

武术文化的国际化传播——“一带一路”背景下武术文化的传播思路

黎泽鹏 何建伟* 张芳 周颖 黄带弟

广州大学体育学院, 广东 广州 510006

[摘要] “一带一路”倡议提出以来, 我国对外经济文化交流迅速发展, 武术文化的国际传播已成为一项重要任务。作为中国传统企业文化的精华所在, 武术能够彰显出独特的文化艺术魅力。本研究以此为重点, 对“一带一路”背景下武术文化国际传播的现状进行解读, 明确国际传播面临的机遇和挑战, 并探索传播思路, 希望能为武术文化的国际传播指明方向。

[关键词] 一带一路; 武术文化; 国际化传播; 机遇; 挑战

DOI: 10.33142/fme.v3i1.5747

中图分类号: G852.01

文献标识码: A

International Communication of Kungfu Culture ——Kungfu Culture Spreading under "the Belt and Road"

LI Zepeng, HE Jianwei*, ZHANG Fang, ZHOU Ying, HUANG Daidi

Sport College, Guangzhou University, Guangzhou, Guangdong, 510006, China

Abstract: Since “the belt and road” initiative was put forward, China's foreign economic and cultural exchanges have developed rapidly, and the international spread of Kungfu culture has become an important task. As the essence of China's traditional corporate culture, Kungfu can show its unique cultural and artistic charm. This study focuses on “the belt and road”, and the international communication of Kungfu culture. It also identifies the opportunities and challenges facing international communication, and explores the way of communication, hoping to point out the direction of international dissemination of Kungfu culture.

Keyword: the belt and road; Kungfu culture; international communication; opportunity; challenge

引言

习近平总书记对中国传统文化的新观点和内涵具有丰富的判断。而传统文化具备的深刻思想和深远的意义, 形成了具有中国特色的传统文化观深入学习和贯彻习近平总书记有关中国传统文化的一系列重要讲话的精神, 对于我们坚持道德规范和道德基础, 增强文化自觉和文化自信, 增强社会主义意识形态都具有重要的指导意义。归纳中华民族体育文化的特征、中国民族体育文化的风险, 并在此基础上探索发展路径, 研究民族体育武术文化传承如何在国际化中谋得生存与发展, 最终可知: “商业化”与“传统化”达到一个平衡; 提升文化包容; 全面提升传承人的整体素质, 最后要从自我认知做起, 以便达到民族体育武术文化在国际化中得到传播的最终目标。

“一带一路”倡议提出之后, 国家体育总局武术运动管理中心制定了《中国武术发展五年规划 (2016-2020 年)》, 其中明确了在该时期武术文化的跨文化传播的必要性, 指明了发展方向。武术文化作为中国传统文化, 既是文化精华, 也是一个文化“标签”, 如何充分展现出中国武术文化的魅力, 国际化传播路径的探索必不可少。

1 武术文化在国际中的传播现状

张学飞、夏红等在《论中国武术运动的国际化发展》文中, 精确的面对当今武术国际化所面临的形势及问题, 用现代科学技术的发展为起始点, 分析中国武术文化走向世界国际化的必然性, 最终目标走向世界、走向国际^[1]。

张志雷在《非物质文化遗产视角下传统武术代表性传承人研究》中对传统武术代表性传承人的活态传承者和传承主体等性质进行分析, 以及对非物质文化遗产传统武术代表性传承人的性质、认定、管理与保护措施进行探索, 并认为加强传统武术代表性传承人的管理和保护是非物质文化遗产保护的核心工作^[2]。

综上所述, 此类研究对于中国武术文化的关注度确实有了一些提升, 但是难免会对武术传播出现理论混沌的现象, 对不同历史阶段出现的不同历史问题以及传承研究极为稀少。其中体现在史料价值、文化价值、社会价值、传承价值等各个方面。国外的传播对于更好的认识武术文化确实带来了一些帮助, 但是却很零散, 不成体系。

2 “一带一路”背景下武术文化的国际化传播机遇与挑战

在“一带一路”倡议下, 武术文化的国际交流备受关注, 国际交流实践也被提上议事日程。然而, 传统企业文化的国际化发展传播, 并非短期内就可以达成和实现, 而是社会需要进行长期的摸索和克服自己应有的困难。综上所述, 在“一带一路”的倡议下, 武术文化的国际传播具有机遇和挑战。

2.1 机遇

在“一带一路”建设“文化第一”重要理念指导下, 中国文化对外传播面临新的发展机遇, 跨文化传播已成为新时代的重大课题。可以说, 中国传统武术文化的跨文化传播, 面临着经济发展历史机遇。具体表现为: 一是“文化第

一”理念促进沿线国家之间的交流与理解。“一带一路”倡议与“五通”沿线国家，特别是政策沟通、基础设施连通、贸易畅通、金融和人文沟通。而“民心都是相通”强调的核心问题就是对彼此之间文化的认可和认同。文化交流是促进和促进“一带一路”健康发展的润滑剂。在“文化第一”的理念下，武术文化的跨文化传播成为可能，并使之成为“人心相通”的纽带，武术文化自然会以这种非语言符号的形式实现跨文化交流；其次，武术文化具有丰富的传播渠道。沿线其他国家企业文化的交流，要逐步进行渗透，而非强制性实施。孔子学院适应“一带一路”文化传播的需要，已成为中国对外交流的重要渠道^[3]。如何充分利用孔子学院，实现武术文化的传播，已成为展示武术文化国际传播效果的关键。

2.2 挑战

“一带一路”沿线国家共计 65 个国家和民族地区，拥有自己诸多的宗教派别，当然也拥有一个不同的文化中国特色。要实现武术文化的国际传播，中国仍然面临着一些挑战，主要表现在以下几个方面：一是文化差异的局限性。不同的国家有不同的文化，文化差异自然存在。武术传统文化在传播的过程中，由于企业文化上的差异分析存在，导致中国武术发展文化所传递的内容仅为表层的武术教学技巧和动作，而非其中的精神内涵，缺失“文化建设主体责任意识”，致使武术文化的国际传播活动效果大打折扣；其二，我国对于当前武术文化的跨文化传播技术人才资源不足，缺口较大。武术文化的国际传播需要更多的合格人才成为“传播者”，这样才能准确、清晰地传达武术文化的内涵和精髓，让更多的沿线国家了解中华武术文化。然而，数量有限的“传播者”无法持续为武术文化的跨文化传播提供帮助，导致武术文化的跨文化传播面临具有挑战性的^[4]。

3 文体交融性

文化和体育是分不开的，没有企业文化的体育活动项目是没有一个灵魂的，只是有血没肉的躯体，只有中国民族传统体育教育文化发展具备交融性才可以进行传承，民族亦是如此，只传承单一的文化，而不继承体育社会文化。这个国家将慢慢衰落，甚至消失。面对武术文化的国际传播，我们可能面临以下问题：（1）民族体育文化本身的不足和局限；（2）民族体育文化受到外部文化的冲击；（3）文化的认同危机；（4）民族武术体育文化传承出现断层；（5）民族传统体育企业文化发展逐步商业化。在这几个问题方面中的任何一个国家都会产生影响中国民族体育武术文化在国际中的传播，这也是导致武术文化国际化面临困境。

4 “一带一路”背景下武术文化的国际传播思路

“一带一路”在武术文化的背景下，理性分析和认识到自身的机遇和挑战，抓住机遇，迎接挑战，探索国际交流的方向，从分享、相互学习和本地化的方向，为武术文化的“一带一路”倡议。

4.1 形成传播共享新格局

中国武术作为一张历史名片，直接影响着中国对外开

放的程度。“一带一路”倡议下，武术传统文化的国际化传播，要形成一个传播知识共享经济新格局。一是在“一带一路”建设中充分体现“和平合作、开放包容”的丝绸之路精神，扩大改革开放，推动构建人类命运共同体，加快国际交流与合作。以开放的态度传播中国传统文化，以文化为纽带结交“朋友”，武术文化是中华文化的精华，是文化交流的明信片。在“一带一路”倡议下，沿线其他国家的文化信息交流问题日益密切，将武术传统文化的品

牌可以快速的打出去，并产生一种积极的正向作用影响，使得沿线国家通过了解中国武术文化，并投身其中，感知武术文化企业本身蕴含的魅力，才能够在文化的传播与共享中，展现出不同文化的本质与核心；最后，将武术文化中的精华部分进行数据传递。中国武术蕴涵着传统的养生思想，其中“调身、调心、调气”对身心健康发展具有积极意义^[5]。运用武术文化传播者的传播身份，在武术中传播健康理念，使世界能够了解中国文化的健康计划，并对形成一种新的交流和分享模式表现出积极的态度。

4.2 做好文化的互鉴融通

武术作为文化国际化的“使者”，不仅要展示武术文化的精髓和精髓，还要高度尊重沿线国家和地区的不同文化，在文化交流中实现相互学习和融合。其一，以文化尊重学生为主，弱化力量进行比较。武术文化的传播实际上是一个文化渗透和交流的过程，而非传统对抗感的强弱还是强弱。两种文化的尊重可以促进文化本身的深入交流和融合，使文化形成。第二，与他人进行交流和融合。武术传统文化的国际化传播，固然是对武术精神文化思想精华的渗透教学过程，但也要做好市场定位，培养大批的优质武术教育文化的传播者，有效合理利用类似于孔子学院等我国的文化进行传播方式渠道，将中国特色武术历史文化的精华充分展现，并能够在“走出去”之后“引进来”，相互合作交流，相互提供借鉴，最终在多元主义文化的沃土中健康产业发展；其三，借社会经济力量来扩大武术文化的辐射面。“一带一路”武术文化的传播需要体育协会、民间组织等社会力量的支持。他们已成为传播武术文化的重要力量^[6]。

4.3 摸索“本土化”传播方向

从今天武术文化传播的视野来看，最终的目标是成为一个全世界人民都愿意参与、认同中国武术文化、感受武术文化本身带来的变化的国际性运动。想要达成我们这一教学目标，“本土化”传播研究方向的探索，成为重中之重。首先，这是有目的。武术文化的“本土化”传播，结合沿线国家不同地区的实际情况，武术文化的传播者应结合不同地区的不同情况，有针对性地进行文化传播。在极端情况下，对于老年人来说，太极的作用是培养道德，而年轻人可以用来自卫。不同主体的不同企业文化进行传播发展方向，必将产生一个良好的传播效果；其二，多层次传播。做好武术文化内部传播工作，培养出一大批高素质的武术文化跨文化传播人才，就有必要形成多层次、多策

略、多层次的传播形式的传播模式。使武术文化在国际传播中的正确方向^[7]。

4.4 依附民族文化传播

从最早的全国性仪式体育活动开始,体育不仅是为了竞争,而且与婚姻、政治、宗教信仰、军事紧密结合在一起。少数民族文化体育教学活动的实现有赖于群体的共同努力,这意味着此类学生活动必须由本民族群众向同一个企业目标不断努力。有许多传统的体育活动,由两个或两个以上的少数民族共同举办。在长期的历史发展过程中,两个或两个以上的少数民族共同开展民族活动已成为一种习惯,几个民族相互依赖、相互支持,共同发展、共同进步。由此我们看来,不少少数民族国家民族的发展离不开一个民族传统文化的依附,离不开民族企业文化的风格,求同存异。这些体育活动的目的是聚集,体现民族之间的团结和凝聚力,体现少数民族的风俗习惯和特点,从而影响外国少数民族学习中国武术。它促进了中国传统民族体育的文化依恋和归属感,进而促进了武术文化在世界的传播。

4.5 塑造全新国家形象,提升国际地位

由于种种原因,我国在国际舞台上的形象并不十分正面,特别是近年来我国公民出国旅游的不文明现象时有发生,使我国的国家形象受到很大的负面影响。英国外交政策中心曾经发表过一份研究分析报告,在这份研究报告中有一项重要数据是调查有关我国企业品牌文化活动的,这个信息数据可以显示了我国对于品牌形象在国际中也并不乐观。虽然中国现在在国际上很受重视,但也有一定的发言权,但关于中国的品牌和国际形象却令人担忧。这种情况不利于我国的长远发展。所以我们塑造我国全新的国家企业形象,提升发展我国的国际社会地位是我国的当务之急。

2008 年“无与伦比”的北京奥运会,让世人为之惊叹,我们可以不仅能够呈现了精彩完美的比赛,还有一个严密的赛事管理组织、周到的媒体技术服务能力等等,这些都向世界进行了展示,展示了当今发展中国的强大。据统计,在媒体报道北京奥运会期间,积极和积极的报告中国占总报告的 90%,使中国建立在世界上积极的国家形象,大大改善了中国对世界留下的坏印象。紧随其后随着我国又成功举办了 2014 年南京青奥会,南京青奥会是有史以来第二届青奥会,中国文化又是这个世界上没有唯一选择一个既举办北京奥运会又举办青奥会的国家,再次使我国已经成为现实世界社会关注的焦点。南京青奥会也没有让世界失望,再次向世界展示了一个发展中的中国,感受到了中国悠久的历史、强大的经济实力和不断发展的技术能力。

4.6 振奋民族精神,增强民族凝聚力

顾拜旦准备重建奥运会时,就是希望通过国际体育比赛,培养人们的爱国主义。在当今社会,奥运会是一个世界性的盛会,一个国家或地区能够成功申办奥运会,代表着这个国家或地区的国力和国际地位。全国人民都会考虑并努力使它发挥作用。在这期间,势必会振奋民族文化

精神,增强中国民族企业凝聚力。

5 通过申奥,促进武术国际化传播

随着现代奥林匹克运动会的发展,现代奥林匹克运动已经发展成为世界上最大的体育赛事,每个参加奥运会的国家不仅是体育实力,而且是综合国力。举办奥运会是一个国家向世界证明其实力的绝佳机会。随着我国改革开放后的快速发展,在经济、科技实力等方面的快速崛起,从而促使国可以成功申办,筹办和举办了 2008 年北京奥运会和 2014 年南京青奥会。北京奥运会和南京青奥会,这几次奥运在我国举办的都非常成功,给世界留下了深刻的印象,同时通过举办奥运会和青奥会也给我国以及奥林匹克运动都留下了丰富而珍贵的奥运遗产。

北京奥运会和南京青奥会不仅可以仅是给我国发展留下了一个丰富的奥运无形企业文化历史遗产,更是给奥林匹克运动我们留下了独一无二的遗产。在奥林匹克运动发展过程中,奥林匹克运动已经成为全世界的文化,随着奥林匹克运动的发展,奥林匹克文化不断丰富,但到目前为止,奥林匹克文化还是以竞争为核心的西方文化。然而,中国是典型的东方传统文化的代表,强调人与人、人与自然、人与社会的和谐,而这些都是奥林匹克文化所缺乏的。东方文化丰富了奥林匹克文化,使奥林匹克文化更加多样化。

综上所述,“一带一路”倡议下的武术文化教育国际化传播,当前企业面临社会发展历史机遇和挑战,抓住机遇,迎接挑战,成为中国新时期武术文化进行跨文化传播的必然可以选择。为保证武术文化在国际上的传播,从多个角度提出了实施策略,以期对武术文化的国际传播指明方向,并展示本研究的内在价值。

【参考文献】

- [1]王慧琳,阎伟. 体育传播学概述[M]. 北京:北京体育大学出版社,2004.
- [2]张志雷. 非物质文化遗产视角下传统武术代表性传承人研究[J]. 中国体育科技,2014,50(4):57-61.
- [3]孟涛,李绍成,梁蕾. "一带一路"视阈下武术文化不同地域传播的比较研究[J]. 武术研究,2019,4(6):22-26.
- [4]刘博文. "一带一路"背景下中国武术跨文化传播策略研究[J]. 体育科技文献通报,2019,27(5):156-159.
- [5]崔钰琪. "一带一路"倡议下中国武术文化"走出去"方向、策略与路径思考[J]. 怀化学院学报,2019(4):15-16.
- [6]陈鹏,戴俊,华桦. "一带一路"倡议下中国武术的跨文化传播[J]. 体育成人教育学报,2019,35(2):51-56.
- [7]刘泽霖,黄晓钧,叶文博,等. "一带一路"战略背景下武术文化发展及对策研究[J]. 当代体育科技,2019,9(8):187-188.

作者简介:黎泽鹏(1998-)男,汉族,广东汕尾人,广州大学体育学院,研究方向:武术运动;通讯作者:何建伟(1973-)男,汉族,福建莆田人,博士,硕士生导师,广州大学体育学院,研究方向:体育学研究。