

BASKETBALL

篮球运动传播

白敬锋 著



旅游教育出版社

旅游教育出版
社 新 书 出 品

篮球运动传播

白敬锋 著



北京·旅游教育出版社

策 划：李荣强

责任编辑：陈 志

图书在版编目(CIP)数据

篮球运动传播 / 白敬锋著. — 北京：旅游教育出版社, 2019.3

ISBN 978-7-5637-3813-7

I. ①篮… II. ①白… III. ①篮球运动—体育文化—文化传播—研究 IV. ①G841-05

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第212445号

篮球运动传播

白敬锋 著

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里1号
邮 编	100024
发行电话	(010) 65778403 65728372 65767462 (传真)
本社网址	www.tepcb.com
E - mail	tepx@163.com
排版单位	北京旅教文化传播有限公司
印刷单位	北京虎彩文化传播有限公司
经销单位	新华书店
开 本	710毫米×1000毫米 1/16
印 张	18.5
字 数	251千字
版 次	2019年3月第1版
印 次	2019年3月第1次印刷
定 价	55.00元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

序 言

我的博士，中国传媒大学体育部老师白敬锋的专著《篮球运动传播》就要出版了。这本专著是在他的博士论文《符号互动视角下的篮球运动传播》的基础上完成的，本书以 NBA 和 CBA 这两个篮球标志性符号为主线，全景展现了篮球运动的历史、文化、技术、传播与产业。本书立意新颖，内容翔实，是一部难得的跨学科研究专著。

本书从符号互动理论的视角，以 NBA 和 CBA 为主线，研究篮球运动的传播，探讨在社会互动中篮球运动符号的形成与发展，解读在消费社会中篮球运动符号在自我认同、文化认同以及社会互动中的更新。通过篮球符号在媒体新闻报道中的互动、NBA 与 CBA 助推篮球运动传播等目前中美篮球职业联赛的符号话题，揭示符号互动理论对篮球运动发展的解释力和对篮球运动传播的驱动力。

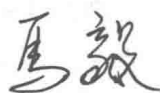
符号互动理论认为，人的体育行为通过体育所指的符号被解读或定义，并通过这种体育符号与社会产生互动。体育项目的多样性使体育成为一个由多种符号系统构成的符号体系。体育符号与社会之间的互动是一个动态的过程，随着社会大系统的发展不断发展。体育运动的符号系统在社会互动中逐步确立。人们通过篮球实现社会互动，也使篮球运动符号系统的象征意义日趋丰富，形成具有独特性的符号系统。

传播是社会关系的互动，也是社会关系的体现。体育传播是在体育平台上建立的社会关系的互动。

构建主义认为文化因素在国际秩序重构过程中起到关键作用。文化塑造规范。由于运动项目具有完备的规则，有利于人们确立身份，即认同。认同带有强烈的凝聚力，而运动项目，尤其是集体项目都具有很强的凝聚力。而认同是社会互动过程的结果。

由于体育是一种以身体运动为主要表现形式的文化，因此，体育传播所使用的符号系统与其他传播相比有自己鲜明的特点与规律。以此进一步解释体育符号在运动项目传播中的地位和意义，揭示运动项目传播过程的规律，展示丰富多彩的体育文化的形成与发展尤为重要。

博士生导师、教授

Handwritten signature in black ink, consisting of the characters '马强' (Ma Qiang) in a stylized cursive script.

2018年11月18日

目 录

第一章 导论	1
第一节 目的与意义	1
第二节 理论依据	5
第三节 前人研究评述	9
小 结	18
第二章 篮球运动符号释义	19
第一节 符号定义和符号互动	19
第二节 篮球符号系统的构成	21
第三节 篮球运动群体层面的传播	28
第四节 篮球运动大众层面的传播	36
小 结	39
第三章 篮球运动传播的对象系统Ⅰ：整体审视	41
第一节 篮球运动的起源与发展	41
第二节 篮球运动的组织与赛事	47
第三节 欣赏高水平的篮球比赛	57
第四节 篮球运动的明星介绍	60
第四章 篮球运动传播的对象系统Ⅱ：内涵解读	87
第一节 篮球运动基本知识	87
第二节 篮球运动的主要技术	89
第三节 篮球运动的基本战术与打法	111

第五章 篮球运动传播的典型符号 I：NBA 符号	121
第一节 NBA 符号的含义	121
第二节 NBA 符号的传播学解读	122
第三节 NBA 历史上的经典篮球符号	126
第四节 NBA 作为篮球“强势文化”符号的传播学解读	132
小 结	143
第六章 篮球运动传播的典型符号 II：CBA 符号	145
第一节 CBA 是中国篮球标志性符号	145
第二节 CBA 发展历程中的经典符号	145
第三节 中国特色篮球奇异性绰号	151
第四节 从八一、广东、北京篮球王者互动看篮球运动在中国的传播	153
小 结	161
第七章 篮球运动传播的媒介呈现 I：篮球赛事解说	163
第一节 篮球运动的解说评论与经典案例	163
第二节 篮球运动解说评论与经典案例分析	171
第三节 篮球运动的电视转播概况	195
第四节 篮球的新闻报道	196
第五节 篮球相关媒体连接	199
第六节 篮球运动的解说评论员案例	200
第八章 篮球运动传播的媒介呈现 II：电视新闻报道	235
第一节 传播媒介的发展与符号系统的更新	235
第二节 从电视新闻看篮球符号的互动传播	239
第三节 符号互动视角下篮球报道的全媒体	244
第四节 符号互动视角下篮球报道的大数据	248
小 结	257

第九章 NBA 与 CBA 的符号互动关系	260
第一节 NBA 与 CBA 是篮球符号系统的品牌	260
第二节 NBA 与 CBA 联赛职业化水平的差距	262
第三节 NBA 和 CBA 联赛品牌形象构建上的差距	267
第四节 NBA 与 CBA 媒体运营模式上的差异	269
第五节 CBA 品牌依托联赛管理和制度建设	271
小 结	273
第十章 篮球运动市场化和品牌创新之路	275
第一节 中国篮球品牌概况	275
第二节 篮球的市场运作	277
第三节 中国篮球市场开发的代表——创新中的东莞	282
跋	285

第一章 导论

第一节 目的与意义

从符号互动理论的视角,以 NBA 和 CBA 为主线,研究篮球运动的传播,探讨在社会互动中篮球运动符号的形成与发展,解读在消费社会中篮球运动符号在自我认同、文化认同以及社会互动中的更新。通过篮球符号在媒体新闻报道中的互动、NBA 与 CBA 在互动中助推篮球运动传播等目前中美篮球职业联赛的符号话题,揭示符号互动理论对篮球运动发展的解释力和对篮球运动传播的驱动力。

符号互动论的观点认为,人的体育行为通过体育所指的符号被解读或定义,并通过这种体育符号与社会产生互动。^①项目的多样性使体育成为一个由多种符号系统构成的符号体系。人们通过体育符号与社会之间的互动是一个动态的过程,而且随着社会大系统的发展而不断发展。体育运动的符号系统在社会互动中逐步确立。人们通过篮球实现的社会互动,也使篮球运动的符号系统象征意义日趋丰富,形成具有独特性的符号系统。

传播是社会关系的互动,也是社会关系的体现。体育传播是在体育平台上建立的社会关系的互动。^②

构建主义认为文化因素在国际秩序重构过程中起到关键作用。文化塑造规范,由于运动项目具有完备的规则,有利于人们确立身份,即认同。认同带有强烈的凝聚力,而运动项目,尤其是集体项目都具有很强的凝聚力。而认同是

① 孙方.符号互动理论视角下的帆船运动参与[A].体育社会学与社会变革中的挑战——2014年世界体育社会学大会暨中国体育社会科学年会论文集[C].2014.

② 杜婕,张秀萍.奥运传播与文化[M].北京:北京体育大学出版社,2006:1.

社会互动过程的结果。^①

由于体育是一种以身体运动为主要表现形式的文化,因此,体育传播所使用的符号系统与其他传播相比有自己鲜明的特点与规律。以此可以进一步解释体育符号在运动项目传播中的地位和意义,揭示运动项目传播过程的规律,展示丰富多彩的体育文化的形成与发展。

一、篮球运动传播具有鲜明的符号特征

在消费社会中,人们以不同的形式参与篮球运动中,通过篮球符号系统的认同,人们遵循同样的规则、场地、器材,通过不同的语言符号和非语言符号编码和解码并通过身体活动体验这项运动带来的愉悦,同时完成自身能力的展现和社会的认同。人们一方面消费篮球运动的符号价值,另一方面又通过对篮球符号价值的消费形成一种文化氛围,实现篮球文化的再生产。在 NBA 进入消费社会的当今,随着篮球运动的全球传播,篮球运动已成为突破极限、释放和挑战自我、个人主导与团队合作的符号,并为社会所普遍认可,参与者可以由此获得良好的自我与社会认同和文化认同。

篮球运动全球传播得益于美国有线电视和卫星电视的普及及新媒体的产生,在崇尚个性化表演的 NBA 赛场打造出的明星、球队都打上符号的标签。无论是经典的、最具有传播力的 NBA 符号还是充满生机和活力的 CBA 篮球符号,NBA 和 CBA 无疑是最好的代表,都在引起全世界范围的关注。飞人乔丹和他的公牛王朝,同样有禅师点化的小飞侠科比和他的湖人王朝以及 NBA 五佳球展现出的团队合作下的个人表演都具有符号性。同样两队的比赛也打上了符号的烙印,如 2012 年 1 月 12 日体育新闻报道迈阿密热火胜洛杉矶快船队的比赛新闻标题是:波什爆发,热火击沉快船。技术动作、眼神、招牌动作、队徽、球衣颜色、球馆、球迷、啦啦队、组合等等所传递出的信息都以符号的形式呈现,组成一个篮球的符号系统,并且彼此形成互动,传播着篮球带给我们的喜怒哀乐。

^① 杜婕,张秀萍.奥运传播与文化[M].北京:北京体育大学出版社,2006:5.

二、NBA 符合符号消费时代的消费符号

NBA 是在符号消费的背景下形成的现代体育与电视、广告相互作用的产物。在体育商业化、媒体信息化、传播全球化的今天,篮球运动通过社会发展的互动作用,形成了自己独特的符号系统,并打上了“奋斗、成功、上流”的烙印。从上世纪 80 年代开始,电视的加入使 NBA 越来越受欢迎,把篮球提升为一种时尚的运动,吸引了大批忠实的球迷。NBA 令人眼花缭乱的特技效果和其中蕴含的“片段式”后现代美学加快了电视节目的节奏,高度接近的比分使比赛悬念迭出,高潮不断。这也使篮球成为体育娱乐社会的终极运动和媒体文化奇观的主战场。更重要的是,到了上世纪 90 年代,篮球不但是美国人喜爱的体育项目,也成为全球性的体育文化奇观。在上世纪 80 年代的美国,NBA 的比赛在不同的城市之间进行,因此产生的是对群体身份的认同,乔丹和芝加哥公牛队超越了城市本身的荣誉和身份认同,上升为国家的层面,使 NBA 成为国家性的重要体育赛事之一。乔丹的知名度使他成为集体育、文化、球星魅力、商业文化和美国主导的全球化于一身的全球大众文化符号、消费符号。值得注意的是,NBA 作为强势文化符号,但它宣扬的仍然是美国梦和美国的价值观。

三、CBA 是一个开放和包容的符号系统

在中国篮球职业化发展进程中,在计划经济时代的社会互动催生了八一称雄,在市场经济背景下的社会互动催生了广东称霸,而在全球化背景下的社会互动催生了依靠外援打天下的北京队的四年三个总冠军,而各个球队在他们各自的兴衰过程中共同打造了以 CBA 为代表的中国篮球的符号系统,并打上了“理想、信念、拼搏”的时代烙印。CBA 是中国篮球在改革开放过程中形成和壮大起来的,虽然有借鉴 NBA 成功的经验,但正如 CBA 的图案一样,CBA 代表着中国篮球联赛要有独特的中国身份,因此借鉴了脸谱的构成方式,将其线条走势与篮球纹理相结合,使标识既有中国文化底蕴,又有时代感。中国篮球职业联赛 20 年来取得较快的发展,CBA 也成为具有影响力和包容性、开放性很强的文化符号。随着新媒体的发展和普及,中国体育改革进入深水区,CBA 也必将迎来新的发展机遇。CBA 也成为传播正能量和社会主义核心价值观的舞台。

四、NBA 和 CBA 是媒体争相报道的品牌

NBA 作为全球最高水平的职业联赛,赛季长,节奏快,充满了戏剧性,运动员在场上对抗激烈、突破分球、跳投绝杀,各种数据对比和慢镜头回放让观众目不暇接,而篮球精彩的比赛画面成为以 MTV 为代表的音乐电视和以 ESPN 为代表的体育电视节目最适宜的播出内容。作为竞技体育集体项目的篮球比赛大多是原汁原味的、扣人心弦的、结果戏剧性的,因此成为电视节目的宠儿。从全球范围来看,NBA 的篮球赛事已成为美国最重要的出口文化产品,以及传播美国价值理念的文化大使。经过 20 年的发展,CBA 在充分吸取 NBA 赛事组织、制度、管理、运营等基础上得到了长足的发展,特别是经过中国主流媒体央视的大力推广,CBA 赛场也是精彩纷呈,高潮迭起,呈现出群雄争霸的局面,成为中国体育职业化改革最成功的范例之一和媒体热捧的品牌赛事。

高密度的 NBA 和 CBA 赛事和媒体的竞相报道使篮球运动成为中美几乎家喻户晓的主流运动。篮球运动全球化传播得益于早期美国有线电视和卫星电视的普及及新媒体的产生。

五、NBA 和 CBA 的互动助推篮球运动传播

NBA 获得巨大成功,受到了全球关注,成功的商业运作为 NBA 注入了巨大的活力。作为新兴的经济体,CBA 正搭乘中国经济的快车和新媒体的快车,成为中国最成功的职业体育赛事之一,而 CBA 图案中国京剧脸谱标识上的 5 种颜色所传达的信息是象征五大洲。让我们能够感受到追赶 NBA 的脚步,CBA 发展的 20 年,正是通过与 NBA 的不断交流与互动,在篮球职业化方面取得较大的进步与提升,同时两国篮球的交流对两国文化认同和传播中华文化起到了推动作用。目前,NBA 的季前赛有些场次在中国举行,在联赛形象、赛制、球员转会、管理规章等方面都在不断地完善和创新,CBA 也在探索具有中国特色的篮球发展与寻求最佳的传播效果。

篮球是一项被不同的群体赋予不同的意义的运动项目,是在东西方社会发展中不断编码和解码的符号系统;在大众传播日益国际化、传播手段日益个性化的自媒体时代,它更是一项重要的、涉及面广泛的社会互动。从符号互动的理论视角,通过篮球运动内部的互动,篮球符号系统构成的篮球组织——

NBA、CBA 之间的互动，篮球运动与社会发展的互动，以及中美篮球运动符号的异同与互动，将为这项运动的传播提供强大的驱动力。

第二节 理论依据

一、体育符号的特殊性是本研究传播学的依据

我们在研究体育符号的时候，常常会遇到一个问题，就是某物是符号还是媒介的问题。瑞士语言学家索绪尔（Saussure）剖析了符号的结构，将符号分为“能指（Signifier）”和“所指（Signified）”。能指是符号的形态，可能是某种文字、声音、造型，等等。所指是符号指代的事物。体育符号除具有能指和所指外，还可以成为媒介符号。在体育运动中，乒乓球、羽毛球、篮球、排球、足球等球类运动项目，同时担当着媒介和符号的功能。如篮球本身既是传播符号，同时也是传播媒介。

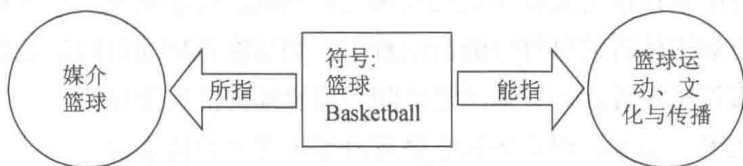


图 1-1 符号的能指与所指

这里篮球符号所指是说实实在在用于比赛的篮球，具有媒介功能；能指是指代篮球这项运动以及篮球运动的文化和传播。体育传播首先是一个传播过程，在体育传播过程中，传播者和被传播者也是传播符号的完成者，如比赛时的语言符号、声音符号（大吼）、眼神、肢体语言等；传播媒介同时又是传播符号的载体，如篮球这个符号，指用于比赛的篮球，也指代篮球运动。经由符号链接传播者与传播媒介，再经由符号链接传播媒介与被传播者，通过篮球符号系统来完成传播过程。

二、符号互动理论价值是本研究展开的主要抓手

体育符号与符号互动理论植入体育传播的研究是基于体育符号和符号互动

理论的理论价值,正因为有了以下三方面的价值,才引出符号互动在体育领域中的解释力。体育符号及符号互动理论在身份上的认同感(包括运动项目认同感和体育文化认同感),个体、群体、组织的归属感及媒介功能三方面的价值成为其主要的研究依据。

符号互动理论的观点表明,在人类社会信息传播的形成和发展过程中,人类首先创造了一种表达共同意义的可以交流的符号系统,从而建立了在符号互动基础上的人际传播。而人与人之间经由符号而建立的关系就是人际传播的实质。人际之间的互动、在人际交往中对情境的反应、对通过符号系统形成社会结构的作用,都依赖表达共同意义的符号系统及其应用符号系统的能力。

体育人际传播是一种人与人之间的信息交流过程,其基本特征是体育信息符号互动。构成体育信息符号相互作用的基本内容不是孤立存在的,而是要求彼此经常地联系在一起,组合成一个符号系统。在体育比赛时运动员选择具体行动路线涉及复杂的符号过程,包括运动员首先要考虑比赛现场中同伴要求及他人的期望;担任不同角色的运动员要尽量展示自己的形象,这种形象要适应现场和场外的人;运动员要意识到现场比赛规则,要求明确同伴或裁判员在比赛互动中所运用体育信息符号的行动意向,例如在篮球比赛时教练员在暂停时间运用语言符号布置战术,运动员之间利用发球前的间隙用语言符号或非语言符号调整战术,裁判员用手势等非语言符号传递体育信息等。

在体育人际传播过程中,传受双方互为体育信息传播过程的主体和客体,执行编码和译码功能,就是对体育信息或意义交替往复地进行编码和译码的过程,在这个过程中传者与受者必须对所建立的符号具有共同经验。正如传播学创始人奥斯古特-施拉姆(Osguet Slam)所强调的,传者与受者只有在其共同的经验范围之内才真正有所传通,符号才能为传受双方所共享。

符号互动者关注社会互动,同样也关注运动竞赛赛场内外的互动行为,这些行为既包括教练员、运动员、裁判员、球迷等几类人群之间的微观互动行为,也关注在更大社会发展过程中体育赛事所扮演的关键角色。作为体育信息载体的符号有时还担任媒介的功能,我们称为媒介符号,媒介组织我们通常称为媒体。媒体对体育赛事的报道促进了人们对于运动项目的兴趣;同时,运动项目的普及又保证了媒体对体育的进一步关注。比如,篮球作为一个符号,也可以称为basketball,无论有多少种叫法,都只是指有严格规格要求的篮球运

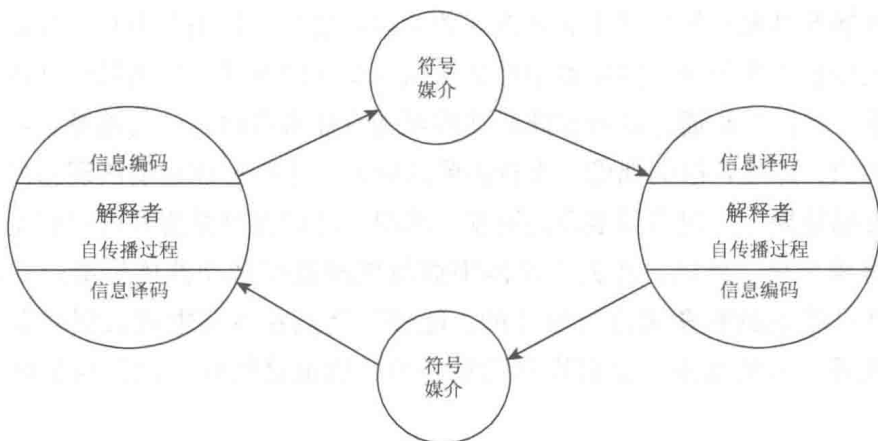


图 1-2 运动符号互动传播过程示意图

根据奥斯古特-施拉姆 (Osguet Slam) 模式改动 (引自胡正荣《传播学总论》: 129)

动比赛用球，都有全球通用的赛场及规则及篮球文化，形成了篮球爱好者对篮球运动的认同感和篮球文化的认同感，形成了各级的篮球组织。由于大众传媒的兴起，篮球在全球得到了普及和发展。目前，随着篮球运动职业化进程，篮球的商业价值形成了巨大的篮球产业。篮球在全球的影响力已经超出篮球运动本身。

三、“使用与满足”理论是深化本研究的推手

符号互动理论主要解释篮球运动中群体传播的问题，而篮球符号系统在篮球的百年发展过程中在不断更新。随着职业化、商业化的进程，篮球运动逐步走入大众视野，满足了受众不必亲临现场就能感受到篮球运动带来快乐的需求。而符号互动理论对篮球运动的解释力，通过大众媒体展现在受众面前，受众认可是体现篮球运动传播效果的标志。在传播的内容没有变化的前提下，如何让受众感受到在现场直播和新闻报道中反映出的篮球运动的互动传播效果，如何从受众视角通过媒体手段让受众欣赏到篮球互动传播的魅力也是本研究的内容之一。在传播学中有一个“使用与满足”理论，就是大众传播过程中通过分析受众的媒体接触动机来了解满足了受众哪些需求，以及这些需求对人们心理和行为的影响。“使用与满足”理论有一个经典假设就是大众传播媒体只能满足人类需求的一部分，媒体在满足这些需求上，需要与

人际传播等其他传统的需求满足方式相竞争。根据“使用与满足”理论,在篮球现场直播和篮球新闻报道中都会加强与受众的互动,来满足受众参与者的需求,同样受众通过观看篮球运动的现场直播来宣泄自己的情感,学习篮球的知识,追逐自己的偶像,支持喜爱的球队,体验篮球运动展现出的力与美的震撼效果,寻找志同道合的朋友,编织自己的篮球梦想并付诸行动,从而获得满足感。所以,在大众媒体中如何展现篮球运动群体传播过程是要求媒体从受众的视角来进行设计的,能够让受众在观看电视直播时获得与现场观看相似的效果,提高媒体的竞争力,这也是篮球运动传播的驱动力之一。

四、运用控制论原理解读信息的传播过程

近代信息通信科学是由“三论”组成的。所谓“三论”,指的是三门现代信息技术的基础性理论学科,即信息论、控制论和系统论。

1948年,诺·维纳(Wiener.N.)出版了《控制论》一书,创立了控制论。控制论的基本思想便是运用反馈信息来调节和控制系统双向交流过程的传播模式。而反馈从传播学的视角来看是受传播者在接受信息后做出的对信息的反应。反馈的重要意义在于反馈在传播中发挥巨大的作用,可以检验传播效果,尤其是在体育传播中,信息的流通在瞬间完成,对信息的反馈也要在瞬间完成。传播者还要根据赛场的变化调节和规划及战术的运用,调整自己的心态和提前判断对手的意图,以便更加积极、更加主动地接入传播过程中。根据控制论,解读就是尽可能在系统对信息进行及时反馈时,根据前馈的信息,争取在瞬息万变的赛场上随机应变。从理论上讲,将前馈和反馈回路进行耦合就构成了前馈—反馈系统,这样就能更好地控制体育竞赛和大众传播的效果。

本研究通过研究篮球运动项目传播过程中信息的交流与互动,从篮球运动项目本身也就是从微观层面揭示篮球运动过程中信息是如何进行符号互动、交流的;通过研究体育新闻中NBA和CBA的新闻报道,解读在新闻报道层面篮球运动如何运用符号系统和符号互动进行信息传播,通过研究中美两国职业联赛互动和篮球文化的交流从宏观层面解读篮球运动的信息交流与传播。

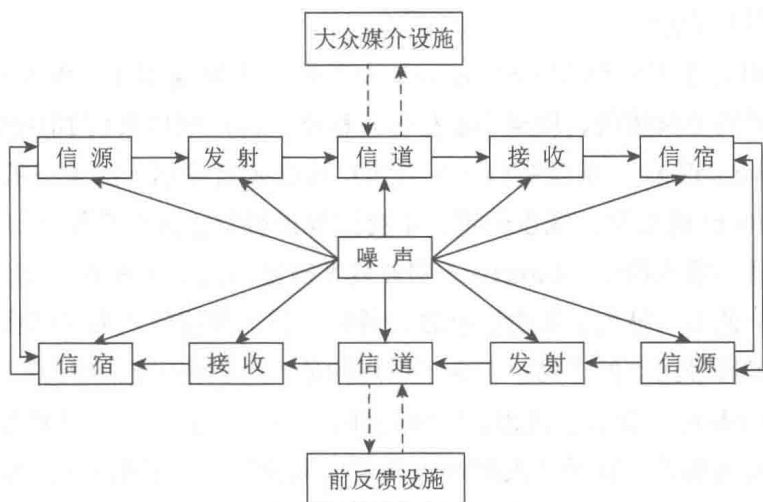


图 1-3 德弗勒对申农—韦弗模式的发展：它考虑到反馈

五、项群理论为分析运动项目传播过程提供参照

体育传播过程依据训练学的项群训练理论进行分类，使众多项目的体育运动的传播过程研究变得更加的简单和便利；同时由于同一项群在项目传播过程和文化传播过程中的体育符号的相通性，为研究体育的传播打开了一扇窗。项群理论为分析项目传播特征提供参照。

不同的运动项目具有不同的符号系统，它们共同组成体育符号系统。项群训练理论的分类体系为体育符号体系提供了一个成熟的理论框架，为后续运动项目的传播学研究提供了理论支撑和分类标准。通过对篮球运动传播过程的研究，从微观层面为运动项目传播过程的研究提供范例。

第三节 前人研究评述

一、符号互动理论与体育符号

进入 20 世纪，随着全球化进程的不断推进，信息的流动大大加强，作为信息交流中介的符号日益引起人们的重视。传播学的研究也非常重视符号这一信息载体的研究，对传播学研究影响至深的有哲学领域的符号学，以及社会学