

后奥运时代武术发展再探

Reconsideration on Wushu Development in Post-Olympics-Times

何 英

HE Ying

摘 要:采用文献资料法,在分析后奥运时代武术发展面临的机遇与挑战的基础上,对2008年北京奥运会结束后中国武术的发展方向 and 战略问题进行探讨。我国经济社会地全面发展将为包括武术在内的体育的发展提供千载难逢的机会,我国国际影响力和软实力的大幅提高将对包括武术在内的传统文化地国际传播奠定坚实的基础,经济全球化、体育全球化为武术在国际上地传播提供了广阔的舞台;同时,后奥运时代我国竞技体育市场化、产业化转轨必将深刻影响武术的发展前景和道路,竞技体育竞赛规则的规范化、标准化要求竞技武术比赛规则进行适应性调整。结论指出,2008年奥运会后的武术发展,应当从武术在现代体育中的影响力的这一定性指标和大众习练人数、职业习练人数、规模性武术比赛次数和观众人数等定量指标来设置明确的2020年和2050年阶段性战略目标,并以习练者和公众的需求为中心改造现代武术,改走大众化、市场化、产业化之路,成立专门的武术发展推广机构,并借鉴跆拳道推广和发展的经验。

关键词: 奥运后;武术;发展;大众化;市场化;国际化

中图分类号: G 852 **文章编号:** 1009-783X(2011)04-0300-05 **文献标志码:** A

Abstract: Through using the method of literature review, and based on analyzing the opportunity and challenge of Wushu development in post-Olympics-times, this paper makes discussion on Chinese Wushu developing direction and strategy after 2008 Beijing Olympic Games. The result shows that the all-round development of our social economics will provide the golden opportunity for sports development including Wushu. The advancement of our international influence and soft power lays a solid foundation for international communication of traditional culture like Wushu. Economic globalization and sport globalization provide the broaden stage for Wushu communication in the world. At the same time, the sport marketization and industrialization transfer of post-Olympics-times will inevitably influence the developing path and prospect of Wushu. The standardization of sport competition rule requires the Wushu competition rule to make adjustment. It concludes that the Wushu development of post-Olympics-times should set definite and strategic goal for 2020 and 2050 based on the number of mass exercisers, Wushu matches and audience. The modern Wushu should meet the requirement of exercisers, and follow the way of marketization, industrialization and popularization. A special agency for promoting wushu development should be setup and the experience of the spreading and development of Taekwondo shall be learned from.

Key words: post-Olympics; Wushu; development; popularization; marketization; internationalization

自1998年国际武联向国际奥委会递交武术入奥申请后,奥运战略成为武术发展战略的全部。2005年,国际奥委会在新加坡全会上宣告武术进奥的梦想破灭后,武术的发展战略问题再次引起了武术界的热议。2008年第29届奥运会开幕式上的太极拳表演和特设武术比赛,使武术的推广和发展达到一个新的高潮。“无以伦比”的2008年奥运会完美谢幕后,中国武术应当如何发展?将何去何从?再次讨论此问题的意义是不言而

喻的。

1 后奥运时代武术发展面临的新形势

1.1 后奥运时代武术发展面临的机遇

1.1.1 我国经济社会的全面发展将为包括武术在内的体育的发展提供千载难逢的机会

体育作为社会活动和社会文化的组成部分,直接受社会经济的制约。纵观人类社会的发展史,体育的发展水平直接依赖于经济社会的发展水平,经济社会发展程度越高,体育也越繁荣。相反,落后的经济社会发展水平必然制约和阻碍体育水平的提高。改革开放30年,随着我国经济社会发展水平地不断提高,学校体育、竞技体育、大众体育都得到了空前发展。2008年奥运会的成功举办和金牌总数第一,充分证明和展示了我国经济社会发展的较高程度和竞技体育的较好水平。胡锦涛总

收稿日期:2009-07-01

作者简介:何英(1972—),女,辽宁沈阳人,硕士,讲师,研究方向为民族传统体育学。

作者单位:北京体育大学武术学院,北京 100084

College of Wushu, Beijing Sport University, Beijing 100084, China.



书记在纪念党的十一届三中全会召开30周年大会上的讲话中明确提出在建党100周年之际建成“惠及十几亿人口的更高水平的小康社会”的宏伟目标,在这“更高水平的小康社会”中,十几亿人口的国家和社会不仅有更好的物质基础来投入和发展体育事业,而且十几亿人口通过体育来改善生活质量、提高生活水平的需求将得到充分释放,包括武术在内的中国体育事业将迎来一个空前的机遇。“以人为本”的科学发展观将使我国政府和国民更加关注满足人的精神文化需求,体育将成为人民提高生活质量、实现人的全面发展的基本手段。

1.1.2 我国国际影响力和软实力的大幅提高将对包括武术在内的传统文化的国际传播奠定坚实的基础

任何一种文化的国际传播,都是建立在该种文化赖以产生和发展的经济基础之上。中国传统文化从唐代就开始比较系统地向外输出,并随着中国国力的强盛而不断扩张。反过来,自鸦片战争后,中国国力的衰落带来的不仅是国门被“坚船利炮”打开,更多的是西方物质文明、观念文明和制度文明向中国的输入或者“入侵”。回顾中国文化向外传播的历史和西方文化向中国传播的历史,以及近现代西方文化在全球传播的轨迹,可以看出,任何一种观念文明和制度文明的国际传播,无一不是建立在该文化所依赖的物质文明的影响力和国际传播的基础之上。改革开放的30年,既是我国学习借鉴人类社会创造的一切文明成果的30年,也是我国综合国力和国际影响力不断壮大、中国传统文化不断向外传播的30年。我国国际影响力的进一步提高,为包括武术在内的中国传统文化的国际传播奠定了坚实的基石。全球孔子学院的建立,无疑是我国经济实力与中华文化国际传播的关系最有力的佐证。

1.1.3 经济全球化、体育全球化为武术在国际上的传播提供了广阔的舞台

在经济全球化深入发展的21世纪,体育全球化已成为不可逆转的趋势和不可抗拒的客观现实。体育全球化在经济、物质层面表现为体育市场、体育技术、体育人才、体育管理等全球化,在文化或者精神层面表现为体育观念、体育意识、体育精神、体育理论与研究等的全球化。体育全球化是各种不同区域、不同民族体育文化在全球传播中相互竞争、相互借鉴、相互影响的过程,既是体育的核心观念和价值的一元化的过程,也是体育的形式和方法多样化的过程。体育行业资金、信息、人才、技术、知识等的自由流动和公平竞争,“天高任鸟飞,海阔凭鱼跃”的国内、国际体育市场,为武术的发展呈现出无限的空间。

1.1.4 武术与其他体育项目的差异性是其国际化的先决条件

众所周知,在目前的国际体育市场,由于多种原因,足球等源于西方的体育项目几乎占据了国际体育市场的全部,留给武术等源于东方的体育项目的空间不大;但是,作为成为全球习练者和观众最多的体育项目,足球也无法做到一统天下,让全世界体育习练者都投入到这项运动中,也无法让全球体育观众的眼球均投向足球赛事。这并不是因为足球的魅力不够强大,也不是因为国际足联等足球组织不会运营,而是因为60亿人口没有也不可能同样的口味、同样的喜好、同样的文化,这个

世界不是也不可能是只有一种颜色、只有一种文化、一种风格。“一花独放不是春,万紫千红春满园”。绚丽多彩、五彩缤纷才是世界的本来面目。充满差异性、多样化才是现代体育的基本面貌。近现代体育的发展史就是新项目不断产生、老项目不断发展和创新的历史,武术与其他体育项目的差异性就是武术存在和发展的根本前提。

应当注意的是,强调体育项目的差异性,并非要否认或者抛弃所有体育项目的普遍性或者共性。任何现代体育项目,都是体育的共性(普遍性)与该项目的个性(差异性)的对立统一,共性是基础,个性是保障,因此,现代体育项目的发展,必须在遵循共性的前提下充分发挥个性。过分强调共性而忽略个性,必然失去特色和优势,被其他项目代替和淹没;过分突出个性而忽视共性,必然丧失基础,成为无源之水、无本之木,不能长久。

1.1.5 2008年奥运会开幕式中的太极拳表演和特设武术比赛有力地增进了全世界体育观众对武术的习练和观看兴趣,必将有力地推动武术的普及和推广

现代体育项目要想得到发展,无非就是要争取更多的习练者和观众。通过赛事让现场观众沉浸于比赛带来的激动、兴奋、惋惜等愉悦体验,是吸引观众并让他们产生习练兴趣的基本手段。媒体尤其是电视媒体对体育赛事的现场直播,是体育项目吸引观众和习练者的重要途径,现代体育赛事的竞争,从某种意义上讲就是吸引电视观众的竞争。世界杯足球决赛在2002年创造了15亿观众^[1]的纪录,但是,与2008年奥运会开幕式40亿观众^[2]相比,世界杯只能是“小巫见大巫”。这就意味着,奥运会开幕式上的太极拳表演,尽管在时间上比世界杯决赛少了很多,但是,其观众数量却远远超过了世界杯决赛。我们完全有理由相信,这5min的表演,已经深深地印在全球40亿观众的脑海中,全世界40亿人已经初步和直观地了解了中国武术的优秀代表——太极拳。同样,2008年奥运会特设武术比赛,虽然其观众人数与开幕式的观众人数不可同日而语,但毫无疑问的是武术进入国际体育赛事舞台以来观众最多的赛事,足以创造武术比赛观众人数的新记录。这2项活动向全球体育观众直观地展示了武术的魅力,增进了全世界体育观众对武术的习练和观看兴趣,使武术的普及和推广达到一个新高潮。

1.2 后奥运时代武术发展面临的挑战

1.2.1 后奥运时代我国竞技体育市场化、产业化转轨必将深刻影响武术的发展前景和道路

前奥运时代,作为奥运主办国,“金牌战略”一度成为中国体育行业的政治任务,既然是政治任务,就必然要以经济即国家投资为基础。“举国体制”在2008年奥运会前达到巅峰,并取得了金牌总数第一的极大成就。金牌总数第一虽然在一个侧面可以说是举国体制的成效,但并不能证明举国体制的合理性和必要性。在计划经济时代,在我国综合国力较弱的时期,国际体育赛事尤其是奥运会的金牌的确能够增强民族自信心、自豪感和凝聚力;但随着市场经济体制的建立和不断完善,随着我国国力的不断增强,国人逐渐认识到金牌似乎难以与国力

划等号(足球是一个典型例子),金牌似乎不应该是国家财政投入的领域。金牌总数第一,已经让国人产生了“金牌疲劳”。竞技体育的国力象征意义越来越弱,其政治功能的逐步退化,市场化、产业化必将成为竞技体育的归宿。国家财政对竞技体育的投入必然转向大众体育和学校体育。武术要成为真正的竞技体育,不能再靠公共财政来支撑和发展,只能去市场中去扩大自己的观众群,开拓自己的天地。即使公共财政增加对大众体育、学校体育的投入,也只能是用于体育设施、体育环境的改善上,不可能专用于某个体育项目的发展,能否在体育市场、体育产业的激烈竞争中赢得观众、赢得习练者,占领一席之地,成为武术发展面临的最大挑战。

1.2.2 体育全球化将使国人更多地接触外来体育文化,必将分流部分习练者和观众

体育全球化不仅意味着我国民族传统体育文化有可能和更多的机会向外国传播,从而赢得更多的习练者和观众,获得更大的发展空间,同时还意味着包括外国体育文化将打开我们的国门,进入 13 亿中国人的视野。在改革开放前和改革开放初期,习练武术成为一件受人敬仰的事情,观看武术比赛也是令人激动的文化活动;但是,随着国门的逐步打开,尤其是全球化成为不可阻挡的历史潮流的今天,各种各样的体育项目为国人健身、娱乐提供了更多的选择,电视上每天都有转播的各种体育赛事使国人“乱花渐欲迷人眼”,足球迷、篮球迷、网球迷、拳击迷、街舞迷、瑜伽迷等各种体育人群快速增长,武术习练和观看人群快速下降,武术迷难觅踪影。多样化的、有着不同文化背景和色彩的体育项目进入我国体育市场,必然使武术流失部分习练者和观众,挤压武术的发展空间。

1.2.3 竞技体育竞赛规则的规范化、标准化要求竞技武术比赛规则进行适应性调整

现代竞技体育的发展史,既是竞技水平不断提高和观众人数不断增长的历史,也是竞技体育本身的规范性、标准化水平不断提高的历史。计时计分工具的精确化、科学化,评分规则的规范化、标准化,实质上是竞技体育平等、公平竞争等内在价值、理念的外在要求。武术要成为真正的竞技体育,必须按照平等、公平、公正的竞技体育价值来设定和调整自己的竞赛规则。尽管国际武联已经作了大量的努力,颁布了若干部《武术套路竞赛规则》和《武术散手竞赛规则》,并在 2001 年专为奥运会颁布了新版《武术套路竞赛规则》,但与现代竞技体育竞赛规则的规范化、标准化程度相比,竞技武术竞赛规则还有需要完善的空间。

2 后奥运时代武术发展战略

2.1 武术发展必须设定明确的战略目标

制定武术发展战略,首要任务是设定明确的战略目标。战略目标的设定,应当有阶段性,武术发展战略目标的阶段性,应当与我国经济社会发展战略的阶段性相适应。我国已经提出了建党 100 周年(2021 年)“建成惠及十几亿人口的更高水平的小康社会”和建国 100 周年(2049 年)“建成中等发达国家”2 个重要阶段性目标,武术发展的战略目标,也应当主要划分为 2021 和 2050 年阶段。武术发展战略目标,既要从武术在现代

体育中的影响力的角度进行定性考量,也要从大众习练人数、职业习练人数、规模性武术比赛(国际性比赛、地区性比赛、国家性比赛)次数和观众人数(现场观众和电视观众)等指标进行量化设置。

后奥运时代的武术发展,需要再次考虑武术是否有进入奥运会的必要性和可能性。武术入奥失利之后,尽管有学者从文化学的角度认为武术入奥没有必要,但多数学者仍然主张将入奥作为武术国际化的重要战略目标。笔者认为,在经济全球化、体育全球化成为不可阻挡的历史潮流的今天,“源于中国”的武术必须“属于世界”^[3]。武术作为中国民族传统体育文化的典型代表,不仅完全符合奥林匹克精神或者文化中的“平等、进取、理解、友谊、团结、公正竞赛、参与比取胜更重要”^[4]等理念或者价值观,并且完全符合“培养身心和谐发展的人,并以此为基础建立一个维护人的尊严的社会,进而建立和平和更加美好的世界”^[5]的奥林匹克宗旨或者目标,因此,武术的发展必须以“入奥”作为重要战略目标,并通过“入奥”进一步促进武术的发展。

再看武术“入奥”的可能性?根据国际奥委会 2007 年的改革决议,从 2020 年起将确定 25 个核心大项,每届奥运会将固定设置这 25 个核心大项,临时最多可设 3 个项目;因此,武术成为奥运会的固定项目,必须在 2020 年前完成,否则只能成为每届奥运会的临时项目。留给我们的时间只有 10 年,武术进入 2012 年伦敦奥运会已经不可能,成为 25 个核心大项的机会将十分渺茫;但是,2012 年伦敦奥运会 26 个大项中,至少有 1 个将在 2020 年被“赶出”奥运会。那些仅在少数国家“广泛开展”的项目,例如,马术、现代五项以及乒乓球、羽毛球等,在保留奥运会固定席位的竞争中,如果有在全球开展更广泛的项目申请进入奥运会,没准会出现一起出局的情况;因此,如果武术到 2020 年在全球的普及程度大大超过现有的少数奥运会项目,2020 年成为核心项目未必不可能。此外,尽管 2007 年已经设定了 2020 年确定 25 个核心大项的改革目标,现有国际奥委会设定的改革目标不可能成为未来国际奥委会的“老祖宗留下的规矩”,不能更改;因此,武术发展战略在 2020 年前后的最重要的目标,就是成为 2020 年国际奥委会确定的 25 个奥运大项之一。

2.2 以习练者和公众的需求为中心改造现代武术,使武术成为人们乐于习练和观看的现代体育运动

体育项目按不同标准可作不同分类,例如,从习练的主要目的或者习练人群的角度,可分为学校体育、竞技体育、大众体育(社会体育)。笔者认为,从考虑体育项目的发展角度出发,应当确立一种新的分类方法,即以能否由大众习练和观看来进行分类。按这一分类方法,所有体育项目都可分为 3 类:专业类(竞技类)、大众类和混合类。专业类是指因技术、设备和场地等原因,大众无法进行习练,主要由专业运动员习练和竞赛、由大众观看的项目,例如体操、跳水、举重、射击、击剑、花样游泳等,这类项目一般需要专业的设备和场地,并由专业教练指导,经过长期的专业训练才能初见成效。大众类项目是主要由大众习练,无法由职业运动员进行竞赛的项目,例如瑜伽、导引

养生功、太极柔力球。混合类是既可由大众习练,也可由专业运动员竞赛、由大众观看的项目,例如,游泳、足球、跳远等。无论哪类项目,要想在种类繁多的现代体育中获得一席之地,都必须以受众的需求为中心,来确立自己的发展方向。

体育项目的受众无非包括大众习练者和观众2类,从经济学的角度就是消费者。作为观众的大众,其主要需求是观赏、娱乐、激励,不存在健身、养生、塑体等需求。作为习练者的大众,其主要需求是健身、养生、休闲等,不存在观赏、激励等需求。专业类项目难以用于大众习练,主要是由于职业运动员竞技,其主要的受众是观众(即观看比赛的大众);因此,这类项目的发展就应当以“观赏性”作为根本方向,满足观众欣赏、欢乐、激励等心理需求,例如体操、跳水等项目。对于大众类项目,因无法用于竞赛,只能由大众习练,其发展必须坚持“易习练”的方向,满足大众习练者的健身、养生、休闲等需求。对于混合类项目,由于既可用于职业运动员竞技,也可用于大众习练;因此,其受众既有大众习练者,又有观众,有的还集观众与习练者的身份于一身。因此,这类项目的发展要始终围绕观众和习练者的不同需求,坚持“观赏性”与“易习练”并重的方向。此外,这类项目的普通习练者与专业运动员之间只有水平之差异,没有习练方法与规则之不同,例如,篮球爱好者习练用篮球和比赛规则与NBA竞赛用篮球和比赛规则没有不同,足球爱好者习练用足球和比赛规则与世界杯竞赛用足球和比赛规则也无二样。

武术的受众包括习练者和观众2类。习练者和观众的需求是不同的,习练者希望在习练中满足健身、休闲、竞争、进步等生理和心理2方面的需求,这就要求武术的习练不能太复杂、太困难、太枯燥。观众则希望通过观看武术比赛满足欣赏、激励、佩服、激动等心理方面的需求,这就要求武术比赛必须紧张、刺激,同时体现武术的特色,有别于拳击、柔道、跆拳道等其他身体对抗项目,也有别于体操等非对抗性项目;因此,武术的发展既要坚持竞技武术的专业化、观赏性的方向,同时也必须在大众武术中坚持走大众化、易习练的道路。

当代武术在理论上和实践上已经形成了传统武术与现代武术(竞技武术)2大基本分类^[6]。根据周伟良博士的观点,“所谓传统武术是指在农耕文明背景下形成并发展至今的,以套路、散打包括功法练习为有机活动内容,以家传或者师徒传承为主要方式,以提高技击能力为主体价值,注重体用兼备的中华民族传统体育活动形式”^[7]。根据洪浩博士的观点,“竞技武术是指在传统武术基础上发展起来的,以专业人群为活动主体,以竞赛项目为主要训练内容,最大限度地发挥和提高个人或群体的运动竞技水平,争取获得优异运动成绩为目的的一种武术运动”^[8]。这种分类方式主要根据2类武术的历史背景、活动内容、传承方式、习练目标为区分标准,有一定合理性;但是,笔者认为,对于现代体育项目的发展而言,无论是源于西方的项目还是源于东方的项目,更重要的分类方法是习练人群或者习练目标为分类,即分为以竞技为目标的竞技体育(职业体育)和以健身为目标的健身体育(大众体育)。武术也应当遵循这一分类方法,分为竞技武术和大众武术2类,不宜使用“传

统武术”的提法。主要原因在于,那些被称为“传统武术”的拳种、流派如果用于竞技,就是竞技武术,如果用于健身,就是大众武术。

近年来,为实现“传统武术”的发扬光大,国家和各地举办了大量的“传统武术”比赛,中央电视台按照市场化方式举办了颇有影响力的“武林大会”,这使武术界颇为振奋和激动,似乎看到了“传统武术”发展的曙光。笔者赞同通过竞赛的方式来体现武术的魅力从而发展武术,但目前已进行的比赛能否达到预期效果,笔者不敢苟同。首先,看看现场观众的反应:一位现场观看过武林大会的观众表示:“比赛的过程似乎并没有想象中的精彩,有时甚至根本看不懂其中的门道。”另一位在现场看过武林大会的观众则表示:“由于是录制播出,比赛的过程断断续续,让人感觉不太像是个比赛,而更像是一个娱乐节目的录制现场。”^[9]再看网友的评论:“调到CCTV5正好在播放一个什么武林大会,好奇看了一会,建议改名叫CCTV5街头混战摔跤大赛”,“上来就打混混拳,什么路数也没有,还不如看街头打架。”^[10]显然,观众对这些的“传统武术比赛”不感兴趣。其次,这些比赛按拳种来参赛,无法体现武术的价值。尽管我国已挖掘整理出129个拳种,但武术是身体搏击之术,拳种只是不同地区人们总结出来的不同练习方式和路径,无论什么拳种,最后要“殊途同归”——用于战场搏杀,战场上的搏杀是不分拳种、流派的。按拳种参赛无法体现武术本身的价值。再次,前述比赛也不符合现代竞技体育的精神。现代竞技体育强调公平、公正,所以在身体搏击类项目中,都是要按照性别、体重来划分级别的;而前述比赛不划分级别,符合武术用于战场搏杀的“传统”,但不符合公平公正的现代体育竞赛精神。最后,从观众的反应来看,参赛选手基本上没有掌握武术的技巧,绝大多数是凭本能,完全没有体现武术的精髓,已经脱离了武术的范畴。

20世纪50年代以来在传统武术基础上按照现代竞技体育模式改造而成的竞技武术目前包括套路和散手2大类,近年来也出现了功力这一新的形式或者类别。套路被作为武术进入奥运会的代表项目,这种模式和道路是否有利于竞技武术的长远发展,值得深入研究。武术是以身体的直接对抗为基本特征,与拳击、柔道、跆拳道应当属于同类性质的体育项目;但目前套路比赛中,运动员之间不进行直接的身体对抗,仅仅是通过演练既定的动作顺序来展现运动员的水平,从某种意义上已经不再是武术——身体对抗之术。竞技武术的本意就是武术与竞技的结合,因此,竞技武术的发展必须体现是武术的基本特征(身体对抗)与竞技的基本属性(公正、公平、竞赛)。从这种意义上看,现有的散手比赛更接近于竞技武术,当然,散手比赛必须体现武术不同于拳击、柔道、跆拳道以及空手道等其他身体对抗运动的特色,例如“刚柔相济”“借力打力”“四两拨千斤”“以守为攻”“以静制动”“以慢制快”,等等。遗憾的是,目前散手比赛的运动员几乎没有谁能够有所作为。之所以如此,是因为这些散手运动员没有经过长时间的武术技法与功法训练,无法真正掌握武术之精髓,习得武术之高超技艺;因此,竞技武术运动,必须以散手为基本运动样式,并在选手真正吸收和掌

握武术之精妙技艺的基础上才可能得到长足发展。

与射击、跳水、举重等主要用于竞技的体育项目不同,武术也是完全可以用于大众习练的体育项目。武术的发展必须抓住大众武术这一重要支柱。不同年龄阶段的人群习练体育的目的、兴趣点和需求是不同的,因此,要使武术有更多的习练人群,需要根据不同年龄阶段人群的不同需求,重点推广不同的大众武术。青少年习练体育项目一方面是健身,更重要的是身体和心理的自我挑战、自我发展、自我完善,包括与同龄人竞技;所以,对于青少年人群,需要创编一套易入门、循序渐进的,能够满足他们自我挑战、自我发展、自我完善需求的散手习练技法,使青少年在习练武术中实现强健躯体、磨砺精神与心智之目标。由于其枯燥和很难体现竞争性,套路难以满足青少年自我发展、自我挑战的需要,因此,对青少年几乎没有任何吸引力,也不宜向青少年推广。中老年人习练体育项目,既注重休闲、娱乐,更注重健身、养生,但很少会产生自我挑战和与同龄人竞技的想法;所以,对于中老年习练者,需要大力推广以简化太极拳为主要形式的健身武术。

2.3 武术发展要走大众化、市场化、产业化之路

作为中国传统文化代表的京剧、武术、中药等出现了“墙内开花墙外红”的现象^[11],但是,我们应当看到,没有任何一种民族文化的长久传播能够建立在本民族大众不认同、仅仅依靠外民族本能似的文化好奇心的基础之上。“民族的才是世界的”仅仅表明民族文化必须体现民族精神、具有民族特色才能在世界广泛传播,并不意味着民族文化可以脱离本民族大众而获得发展。纵观人类 5 000 年的文明史,无论是古埃及、古希腊、古罗马文明,还是古中华、古波斯、古印度文明,抑或是文艺复兴以来的近现代工业文明,能够持续传承到今天的、具有持久生命力的文化,必然是扎根于大众,为大众接纳、创新和传承的文化,仅仅靠少数精英欣赏和传承的文化终归会因“曲高和寡”而消亡。武术如果无法被中国大众所接纳、传承,仅仅靠少数由国家养活的武术专业人士和一些生存就很困难的民间拳师来传承,必然走向逐渐萎缩甚至消亡的命运。广大武术习练者和观众才是武术人的“衣食父母”,才是武术传承的主体。能否在我国体育市场的激烈竞争中赢得习练者、赢得观众,实现武术在国内的大众化、市场化 and 产业化,决定了武术之命运。

武术的大众化,一个非常重要和快捷的途径就是在中小学生学习中推广武术。中小学生学习自我挑战、自我发展、自我表现的愿望最为强烈,对新事物的接受也最为容易。跆拳道和街舞在中小学生学习中流行,是因为这些项目能够充分满足中小学生学习自我的需求。2004 年 4 月,中宣部、教育部颁发的《中小学开展弘扬和培育民族精神教育实施纲要》提出:“体育课应适量增加中国武术等内容。”这对中小学开展武术教育提供了良好的政策基础。最关键和最困难的是武术界要创编一套符合青少年身心特点的、被青少年所喜爱的武术习练技法,5 年多过去了,这

一任务尚未完成。

2.4 武术发展要成立专门的发展推广机构

尽管武术的传承主体是大众,但大众对武术的传承是自发的,而不是自觉的。要使武术在中国和全球范围内广泛传播和推广,应当将武术研究院的职责充分发挥出来推广和发展武术,并且要转变计划经济体制下形成的靠国家出资的观念和思路,应当树立“以人为本”的新理念,以促进武术的推广和持续发展为根本目标,以武术的大众化、市场化和产业化为主要手段,快速有效地增加武术习练者和观众人数。

2.5 武术发展要借鉴跆拳道推广、发展的经验

跆拳道作为与武术类似的东方民族传统体育项目,经过韩国政府和民众的努力,利用原奥运会项目设置规则,在 1988 年汉城、1992 年巴塞罗那、1996 年亚特兰大三届奥运会上列为表演项目后,于 2000 年悉尼奥运会成为比赛项目。跆拳道进入奥运会,有大量可资借鉴的经验,其中主要包括:成立强有力的专门机构;有序、系统、渐进和科学的国内和国际传播;入门容易、层次分明;打练结合;尚礼崇德塑性格;立足本土和学校;评判标准的客观性和可操作性^[12]。如果进行一一对比,除了“尚礼崇德塑性格”这一点之外,前述其他经验都是目前武术传播的“软肋”。应该说,为了实现国际传播,跆拳道按照奥运会或者现代竞技体育的模式进行了改造,修其“形”而没有丢其“神”。武术在理论上也完全可以做到这一点。只不过需要有勇气、有智慧的人才能真正在实践中、在操作上得以实现。

参考文献:

- [1] 世界杯决赛电视观众人数将创历史新纪录:15 亿[EB/OL]. <http://2002.sina.com.cn/s/2002-06-29/2923674.shtml>.
- [2] 数字开幕式:2 万 9 千枚烟花 40 亿全世界观众[EB/OL]. <http://2008.qq.com/a/20080809/000379.htm>.
- [3] 徐才.徐才武术文集[M].北京:人民体育出版社,1995.
- [4] 熊斗寅.论奥林匹克文化[J].体育学刊,2005(1):11-14.
- [5] 何振梁.奥林匹克的普遍价值与多文化世界[J].今日中国论坛,2008(1):14-15.
- [6] 周伟良.文化安全视野下中华武术的继承与发展:试论当代武术的文化迷失与重构[J].学术界,2007(1):59.
- [7] 周伟良.行健放歌:传统武术训练理论的文化诠释[M].兰州:甘肃文化出版社,2005.
- [8] 洪浩.竞技武术发展理论之研究[M].北京:人民体育出版社,2005.
- [9] 中国青年报:武林大会能否改变传统武术的命运[EB/OL]. http://news.xinhuanet.com/sports/2007-02/06/content_5702372.htm.
- [10] 北旅茶馆:CCTV 武林大会[EB/OL]. <http://www.bggd.com/bbs/viewthread.php?tid=78764>.
- [11] 张斌.中医、京剧、武术 墙内开花墙外红[J].华人世界,2007(2):46-49.
- [12] 杨海琴,雷鸣.论跆拳道运动的推广策略对我国武术发展的启示[J].西北师范大学学报:自然科学版,2008,44(1):109-112.