

中国民族传统体育文化输出面临的困境及策略

高慧林¹, 亢莉²

(1.重庆文理学院 体育学院, 重庆 402160; 2.重庆文理学院 外国语学院, 重庆 402160)

摘 要: 全球化背景下我国民族传统体育文化输出面临着对传统体育文化地位缺乏正确的认识和主动输出的意识; 民族体育文化“高势能”尚未形成等问题。提出中国民族传统体育文化输出策略: 立足国内, 保持中西体育文化“并行不悖”发展心态; 立法保护资源, 实现精品的“活态”传承; 做大、做强我国民族传统体育文化产业; 战略制订文化标识系统; 输出应以传统武术为先锋; 以保持“民族特质”为前提打造精品, 走奥运、民间并行输出的道路。

关 键 词: 中国民族传统体育; 体育文化; 全球化; 文化输出

中图分类号: G852 **文献标识码:** A **文章编号:** 1006-7116(2010)04-0099-04

Dilemmas faced by and strategies for the export of traditional Chinese national sports culture

GAO Hui-lin¹, KANG Li²

(1.School of physical Education, Chongqing University of Arts and Sciences, Chongqing 402160, China;

2.School of Foreign Languages, Chongqing University of Arts and Sciences, Chongqing 402160, China)

Abstract: Under the background of globalization, the export of traditional Chinese national sports culture is facing such problems as the lack of correct recognition of the status of traditional Chinese sports culture, the lack of initiative export awareness, “unsmooth” export channels, and “high potential” national sports culture having not been formed yet. The authors put forward the following strategies for the export of traditional Chinese national sports culture: utilize domestic resources and maintain such a mental state as that the parallel developments of Chinese and western sports cultures are not contradictory; protect resources legislatively and realize the “active” inheritance of quality items; make the traditional national sports cultural industry in China bigger and stronger; establish a cultural identification system strategically; base the vanguard of export on traditional Wushu; make quality items under the precondition of maintaining “national characters” and get on the track of parallel export by means of the Olympic Games and folk efforts.

Key words: traditional Chinese national sport; sports culture; globalization; culture output

西方文化全球化已成为全球化的一个重要特征。体育由于其承载了过多的文化内容, 也自然成为西方对我国进行文化输出的主要方式之一^[1]。文化输出的强弱往往是体现了一个国家的软实力的强弱, 能够达到“不战而屈人之兵”的特殊战略效果。“美国文化的影响是使得苏联解体的一个重要原因”^[2]。历史上, 中国传统文化曾经作为一种“强势文化”对周边国家产生过深远的影响^[3]。但由于其带有过多的“防御文化”的

特点, 使得我国具有普世价值的天人合一、内外兼修、养身、和谐的体育理念, 以及以传统武术为代表的传统体育项目没有注重对外输出, 从而不被世人所普遍认同、接受。在文化全球化的今天, 我们应采取主动输出的方式来应对西方体育文化的强势输入。

中国民族传统体育文化输出, 是指中国通过一定的途径及手段, 把各民族世代相传, 在养身、健身、竞技、休闲等体育社会活动中产生的体育物质文化和

收稿日期: 2009-11-12

基金项目: 重庆文理学院重庆非物质文化遗产保护研究课题资助项目(KY090326)。

作者简介: 高慧林(1974-), 男, 讲师, 硕士, 研究方向: 体育教育训练学、体育人文社会学。

体育精神文化向他国输出的过程^[4-5]。文化输出一般有两种方式,一种是“符号性”输出(如价值观念);一种是“实体性”输出(如太极拳项目本身)。2009年8月,国务院发布《文化产业振兴规划》以及北京奥运会后胡锦涛主席强调“体育强国”的建立,这都标志着中国民族传统体育文化发展的历史机遇已经来临。

1 中国民族传统体育文化输出面临的困境

1.1 对民族传统体育文化缺乏认同

国民对传统文化的态度,决定了我们的文化输出是否有积极、自信的心态。“传统文化所处的困境,不仅是完全丧失了维持自我认同的功能。更严重的是,在近三百年间,来自内部信心的矛盾”^{[6][47]}。由于近代以来的落后和求富求强下对传统文化的荡涤,对我国具有强大生命力的五千年文明发展史,以及“盛唐”的文化繁荣,我们已经淡漠,似乎传统文化在人们心中早已成为落后标志。由此,对具有普世价值的“和谐”、“康泰”的中国民族传统体育文化思想也伴随着中国传统武术、五禽戏等体育项目的淡出而被逐渐边缘化。

1.2 缺乏主动输出民族传统体育文化的意识

中国民族传统体育文化是在儒家、道家、佛家文化的共同滋养下逐渐形成的,其核心文化观是强调内敛、休闲、康泰。也正是由于我国在历史上过多地强调了这种传统文化的“防御性”特点,才导致了我们不注重主动地输出具有丰富内涵的传统体育文化,也为一些西方国家对我们“误读”提供了可乘之机。日本的柔道已经早一步跨进入奥运会的大门,这和日本1985年提出的“变成一个文化输出大国”的政策有很大关系。日本前首相中曾根康弘在“国际国家论”曾说“日本越要成为国际国家,就越要思考……如何在上世界上传播日本文化!”^[7]在1985年日本提出要从一个经济大国变成文化输出大国,日本是接受中国文明的滋养长大的,而它先中国一步输出文化的结果,就是想使日本进一步变成了东方文化的代表。

1.3 民族传统体育文化输出渠道不畅

我国文化输出不仅长期存在着“中西贸易逆差”和网络信息资源被美国长期强势“占据”的问题^[8]。同时,又由于一些西方国家对我国的文化产品设置的层层贸易壁垒以及西方媒体的取舍标准屏蔽了我国的很多正面信息^[9-10]。在这种文化输出渠道不畅的大环境下,我国民族传统体育文化的对外输出就显得举步维艰。

1.4 体育“真义”的弱化

“体育全球化是西方体育的全球化”,已成为我们

无奈的现状。这使得世人认为:世界仅有一个体育运动会,那就是奥林匹克运动会,或者说“西方民族体育运动会”;世界上只有一种体育,那就是竞技体育,或者说“西方体育”。“谈体育必谈竞技体育”的这种观念,随着我国“奥运争光计划”的大力实施而得以强化。以身体活动为主要方式,以主动改造自身为目的的一种“人化”(人的教化)的体育核心概念被严重地弱化了。体育的“人化”功能、“休闲”功能也逐渐被忽视了。

1.5 民族体育文化“高势能”尚未形成

文化输出需要具备一定的“高势能”优势。文化输出的优势,一方面取决于这种文化是否具有时代的先进性,另一方面取决于“拥有这种文化的人类”^{[11][37]}。对于前者,国内外学者基本达成一个共识,即中国传统文化在后现代社会“人日益沦为经济、速度的奴隶”中具有的独特的“求和谐”、“求自然”时代先进性。对于后者则是我们需要大力建设的。在当前,许多青少年已经热衷于“跆拳道”、“空手道”、“瑜伽术”、“滑板运动”等,而对我国传统体育项目如武术等不感兴趣。对外输出中国民族传统体育文化所必需的体育传统项目、“体育人口”在逐渐萎缩。

2 中国民族传统体育文化输出的策略

2.1 立足国内,保持中西文化“并行不悖”

古人云:欲求木之长者,必固其本;欲求流之远者,必浚其源。首先,只有使我国民族传统体育文化首先在国内有所发展,要立足国内、立足广大民众,特别是让青少年具有文化自觉意识,并让他们喜欢。否则将会陷入“无本之木,无源之水”的尴尬境地。其次,我们要对来势汹汹的西方体育文化有一种“平视”的目光^[12-13],我们既要看到正是由于自中国近代史开始西方大量的体育文化输入,才使得我国体育的各项事业有了长足的发展;但也应看到,西方的文化所带来当代“工具理性的强化、人文理性的弱化,人逐渐异化为物质、速度的奴隶”的弊端^[13]。同时,我们也应当确信,能够在两千多年的文明史中处于不衰地位的中华传统文化具有极大生命力。并且,我们应该看到,“韩国从2000年开始恢复使用汉字,并在中小学推行1800个汉字教育;日本也在“脱亚入欧”的喧嚣后让日本学生重新开始学习汉语,每年都有数万日本学生接受汉字水平考试;汉语也成为与英语同样的热门外语”^[14]。新一轮的汉语热,说明了中国周边国家对中国未来的信心。此外,我们还应认识到,文化的“强势”、“弱势”地位仅是一种“势”而已,没有永远处于强势的文化。因此,我们没有理由为我

们具有悠久历史、丰富内涵的传统体育文化感到自卑。并且坚信,只要我们采取正确的对外输出策略,独具特色的民族传统体育文化必将与西方体育文化一样,在世界体育文化的发展史上留下清晰的足迹。

2.2 立法保护资源,实现精品体育文化的“活态”传承

对外输出,前提条件之一是要使我国的民族传统体育文化在国内实现良性发展。我国民族传统体育文化资源是非常丰富的。一种文化形式的发展速度及发展水平取决于它能利用文化资源的丰富程度,文化资源越多样、越丰富,其发展就越迅速、健康^[15]。但在西风盛行的今天,很多民间传统体育文化资源已经到了濒临灭绝的地步。为此,首先,应该把一些好的有价值的传统体育文化及其研究成果以文字和音像资料的形式完整地保存起来。其次,对我国民族传统体育文化资源的保护应该像国家保护野生动物一样立法进行分级保护。保护了种类的多样性,还要注意保护资源的“纯度”。学少林功夫就去少林寺,学陈式太极拳就去陈家沟^[15]。此外,对我国民族传统体育文化资源保护还可以走“非物质文化遗产”保护道路。少林功夫已经被列入世界非物质文化遗产名录就为我们提供了很好的借鉴。最后,我们应努力实现我国民族传统体育文化资源的“活态”传承,而不能仅仅使其成为博物馆里的“固态”物。丰富多彩的民族传统项目应走进民间、走进校园。

2.3 借当代“东风”,保护传承我国民族传统体育文化产业

中国当代经济实力的快速提升,《文化产业振兴规划》政策的出台,胡锦涛主席“体育大国迈向体育强国”号召的提出,都为中国民族传统体育文化的输出提供了难得的历史发展机遇。中国民族传统体育文化输出必须走产业化发展的道路,利用产业化提高文化输出“势能”。这就要求把凝聚我国传统体育文化精华的中国传统武术、五禽戏等项目进行产业化推出。如将这些项目的发展史、文化内涵、项目特点以“打包”的形式制作成书籍、音像制品、电子刊物,并翻译成多国语言及文字,推向国外文化产品市场。我国政府最新推出的中国原创漫画《三国演义》版权成功输出日本^[16],以及《于丹〈论语〉心得》一书的海内外热销^[17],都是文化输出的成功例证。

2.4 以“民族特质”为前提打造精品,走奥运、民间并行输出道路

我国具有丰富的民族传统体育文化项目资源,但缺乏对一些传统项目的精心打造。如五禽戏、龙舟竞渡、中国式摔跤、拔河等。对那些“僵死的”,失去了时代发展环境,甚至是我国传统体育文化中“糟粕”

的项目如冷兵器时代的“暗器”、“生活工具类器械武术”^{[18]59},以及“一些以巫术为主要内容的气功”^{[18]54}等都应毫不留情地予以抛弃。打造传统民族体育项目精品时,要结合时代特点进行创新,但必须保留其“民族特质”。因为,富有民族特色的项目往往在对外文化输出时最具有生命力。我们要吸取武术申奥过程中对武术削足适履的“创新”产物——武术竞技套路得不到奥委会承认的教训。对于我国民族传统体育文化输出,既要学习日本柔道、韩国跆拳道通过奥运会发展之路,也要学习西班牙斗牛坚持走民间发展之路。

2.5 以受众的国际文化认同为突破口,以精品传统体育文化代表为先锋

在中国民族传统体育文化对外输出的策略上不能“自说自话,一味输出”。我们要以“寻求受众文化认同为突破口,探寻中西方体育文化的共通空间,重视中西方思维方式和表达方式的差异,重视传播艺术等”^[1]。代表我国民族传统体育文化的传统武术当文化输出的先锋。1936年,中国传统武术曾有“轰动德国”、“轰动世界”的奥运之旅^{[11]50};1974年中国武术代表团的美国之行,“得到了以文化自傲的美国民众的接受和认可”^{[11]52};电影《少林寺》、《李小龙传奇》在海内外热播,这些都说明传统武术得到较为普遍的认同,民族传统体育文化对外输出,可以传统武术担当先锋。

2.6 制定我国民族传统体育文化标识系统

建立我国民族传统体育文化标识系统,就是要对还存活在我们民间的体育物质文化资源和体育非物质文化遗产进行标注、识别。对代表我国传统体育文化的体育器械、项目特征、表现形式、文化内涵、原创地、主要传承人等进行定义式的清晰描述。“识别”不仅是让该文化被本国民族识别,也要被国际识别。我国民族传统体育中有很多项目的理论基础是“天人合一”、“阴阳互动”、“五行八卦”、“循环往复”等中国传统哲学理论,这使得在阐释民族传统体育项目的运动机理、动作规格、演练方法的名词术语带上了中国传统哲学的色彩,而这些语言模糊、缺乏确切定义,一般很难被其他国家民众理解和接受。需要重点建设我国民族传统体育文化的标识系统。

2.7 多种渠道主动输出中国民族传统体育文化

(1)利用体育是国际“通用语言”的特点,通过大型体育赛事,体育交流。(2)对我国的国际体育明星、体育品牌进行“文化包装”,利用他们的国际影响力。(3)通过把代表我国民族传统体育文化的体育书籍、体育影像产品、体育电子刊物翻译成多国语言。(4)通过海外华人社团、孔子学院、西方汉语学校及网络平台。

在西方体育全球化的今天,我们更要强调文化自

省、文化自觉和文化的主动输出。应当看到“不管是文化中心也好，文化边缘也好，它都不是绝对的、不可更改的。在历史上，文化发展之间的不平衡是规律，但在文化发展中永远处于绝对优势或先进的地位的国家，却从来都没有出现过。文化也有自己的发展规律和自然节律”^[19]。我们还应该认识到，对外进行民族传统体育文化输出的目的，是要让西方了解中国民族传统体育文化、认同中国民族传统体育文化，进而接受中国民族传统体育文化，最终达到能够在世界体育文化大家庭中发出中国体育的声音。文化输出是渐进的过程，只有长期不懈的输出自己的民族传统体育文化，才能使西方人从不理解到理解，从不接受到接受。我们必须摆脱内心深处的文化自卑、自大、自恋的文化心态，确信世界体育文化的明天，应当是中西方体育文化并行不悖，共同和谐发展的全球体育文化。

参考文献:

- [1] 姜熙. 体育全球化中中华武术的生存危机和发展抉择[J]. 体育学刊, 2009, 16(10): 84-88.
- [2] 任荣. 中华文化世界化与中华民族凝聚力的增强[J]. 湘潭师范学院学报: 社会科学版, 2006, 28(4): 196-198.
- [3] 刘欣. 弱势状况下中国民族传统体育文化的对外传播策略[J]. 体育学刊, 2009, 16(1): 88-90.
- [4] 卢兵. 中华民族传统体育文化导论[M]. 北京: 民族出版社, 2005: 17.
- [5] 卢元镇. 体育社会学[J]. 北京: 高等教育出版社, 2006: 142.
- [6] 叶圣陶研究会. 传统文化与现代化[M]. 合肥: 安徽教育出版社, 2005: 80.
- [7] 赵建明. 关于日本“国际化”历程的思考[J]. 复旦学报: 社科版, 2001(4): 58-65.
- [8] 龚滢. 论美国文化输出战略[J]. 燕山大学学报: 哲学社会科学版, 2003, 4(3): 63-67.
- [9] 赵飞. 试论奥运会的文化传播功能[J]. 中国青年政治学院学报, 2005(2): 138-142.
- [10] 伍绍祖. 中华人民共和国体育史[M]. 北京: 中国书籍出版社, 1999: 350-351.
- [11] 王岗. 民族传统体育与文化自尊[M]. 北京: 北京体育大学出版社, 2007: 120.
- [12] 张柠, 张阅. 2004文化中国[M]. 广州: 花城出版社, 2005: 1.
- [13] 王岳川. 发现东方与中国文化输出[J]. 解放军艺术学院学报, 2002(3): 5-9.
- [14] 王岳川. 金融危机与新世纪中国文化创新[J]. 中华文化论坛, 2009(1): 51.
- [15] 高守清. “人文奥运”视角下的民族传统体育文化发展方向[J]. 体育与科学, 2009, 30(5): 44.
- [16] 中国新闻出版总署. 中国原创漫画《三国演义》版权输出日本[EB/OL]. <http://www.gapp.gov.cn/cms/html/21/1118/200909/465769.html>, 2009-09-03.
- [17] 中国新闻出版总署. 多策并举因地制宜 中国图书“走出去”步伐加快[EB/OL]. <http://www.gapp.gov.cn/cms/html/21/1119/200904/463275.html>, 2009-04-15.
- [18] 程大力. 体育文化历史论稿[M]. 成都: 四川大学出版社, 2004.
- [19] 陈华文. 文化学概论[M]. 上海: 上海文艺出版社, 2001(11): 216.