

·探索与争鸣·

体育运动的全球化

曲毅, 孙世明

(广州体育学院 综合档案室 广东 广州 510075)

摘 要 主要从现代体育的起源、传播和发展的角度,对竞技体育、大众体育和体育产业的全球化进行探讨,并分析了现代体育全球化的原因。结论是:体育运动全球化的初期,体育运动主要由发达国家向发展中国家传播,国际体育合作新格局是现代竞技体育全球化的体现,现代奥运会是现代竞技体育全球化的缩影,受奥林匹克运动的影响,大众体育全球化趋势正在加速进行,体育运动全球化与体育产业全球化相互促进,体育运动全球化的主要原因是:科技发展、政治对立、传播媒介的飞速发展。

关键词 体育运动;体育运动全球化;现代体育发展

中图分类号:G80 文献标识码:A 文章编号:1006-7116(2002)06-0001-04

Globalization of Sports

QU Yi, SUN Shi-ming

(Archives Section, Guangzhou Institute of PE, Guangzhou 510075, China)

Abstract Mainly with literature method in terms of origin, spread and development of modern sports, the globalization of mass sports, elite sports and sports industry has been discussed, as well as the reasons of sports globalization has been analyzed. Conclusion: At the beginning of sports globalization, sports were mainly spread from developed to developing countries; the new structure of international sports cooperation is the embodiment of modern competitive sports globalization; the modern Olympics is the micro-reflection of modern competitive sports globalization; the globalization of sports for all is accelerating under the effect of Olympic sports; sports globalization and sports industry globalization promote each other; the reason for sports globalization is: scientific and technological development, political conflicts and the rapid development in mass media.

Key words sports; sports globalization; development of modern sports

体育运动的全球化,可以从两方面来认识,从空间上讲,是指体育运动的普遍性问题;从时间上来讲,是指体育运动的持久性问题。显然,时间和空间是紧密联系、不可分割的。自古到今,全世界人民消极或积极地、无意识或有意识地参与体育运动,都表现了世界人民对体育运动的理解、认同和支持。也只有全世界人民参加体育运动,体育运动才真正能实现全球化。

本文从现代体育的起源、传播和发展的角度,对竞技体育、大众体育和体育产业的全球化进行探讨,并分析了现代体育全球化的原因,以图引起社会各界,特别是体育界对现代体育的重要性的认识。

1 体育运动全球化的初期

现代体育产生于19世纪中叶的欧美^[1]。当在欧洲兴起时,欧洲大陆矛盾交错,各国笼罩着浓厚的民主主义和国家主义情绪,各国都很注意军事效能,强调体育与军事训练相

结合。因此,各国体操比较盛行,而英国则由于文化传统和“绅士体育”的影响,以及海外贸易和其霸权主义在全球的不断扩张的需要,户外游戏和竞技运动开始兴起。19世纪50年代,英国流行的竞技运动,越过大洋传至美国和加拿大。到了19世纪后半叶,自由资本主义向垄断资本主义过渡,随着世界市场的形成,民族间壁垒被打破,社会的生产和消费的国际化进程大大加快。于是体育也随之超越了国界,随着经济的全球化而广为传播,特别是通过殖民者——主要是商人、军人、传教士和各种文化人等,向世界传播,形成了东西方体育以及其它不同类型体育的交流融合的体育国际化大趋势的雏形,出现了国际间的交流和比赛。如1851年伦敦的第一届世界国际象棋锦标赛、1858年澳大利亚的国际游泳锦标赛、1871年布德的国际射箭比赛等。不过这些早期的国际比赛由于没有公认的权威性组织和统一的比赛规则,秩序混乱,水平较低。在这些非正式比赛中,一些国际单项体育组织陆续诞生。如1881年,国际体操联合会成立。这

样,使一些运动项目在国际范围内有了统一的领导核心、有了统一的标准和规则,使运动竞赛渐渐摆脱了地方传统,具有真正的国际性。在此基础上,西方贵族为了激发民族精神而被挖掘出来的奥林匹克运动会开始复兴了。跨入20世纪,体育运动的传播范围越来越大,不断向拉美、亚洲、非洲辐射。特别是第二次世界大战后,美国夺取了世界霸权,这样导致了美式的体育运动,如棒球、篮球、排球在全世界风行。至此,全球化初期的体育运动国际化趋势初具规模。由于政治、经济和军事的原因,国际运动组织几乎被少数国家如英国、美国等所垄断,从而显示出全球化过程中体育运动由发达国家向发展中国家传播的趋向。

2 现代竞技体育的全球化

奥林匹克运动是体育全球化的产物,又是推动体育进一步全球化的动力。奥林匹克逐步扩展到全世界的过程,就是体育运动全球化的最好的例证。第一次世界大战前,与奥林匹克发生正式联系的国家仅限于少数欧美国家。两次大战期间和之后,各大洲一些国家陆续加入了奥林匹克运动,使奥林匹克大家庭发展成为当今世界上最大的国际组织。现代竞技体育在奥运会等重大国际赛事中表现出的全球化倾向越来越明显。

2.1 国际体育合作新格局

国际体育合作是现代竞技体育全球化的必然结果。20世纪以来,逐渐形成了多形式、多层次的国际体育合作新格局。主要表现为:

(1)区域性的体育合作。如中、日、菲三国组织的远东运动会、巴尔干运动会、中美洲—加勒比地区运动会、东亚运动会、南亚运动会、阿拉伯运动会等。

(2)大洲体育合作。1910年第一个南美洲体育组织成立,欧洲的体育合作在二次世界大战之前,而亚洲、大洋州和非洲各自的体育合作则在二战之后。今天,各大洲都已建立了基于国家奥林匹克委员会的新的洲体育组织。

(3)洲际体育合作。地中海沿岸的欧洲和非洲国家间的地中海运动会,阿拉伯地区亚洲、非洲国家间的阿拉伯运动会等。

(4)共同体的体育合作。如大英帝国运动会,后改为“英联邦运动会”,有54个参赛国;另一个是欧共体成员国之间的合作。

(5)特殊领域内的国际体育合作^[2]。在特定的领域内,如工人、学生、军队、残疾人、妇女等领域内的体育合作。如1974年第一次国际中学生运动会,2年1次的世界大学生运动会、军事运动会,曾成功举办过的4届世界妇女运动会等。

2.2 奥运会是竞技体育全球化的一个缩影

(1)比赛规模越来越大。1896年首届雅典奥运会,只有13个国家295名运动员参加9个大项43个小项的比赛,到了2000年奥运会^[3],共有200个国家和地区10000多名运动员参加28个大项300个小项的比赛,太大的规模、太快的发展,不得不使国际奥委会考虑要限制奥运会的规模。

(2)项目越来越多。列入奥运会比赛项目的标准^[4]是:

“至少在四大洲和75个国家的男子中,以及至少在三大洲和40个国家的女子中广泛开展的运动项目,才可以列入夏季奥运会。”从这一标准可看出竞技体育全球化的速度之快、范围之广。

(3)女性参与越来越普及。顾拜旦在创立现代奥运会运动时犯下的错误,莫过于忽视了妇女在体育运动中的作用和权利^[5],致使把占世界人口51%的女性排除在第一届奥运会之外。在1900年第二届奥运会上,就有4国11名女运动员勇敢地冲破了成规,参加了高尔夫和网球比赛。但是女性进入奥运会的进程是缓慢而艰难的。就以象征西方民主自由的选举权来说,瑞典从1921年,希腊从1952年,瑞士从1971年,葡萄牙从1976年,妇女才有了选举权。20世纪80年代,女性开始全面参与奥运会,在第26届亚特兰大奥运会上,女性运动员达3626名,占运动员总数的35%,参赛项目占总项目的40%。在近几届奥运会上,不但增设了女子项目,还出现了女子独有的项目,如艺术体操和花样游泳。竞技运动的全球化,女性的普遍参与也是一个重要体现。

(4)高水平的职业选手参加奥运会。关于“业余选手”和“职业选手”的概念,最早见诸于1823年英国牛津举行的划船比赛^[6]。当时,报名参赛的选手戴维斯是船夫,被列为职业选手而被禁赛。早期奥林匹克的非政治化、非商业化、非女性化原则,致使职业选手(网球)在1988年才参加第一次奥运会。这标志着奥运会对职业运动员的开放迈出了重要的一步。

3 大众体育的全球化

奥林匹克运动对大众体育的影响是巨大的。多年来,奥林匹克运动在促进竞技运动水平不断提高的同时,也促进了大众体育的发展。在顾拜旦的思想中,竞技运动与大众体育是统一的。二战以后,竞技体育与大众体育的分野越来越明显。国际奥委会逐渐感到需要用特别的努力来推动大众体育的发展。1964年,国际运动与体育理事会发表《体育运动宣言》,提出“每个人都有从事体育运动的权利”。1976年联合国教科文组织成立“政府间体育运动委员会”,1978年通过并宣布《体育运动国际宪章》,其主要任务是“促进大众体育”。国际奥委会1985年成立“大众体育委员会”,并从1986年开始举行两年一届的世界群众体育大会。第五届世界群众体育大会的主题是“群众体育与健康”。第六届大会主题是“奥林匹克运动全球化”,提出奥林匹克运动在空间的普遍性、时间的持久性的全球化战略。无怪乎,根据世界上10个不同类型国家的抽样调查^[7],一般群众对五环标志的辨认率甚至超过了红十字标志。

20世纪80年代前,许多国家规定了体育节。一些国家还颁布了一些体育法案,如加拿大的C-131法案(1961年)、日本的“体育运动振兴法”(1961年)、法国的“马佐法案”(1975年)、美国的“业余体育法”(1978年)等^[8]。

80年代初,在澳大利亚推行“找30min”活动,号召每人每天抽30min进行积极性休息。瑞典在疗养地和夏令营推行“增强体质运动”。法国推出“为心脏健身而锻炼”的口号,

推行“3个8运动”,即自由泳80 m,跑步800 m,步行8 000 m。比利时推行“每家1 km”,即每个家庭成员都参加不少于1 km的跑步活动等^[9],不一而足。

80年代后期,各国政府也纷纷推出本国的大众体育发展计划,以运动会、体育节、文化节、民俗活动、运动俱乐部、健身活动等形式开展活动。如美国的《90年代体育战略规划》、《2000年健康计划》,“美国跑步与健康日”(10月9日),日本的《迈向21世纪体育振兴策略》,澳大利亚的《国家体育余暇计划的实施》,中国的《全民健身计划》等。到90年代,已经有100多个国家公布了自己的大众体育发展计划;“终生体育”和“休闲体育”思想已对世界产生了越来越深刻的影响,致使体育人口大幅度上升,如美国77%,前西德67%,日本68%,加拿大50%,前苏联50%,中国40%等^[10]。

各国的政府在推出本国的大众体育发展计划的同时,大力加强体育设施的配置。充裕的体育设施,为大众体育打下了基础,同时也是体育大众化、全球化的体现。

4 体育产业的全球化

随着20世纪末世界经济发展的一体化和全球化,作为世界经济和全球产业体系一部分的体育产业的全球化趋势也在加快。体育贸易在全球贸易中所占比率逐年上升,随着奥林匹克运动逐渐商业化和职业化,以及亚洲、东欧和非洲地区的体育产业市场的兴起,体育产业全球化趋势正加速发展。而这种全球化趋势说明,体育运动已影响到社会生活各层次的方方面面。

4.1 体育产业全球化的主要途径

(1)通过竞技体育的全球化影响。随着科技发展,特别是卫星传送技术的发展,使全球各地的观众能通过电视、互联网收看世界各地举行的各种精彩的体育比赛,竞技体育在全球观众中的影响越来越大。因此,许多企业都争先恐后与体育建立密切的关系,把体育作为向全球消费者宣传和推销自己企业和产品的载体。反过来,体育运动得到资助,体育的规模越来越大,从而使体育的国际知名度不断提高。

(2)通过俱乐部在海外设办事处开拓体育产品市场。一些大联盟和俱乐部在世界范围内广设办事处。如北美职业棒球MLB在悉尼设立办事处,其目的是通过组织各种相关活动来推广棒球运动MLB在澳洲的知名度。还有些体育用品公司如耐克、阿迪达斯、威尔逊等近年来在各大洲的发展中国家设立合资或独资企业,利用资金、品牌、技术和管理方面的优势及发展中国家廉价的劳动成本,大搞加工贸易。

(3)通过体育中介公司进行跨国经营。一些体育中介公司如国际管理集团、职业服务、英国高德等,在全世界进行体育市场开发。如国际管理集团,它是世界上最大的体育经纪公司,它在全球各地设有60多家办事处,代理着世界各地优秀运动员、教练员近2 000名,根据一些国家运动队或职业球队对外籍教练员和运动员的需求情况提供服务。它还成立了自己的体育广告、制片和转播公司。

4.2 体育产业全球化的主要手段

(1)国际体育转播。电视机和互联网的普及以及全球

数字信息传送网使视觉形象的全球传播极为方便。利用转播国际赛事的赞助和广告,企业可以提高其国际知名度,提高全球销售收入。据报道^[11],NBA96-97赛季在全球188个国家和地区的观众人数达6亿。欧洲几大足球职业联赛以及每4年1次的奥运会、世界杯足球赛等,全球观众的人数都在数亿以上。

(2)标志性产品的销售。通过向海外销售标志性产品和纪念品,既可以增加联盟、俱乐部、比赛组织者的销售收入,又能使体育组织、明星及职业竞技运动同广大体育爱好者联系起来,起到沟通、联络球迷感情的作用。同时,这些产品还可以作为载体,为体育组织在全球范围内扩大自己的影响。

(3)境外比赛宣传。组织各种职业俱乐部到海外举行各种商业性比赛或表演赛。自从1988年亚特兰大鹰队首次前往苏联访问以来,NBA的球队已先后在许多国家举行过表演赛,并常常将常规赛的部分场次安排到境外举行。再如欧洲、南美的职业足球俱乐部的AC米兰、曼联等也在体育中介公司的策划下频频出访亚洲、非洲和澳洲等足球新兴市场,以提高俱乐部在境外的知名度并获得直接的经济效益。

(4)利用外籍球员、教练员促销。俱乐部招募和引进外籍球员、教练员,除了能提高球队的比赛水平,还可以帮助俱乐部全球促销以占领更大的海外市场。如利用外籍球员与国内球迷的特殊关系,有意识在比赛中安排外籍球员上场,还利用互联网向球迷发送球员的消息,以争取更多的观众。

(5)开展基础大众体育活动。近年来NBA、NIKE、阿迪达斯等在许多国家组织的“三人篮球赛”、“七人足球赛”就是典型的例子。只有更多的人参与,该项运动才能长时间得到人们的喜爱,而与该项运动有关的体育组织与企业才能保持更大更稳定的市场基础。

5 体育全球化的主要原因

5.1 科学技术的发展提供了能量

在现代体育全球化初期的18世纪,资产阶级革命大大地解放了生产力,牛顿工业革命又给生产力的发展带来了新的科学技术,使欧洲经济得到快速发展。随着工业革命的发展,大机器的运用,人们生命活动方式逐渐受到时间的限制,时间观念增强,要求把工作时间和空闲时间加以明确区分。充分利用空闲时间来解除大机器生产带来的高度紧张。此时,许多业余比赛演变成公证比赛,比赛规则、场地逐渐明确规范,一些运动项目逐渐从欧美向世界各地传播^[12]。

到了20世纪,科技的发展突飞猛进,人民生活水平不断提高,5天工作制、弹性工作制和定期休假制等的实施,加上家务劳动自动化程度的提高,使得闲暇时间大大增加^[13]。充裕的闲暇时间为大众体育的开展提供了必要的时间保证。同时,也需要大量丰富的体育活动来充实人们的闲暇时间,以陶冶人们的情操,增进人际交往,提高工作质量。

5.2 政治因素是推动体育全球化的因素之一

在当今世界上,没有其它任何国际文化活动的规模和影响力上可以与奥运会相匹敌。奥运会上所发生的一切在一瞬间就成为世界性新闻。人们不难发现,运动员在奥运会

上仅仅靠自己的天赋、个人的力量夺魁已成为历史。今天的运动员成功的必要条件除了个人才能和多年的训练外,还包括现代化的训练条件、高水平的教练、大量的国内外比赛经验等^[14]。在某种意义上讲,运动员表现出的成绩凝聚着国家、社会的力量,也从一个侧面反映出运动员所在国的科技水平、政治体制的优越性和经济实力。虽然国际奥委会反复强调奥林匹克是个人之间而不是国家之间的比赛,但事实上,没有一个运动员能做到仅仅代表自己进入奥运会竞技场,参赛者必定是某个国家和地区的代表。百年的奥运会在胸怀民族主义人们心中的深刻印象是^[15]: 竞技比赛就是民族国家之间的竞争。奥运选手的表演与国家的形象结合起来,成为民族的认同感的一种象征,起着增强民族凝聚力的作用。这就强烈地促使了竞技体育在各国的普及与提高,从而迅速地在时间和空间上在全球传播和发展。

5.3 传播媒介的飞速发展,使体育运动全球化的速度加快

首先,新闻媒介是奥运会的主要经济支柱。维持和发展奥运会的最重要的条件,是相对稳定和充裕的经济来源。目前经济主要来自电视转播权、门票、奥运会标志和纪念币以及商业赞助^[16]。而新闻传播媒介在所有这些项目中具有直接或间接的作用。有了充足的经济来源,奥运会的规模才可能越来越大,奥运会的影响则会越来越广,则竞技体育的全球化的势头才可能更加迅猛。

其次,新闻媒体为竞技运动奠定了广泛的群众基础。由于新闻媒介的广泛宣传,使得越来越多的人不仅关注且投身体育。根据挪威学者的研究,接受体育新闻传播最多的人参与体育活动的比例也最高。这就是说,新闻媒介不仅为体育运动提供了观众,也提供了现在的和未来的运动员。这些人顺理成章地成为竞技体育运动的群众基础。

在这一基础上,新闻媒介对竞技体育本身大力报道更激起人们加倍的热情,据统计^[17],第13、14届世界杯足球赛的观众达130.5亿、266.9亿,第15届八强赛平均每场就有10亿观众。足球在世界的普及,除其本身的魅力外,传媒的作用功不可没。

参考文献:

- [1] 丁英俊. 对现代奥运会兴起的历史学分析[J]. 武汉体育学院学报, 1997, 3(3): 1-5.
- [2] 体育学院通用教材. 奥林匹克运动[M]. 北京: 人民体育出版社, 1993.
- [3] 第27届奥运会完全战报[N]. 北京青年报, 2000-10-2

(8).

- [4] 体育学院教材编写组. 竞技运动史[M]. 北京: 人民体育出版社, 1990.
- [5] 谢亚龙. 奥林匹克研究[M]. 北京: 北京体育大学出版社, 1994.
- [6] 韩丹. 论运动竞技新趋势[J]. 山东体育学院学报, 1996, 12(2): 1-7.
- [7] 房宜军. 对发达国家大众体育发展的社会学思考[J]. 泰安师专学报, 1999(6): 110-112.
- [8] 倪同云. 国际大众体育的发展趋势研究[J]. 体育科学, 1998, 18(3): 109-111.
- [9] 谭华. 现代体育的发展与我国的全民健身计划[J]. 成都体育学院学报, 1996, 22(2): 1-5.
- [10] 曲毅. 体育场地设施与大众体育的发展[J]. 成都体育学院学报, 1997, 23(1): 91-96.
- [11] 韩佐声. 现代体育的地理传播[J]. 天津体育学院学报, 1996, 11(1): 63-68.
- [12] 体育科学编辑部. 新技术与体育[M]. 北京: 人民体育出版社, 1985.
- [13] 刘吉. 奥林匹克与中国体育的发展[J]. 新体育, 1996(5): 4-6.
- [14] 吴光宗. 现代科技革命与当代社会[M]. 北京: 北京航空航天大学出版社, 1995.
- [15] 王其惠. 中外运动史[M]. 武汉: 湖北人民出版社, 1990.
- [16] 李成银. 科技是第一生产力与体育的振兴[J]. 体育科学, 1994, 14(1): 25-26.
- [17] 张民朝. INTERNET 与现代体育[J]. 体育科技信息, 2000(1): 46-49.
- [18] 陈作松. 我国的科技方针政策对体育科技发展的影响[J]. 福建体育科技, 2000, 19(2): 9-11.
- [19] 钱学成. 现代科技革命与马克思主义[M]. 西安: 陕西科技出版社, 1999.
- [20] 茅鹏. 运动训练新思路[M]. 北京: 人民体育出版社, 1994.
- [21] 曾广新. 试论全民健身教育的可持续发展[J]. 体育学刊, 1999, 5(5): 39-40.
- [22] 全国体院通用教材. 运动训练学[M]. 北京: 人民体育出版社, 1990.

[编辑: 周威]