

草原丝绸之路背景下民族体育文化的传播路径研究

张俊杰, 李凤新

内蒙古师范大学, 内蒙古 呼和浩特
Email: 1459809074@qq.com

收稿日期: 2020年10月2日; 录用日期: 2020年11月25日; 发布日期: 2020年12月2日

摘要

本文以草原丝绸之路文化之路为背景, 探究民族体育文化的重要意义, 为其传播路径进行合理的分析研究, 结合当下新兴的体育 + 旅游、现代传播媒介技术以及民族体育赛事品牌的打造, 为民族体育文化的传播提供新的思路, 以此来促进民族传统文化的弘扬、发展。

关键词

民族体育文化, 体育旅游, 现代传播媒介, 赛事品牌

Research on the Transmission Path of National Sports Culture under the Background of the Grassland Silk Road

Junjie Zhang, Fengxin Li

Inner Mongolia Normal University, Hohhot Inner Mongolia
Email: 1459809074@qq.com

Received: Oct. 2nd, 2020; accepted: Nov. 25th, 2020; published: Dec. 2nd, 2020

Abstract

In grassland road of silk culture as the background, the paper explores the significance of national sports culture, carries on the reasonable analysis and research for its propagation path, provides new ideas for the spread of national sports culture, combining the present emerging sports travel

+ modern media technology as well as the national sports brand building, in order to promote the development of national traditional culture to carry forward.

Keywords

National Sports Culture, Sports Tourism, Modern Media, Game Brand

Copyright © 2020 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

草原丝绸之路指的是蒙古草原地带沟通欧亚大陆的商贸大通道,是“一带一路”的重要组成部分,根据现在已经发现的考古资料来看,初步形成于公元前5世纪前后,主要路线由中原地区越过古阴山(今大青山)、燕山一带,经长城沿线,西北穿越蒙古草原、中亚北部,直达地中海欧洲地区;对于当时的草原文化而言,它不仅仅承担着东西方政治、经济、文化交流的重要使命,而且是历史上较为悠久、辐射面广泛、影响深远的独特的文化传播线路,因此草原丝绸之路文化为弘扬和传播民族体育提供了重要的理论指导。然而就现阶段民族体育文化的传播的现状来看,较为常规的方式很难生动、完整地再现民族其真实面貌。随着社会的不断发展,体育旅游的兴起、现代传播媒介的不断更新完善以及结合民族文化特色来打造大型民族体育赛事品牌为民族体育文化的传播带来了新的契机。我们可以取其精华且弃其糟粕,拓宽民族体育文化的传播范围,为民族体育文化的发展提供新思想、新路径。

2. 民族体育文化现状及传播意义

随着时代的瞬息万变、快速发展,同时在全球化的脚步下,人们的生活方式、生产方式、生活态度都在日益变化。经过时间的洗礼、历史的洪流的,能够传承下来的多是具有特色的、完整的、具有较强生命力的特色民族体育文化。但是随着外国体育运动在我国的迅猛发展,不论是在身体的层面,或是精神的层面,民族体育运动已经无法满足人们日常的运动需求,同时社会“快餐式文化”的更新迭起,让民族体育文化受到猛烈的冲击;所以弘扬民族体育文化成了较为紧迫的事情,如何将民族体育文化更好的传播是更是目前的重中之重[1]。以此同时,弘扬民族体育文化能够为我国的体育事业提供正确的发展方向,在我国体育领域的发展扮演者不可或缺的角色,增强我国人民身心健康和意志力凝聚力的同时,也加强我国的综合国力,进而提高我国在国际社会中的地位。

3. 民族体育文化传播路径

(一) 体育旅游与民族体育文化的结合

目前,随着人们生活水平的提高,旅游成为了人们闲暇时光的重要伴侣,所以就衍生了“体育+旅游”的模式,而且受到了一致好评。体育旅游在有效调整人们心态的基础上,进行文化传播的同时,还以强身健体。所以体育旅游是基于常规旅游方式上的有效补充,它不同于一般的观光旅游,也不同于单一的体育健身活动,他是将两者进行有机的结合,既有产业的特征,也有拉动相关产业发展潜力的作用,而且又有集体育竞技与旅游休闲观光于一体的特征。对于民族体育文化运动而言,在具备深厚文化内涵的同时,还有娱乐、休闲等特性[2]。所以近年来,我国各地因地制宜,开发了多种具有特色的体育

旅游产品,较为著名的有玄奘之路、黄河漂流、青藏高原登山以及蒙古那达慕大会等。而草原丝绸之路历史悠久,经历岁月的洗礼,不仅仅是中华文化向外传播的纽带与桥梁,更是草原文化的结晶,具有其多样性、涉及面广的特点,如果配合体育旅游参与性、观光性、名族性的特征,将具有特色民族体育运动进行有效的开展,使旅游群体在重走草原丝绸之路和放松身心的同时,了解当地特色文化,参加特色的体育文化运动项目,从而让独具民族特色的体育文化运动项目成为当地的名片,让更多的旅客了解并参与到少数民族的风情与特色,将民族体育文化有充分、有效的进行传播。

(二) 现代传播媒介背景下的民族体育文化路径传播

现如今,“一带一路”的重新提出、第十二届中国-内蒙古草原文化节以“草原文化与草原丝绸之路”为主题的学术讨论的开展,逐渐地把人们的视野聚集在“一带一路”战略中草原丝绸之路经济带的上面来,从而让草原丝绸之路文化之路渐渐的浮现在大众的视野之中,与此同时具有浓厚的草原文化也被越来越多的人所熟知、所向往,这其中离不开传播媒介的推波助澜[3],而有关“一带一路”的纪录片也正式开拍。所以我们应该从传播学的角度来分析:作为一种社会文化产物,民族传统体育文化的传播也必须遵循大众传播学的社会功能。现如今,随着大众传媒的不断发展和不断完善,传播媒介不断丰富,应该推动我国民族体育文化产业的发展与大众传播的融合[4]。同时我们也应该去思考,是否可以以大众传播学供能为基础,然后从社会学整体以及宏观的角度出发,综合运用多项学科理论、充分运用多种传播媒介来对民族体育文化进行合理传播,从而构建出一个跨学科、跨媒介、跨产业、跨地区的综合性体育文化产业集团,然后在此背景下促进其经营理念、运作机制、组织管理等多方面的改革。通过传播让更多的人了解特色的民族体育文化,指导广大人民群众树立起正确的民族传统体育文化价值观,使得我国民族体育文化健康的发展[5]。

(三) 打造大型民族体育赛事品牌

随着经济全球化脚步不断地加快,各行各业的竞争也不同往日,而体育相关的专业赛事产业也上升到了体育赛事品牌的竞争,只有塑造具有特色的体育赛事品牌才能提高其核心竞争力,因此,对于民族体育文化的传播来说,虽然是一种机遇,但也是一种挑战,如何打造具有民族特色的体育赛事品牌是我们值得研究的地方[6]。例如全国少数民族传统运动会、那达慕大会以及2019年在川西藏地举办的首届2019“净土阿坝·红色长征”汽摩拉力赛等民族赛事。

体育赛事其实是一种提供赛事产品和服务产品的特殊事件,其规模和形式受竞赛规则、传统习俗和多种因素的制约,具有项目管理特征、组织文化背景和市场潜力,能够迎合不同参与体分享经历的需求,达到多种目的的需求,对社会、自然和环境、经济、文化和旅游多个领域发生冲击影响。所以以草原丝绸之路为背景,打造具有特色的民族体育品牌,能够产生显著的社会效益、经济效益和综合效益的同时,还能为各个民族之间提供一定的枢纽作用,保证民族体育项目基本特色的同时,凸显其民族性及娱乐性,加快民族体育文化的传播。

总而言之,在经济全球化以及信息时代的飞速发展的背景下,我国的民族体育文化收到了较为严重的挤压,生存空间日益狭小。对此我们要根据实际情况来制定相应的政策,以发扬、保护民族体育文化,借助“一带一路”的力量,将草原丝绸之路文化和民族体育文化进行深度融合,在保持民族体育文化原本面貌的同时进行合理的改良,借助现代传播技术等多种有效传播手段,切实提高民族体育文化的传播效率。同时对我国民族体育文化传播的研究和实践必将会促进优秀民族体育文化的传承、弘扬、保护,在提高国家软实力、全民健身的进程中发挥其独特的作用。

参考文献

- [1] 周江,李菊红.少数民族体育文化的传播瓶颈及突破[J].贵州民族研究,2017,38(3):115-118.

- [2] 杨林. 基于旅游产业开发的民族传统体育文化传承路径[J]. 当代体育科技, 2019, 9(21): 185+187.
- [3] 李心. 互联网+背景下的民族体育文化传播策略与路径简析[J]. 中国民族博览, 2019(16): 89-90.
- [4] 程耀明, 陈妙华. 大众传媒对民族体育文化传播的影响探析[J]. 新闻战线, 2018(10): 53-54.
- [5] 刘洋. 数字化时代民族体育文化传播研究[J]. 生物技术世界, 2013(10): 141.
- [6] 廖民玲. 体育赛事品牌化发展研究[J]. 体育科技, 2016, 37(2): 105-106.