

大众传播与校园足球

王刚卷, 马志强

(河南大学体育学院田径教研室, 河南 开封 475001)

摘要:传播效果升级,体育知识累加,加速促进体育与传播的联结与融合。传播拉近体育活动与社会成员之间的距离感,使社会成员深切感受到传播所带给人们的效用。通过文献资料梳理校园足球传播存在的问题,认为校园足球的大众传播有助于发挥校园足球的综合效益,并从改善学生体质、促进学校体育工作开展、建设足球后备人才、加速体育改革、体育育人、建设体育强国、坚定文化自信道路等论述校园足球大众传播的必要性,进而从传播学视角提出打破传、受者场域限制;整合校园足球媒介市场;开发校园足球内容资源,丰富表现形式;融合大众传播浪潮,确立并巩固校园足球品牌文化核心的改善策略,推动校园足球广泛传播,进而为其开展和发展宣传造势。

关键词:校园足球;体育传播;大众传播;现实困境

中图分类号:G80-05

文献标识码:A

文章编号:1007-7413(2018)03-0070-05

Mass Communication and School Football

WANG Gang-juan, MA Zhi-qiang

(Department of Track and Field, Institute of Physical Education, Henan University, Kaifeng 475001, China)

Abstract: The dissemination effect is upgraded, the accumulated sports knowledge accelerates the connection and integration between sports and communication. The dissemination of the sense of distance between sports activities and social members has made the members of society deeply feel the utility brought by the dissemination. According to the problems existing in the campus football communication through the literature, the author thinks that the mass media of campus football can help to bring the comprehensive benefits of campus football into full play. It is of great significance to improve the students' physique, promote the development of school physical education, build the football reserve talents, accelerate the reform of sports, People, the construction of a strong sports nation, a firm culture of self-confidence and other road to discuss the necessity of mass football in the campus, and then from the perspective of communication put forward to break the transmission and recipient field restrictions; integration of the campus football media market; development of campus football content resources, rich manifestations; To integrate the wave of mass communication, to establish and consolidate the improvement strategy of the core of the campus football brand culture, to promote the wide spread of campus football and to further its propaganda and promotion.

Key words: campus football; sports communication; mass media; reality dilemma

2009年,我国大力实施“校园足球”项目,青少年足球运动发展迅速,足球人口数量稳健增长。从实施“校园足球”项目之后,已经注册校园足球数量超19万,校园足球人口总数超过270万。^[1]教育部在介绍2017年全国青少年校园足球工作规划时提出:今年将争取提前完成建设2万所校园足球特色学校的任务;到2025年将扩大到5万所。校园足球开展已近10年,取得的成绩引人注目,但是开展的现状依然不容乐观。我国校园足球传统校分布情况存在较大的地区差异,小学基础最为薄弱;17个校园足球协会会员城市发展较好;东部沿海城市发展好于中西部内

陆城市;各地区发展不均衡;参赛队平均比赛次数少;中小学足球教师匮乏,师资力量较弱;足球场地设施不足;四级联赛缺乏有效衔接,赛制不统一。^[2]说明不同地区校园足球发展水平有很大的差异,这不仅与地区的经济水平、政策倾斜、重视程度、投入力度有关,也可能与校园足球信息在这些地区的传播情况有一定关系。

没有传播就没有体育,传播是体育发展的根本动力和决定因素。体育的本质是传播,体育传播是社会文化传播的一种,体育的发展高度依赖传播,体育既是传播媒介,同时又是传播内容,体育传播的重要特

收稿日期:2018-01-20

第一作者简介:王刚卷(1972—),男,河南杞县人,副教授。研究方向:体育社会学、体育教育训练学。

点之一,是以非语言符号作为主要传播介质。开展体育传播研究,对体育及其相关信息的传播现象与规律进行深入的探讨与诠释,对现代体育理论体系的建构和当代体育实践具有不容小觑的重要意义。体育传播是以体育为传播媒介和传播内容的信息传播活动与行为,研究体育传播的符号规律与特点对于体育实践具有重要意义。^[3]校园足球归属于体育范畴,校园足球传播就有体育传播的属性和特点。探究校园足球的传播对于促进校园足球的发展、学生体质的改善、足球事业的腾飞、校园足球的育人功能发挥、体育甚至教育体制的改革具有一定的推动作用。

1 大众传播的概述

1.1 大众传播的概念、特点

在传播学界,关于“大众传播”就像“传播学”一样,至今仍未形成统一的定义。郭庆光在《传播学教程》^[4]中认为,大众传播就是专业化的媒介组织,运用先进的传播技术和产业化手段,以社会上一般大众为对象而进行的大规模的信息生产和传播活动。大众传播有以下特点:人数众多,异质的受众;信息的传播方式是公开的,同一时间传给为数众多的受众;传播者是媒介组织。陈龙在《大众传播学导论》^[5]中认为大众传播是:利用传播工具,借助传播媒介,把某种具体的思想、观点信息传播给大众的一种传播行为。它的特点是有媒介,受众多而无组织性,不易获得反馈,传播速度快,时效性强,传播者有组织机构。段京肃在《传播学基础理论》^[6]中认为大众传播是:专门的传播机构通过特定的技术手段或工具向为数众多的、分散的受众进行的大规模的信息传播活动。

1.2 大众传播的社会功能及影响

大众传播的社会功能也随着社会不断发展以及传播事业不断完善和扩大而不断地增加、不断显现。段京肃^[6]以大众传播活动为主要考察对象说明大众传播具有:(1)观察、监视、了解、研究外部环境的安全功能;(2)为社会发展、个人发展而建立、维持广泛社会联系的交往功能;(3)延续社会文明,传播生活生产经验,发扬优良文化传统的教育功能;(4)提供娱乐,培养大众鉴赏、审美能力的消遣功能;(5)体现团体、事件和个人社会价值的权利功能;(6)凝聚社会力量,形成社会压力的舆论引导功能;(7)形成社会行为规范,影响人们生活方式的限制功能;(8)传播活动和传播媒介的负功能。陈龙^[5]则认为大众传

播主要表现在认识功能、宣传功能、教育功能、娱乐功能、商业化功能等方面。综合比较分析两位学者不同功能的划分,不难得出两者之间既有差异又有相似。了解外部环境、维持社会联系可以看作是对社会的认识,归属于认识功能;凝聚社会力量、形成社会规范则归属于宣传功能。传播是一种社会性活动,在处理社会关系时需要辩证地看待事物。卢元镇在《体育社会学》^[7]中认为:大众体育传播能够广泛吸引社会的注意力,促进体育产业和体育市场的发展,为体育树立形象,为社会提供体育娱乐,影响人们的体育态度与行为,缩短体育活动与人们的社会距离,加快体育运动的传播速度,扩大体育社会覆盖面,等。邓星华教授在《现代体育传播研究》^[8]中,指出:大众传播过分宣扬体育容易导致锦标主义、金牌至上等价值观念;对男女角色参与体育活动人数比例的过度报道,可能会引起性别歧视;体育传播媒介对体育暴力地追逐和一些不恰当的词语的使用,在一定程度上影响社会安定;等等。

2 校园足球大众传播的必要性

分析校园足球大众传播的必要性首先要从分析传播所能带来的效果角度去思考。体育传播效果会引起受众在体育认知、体育情感、体育态度、体育观念及体育行为等方面的变化,并由此产生社会影响。体育传播在社会文化传承、民间文化交流、社会价值整合、国家形象塑造等方面具有重要作用。^[9]校园足球的大众传播效果可以划分为微观、中观、和宏观三个层面:在微观层面促进青少年学生的体质健康,改善和促进学校体育工作的开展的现实需求;在中观层面为足球事业夯实良好基础的迫切需要;在宏观层面促进我国体育事业、文化以及社会的发展的时代需求,也可以看作是校园足球开展的短期、中期、长期三个目标。

2.1 校园足球发展推进的现实需求

短期目标:我国青少年学生体质堪忧,学校体育工作开展存在问题,开展“校园足球”活动,主要目的是增强青少年学生体质、促进身心健康。推广校园足球有益于我国青少年的身心发展,校园足球是培养青少年健康人格的有效手段,也是青少年积累人文素质的有效途径之一。体育锻炼对于青少年来说,不仅可以培养他们的进取精神和团队意识,而且可以帮助他们塑造坚毅的品格和积极阳光的性格。此外,校园足

球比赛中的竞争机制还可以让他们潜移默化地接受挫折教育,引导其更好地融入社会。正因为如此,我国加大对校园足球的推广力度,立足于我国大中小学的体育设施和资源,广泛开展校园足球活动,普及足球知识和技能,形成以学校为依托、体教结合的青少年足球人才培养体系。^[10]

2.2 我国足球基础建设的迫切需要

中期目标:服务足球人才建设,进而推动我国体育事业的改革。我国发展校园足球的初衷,不仅要振兴我国足球事业,更重要的是要以校园足球为龙头,扩大足球人口,有力推动我国校园足球基础建设。^[11]我国拥有众多人口,然而足球事业却成为中国体育的“软肋”甚至“笑话”,归根结底是我国足球基础不扎实。造成基础不扎实的原因是什么呢?足球运动普及不足,“底子薄”,缺少足球氛围的熏陶和感染。迅速普及校园足球,同时发掘有天赋的小球员并有针对性地培养,让校园足球服务于教育事业和学生的全面发展,校园足球解决中国足球人口的短缺问题,创建合理的校园足球培养机制,发掘优秀的足球人才,走好人才培养的第一步。^[12]

2.3 我国体育、文化以及社会发展的时代需求

长期目标:推动体育改革、体育育人、教育改革、文化道路自信、体育大国的建设进程。《关于开展全国青少年校园足球活动的通知》提出:“要以增强学生体质,培养青少年拼搏进取、团结协作的体育精神为宗旨,在青少年学生中普及足球知识和技能,形成校园足球文化。”在推进校园足球建设过程中,打造积极向上的校园文化氛围,使学生在运动中快乐地学习,在学习中健康地成长,在增强体质的同时磨练其坚忍不拔的意志,树立正确的价值观,塑造健全的人格。校园足球发生在校园,能培养学生团结协作、拼搏进取、尊重他人、顽强意志和终身体育意识,使其发挥教育本质——育人功能。我国由体育大国向体育强国迈进的过程中,借校园足球为“支点”撬动国家体育体制改革,同时完善教育体制的改革,在此背景下校园足球广泛传播,能够加速体育改革进而推动教育改革。

3 我国校园足球大众传播现状及困境

近年来,国家陆续出台关于校园足球的相关政策文件及意见,为校园足球的传播提供了强大的政策保障。为推进校园足球的传播,需要准确了解掌握校园

足球在现阶段的传播现状,以“校园足球”为主题检索中国知网共有期刊论文 1 913 篇、博硕论文 641 篇、会议 92 次、报纸 874 次。中国知网显示关于校园足球的研究或者会议报道在 2015 年呈现爆发式增长,究其原因是 2015 年中国足球改革发展方案的决策得以实施,在体育学者中刮起关于校园足球学术研究的浪潮。

校园足球在推进过程中,由于“教育本质的边缘化”,呈现“激进式”的极端走向;政府、学校功利主义思想导致“政绩足球”“功利足球”有明显的发展趋势;非理性的社会期望,催化出以比赛为主的“精英足球”;社会对政策误读,导致优势体育项目让位校园足球等不利于校园足球发展的问题逐渐凸显。^[13]部分经济欠发达地区,校园足球开展依然薄弱。主要原因是:场地资金短缺、师资数量水平有限、比赛质量偏低、学生积极性难调、家长观念束缚、踢球风险频发、校园足球腐败难控,还存在“学生校内足球、金牌足球、体质足球、副科足球、四肢足球”等思想误区。^[14]

总的来说,校园足球的传播主体和受众受到限制,表现在地区媒体只关注本区域校园足球开展,而绝非是全局把控。再者,传播者主要以学者、师生群体为主,地方电视台、广播、报纸等参与度并不明显,受众群体主要为校园足球布点城市、布点学校的师生,学生家长、社会群众,非布点城市、非布点学校的受众对校园足球并不了解。全国都搞校园足球不切实际,但也不能搞“一刀切”,各地区经济水平有差异,应结合实际变动标准,让校园足球真正进入校园,而绝非是“政绩工程、流于形式”。专项足球教师欠缺,专业技能不达标等,制约校园足球资源开发,校园足球竞赛的体系不够完善,“校长杯”“省长杯”等参赛队伍在地区比例、性别比例、年龄结构上并不均衡,造成校园足球主要以“阳光体育大课间、低层次比赛”为主要表现形式。我国校园足球开展已将近十年,但各地区、各校“各自为营、关门搞足球”的现象仍然普遍,传播媒介之间的“断链”各为其主的思维模式,传播时间重叠、内容同质都削弱媒介的总体效果,阻碍校园足球的进一步发展和传播。

4 校园足球大众传播的实施路径

推动校园足球与大众传播之间的融合,首先要梳理出校园足球传播的内容“是什么”。这对后续的

“怎么做”有很大的帮助。校园足球传播是以校园足球为文化符号的文化传播,校园足球是传播的载体,也是传播的突出特征。体育作为社会文化系统的组成部分,校园足球作为众多体育项目的单项,自然具有文化的属性。通过以上分析认为校园足球的传播内容分为足球实体和文化精神两类:(1)足球实体传播内容为校园足球这一活动本身。这里主要是指有关校园足球的训练、竞赛、课外活动、教学内容等实际行为的传播扩散。(2)文化精神传播内容即在校园足球活动的过程中,对参与者、组织者、观看者等一切行为主体或者受众产生的价值观、人生观的变化。这里主要是指一切受众体验到的社会规则和道德规范,坚强的意志品质,不屈不挠的拼搏精神,以人为本,立德树人等核心价值观的传播扩散。分析校园足球的传播内涵,有助于更好地从传播学角度建立模型,本文将依据传播内涵及内容,按照拉斯韦尔等学者的划分,从传播者、受众、传播内容、传播媒介、传播效果五个方面为校园足球的传播提供解决框架。

4.1 传播者与受众

场域是由社会成员按照特定的逻辑要求共同建设的,是社会个体参与社会活动的主要场所,是集中的符号竞争和个人策略的场所。传播者主要是具备能动性和自主性的行为主体或这些行为主体组成的电视、广播、网络、纸质报刊等组织。^[15]不同的传播者服务于不同的机构,信息的采集、筛选、加工、制作、传播等各自为营,导致信息传播制作周期长、资源利用率低、信息实效性差、人力成本大、机构分散、传播焦点难以统一,不利于校园足球传播市场的扩大。

基于此种社会环境,在“共建共享、合作共赢”的理念下,打破校园足球传播者受限的场域,不再受场所限制,建立核心的传播主体,辐射带动非核心的传播主体,形成环形围绕,打造多层次传播主体,推动不同传播者从不同角度、不同渠道挖掘校园足球的信息,共同对校园足球信息进行筛选、取舍、加工、传播。加强不同传播者之间的交流合作,拓宽多元化传播渠道,确定受众范围区域“精准传播、定点宣传、持续发力、久久为功”。打破场域限制,对传播者来说既利于竞争又利于生存,能促使这些媒介等共同利用社会市场携手共创,充分利用不同传播者在技术、人才、信息资源、受众群体等的优势,互利共生、统筹协调打造校园足球的良性传播。

4.2 传播内容

科学技术的发展改变了传统的纸质传播媒介,加速体育传播内容的“全球化、数字化、信息化”。传播内容在一定程度上受所选择和运用的传播手段或形式的影响,校园足球现阶段的传播形式主要是学者学术、足球比赛、课堂教学、训练和足球大课间等,传播的内容平淡且同质化严重。开发校园足球内容资源,就是不断挖掘校园足球开展的新手段、新途径,是一个“探新”的过程。总的来说:仍然坚持以“足球四级联赛、校园足球大课间”为主,携手各地区“省长杯、校长杯”,依据本地实际情况和特色开展“足球文化节、亲子足球赛、足球夏(冬)令营”等内容,具体来说做到以下几点:(1)对受众合理定位,针对不同受众选择合适的传播内容,如乐视体育上线国内首部校园足球纪录片《5号球》,可以组织学生在校集体观看;(2)开展全民足球文化节、亲子足球赛,校园足球社团等,强化足球对社会大众、家庭、学生的感官刺激;(3)引导足球布点城市和非布点城市学校间的联合,采用“借鸡生蛋”的模式,借助校园足球资源丰富的学校辐射带动,充分利用经验优势,组织足球友谊赛;(4)充分利用现代化教学技术,如多媒体展示技战术教学、网络观看足球比赛等。随着校园足球资源的不断开发,不仅丰富校园足球的表现形式,同时激发学生的兴趣爱好,引起受众群体的积极参与,达到校园足球传播的目的。

4.3 传播媒介

广义的媒介是能使人与人、人与事物或事物与事物之间产生联系或者发生关系的物质。狭义的传播媒介是指介于传播者与受传者之间的用以负载、传递、延伸、扩大特定符号的物质实体,具有实体性、中介性、负载性、还原性和扩张性等特点。^[4]从不同的角度出发,媒介的划分不一而足。从媒介历史发展的角度来看,传播的媒介主要可以划分为以报刊、图书、杂志为代表的传统媒介和以电视、电影、广播、网络、电话为代表的现代媒介。^[5,6,15]

不同的传播媒介各有优点,对校园足球传播的效果各有差异,电视传播媒介突出表现为信息符号的多样性,更具直观性和立体性,信息接收方式的休闲性;广播传播突出表现为便捷性、受众关于赛事信息联想空间的拓展性;报刊传播突出表现为体育人文精神传播的广泛性、赛事信息报道的深入性和专业性;网络传播媒介突出表现为赛事信息传播的实时性、海量性及受众的高互动性;手机传播媒介突出表现为高便携

性、隐私性、贴身性、网络化、分众化、个性化及受众的海量性。传统媒介和现代媒介之间存在竞争与互补的发展态势,现代媒介(除了网络)对校园足球并没有呈现出很大的“热情”,相比之下传统媒介以学术文章、报刊为代表的发挥重要的作用,这两者应既相互竞争同时又相互合作相互依存。不同的传播媒介结合自身的优势,如电视传播迅速、直观、对受众的文化程度要求低,网络覆盖面广泛、内容更新快且全面、受众使用方便快捷,等。总的来说,不同的传播媒介受众参与度、传播时效、传播速度、信息保存时间以及媒介地位有差异,整合校园足球媒介市场,协调不同媒介的利益关系,统筹利用媒介将有效促进校园足球的大众传播。

4.4 传播效果

大众传播的教育功能、宣传功能正是校园足球进行大众传播的关键所在。大众传播促进不同地区校园足球文化的融合、交流,不断吸取先进的开展经验,总结校园足球开展过程中沉淀下的校园足球文化。不可否认的是以世界杯为代表的足球比赛正在挤压我国校园足球的发展空间,在抵御外来足球文化的同时,要积极融合大众传播,利用“国产”名人效应进行宣传报道,以发展加速本土足球传播,同时加强不同地区的互联互通以及交流合作,形成优势互补,彰显足球的亲和力,形成带有不同地区特色的文化名片。学术界应加强对校园足球文化的讨论,深化校园足球的文化内涵,传播主体自觉自信地推动校园足球与大众传播融合,在避免校园足球“无序、急进式扩张”和“盲目自信”的基础上,受众积极主动弘扬校园足球的核心价值观,强化校园足球品牌认同,确定并巩固校园足球品牌的文化核心。

5 总结

国家立势,媒体造势,自我合势的借势体系,借势政府的公信力,媒体造势形成新的舆论导向。应加快推动校园足球的大众传播,为校园足球的育人功能发挥提供更多的受众,提高校园足球和足球事业的社会地位,加强校园足球传播不仅有把我国校园足球、足球事业,乃至是体育事业这块蛋糕做大而带动教育体制改革的道路自信,也有把校园足球做强(冲进世界

杯),共享校园足球文化所带来的文化自信。校园足球的大众传播,对于构建中国特色社会主义校园足球文化体系大有裨益。弘扬社会核心价值观,深化校园足球改革的实质即教育体制改革,为全民健身营造了良好的氛围,为达成健康中国 2030 夯实群众基础,促进我国体育事业的发展,拉动我国经济的增长,同时也由体育大国向体育强国迈出坚实的步伐。

参考文献

- [1] 梁冰. 从足球热思考制约我国校园足球发展的因素及对策[J]. 体育文化导刊, 2017, (1): 150-153.
- [2] 张辉. 我国校园足球未来发展的注意问题——以我国首批校园足球布局城市学校足球发展情况为借鉴[J]. 北京体育大学学报, 2016(5): 24-30, 36.
- [3] 陈伟, 郝勤. 体育传播学的学科特征与研究现状——兼论体育的传播特征及其信息符号理论[J]. 体育科学, 2006(6): 6-11.
- [4] 郭庆光. 传播学教程[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2011.
- [5] 陈龙. 大众传播学导论[M]. 苏州: 苏州大学出版社, 2013: 86-89.
- [6] 段京肃. 传播学基础理论[M]. 北京: 新华出版社, 2003: 80-86.
- [7] 卢元镇. 体育社会学[M]. 北京: 高等教育出版社, 2006: 191-195.
- [8] 邓星华. 现代体育传播研究[J]. 体育科学, 2005(10): 23-31.
- [9] 李金宝. 我国体育传播理论研究的现状、内容及走向[J]. 北京体育大学学报, 2014(8): 24-29.
- [10] 陈军, 李献青. 我国校园足球发展的时代意义和战略构想[J]. 成都体育学院学报, 2014(7): 81-85.
- [11] 孙一, 饶刚, 李春雷, 等. 日本校园足球: 发展与启示[J]. 上海体育学院学报, 2017, 41(1): 68-76.
- [12] 苏莉, 邓星华, 姜令颂. 我国校园足球回归教育本真的理性思考[J]. 体育文化导刊, 2017(8): 155-159.
- [13] 康喜来, 李德武. 新形势下校园足球的角色定位和发展[J]. 吉林体育学院学报, 2017, 33(1): 85-89.
- [14] 姚健. 校长引领校园足球推广实施研究[J]. 北京体育大学学报, 2017, 40(4): 75-82.
- [15] 邵培仁. 传播学导论[M]. 杭州: 浙江大学出版社, 2003.

[责任编辑 魏 宁]