

# 《1990年代以来媒介体育传播中的民族主义话语建构(新闻传播学重点学科建设丛书)》

## 书籍信息

版次：1  
页数：179  
字数：226000  
印刷时间：2014年03月01日  
开本：16开  
纸张：胶版纸  
包装：平装  
是否套装：否  
国际标准书号ISBN：9787560996011  
丛书名：新闻传播学重点学科建设丛书

## 内容简介

在媒介体育传播中，民族主义话语是格外引人注目的一种话语实践，体育、政治、国家之间的复杂关系既使得民族主义话语呈现出纷繁的景观，也为学术研究留下了广阔的空间。本书立足于新闻传播实践，通过梳理身体与国家的关系，之处中国媒介体育传播民族主义话语的历史生成与中国百年来屡受外侮的历史记忆有着密切关系，在此基础上分析了媒介体育传播民族主义话语发挥的构建国族认同与参与社会动员两大传播功能，同时探究了民族主义话语的传播策略，考察政治权力与市场力量博弈下媒介体育传播民族主义话语建构的复杂内涵。

## 作者简介

付晓静 黑龙江鹤岗人。1994年入武汉大学中文系，2001年获文学硕士学位，2008年于武汉大学获新闻传播学博士学位，现为武汉体育学院新闻传播学院副教授。主要研究领域为新媒体传播和体育传播。在《现代传播》《当代传播》《体育文化导刊》《武汉体育学院学报》等核心期刊发表论文多篇，其中被人大复印资料全文转载1篇。主持省部级课题3项，参与\*课题4项。

## 目录

### 导论

- 一、选题动因
- 二、相关研究概述
- 三、研究思路与框架
- 四、需要说明的几个概念

### 第一章 媒介体育传播民族主义话语的历史生成与演变

#### 第一节 体育、身体与国家

- 一、身体的哲学
- 二、近代西方体育的传入与身体的国家化

#### 第二节 媒介体育传播民族主义话语的历史演变

- 一、新中国成立后至1980年代前：国际主义视野中的泛政治化体育报道
  - 二、1980年代：体育成绩与“振兴中华”的话语联结
  - 三、1990年代以来：市场化进程中的民族主义话语
- 导论一、选题动因二、相关研究概述  
三、研究思路与框架四、需要说明的几个概念

### 第一章 媒介体育传播民族主义话语的历史生成与演变第一节 体育、身体与国家

- 一、身体的哲学二、近代西方体育的传入与身体的国家化
- 第二节

## 媒介体育传播民族主义话语的历史演变

一、新中国成立后至1980年代前：国际主义视野中的泛政治化体育报道

二、1980年代：体育成绩与“振兴中华”的话语联结

三、1990年代以来：市场化进程中的民族主义话语

## 第二章 媒介体育传播民族主义话语的传播功能第一节 构建国族认同

一、大众媒介与国族认同二、体育在国族认同形成和强化中的作用

三、媒介体育传播：国族认同的媒介仪式第二节 参与社会动员

一、优秀运动员——社会榜样的塑造二、大众媒介与北京奥运会的社会动员

## 第三章 媒介体育传播民族主义话语的传播策略第一节 宏大叙事视野中的媒介体育传播

第二节 从个体到国家的话语联结——体育英雄神话一、“为国争光”的叙事框架

二、体育英雄神话的建构三、作为大众偶像的体育英雄形象

四、两次退赛风波中的刘翔形象建构第三节

金牌榜背后的话语置换——国家“战争”的隐喻一、金牌至上观与媒介的“战争”隐喻

二、金牌榜与大国崛起的话语联结第四节 奥运梦想的追逐——民族复兴的寓言

一、“东亚病夫”的集体记忆二、媒介的叙事框架：中华民族复兴的机遇

## 第四章 媒介体育传播民族主义话语的制约力量第一节

1990年代以来的媒介改革与体育改革一、1990年代以来的中国媒介改革

二、1990年代以来的中国体育改革三、政治经济逻辑支配下的媒介体育传播第二节

政治权力对媒介体育传播的规训与使用一、政治权威与媒介管理体制

二、媒介体育传播：意识形态的再现三、不能越界的自由第三节

市场力量对媒介体育传播的渗透与支配一、大众媒介的消费主义话语

二、“商业化”的政治化——民族主义成为媒介体育传播的“卖点”

三、“去政治化”的商业化——娱乐化对民族主义叙事的消解

结语主要参考文献后记1990年代以来媒介体育传播中的民族主义话语建构

## [显示全部信息](#)

## 前言

随着互联网大数据时代的来临，新闻传播实践呈现出越来越纷繁复杂的景象，作为积极回应现实的学科，新闻传播学面临诸多新的挑战，这些挑战反过来也成为推动学术发展的新动力。

在全国众多的新闻传播院系中，武汉体育学院新闻传播学院的新闻传播教育富有自己的办学特色与研究特色。

从办学特色看，武汉体育学院新闻传播学院坚持理论与实践相结合，努力把自身打造成新闻教育的基地和体育记者的摇篮。从2001年开始，新闻传播学院先后开办了新闻学、播音与主持艺术、广告学、广播电视编导、视觉传达设计等本科专业，2013年获批成为湖北省省级试点学院，这也是全省新闻传播类唯一的试点学院。2014年，由新闻传播学院牵头，联合湖北师范学院、湖北第二师范学院、华中科技大学武昌分校三校的新闻传

播院系，与湖北广播电视台共建省级实习实训示范基地。

从研究特色看，新闻传播学院坚持新闻传播学与体育学融合研究，探索融媒体时代新闻传播的前沿问题。为此，新闻传播学院设立了媒体体育研究中心这一校级科研平台，建立了全国第一个科研型的体育节目数字处理实验室。2012年10月，新闻传播学院新闻传播学获批省级重点培育学科，从而迎来了学科建设发展的新契机。2014年，张德胜教授牵头申报的“融媒时代的体育新闻传播研究”获批湖北省优秀中青年科技创新团队项目。随着互联网大数据时代的来临，新闻传播实践呈现出越来越纷繁复杂的景象，作为积极回应现实的学科，新闻传播学面临诸多新的挑战，这些挑战反过来也成为推动学术研究发展的新动力。在全国众多的新闻传播院系中，武汉体育学院新闻传播学院的新闻传播教育富有自己的办学特色与研究特色。从办学特色看，武汉体育学院新闻传播学院坚持理论与实践相结合，努力把自身打造成新闻教育的基地和体育记者的摇篮。从2001年开始，新闻传播学院先后开办了新闻学、播音与主持艺术、广告学、广播电视编导、视觉传达设计等本科专业，2013年获批成为湖北省省级试点学院，这也是全省新闻传播类唯一的试点学院。2014年，由新闻传播学院牵头，联合湖北师范学院、湖北第二师范学院、华中科技大学武昌分校三校的新闻传播院系，与湖北广播电视台共建省级实习实训示范基地。从研究特色看，新闻传播学院坚持新闻传播学与体育学融合研究，探索融媒体时代新闻传播的前沿问题。为此，新闻传播学院设立了媒体体育研究中心这一校级科研平台，建立了全国第一个科研型的体育节目数字处理实验室。2012年10月，新闻传播学院新闻传播学获批省级重点培育学科，从而迎来了学科建设发展的新契机。2014年，张德胜教授牵头申报的“融媒时代的体育新闻传播研究”获批湖北省优秀中青年科技创新团队项目。学科建设是龙头，专业建设是基础，团队建设是关键。“抢机遇，入主流，创特色，出精品”，这已成为武体新闻传播人的基本共识。本丛书即是在这一背景下推出，从科研方面彰显出2013年度武汉体育学院新闻传播学省级重点培育学科建设的成果。“新闻传播学重点学科建设丛书”第一批书目收录了五本专著，包括：张德胜教授的《媒体体育与体育媒体》，万晓红教授的《奥运传播与国家形象建构——以柏林奥运、东京奥运和北京奥运为样本》，付晓静博士的《1990年代以来媒介体育传播中的民族主义话语建构》，姚洪磊博士的《纪录片审美经验现象学》以及周榕博士的《中国公共危机传播中的媒介角色研究》。这些著作既有对体育传播现象的深入考察与理论透视，也有对新闻传播学新鲜话题的深入解析与回应；既涉及宏观的理论问题，又涵盖了微观的实践分析。这五本著作，理论视角多元，研究思路丰富，关注问题深入，都是在作者博士论文的基础上进行思考与沉淀，经过不断的修改与补充得以问世的。这套丛书的出版，标志着新闻传播学院学科建设在科研能力提升上进入了快车道，对于新闻传播学院师资水平，也是一个全方位的展现。从体育传播学研究来看，本套丛书中的前三部，集中体现了新闻传播学院教师对于体育传播学前沿问题的关切，展现出新闻传播学院教师在体育传播学领域的研究水准与研究实力。而姚洪磊博士与周榕博士，均是近年来学院引进的新闻传播学博士，他们都有着较长时间的新闻从业经历，再加之博士期间系统的学术训练，使他们的著作鲜明地体现了理论考察与实践体悟的结合。“新闻传播学重点学科建设丛书”得以顺利出版，首先要感谢湖北省教育厅与武汉体育学院对于新闻传播学重点学科建设的资助，其次还要感谢华中科技大学出版社的关心与支持。我们期待这套丛书的问世，能从不同视角丰富现有新闻传播学与体育传播学的研究，引起学界的关注与回应，从而进一步推动学院重点学科建设的发展。

这五部著作的问世，只是新闻传播学院省级重点学科建设的起点，不是终点。张德胜

武汉体育学院新闻传播学院院长 东湖学者特聘教授 博士生导师 序 在体育信息传播全球化的趋势下，大众媒介对体育的影响越来越显著，媒介再现的体育既是人们建构自我与他人认知的重要参照来源，也是他们形成关于体育、社会和社会关系的观点的参考。海外学者很早就关注到体育与媒介传播之间的密切关系，而随着2001年北京奥运会申办成功，有关媒介体育传播的话题也逐渐引起我国学界的重视。从某种程度上看，没有媒介的再现，体育赛事的影响力也就无从谈起。在媒介体育传播中，民族主义话语是格外引人注目的一种话语实践，体育、政治、国家之间的复杂关系既使得民族主义话语呈现出纷繁的景观，也为学术研究留下了广阔的空间。付晓静博士的这本专著《1990年代以来媒介体育传播中的民族主义话语建构》，就是这个领域内有代表性的一个优秀成果。本书立足于新闻传播实践，深入考察中国媒介体育传播民族主义话语的历史生成、传播功能、传播策略与制约力量，分析政治权力与市场力量博弈下媒介体育传播民族主义话语建构的复杂内涵。从选题视角来看，目前学术界有关媒介民族主义话语的研究已经产生了一些有价值的成果，然而，以我的见闻，专门探讨媒介体育传播民族主义话语的论著似还不多见。当然，也有一些研究者涉及这一问题的某个层面，但多作价值判断，少有人将这一问题与宏观的社会背景变化联系起来进行全面、系统、深入的研究。本书将媒介体育传播中的民族主义话语建构视为与社会互动的系统过程，并尝试对这一话语建构过程进行系统深入的阐释，从多重视角来考察媒介话语建构的生产机制、传播功能、传播机制与制约机制，避免了化约论或决定论的弊端，也为考察大众媒介民族主义话语的演变提供了一个新的维度。本书在具体研究中，还提出了不少有新意的思路、观点或结论，值得学界重视和参考。例如，在已有的研究中，论者多关注媒介体育传播与国族认同之间的关系，但鲜有论者从社会动员层面进行考察。作者将国族认同与社会动员两个层面结合起来，考察媒介体育传播民族主义话语在现代社会所发挥的意识形态功能，这种论述思路既新颖也抓住了问题的核心所在，值得学界重视。本书特别关注北京奥运会的社会动员，作者以此为个案，对媒介在奥运动员中的作用、媒介参与奥运动员的特点及意义等问题，进行了深入的分析，提出了自己独立的见解，显示出了很强的学术创新意识。又如，已有的研究往往较为关注经济因素对媒介体育传播的影响，而忽略了这背后若隐若现的政治权力问题，而这本著作在强调市场力量对媒介体育传播影响的同时，还借助传播政治经济学、新闻生产社会学等相关理论，对政治权力如何影响媒介体育传播进行了深入分析。作者认为，政治权力对媒介体育传播的影响，主要体现为一种隐性的控制与规训，诱使主流意识形态“内化”为新闻从业者的共识。这一见解，既符合当前我国体育传播的实际，也揭示出了表层现象背后的内在逻辑。本书还关注了1990年代以来的媒介体育传播消费主义话语对民族主义话语的渗透，并将其概括为“商业化”的政治化与“去政治化”的商业化两种不同倾向。这种说法具有一定的新意，基本能涵盖出当前媒介体育传播在民族主义与消费主义双重制约下的复杂景观。付晓静博士在武汉大学求学十余年，她是在获得中文学科硕士学位的几年之后，才转到新闻传播学科来攻读博士学位的，和许多同龄人一样，要扛住学业、工作、家庭的几重压力，而对于她来说，还要面临着学术研究的思维转型的问题，这个问题在我当时看来，其实更为艰难、紧迫。然而，让我感到欣慰的是，她勤奋踏实，通过不懈的努力，不但较好地弥补了新闻传播学方面理论准备的不足，还结合自己的学术积累和工作特点，积极寻找跨学科背景的交叉优势，比较顺利地实现了学术转型。四年攻读下来，她不但完成了一篇高质量的博士论文，还在CSSCI期刊上发表了几篇论文。这本学术专著，就是她在博士论文的基础上，又经过几年的沉淀、丰富和修改而形成的，无论是规模还是质量，都有更进

一步的提升。我记得，她的博士论文在答辩前的校外盲审中获得了全优，答辩时又获得了全优，这个不常见的好成绩足以见出学界对她这项研究的认可与肯定。作为付晓静博士曾经的指导教师，也作为一个父辈，我深为她的努力和成绩感到高兴，也预祝她今后的工作和家庭都能顺利如意！是为序。 秦志希2013年11月20日

[显示全部信息](#)

在线试读部分章节

民族主义话语是媒介吸引受众的一种策略，隐含着复杂的动因，媒介需坚持理性态度，才不致使其走向狭隘。

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

[更多资源请访问www.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)