教育的时期，社会情况发生了复杂而深刻的变化。在此背景下，大学生的体育生活也产生了新的变化，大学生体育发展研究也面临着大量的新课题。

其次，当代传媒作为一种全新的社会力量，对大学生的覆盖和影响越来越大。已经成为影响大学生体育生活不可忽视的重要渠道。随着高新技术的迅速发展，社会信息化趋势的日益显著，各种传统的媒介手段和传播方式正在发生巨大的变革，互联网等新型媒体的兴起，为大学生和大学生体育教育工作的发展提供了新的机遇，也带来了更大的挑战。当代传媒已成为巩固和拓展大学生体育教育工作的重要阵地和重要环境因素。大学生体育教育工作如何依托和运用当代传媒教育大学生、引导大学生，都是摆在大学生研究领域中的一项新课题。

再次，研究大众传媒体育信息传播规律，促成有效的体育教育政策，积极创造有利于大学生健康成长的良好社会环境。从当今世界教育的走向看，重视传媒和信息环境对大学生和大学生体育教育工作的影响，最重要的是认识二者之间发生联系的规律。争取政府、相关职能部门和全社会的支持，积极推进以学校为重心的大学生媒介教育。同时，本研究将体现教育和管理相结合的原则，把大学生媒介教育工作融入传媒建设和管理之中，积极促进良好体育氛围和传媒文化的形成，进一步创造有利于大学生健康成长的良好社会

环境。

此专著分为九章。第一章为媒介与体育研究。这一章回顾和讨论了国内外研究概况。在此基础上提出本研究的目的、任务和方法。第二章为体育传播的要素分析。第三章为大学生对体育传媒的需要。第四章为大学生体育传媒接触行为和体育信息意识状况。第五章为大学生对体育传媒内容的偏好与评价。第六章为大学生媒介接触与体育态度和兴趣。第七章为大学生的体育传媒接触与体育价值观和行为方式的发展。第八章为体育传媒对大学生体育生活的负面影响及对策。第九章为大学生体育传媒接触存在的问题与大学生体育传媒建议。

此专著的特色主要表现在：

第一，在于采用比较系统的定量研究方法对我国大学生接触大众传媒各个环节进行了比较系统的调查分析，获得大量的实证资料，填补了有关体育传播学、学校体育学和大学生这一群体研究空白。

第二，运用定量与定性研究相结合的方法，对大众传媒对大学生的影响进行了比较深入的研究，获得了一些新的发现，有利于学校体育学和传播学学科在我国相关研究的深入和推广。

第三，作为一项长期研究计划的先期部分，本书的研究为今后的进一步研究打下了基础，并且展示了有可能建立“我国体育信息传播模式”的前景。

第四，作为在我国正处在全面建设小康社会、大力发展大学教育的时期中的一项研究，本书也对于有关如何进一步促进学校体育的继续和全面发展，揭示大众传播这样一种现

代文明最有力的传播工具，在大学生体育生活中扮演怎样的角色，如何加强和改进其功能以及具体的政策和工作，提出了一些意见和建议。

该领域是过去少有人系统研究，又是当前体育发展和体育理论中正受到关注的热点问题，选题具有重要的理论价值和现实意义，对于大学体育改革及改善大众传媒中的体育对策为主，可满足研究任务需要。在现状调查和文献分析综合的基础上，对大众传媒对当代大学生的体育生活的影响方式、程度进行了阐述。大学生对传媒体育信息的需要与选择及接触渠道进行了客观描述，并从传媒影响这一角度深入剖析了媒介对大学生体育态度、兴趣、价值观、行为上的影响；分析了传媒可能带来的负面影响及存在的问题，并基于现状研究提出了利用传媒改进大学体育的有关政策。通过实证研究获得一些重要的发现。

以下问题有待今后继续深入研究：

第一，研究的发展性问题。社会文化变量具有时间性，而定量调查所获得的资料，只反映调查的“瞬时”的对象状况，反映了现时社会大学生的媒介接触状况，本研究为今后每隔若干年的追逐调查研究提供依据和思路。

第二，分析的深层次性问题。尽管本研究中试图揭示大学生传播行为、媒介素养、影响因素等背后的社会、政治、经济、文化因素，但由于研究方法的局限，分析只能在描述和因果关系上进行，发现一些值得探究的问题。如体育生活方式的形成，必须是整个社会结构和人的体育价值观、体育态度对新环境的认可，而这种过程是政治、经济、教育、文化、体育及大众传播等各方面整体性的配合，才能完成。因

此，媒介对于受众的体育态度、兴趣影响的研究，也就不是体育学和传播学单一学科所能完成的，而只有传播学与社会学、政治学、经济学、历史学、人类学、心理学、体育学等多门学科相结合才能有效地进行。所以本研究对于一些现象的分析主要是在因果联系、媒介理论、日常生活的知识上进行，同时发现了一些重要的现象，是现实存在的，也是极有价值的。

第三，研究的理论性问题。本研究的目的在于：首先，实证结合理论的方法，论证大众传媒体育信息对大学生的体育生活影响，揭示大学生对体育传播的接收和体育传播对大学生的影响程度和影响方式。再有，阐述媒介体育信息的负面消极影响，发现大学生体育传播接触存在的问题。提出有关以学校为重点的媒介教育和正确运用大众传媒进行体育教育的若干方向性建议。这一思路要求对现实问题的描述和分析，并结合进行理论上的归纳，但理论上的深化发现有待于整个社会学、传播学、体育学研究的发展，另一方面今后也可以就某些比较成熟的方面进行更深入、更复杂的研究。

第四，研究中关于我国地区间比较问题。应该承认，由于各种各样的原因，我国对体育传媒与不同人群的影响研究很少有人涉及，本研究是建立在体育学和传播学学者进行的研究基础上，力图有所改进，但大规模系统调查的组织、论证、经费和技术，和本研究命题一样对本人都是挑战，故没有对我国不同地区大学生的媒介体育信息接触情况进行比较研究。只是进行了我国大学生总体样本的调查、分析。原因在于：第一，不同地区的研究样本量可能要求不同；第二，在不同地区里，可能媒介传播体育信息的内容不同，作用和

前 言

影响不同；第三，在不同社会文化、经济环境的影响下，不同地区的大学生对媒介的接触和依赖不同。如果进行比较研究，可能需要更大的篇幅，花费更多的研究工作量，应用更复杂的研究方法，这将在今后的扩展研究中可作为一项独立的研究去考虑。

由于研究条件所限，加之本人学术浅陋，书中不足之处，乃至浅薄、错误之处定有不少，在此，敬请批评指正。

作者

2004 年 5 月 1 日

(Abstract)

**The Influence of Sport Information on Mass
Communication to the Sport Life
of University Students**

Wang Hui-lin

Surrounding of mass communication is one of the important social circumstances to affect university students. In recent years, many scholars have paid more attention to relative researches in the home and abroad. The influence to people's sports life can not be neglected among the researches. It brings forward some new studying tasks to physical education in school. However, up to the present, there are few researches about the topic published. To know and to realize the Sport Information on Mass Communication (SIMC) on the whole, to improve and to provide some foundation of development of University students in sport, on the basis of studying many relevant documents and consulting a lot of experts, the questionnaire survey is the main method through the 1806 university students of 19 universities and colleges in Home and 540 university students in Poland, and 140 university students in Beijing during the Asia Sports Meeting in 2002. To open out the influence of SIMC to sport life of university students in theory in positive and negative aspects, to establish some measures, to

describe the behavior, the characteristics of process and effect, the research investigate and analyze from each part of SIMC by combining the research methods of fix quantifying and determining the nature. The conclusions are as follows:

1. University students are main force in the information society, which have close relationship with the degree of educated. They represent different behavior and consciousness of contacting mass media with individual and social dissimilarity.

2. University students have many needs to contact SIMC. There are different needs with different media. The motivation that university students contact SIMC has something to do with degree of interest of students.

3. SIMC with the function of propagandizing public opinion, serving of physical education, consumption of physical culture have positive influence to the university students' sport attitude, sport interest, view of opinion of sport value, and manner of physical activities. Kinds and contents of media restrict the degree of influence.

4. University students pay different attention to different contents of SIMC; different kinds of SIMC can meet different needs of different contents for students. The degree of favor is different with the different kinds of SIMC. Television, Newspaper and Internet are favorite media to university students. They think that a majority of SIMC is better in vision and imagination. The main problems are inadequate in variety of SIMC, monotony in format, unsuitable broadcasting time.

5. Mass communication can produce some negative influences in sport cognition, sport moral, idol adoration, and participating in physical activities. The reasons can come up to following aspects, negative influence of market economy, unhealthy thoughts in sociality, trend of iniquity and phenomenon of corruption, distempered physical education system, weakness of university students themselves and so on.

6. The main problems of university students contacting SIMC are following aspects, inadequate media channel, not intension enough influence, deflection of influence, deficiency in the cognition of function of SIMC and the ability of sensitivity, not definitude need of SIMC. Set down some corresponding policies of mass communication to university students is necessary as suggestion. Government should pilot as a corn, and media education should be as a keystone in school. The role of PE teacher in using media should be strengthened in school education. PE should go with using mass media.

Key words: mass communication; sport information; university students; sport life; influence

目 录

第一章 媒介与体育研究	(1)
第一节 研究概述	(1)
第二节 研究目的、任务与方法	(36)
第二章 体育传播的要素分析	(43)
第一节 受众——大学生	(43)
第二节 大众传播媒介和体育传播的内容——体育信息	(55)
第三节 传播者——体育传播工作者	(64)
第四节 体育传播的过程	(69)
第五节 体育传播的效果	(74)
第三章 大学生对体育传媒的需要	(79)
第一节 媒介需要的理论	(79)
第二节 大学生对不同体育传媒的不同需要	(88)
第三节 不同大学生的体育传媒需要	(92)
第四节 大学生的体育兴趣程度与媒介需要的关系	(102)

第四章 大学生体育传媒接触行为和体育信息意识状况	(108)
第一节 大学生日常生活中的媒体介入	(108)
第二节 大众传媒体育信息在大学生中的扩散过程	(112)
第三节 大学生接触体育传媒的频率	(115)
第四节 大学生接触体育传媒的时间	(121)
第五节 大学生接触体育传媒的情形	(126)
第六节 大学生对体育传媒的消费情况	(129)
第七节 大学生对媒介的拥有情况	(132)
第八节 大学生的体育信息意识状况	(135)
第五章 大学生对体育传媒内容的偏好与评价	(156)
第一节 大学生对体育传媒内容的偏好	(156)
第二节 大学生对体育传媒的评价	(169)
第六章 大学生体育传媒接触与体育态度和兴趣	(177)
第一节 大学生体育传媒接触与大学生体育态度的相关性	(177)
第二节 大学生体育传媒接触与大学生体育兴趣的相关性	(180)
第七章 大学生的体育传媒接触与体育价值观和行为方式发展	(186)
第一节 当代大学生体育价值观与行为方式的研究	(188)