

闽台民俗体育文化“走出去”的障碍与对策

谢 军

(集美大学体育学院,福建 厦门 361021)

摘 要:文章采用座谈、走访、电话、问卷等方式,对闽台民俗体育文化“走出去”进行调查。研究发现:在国际推广与普及闽台民俗体育文化的过程中,主要的障碍依次是本土化文化缺失、苦于无门、文化理解差异、语言障碍、政策扶持力度不足、市场运作不强、文化精品有限、文化自信不够等。并提出了利用民俗节日推动,依托网络、媒体推动,借助“孔子学院”推动,发挥华人和国际友人“桥梁”作用,打造精品赛事推动,书籍、文物和展演推动,培训、讲座、论坛推动,学术交流、智库推动等对策建议。

关键词:“一带一路”;闽台民俗体育;海外推广;障碍

中图分类号:G80-05

文献标识码:A

文章编号:1007-7413(2018)06-0001-06

Analysis on Obstacles and Countermeasures of Fujian and Taiwan Folk Sports Culture Internationalization

XIE Jun

(Institute of Physical Education, Jimei University, Xiamen 361021, China)

Abstract: By means of discussion, interview, telephone and questionnaire, the article investigates the “going out” of the folk sports culture and creative industry in Fujian and Taiwan. It is found that in the process of international promotion and popularization of the folk sports culture in Fujian and Taiwan, the main obstacles are, in order, the lack of indigenous culture, suffering from lack of access, cultural understanding differences, language barriers, inadequate policy support, weak market operation, limited cultural products, insufficient cultural confidence and others. It also puts forward the possible means of promotion, such as folk custom festival, network and media, “Confucius institute”, and the friends’ “bridge” between Chinese and foreign people.

Key words: BRI; Fujian and Taiwan folk sports; overseas promotion; obstacles

1 闽台民俗体育文化“走出去”的障碍

要实现“一带一路”宏伟战略目标,除了沿线国家的领导层、决策层高度认可外,更重要的是取得操作层、所在民众的认同。只有心灵相通,才能在实践中解决沿线国家之间因历史遗留问题、意识形态差异等原因而导致的民众认知偏差问题。因此中华传统体育文化如何“走出去”为促进沿线国家民众心灵相通发挥作用是我们亟待解决的问题。为此我们历时2年采用座谈、走访、电话、问卷等方式对包括在海外开设武馆者、教学人员、体育器材销售人员、华人华侨体育社团负责人等直接从事中国传统体育国际推广

的43人,以及间接从事中国传统体育国际推广的如书商、影视、文艺演出人员等23人,计66人进行深入调查,调查结果发现:在国际推广与普及中华传统体育文化的过程中,主要的障碍(见图1所示)依次是本土化文化缺失、苦于无门、文化理解差异、语言障碍、政策扶持力度不足、市场运作不强、文化精品有限、文化自信不够、其他等。以下就调查结果分析如下。

1.1 本土化文化缺失

“本土化”是指国际跨国公司为拓展海外市场,将企业的生产、销售、管理等已形成母国企业文化特色的部分融入到海外市场所在国经济文化模式的过程。据受访者反映认为“本土化文化缺失”是中华传统体育文化国际推广与普及的最大障碍,本土文化缺失包括两

方面:一方面是对所在国的国情不了解,难以融入到所在国的文化;另一方面是过分强调母国色彩,强调传统、地方主义、民族主义,始终无法融入东道国的生活

环境中。这是中国传统体育文化要“走出去”所存在的心理障碍,所以必须处理好所在国的文化与母国文化的关系。

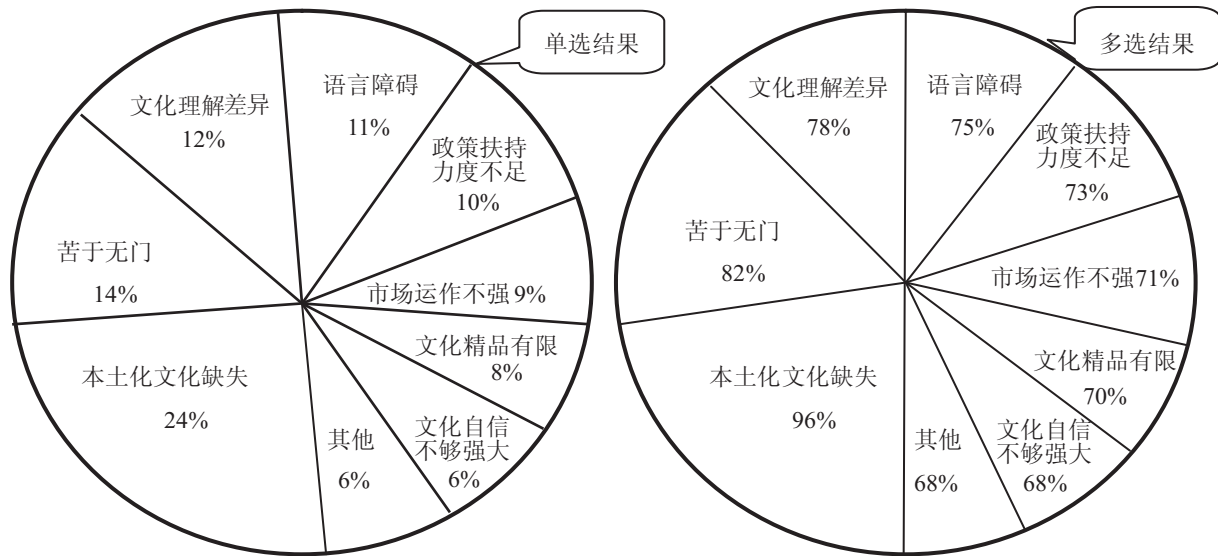


图1 海外国际推广与普及中华传统体育文化的主要障碍统计

1.2 苦于无门

“苦于无门”是指有意愿“走出去”企业或已经在海外从事推广中华传统体育文化的个人、团体和企业与所在国海外中国文化中心、中国驻外使领馆等的直接联系沟通不畅,无法及时获取东道国的文化发展信息,以帮助个人、社团和企业获悉海外市场文化最新动态,积极促进互动交流。

根据调查统计显示:能提供海外投资、展演等专门的、信度高的中介咨询机构数量少且资质弱。不仅国内也包括东道国当地能给有意愿的个人、团体、企业提供此咨询的机构是缺乏的,甚至是空白的。例如已在澳洲开设武馆12年的刘先生告诉我们:“我初始到澳洲,自认为凭自己的武术功底,立即在澳洲办一个武馆养家糊口应该没问题,可是我的第一家武馆开办,花费了近2年的时间。原因就是不懂当地的申办程序,尤其是对一个刚移民澳洲的中国人而言,歧视、文化隔阂与冲突是必然的,即使有当地的友人帮忙,也因不了解具体操作情况而无能为力。为此,我只好一边打工,一边了解熟悉情况,特别是具体的细节问题,如哪些是必须的、哪些是忌讳的,等等。我还做了一张非常详细的申办资料档案明细表和图,为最终申办成功起到关键的作用。”再如,在美国芝加哥出生长大的刘女士说:“美国虽然标榜自己是一个自

由、民主的国家,但对种族的歧视依旧存在,对华人社团举办活动给予诸多的限制,甚至刁难。如我们每年都要举办芝加哥华人运动会,除了凝聚华人情意,还有就是推广中华传统体育文化。报批的机构也要涉及5个主管机构,特别是针对富有中国传统文化传统韵味的活动内容、比赛项目审查特别严格,各项目必须要有英文字目,仅中文字目是不被允许的,有时要预先表演给他们观看后才被允许。如若不是中国这几年崛起,华人要举办活动获得许可也不是那么容易的。”所以,在不同的国度里,推广与普及中华传统体育文化,没有祖国强大的崛起,没有在海外树立中国的形象,没有建立起官方的沟通机制和桥梁,即使是民间捐助举办推广中国传统文化活动,也是有一定难度的。

1.3 文化理解差异

文化理解差异,是指各国之间由于文化差异而导致对他国文化理解的偏颇。包括西方群众对中国传统体育文化的理解和中国民众对西方体育文化的理解。

文化的多样性与差异性,这是客观存在的,不以人的意志转移。即使同一国家,由于各地的地理位置、经济等多种因素的影响也存在着差异,更何况是不同的国家之间。我们要想在国际上推广与普及优秀的中华传统体育文化,就必须尊重并遵循这一规

律。例如,一位长期在孔子学院从事海外教育的王先生对我们说:“外援教师对不同国家文化差异理解的掌握尤其重要。在一次气功养身教学辅导课中,有学生对产生于农耕文化的气功养身提出了异议,认为自己是一个游牧文化的国家,主食多以牛羊为主,以农耕文化形成的气功养身是否适用于他们呢?这就要求我们除了掌握健身气功的套路技术和功理,以及对中医知识、传统哲学等常规养生知识精准把握外,更重要的是与西方普识的运动生理、运动医学等知识相融合来解释并详细地回答此类问题。”再如英国斯旺西大学留学生张同学反映说:“一方面,为了减轻经济负担,在课余时间会利用自己从小练就的武术功底教来自不同国家的留学生;另一方面,也为了传播优秀的中华武术。但是,在武术传播时,西方人很难理解中华武术的‘形神兼备’‘修身养性’‘象形取意’‘心灵感悟’和‘德艺双馨’等词语的内涵。西方人在一招一式上也许能做到‘形似’,但在境界上则难以达到,这是因为对中华武术文化的语言和文字的理解差异。”可见,要明确彼此文化差异,同时也要更注重文化融合,创意出让世界能接受的中国传统体育文化传播方式。不可简单粗暴地进行灌输性传播,从而被误以为文化侵略。

1.4 言语障碍

言语障碍是指离开本地或母国去往他乡或异国而对口语、文字及手势的应用和理解上所产生的各种问题。据文献调查发现:目前国内对“武术”一词的翻译就有“Gong Fu”“Martialarta”“Wu shu”等多种,这使得中华武术的国外练习者难以理解。所以被调查的对象们强烈建议:中国武术界在对外传播中华武术文化时,包括出版物、教材、教学用语等对动作名称、动作技术术语等要统一规范,且简单、准确;要用外国人喜闻乐见的言语,客观地介绍优秀的中国传统体育文化以及当今中国。不能自说自话,使别人听不懂、又不理解中国武术,而难于接受我们的主张。就如,一位在加拿大渥太华威氏联校龙舟队的威先生给我们谈起“渥太华龙舟节”的事:“在加拿大首都渥太华,广大华人一直保持着过端午节的传统习俗。从1994年开始(截至2016年计23届)举办龙舟节以来,为了能推广普及优秀的中华传统节日体育,由华人社团组织编写了中国端午节龙舟译本的宣传册,因为我们希望加拿大人及居住在加拿大的各国人都能参与,而不是只有华人自己玩。开始教授龙舟礼仪时,非华人是难以理解的,不知为什么要在木舟上安

装龙头和龙尾?为什么在比赛开始举行‘画龙点睛’‘吃粽子’?为何敲锣打鼓?为什么人数要20人?因此在解释时,也遇到诸多的语言障碍,尽管我祖辈时就生活在这里,但对龙文化的理解上也有困惑,造成语言表达的不精确,所以需要中国专业学者尽快翻译出版高质量关于中国龙舟的书籍。”这反映了有意愿赴海外以投资、展演等方式传播中国传统体育文化的个人、企业,必须较熟练掌握所在东道国的文化语言或官方语言,如果双方缺乏对对方文化背景的了解,就会造成沟通障碍。此外,调查也表明:既较好掌握东道国语言又懂中国传统体育的专业人士,无论是国内还是国外,这类人才是非常欠缺的。从国外看,能够用汉语阅读的外国人少。所以,要实施世界汉语推广工作宣传,同时,更重要的是推广者需强化当地语言的学习,以及提升翻译水平,能熟练运用当地语言传播中华传统体育文化。

1.5 政策扶持力度不足

政策扶持主要是指保障中华传统体育文化国际推广的政策,包括投入政策、经济政策、法制政策等。调研发现,中华传统体育文化发展的法制体系、行政管理体系和监督服务体系不健全;中华传统体育在基层的覆盖面小、人才匮乏、服务能力不足;中华传统体育与现代竞技体育在管理体制和财政投入方面相差很大,“重西轻中”“重赛事轻普及”现象普遍存在;对中华传统体育的扶持政策难以持续性落实;在支持文化企业在海外营销、参展和宣传等市场开拓活动上,出境行政审批程序复杂繁琐;对中华传统体育文化国际推广的资金投入和推广项目的具体实施缺乏;政府与民间地方民俗体育团体沟通渠道不畅;帮助中小文化企业加强走出去的业务指导薄弱;进出口银行和进出口保险对走出去企业的服务扶持力度不足,等等。从交流形式上看,目前的民间活动、文化艺术机构、民间组织一般是在政府的统一安排下参与国际文化交流活动,即政府依然是文化“走出去”的主要推动者。然而,未获得政府扶持的民间团体、文体机构的海外推广文化交流活动,基本得不到扶持。即使按市场化运作,由于政府的扶持存在认识和政策上的偏差,导致金融服务、财税支持等方面出现方向不准、力度不够等问题。

1.6 市场运作不强

市场运作不强,是指在市场经济的环境里,中华传统体育文化市场的开发和艺术品的商业运作,缺乏现代的商业运作理念和技巧。在市场经济的环境里,

传统体育和商业的挂钩是不容回避的现实,非但无法回避,而且商业化运作问题还越来越受到关注。今天,中国正逐步融入世界经济体系,传统体育文化市场的开发和创意品的商业化运作相当热络,这对传统体育文化的多元发展不无意义。然而,调研发现:市场规模较小、基础薄弱、缺乏创意、人才不足等问题同时存在。如被闽台民众热捧并盛行在民间信仰活动等领域表演的民俗体育艺阵,如今在福建民间虽然有所发展,但与台湾相比,民俗体育无论在媒体报道运营、节目播放、书籍出版、物流配送、动漫和网络制作等传播方面,还是在研发、编排、器材制作、培训、民俗体育文化产品开发生产、民俗体育活动组织演出、中介服务等拓展方面都是落后的。许多民间民俗体育组织“等、靠、要”观念还根深蒂固,市场导向意识不足,对地方民俗特色的传统体育文化的社会属性和市场属性之间的关系认识存在分歧。从出访的展演看,根据对 52 个出访经历的体育民俗团体调查发现:多为海外乡亲的邀请(占 86 %),而主动按市场运作则是少数(只约占 14 %);从按市场运作的民俗体育团体看,能获益的约占 23 %,未能获得经济效益的占 77 %。分析其原因:一是组织赴国外演出的中介机构资质低,不能按市场合理报价,价格高低不均;二是演出单位之间,为了出访和演出场次,竞相压价出演;三是出访的动机不纯。据一位接受我们访谈的马来西亚华人社团——巴生精武会馆负责人黄先生说:“每年的中华传统节日,马来西亚的各类协会、社团组织、会馆、宗嗣、同乡会等为加深祖籍地乡亲们的情意,会邀请福建一些民俗体育社团来马来西亚演

出,如舞龙舞狮、武术、龙舟竞渡、挑幡等。但是发现内地的许多民俗体育社团为了能出访,竞相压价出演,甚至有的是出访社团队员自己掏腰包出访,而忽视了演出的质量,影响了演出效果。”反映了民俗体育社团出访演出更关注是否能出国开阔视野,宁愿个人承受低价演出的损失。这种临时拼凑的表演团队,在活动的策划、节目的编排方面必然欠缺。直接扰乱了表演市场的报价行情,影响了专业民俗体育社团对队员的管理,对品牌的营造带来不利影响,甚至降低海外华人社团邀请祖籍地民俗体育社团来表演的意愿。面对这些,需要我们引起警醒。

1.7 文化精品有限

文化精品有限,是指目前对外输出的民俗体育文化产品单一,原创产品不足。根据调查发现(见表 1),在海外被民众较认可的中国传统体育依次是武术(散打、太极拳)、气功、龙狮运动、龙舟、陀螺、抖空竹、拔河、踢毽子、风筝等项目。尤其是太极拳和气功等养生健体的项目主要被 40—55 岁的人群接受并学练,不仅在华人开设的健身馆里,而且在非华人开设的健身馆里,有教练条件的基本都会将中国太极拳、气功等列为养身健体项目来教授学员;龙狮运动则仍然局限于华人圈,外国人观看的多,而参与学练的人是很少的;每年端午节龙舟竞渡,不仅在华人圈,且被所在国的民众逐渐被认可,甚至被当地政府倡导发展。据不完全统计,截至 2015 年,已有 120 多个国家成立了龙舟协会,发展态势甚至超过了武术。但调查也发现,目前被外国人所认识的项目仍局限在武术、太极拳、气功。这也反映了品牌单一性和不足。

表 1 海外健身俱乐部会员对中国传统体育项目的认识度

国家、地区	健身俱乐部	见过的项目	爱好项目
美国	LA Fitness	武术、太极拳、气功、舞龙、舞狮、划龙舟、散打	太极拳、气功、划龙舟
加拿大	GoodLife Fitness	太极拳、气功、划龙舟	太极拳、气功、划龙舟
澳大利亚	NewFlow Athletic	武术、太极拳、气功、划龙舟、散打	太极拳、气功、划龙舟
马来西亚	AbsoluteFitness	武术、太极拳、气功、舞龙、舞狮、划龙舟、陀螺、踢毽子	武术、太极拳、气功、舞龙、舞狮、划龙舟
泰国	Casa Premium	太极拳、气功、舞龙、舞狮、划龙舟、散打	太极拳、气功、划龙舟
英国	Fitness First	太极拳、气功、划龙舟、散打	太极拳、气功、划龙舟
南非	SureSlim	太极拳、气功、舞龙、舞狮、散打、划龙舟	散打、气功、武术

注:外国普通民众理解中国武术实际是“中国功夫”——散打

值得我们特别关注的是,陀螺、抖空竹、拔河、踢毽子、风筝等项目,在中小学的学生人群中非常受欢迎,据选派到澳大利亚西尼奥尔非热学校从教2年的刘老师说:“我的汉语教学是结合中国传统体育项目如陀螺、踢毽子、抖空竹等来进行的,先教学生制作这些玩具品,然后再教学生如何玩,让学生在制作和玩的过程中,了解中国的传统体育文化。例如,了解中国传统体育项目,知道空竹的来历,毽子的别称和踢法,足球起源于中国的蹴鞠,同时也加深了对中国传统节日体育的了解,感受中国人对团圆的重视,对老人的尊敬,对美好生活的向往等。”刘老师还给我们放了她在该校教学的录像,确实很受学生的喜欢。另据其他接受访谈的11位华人华侨和从事海外汉语教学的人员的反馈,也证实了诸如陀螺、抖空竹、拔河、踢毽子、风筝等项目备受中小学生的喜爱。而武术的套路动作并未受到中小学生的认可,或局限于华人圈。也就是说,若将诸如陀螺、抖空竹、拔河、踢毽子、风筝等项目纳入中小学的制作课或选修课中进行教学,都能引起国外学生对中国传统体育项目的兴趣。但我们却未将这些中国传统体育项目进行品牌打造,也未纳入自身的教育教学体系。

1.8 文化自信不够

文化自信不够,是指对中国传统体育文化的自我认同薄弱。在现实中,仍有一些人,甚至是所谓“精英”层次的人士,发表了这类的言语:“中国文化要想在世界上发挥重大的影响力,也不能简单地依靠诸如剪纸、方块字、花拳秀腿、唐装汉服等表层的东西,因为这些无法涵盖中华文明的所有。而以书刊杂志为代表的传播形式,比之活动一结束,各方面的宣传也跟着结束的表演、展览等,其文化传播的生命力与影响力其实更为强大。”^[1]这是否也是对中国传统体育文化的不自信呢?不同文明之间的对话,绝不只能是知识分子精英间的交往和交流。如果没有各方面成千上万人民群众的参加,其效果将永远是有限的。诸如清明踏青、端午龙舟、中元抢孤、重阳登高、春节龙狮等节庆的大众民俗体育文化,都是中华民族几代人的传承弘扬,其背后都蕴藏着深厚的中华文化底蕴,而不能仅认为是表层的东西。其次,关键的问题是我们如何对这些直观的、大众的文化进行文化创意,将其展现出来。就如我们观看奥运会,如果没有解说员(包括专业人士)对各项目、运动员、规则、场地气候等进行分析解说,没有将体育之竞争、拼搏、民族自豪感等充分挖掘出来,人们或许会失去观看的热情。也

正因为是解说员、运动员对各竞技运动项目的熟悉和热爱,才能更好地展现竞技运动的魅力。所以,我们必须树立对中华传统体育文化的自信,大力倡导中华传统体育项目进学校、进社区。比如,尽管外界对中华武术未能进奥运殿堂而深感遗憾,但中国武术界及喜爱中国武术的人,仍一如既往地推动中华武术的发展,这就是文化自信。但同时我们也必须清醒地认识到:“外国人对中华武术的喜爱更多的是建立在比较表层的直观感受上,也就是俗话说的‘看热闹’,并不真正理解其深层的文化内涵。浅层次的节目展示或许也只能‘图个热闹’,难以真正地打动人心。时间长了,在神秘感、新鲜感过后,外国人可能会出现‘审美疲劳’,古装动作大片海外票房的失利与传统表演项目国际认可度的每况愈下,已经向我们发出了警示。”^[1]这就需要我们对中华武术进行创意创作,多从强身健体着手,而不是一味地迎合西方走竞技武术之路。应该引导民众将其与健康结合,让大家认识到中国武术乃当今世界最优秀的集养身、防御等为一体的手段。

2 闽台民俗体育文化“走出去”的对策

2.1 利用民俗节日推动

在中国大地上,充满着各式各样的民俗节庆,尤其是在闽台区域,这种由民间信仰形成的习俗,再由习俗而演化产生的民俗体育延绵至今。如春节元宵舞龙舞狮、清明踏青、端午龙舟竞渡、中元普渡、重阳登高、中秋博饼等。这些民俗节庆体育活动也跟随着华人华侨移居海外被带到了异国他乡,繁衍生息下来。这些优秀的中国传统体育文化经过华人华侨几代人的传承弘扬,已倍受所在国当地民众的喜欢。甚至有的节庆还被所在国、所在地列为当地的一项节庆活动。如在加拿大温哥华每年端午节期间举办的“龙舟竞渡、文化中国”活动,成为了当地人的一种文化享受和文化盛宴。

2.2 依托网络、媒体推动

在纸质媒体、广播媒体、电视媒体后有一种新的媒体传播方式,那就是网络媒体。作为通讯工具,它以其便捷和生动的特点吸引着男女老少。在如今社会,网络不仅仅是一种技术手段,已深深影响和改变着人们的生活方式乃至价值理念。人们获取资讯、社交来往、传播思想文化、甚至日常衣食住行,都已经离不开媒体。随着大数据的发展,“体育+互联网”成为推动体育事业发展的重要途径。然而,目前在体育

领域的应用,主要是在竞技体育中的赛事、产业为主,而在社会体育、学校体育的应用是欠缺的,尤其是将优秀的传统体育项目通过网络走进民众、走进学校课堂是极为薄弱的。据调查发现:全国可用于民众、学校的中华传统体育网络教材只有太极拳、气功、武术和龙舟。即便这些教材,对动作名称、技术规范的要求,以及视听效果等在制作水平上也是参差不齐。所以动员组织专业团体创意民俗体育文化产业,借助网络媒体推广优秀的中华传统体育文化时不我待。

2.3 借助“孔子学院”推动

据国家汉办(孔子学院总部)公告“从 2004 年 11 月开始,截至 2017 年 12 月 31 日,全球 146 个国家(地区)建立 525 所孔子学院和 1 113 个孔子课堂。孔子学院遍及 138 国(地区)共 525 所,其中,亚洲 33 国(地区)118 所,非洲 39 国 54 所,欧洲 41 国 173 所,美洲 21 国 161 所,大洋洲 4 国 19 所。孔子课堂 79 国(地区)共 1 113 个(科摩罗、缅甸、瓦努阿图、格林纳达、莱索托、库克群岛、安道尔、欧盟只有课堂,没有学院),其中,亚洲 21 国 101 个,非洲 15 国 30 个,欧洲 30 国 307 个,美洲 9 国 574 个,大洋洲 4 国 101 个。现有注册学员 210 万人,中外专兼职教师 4.6 万人。”^[2]遍布在世界各地的孔子学院结合当地实际并充分利用自身优势,逐步形成了各具特色的办学模式,成为各国学习汉语言文化、了解当代中国的重要学习平台。为此,借助孔子学院遍布世界各地的渠道优势,出台鼓励政策,动员专职的民俗体育教师赴海外孔子学院任教,开展丰富多彩的教学和文化活动,为中国民俗体育“走出去”添砖加瓦。

2.4 发挥华人和国际友人“桥梁”作用

多数学者研究认为,学术团体、社会组织、留学生、出境游客、华人华侨包括华人个体、华人社团组织,都是展示中国形象的好“窗口”。尤其是华人华侨在海外推广中华传统体育文化上是一支重要的力量。他们无论在熟悉当地人文历史环境,还是语言优势等方面,都胜于国内的人士。加之共同的文化取向是海外华人社会维系的纽带,更是各宗乡会馆存在与发展的基础,所以他们无不把弘扬中华文化作为其不可推卸的历史责任和时代使命^[3]。通过华人和国际友人的推广,将使中华传统体育文化的传播更立体、更鲜活并有血有肉地呈现出来,起到春风化雨、潜移默化效果。

2.5 打造精品赛事推动

例如端午赛龙舟已被列入国家级非物质文化遗

产名录。多年来,龙舟赛伴随华人的迁移而传播到世界各地。由于龙舟竞渡契合了西方文化,也很快地融合到西方人的运动中。为推广这一活动,1991 年国际龙联在香港成立,截至 2017 年,国际龙舟联合会的成员已遍及欧、美、澳、亚、非五大洲计 89 个国家与地区。加之中国改革开放 40 年,大力打造中华龙舟赛事,使得这项活动在每年的端午节成为中国人和世界龙舟爱好者的盛宴^[4]。随着龙舟运动在世界上的传播,各国人民也被这项融团结协作、勇敢拼搏于一身的体育项目所吸引,纷纷喜欢上这项运动。

2.6 书籍、文物和展演推动

根据文献资料调查,现有出版的有关中华传统体育的专著、教材占体育的总量只有 8.3%;虽然学刊、杂志等出版关于中华传统体育的论文、知识点介绍的占比达到 21.4%,但多为学术性的研究和新闻性的报道,而不是从群众的普及视角进行推广,即未从教学、训练的视角进行介绍。使得民众只知道一个项目名称而已,具体如何做则不知。所以我们提出书籍、文物和展演三位一体推动,就是做到有教材、有器械、有示范。所以如何利用图书、期刊、音像制品、网络等手段为海外世界提供接触中国传统体育文化的途径亟待落实。值得欣慰和可喜的是 2015 年度国家社科基金重大项目“中国古代体育文物调查与数据库建设”对中国传统体育文化建设是一个贡献,为中华传统体育的研究、开发和利用提供必要的物态材料和数据。数据库在南京青奥会、全国少数民族传统体育运动会、全国青运会上做了推介,反应就相当好。

2.7 培训、讲座、论坛推动

牢牢把握社会主义核心价值体系,弘扬中华传统美德,教育和鼓励民众加强自身修养,做道德品行和人格操守的示范者,热爱、关心社会体育公益事业,积极投身和捐赠社会体育公益事业建设,积极参与和支持社会体育公益活动;组织民俗体育专家、体育文化名人、体育道德模范和践行传统体育文化的示范者举办传统体育文化公益讲座、论坛、报告会、巡回演讲等活动;建设优秀传统体育文化教学研究、教育培训基地,开展多种形式的民族传统体育文化教育培训,举办传统文化的展览展示。

2.8 学术交流、智库推动

学术交流是文化的重要载体,也是中华传统体育文化传播最有效的渠道。目前,许多国家已充分利用这种优势,广泛开展国际体育学术交流和教育国际体育合作,如学术会议、科研合作、师生(下转第 60 页)

能力的评价,而不是单一的运动技术能力的评价。

4 结语

学会认知、学会做事、学会共同生活以及学会生存,即在教学中更重视对学生的引导,在切实提高学生身体素质和运动技术学习能力之余,更要重视学生的生存现状以及各种生存本领的习得,关心学生的生命发展。小学、初中、高中时代是培养学生的人生观、世界观、价值观的阶段,而高等教育阶段的学生虽已初具独立的人生观、世界观、价值观,但是仍会有所动摇和改变。所以,高等教育阶段应该继续培养学生树立正确的人生观、价值观、世界观。高等教育理应将生命教育、生存教育作为高等教育过程中的一种隐性教育,使高等院校学生在智慧接受洗礼的同时心灵也变得强大。

参考文献

- [1]美国不列颠百科全书公司. 简明不列颠百科全书[M]. 北京:中国大百科全书出版社,1986:165.
- [2]冯建军. 生命与教育[M]. 北京:教育科学出版社,2011:39.
- [3]王定功. 英国青少年生命教育探析及启示[J]. 中国教育学刊,2013(9):74-78.
- [4]但艳芳,李新科. 体育教育:生命教育的本源回归[J]. 武汉体育学院学报,2008(1):78-85.
- [5]何劲鹏,姜立嘉. 生命哲学视域中的体育课程观内蕴[J]. 天津体育学院学报,2006,21(1):56-58.
- [6]朱玉芳. 生命哲学视域中的高校教师专业化[J]. 大学·研究与评价,2009(4):83-89.
- [7]吴蓁蓁. 论生命哲学视域中的死亡观教育及其现实意义[J]. 自然辩证法研究,2008,24(2):107-111.

[责任编辑 江国平]

(上接第6页)互换、合作办学等,为促进跨文化交流做出了许多贡献。通过学术交流推动中华传统体育文化走出去,这就要求中国体育学术界不能简单引进和复制西方体育思想,而要有我们自己的声音,要用学者自己的独特思想去与世界交流和讨论,应建立健全中外体育学者交流机制,加强与外国有影响的体育社会学机构、国外知名汉学家、中国问题专家及研究机构的交流合作;积极推动国内民俗体育学专家、学者出国参加各种学术研讨会、报告会,在深层次上架构文化沟通的桥梁,通过合力推动民俗体育文化研究的“中国学派”的形成,尽可能多地在学术高度上拥有文化阐释权和话语权;鼓励和支持海外汉学家研究和传播中华传统体育文化,这对深入宣传、介绍中国传统体育文化具有深远的意义。

参考文献

- [1]张国斌. 中国文化如何走向世界[EB/OL]. (2013-02-27) [2018-05-20]. http://www.china.com.cn/international/txt/2013-02/27/content_28078185.htm.
- [2]孔子学院总部,国家汉办. 关于孔子学院[EB/OL]. (2013-02-27) [2018-05-20]. http://www.hanban.org/confucius-institutes/node_10961.htm.
- [3]谢军. “一带一路”与闽台民俗体育文化创意产业关系及其作用[J]. 体育科学研究,2018(2):21-24.
- [4]余海波. 首届龙舟世界杯福州将战 12 支队伍参与争夺[N]. 福建日报,2014-06-10(2).

[责任编辑 江国平]