

“一带一路”背景下中国体育文化对外交流研究

白 蓝

(湖南女子学院 文学院, 湖南 长沙 410004)

摘 要: 对“一带一路”背景下中国体育文化对外交流进行了研究。研究表明中国体育文化对外交流的国际互信体系尚未建立; 中西方体育文化差异显著; 体育文化对外交流的形式、内容单一; 我国国际体育话语权微弱。在此基础上, 提出促进合作互信, 打造命运共同体; 加大体育文化双向沟通力度; 丰富体育文化对外交流的形式与内容; 提升我国国际体育话语权等建议。

关 键 词: 体育文化; 一带一路; 对外交流

中图分类号: G80-05 **文献标志码:** A **文章编号:** 1006-7116(2020)02-0032-05

Research on Chinese sports culture foreign communication under background of the Belt and Road Initiative

BAI Lan

(Literature Department, Hunan Women's University, Changsha 410004, China)

Abstract: The author studied Chinese sports culture foreign communication under background of the Belt and Road Initiative, and revealed the followings: the international mutual trust system for Chinese sports culture foreign communication has not been established yet; the differences between Chinese and western sports culture are significant; the forms and contents of sports culture foreign communication are undiversified; China's international sports discourse power is weak. On such a basis, the author put forward the following suggestions: promote cooperation and mutual trust; establish the community of shared future; strengthen sports culture bidirectional communication; enrich the forms and contents of sports culture foreign communication; enhance China's international sports discourse power.

Key words: sports culture; the Belt and Road Initiative; foreign communication

“一带一路”是习近平总书记于 2013 年提出的倡议构想。这一构想将亚欧沿线国家联结成一体, 旨在推动沿线国家的合作与发展, 强调打造共同发展繁荣的“命运共同体”。“一带一路”倡议不仅能为沿线各国的经贸发展提供巨大的发展空间, 是一条互利共赢之路; 而且能为各国间文化交流提供充足的动能, 也是一条文化交流之路。党的十九大报告强调, 积极促进“一带一路”国际合作, 努力实现政策沟通、设施联通、贸易畅通、资金融通、民心相通。民心相通是较政策沟通等前 4 个目标更难实现的一个目标。民心通最有力、最有效的就是文化通^[1], 以文化相交聚民心, 通过与沿线国家间文化的交流可夯实中外合作的心理基础。体育是全人类共同语言, 体育文化是中国优秀

文化的重要部分, 加强中外体育文化交流可有效超越国界和种族、超越文明隔阂和冲突, 有利于架通文明之路和心灵之桥, 最终有效推动沿线各国参与“一带一路”建设, 推进人类命运共同体的构建。

1 “一带一路”背景下中外体育文化交流的时代意义

1.1 文化互信: 中外体育文化交流是建立和维护伙伴关系的纽带

相对于强硬与冰冷的军事、经济、科技、资源等领域, 圆润而温软是文化的本质特征, 因而对外文化交流成为各国理性追求的实现途径和发展需要^[2]。新中国成立后, 我国外交政策的主导是政治意识形态, 但

收稿日期: 2019-09-12

基金项目: 2019 年国家民委民族研究自筹项目 (2019-GMD-062); 湖南省哲学社会科学基金一般项目 (18YBA236)。

作者简介: 白蓝(1987-), 女, 副教授, 博士, 硕士研究生导师, 研究方向: 体育文化、英汉对比研究。E-mail: lanlan87@163.com

面对国内外复杂的形势,我国也采用了具有柔性力量的文化对外交流,以推动新中国走向国际舞台。如20世纪70年代中外文化交流的成功典范是中美“乒乓外交”,当美国乒乓球队被邀来华访问的同时,美国宣布了一系列对华开禁措施,结束了20多年来中美人民交往隔绝的局面。“以小球转动大球”,这种跨越国界和意识形态障碍的民间文化外交模式,成为破冰与化解两国间外交僵局与扩大两国间人员交往的经典案例。

当前中国在“一带一路”的伟大实践中,同样也面临着很多障碍和困难,比如中国经济快速发展,经济总量越升至世界第二,中国的迅速崛起让一些国家畏惧和焦虑,沿线一些国家也产生恐慌和抵触。“一带一路”沿线国家既是宗教和民族问题敏感区,同时又是世界重要的能源产区,有些国家局势动荡不安,同时大国又虎视眈眈,众多问题叠加,造成中国与其合作困难重重,单纯的一些合作,如利益置换、资源置换等^[3],可能难以达成共识,而文化柔性外交或许能发挥积极作用。中国对外文化交流坚持各美其美、美人之美、美美与共的原则,充分尊重沿线各国的文化差异,构建相互包容的文化认同体系,从而增强文化互信,加深彼此感情,进而增强政治互信。而“一带一路”不少沿线国家本身就拥有共同或类似的体育文化,如东盟很多国家至今保留赛龙舟、舞龙舞狮、抛绣球等,其以软、柔之力推动着民心相通,促使沿线民众通过共同的体育文化记忆确定文化身份认同,助力建构超越现实边界的人类命运共同体^[4]。

1.2 文化自信:体育文化对外交流是提升我国文化软实力的重要手段

文化软实力以其吸引力、仿效性、感召力和同化力特性,成为一国综合国力的重要组成部分。中华文明有着上下五千年波澜壮阔的历史,根基稳固、内容丰富、内涵深厚是中华民族优秀传统文化的特征,也是实现中国文化走出去战略的重要依据。提升文化软实力成为新时代进一步增强我国综合国力的重要内容。党的十九大报告强调:“推进国际传播能力建设,提高国家文化软实力。”我国应紧抓“一带一路”建设的契机,立足中华优秀传统文化,深入挖掘民族传统体育文化的独特资源,积极促进体育文化对外交流,努力推动我国民族传统体育文化传播到更多、更远的国度,使更多国家能够接触并了解中国的体育文化。在中外体育文化交融中,更多国家会逐渐发现中国民族传统体育文化不仅具有鲜明的民族特色,而且还具有时代性、先进性和世界性,从而认同我国民族传统体育文化,并加大与中国体育文化交流与合作。这不仅有利于我国民族传统体育文化的继承和创新,展现

真实、立体、全面的中国,而且有利于发挥我国民族传统体育文化在促进世界体育文化共同繁荣中的积极作用,从而有助于增强我国的文化软实力,促使我国的综合国力得以显著提升^[5]。

1.3 民心相通:中国体育文化对外交流是“一带一路”建设的民心纽带

体育是有力推动各国文化交流和合作的重要载体。例如,美国每年出版一部《世界年鉴》,其中体育信息内容占10%,而有关体育方面的消息占了世界6大通讯社总发稿量的25%^[6]。相较于各国的宗教文化,体育文化具有较少敏感内容,其对外交流能跨越民族、语言、制度等障碍,对促进国家之间民心相通作用显著。如2013年中国和巴西互办“文化月”,使双方国家的民众都体验到对方国家丰富多彩的体育文化,进而拉近普通民众的心灵距离;中国的武术、韩国的跆拳道、印度的瑜伽等成为国际性的体育项目也是很好的例证。

体育赛事是实现民心相通的最佳方式。2016年深圳国际马拉松比赛,有来自菲律宾、马来西亚、马尔代夫、泰国、阿联酋等“一带一路”沿线国家参加,参赛运动员通过马拉松体育竞赛构建了体育圈,相互切磋技艺,推心置腹交流,既收获了欢乐,又收获了友谊^[7]。广西与东盟各国有着极为相似的民族体育文化,广西开展的舞龙舞狮、抛绣球、斗鸡、抢花炮等民族体育运动项目在柬埔寨、泰国、越南等国同样存在,双方对民族体育赛事的相互认同促进这些地区人民心灵相通相融^[8],从而有效推动了“一带一路”建设。

1.4 体育搭台:体育文化对外交流是推动经济发展的有效途径

体育是一种国际语言,虽然各国的民族传统体育形式千差万别,但全人类共同追求的“团结、和平、友好”体育精神却是相同的。武术之所以受到世界人民的认同和喜爱,是因其蕴藏着“以人为本、以和为贵”的基本精神。在“一带一路”建设中,加强中国体育文化对外交流,既可以宣扬中国文化“人心和善”“天人合一”的核心价值观,提升中国文化的国际影响力,又可以对“一带一路”经济建设的战略意义进行有效阐释,同时还可巩固已取得的经贸合作成果。

“一带一路”倡议提出5年来,经贸投资合作成效明显。目前,我国与沿线国家建设的境外经贸合作区已有80多个,为当地创造的就业岗位达到24.4万个;2018年上半年,我国直接投资74亿美元到沿线国家非金融类领域,与沿线国家货物贸易进出口额达6050.2亿美元^[9]。体育搭台,经贸唱戏,大力开展“一带一路”体育文化对外交流,是夯实经贸成果的有力

抓手。不仅如此,体育自身就能创造巨大的经济价值,如中国体育用品外贸出口总额占全国出口总额的 1.03%,已经达到 162.52 亿美元^[10]。民族传统体育也能创造巨大的经济价值,中国的武术、印度的瑜伽、韩国的跆拳道等,项目本身市场化程度就较高,而且以这些项目为元素的文化创意产品也创造了较高的经济价值,比如中国武术电影流行于世界,为推动经济发展做出了积极的贡献^[11]。

2 中国体育文化对外交流的限制条件

2.1 国际互信体系尚未建立

“一带一路”倡议的顺利实施需要沿线各国建立互信,才能保证体育文化对外交流的畅通无阻,继而实现共赢。然而,当前我国同沿线国家的体育文化对外交流尚缺乏国际互信体系的支撑,主要表现为:一是我国提出的“一带一路”倡议时间不长,还处于起步阶段,故“一带一路”的科学决策难以在短时间内被沿线国家深入了解;再加上“一带一路”的具体实施内容也在摸索中,需要不断改进,部分国家不能理性预测“一带一路”的前景,故很难有效参与到“一带一路”建设中来。二是沿线很多国家的国内政治环境复杂。一方面,有些国家历史上政治积怨由来已久,如希腊对昔日罗马和奥斯曼帝国曾毁灭该国文明至今难以释怀,政治信赖缺失。另一方面,“一带一路”区域因其丰富的自然资源一直是不少政治大国青睐之地,如美国实施了“新丝绸之路”计划,以达到“重返亚太”的目的。而中国倡导的“一带一路”与美国等的利益很可能产生冲突,他们认为中国输出自身过剩的产能是实施丝绸之路战略的目的,因此被质疑为中国版的“马歇尔计划”。中国的体育用品制造业、体育场馆建设、体育培训业等领域确实存在着产能过剩的问题,而沿线国家对体育用品的需求较大,“一带一路”为我国过剩的体育产能对外输出提供了机遇,但以美国为代表的西方国家的质疑影响了我国体育文化的对外交流。三是其他一些不确定因素的存在。如“一带一路”沿线部分地区恐怖主义猖獗,有些国家仍然处于小规模战争之中,因而在这些动荡的国家很难有效推动体育文化对外交流。此外,我国虽然一直主张永不称霸、和平崛起,但一些国家仍忌惮中国的大国地位,不能完全信任中国,这在一定程度上也阻碍了我国体育文化的对外交流。

2.2 中西方体育文化差异显著

“一带一路”沿线国家文化的差异使得各国对体育运动的理念、认识及训练方式等存在差别,尤其是中华民族传统体育,很难被西方人有效理解和接受。

中国武术追求“天人合一”“形神兼备”“内外兼修”,运动理念上强调个人与自然和社会的和谐统一,训练方式讲究均衡和整体,鄙视单纯的肌肉训练,训练强度上也比较温和。但西方体育文化与此相反,对待运动的理念是强调个性和自由,训练方式上强调突破极限、征服自然。因此,如何克服沿线国家体育文化的差异,让这些国家能理解并接受中国传统体育文化,这是我国体育文化对外交流所面临的巨大挑战。

2.3 体育文化对外交流的形式、内容较为单一

我国体育文化对外交流进展缓慢,与跨文化交流的方式、内容等缺乏多样性有关。首先,体育文化对外交流的渠道单一,官方在对外交流中一直扮演着重要角色,创新欠缺。主要表现为我国传媒在对外交流中仍习惯于用中国式思维,不懂得充分了解沿线国家的接受习惯及真实需求,不会用国际语言说话,因此文化对外交流难以获得预期效果,甚至还会产生负面效应。此方面的典型案例是中国形象宣传片在美国纽约时代广场的播放。其次,体育文化对外交流语言单一。体育文化是一种身体文化,在对外交流中可用身体表达和语言表达两种方式同时进行,但语言的重要性不言而喻,在“一带一路”沿线国家体育文化对外交流中,失去语言就失去话语权。现今中国武术仅以英语等语言进行对外交流,而全球国家和地区有 200 多个,语言达到 5 000 多种^[12]。再次,体育文化对外交流的内容单一。当前我国仍以群众体育、竞技体育和体育产业等常规活动作为体育文化对外交流的主要内容。群众体育领域主要以武术、健身气功等运动为主,竞技体育主要为羽毛球、乒乓球等我国传统优势项目,体育产业主要为海外投资、国内体育品牌的海外推广^[13]。由上可见,体育文化对外交流的内容与形式单一,且主观倾向性很强,没有结合当地的体育特色活动选择交流内容,效果自然不佳。

2.4 我国国际体育话语权微弱

国际体育话语权是软实力的重要方面,是提升我国体育国际地位的重要依托。不难发现,相对于我国经济贸易、竞技体育等方面影响力,我国国际体育话语权处于失衡地位。第一,我国在国际体育组织中的话语权微弱。当前 35 个国际单项体育组织中有 10 个体育组织会员数超过联合国会员数,如国际足联、国际乒联、国际田联等拥有 200 多个会员,可见国际体育组织覆盖范围广,在国际体育组织中拥有话语权无疑可提升中国的国际影响力。中国经过近 70 年的努力奋斗,目前仍只有 20 多人在 35 个国际单项体育组织和国际奥委会中任职。国际单项体育组织和国际奥委会的官方语言主要是英、法、德、西等,欧洲人在国

际体育组织中拥有中国等亚非国家所不具备的语言方面的天然优势。由于语言的限制,即便任职的中国官员也难以充分发挥作用,与中国竞技体育强国形象不相匹配^[14]。第二,缺乏对国际体育事务的话语决策权。近年来我国对自身竞技体育实力的提高方面非常重视,但与外部联系较少,导致无法实现我国体育发展的自身利益诉求,突出表现在制定项目未来发展规划方面。如奥运会除跆拳道等是少数东方项目外,其余项目的未来发展规划几乎被西方国家掌控。欧美人一直掌握着自行车、游泳、田径等项目的话语权。第三,体育规则制定方面没有发言权。体育赛事是“一带一路”国家体育合作的重要方面,但由于国际体育话语权的建设工作曾一度被我国忽视,导致我国在体育规则的制定与修订、国际体育赛事的承办与评估等方面话语权欠缺,在一定程度上制约着体育对外交流的深入开展。

3 推进中国体育文化对外交流的策略

3.1 促进合作互信,打造命运共同体

我国实施“一带一路”倡议,目的在于向世界展示一个互信互助、共同发展、和平共处的良好大国形象,实现和各国的共同繁荣发展^[15]。要想保障“一带一路”建设的有序运转,推动各国体育文化的交流融合,中国首先必须要以身作则,尊重各国的主权及各类习俗,要向他国体育谦虚地学习,借鉴他国先进的体育经验,取长补短;要转变话语风格,尊重各国的民俗体育文化,用真诚的态度与各国进行体育交流,以消除沿线国家对我国的质疑和顾虑。同时我们还要热情迎接八方体育来宾,最大可能用心和情感去打动每一位教练员和运动员,让“一带一路”沿线国家相信中国体育对外交流的目标是为各国人民谋福。其次,我们对沿线国家的宗教差异必须以开放包容的精神理解和认识。鉴于佛教在“一带一路”沿线国家的广泛影响力,我国可以佛教作为中国体育对外交流的要素,将少林武术作为我国体育对外交流的切入点,建立佛教武术交流中心,以此联结各国的佛教信徒,从而增进中国与沿线各国佛徒的情谊。此外,强身治病是各国开展体育活动的目标,因此可以各国的传统体育、优势项目作为体育对外交流的重要内容,如太极、导引术和中华气功等是我国的民族传统体育项目,羽毛球、乒乓球等是我国的强项但却是他们的弱项;而印度的瑜伽,日本和俄罗斯的足球,韩国的跆拳道又是我们所缺乏的,我们可通过这些项目的交流相互补充,造福沿线国家大众,以促进各国人民的民心相通。再次,善于制作体育文化创意产品。我们在体育文化交流的过程中,可以各个国家的体育文化特色为依据,

精心制作体育文化产品,并将博爱、包容、和平等理念融入其中,让各国人民从体育文化产品中感受到中国的和平态度、合作诚意,从而由衷地喜爱和欣赏中国的文化,进而为国际互信体系的建立奠定良好的基础。

3.2 加大体育文化双向沟通交流力度

我国应本着和谐包容的原则处理沿线国家的体育文化差异问题,应尊重各国体育文化发展模式。首先,大力培育体育文化对外交流的相关人才。体育文化对外交流能否成功在很大程度上取决于人才,体育人才是促进“一带一路”建设的重要方面,是消解体育文化差异所造成误解的重要途径。对此我国高校可针对性地开设小语种、民族学等有关专业,或者采取公派、自费形式到沿线国家留学,这样一方面有利于学习当地的语言,打破“单一”语言对外交流的窠臼,另一方面又可了解当地的文化风俗,从而为“一带一路”建设培养出既懂体育又精通当地语言和通晓当地文化习俗的复合型人才。同时我们还要在沿线国家多开办孔子学院,推动中华体育文化“走出去”;实施“一带一路”体育留学计划,吸引这些国家的青年学生来华接受体育留学教育,以此培养一批掌握中国体育文化的人促进“一带一路”体育文化的交流。其次,举办形式多样的体育文化交流活动。为促进“一带一路”国家对彼此体育文化的理解和交流,中国可与沿线国家开展形式多样的体育文化交流活动,适时推出一批有影响力的体育文化项目。如举办体育文化月、体育文化周、体育文化节,建设海外体育文化中心,开设体育展览等。通过官方和民间体育文化对外交流“双管齐下”,架起体育文化沟通的桥梁,可力推沿线国家体育文化互融共促。再次,加大媒体的体育国际宣传力度。针对“一带一路”沿线国家的体育文化传播,我国应开设专门的电视台、电台,通过主流媒体对中国体育文化,尤其是中国民族传统体育文化的宣传,使沿线国家对中国传统体育文化的核心文化精神“德”和“仁”有更多了解,进而认可并接受中国体育文化。

3.3 丰富体育文化对外交流的形式与内容

中国体育文化对外交流应坚持“以我为主、兼收并蓄”的理念,不断创新其内容和形式,提升其对外传播的效果。首先,构建多元主体的体育文化对外交流渠道。这一多元主体包括政府、社会组织、个人、企业等。政府主要是从公共外交的角度,通过政治访问、各类体育赛事等开展体育文化对外交流;民间社会团体相比政府主体更熟悉不同民族体育文化的传播特点,因而可在体育文化对外交流中发挥其优势,制定出更具有针对性的交流策略;个人可借助于微信、微博等进行跨域交流,扩大体育文化对外交流范围;

企业通过生产和销售具有中国体育特色的文化产品,让沿线国家消费者感受到中国传统体育特色产品,进而了解中国的传统体育文化。其次,采用多样化的交流策略。在对外交流理念上,应摒弃灌输式的“宣传”模式,采用精准化的对外交流策略。需根据沿线不同国家民众的意识形态、风土人情、接受习惯等,构建双向体育文化交流模式,从“自说自话”走向“交流对话”,讲好中国体育故事。再次,丰富体育文化对外交流的内容。要深入调查沿线国家思想情况、生活方式、民族性格等,结合当地的特色体育活动不断丰富体育文化对外交流的内容。如我国可有针对性地开展海上丝绸之路帆船赛、陆上丝绸之路汽车拉力赛等赛事;举办“一带一路”国家运动会,项目设置既包括国际奥林匹克运动会的部分竞赛项目,又包括沿线合作国家特色体育项目;通过有特色的地方体育赛事进一步开发合作国家体育旅游市场等^[6]。诸如此类开展区域特色的多样化体育文化交流互动,可有效促进沿线国家的产业互通和民心相通。

3.4 提升我国国际体育话语权

为寻求更公平的国际体坛环境,推动“一带一路”中国体育文化对外交流,必须提高我国在国际体育话语权中的地位。首先,增加在国际体育组织中我国官员担任重要职务的人数。由于受体制、公务员轮岗制度、出国次数限制等诸因素的影响,任职官员参加决策层会议的积极性不高,国际体育组织甚至除名缺席会议次数过多的中国官员。同时,我国应推进体育体制改革,将中国体育官员履职的体制束缚尽量降低。选派更多体育专业人才,如退役后的奥运冠军、世界冠军等通过深造学习进入国际体育组织,不断增加中国官员担任重要职务的人数;此外,鼓励民间优秀人士出任国际体育官员。国际体育组织在选拔官员时会尽可能避开政治因素对体育的干扰,因此,相对于传统的各国政府选派外事专家的人才输送模式,国际体育组织更希望任职的官员是直接能推进体育项目发展、实力雄厚的企业家、律师等。因此,中国应对阿里、万达等这类关心体育的企业加以引导,鼓励其投资体育产业,进而加入国际体育组织并担任重要职务;同时鼓励体育巨星出身的新锐企业家,如邓亚萍、姚明等投身于国际体育事业,借助于资本的力量提高我国国际体育话语权。其次,积极参与国际体育事务。我国要想在国际体坛真正拥有话语权,就必须以文化自信的态度和体育大国的形象在国际体育组织中从事高层事务的决策工作,积极参与国际单项组织各层级会议,唯有如此才能厘清国际体育组织内部运行的过程,才有可能参与项目未来发展规划、体育规则的制

定等关键过程,并能及时掌握项目规划、章程和规则等新变化,从而获得更多国际体育话语权,发出中国声音以消除各种杂音。

参考文献:

- [1] 郝时远. 文化多样性与“一带一路”[N]. 光明日报, 2015-05-28(11).
- [2] 刘宝存, 张伟. 文化冲突与理念弥合——“一带一路”背景下新型世界公民教育刍议[J]. 清华大学教育研究, 2018, 39(4): 56-63.
- [3] 范周, 周洁. “一带一路”战略背景下的中国文化软实力建设研究[J]. 同济大学学报(社会科学版), 2016, 27(5): 40-47.
- [4] 谢中元. “一带一路”建设与非物质文化遗产保护问题探论[J]. 理论导刊, 2017(7): 78-82.
- [5] 赵立庆. “一带一路”战略下文化交流的实现路径研究[J]. 学术论坛, 2016(5): 144-148.
- [6] 陈刚. “一带一路”战略实施中推进体育文化国际传播的研究[J]. 首都体育学院学报, 2017, 29(1): 4-7.
- [7] 胡家浩. “一带一路”体育合作的“金砖”路径[J]. 沈阳体育学院学报, 2018, 37(4): 1-7.
- [8] 尹继林, 李乃琼. 广西与东盟民族体育赛事交流研究[J]. 广西社会科学, 2013(7): 40-43.
- [9] 国家发改委. “一带一路”五年来取得六方面成效[EB/OL]. [2018-08-09]. <https://www.yidaiyilu.gov.cn/xwzx/gnxw/62327.htm>.
- [10] 姜同仁, 张林. “一带一路”与中国体育产业对接发展路径研究[J]. 西安体育学院学报, 2017, 34(2): 129-139.
- [11] 妥培兴. “一带一路”战略下民族传统体育跨文化传播的价值、困境及其消解[J]. 南京体育学院学报, 2017, 31(1): 13-17.
- [12] 王国志, 张宗豪, 张艳. “一带一路”倡议背景下中国武术国际传播偏向与转向[J]. 武汉体育学院学报, 2018, 52(7): 70-74.
- [13] 张德胜, 张钢花, 李峰. 体育外交在我国强国建设中的作用及实践路径[J]. 上海体育学院学报, 2018, 42(1): 27-32.
- [14] 汪习根, 汪茹霞. 论中国国际体育执法话语权提升之道[J]. 武汉体育学院学报, 2018, 52(12): 38-46.
- [15] 莫旻熒. “一带一路”背景下文化传播与交流的实现路径探究[J]. 社会科学家, 2018(6): 156-160.
- [16] 梁昊光, 李英杰, 宋佳芸, 等. “一带一路”建设中的体育交流与合作研究[J]. 首都体育学院学报, 2019, 31(3): 195-200.