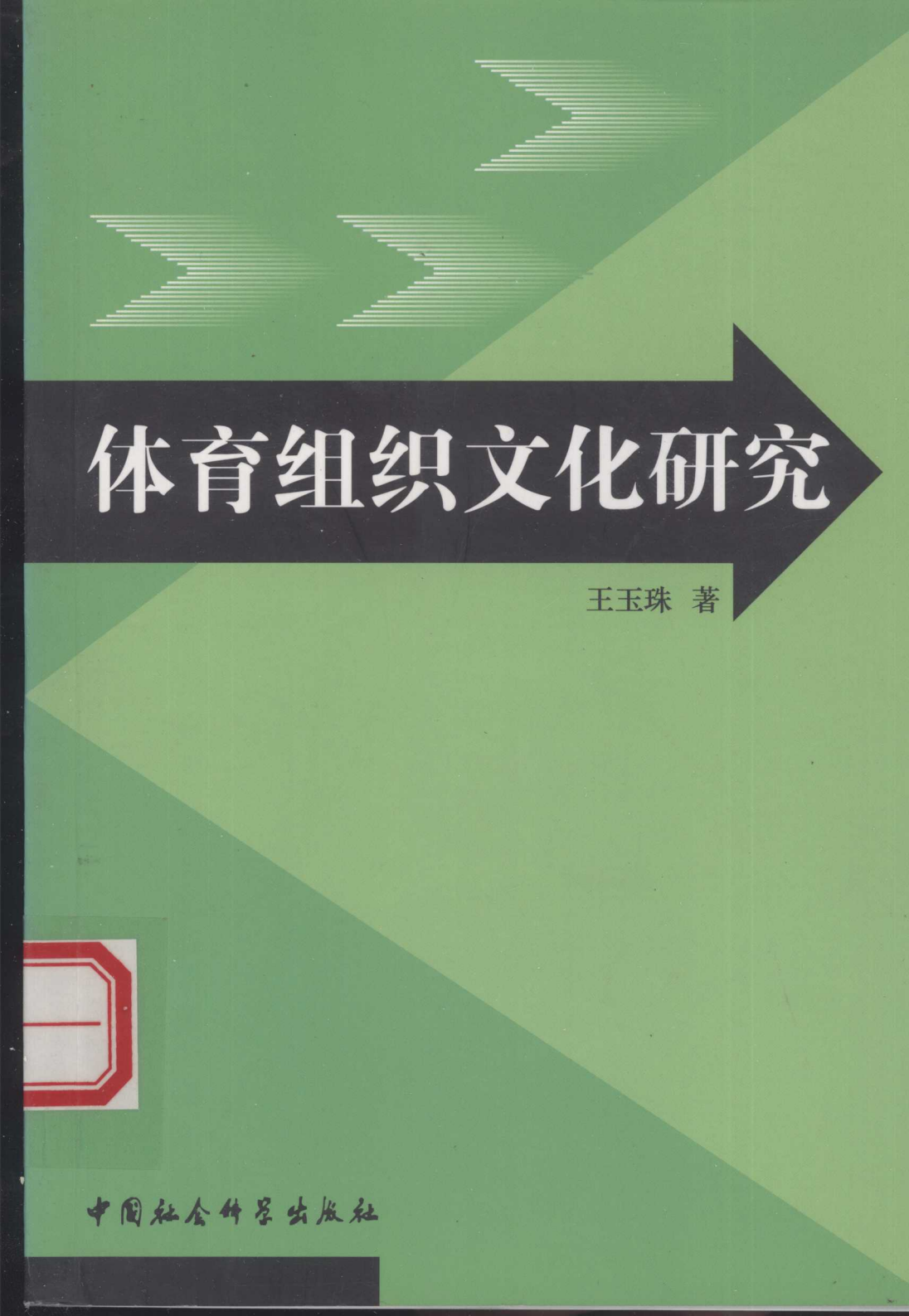




体育组织文化研究

王玉珠 著



中国社会科学出版社

王玉珠 / 著

体育组织文化研究

TIYU ZUZHI WENHUA YANJIU

中国社会科学出版社

图书在版编目(CIP)数据

体育组织文化研究/王玉珠著. —北京:中国社会科学出版社, 2005.2

ISBN 7-5004-5121-0

I. 体… II. 王… III. 体育组织-研究 IV. G81

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 079180 号

出版策划 任 明

特邀编辑 桂 忠

责任校对 李云丽

封面设计 新空气

技术编辑 王炳图

出版发行 **中国社会科学出版社**

社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号 邮 编 100720

电 话 010-84029450(邮购)

网 址 <http://www.csspw.cn>

经 销 新华书店

印 刷 北京奥隆印刷厂

装 订 三河鑫鑫装订厂

版 次 2005 年 2 月第 1 版

印 次 2005 年 2 月第 1 次印刷

开 本 880 × 1230 毫米 1/32

印 张 6.125

插 页 2

字 数 160 千字

定 价 22.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书,如有质量问题请与本社发行部联系调换
版权所有 侵权必究

業精於勤荒於嬉
行成於思毀於隨

李士嘉林



申



時年九十五

出版说明

聊城地处鲁西大地，是全国历史文化名城之一。

元代以降，会通河之开通，不仅促成该地区经济的繁荣，也促进了南北文化的交融；明清之际的聊城，文运昌盛，书院林立，一时“科目鼎盛，贤士辈出”。这自然与齐鲁大地尊师重教之古风有所关联。

毋须追溯更远历史。屈指算来，清季“行乞兴学”之教育家武训、民国学人傅斯年、抗日英雄张自忠、国学大师季羨林、丹青高手李苦禅，以上诸位，差可堪称聊城文化之骄傲。一座名城的历史，仿佛一条有生命的河流，其所蕴涵之人文精神，势必造就一批又一批的贤良才俊。时至今日，薪传文化，弘扬传统，谁堪担当？

始建于 20 世纪 70 年代的聊城大学，其前身为山东师范学院聊城分院。80 年代初，独立为聊城师范学院；新世纪伊始，更名为聊城大学。学校历经 30 年风雨洗礼，业已成为规模较大、颇具影响的省属综合性大学。作为鲁西最高学府，聊城大学上承历史，下启未来，其责任亦大矣！

放眼中外，大凡一高等学府兴盛壮大，皆须鼓励探索创新学术精神，积淀深厚学术底蕴。如今，学校内涵建设方兴未艾，学科建设蓬勃发展。为进一步推进学术进步，营造浓厚学术氛围，学校决定集中推介博士群体中涌现的优秀学术成果。本书付梓面世，一则为当代学苑再添新花；再则昭示聊城大学充满活力，后继有人。

文化学术，乃至民族精神，悉赖代代学人之勉力承传。那些“筚路蓝缕，以启山林”的开拓者和创新者，尤其值得尊重。愿聊城大学诸位学人，秉承历史文化之光，会通中西学术，为弘扬民族文化殚劳尽责！

聊城大学学术委员会

2005 年 2 月 21 日

中文摘要

体育组织文化既是一个文化概念，也是一个宏观的体育管理新理念，是一种客观存在，它渗透在人类的体育管理实践活动之中。本书对有关体育组织文化的概念、释义、结构、特征、类型、社会化和现代化及体育组织文化建设等理论进行了全面分析与研究。集中外组织文化的理论、案例、建设经验为一体，相互借鉴，各取所长，启发性强；兼收并蓄，内容丰富，可读性强；优势互补，借鉴性强。努力用全新的视角和全新的经营理念统领全书，做到思维创新、观念创新。对热心于体育组织文化理论和建设宣传的同志，以及热心于体育组织文化理论研究的专家、学者，有一定参考价值。

自序

体育组织文化，对中国大多数读者来说，乍听起来甚为陌生、新奇。但细细推敲、回忆一下，并非如是。其实，体育组织文化现象在我国早已有之，只不过是我们通常习惯于用体育思想政治工作等予以说明、解释，只不过是我们未能形成一种系统的、科学的规范体系和研究方法，只不过是我们未能从企业管理和管理科学的角度予以系统化、科学化。现在，这本摆在读者面前的著作，正是力图完成这方面的工作。早在三年前撰写博士论文时，笔者的导师——原上海体育学院党委书记、博士生导师胡爱本教授就选题、有关章节的内容等时常加以指点，那个时候，他就多次表示希望能完成此稿后，专门就此进行一番深入研讨。笔者很是受到鼓励和支持，并在整理思想、把握体系、条理内容等方面尽我之所能。果然，经过辛勤努力，作为笔者的博士论文顺利通过学位答辩，也正因此，笔者顺利进入复旦大学应用经济博士后科研流动站，这为以后进行更深入的研究与探讨创造了良好的条件。

数量化、模型化是当今的大趋势、大潮流。然而这是否意味着定性研究，概念、范畴、体系的建立与把握便毫无意义？而必须永远进入历史？这实在是一种误解，形成思潮后更是一种误导。理论、思想与科学的魅力永远不会只允许定量方法去展示。方法与形式永远是要为内容服务，永远要服从于科学研究与理论推导之目的所需要。更不必说在所谓的后工业社会或信息社会里，高科技更需要高情感相辅佐。现在，这部新作终于脱稿，我心欣然，希望导师也能感到一丝欣慰。

笔者的研究方向是体育管理与体育经济，但在进行体育管理与

体育经济的深入探究时,时常会感到深入探索哲学与文化的必要,时常感到文化是整个社会科学研究链条中不可缺少的一个环节。近几年来,收获颇丰,但其中之一就是强烈地感受到了体育组织文化在当代体育管理方面的长足发展。与此趋向相同,随着我国体育思想政治工作的不断强化和实践经验的总结与升华,随着振兴中华与体育事业的蓬勃发展以及体育从业人员主人翁精神等具体深化体育改革等问题的提出,越来越注意到了体育组织文化的特殊地位与作用。

现代西方组织文化理论体系,历经百年多的演进与变革,已走向高度成熟与完备。继政治文化、军事文化、一般商业文化、社区文化、校园文化之后,现代组织文化渐渐成为当代社会各种文化形态与思潮中举足轻重的社会文化分支。它直接影响着整个社会的消费与发展,几乎是任何其他社会组织部门在规模上无法与之相比的,也是现代管理与组织结构乃至领导艺术方面的长足发展在社会组织管理以至领导潮流中发挥着越来越大的影响,更重要的是一个人的绝大多数成年生命时期都是在组织文化氛围与环境中的度过的,或多或少地受到本“组织文化”的影响。事实上,体育组织文化也包含着一个庞大、复杂的体系。其核心精神与内核同古往今来的全部组织文化、集团文化、团队文化、民族文化乃至国家文化并无二致。都是要追求成功、卓越,追求成长、发展,追求存续与发达,都必定包含着向上、趋善、公平、合理的体育价值准则,都推崇人类普适的奋发向上、努力拼搏、热爱挑战等等共同的体育理念与体育原则。体育组织文化的不同是要把所有这些人类共同推崇的体育价值观念与体育行为准则,溶入到现实可见的体育产品与体育组织创新之中,溶于体育成本控制与体育利润追逐之中,溶于体育市场开发与产出回报之中,溶于物质利益驱动与诱因和精神内在激励与鼓动之中。在对体育组织文化作了较为全面的表述与阐发后,能否更具体鲜明、生动地以现代西方发达国家,尤其从实际运作组织文化的成功或失败典型案例的分析对比中,将那些相对抽象的东西具

体化，以便读者能有一个较为直接的提纲挈领式的把握与体会，尤其是从其同我们自己较为熟知的社会文化环境之国际比较的角度，对体育组织文化作一番透视。笔者为弥补博士论文中的这一不足，特将体育组织文化建设的发展趋势与基本标准及有关运作组织文化的案例与分析的章节增补进去。也正是这一切促使我尽快脱稿，早与读者见面。现在终于有了可以付诸出版问世的书稿了。作为该书的作者，不只是涉足了一全新领域，而且在体系、内容、观点、方法以至结构安排上都鼓足了创新勇气。按照学科建设和理论体系要求，体育组织文化并不易于写成一部可以引人入胜的书。现在，我把这部书推荐给从事体育管理、体育科学研究、体育教学学习的广大读者，希望会受到欢迎。由于写作完成到出书又过了一段时间，国内外相关的研究成果不少，相信自己会不断吸取营养，加强今后在体育组织文化方面的深入研究。

王玉珠

2004年10月于东苑

目 录

自 序	(1)
绪 论 体育组织文化	
——一个体育管理的新理念	(1)
一 社会呼唤体育组织文化	(1)
二 体育组织文化的文化类离及其精神魅力	(2)
三 体育组织文化的管理魅力	(4)
四 体育组织文化的社会基础	(5)
第一章 体育组织文化与文化、组织文化的关系	
第一节 关于“组织文化”	(13)
一 “组织文化”的起源及界定	(13)
二 “组织文化”的研究现状及应用	(15)
三 “组织文化”的基本特征、框架结构	(20)
第二节 “体育组织文化”的提出	(22)
一 社会发展, 体育事业进步	(22)
二 科技进步	(27)
三 中国组织文化热潮的掀起	(29)
四 改革开放、中国体育产业化发展	(30)
五 中国体育管理水平的不相适应	(32)
第三节 “体育组织文化”与“文化”、“组织文化”	(33)
一 “体育组织文化”是“文化”的扩展	(35)

二	“体育组织文化”是“组织文化”的延伸	(37)
三	“体育组织文化”又成体系	(38)
第二章	“体育组织文化”概述	(40)
第一节	“体育组织文化”结构	(40)
一	“体育组织文化”的丰富内涵	(40)
二	“体育组织文化”结构	(41)
三	优秀“体育组织文化”结构的研究与分析	(49)
第二节	体育组织文化的特性分析	(66)
一	体育组织文化的共性文化特征	(67)
二	体育组织文化的特性特征	(68)
三	体育组织文化的多功能性特征	(68)
四	体育组织文化的基本特征	(68)
第三节	体育组织文化的分类	(75)
一	体育组织文化的划分依据	(75)
二	体育组织文化的类型	(77)
第三章	体育组织文化的作用	(82)
第一节	组织文化理念视角的中国体育管理的 现状与分析	(82)
一	体育管理现状概述	(82)
二	影响体育管理现存问题的因素与分析	(91)
三	体育组织文化的灵魂	(95)
第二节	体育管理人员的文化素质、体育管理层 与体育组织文化	(97)
一	体育界人员的平均文化素质水平与体育 组织文化的差异	(97)
二	体育组织文化的导航人——体育管理层	(98)
三	体育组织文化与思想政治工作的关系	(99)

第三节 体育组织文化的主要作用	(104)
一 体育组织文化可以提高体育管理水平	(104)
二 体育组织文化能够促使体育事业的持续、 稳定、健康发展	(106)
三 体育组织文化可以不断创造经济效益	(106)
 第四章 建设体育组织文化的基本途径	(107)
第一节 体育组织文化的普及	(108)
一 普及体育组织文化的基本途径—— 体育组织文化社会化	(108)
二 体育组织文化社会化的实现途径	(108)
三 体育组织文化普及程度的效果分析	(111)
第二节 普及体育组织文化的先决条件	(114)
一 体育组织文化的现代化的释义	(114)
二 实现体育组织文化现代化的基本途径	(119)
三 实现体育组织文化现代化的效果与分析	(122)
第三节 体育组织文化建设对中国体育事业发展的 促进效果	(126)
 第五章 中国体育组织文化建设的几个有关问题	(128)
第一节 中国体育组织文化建设的发展趋势	(129)
一 体育管理方式的理念化	(129)
二 体育管理手段的信息化	(131)
三 “学习型体育组织”的普及化	(131)
四 体育文化管理的“整合化”	(133)
第二节 中国体育组织文化建设的基本标准	(134)
一 体育组织及其领导者是否现代化	(134)
二 是否坚持以人为本的管理理念	(135)
三 是否树立了良好的体育形象	(136)

四	是否实现了网络化管理	(136)
第三节	加强中国体育组织文化建设的基本构想	(137)
一	转变观念, 加强体育组织文化理念的认识	(140)
二	创造体育物质环境	(141)
三	树立良好体育形象	(141)
四	加强体育管理层的导航宣传作用	(143)
五	提高有关体育从业人员的平均文化素质水平	(144)
六	协调处理好各种公共关系	(145)
七	加强体育组织文化网络的建设与传播	(145)
第六章	有关组织文化运作的案例与分析	(149)
一	“海尔文化”的案例分折	(149)
二	“旭日文化”的案例分折	(151)
三	第 28 届奥运会美国“梦六队”败北的启示	(153)
四	第 28 届雅典奥运会乒乓球中国男、女双打 夺冠的启示	(154)
五	天津天士力集团组织文化的运作与分析	(155)
六	第 28 届雅典奥运会“成王败寇”的启示	(163)
七	西安杨森的组织文化运作与分析	(163)
小 结		(167)
参考文献		(173)
后 记		(179)

绪 论

体育组织文化

——一个体育管理的新理念

一 社会呼唤体育组织文化

知识经济时代的来临、可持续发展战略的制订是人类社会发展的必然结果，它对体育界提出了新的挑战；中国的改革开放给中国体育发展带来契机，社会主义市场经济促进了体育事业的可持续发展，虽然中国体育事业近年来得到蓬勃发展，尤其中国体育产业已初具规模，但总体看还未达到高级发展阶段，还存在许多不尽如人意之处。在影响体育事业可持续发展诸多因素中，管理因素十分重要。因此，我们有必要对正在兴起的现代管理理论——“组织文化”及其实践作以崭新的剖析，对国际一流的经营管理策略与思考作以全面的学习。因为，组织文化的主要内容在体育管理界也同样存在。我们一旦对组织文化有了新认识，每一位体育工作者都可以在具体工作实践中切切实实地感受到本“组织文化”的存在。所以，在体育的生产经营和管理等实践中有必要引入“组织文化”这一管理理念，即“体育组织文化”是现代中国体育事业持续、稳定、健康发展之必需。

而纵观“组织文化”自 20 世纪 80 年代引入我国的十几年历史过程，中国管理学界对此投入了一定的精力和热情，进行了全方位的研究，发表和出版了相当数量的研究论文和著作。这些论文和著作丰富了我国的“组织文化”理论，并将我国的“组织文化”研究逐步引向深入。相对而言，在各种关于“组织文化”的研究中，

“体育组织文化”基本理论的研究仍是一个比较薄弱的环节，甚至可以说是一项空白。这一方面可能由于“体育组织文化”基本理论的抽象、宽泛和不易把握，另一方面也可能由于从事基本理论研究的艰涩。但这是一个绕不过去的研究课题。所有的关于体育产业、体育文化和体育管理等研究，尤其有关“体育组织文化”的研究，如果没有基本理论研究作铺垫，最后将可能失去根基。

据此，笔者提出“体育组织文化”研究。本研究主要通过借鉴现代管理理论——组织文化，并对其中的某些内容做出新的创新，同时，针对体育界现存的理论和实践等问题进行全面剖析，旨在从管理的角度进行研究并提出有关设想，试对中国体育组织文化的理论与实践的研究及体育管理水平的提高投石问路，以此为我国体育事业的发展贡献微薄之力。

本文所选择的“体育组织文化”这一研究主题，其涉及的范围相当广泛，但本文将择其笔者认为比较重要的几个“体育组织文化”基本理论问题进行分析和研究。这几个基本理论问题是：体育组织文化的概念、内涵，体育组织文化的结构，体育组织文化的基本特征和类型，体育组织文化的社会化和现代化，体育组织文化的建设等。以上问题的研究都是以中国体育管理界为分析重点，兼及了国外有关“组织文化”的理论和实践。

二 体育组织文化的文化迷离及其精神魅力

体育组织文化似乎不是文化，也不是管理，但它实实在在又是一种文化、一种管理理念，因而充满着文化的精髓，散发着组织文化的管理魅力。

自从有了人类社会，人类生生不息，文化绵延不断。文化轨迹遍及我们星球的每一个角落，每一寸土地。文化理念界定引来了无数智慧大师。文化学科引来了众多的科学拓荒者与科学大家。文化的运动吸引着、激荡着、裹挟了所有的人。文化是一种现象，一种

存在,一组学科。不论文化概念、理论、学科演进到何种程度,众说纷纭、莫衷一是,仁者见仁、智者见智是常态,各持己见是不可克服的。不同的国家、民族、学科领域对文化的感受、需求、创造理解不同,因而对文化的界定也大为不同。其一是因为学科不同、角度不一、方法论各异,学说渊源不同,对文化的理解、把握、透视也各不相同。不同的定义有不同的涵盖面,不同的涵盖面隐喻不同的学术倾向和理论偏好。一些人偏重和强调文化的观念作用,把文化定义为观念之流,或观念联结丛;另外,有些人则侧重和凸显文化的社会规范的价值,把文化界定为不同人类群体的生活方式,或者共同遵守的行为模式。无怪乎,迄今为止,只是稍稍规范和正式的文化定义就达二三百之多。所有这一切,足可以说明在这个缤纷复杂的世界里,没有什么东西比文化更难捉摸。文化是如此地扑朔迷离,文化是如此地光怪陆离,文化是如此地玄妙神奇。

体育组织文化几乎包罗万象,体育组织文化囊括了人类全部的体育财富和创造力。优秀的体育组织文化是文化,糟粕的体育组织文化也是文化,但体育组织文化的主旨、体育组织文化的真理都不在这里,体育组织文化的诱惑在于体育组织文化的精神魅力。体育组织文化作为体育界各层次的共同信仰、共同追求、共同创造、共同规范,具有强大的心理激发力、精神感召力、情感平衡力、能量诱放力……所有这一切汇成了巨大的体育精神魅力,维系着、主导着、激励着所有体育层次的文化共同体,成为体育界的引力中心、凝聚体系和动力源泉,成为体育界的旗帜指南。体育组织文化超民族的、超国家的发展,体育组织文化的区域性、国际性发展,塑造出超越国界、超越狭隘民族意识的全球性的体育精神与信念;如“更快、更高、更强”的奥林匹克精神,这样一种共识与信念同由自然环境、体育文明所要求的体育上的宗旨意图合拍,逐步在人们内心深处,形成了更加明确的奥林匹克精神等。正所谓国有国魂,民族有民族气概,军有军威和军魂,企业有公司魂灵和企业精神,体育有奥林匹克精神和宗旨等。这些文化共同体至高无上,尽善尽