

# 我国球迷文化演进与看台文化建设

石岩, 王莹, 任宇

(山西大学 体育学院, 山西 太原 030006)

**摘要:**采用文献资料、理论分析等方法,对我国球迷文化演进与看台文化的建设进行研究。结果表明:球迷文化与看台文化是两个不同的概念,但两者是互为前提、协调配合的关系;我国球迷文化的演进以精神维度为主划分为娱乐意识主导的萌芽阶段、民族意识主导的起步阶段、地域特征主导的发展阶段及球迷组织意识、个体意识主导的发展趋势;影响球迷文化与看台文化的因素分为内、外部环境,其中,两者的外部环境影响因素是共同的,而内部影响因素则既有相同也有相异;发展球迷文化主要从物质、制度和精神三个维度落实;建设看台文化是一个长期培育、创建的历程,主要从硬环境与软环境两个方面入手,同时需要经历“动员—落实—强化—更新”的建设过程。

**关键词:**球迷文化;演进;看台文化;建设

**中图分类号:**G80-05 **文献标识码:**A **文章编号:**1000-5498(2007)05-0027-06

## Evolvement of Ball-Fan Culture and Construction of Auditorium Culture in Our Country

SHI Yan, WANG Ying, REN Yu

(School of Physical Education, Shanxi University, Taiyuan 030006, Shanxi, China)

**Abstract:** Using the methods of literature, theoretical analysis etc., it did research on the evolvement of ball-fan culture and construction of auditorium culture. The results reveal that ball-fan culture and auditorium culture are two different conceptions, but they presuppose the existence of each aspect and have a coordinated relation; evolvement of ball-fan culture in our country takes mental dimension as the dominant factor and is divided into bud stage, starting stage and developing stage separately of taking recreational consciousness, national consciousness and regional characteristics as the dominant factor and the developing tendency of taking organizational and individual consciousness of ball fans as the dominant factor; the factors influencing ball-fan culture and auditorium culture are divided into that of internal environment and that of external environment, their influential factors of external environment are common, while the internal influential factors of them are not the same; the development of ball-fan culture should be carried out mainly from the three dimensions of material, system and mind; the construction of auditorium culture is a course of long-term cultivation and creation, starts mainly with the two aspects of hard and soft environment and need to go through the constructional process of "mobilization, fulfillment, intensification and renovation."

**Key words:** ball-fan culture; evolvement; auditorium culture; construction

收稿日期:2007-04-15;修回日期:2007-06-04

基金项目:国家哲学社会科学基金资助项目(02CTY005)

作者简介:石岩(1966-),男,山西汾阳人,山西大学体育学院教授,博士,博士生导师;Tel:(0351)7010181, E-mail:tyshiyang@163.com

随着足球、篮球、排球等项目职业化的发展,我国球场观众暴力事件开始频繁出现。从某种意义上讲,球场观众暴力不仅日益影响到体育赛场安全、文明的秩序,而且已经成为我国和谐社会背景下凸显的不安定问题<sup>[1]</sup>。

2002-2007年,陆续从树立风险意识、制定反球场观众暴力法、建立综合防范体系等角度提出了球场观众暴力的遏制策略<sup>[2-3]</sup>,但均属于治“标”之方略,要治“本”则应从球场观众暴力发生的社会文化视角进行审视,并从营造积极、健康的软环境方面对我国球场观众暴力的应对策略加以完善。此外,文化的把握上应更突出民族的特点和高雅文化特征,以期在推动体育运动项目健康发展的同时,为中国体育的发展提供更多新的选择。

## 1 球迷文化与看台文化概述

### 1.1 球迷文化的界定

#### 1.1.1 球迷文化的定义

球迷文化(fan culture)已不仅局限于体育范畴,而是一种世界性文化,但国外并无与“球迷”、“球迷文化”相对应的词汇,只有某一运动项目的“迷”,如 soccer fan, football fan 等,国内人们把体育爱好者通称之为“球迷”,他们是以感情上的狂热性、行为上的偏执性为共同特征,以穿着、道具上的突出及怪异性为共同标志。

金汕<sup>[4]</sup>,陆小聪<sup>[5]</sup>,朱志东、郑新华<sup>[6]</sup>等从各自的角度对球迷文化进行阐释,但并未对其明确界定。黄银华提出足球文化的本质是人本文化,推崇人性管理,

实现足球球迷与运动员共同发展,但其只从单一体育项目提出球迷文化的概念,并未从整体视野审视我国球迷文化。

对球迷文化进行界定,首先要将体育文化的概念延伸到球迷角色上,关键是将球迷所处环境与其他人群(运动员、教练员、裁判员以及其他非球类体育运动项目的热衷者和参与者等)加以区分。在前人研究的基础上,按照形式逻辑“属加种差”的定义公式,首先找到其属概念,即球迷文化的属范围是由球迷群体所形成的体育文化部分(领域);其次,利用“种差”揭示被定义概念的特性或本质,即“意识形态、与之相适应的制度和组织机构”<sup>[7]</sup>,给出球迷文化的操作定义。将球迷文化界定为“球迷文化是体育文化的组成部分(领域),它是球迷群体在长期发展过程中形成的,为大多数球迷所接受的意识形态、与之相适应的制度和组织机构。”

#### 1.1.2 球迷文化的结构

体育文化作为一个有机的整体,其构成要素主要包括体育物质文化、体育制度文化及体育精神文化三种基本形式<sup>[8]</sup>。球迷文化作为体育文化的重要组成部分,其自身也是一个完整的有机系统,包含物质、制度及精神三个维度。球迷文化的物质结构中,思想物品是其中很重要的组成部分。所谓“物化”最早是庄子相对主义哲学的论点<sup>[9]</sup>,后人将“物化”解释为形象化,事物由抽象转化为形象的过程,而思想物品即能将球迷的思想、精神等以某种方式表现或转化出来的物品(表1)。

表 1 球迷文化的结构与内容

Table 1 Construre and Content of Fan Culture

维 度	子 类	具 体 内 容
物 质	静态的物质	看台器材设施、球迷思想物品(服装、道具)等静态的物质存在
	动态的物质	球迷外显的一切行为举止,是以人的行为为形态的动态物质存在
制 度	国家法律法规	看台管理制度由国家出台的政策、体制,相关法律、法规等
	球迷组织制度	球迷角色与地位、球迷自我管理制度、组织机构、规则和制度等看台管理制度、票据制度、看台警务协调制度、器材设施管理制度等
精 神	价值观、理念	球迷思想价值观念、意识形态,看台文化理念及氛围等
	其它内容	审美观、艺术修养、伦理道德、宗教信仰等

### 1.2 看台文化的界定

看台文化的物质、制度和精神三个维度之间也是互涵互摄的关系。目前,对看台文化内涵的界定并不统一,但除少数从局部视角阐释外,均对看台文化作以界定<sup>[10-11]</sup>,但其表述略显繁复(表2)。

在前人研究的基础上,取其共同之处,即在竞技运动过程中,由球迷群体所形成的体育文化的组成部分

(领域),而不包括竞技运动过程以外的领域;其次,利用“种差”揭示被定义概念的特性或本质,即“看台建筑、人文环境和行为规则”,给出看台文化的定义:在竞技运动过程中,由物质的看台建筑、人文环境和球迷的行为规则组成的有机整体。

### 1.3 球迷文化与看台文化的关系

球迷文化与看台文化均属于体育文化的重要组成部分

部分,彼此互为前提、协调配合。球迷文化主要反映的是球迷对体育比赛的关注与喜爱及其长期积累形成的意识形态、价值观念和思维方式等;而看台文化则是球迷文化在看台上最直接的表现,并不断丰富、完善着球

迷文化。两者最大的区别在于,球迷文化的属范围既包括竞技运动过程,也包括竞技运动过程以外的领域;而看台文化的属范围则只包括竞技运动过程,球迷与竞技运动过程共同组成看台文化。

表2 看台文化内涵的多种界定

Table 1 Multiple Definition of Auditorium Culture

提出者	时间(年)	主要内容
韩丹	1990	看台文化是由物质的看台建筑、观众守则、观众心态和行为等构成的文化统一体,是体育文化不可少的构成部分
袁云	1994	足球看台文化有其深刻的文化价值,展示不同地域、国家、民族的风格、历史、文化、哲学、精神和气质等
闭锦源	1995	看台即竞技场和表演场的观众席,看台的服务对象即观众的地位、作用、情绪、心理与行为等所构成的复杂的社会文化现象
卢元镇	2002	“竞技+体育=看台文化”
史友宽	2005	看台文化是指由观赏者的地位、作用、情绪、心理、行为和观众席的布局、装饰、容纳量、舒适度等构成的一系列复杂的社会文化现象
韩旭	2006	看台文化是由看台建筑、观赏者的动机、情绪、态度、行为以及组织者对良好看台文化氛围的营造等构成的一系列复杂的社会文化现象

两者的相同之处在于都包含有物质、制度、精神三个维度及外显、内隐两种表现形式<sup>[12]</sup>。内隐形式表现的是精神文化,即价值观念、情感系统和思维方式等,具有导向性作用;而外显形式表现为物质文化和制度文化,即从抽象的哲学、风俗、历史、社会制度、行为规范、语言体系等到具体的场地、建筑、服装等<sup>[8]</sup>。精神文化是精髓,是从制度文化、物质文化中提炼出来的文化精华;制度文化是保证,精神文化只有通过制度规范化,才能逐渐内化,成为球迷共同的行为准则;物质文化是精神文化、制度文化建设的物质基础,三个方面共同组成有机整体,缺一不可。

## 2 我国球迷文化的演进

从物质维度看球迷文化的演进,主要经历了3个阶段<sup>[13]</sup>:20世纪初,高校球赛以啦啦队、贴标语、结彩带、军乐队助威为主要表现形式;20世纪50年代,以各省、市兴建数万座席的体育场为主要表现形式;20世纪80年代后期,以录音机、电视机等媒介作为球迷文化的传播手段为主要标志。

从制度维度看球迷文化的演进,早期的球迷文化主要是通过球迷自身的不断发展与完善逐步形成和充实,1985年“5·19事件”成为分水岭,近代球迷文化以“事件驱动”为主要特征,并开始以制度上的发展与完善推动球迷文化的整体发展。1986年沈阳最早成立球迷协会,随后各省、市的球迷协会、球迷俱乐部如雨后春笋般不断涌现,出现具体的组织机构,并出台各项相关政策及法律、法规。

从精神维度看球迷文化演进,主要以各个时期球迷意识形态的不同特征为划分依据。文化是一种历史现象,具有阶级性、民族性和连续性的特征。作为意识形态的文化,会随着社会物质生产的发展而发展,并通过民族形式的发展,形成民族的传统,它是一定社会政治、经济的反映,同时,又对政治与经济产生巨大的影响和作用。

### 2.1 球迷文化的萌芽:娱乐意识占主导地位

我国最早的球迷文化开始于20世纪初上海、天津、北京等沿海城市的教会学校,校际球赛双方都组织啦啦队、军乐队助威,场外贴标语、结彩带等,我国近代的第一批球迷是学生,其参与球赛的目的主要是源于“助威”、促进友谊与娱乐<sup>[13]</sup>。随着中国资产阶级的兴起,球迷文化由学校逐步发展到社会,由沿海城市蔓延到内地,对于地区性球迷文化的发展起到一定的促进作用,但由于当时我国正处于政治、经济、文化的动荡巨变之中,球迷文化主体仅限于少数大、中城市的学生和资产阶级等人群,大部分民众并未参与。

### 2.2 球迷文化的起步:民族意识占主导地位

新中国诞生初期,体育运动的基础十分薄弱,起点低、场地少、人才奇缺,但由于党和国家的重视以及政治上的需要,我国兴建了一批万人体育场,建立完善的竞赛制度,与此同时,北京作为政治、经济、文化中心,开展国际赛事较多,在一定程度上促进球迷队伍的壮大,也推动球迷文化的发展。但随之到来的“文化大革命”,使刚刚兴起的球迷文化惨遭破坏。

20世纪80年代,改革开放促使国际体育交流增

多,同时也解放了思想,开阔了眼界。在 1980-1985 年的世界大赛和奥运会比赛上,我国女排获得“五连冠”的荣誉;1981 年,在第 36 届世界乒乓球锦标赛上,我国运动员一举囊括 7 项冠军,创造史无前例的战绩;1984 年,我国运动员参加洛杉矶奥运会,实现奥运会金牌“零的突破”;我国足球亦几度冲击世界杯,数次掀起了足球热潮,这种氛围为球迷队伍提供了生存和发展的肥沃土壤,球迷文化亦得到空前发展。各省、市均掀起了建立球迷协会的风潮,同时,报纸、广播、电视台等媒体报刊也开设了球迷专栏,这些对中国球迷文化的发展起到了非常重要的促进作用。需要指出的是,球迷文化的起步阶段步履维艰,且球赛政治化思想居于主导地位,因此,球迷的热情亦更多具有民族意识的倾向。

### 2.3 球迷文化的发展:地域特征占主导地位

1994-2000 年,我国足球、排球、乒乓球等项目陆续实施赛制改革,为我国球迷文化的发展提供了良好的外部条件,与此同时,球迷热情越来越倾向于支持各自城市、各自地域的球队或球赛,追随球队跋山涉水的现象已屡见不鲜,这种变化反映我国球迷文化的民族意识正逐渐被城市意识和地域意识所取代。

我国的地域球迷文化反映了该地域或城市的人的文化品位、休闲与生活方式、传统与现代的变革。在我国足球、篮球、排球等球赛现场,出现的球迷“集体骂人”现象就属于共性与个性并存的“骂文化”现象。其共性在于这种现象由来已久,且不分对错、男女老少、一起整齐地肆意谩骂<sup>[14]</sup>;其个性在于这种“骂文化”具有鲜明的地域特征。除了极具代表性的京骂以外,还有川骂、陕骂、宁骂等,更有各地方言的谩骂,同时配合着具有地域代表性的标语、横幅、啦啦队歌等,共同组成了我国各类球赛现场上具有地域特色的球迷文化。

### 2.4 球迷文化的趋势:球迷协会、俱乐部意识及个人价值观的主导趋势

从某种意义上说,球迷文化已经超越了体育范畴,而是一种世界性文化,其主要原因在于它所代表的内涵在某种程度上超出了体育运动本身,成为一种维系情感的纽带,球迷协会或球队俱乐部继地域性主导之后成为某个地区或城市的代表与象征<sup>[15]</sup>,并且会随着各类球赛的国际交流日益增多,受到国际球迷文化的影响而更倾向于俱乐部意识或球迷协会意识。

随着我国经济、社会、文化的发展与人民生活质量的不断提升,各项体育运动逐渐为更多人所喜爱,球迷主体也由少数人群演变为各大城市众多的普通百姓群体。这种球迷身份的演变对球迷文化中的管理制度、球迷价值观及球迷形态等具有深远意义,并突出表现

为球迷观看球赛的动机由足球运动外部条件的吸引转为球迷自身审美方式、价值观念、道德情操等的需要,而这种个体需要的趋势还将进一步发展。

### 3 影响球迷文化与看台文化的因素

球迷文化与看台文化并不是一种孤立的社会文化现象,其兴衰盛败与社会政治、经济、文化背景紧密相连。球迷文化与看台文化都是在外部环境与内部环境的交互作用下形成的,要考察球迷文化的形成、发展过程,需要从内、外部环境两方面把握其影响因素。球迷文化与看台文化具有相同的外部影响因素,其内部影响因素,则既有共同之处,亦有不同之处。

外部环境影响因素包括社会文化冲突因素(转型期社会文化冲突、民族文化与外来文化的冲突、地域社会文化冲突、族群社会文化冲突),赛场环境因素,媒体宣传因素,项目特征因素。

内部环境影响因素包括我国各地球迷文化的外部成长环境是相同或相似的,但在共同的外部环境之下却形成了独具特色,甚至大相径庭的球迷文化和看台文化。我国球迷文化、看台文化的多样性不能仅仅从外部环境的影响因素去分析,更要从其内部环境的影响因素解析,其中相异影响因素属于增强文化的辅助因素,只有与共同影响因素相一致时才能产生作用。

内部环境影响因素包括球迷文化与看台文化的内部共同影响因素,即领导者和重大事件因素、球迷倾向性因素。球迷文化与看台文化内部相异的影响因素,即物质设施因素、组织结构因素、管理制度因素。

### 4 发展球迷文化与建设看台文化的对策

#### 4.1 发展球迷文化

发展球迷文化主要从球迷文化的物质、制度和精神三个维度着眼与落实,其中精神文化是核心,制度是保障,物质是外显的形象或效果等。同时,还需要与可控的外部环境因素(如媒体宣传等)密切配合。

##### 4.1.1 提升球迷精神文化:培育合理的价值认同观念

球迷价值观念的认同同样包括个体认同与集体认同两个层面,其中主要表现为集体认同。所谓球迷价值观念的集体认同是指在不同时期的各种球迷文化组织中,由长期积累与沉淀形成的影响和规范球迷行为模式的文化理念所营造的特殊文化氛围,并排斥相异的价值观念与行为方式。其所形成的凝聚力和纽带不但使球迷之间及其与现实之间的关系融洽、协调,也引导人们追求更为高尚的理想与目标。

培育球迷合理的价值认同观念,首先要逐步引导由地域、组织的割据形式而造成区域或组织价值取向,向具有相同或相似的理想目标、价值观念、种族、信仰

和归属感的球迷共同价值取向发展<sup>[16]</sup>;其次,以此为准绳规范看台上球迷的行为、协调球迷之间以及与球场组织、警方等的关系,预防个别球迷激进行为的扩散,并最终达到引导球迷追求更高层次的精神享受。

#### 4.1.2 完善球迷制度文化:发挥球迷组织的管理作用

球类运动项目的职业化进程为球迷文化的发展提供必要的社会环境,建立球迷协会和球迷俱乐部就成为了社会对球迷进行管理和控制的良好中介,也是球迷发挥社会作用、寻求社会认可的良好场所。建立统一的球迷组织至关重要,各个球迷组织间应加强沟通,并建立组织者和球迷之间的沟通平台,利用“跟潮效应”使球迷情绪得到适当、有效的释放,并能够积极、及时地疏导个别激进的球迷,而不至于形成集体效应。

#### 4.1.3 丰富球迷物质文化:文明的行为举止与健康的思想物化品相结合

球迷物质文化是精神文化与制度文化的外显形式,树立球迷正确的价值取向和建立良好的制度保障是发展球迷物质文化的基础与前提。球迷物质文化具体表现为球迷啦啦队所使用的思想物化品(道具、服装、标语、横幅等)及球迷的行为举止两个方面。球迷精神文化与制度文化的发展可以不断丰富和规范这两个方面的内容,同时,球迷物质文化中所表现出的不合理、不文明的现象又反过来可以促进精神文化的发展与制度文化的完善。

#### 4.1.4 加强媒体宣传:积极引导与良性报道结合

规范影视传播及相关制品市场,为社会公众提供充足的优秀文化滋养;净化网络空间,推广健康网络游戏,努力营造积极向上的网络文化氛围;广泛开展道德教育,帮助青少年养成正确的人生观和健全的人格;利用电视、广播、报纸等一切宣传渠道,吸取国外球迷文化之精华而成为我国优秀的球迷文化;利用赛场广播渠道,转移激进情绪或以重要人物访谈转移现场球迷的注意力等多种方式、方法相结合。

### 4.2 建设看台文化

现场观看比赛已被人们认为是一种有品味的休闲方式。社会各界有计划、大规模地扩建场馆,为观众提供直接观赏竞技运动的物质环境和良好机会,同时,也提出建设积极、健康、文明的看台文化的要求。

看台文化建设是一个长期培育和创建的历程,主要从硬环境与软环境两个方面入手,即看台建筑的硬环境建设和文化理念、价值观等软环境建设,两者是相辅相成、互相影响的关系,同时需要经历“动员—落实—强化—更新”的建设过程<sup>[17]</sup>。

#### 4.2.1 硬环境建设:组织准备

组织准备分为赛前、赛中及赛后三个阶段,合理且

适当的组织准备能够为软环境的建设奠定良好的物质基础,并促进软环境的建设。

看台的物质设施(如看台建筑、座椅安置以及赛场四周的环境设置等)对球迷情绪的影响是不可忽视的。因此,无论是建筑风格还是环境布置,都需要进行有计划的准备工作,如看台建筑的风格与色调避免红色等刺激性的色彩,代之以柔缓色调;赛前、赛中和赛后阶段均不宜选择节奏强劲、刚健的乐曲,而应选取轻松的抒情音乐;为避免灼热,应采用适当降温等措施,使人们松弛紧张的神经,从环境上抑制球迷骚乱的发生。此外,入场观众间隔度、座椅布局舒适度、张贴和悬挂的装饰广告占据的比例、灯光的照明度、传单和纪念品数量以及组织人员的服务技巧等因素都对看台文化建设起重要的作用。

#### 4.2.2 软环境建设:营造氛围

软环境的建设是看台建设的核心内容,也是建设硬环境的指导思想和灵魂,没有软环境人为氛围的营造,看台文化将只是空荡荡的建筑群落而缺乏实质的内涵与精神,但是建设软环境较硬环境而言,历程更为漫长也更为艰辛。

##### 4.2.2.1 动员:明确文化理念和价值取向阶段

目前,我国看台文化研究领域还鲜有“文化理念”的涉及。文化理念(culture mind)是对组织的价值观、宗旨、使命、精神及质量、服务理念等方面进行设计与阐释所形成的独特文化理念体系。

卢元镇提出体育看台文化是一种绿色文化,是一种由历代体育赛场造就的一代代英雄和编织的一个个故事所营造的文化氛围。看台观众不仅是看客,也是参与者。看台管理者在有针对性地寻找社会支持力量(地方政府或国家机构、传媒机构)、合作者(球迷协会、俱乐部等)的同时,更不能忽略“球迷”这个庞大的力量来源,要充分了解他们在推进看台文化中的作用,动员他们参加到决策、计划中,发挥各自的优势,树立团结一致的精神和强烈的团队意识。

##### 4.2.2.2 落实:制定守则和规范群体行为阶段

营造良好的看台文化氛围是一项群体任务,每位管理者、成员及看台观众都有责任和义务为维护、完善看台文化的人文环境做出努力。具体从组织管理与球迷的言语行为、举止行为三个方面落实。

首先,需要制定相应的看台规范或守则,以俱乐部为单位统一规划组织;合理、艺术性地布置警力或志愿者在看台上、下的位置与距离;组织人员在现场指导控制以及球迷的自我管理等。其次,选择一个替代行为(预期行为)替换现存的言语攻击行为,并予以相应的强化。第三,以俱乐部为单位对球迷实施文明助威活

动的知识培训及动作、口号、歌曲的演练,引导观众文明助威、文明宣泄自己的情感<sup>[18]</sup>,同时,还要从细节上(不乱扔杂物,退场时带走垃圾、纸屑等)对球迷进行宣传、教育,以期达到自我约束管理。

#### 4.2.2.3 强化:完善文化理念与价值取向阶段

在建设看台文化过程中,还会面临复杂多变的社会环境、突发事件或制度没有明确等问题。这个阶段需要以合理有效的方案增强对环境和变化的适应能力。当球迷在激烈的比赛情境刺激下,表现出失控的言语行为或由于制度疏漏、管理不当而发生骚乱或球场观众暴力行为时,进行及时的指导性控制,动用预案进行疏导等都是可行的方案。

此外,事件发生之后应强化共同的价值准则,巩固对内的球迷凝聚力的同时,利用媒体宣传的作用增强对外的吸引力。

#### 4.2.2.4 更新:建立看台文化内容的更新机制

通过长时间沉积自然形成的组织文化内容,会对看台文化的发展起到好或坏、大或小的作用,其评判标准取决于这种自然形成的组织文化是否与看台文化的发展要求相适应,并能够推动看台文化的进一步发展壮大<sup>[19]</sup>。而任何一个组织的发展都应适应时代的步伐,看台文化亦如此。在某一时期形成的与看台文化发展相适应的、具有一定稳定作用的文化内容,也有可能另一个时期起到相反的作用,而这时就需要进行结构或内容的调整与更新,使之顺应时代与环境的发展要求。

## 5 小结

球迷文化与看台文化是互为前提、协调配合的关系,两者最大的区别在于球迷文化是体育文化的组成部分(领域),而看台文化则是在竞技运动过程中,由看台上的球迷群体所形成的体育文化的组成部分(领域)。

我国球迷文化演进从物质、制度、精神三个维度划分,重点以作为意识形态的文化发展阶段为依据,从精神维度将球迷文化分为以娱乐意识为主的萌芽阶段、以民族意识为主的起步阶段、以地域特征为主的发展阶段和以球迷组织意识和个体意识为主的发展趋势。

我国球迷文化与看台文化的影响因素需要从内、外部环境分析,两者具有共同的外部环境影响因素,而内部影响因素方面,两者有相同之处也有相异之处,其中相异影响因素属于增强文化的辅助因素,只有与共同影响因素相一致时才能产生作用。

我国看台文化建设和球迷文化发展不仅需要从行

动上落实,更重要的是观念上的认识,两者可以达到荣者共荣、共同发展。

发展球迷文化主要从物质、制度和精神三个维度着眼和落实,同时还需要与可控的外部环境因素配合。

看台文化建设是一个长期培育和创建的历程,主要从硬环境与软环境两个方面入手,同时需要经历“动员—落实—强化—更新”的建设过程。

#### 参考文献:

- [1] 石岩. 借鉴国外反球场暴力立法经验,加快我国反球场观众暴力立法进程[C]. 长沙:全国体育法制建设研讨会论文集,2002:66
- [2] 李津蕾. 我国反球场观众暴力立法的必要性与可行性研究[D]. 太原:山西大学,2006:78-82
- [3] 石岩,王莹,赵阳,等. 球场观众暴力的发展趋势、研究进展与遏制策略[J]. 体育科学,2007,27(1):24-40
- [4] 金汕.“阿拉顶好”的上海球迷——地域球迷文化品格分析[J]. 体育博览,2002(6):15
- [5] 陆小聪,刘宏森. 球迷文化与社会整合:“体育与社会对话之一”[J]. 体育科研,2005,2(2):5-9
- [6] 朱志东,郑新华. 球迷文化的思考[J]. 山西科技,2006(1):94-95
- [7] 辞海编辑委员会. 辞海[M]. 上海:上海辞书出版社,1999:82
- [8] 易剑东. 体育文化学[M]. 北京:北京体育大学出版社,2006:8-13
- [9] 爱德华·泰勒. 原始文化[M]. 连数声,译. 桂林:广西师范大学出版社,2005:38
- [10] 韩丹. 论运动看台文化[J]. 上海体育学院学报,1990(3):25-27
- [11] 韩旭,王海霞. 营造我国竞技体育看台文化的必要性分析[J]. 安徽体育科技,2005,26(6):20-22
- [12] Hsu, Francis L. K. The Cultural Problem of the Cultural Anthropologist[J]. American Anthropologist, 1979, 81: 517-532
- [13] 凌子勇. 中国足球球迷文化探析[J]. 体育科学研究,2005(2):45-46
- [14] Fried, Morton. Clans and Lineages: How to Tell Them Apart and Why, With Special Reference to Chinese Society [J]. Bulletin on the Institute of Ethnology, Academia Sinica, 1970, 29:11-36
- [15] 金汕,朱明德. 人文奥运与奥林匹克的赛场文化[J]. 北京社会科学,2004(1):135-140
- [16] Michael Levine. Broken Windows, Broken Business [M]. Andrew Nurnberg Associates International Limited, 2006:26-29
- [17] 李亦国,杨国枢. 中国人的性格[M]. 南京:江苏教育出版社,2005:44-46
- [18] 刑以群,张大亮. 企业文化建设:重塑企业精神支柱[M]. 北京:机械工业出版社,2007:69-72
- [19] 王吉鹏. 价值观的起飞与落地[M]. 北京:电子工业出版社,2004:140-142