



体育人文社会学

美国体操网站发展定位与特征研究*

雷强¹ 张杨² 李玉健³

(1. 西安体育学院 体育系, 西安 710068; 2. 西安科技大学 体育部, 西安 710054;
3. 西安美术学院, 西安 710065)

摘要: 主要采用站点内容分析法, 对美国体操网站的内容、受众群体以及特点进行了研究。结果表明, 美国体操网站定位明确、内容清晰而全面, 功能强大, 信息种类繁多, 实用性强, 为众多的专业型和非专业型体操受众提供了交流信息的平台。建议借鉴美国体操网站的建设特点, 规划出适合中国国情的体操网站。

关键词: 美国; 体操网站; 受众群体; 借鉴点

文章编号: 1001-747X(2011)06-0692-04 文献标识码: A 中图分类号: G830.1

Study on Gymnastics Websites in USA

LEI Qiang¹, ZHANG Yang², LI Yu-jian³

(1. Xi'an Physical Education University, Xi'an 710068, China; 2. Xi'an University of Science and Technology, Xi'an 710054, China; 3. Xi'an Academy of Fine Arts, Xi'an 710065, China)

Abstract: Thanks to the analysis of contents of websites in USA, the groups who used the internet and the relevant characteristics were thoroughly broken down. The results show that the gymnastics websites in USA have been built into information exchange platforms for professional and non-professional user. The achievement is attributable to these websites' definite orientation, clear and overall contents, strong function, and practicability. It is suggested that the gymnastics websites which cater for China's situations might be marked out by the assimilation of some characteristics of gymnastics websites in USA.

Key words: USA; gymnastics websites; groups who used the internet; experience

美国是使用 Internet 最早的国家,也是目前世界上运用这一高科技最多的国家和地区之一,凭借 Internet 和先进的现代通信设施和网络传输技术,攫取了全世界信息资源的 80%,在体育领域内,丰富的有价值的信息被大量吸收利用,迅速转化为体育科技成果,源源不断的体育科技成果有力地促进了运动训练的科学化和竞技体育水平的持续提高,为他们在世界体坛上保持领先的优势,发挥了十分重要的作用。在 20 世纪 80 年代中期,美国开始了一项庞大的“体操振兴计划”,其中的一部分是大力发展基层体操俱乐部和群众体操运动,这是美国体操成功的一个最根本的原因。与此同时,逐步建立起完善的美国体操网络,俱乐部借助互联网这个有效的平台,传播更多的体操信息,各式各样的体操网站无不成为全美体操的普及与传播起着推波助澜的作用,客观上极大地推动了美国体操运动的发展和美国竞技体操在国际上的崛起。

作为具有世界一流水准和中国奥运战略的重点夺

金项目,我国体操运动的网络信息化程度则远远落后于美国,在网站信息容量、信息更新速度和交互性等方面还远远不能满足各类体操网络受众的要求和竞技体操发展的需要。基于此,笔者希望通过对美国体操网站及其分类、特点、网站提供的信息内容,以及网站的受众群体等的研究,借鉴美国体操网站建设的优点,勾画市场经济条件下我国体操网站建设的蓝图,更好地为我国竞技体操的持续发展服务。

1 研究对象与方法

主要以美国各大洲、各高校、各组织的体操网站为研究对象,以网站提供的信息内容与结构、以不同受众为服务对象的网站类型、网站功能、网站访问量等为研究内容。主要采用文献资料法、内容分析法、专家访谈法以及数理统计法,对美国官方及民间多个体操网站进行站点浏览分析,通过对链接速度、访问量、信息量、下载量、网页更新周期、相关链接、相关栏目等情况的有效分析,以便得出有益于中国体

* 收稿日期: 2011-07-10; 修回日期: 2011-08-25

作者简介: 雷强(1956-),男,陕西汉中,人,教授,硕士生导师,国际级体操裁判,研究方向为体育教育训练学; 张杨(1982-),女,河北唐山人,讲师,硕士; 李玉健(1959-),女,山东青岛人,教授,研究方向为体育教育训练学。

操发展值得借鉴的内容与信息。

2 研究结果与讨论

2.1 美国主要体操网站的访问量

通过查看 Alexa 网站上浏览量排名前 10 名的体操网站中所示(见表 1),可以看出,美国占了 7 个。这 7 个网站在美国各式各样的体操网站在 Internet 上扮演着非常重要的角色,为体操运动员、教练员、裁判员以及所有对体操感兴趣、想要了解体操的人们提供最新的体操新闻信息、其他体操网站的

链接、下载系统、社区论坛、在线信息反馈、会员系统以及网上商城等。为全美体操的传播与普及起到了巨大的推动作用。伴随着“美国体操振兴计划”的全面实施,美国体操网站也借着互联网,日益壮大起来。美国的各种体操学校、体操俱乐部也逐渐更依赖于互联网;美国各州、各地区、各大学的体操社会机构之间的联系也随着网络的热络越来越紧密;美国官方的各体操机构也随着互联网的普遍而拥有了更多的受众(见表 2)。

表 1 Alexa 网站上浏览量排名前 10 的体操网站

排名	网站名称	网站地址
1	Rhythmic Gymnastics	www.rsg.net
2*	USA Gymnastics Online	www.usa-gymnastics.org
3*	International Gymnast	www.intlgyrnast.com
4*	The Little Gym	www.thelittlegym.com
5*	My Gym Children's Fitness Center	www.my-gym.com
6	Federation International of Gymnastics (FIG)	www.fig-gymnastics.com
7*	Inside Gymnastics Magazine	www.insidegymnastics.com
8	Gymbox	www.gymbox.net
9*	The Drills and Skills Pages	www.drillsandskills.com
10*	Gym Cats Gymnastics and Dance	www.gymcats.com

注:带*号的为美国体操网站

表 2 美国主要体操网站访问量基本情况表

网站名	接入互联网日期	周访问量/次	连接速度/s	周相关网站连接次数
The Little Gym	1999-10-14	217 641	1.4	131
USA Gymnastics Online	1996-02-24	144 631	6	826
My Gym Children's Fitness Center	1997-07-02	261 582	7	112
Inside Gymnastics Magazine	2000-10-20	351 224	3.7	104
California State University - Fullerton Gymnastics	1997-06-25	654 214	4.5	256
College GymFans.com	2001-09-25	692 599	2.9	124

2.2 美国体操网站的分类及特点

2.2.1 按照地区分类及其特点

美国分为 50 个州,美国体操分为 8 个大区。在每一区的网站中都会设有与其他 7 区的连接和所在区域内的洲际体操网站的连接,以及与美国体操在线、国际体操联合会这样的体操官方机构的连接(见表 3)。这些网站的特点在于:页面简洁明了,内容分类清晰;网站内容丰富,信息量大而全,且更新及时;通过互联网这个平台、这个窗口建立各区、各州体操受众与体操各种组织、机构的及时互动与沟通。除此之外,按照美国版图的东西南北分,还存在东部、西部、南部和北部等体操联盟。

2.2.2 按照网站主体性质分类及其特点

网站按照主体性质不同分为政府网站、商业网站、教育科研网站、个人网站以及其它网站等。

在所调查的 500 多个美国体操网站中,体操的政府网站即体操的官方网站,这些网站是由体操的国家体育机构或各州体育机构组织建立的网站;商业网站主要是一些综合性的网上购物的网站,其中包含与体操有关的服装、器材、书籍、影像资料等产品的出售;教育科研网站主要包括美国各大学建立的体操相关网站或是体操主页网站等;个人网站主要包括一些体操学校、体操俱乐部、体操明星以及体操 Fans 所建立的以发布“个人”信息为主的网站;其他网站主要包括美国体操的门户网站(见表 4)。

2.2.3 按照网站提供的主要信息分类及其特点

按照网站提供的主要信息可将美国体操网站分为:裁判网站、运动员网站、教练员网站、体操学校及俱乐部网站、体操爱好者网站等。如表 5 所示,笔者列举了部分访问量、知名度较高的网站。

2.2.4 按照受众群体分类

美国体操网站的手中可分为:专业型受众和非专业性受众。专业型受众是指从事体操运动的运动

员、裁判员、教练员和体操教师等;非专业体操者中是指不从事体操运动,对体操运动感兴趣的所有访问人员。

表 3 美国 8 区体操网站所含地区表

区域名称	区域所含地区名称
第 1 区	North Carolina - 北卡罗来纳州、South Carolina - 南卡罗来纳州、Nevada - 内华达州、Arizona - 亚利桑那州、Utah - 犹他州
第 2 区	Hawaii - 夏威夷, Idaho - 爱达荷州、Oregon - 俄勒冈州、Washington - 华盛顿州
第 3 区	Arkansas - 阿肯色州、Colorado - 科罗拉多州、New Mexico - 新墨西哥州、Oklahoma - 俄克拉荷马州、Wyoming - 怀俄明州、Texas 德克萨斯州、Kansas - 堪萨斯州
第 4 区	Iowa - 爱荷华州、Minnesota - 明尼苏达州、Missouri - 密苏里州、Nebraska - 内布拉斯加州、North Dakota - 北达科他州
第 5 区	Illinois - 伊利诺州、Indiana - 印地安那州、Kentucky - 肯塔基州、Michigan - 密歇根州、Ohio - 俄亥俄州
第 6 区	Connecticut - 康涅狄格州、Maine - 缅因州、Massachusetts - 马萨诸塞州、New Hampshire - 新罕布什尔州、New York - 纽约州、Rhode Island - 罗德岛州、Vermont - 佛蒙特州
第 7 区	Delaware - 特拉华州、Maryland - 马里兰州、New Jersey - 新泽西州、Pennsylvania - 宾夕法尼亚州、Virginia - 弗吉尼亚州、West Virginia - 西弗吉尼亚州
第 8 区	Alabama - 阿拉巴马州、Florida - 佛罗里达、Georgia - 乔治亚州、Louisiana - 路易斯安那、Mississippi - 密西西比州、North Carolina - 北卡罗来纳州、South Carolina - 南卡罗来纳州、Tennessee - 田纳西州

表 4 美国不同性质的网站名称、网址及其特点

分类	网站名称及地址	网站特点
政府网站	1 美国体操官方网站 http://www.usa-gymnastics.org/	体操新闻的报道时效性强,为体操受众提供最新有关体操的活动、赛事、动态的信息
	2 密歇根男子官方网站 http://www.usag-mi.org/	
	3 IGI 体操与运动中心 http://igigymnastics.com/	
	4 北加州男子体操协会 http://www.ncbga.com/	
	5 美国体操在线 USA Gymnastics Online	
商业网站	1 加州熊网 http://calbears.collegesports.com/	以普通购物网站为依托,在线出售体操的相关产品,商业性强
	2 亚马逊河购物网站 http://www.ama.com	
	3 洛山基赞助商网 http://www.handebalm.com	
教育科研网站	1 螺旋体操基金会 http://www.spiralsgymnastics.org/	主要以教育、科研方面的信息为主
	2 全美大学生体育协会 http://www.troester.com/gym/	
	3 体操专业网 http://www.gym.net/	
	4 亚里桑那州立大学体操队 http://www.sundevilgymnastics.com/Index1.htm	
个人网站	1 米尔体操网 http://www.michigangymnastics.com/	主要为体操幼儿提供学习的机会,这类网站多数由的拿过体操世界冠军的体操运动员开办的体操学校、俱乐部开办,主要从事在线招生等
	2 http://www.hammtwins.com/	
	3 http://www.dominique-moceanu.com/	
	4 www.my-gym.com	
其他网站	1 IG 体操统计网站 http://www.igss.org/	
	2 体操网连接 http://www.drillsandskills.com/links	
	3 体操术语网 http://keywen.com/en/GYMNASTICS/	
	4 雅典奥运会信息网 http://usa-gymnasticsolympics.com	

2.3 美国体操网站信息内容及其特点

(1) 信息服务。美国的各种体操网站信息内容的特点之一就在于信息资源的“海量”化。网上既

有体操新闻、赛事报道等即时信息,也有各类科研文献数据、史料、运动成绩、运动员、教练员个人资料等数据库信息。既有国内的体操组织、大型赛事组委

会、知名的体操俱乐部、学校,还有体操商家企业、体操产品介绍等。

(2) 信息交流。美国众多的体操网站为不同的受众均提供了便利的平台,不论是教练员、运动员、裁判员;还是初学体操的幼儿、想借助体操运动锻炼的青少年都可以借助各式各样的体操网站进行在线的咨询与交流等。

(3) 信息交互。美国体操网站的最大优越性就在于其网站提供的“信息反馈”服务。用户可以对所获信息做出迅速及时有效的反馈,甚至对被传播的内容进行控制。作为美国体操网站的受众,可以借助 BBS、论坛等在线或得信息后,再将信息反馈给网站管理人员和其他网站受众。

(4) 信息门户。在美国已经建立了体操的门户网站,无论是“新手”还是“老手”都可以在门户网站上轻而易举的登陆到自己想要的网站上,直接、快捷、便利。

2.4 美国体操网站的借鉴

2.4.1 明确网站定位

美国林林总总的体操网站大约有 500 个,在这

些网站中,不同类型的网站适合不同的网络受众,这说明美国体操网站在建立时充分考虑到“定位”的问题。一个好的网站首先应该体现在定位上。未来我国竞技体操的发展策略会定向于社会体操普及和继续提高竞技水平的方向,因此,应该明确未来体操网络受众群体的类型,为体操专业型受众和非专业型受众提供最新的体操的新闻、图片、技术规则、视频等信息为主,将更多的有关体操于全民健身之类的信息及时充实到网站中,进而发挥出体操的社会功能,建设规划出适合中国国情的体操网站。

2.4.2 注重网站效益和实用性

充分借助体操网络平台向更多的受众出售体操相关商品,以此来收益。还有学习美国体操俱乐部(Gymnastics Club)、体操学校(Gymnastics School)、体操训练营(Gymnastics Training Center)等,利用网站发布自己的信息,来招揽更多的学员,从而受益。建立不同受众群体(专业的运动员、教练员、裁判员网站和体操俱乐部、体操学校、体操训练营网站,针对性制定方案,增强其实用性。

表 5 不同信息分类网站网址及其特点

分类	网站名称及地址	网站特点
裁判员网站	1 美国裁判员协会 http://www.ngja.org/	以提供裁判员信息为主,为裁判员之间交流提供平台。
	2 亚里尚那州体操裁判员协会 http://www.geocities.com/azgja/	
	3 北加州男子体操裁判员协会 http://home.flash.net/~wagners3/	
运动员网站	1 第八区运动员网 http://www.region8gymnastics.org/	主要以提供运动员和比赛信息为主,为体操爱好者了解运动员情况,为运动员之间的交流提供平台。
	2 纽约男子体操网 http://www.nysboysgymnastics.com	
	3 美国国家优秀运动员网 http://www.neg-usa.org	
教练员网站	1 八第区教练网 http://www.region8gymnastics.org/	主要提供教练员信息,为教练与运动员之间的交流提供平台。
	2 美国体操男子教练员协会 http://www.usamgca.org/	
体操学校俱乐部网站	1 我的体操 www.my-gym.com	主要为从事体操运动的幼儿和想进一步提高体操技巧的青少年提供训练的场地、教练等。
	2 小不点体操 www.thelittlegym.com	
	3 体操猫咪 www.gymcats.com	
	4 SCEGA 体操 http://www.scega.com	
	5 体操天线 http://www.coloradoaerials.com	
体操爱好者网站	1 体操爱好者网站 http://collegymnasticsfans.com	由体操爱好者自行开办的网站,主要提供 fans 之间的交流。

3 结论与建议

3.1 结论

(1) 美国体操网站依据受众群体的不同进行定位,明确、清晰、全面。各州、各区均已经建立了自己

的网站。美国体操网站的功能强大,不仅在线给广大体操受众提供及时的“海量”信息,也为众多的专业型和非专业型体操受众提供了交流信息的平台。

(2) 美国体操网站提供的信息种类繁多,涵盖面广,种类全面,无论男女、年轻年长、(下转第 720 页)

期的锻炼动机和锻炼阶段的相关性研究中,研究者们也论证了外部动机在体育锻炼的行动阶段作用较强而在行为维持阶段作用较弱的结论^[8]。因此,“锻炼环境”等外部因素只能够在短期改变个体的行为,并不能在行为的长期维持上起决定性的作用。相反,体力消耗、时间开销等个人因素与个体持续参与锻炼行为相关性明显($P < 0.05$)。因此,这为早期的运动干预提供了新的工作思路。

综上所述,个体参与锻炼的影响因素也随着参与阶段的不同而有所差异,运动干预手段的使用不能仅仅采用单一的干预手段和一成不变的干预措施,需要根据个体参与体育锻炼的阶段不同而有所侧重。本研究中针对不同锻炼阶段与锻炼益处及障碍认知的相关性研究主要基于基线数据,相关性随着时间的变化以及运动手段的使用可能会产生差异,因此,引入干预手段的纵向数据的调查分析,还有待于今后更深入的研究。

参考文献:

- [1] 汤国杰, 丛湖平. 社会分层视野下城市居民体育锻炼行为及影响因素的研究[J]. 中国体育科技, 2009, 45(1): 139-143.
- [2] El Ansari W, Phillips C J. The Costs and benefits to participants in community partnerships: A paradox[J]? Health Promote Practice 2004, 5(1): 35-48.
- [3] Vaughn S. Factors influencing the participation of middle-aged and older Latin-American women in physical activity: stroke-prevention behavior [J]. Rehabil Nurs, 2009, 34(1): 17-23.
- [4] Craig R J M. Health Survey for England 2008: physical activity and fitness [R]. England: The Health and Social Care Information Centre, 2009.
- [5] Lovell G P, El Ansari W, Parker J K. Perceived exercise benefits and barriers of non-exercising female university students in the United Kingdom [J]. International Journal of Environmental Research and Public Health, 2010, 7(3): 784-798.
- [6] Sechrist K R, Walker S N, Pender N J. Development and psychometric evaluation of the exercise benefits/barriers scale [J]. Research in Nursing & Health, 1987, 10(6): 357-365.
- [7] Nahas M V, Goldfine B. Determinants of physical activity in adolescents and young adults: The basis for high school and college physical education to promote active lifestyles. Phys [J]. Educator, 2003, 60(1): 42-57.
- [8] Ingledeu D K, Markland D, Medley A R. Exercise motives and stages of change [J]. Journal of Health Psychology, 1998, 3(4): 477-489.
- [9] (上接第 695 页) 专业非专业, 都能在众多的美国体操网站上找到适合自己的网站。
- (3) 美国体操网站的实用性强, 其特点表现为信息服务、信息交流、信息交互、信息门户。
- ### 3.2 建议
- 借鉴美国体操网站的建设特点, 将更多的有关体操于全民健身之类的信息及时充实到网站中, 进而发挥出体操的社会功能, 建设规划出适合中国国情的体操网站。
- #### 参考文献:
- [1] 王跃新. 美国体操的管理体系框架 [J]. 体育科研, 2004(1): 30.
- [2] 尤锬. 体育网络资源的利用研究 [D]. 西安: 西安体育学院, 2007.
- [3] 雷强. 现代体操运动最新英汉/汉英词汇手册 [M]. 西安: 陕西人民出版社, 2002.
- [4] 陈玉龙. 信息资源和信息资源网 [J]. 网络与信息, 1996(6): 18.
- [5] 邓星华. 我国体育信息网络化的现状与对策研究 [J]. 体育与科学, 2002, 23(1): 23-24.