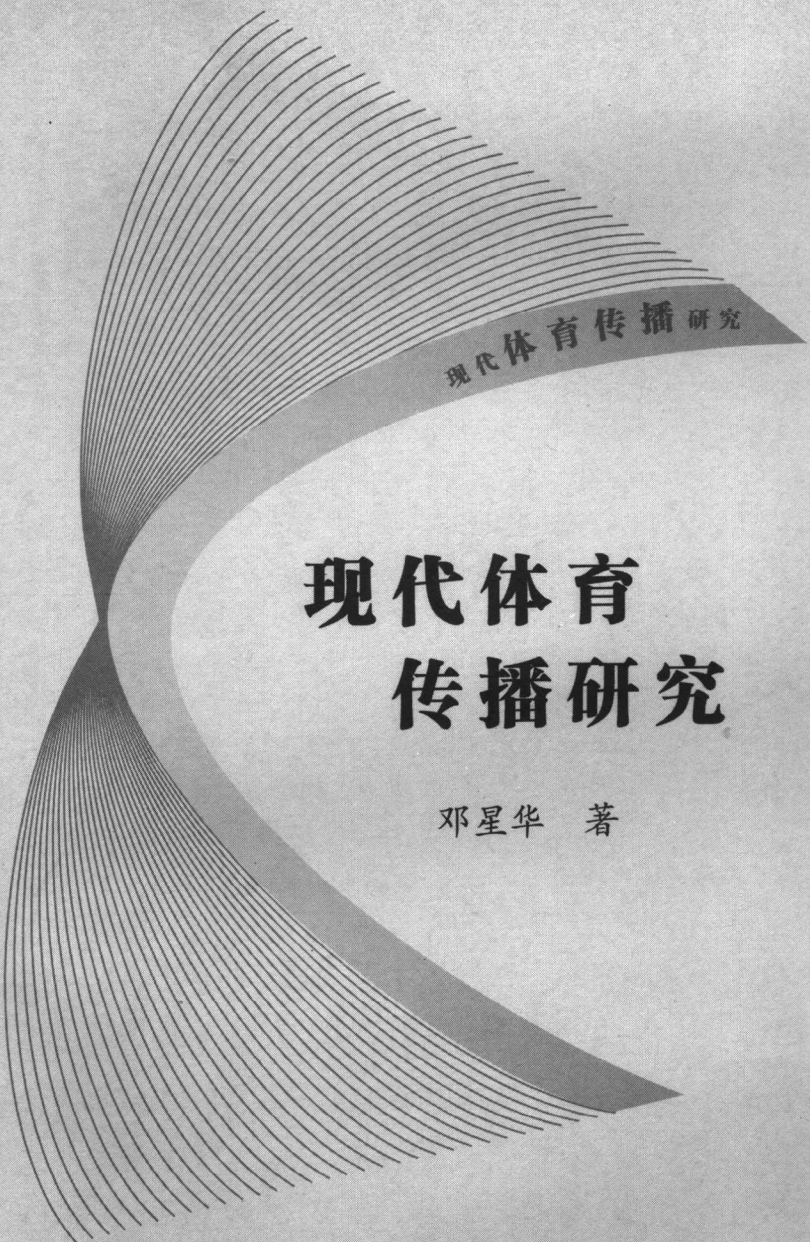


XIANDAITIYUCHUANBOYANJIU

现代体育传播研究

邓星华 著

人民体育出版社



现代体育传播研究

现代体育 传播研究

邓星华 著

人民体育出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

现代体育传播研究 / 邓星华著. —北京: 人民体育出版社, 2006

ISBN 7-5009-2999-4

I. 现… II. 邓… III. 体育—传播学 IV.G80-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 056639 号

*

人民体育出版社出版发行
北京冶金大业印刷有限公司印刷
新华书店经销

*

850×1168 32 开本 8.5 印张 210 千字
2006 年 8 月第 1 版 2006 年 8 月第 1 次印刷

*

ISBN 7-5009-2999-4/G·2898

定价: 16.00 元

社址: 北京市崇文区体育馆路 8 号 (天坛公园东门)

电话: 67151482 (发行部) 邮编: 100061

传真: 67151483 邮购: 67143708

(购买本社图书, 如遇有缺损页可与发行部联系)

序

科学的发展经历了分化与整合的阶段，体育科学的发展同样如此，而这一过程是漫长的，需要人们不断的实践与理论探索。在体育科学领域，一个新概念的提出、一种新理论的创新、一门新学科体系的构建，总是伴随着一个体育理论的不断丰富与体育实践不断推进的过程，这需要广大的体育工作者的积极参与才能有效地完成。

现代体育的发展离不开传媒，从以奥林匹克为核心的国际竞技体育到以休闲健身为标志的大众体育都与传播的蓬勃发展紧密关联。有人认为，传播无外乎为人们提供了三类东西：“事件与人物的信息；对所发生的事情的解释；大量的娱乐形式。”从传统的报纸、杂志等平面媒体，到广播、电视等电子媒体，再到新兴的互联网络，当然，体育传播也不例外。

传播学起源于上个世纪的一二十年代，形成一个学科则是在四五十年代。相对而言，体育传播作为人类传播的重要内容，其理论的构建还有待进一步完善。因而，任何一项有关体育传播的研究，都或多或

序



少会对丰富体育传播理论产生积极影响，作者的《现代体育传播研究》进行的这方面尝试也必然发挥这种作用。

体育与传媒的关系，已经不仅仅是一个经济关系问题，里面牵涉到许多文化问题。当我们在分析传媒与体育的关系，特别是在探讨传媒的工具价值时，也要看到体育对传媒发展的促进；既要看到积极的一面，也要看到消极的因素，这样才是“一分为二”的研究态度。基于此，作者对二者进行了深入分析。

有人提出，20世纪最显著的特点就是世界上大多数人被纳入到一个真正的全球化国际系统之中，世界形成了一体化的全球空间，并包含人类的活动的诸多领域：通讯、交通、经济、政治、战争、科学、环境以及诸如法律、文化、语言等。尽管这并不意味着人类在全球范围内结成为一体，但这一切带来了许多研究领域的新变化。联合国教科文组织1999年出版的《世界社会科学报告》指出：“全球化理论是社会领域的一次主要的范式转换，社会科学绝不可能再与从前一模一样了。”有关体育的诸多理论问题也不能不纳入全球化的视野下来考虑，在体育发展的全球化背景下，体育传播又处于一个怎样的境地，中国体育传播又该如何有效地去应对。

体育传播不是一个新事物，作为理论研究也不是一个新问题，常散见于体育社会学论著中，但通过体育与传媒关系这一微观层面的研究，引申出体育全球化这宏观层面的文化学意义上的研究，可以说是具有开创性的。将“狂欢理论”“视觉文化”“身体叙

事”等许多文化学研究的内容，引入到体育研究的领域，可为我们研究体育提供一个新视角。

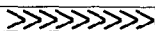
在体育理论界，新概念的提出、新理论的创新、新学科的构建，无不反映了体育理论研究的活跃。我们正处在一个开放与发展的时代，应鼓励更多的年轻人积极参与到体育理论研究的大潮中来，不断提出新问题、研究新课题、开辟新领域。愿星华在未来的学术道路上一路走好。

是为序。

杨文卿

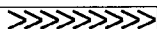
2006-05-08

序



目 录

引 言	(1)
第一节 问题的提出	(2)
一、现代体育的形成与发展是一个体育传播 过程	(2)
二、社会发展需要体育传播	(4)
三、大众传播的蓬勃兴起需要体育	(5)
四、现代体育自身发展的需要	(6)
第二节 研究综述	(7)
一、有关基本概念的界定	(7)
二、文献综述(国内外研究概况)	(9)
(一)体育文化研究中的体育传播研究	(9)
(二)体育全球化研究中的体育传播研究	(11)
(三)体育电视相关问题的研究	(12)
(四)有关体育新闻及体育信息的研究	(14)
(五)大众传媒对人们体育参与等因素的影响 的研究	(16)
(六)体育与(大众)传播关系的研究	(19)
第三节 研究内容与方法	(22)
一、研究内容	(22)



二、研究方法	(23)
第一章 现代体育传播的兴起与价值	(25)
第一节 现代社会对体育传播带来的积极影响 ...	(25)
一、城市化为体育传播提供的条件保障	(26)
(一) 城市人口集中	(26)
(二) 体育设施集中	(27)
(三) 大众传媒集中	(28)
二、现代社会为体育传播提供了广大的受众 群体	(30)
(一) 现代社会提供的时间保障	(30)
(二) 大众体育蓬勃发展的刺激	(32)
(三) 人们对体育传播的需要	(33)
三、对体育的多元化需求使传媒内容更加 广泛	(35)
第二节 传播技术发展奠定了体育传播发展的 基础	(38)
一、媒体变革与体育传播的飞跃	(38)
(一) 媒介传播形态的变化及其影响	(38)
(二) 体育传播媒介的同步发展	(41)
二、加剧了体育与传媒相互依存	(43)
(一) 现代体育发展对传媒的需求	(43)
(二) 来自媒体对体育的需求	(46)
三、改变了人们参与体育的方式	(48)
(一) 促进大众参与体育	(48)
(二) 视觉文化的消极影响	(51)
第三节 文化工业与体育传播产业的形成	(55)
一、对大众文化的不同认识	(56)
二、体育的大众文化表现形态	(59)

三、大众文化条件下体育传播中的精英与大众	(62)
四、传播技术革新促进体育传播产业形成 ...	(66)
本章小结	(72)
第二章 大众传播观照下的现代体育	(73)
第一节 体育与媒体的狂欢	(73)
一、狂热化的体育	(74)
(一) 大众的狂热化	(74)
(二) 媒体表现的狂热化	(76)
二、艺术化的身体叙事	(77)
(一) 影像化身体的主体意义	(77)
(二) 身体隐含的商业价值	(79)
三、体育传播中科技力量的极端显现	(81)
(一) 对运动中科技的崇拜	(81)
(二) 媒介技术的滥用	(83)
四、媒体对体育暴力的渲染	(84)
(一) 大众传媒中体育暴力的客观存在 ...	(84)
(二) 媒体报道中的暴力渲染	(86)
第二节 大众媒体中的锦标主义	(88)
一、精英至上主义	(88)
(一) 媒体中的精英话语	(88)
(二) 媒体中明星的意义构建	(90)
二、大众的缺席与性别差异	(92)
(一) 媒体中大众的缺失	(92)
(二) 媒体报道中性别差异的普遍存在 ...	(95)
三、形式化的体育	(101)
(一) 体育的仪式化表现	(101)
(二) 媒体催生下的体育仪式	(103)



第三节 体育传播商业化对体育比赛的负面	
影响	(104)
一、影响比赛项目发展	(104)
二、干预赛程安排	(107)
三、影响运动员的行为	(109)
四、形成体育对媒体的过分依赖	(110)
本章小结	(112)
第三章 体育全球化与体育传播的全球化	(114)
第一节 全球化:当代世界体育的发展趋势	(114)
一、现代化与全球化	(115)
(一) 现代化	(115)
(二) 全球化进程	(118)
二、现代体育的全球化	(121)
第二节 体育传播的全球化时代	(126)
一、传媒对于体育全球化的巨大推动力	(126)
二、体育传播的全球化——一种新的全球化	
景观	(130)
(一) 国际体育资源的共享性	(130)
(二) 国际性体育交流与合作加强	(132)
(三) 为各个国家和民族体育提供了展示的	
舞台	(134)
第三节 不均衡的世界体育传播格局	(135)
一、传统媒体的强弱悬殊	(136)
(一) 报纸	(136)
(二) 通讯社	(136)
(三) 电视	(138)
(四) 大型跨国媒介集团	(140)

二、新技术、新媒体加剧了全球传播的不平衡	(140)
(一) 卫星电视技术进一步加剧了全球媒体力量的不平衡	(140)
(二) 新型传播手段——因特网	(142)
(三) 新技术的强大影响力	(143)
三、全球信息流动的不平衡	(145)
(一) 信息流量及流向的不平衡	(145)
(二) 不平衡的普遍存在	(146)
四、从奥运会电视转播看体育传播的不平衡 ..	(148)
第四节 体育传播加剧了世界体育的趋同	(150)
一、西方体育主导权进一步加强	(151)
二、弱势文化将进一步弱化	(154)
三、现代体育发展中民族体育的边缘化	(161)
四、西方体育的恶性扩张	(166)
本章小结	(171)
第四章 体育全球化背景下的中国体育传播	(172)
第一节 与国际接轨的必然选择	(172)
一、西方体育在中国的传播	(173)
二、中西体育之间传播的必然性	(177)
(一) 文化差异性的存在	(177)
(二) 走向世界的现实诉求	(182)
(三) 现代体育传播过程中的碰撞	(186)
第二节 WTO 给中国体育传播的挑战	(189)
一、经济方面的压力: 体育传播市场将被分割	(189)
二、文化方面的侵蚀: 对民族传统体育资源开发的影响	(192)

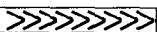
三、体制方面的触动：行业垄断将被打破 …	(194)
第三节 WTO 给中国体育传播的机遇 ………	(197)
一、大众传媒方面的支持 ……………	(198)
二、有利于拓展高水平赛事的资源优势 ……	(200)
三、促进传统体育与现代体育的融通 ………	(202)
第四节 体育传播——促进中国与世界体育 的融合 ……………	(204)
一、立足于全球化大潮 ……………	(205)
(一) 积极探索走向世界之路 ……………	(205)
(二) 在吸收外来体育文化中完善自我 …	(208)
二、重塑中国体育形象 ……………	(210)
(一) 保持发展体育传播中的改革与创新 …	(210)
(二) 建立自己的“话语”体系 ……………	(213)
三、中国体育传播实力的提升 ……………	(215)
(一) 构建展示中国体育的舞台 ……………	(215)
(二) 促进中国体育传播产业的发展 ……	(217)
本章小结 ……………	(219)
结 语 ……………	(221)
参考文献 ……………	(224)
一、著作类 ……………	(224)
二、论文类 ……………	(240)
后记 ……………	(256)



引 言

体育的产生与发展过程即是一个传播的过程。无论是在不同地域与文化之间的传通与交流,还是在纵向的历史文化的传承与发展,作为人类文化的重要组成部分,体育都表现出鲜明的文化传播的特征。无论从体育文化所包含的思想层面的体育思想、观念、意识、精神等,还是到制度层面的体育法规、制度、机构、组织等的传播,都决定了一定历史时期与特定历史条件下体育的基本形态特征。一方面,从体育活动形式、方法规则、运动技能技巧和战术等要素的传播,到包括体育教学、训练、比赛、宣传、广告、新闻、公关等体育实践行为,都表现出传播活动与体育运动相互作用过程中相互影响的价值与意义。可以说,传播对于体育运动而言具有决定性的重要意义。另一方面,在现代社会,体育的发展对大众传播也有着非常重要的意义,体育已经成为大众传播发展过程中重要的支撑力量。可以说,没有传播,特别是大众传播,就没有现代体育的发展。

体育传播是指以体育为对象通过一定的媒体进行传递的过程。包括各种新闻媒介以体育为内容的运作,体育比赛的策划、宣传,体育专业人才的推介,运动项目的推广和运动技术传授等。体育传播经历了由传统的传播方式向现代传播方式的



转变,其缘由是媒体传播手段的发展。我国早期的体育传播,主要是凭借其他文化传播方式。如西方体育、现代体育运动,是通过传教士、基督教青年会、留学生等言传身教和身体力行的形式传入我国的。早期的体育传播以书报及各种体育活动为主要传播载体。随着电视的普及和国际间交流的不断扩展,体育传播无论在数量,还是在质量上都有了巨大的飞跃。特别是到了 20 世纪下半叶,随着电视的普及,体育传播的时空有了前所未有的拓展,特别是 Internet 技术的推广与普及,体育传播方式又有了一个质的飞跃,体育信息、体育文化在现代传播中所占分量越来越大。因此,对体育传播的研究也是随着传播媒介的发展而发生变化的。

全球化已经成为现代社会不可逆转的世界性发展趋势的时候,体育与经济全球化、文化全球化一样,也融入了全球化的浪潮之中。大众传播与现代体育的发展密不可分,在体育传播过程中促进了体育发展的同时,也必然对现代体育的发展带来一系列不利的影响,这是在现代社会历史条件下大众传媒及体育发展的必然结果。而对体育传播及其相关因素的研究是了解体育发展中有关现象的必由之路。

第一节 问题的提出

一、现代体育的形成与发展是一个体育传播过程

现代体育与其他事物一样也经历了一个从无到有、从少到多、内容不断丰富和新旧交替的发展，而这一历程本身就包含

有体育传播的因素。体育传播所包含的体育的地域移动^①，总是存在于一定的时间和空间。产生于欧美的诸多体育项目，是在一定空间范围内，经过一段时间的实践，为一定民族认同后逐步走向世界的。以奥林匹克运动为重要代表的现代体育，从其发源地向世界各地的扩张过程也许使人们更能清晰地认识到现代体育的传播轨迹。现代奥林匹克由初创时的不到 10 个成员国发展到目前的 200 多个成员国^②，使奥林匹克运动真正成为一项世界性的运动。在这一发展过程中，奥林匹克思想深深地融入到这一过程也传播到成员国。

在中国，体育经由民族体育走向现代体育，从学校走向社会，这都是中国现代体育传播的一个重要特征。产生于英国的现代足球，经过一个多世纪的传播成为世界第一体育运动，而同样产生于英国的乒乓球如今成为远在世界东方的中国的“国球”，这也是体育传播的必然结果。中国引进和发展现代体育的过程，也可理解为现代体育在中国的传播过程。从 19 世纪中叶开始的中国近代史上为寻求“救亡图存”“求富求强”的学习西方的思潮起，也开启了现代体育在中国的传播之路。

当然，中国引进和发展现代体育的道路并不平坦。早期的军国民体育思想的引入及其式微，自然体育的兴起及“土、洋”体育之争，再到中国积极融入国际体育大家庭的种种努力，这都是不同社会历史背景下跨文化传播中出现的正常现象，反映了现代体育作为文化在传播过程中的共性与个性。中华民族有着悠久的历史 and 灿烂的文化，需要为世界文明的发展作出更有价值的积极贡献，而中国武术也正在进行着这种类似于西方体育走向世界的伟大尝试和不懈的努力，事实上，这也

① 韩佐生，张社平.论现代体育的地理传播.天津体育学院学报，1996（1）：63.

② 任海.奥林匹克运动的全球化与文化的多样性.体育文化导刊，2002（1）：81-83.

是现代体育发展的必由之路。中华民族所拥有的丰富多彩的民族传统体育,有必要充实到现代体育发展、壮大的潮流中,融入到主流的现代体育中,而开展这一工作必然关注体育传播的问题。

二、社会发展需要体育传播

中国成功获得 2008 年奥运会举办权,这不仅是现代体育在中国传播,将世界体育引入中国的重要步骤,更是中国体育和富有深厚底蕴的中国文化向世界传播的历史契机。在中国体育走向世界的过程中,无不与传播中华优秀传统文化结合在一起。各种运动项目的推介,各种运动赛事的举办,各种体育交流活动的开展,在这一系列具有体育传播意义的过程中,都会有意识地强化这一点。从中国武术队在 1936 年柏林奥运会上的表演,到第 11 届亚运会在中国的举办,再到中国两次积极申办奥运会,都体现了中国人民“让世界了解中国,让中国走向世界”,以通过体育的传播达到文化沟通目的的强烈愿望。

社会发展在满足人们物质需求的同时,需要满足人们的精神需求。体育通过不同的传播形式,以各种积极的方式引导着人们高尚的精神享受。体育传播的过程中,正如奥林匹克运动一样倡导“忠实地、完整地、不屈不挠地奉行利他主义”^①,如在传播奥林匹克文化的过程中,宣扬的“更快、更高、更强”的口号和人们崇尚的“参与比取胜更重要”理念,不仅成为人们参与体育运动和比赛崇尚的准则,更成为现代社会中人们自我实现与自我超越的人生哲学。我国推广的全民健身活

^① [法] 顾拜旦. 我的祝福. 奥林匹克理想. 詹汝琮, 等译, 北京: 奥林匹克出版社, 1993: 137.



动,更是积极传播体育价值,以激发全民参与健身实践活动的重要形式。

20世纪70年代,“乒乓外交”“小球带动大球”映射出了体育在传播过程中的政治价值,体育传播“负起同时关涉政治和文化的责任”^①。另外,体育所具有的教育功能,正是通过传播的途径得以实现。现代体育传播依托大众传播形式,使人们以获得更广泛、更先进的体育价值观和科学的体育手段等。

三、大众传播的蓬勃兴起需要体育

进入20世纪,世界经济和科学技术的高速发展,使大众传播媒介实现了一次又一次质的飞跃,由报纸、广播到电视,再到互联网,不仅大大地增加了人们获得体育信息量,更主要的是改变了人们获取体育信息的途径,使人们由单一的获取体育信息资源的途径发生了改变,由平面变为立体,由纸质媒体变成多媒体的超文本,由固定地域到面向全世界(如Internet)。同时,这种改变使人们对体育内容选择的余地也大大增加。

大众传播的发展离不开体育。体育在现代社会中成为一种不可缺失的文化现象。体育比赛的竞争性、比赛结果的不确定性和时间的紧迫性,使体育新闻成为大众媒介争夺的一项内容^②。大型运动会期间,各种媒体都会开辟相应的版面或专题,有的电视台甚至开辟数千小时的体育节目,以满足不同人群的需要。另一方面,大众传媒通过体育报道,可以获得可观的经济效益。

近年来,我国大众传播发展迅速:现有广播电台288个,

① [美] 爱德华·W. 萨义德. 东方学. 王宇根译. 北京: 三联书店, 1999.5: 20.

② 卢元镇. 体育社会学. 北京: 高等教育出版社, 2001: 172.