

•体育资讯•

西方体育媒体研究专著述评

黄璐¹, 陈新平², 李颖³

(1.河北理工大学 体育部, 河北 唐山 063009; 2.广东建设职业技术学院 基础部, 广东 广州 510450;
3.河北师范大学 体育学院, 河北 石家庄 050016)

摘 要: 检索网络资源有关西方体育媒体研究专著的信息与评论, 从体育媒体研究概论, 体育新闻与平面媒体, 体育、媒体与文化, 体育媒体与政治、经济、社会, 体育与广播电视, 体育与电影, 体育与网络媒体等7个主题框架描述各研究专著的问题域和内容要旨。可供借鉴之处在于体育媒体的概念澄清、理论学习的重要意义、研究路径选择、建立研究和学习共同体4个方面, 藉此开拓中国体育媒体理论研究视野。

关键词: 体育传播学; 体育媒体; 西方理论

中图分类号: G80-05 **文献标识码:** A **文章编号:** 1006-7116(2010)01-0107-06

Review of western sport media research works

HUANG Lu¹, CHEN Xin-ping², LI Ying³

(1.Department of Physical Education, Hebei Polytechnic University, Tangshan 063009, China; 2.Department of Foundational, Guangdong Construction Vocational Technology Institute, Guangzhou 510450, China;
3.School of Physical Education, Hebei Normal University, Shijiazhuang 050016, China)

Abstract: The authors sorted and translated information and reviews on western sports media research works by searching network resources such as Amazon, Google, Worldcat and Netlibrary, described the topic areas and content outlines of these research works in 7 topic frameworks, namely, sports media research overview, sport news and plane media, sport, media and culture, sports media and polity, economy and society, sport and broadcast TV, sport and movie, as well as sport and network media. Things can be learnt from include such 4 aspects as the clarified concept of sports media, significance of theoretical learning, research approach selection, as well as research and learning community establishment. The authors aimed at widening the field of vision for theoretical researches on sport media in China by means of sorting, describing, retrospecting and learning.

Key words: sport communication; sport media; western theory

伴随全球化进程的稳步推进, 体育、媒体与文化三维社会建构场域之间呈现出空前的联系、交融的活跃性, 以《体育媒体杂志》(Journal of Sports Media, JSM)专业学术期刊的创办为标志, 作为跨学科交叉的体育媒体研究逐渐形成自主独立的重要科目。采撷西方先进的研究成果是发展自身的必然途径, 研究专著具有理论与实践探索的宏观性、专题性、系统性等特点, 引荐西方体育媒体研究专著, 明晰其问题意识和内容要旨, 于中国体育媒体的理论建设和实践发展是非常

必要的。检索 Amazon、Google Books、Google Scholar、Worldcat、Netlibrary、Bookfinder、eBooks 等网络资源有关体育媒体研究专著的信息与评论, 经译介与整理, 旨在梳理与描述、反思与借鉴西方体育媒体研究相关理论, 以开阔理论研究视野。

1 西方体育媒体研究专著述评

1.1 体育媒体研究概论

概论性著述旨在提供全面的理论知识, 是学习者

迅速进入专业研究领域的阶梯。《体育媒体手册》^[1]汇集了来自世界各地体育媒体研究者的智慧,经编辑选择和综合,以体育媒体运行流程为导向,建立了相对合理、广阔精深的理论体系,涵盖了有关体育媒体的所有部分,内容集中在体育媒体的生产、体育媒体经济学、体育媒体受众、体育媒体推广、体育新闻媒体中的种族与性别问题等方面。应用群体为媒体娱乐表演、媒体心理学、大众传播、体育营销与管理、大众文化与文化学的学习者、管理者和研究者。《体育媒体:报道、生产和计划编制》^[2]是一本有关体育播报的综合教程,涉及到体育报道全程技巧,即写作指导、风格、沟通技巧、场地选择、编辑、现场制作、道德伦理、录音程序以及找工作的技巧。除了行业注重的媒体运作技巧,此书穿插介绍有关体育历史的背景知识、体育报道者和运动员媒体表现案例、体育商务基础知识、女性的体育表现、体育播报常见社会问题等内容。更为重要的是,该书侧重体现体育新闻需求的特色化和体育媒体数字化所必需的技能。《拥有奥运会:关于崭新中国的讲述》^[3]将中国研究、人权、媒体研究、法律及其他领域的著名学者聚集到一起,揭示多重实体(跨国利益集团、执政党、IOC等)怎样试图影响和控制媒体,外界通过媒体事件的讲述来认识与理解北京奥运会。该研究植根于国际重大赛事应对日新月异的全球媒体环境变化(媒体输出的扩张和移动通讯技术的发展)的背景,立足于中国抓住奥运契机重塑国际形象的媒体机遇,细致分析了中国官方奥运媒体的信息建构过程。

1.2 体育新闻与平面媒体

体育新闻理论与实践的发展在一定程度上反映了体育媒体的综合应用状况,亦是体育媒体研究的有机组成部分。《新闻和体育快速参考指南》^[4]是迅速提升体育新闻(侧重广播媒体)新手专业技巧的简略浏览向导,内容集中在体育新闻的价值选择与信息采集、编辑流程、专业化与过程控制、音频调节、常见问题分析等方面。《体育新闻业:一个实践指南》^[5]以体育新闻实践为逻辑主线,分体育报社、新闻来源、新闻报道与行动、体育新闻与照片的新闻出版、体育特色的新闻出版、广播媒体、采访、在线出版等专题依次讲述,旨在提供体育新闻出版实践(分印刷媒体、广播、数字媒体)的基础知识。《体育新闻业》^[6]涉及主题广泛,提供体育新闻采编、报道、管理与出版的全程指导。《体育新闻业:多媒体读本》^[7]以信息网络社会为契机,整合广播、电视与网络媒体资源,提供体育新闻报道(杂志、小报、电视与因特网)实用技能的权威指导。《体育摄影》^[8]来源于作者从业体育摄影25年的经

验提炼,提供全面、详细、易于理解的体育摄影知识,阐述了体育摄影装备、胶片与数码技术、镜头捕捉技巧、情感释放等内容。《体育、文化与广告》^[9]讨论了广告中体育的表现特性,并置于文化政治背景中进行理论考察,专题讨论包括当代景观和体育广告,体育女性主义和消费文化,当代体育广告中的种族主义和精英女权主义,体育、性与典型广告,广告、体育与残疾,全球化、广告和文化阻力等。

1.3 体育、媒体与文化

体育与媒体在文化领域表现活跃,致力于大众文化发展和意识形态建构。置于广义文化范畴,体育媒体是人类璀璨文化的有机组成部分,是人类历史记忆的表现形态。《体育、媒体、文化:全球性与地域性维度》^[10]基于全球——区域化实践范式,在更广阔的社会意义上探讨了体育和媒体的关系。随着体育与生俱来的价值与影响力在其它社会专业领域的扩延,在体育社会学、体育史、性别研究、文化研究、新闻业、休闲理论、文学等研究领域出现体育、媒体与文化跨界相互影响的现象,体育媒体实践的社会属性及运行规律引起理论关注。该书展现了体育媒体实践与诸如新媒体技术、性别、种族、群体身份、全球化、媒体的政治经济学等议题的紧密联系和作用机制。《体育、文化与媒体:批评性读本》^[11]编撰了有关体育、文化和媒体关系的系列论文,建立在广泛考察欧洲、南美洲、澳洲、亚洲、非洲的体育与媒体关系的讨论之上,内容范畴为:女性、体育和全球化,扮演大众通信角色的体育(体育作为娱乐),信息高速公路中的体育,为黑人观众做体育服装广告,大事件与媒体文化,体育与奥运会等。《体育、文化与媒体》^[12]分为“体育媒体制造”和“改变体育媒体”两大部分,再细分为7大主题,每个主题的讨论范畴涉猎广泛,分别为理解体育和媒体,体育媒体工作,金钱、神话与重要竞赛,体育解说与作品,体育偶像的塑造,体育网络化的前景等。《表现体育》^[13]亦是体育、媒体、文化与社会学习者不可或缺的重要文献。《体育、修辞与性:历史观察和媒体呈现》^[14]富有创意的将体育、修辞和性结合起来,为女性研究、体育研究和社会学的研究者拓宽了思路,全书分为体育语言、历史性观点、印刷媒体表现、广播媒体表现、视觉媒体表现、经典案例学习等若干部分。

1.4 体育媒体与政治、经济、社会

体育媒体实践是跨领域交叉和多元价值并存的专业化社会系统,与政治形态、社会问题与经济发展联系紧密。《棒球和媒体:球迷如何沉迷于体育新闻报道》^[15]以作者的职业生涯和亲身经历为叙事线索,描述了棒

球新闻报道和电视节目如何日益衰落的变化过程,呈现了媒体关于球队报道的内幕和体育信息加工过程,并通过明星球员的讨论,记录了球员从平凡到楷模再到体育明星的转换过程,揭示了棒球媒体的政治形态,可悲的是,受众沉迷于体育新闻报道及对报道内容的集体无意识认同,最终成为实现政治目的和国家意识形态传播的道具。

《体育经济学和媒体》^[16]编撰了来自美国、英国、法国、挪威等国学者的专题文章,主要探讨了当下有关体育经济和媒体市场的联系,有关体育商业化和广告权的政策性问题,分析了体育媒体权、体育经济及其致力者(俱乐部、联盟、组织者、电视公司、产权拥有者)3者间的关系,为运动俱乐部、媒体、政府、非政府部门的决策提供参考。《体育中的视觉经济:体育电影》^[17]针对体育研究和文化研究日益分离的状态,编撰相关论文并附加诸多评论以填补缺憾,主要讨论了体育、影视、经济与文化间的关系,强调体育电影在美国影视业中占据的中心地位,为人们理解种族、性别、等级、历史与社会间的关系发挥了导向作用。《商业体育:新闻工作者初级读本》^[18]分13个专题系统介绍了职业体育团队、个体体育、大学体育、国际体育体系、体育合约、体育代理人等商业体育知识,最后一个专题讲述了商业体育与新媒体联姻发展的历史、现状与前景。《新媒体时代的足球运动》^[19]专门研究了日益强大的新媒体如果影响与改变足球产业的发展。

《体育、媒体与社会》^[20]依据美国和英国体育媒体调查和案例分析,内容涵盖了体育媒体细分的所有部分——电影、电视、报纸、杂志、广告、空间(概念的延伸)、博物馆、因特网。《体育和媒体:管理关系》^[21]将体育媒体产业和体育媒体实践管理技巧紧密联系,旨在为学习者提供体育媒体管理及相关课程内容,以期充分理解体育媒体的本质、范畴与边界,强化管理媒体及体育新闻报道的技巧。分为体育媒体的发展历史、当下媒体和体育产业的商业联系及背景、观众和广告商在体育媒体报道中的作用、通过媒体管理实现体育新闻有序生产等若干主题内容。

1.5 体育与广播电视

电视产业的崛起和迅猛发展为体育自身魅力、身份认同和社会影响力的延伸提供了强大的信息化平台,体育和电视媒体的联姻是体育媒体实践的主要方面,著述丰富、选题多样、价值多元、精彩纷呈。《体育电视制片》^[22]系统阐述了体育电视远程制片的计划、开始、导演、发布和编辑过程,包括从预算、技术、地点选择到认识体育电视本身的复杂性和特殊性以及

可移动摄影车、照相机、音频设备、灯光设备使用等问题的描述,旨在让学习者制作出高品质的直播或录制的体育事件报道。《体育电视转播的幕后观察》^[23]讲述了体育电视转播行业中不为人知的幕后故事,在享受声名与默默付出的二律背反中徘徊。《球迷、电视与全球化》^[24]将职业足球、电视、文化全球化概念联系起来,以个案研究法(民族志和受众分析)致力于阐释球迷快乐体验与足球消费,以及足球作为跨国资本主义寻求全球文化身份认同的重要工具,后现代文化秩序中的体育和电视等主题。《ABC电视1970-2005年橄榄球之夜的历史》^[25]记载了1970-2005年ABC电视转播全美职业橄榄球联盟比赛(NFL)的历史,全面覆盖并分析了ABC电视台星期一橄榄球之夜栏目的信息编辑与运作过程,以进一步理解电视媒体与体育联盟间的关系。现代奥运会亦借助电视媒体的信息力量充分展现自身,《奥林匹克媒体》^[26]基于NBC体育电视媒体运作,为奥运会前期、中期与后期的关键媒体人员访谈和电视转播过程提供了理论参考。

1.6 体育与电影

体育与电影联袂演绎的历史由来已久,伴随后现代电影工业日渐式微而转向深度发展,体育的价值与意义被电影技术与电影艺术渲染得淋漓尽致。《电影中的体育》^[27]建立在前人研究基础上,分3大内容框架侧重阐述了全球化背景下好莱坞体育电影传播与全球身份认同过程、体育电影与社会意识形态、体育电影与社会问题等主题。《美国电影中的体育》^[28]通过搜集美国体育电影信息和回顾争论焦点,阐述了体育电影与意识形态、种族、社会身份、民族特征、性别表现之间的关系,涉及体育电影的历史及特性、好莱坞与黑人运动员、美国体育电影和性的联系及表现、美国拳击运动电影和等级制等内容,明确了体育电影在推进历史进步、社会理想、体育发展的价值和意义。《电影和历史中的体育》^[29]涉及体育发展、电影知识、流行文化、美国历史的交叉研究,旨在讨论体育电影传达给受众的价值观和身份认同以及体育竞赛带来的文化震撼,侧重于体育电影与其映射出的历史文化间相互作用的细致分析。《拳击历史与早期电影》^[30]讨论了早期电影(1897年)、职业拳击和美国通俗文化发展的历史。

1.7 体育与网络媒体

网络媒体的崛起和极具未来美好前景,为拓宽体育传播途径、延伸体育实体及空间意义再生产发挥了重要作用。《体育幻想指南》^[31]阐述了体育幻想的概念、缘起、发展与未来展望,侧重介绍棒球、橄榄球、篮球、足球、高尔夫球等主流在线体育幻想游戏攻略。

《虚拟橄榄球幻想》^[32]和《橄榄球幻想》^[33]讲述如何玩转橄榄球虚拟游戏,包括游戏攻略、计划编制、团队组建、游戏技巧的使用等方面,让游戏者品尝体育虚拟游戏带来的快乐。幻想橄榄球世锦赛(WCOFF)魅力无限,Mark St. Amant 讲述橄榄球幻想游戏极富吸引力的奥秘所在^[34]。此外,网络媒体发展的新变化莫过于网络新媒体工具的流行与应用,譬如借助博客、SEO(搜索引擎优化)等网络工具进行体育营销,体育博客和个性化健身计划,在线体育博彩等。

2 启示与借鉴

2.1 体育媒体理论学习的重要意义

随着现代职业竞技(即商业化体育)、精英竞技、大众竞技的崛起、发展与全球影响力的无限扩张,体育与诸如广告、性、暴力、流行音乐、好莱坞电影等主题相提并论,在诸多宏观性、概论性、系统性的媒体研究初级读本或教科书中,辟有体育媒体专题讨论的章节,如 Graeme Burton^[35]的《媒体与社会:批判性观点》辟有体育与媒体再现的独立章节;Hartley^[36]的《理解新闻》将新闻议程分为政治、经济、国际事务、国内事务和体育。体育媒体理论充满诱惑力且在稳步发展,在媒体理论体系中的地位不言而喻,为指导与促进体育媒体实践的发展发挥了重要作用。

另一认识维度,媒体理论植根媒体实践,是媒体实践的抽象与理论升华。在全球赞誉声中落下帷幕的2008年北京奥运会成为西方媒体关注的焦点,据《纽约时报》报道,NBC 电视网在北京奥运转播中至少获利1亿美元。NBC 对北京奥运会的媒体营销,开始于2000年悉尼奥运会,在长达8年时间里,NBC 操作日趋熟悉的营销、社会、体育与媒体理论,展开了一系列诸如变动北京奥运会开幕时间、实施体育明星计划(以美国游泳天才菲尔普斯为代表)、干扰游泳和体操决赛时间(移至北京时间上午举行)等媒体营销行动^[37],为媒体帝国的全球扩张创造了辉煌业绩。体育媒体理论亦非华而不实的摆设,将体育媒体实践经验赋予理论升华与文字呈现即成为理论著述,譬如《奥林匹克媒体》即以 NBC 体育电视媒体运作经验作为理论基础。与此同时,媒体理论与实践的评估不仅仅体现在媒体收益方面,更应当关注传播效果的评估价值。

2.2 体育媒体研究路径选择

其一,根植实践,来源实践。理论著述是研究者通过实践经验总结、抽象和逻辑思考得出的,大致表现为具有较强社会影响力的体育媒体工作者所撰写的回忆录、对话录、媒体经验总结及理论著述。具有代表性的有 George Castle、Eileen Kennedy 等人,George

Castle 在《印第安纳州西北时报》(芝加哥4大报纸之一)从事棒球运动新闻工作近10载,具有丰富的体育新闻实践经验,撰写过7部有关体育研究著作,经历记者、编辑、体育新闻部负责人等媒体角色,对美国棒球新闻媒体的运行、政治形态与内幕了如指掌。

其二,理论积淀与扩延。理论著述是研究者长年的现象观察、自主思考和潜心研究得出的,大致表现为对某一选题持续深入的理论探索,在达到一定理论深度后转向其它相近研究领域。具有代表性的有 Aaron Baker、Lawrence A Wenner 等人,Aaron Baker^[38]于1994年获美国印地安那大学博士学位的研究方向为《美国电影和电视中的体育》,之后持续进行深入研究,在体育电影研究领域建树颇多,2003年出版的《美国电影中的体育》是其体育电影研究的里程碑,在其体育电影研究达到一定理论高度后,转向体育媒体概论、媒体政治学等相近研究方向。

其三,大理论背景与细分领域实证研究相结合。理论著述是研究者置于大理论背景(母学科研究和跨学科交叉研究)并结合细分领域实证研究得出的,大致表现为站在母学科理论高度研究体育问题,甚至直接涉猎文化学、社会学、历史学、传播学等母学科研究领域,基于大理论背景所建构的更为广阔的意义框架惟有结合细分领域实证才具备理论说服力,并通过报纸、杂志、电影、电视、新闻、广告、因特网等体育媒体研究细分领域实证探索来实现合法化。具有代表性的有 Raymond Boyle、David Rowe 等人,Raymond Boyle^[39]于1995年以毕业论文《足球与文化身份:英国格拉斯哥和利物浦个案》获英国斯特林大学博士学位,之后其研究视阈逐渐扩大,研究成果涉及文化学、社会学、传播学、新闻学等学科领域,对多个学科领域的了解与探索使其具有宽阔的理论视野和跨学科交叉研究优势,Raymond Boyle 亦致力于体育电视媒体研究,以支撑其提出的理论框架体系,使这个预设体系更具有理论说服力和实践影响力。该研究路径经过母学科理论建构和跨学科交叉研究,并结合体育媒体细分领域实证,具有理论前瞻性、系统性和指导实践的作用与意义。

诚然,体育媒体研究路径的分类框架边界较为模糊,有时亦兼得两种研究路径,即便如此,大致也可依据实践派与学院派的简略划分来描述两极意义比较的差异。

2.3 体育媒体研究和学习共同体

后现代、体育、媒体视阈的共谋、联合与发展为发达国家信息社会的构建提供了丰富的理论储备和可操作性的实践范式,为发展中国家致力后现代竞争与

建设树立了典型参照。团结与联合是知识流通、资源共享、专业教育实施的有效方式，组建体育媒体研究和学习共同体显得日益迫切。时过境迁，传统意义上的学会或社团日渐式微，取而代之的是虚拟世界独树一帜的沟通方式、话语系统和价值谱系，使认识与判断力、思想与智慧、知识与资源在更广延意义上的联合成为可能。充分利用网络技术及虚拟空间建构的优越性，组建体育媒体研究和学习虚拟共同体成为行动诉求的重要表现方式。体育媒体研究和学习网站、虚拟社区、博客圈、QQ群等交互模式的建立，易于打破现实研究机构的划界自居、价值割裂状态(如中国体育科学学会下属的体育传播分会、体育新闻分会、体育信息分会)，聚合与形成体育媒体研究主题的理论力量，促进研究的纵深发展和学科教育的有效实施。

百余年前梁启超呼吁：国家欲自强，以多译西书为本；学子欲自立，以多读西书为功。中国体育媒体理论与实践的学习、创新与发展亦当以西方体育媒体历史经验与前沿实践为参照系，发挥发展中国家学术研究的后发优势，调动体育媒体工作者、学者、教师、研究生、业余研究者的学术积极性，有效配置人力资源，组建体育媒体研究翻译共同体或联盟，系统译介西方体育媒体历史文献和前沿成果，进而创新与超越现有理论与实践本身，创建本土化、特色化的体育媒体理论框架和运行体系。然“今之所译，直九牛之一毛耳。”已译介专著有《体育新闻报道》、《美联社体育新闻报道手册》、《体育媒体关系营销》3部，不仅数量极少，且译介工作不成体系，一般是依据译介者的学术旨趣及充分利用自身的科研环境(如指导研究生、审稿人、学会职务等)做出的翻译项目选择。中国拥有庞大的体育媒体研究群体，各大学纷纷开设体育新闻、体育信息技术等专业，国家体育总局体育人文社科基地遍布全国，新增加的体育媒体实践工作者、专业研究人员和教师，扩招催生出的大批研究生等，惟独缺乏召集人(机构)和运行体制。可选择行政机构或学会牵头(如国家体育总局体育信息发展中心、中国体育科学学会体育传播分会等)、知名大学或体院牵头(如北京体育大学、华南师范大学体育科学学院等)、本领域优秀学者联合召集等形式，统筹资源、群策群力，实现中国体育媒体理论与实践的快速发展。

与此同时，因中西文化背景、媒体运行环境等要素各异，西方体育媒体研究专著的理论学习与实践运用亦当甄别权衡，抱以批判性学习的姿态开展自主思考。亦殷切期望中国的体育媒体研究者能够在借鉴母学科理论(中国视阈)的同时，更关注国外体育媒体研究现状与发展动向，双管齐下，共促理论繁荣与实践

发展。

参考文献：

- [1] Arthur A Raney, Jennings Bryant. Handbook of sports and media[M]. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 2006.
- [2] Brad Schultz. Sports media: reporting, producing, and planning[M]. 2 Edition. Boston: Focal Press, 2005.
- [3] Monroe E Price, Daniel Dayan. Owning the olympics: narratives of the new China: The new media world[M]. Ann Arbor: Michigan University Press, 2008.
- [4] Joe Torelli. Peachpit releases apple pro training series: final cut pro 6 for news and sports Quick-reference guide[M]. Berkeley: Peachpit Press, 2007.
- [5] Phil Andrews. Sports Journalism: A practical guide[M]. London: Sage, 2005.
- [6] Raymond Boyle. Sports journalism: context and issues[M]. London: Sage, 2006.
- [7] Rob Steen. Sports journalism: a multimedia primer [M]. London & New York: Routledge, 2008.
- [8] Peter Skinner. Sports photography how to capture action and emotion[M]. New York: Allworth Press, 2007.
- [9] Steven J Jackson, David L Andrews. Sports culture and advertising identities, commodities and the politics of representation[M]. London & New York: Routledge, 2004.
- [10] Alina Bernstein, Neil Blain. Sport, media, culture: global and local dimensions[M]. London: Frank Cass, 2002.
- [11] David Rowe. Critical readings: sport, culture and the media: issues in cultural & media studies[M]. Buckingham: Open University Press, 2003.
- [12] David Rowe. Sport, culture and the media: The unruly trinity[M]. 2 Edition. Buckingham: Open University Press, 2004.
- [13] Rod Brookes. Representing sport[M]. London: Arnold, 2002.
- [14] Linda K Fuller. Sport, rhetoric, and gender: historical perspectives and media representations[M]. New York: Palgrave Macmillan, 2006.
- [15] George Castle. Baseball and the media: how fans lose in today's coverage of the game[M]. Lincoln: Nebraska University Press, 2007.
- [16] Claude Jeanrenaud, Stefan Kesenne. The economics of sport and the media[M]. Cheltenham: Edward Elgar

- Publishing, 2006.
- [17] C Richard King, David J Leonard. Visual Economies of/in motion: sport and film (cultural critique)[M]. New York: Peter Lang Publishing, 2006.
- [18] Mark Conrad. The business of sports: a primer for journalists[M]. London & New York: Routledge, 2006.
- [19] Raymond Boyle. Football in the new media age[M]. London & New York: Routledge, 2004.
- [20] Eileen Kennedy, Laura Hills. Sport, media and society[M]. Oxford: Berg Publishers, 2009.
- [21] Matthew Nicholson. Sport and the media: managing the nexus[M]. Amsterdam: Butterworth-Heinemann, 2007.
- [22] Jim Owens. Television sports production[M]. 4 Edition. Woburn: Focal Press, 2006.
- [23] Mark Meisenheimer. No pants required: a behind-the-scenes look at television sports broadcasting [M]. Tucson: Wheatmark, 2008.
- [24] Cornel Sandvoss. A Game of two halves football fandom, television and globalisation[M]. London & New York: Routledge, 2003.
- [25] Wesley Hyatt. Kicking off the week: a history of Monday night football on ABC television, 1970–2005[M]. Jefferson: McFarland, 2007.
- [26] Andrew C Billings, Jennifer Hargreaves, Ian McDonald. Olympic media: inside the biggest show on television[M]. London & New York: Routledge, 2008.
- [27] Emma Poulton. Sport in films[M]. London & New York: Routledge, 2008.
- [28] Aaron Baker. Contesting identities: sports in American film[M]. Urbana: Illinois University Press, 2003.
- [29] Michael K Schoenecke, Deborah A Carmichael. All-stars and movie stars: sports in film and history[M]. Lexington: Kentucky University Press, 2008.
- [30] Dan Streible. Fight pictures: a history of boxing and early cinema[M]. Berkeley: California University Press, 2008.
- [31] Michael Harmon, Mike Harmon. The savvy guide to fantasy sports[M]. Indianapolis: Indy-Tech Publishing, 2005.
- [32] Martin Signore. Fantasy football for dummies[M]. McCarthy: For Dummies, 2007.
- [33] David Dorey. Fantasy football the next level: how to build a championship team every season[M]. New York: Grand Central Publishing, 2007.
- [34] Mark St Amant. Committed: confessions of a fantasy football junkie[M]. New York: Simon & Schuster, 2005.
- [35] Graeme Burton. Media and society: critical perspectives[M]. Buckingham: Open University Press, 2004.
- [36] John Hartley. Understanding news[M]. London & New York: Routledge, 1982.
- [37] Bill Carter. On TV, timing is everything at the Olympics[EB/OL]. [2008-08-25].http://www.nytimes.com/2008/08/25/sports/olympics/25nbc.html?_r=2&page-wanted=all&oref=login.
- [38] Aaron Baker. Contested identities: sports in American film and television[D]. Indiana University (PhD), 1994.
- [39] Raymond Boyle. Football and cultural identity in Glasgow and Liverpool[D]. Stirling University (PhD), 1995.

[编辑: 谭广鑫]