

中华武术跨文化传播中“文化折扣”现象省思

李信厚

(上海体育学院 体育科学研究院, 上海 200438)

摘要: 从中华武术跨文化传播视角出发, 采用文献研究、逻辑分析法对中华武术跨文化传播过程中“文化折扣”现象进行梳理、分析, 归纳其原因并提出解决思路, 以期为优化中华武术跨文化传播实践提供新思维与新方法, 为当下中华武术跨文化传播的话语体系建构开拓新的向度。研究认为: 中华武术文化传播“文化折扣”现象产生的原因有3方面: 一是武术文化信息触达呈现“碎片化”特征, 传统媒体的“渠道霸权”被“万物皆媒”解构; 二是中西方语言障碍, 导致武术文化“信息解码”出现偏差; 三是武术文化话语权缺失, 导致武术文化信息无法实现认同。中华武术跨文化传播过程中“文化折扣”现象的治理方略具体表现为: 坚持理论创新, 建构系统完整的中华武术文化外译话语体系是叙事之要; 创新传播策略, 建构独具中国特色的中华武术文化传播矩阵是发展之基; 坚持守住武术文化之“魂”, 尽快完成中华武术现代化转型为创新之核; 坚持深耕用户, 满足用户需求, 讲好中华武术故事为行动之标。

关键词: 体育文化; 中华武术; 跨文化传播; 文化折扣

中图分类号: G852 **文献标志码:** A **文章编号:** 1006-7116(2022)02-0026-06

Reflection on the phenomenon of “cultural discount” in the cross-cultural communication for Chinese Wushu

LI Xinhou

(Institute of Sports Science, Shanghai University of Sport, Shanghai 200438, China)

Abstract: From the perspective of cross-cultural communication of Chinese Wushu, this paper systematically analyzes and interprets the phenomenon of “cultural discount” in the process of cross-cultural communication of Wushu by using the methods of literature research and logical analysis, analyzing the reasons and putting forward addressing solutions, in order to provide new ideas and new methods for optimizing the practice of cross-cultural communication of Chinese Wushu, which exploits a new dimension for the construction of the discourse system of cross-cultural communication of Chinese Wushu. The conclusions are as follows: There are three reasons for the phenomenon of “cultural discount” in the dissemination of Chinese Wushu culture: at first, the touch of Wushu cultural information presents the characteristics of “fragmentation”, and the “channel hegemony” of traditional media is deconstructed by “everything is media”; secondly, the language barriers and cultural differences between China and the West leads to the deviation of “information decoding” of Wushu culture; thirdly, the lack of discourse power and communication power of Wushu culture leads to the lack of recognition of Wushu cultural information. The governance strategy of “cultural discount” in the process of cross-cultural communication of Chinese Wushu is as follows: Adhering to theoretical innovation and constructing a systematic and complete discourse system for the translation of Chinese Wushu culture is the key of narration; Innovating communication strategies and constructing the communication matrix of Chinese Wushu culture with unique Chinese characteristics is the basis of development; sticking with the “soul” of Wushu culture and complete the transformation of Wushu modernization

收稿日期: 2021-12-14

基金项目: 国家社会科学基金项目“中华优秀传统武术拳种的传承发展体系研究”(19BTY113)。

作者简介: 李信厚(1984-), 男, 讲师, 博士后, 研究方向: 武术文化和武术历史。E-mail: lixinhou1184@163.com

into the core of innovation as soon as possible; adhering to deeply cultivate users, resonate, tell the story of Chinese Wushu as the target of action.

Keywords: sport culture; Chinese Wushu; cross-cultural communication; cultural discount

习近平主席曾提出“文化自信，是更基础、更广泛、更深厚的自信”^[1]。文化自信来源于崇高的理想信念，不断强大的综合国力以及深厚的历史积淀与优秀的中华优秀传统文化。武术是我国优秀传统文化的重要组成部分，也是西方了解中华优秀传统文化的重要媒介手段，还是增强民族文化自信的重要方面。鉴于此，如何向世界传播和体现中国精神、蕴藏中国智慧的中华武术文化，提升中华武术文化感召力，是一项重要的时代学术研究课题。

以数千年大历史观之，武术传往海外古今有之，中华武术文化曾伴随着“万里驼铃万里波”的蜿蜒丝路，伴随着“万国衣冠会长安”的盛唐气象，自信而大度地走向海外，谱写了壮丽的文化交流篇章。新中国成立以来，特别是改革开放之后，中华武术跨文化传播成为国家武术运动相关管理部门的工作重点^[2]，因政策导向问题形成了“以竞技武术套路为主、格斗对抗项目为次的发展格局”^[3]，中华武术在对外传播之路上也大踏步前进。然而，由于中西方文化差异和语言隔阂，导致中华武术文化传播过程中的“文化折扣”现象产生。这种“文化折扣”现象必然影响国外习武者和武术爱好者对中华武术文化的理解，从而阻碍中华武术跨文化传播。鉴于此，如何规避和治理“文化折扣”现象、更好传播中华武术文化，成为当前一个值得深入研究的重要学术问题。

全面、深入探究“文化折扣”现象是提升中华武术跨文化传播的逻辑起点。然“文化折扣”现象是一个相当庞大而复杂的论题。当前学界虽然对这种现象进行了关注，且有学者从武术国际话语权、体系化传承、人类命运共同体等^[4-8]角度涉及到“文化折扣”现象的治理策略，仍缺乏深度、系统的研究，存在较大的学术研究空间。因此，本研究依据喻国明^[9-10]提出的“文化折扣”分析理论，深刻剖析中华武术跨文化传播中的“文化折扣”现象，进而分析中华武术跨文化传播产生“文化折扣”的主要原因，提出相应的解决思路，以期减少和消除由于“文化折扣”所带来的价值损耗，提升中华武术跨文化传播效果与质量提供新思路与新方法，为充分展示中华武术文化的独特价值和魅力，向世界展示更为丰富多彩、生动立体的中国形象提供理论依据和参考，为当下中华武术跨文化传播的话语体系建构开拓新的向度。

1 中华武术跨文化传播中“文化折扣”现象研究的理论支撑

所谓“文化折扣”，是指“文化贴现”，这是1988年加拿大学者霍斯金斯和米卢斯首次提出的。霍斯金斯等^[11]认为：“扎根于一种文化的特定的电视节目、电影或录像，因为国内观众拥有相同的常识和生活方式，或在国内市场很具吸引力，但在其他地方吸引力就会减退，因为那里的观众很难认同这种风格、价值观、信仰、历史、社会制度和行为模式。”故而，“文化折扣”即指代文化传播过程中因为文化结构差异等多方面原因导致传播效果和影响力削弱的一种现象。

荷兰心理学家霍夫斯泰德对“文化折扣”现象进一步研究，提出“文化折扣”量化研究的开山之作——“文化五维理论”，他指出测量“文化折扣”应具有的5个维度：个人或集体主义倾向(individualism, collectivism, 成员只关心自己和家人或更倾向于强调自己属于某个群体)、不确定性规避(uncertainty avoidance, 成员面对不熟悉的情形时产生危机感的强烈程度)、权力距离(power distance, 成员对不公平权力分配的接受度)、男性或女性主义(masculinity, femininity, 社会更强调成功或更追求生活品质)，以及长期或短期取向(long-short-term orientation, 成员更注重节俭并坚持为将来作打算，或更注重活在当下)^[12]。而国内学者喻国明^[9]则提出了文化传播过程中的3个关键性节点：“信息触达”“信息解码”“信息认同”。信息触达，解决的是“看得到”的问题；信息解码，解决的是“看得懂”的问题；信息认同，解决“说与做”的协同问题。相比较而言，笔者更赞同喻国明提出的三节点理论，故将其作为本研究的理论依据。

依据上述理论，本研究认为，中华武术跨文化传播过程中的“文化折扣”现象是指，由于中西方语言、文化和价值观等方面的差异，使国外习武者在学习武术套路、竞技武术散打或者其他拳种对抗性项目过程中产生的“文化隔阂”与“文化解码”偏差，也就是由于国外习武者不能正确理解武术文化的内涵，因此致使中华武术的跨文化传播无法收到预期效果。具体包括以下3方面内容：一是传统媒体的“渠道霸权”被“万物皆媒”解构；二是语言障碍导致武术传播“信息解码”偏差；三是话语权缺失导致武术文化传播无法实现文化认同。

2 中华武术跨文化传播过程中“文化折扣”现象解读

2.1 传统媒体的“渠道霸权”被“万物皆媒”解构

目前,中华武术文化传播内容采集、加工以及社会发布的特权被“人人都是传播者”所解构。由此导致,一直以来传统媒介在社会传播领域中的“渠道霸权”被“万物皆媒”所取代。值得特别关注的是,“碎片化”和“垄断化”传播同时也成为中华武术跨文化传播渠道的当下现实。一方面,个性化、分众化的自媒体分流了一直以来集中于主流媒介的渠道依赖;但其明显缺陷是,更多是由于人和人之间彼此关系中的直觉需要所决定的,因而其资讯构成在总体上存在着明显结构性偏差^[9]。另一方面,“寡头独占”也是今天中华武术文化线上传播的突出表征。现有研究表明,基于“社交链条”构造起来的社交平台(如微信、微博)和基于“智能算法”的内容分发平台(如今日头条、抖音)已经占据了线上流量80%以上的份额,由于这种平台上的算法是依据对于用户需求和兴趣洞察的个性化定制,同样存在着内容结构上的极大局限和偏颇^[10]。尽管以上两种平台存在局限和偏颇,然传统主流媒介“压舱石”和“定盘星”作用的丧失留下的“影响力真空”,正被以上两种平台所取代,由此也直接导致中华武术文化信息在传播过程中撕裂与信任关系的丧失。

中华武术文化的社会舆情生成、传播受限于两个方面:其一,网络舆论场对于新近发生的林林总总的舆情个案进行扫描、筛选、蕴蓄与赋能,使其成为一个网络热点;其二,只有当传统主流媒介跟进报道,实现其“社会地位的授予”,它才能真正成为现实社会生活中的热点,“引起各方职能部门的关注与干预,进入社会舞台的中央”^[11]。综合而论,一个重要信息的传播有赖于两类平台之间的协同与接力,其对社会影响力的造就缺一不可。然当前,中华武术文化信息传播呈现“碎片化”特征,传统主流媒介渠道和新兴媒介渠道二者之间并未能有效结合起来,从而导致“折扣”现象。

2.2 语言障碍导致武术文化传播“信息解码”偏差

任何理论的存在和传播都依赖于一定的语言载体,后者质量的优劣对前者有制约作用。毋庸讳言,语言隔阂是导致中华武术跨文化传播“文化折扣”现象产生的关键因素。随着中国与世界文化交流的不断深入,中华武术专业术语外译存在表达缺乏统一标准,特别是硬译的问题,导致海外受众对武术动作产生“误读”^[8]。例如,太极拳“云手”动作,有学者将其直接翻译为“clouds hands”;又如“玉女穿梭”直接翻译成为“fair lady works at shuttles”。以上两个动作的翻译

虽然一定程度反映了原汉语意思的外在动作特征,但却不能表达出该动作的真实内涵,也就造成了译文的“文化折扣”。

其次,中华武术文化外译过程中还存在错译问题。例如,译者将“南拳北腿,东枪西棍”译为“south is fist, north is leg, east is spear, west is cudgel”,汉字语言本意表达的是武术流派的鲜明的地域特征,英文含义则由于“直译”而改变了原文内容本意。又如“太极拳”这个武术拳种名称,当前有些学者将其译为“traditional Chinese Taiji”“Shadow boxing”和“Tai Chi boxing”,然“boxing”指代拳击,根本无法体现“太极”一词的文化内涵,也无法反映太极拳的技艺特征,还会给习武者造成对太极拳含混不清的印象。

最后,武术拳理的翻译存在不精确的难题。例如,有学者将“柔中有刚攻不破,刚中无柔不为坚”,译为“softness combining with hardness is invincible; hardness without softness cannot sustain itself”^[12]。这位学者将内涵深奥的武术哲学思想用简洁易懂词汇表达出来,但译文将太极拳技击中“刚柔相济”的技理本意做出了改变。根本原因在于译者缺乏太极拳实践方面的经验,导致翻译过程中对拳理本意的“误读”,因而无法对技理内涵进行准确的传递和深度表达。综合而论,将中华武术专业术语直接翻译成英文,动作内涵和意境几乎损失殆尽。由于翻译即“背叛”,故导致中华武术文化对外传播几乎处于“鸡同鸭讲”的状态,表面看来不亦热乎,然在不同群体的意象却迥然有异。

2.3 话语权缺失导致武术文化传播无法实现文化认同

文化认同是影响武术文化传播中“文化折扣”现象的重要因素。长期以来,在体育运动领域,奥林匹克运动都是以“规则明确、公平竞争、尺度客观、评价准确”为特征的,是西方体育文化走向世界的标志性代表,促使西方竞技体育在世界体育竞技中始终居于强势的主导地位,拥有绝对的话语权。如今,西方竞技体育文化中“超越对手、挖掘身体极限、永远争第一”的理念也已经逐渐被世界各国、各民族所认可,成为各国体育项目竞相模仿的对象。制度化、标准化和规范化竞赛机制的实行,直接促进了人类体育事业的高速发展,“同时由于赛事机制的相对完备,所以人类很多格斗术也想模仿跨入竞技体育领域”^[13]。不言而喻,西方竞技体育处于“中心文化”支配地位,以单向传播的路径,对外输出自己的文化价值理念,并且对以中华武术文化为代表的东方体育文化及其他地域的不同体育文化进行渗透和侵蚀,旨在迫使其与西方竞技体育文化理念相契合。正如文化殖民主义的代表性人物萨义德所讲:“文化成为了一个舞台,各种政

治的、意识形态的力量都在这个舞台上较量。”^[13]

自20世纪80年代以来，竞技体育成为展示中国改革开放成果的一个重要窗口，此时，整个中华民族的体育梦就是“金牌梦”。在这种特殊的时代背景下，武术这类“非奥”项目想要在竞技体育领域争得一席之地，唯一的出路就是努力争取进入亚运会乃至奥运会，这也导致中华武术走上过度模仿西方竞技体育文化之路而逐步失去自我，并逐步“异化”成为具有“西方奥林匹克体育文化”气息的体育竞赛项目，“对先人留下来的多姿多彩、繁花似锦般的各门各派、多种不同拳种的中华传统武术没能大力扶植、全面发展，偏离了‘百花齐放’的方针，出现了所谓‘一花独艳’的偏向^[14]。这种舞台化的花拳绣腿一家独霸，占据了整个中华武术发展的空间，致使中华武术逐渐变得单调，也摧毁了中华武术核心层面的内容”^[15]。鉴于此，由于话语权缺失，致使中华武术话语阐释的丰富性和有效性被弱化，其跨文化传播也相应地成为一种缺乏主体“声音”的话语西化“实践”，呈现出“个别”臣服于“普遍”之下特征。

3 中华武术跨文化传播中“文化折扣”现象的治理策略

3.1 善利其器：打造中国独特的武术文化传播矩阵

在很长一段时间内，因为世界的叙事权、话语权掌握在欧美西方国家，中国在这一话语体系中基本只是处于模仿传播的地位，导致西方世界眼中的中国并不是真实、客观的中国。为此，笔者提出创新中华武术文化传播策略，认为应从海外受众角度出发进行传播策略的创新，建构独具中国特色的中华武术文化传播矩阵。

首先，构建线上线下一体、内外宣传联动的主流舆论格局，抢占中华优秀武术文化信息传播制高点。媒体是夺取国际话语权和实现中华武术文化“走出去”最重要的载体。因此，应充分发挥电视长视频的高品质与公信力功能。党媒固有的权威性与公信力，能促使电视长视频在传播链条之中始终扮演着中华武术文化精品创作和“超级宣推”的角色。同时，专业团队工匠般的创作方式使其成为中华武术文化精品内容的重要供给站，这些中华武术精品内容经过视频网站、短视频等平台进行新的裂变传播，最终形成广而强的渗透力。“民族的就是世界的”，讲好中华武术故事需要在中国历史长河中挖掘宝藏，借助新媒体、新技术让中华传统武术火起来、活起来，紧紧围绕“技击实战”这一武术的本质属性，重点展开中华传统拳种及对抗性项目的传播与推广工作。让饱含“刚健自强，

厚德载物”民族精神的中华拳种对抗性项目成为传播上具有强大传播力的“爆点”。充分发挥视频网站中华武术文化垂直化探索和圈层化传播作用，力争为每一位受众建构“细分化影院”，中华武术题材电影、武术历史人物故事和武术课程教学等分众题材借助陌生感催生兴趣破圈，再通过社交媒体引发新一轮围观。

其次，着力打造智能电视、网络视频、两微一端、移动短视频等各具特色的传播媒体构成的中华武术文化传播矩阵。在这个差异化的矩阵中，媒体成为中华武术文化内容输出的原点和起点，顺势发力、彼此借力，形成中华优秀武术文化精品内容多渠道分发、多形态拆解的立体方阵。努力构架“大屏端负责超级宣推与精品创作，网络端成为移动书架与前沿探索，微信微博端形成舆论话题，短视频实现精准到达”的新型中华优秀武术文化传播链条，在中华优秀武术文化表达方式、技术运用、细节挖掘等方面下功夫，于“润物细无声”中开展信念教育、凝聚文化力量，让中华武术文化变得更具有“穿透力”。

3.2 话语主动：建构系统的中华武术文化外译话语体系

中华武术文化外译话语体系的构建作为跨文化交流和传播的桥梁，应顺理成章地成为中华武术文化“走出去”实施的战略利器。新形势下，推进中华武术文化外译话语体系的建构，聚焦重点、难点和支点。

“重点”应立足中华武术文化本体特征，不断推进中华武术文化外译基础理论研究，用中国理论阐释中华武术文化。具体来讲，在于加强对中华武术文化精神、中华武术文化价值的多视角研究，顺应对外传播规律，进行中华武术文化的创造性转化、创新性发展，打造融通中外的中华武术文化标识性话语。具体到方法论上，想要搞好中华武术专业术语外译工作，需要克服“西方文化优越论”，立足受众对中华武术文化传播内容的理解，采取“和而不同”的态度，采用“据中释中”“据西释西”的范式，即不放弃自我的前提下进行平等的对话交流。

“难点”在于探索武术发展规律，创新武术呈现方式，筑牢中华武术文化传播工作的思想内核和价值依归，构建良好的中华武术社会形象，促进当下国外受众对中华武术的认识与理解。

“支点”应立足中华武术动作术语的独特文化内涵和象形表达。在翻译时需要在理解动作攻防技击含义的基础上进行注释，做好补偿性处理，关键在于将汉语文化引入译文，方便外国习武者的理解。如，“玉女穿梭”如果单纯从字面意思出发，可以翻译为“fair lady works at shuttle”，虽保留汉语的神韵，对于外国读者来说，他们很难了解其真正含义，“玉女穿梭”实为

“穿掌架打”，将其译为“blocking strike with pierce palm”，这样既保留了中华优秀传统文化特色，也能让外国习武者理解动作内涵。例如，“如封似闭”这一太极拳动作，有学者将其简单的翻译为“apparent close-up”。然从太极拳动作攻防实战的内涵出发，“如封似闭”这个动作既有向下的化劲防守之用，也含有向前掷放对手的进攻之招法，因而将其翻译为“apparent close and counter with push”，这种翻译方式固然接近武术动作原义，然理解起来却颇费一番功夫。因此，想真正做好武术专业术语文本的翻译实为不易，既需要译者懂武术，更要懂武术动作攻防含义。良好的英汉双语能力也是译好武术专业术语文本的必要保障，同时还需对武术文化的精髓有深入了解，在此基础上译者才能为读者呈现出既地道又形象生动的武术专业术语译本。

3.3 守正出新：坚守武术文化之魂完成现代化转型

抛弃传统、丢弃根本，就等于割断了自己的文化命脉。因此，需要紧密围绕“攻防技击”之“根”，守住“刚健自强，厚德载物”之“魂”，尽快完成中华武术的时代跨越，进而完成体系化传承、创造性转化、创新性发展^[14]。

首先，坚守中华武术“根”与“魂”，应将中华优秀传统文化中“刚健自强、厚德载物”精神作为砥砺品格的精神熔炉，也将其作为从事中华武术技艺修炼的精神动力。“刚健有为，厚德载物”的伦理精神，既是中华民族一以贯之的优秀精神品格，也为中华武术注入了文化灵魂，更是增强中华武术文化“近者悦，远者来”的感召力的源泉和独特价值^[9]。具体来讲，其一，国家管理部门要做好顶层设计和战略谋划，明确武术运动设立的初衷就是弘扬、传承“刚健自强，厚德载物”民族精神，突出武术传播方向性和导向性。其二，在比赛这块“磨刀石”上练就铁肩硬骨，在训练中不断完善武术运动员知识体系，夯实基础能力，提升专业技能，使习武者体悟武术修炼的真谛，即“强身健体、修身养性”。

其次，中华传统武术文化尽快完成“文明跨越”。“文明跨越”即“现代化转型”，即传统武术技艺的核心技法由实用格斗术转型为“具有安全保障的文明对抗”，并跨入竞技体育的轨道，通过竞赛推动技术的快速发展^[14]。不同传统拳种的核心都是既“偏于一隅”又“精于一隅”的技击术，对于一些有影响力的拳种，完全可以立足于其所“偏”或所“精”的那一方面，提炼其核心技法，并制定适合其特色发挥的规则，大力开展各拳种的技击对抗形式的比赛，从而实现传统武术拳种核心技法的现代转型^[15]。当今传统拳种发展的唯一出路是化繁为简，提纲挈领，立足于“偏于一

隅”或“精于一隅”的技击术，整理核心技法，并把安全前提下的两两自由对抗作为主要活动形式^[9]。

最后，立足社会实践，遵循时代潮流进行改造，制定适合各自核心技法发挥的最适宜竞赛规则，将技击对抗比赛常态化。通过国家武术运动管理部门主导和举办不同拳种依据自身特点运用自身核心技法进行的对抗性比赛，来实现传统拳种核心技法的现代化转型，从而使传统武术跨入飞速发展的快车道。与此同时，对传统拳种中不能应用于对抗比赛的其他技法可以通过套路组合、套路表演的形式予以保存，从而形成“打练结合”的中华武术的新技术体系。换言之，中华武术拳种将运用技击对抗、防身自卫的技击术转化为具有更高层精神需求的安全文明对抗游戏，本身就是极富创造性突破。唯此，传统武术才能在现代社会实现创造性转化、创新性发展。

3.4 行动之标：满足用户需求引起共鸣讲好武术故事

中华武术文化想要“走出去”的关键点在于“用户思维”。说到底，就是把定位、聚拢和扩大海外习武者受众作为一项基础任务来抓，在用户获取、留存、激活和转化等方面进行更多探索，提升海外习武群体规模和用户活跃度。

首先，增加中华武术文化“商品”的体验性、参与性。充分借鉴西方武技，夯实中华武术核心技艺，形成适宜规则执导下的对抗游戏即武术项目“游戏化”，增强“趣味性入口”，唤醒普通国外民众的主动性和参与感，吸引更多海外受众从“学习”转向“实践”。正如威廉·斯蒂芬森提出：“选择性会聚的典型是大砍价、移民潮等等—包括我们对于大众媒介不停倾倒的娱乐内容的反应。这些东西的共同特征是特别刺激，可以满足我们的个人嗜好、需求与希望。”^[13]“入口的趣味性设计”是中华武术跨文化传播实践的第一步，亦是最为基础的阶段。中华武术博大精深，其中不乏徒手较量、短兵、长兵等对抗性项目，这些中华武术对抗性项目相比较单一的套路而言，更具有趣味性和创新性。鉴于此，可以优先推广太极推手这类文明、技巧性强的对抗性项目，使其走入民众生活、走进青少年。

其次，在“趣味入口”的基础上，可以增加习武者之间的交流、反馈。即习武者之间通过习练相同的武术技艺，在“招法精熟”的基础上增加对抗切磋，在“激烈而有限制的徒手自由对抗”攻防过程中，达到“锻炼身体，掌握格斗技能、修炼品德”，体验“技艺之巧”“技艺之妙”的目的。回顾历史，如果没有李小龙谁能知道咏春拳？正因为功夫影帝李小龙，利用高超精湛的中华武技战胜国外格斗高手，才掀起了一

波世界性的武术学习高潮^[4]。

最后，需要加强对外文化交流，在文化交流中绽放中华武术文化精神的夺目光彩，凝聚“海内存知己，天涯若比邻”的共识，使中华武术文化与世界其他优秀武技文化交流互鉴、取长补短。以多元的文化符号、文化覆盖，辅以独具匠心的中华武术文化魅力，中华武术文化的航船才能在当代长河中行稳致远。

时代需求是武术跨文化传播研究的根本推动力。本研究旨在从中华武术跨文化传播的视角，系统探究“文化折扣”现象，分析其产生的原因，提出相应的解决方略，以此裨补此前中华武术跨文化研究的不足。鉴于此，笔者提出需要坚持问题导向，聚焦关键问题，转变中华武术跨文化传播思维。其根本在于提高综合国力，提升中华武术文化传播力；难点是守住中华武术文化的“魂”，提升本民族文化自觉，提高受众意识；重点是满足大众用户需求，提升武术文化感召力，增强中华武术文化认同话语；支点在于“用户思维”，说到底就是中华武术文化“商品”再生产需要满足海外普通民众的日常生活所需，使之产生发自内心的满足感，在不同国家、地区起到春风化雨的作用。在此基础上，还需要创新传播方式，构建中华武术文化传播矩阵，提升中华武术跨文化传播效果。归根结底，武术作为中华传统文化的重要组成部分，它的生命力在于创新和探索，我国独特的中华武术文化传播和表达需要在不断创新与开拓中走向成熟。“滴水不舍，可渐积成大海；拳石频移，可垒成泰山”。我们需要大胆地尝试中华武术文化与其他民族体育文化的交流、碰撞，从而寻找到一条使中华武术文化拥有强大穿透力的跨文化传播道路。

参考文献：

- [1] 陈一收. 如何理解文化自信是更基础、更广泛、更深厚的自信[J]. 思想理论教育导刊, 2017, 224(8): 47-49.
- [2] 赵双进. 对八十年代武术工作的回顾与随想[J]. 体育文化导刊, 2003(9): 56-60.

[3] 杨建营. 中华传统武术技艺困境突破的具体方略探析[J]. 武汉体育学院学报, 2020, 54(5): 61-69.

[4] 郭玉成, 李守培. 武术构建中国国家形象的定位研究[J]. 北京体育大学学报, 2013, 36(9): 9-18.

[5] 杨建营. 武术拳种的历史形成及体系化传承研究[J]. 体育科学, 2018, 38(1): 34-41.

[6] 高亮, 殷优娜, 孙刚. 国际化视野下中国武术文本的跨文化英译研究[J]. 体育学刊, 2020, 27(2): 37-43.

[7] 王智慧, 杨冠强, 吴欣蓉. 奥运金牌“生产”的社会逻辑——浸染、幻象与备战中的运动员身体参与过程[J]. 体育与科学, 2021, 42(5): 8-19.

[8] 陈青. 论中华民族体育文化多元研究范式[J]. 体育学刊, 2016, 23(4): 25-29.

[9] 喻国明. 跨文化交流中的三个关键性传播节点——关于减少和消除“文化折扣”的传播学视角[J]. 新闻与写作, 2020(3): 62-65.

[10] 喻国明, 张珂嘉. 论作为关系表达的传播内容范式[J]. 武汉大学学报(哲学社会科学版), 2020, 73(4): 66-73.

[11] HOSKINS C, MIRUS R. Reasons for the U.S. dominance of the international trade in television programmes[J]. Media Culture & Society, 1988, 10(4): 499-504.

[12] 原一川. 中国-加拿大民族与文化多元性比较研究[M]. 上海: 上海交通大学出版社, 2012: 100-103.

[13] 喻国明. 谁掌握圈层, 谁就掌握传播驱动的主控权——兼论破圈能力是主流媒介实现价值传播的关键[J]. 现代视听, 2021(3): 26-29.

[14] 杨建营. 从人类武技的文明进化史探析传统武术拳种的未来出路: 体系化传承、创造性转化、创新性发展[R]. 吉首大学学术报告, 2021-11-28.

[15] 杨建营. 基于民族复兴目标的武术教育之价值定位: 培育刚健自强精神[J]. 天津体育学院学报, 2021, 36(3): 293-299.

[16] 杨建营. 武术文化之“瑕瑜”的深度剖析[J]. 北京体育大学学报, 2015, 38(12): 40-45.