

# 云南马拉松对外交流历程和特点研究

董国建<sup>1</sup> 路丁<sup>2</sup> 通讯作者

(1. 云南省呈贡体育训练基地 云南昆明 650500; 2. 云南大学体育学院 云南昆明 650500)

**摘要:** 云南马拉松对外交流是中国体育对外交流的重要组成部分,是中国公共外交的重要形式,为中国体育事业的发展和软实力提升做出了贡献。云南马拉松对外交流具有项目带入感强、低政治敏感,行为主体亲切、感染力较强,活动受众面广、群众基础好的显著特点,但仍然存在外交意识不足、重视程度不够与交往渠道不畅等诸多问题。加强对竞技体育队对外交流渠道研究和把握,致力于建立云南马拉松对外交流的双向机制,将有利于中国公共外交的深入发展。

云南马拉松队是云南的优势体育项目,云南马拉松队的对外交流活动是在中国共产党领导下的一种以体育技术为主要内容,人际交流为主要交流渠道,多主体参与的,目的是提升中国软实力、促进他国对于中国形象认知、传递中国价值观的一种对外体育交流活动,属于公共外交。

## 一、云南马拉松对外交流历程

1. “倒向社会主义阵营”时期的云南马拉松队对外交流活动 1949年—1965年

1950年2月中苏签订《中苏友好同盟互助条约》的签订和年月的抗美援朝行动清楚的表明了无论中国从条约上还是从行动上,中国都倒向了社会主义阵营<sup>1</sup>。以中国的名义参与国际体育活动成为中国对外政策的具体表达方式,在交流对象国的选取上偏重于与社会主义国家间的交流与互访。云南马拉松队的苏文仁代表中国队参加了在1959年在德累斯顿举办中德田径友谊赛上,获男子10000米第二名及男子5000米第5名的成绩;1963年11月的第三世界国家所筹办的第一届新兴力量运动;在1960年10月由中蒙朝3国田径友谊赛上,获得男子5000米冠军。

2. “反帝反修时期”的云南马拉松队对外交流活动 1965年—1973年

这一时期内,受到国际环境的变化和国内文革的影响,中国的外交活动受到严重影响,同时国内体育活动几乎进入停摆状态。云南马拉松队无法进行正常训练,运动环境受到了严重影响,在这一时期内,云南马拉松队停止了所有的国际交流活动,且队员曾经参与的国际交流活动都出现被质疑的情况。

3. “恢复发展时期”的云南马拉松队的对外交流活动 1973年—1983年

1972年,“乒乓外交”开启了中美的交流,让所有的体育人重新看到体育对外交流的重大意义;改革开放的春风,让中国开始以飞快的速度展开与国外的对接,而体育成为中国表达自己愿意融入世界的一个重要窗口。在“友谊第一,比赛第二”的指导方针下,云南马拉松队开始恢复训练并重返国际赛场。在这一时期,云南省马拉松队田径耐开展了同美国、法国、英国、日本、巴基斯坦、菲律宾各国的体育对外交流。较为有代表的是:1975年2月,苏文仁教练带领5名云南马拉松队队员参加了在仰光举办的中缅田径友谊赛;1975年5月—7月,云南省长跑、马拉松运动员彭祥生代表中国与美国田径代表队展开交流;1980,云南省中长跑运动员许亮作为中国马拉松代表团的一员参加法国埃松国际马拉松比赛。

4. “快速发展时期”的云南马拉松队的对外交流活动 1980年—至今

1984年中华人民共和国作为国际奥委会的正式成员,标志着国际社会对于中华人民共和国的认可,同时也开启了中国体育对外交

流的全新篇章。中国体育的对外交流活动迅速展开,2008年后“走出去、引进来”的交流方式,让中国体育技术得到迅速发展的同时也极大的提升了中国体育国际交流的能力。在这一时期,云南马拉松队逐渐成长为中国马拉松的第一梯队成员,并承担着大量的对外交流活动。较为有代表性的有:1982年2月云南马拉松队队员彭家政代表中国参加菲律宾马尼拉国际马拉松赛获得第四名。1985年6月5日云南马拉松队队员彭祥生与教练石砚杰、江西省长跑运动员李兆共同代表中国赴美参加的“中美伟大友谊长跑(美国站)”。1988年,云南籍运动员张国伟参加了汉城奥运会,这也是中国马拉松选手第一次参加奥运会。由于张国伟的优异表现,中国在长跑领域终于实现了“冲出亚洲,走向世界”。

## 二、云南马拉松对外交流特点

### 1. 项目带入感强、低政治敏感

马拉松运动是一项对于人意志力挑战较大的项目,同时马拉松运动也是一项让人不断认识自己、不断挑战自己的项目。马拉松运动有其自身的魅力,在运动中给运动者提供一种情景,使运动者扮演着另一种完全不同的角色,实现了对现实世界的超越<sup>2</sup>。马拉松运动的过程中,运动者对于自身身体和心理承受能力的不断超越,这种超越使得人能更为准确感受到成功并在心灵上获得巨大的满足感。这种满足和对于不断成功的渴望是具有普适性和自由性的,这让马拉松天然具有超强的带入感,让参与者和观看者可以突破意识形态、文化差异而产生情感共鸣。

### 2. 行为主体亲切、感染力较强

在国际社会中,尽可能地改善国家形象已成为各国努力的焦点<sup>3</sup>。体育作为现代人生活的重要组成部分,对国家形象的传播起着重大的作用。与其他类型的公共外交主体相比,运动员本身有较强的亲切性和感染力,对于拉近不同国家之间的关系有较好的作用。1984年中国国家体委在接受美国 Stan Cottrell 对中国运动员的邀请后将云南马拉松队的彭祥生作为交流人选之一。在这次赴美交流中,中国运动员们所展现出的热情、质朴让美国民众进一步了解了中国人并改善了对中国形象的认识。据彭祥生回忆:

抵达亚特兰大时,Stan Cottrell 和他的律师一同邀请三位中国运动员到家里,大家在一起就餐,我还做了几道中国菜,当时我记得让他们的太太大为震惊,都说中国菜非常可口、很好吃!

### 3. 活动受众面广、群众基础好

柯兰齐克将软实力建设目标分为“高”、“低”两个层次,“高”的目标面向精英,“低”的目标在于吸引大众<sup>4</sup>。中国普通大众和国外普通大众的有效沟通是提升国家形象的重要环节。伴随人一生的“跑步”大约于一岁左右形成。作为一项基本生存技能,几乎所有健全的人都会进行。早在古希腊时期的奥运会,长跑就成一项展示人速度、耐力与强大的坚韧力且受人敬仰的项目,带有极大的鼓

舞性和良好的群众基础。与其他项目不同,马拉松比赛通常是在城市中或穿越不同城市来完成,在比赛过程中,不但参与者能用脚步丈量城市的每一寸土地,同时也让这个城市的人能近距离真实、直观的接触到跑者、感受跑者的身心状态、建立平等的交流。这种真实的体验感是无法通过大众媒体获得的,能形成较好的形象塑造和人文精神传递。云南省马拉松队多次赴日本、美国、捷克、南斯拉夫、新加坡、意大利、新西兰、日内瓦、哥本哈根、西班牙、瑞典等国家进行体育对外交流活动,为传递中国形象、传播中国文化做出贡献。

### 三、云南马拉松对外交流的掣肘因素

#### 1、观念与意识的制约

纵观云南马拉松对外交流历程,对于动作技术的交流成为首要内容,而淡化了体育交流最为重要的文化互动,进而在交流过程中只见技术而无文化的现象,对于国家体育交流“友谊第一,比赛第二”的认识还存在一定偏差,还未完全实现从“宣言”式话语到“对话”式话语的思维转化。首先是国内体育对于金牌的诉求和求胜的心理在对外交流中的体现;其次是竞技体育的竞争性内涵和对于胜者才有发言权的逻辑,让体育外交限定在“宣传”的传统思维中,交流效果无法深入。

#### 2、重视程度的有限

长期以来,由于主观认识上对于体育民间外交的重视力度不够,加上中国传统对于体育的弱势倾向,缺乏体育外交意识与长远的战略眼光,对于体育外交功能的解析还浮于表面,投入力度不足,未看到体育外交所带来的双边和多边外交价值。但也要看到,由于体育的全球影响力的增大,特别是奥运等大型体育赛事带来的高形象回报,让体育外交的重要性逐渐凸显。2008年北京奥运会上,来自全球的98名男子马拉松运动员为北京奥运献上了精彩演出,期间,中方代表团中的云南选手邓海洋成为各国纷纷关注的焦点,虽然最终没能如愿但这次奥运的失利却加大了云南马拉松运动国际化发展路线,为促进中国体育公共外交事业的进步与发展做出的积极贡献。

#### 3、媒体运用能力不高

媒体特别是大众媒体是公共外交中的重要中介,优秀运动员的形象和事迹通过媒体传递到国外受众,而在信息时代,媒体成为受众获取信息、认识事物的重要来源。但云南马拉松队的对外交流中对于媒体的运用能力还有待提升,具体表现在几乎不主动在国外媒体上表达自己、媒体形象感不足、没有构建面对国外受众的媒体传播平台。如,云南马拉松队在对外交流过程中,几乎没有国外媒体报道,而队员也只有小部分国外生活的照片,国外交流情况鲜有认知。

#### 4、人才不足

体育外交中运动员是极其重要的外交资源。美国旧外交大使——卡尔·普瑞金就曾经被美国国务卿赖斯任命为美国公共外交特使。可见运动员有巨大的外交潜质,是很好的公共外交大使。但作为重要的公共外交资源其自身对于公共外交的重要意义和对外交流语言的掌握尚有明显不足,在交流中存在语言障碍,不利于畅通交流渠道,无法深入的进行文化交流,难以形成文化互鉴,也不利于达成有效共识。

### 四、云南马拉松对外交流的策略

#### 1、转变观念,注重双向沟通

实现“宣言”式话语到“对话”式话语,深刻理解我国当前的

国内和国外两个大局,将自身的发展与国家的发展相结合,充分了解自身的优势,借助当前国际马拉松运动热潮、城市马拉松的发展机遇,发挥云南马拉松的强劲优势,注重双向沟通,打造对等式的交流平台,实现云南马拉松对外交流从务虚向务实的转变。

#### 2、提高重视,拓宽交流手段

从公共外交的视角重新审视云南马拉松对外交流活动,丰富云南马拉松对外交流的组织形式与机制。在保持国际重大体育比赛的同时,可以在政府的推动下,积极争取各类型的体育援助活动;国际高原马拉松培训的云南省落地,采取国家主办、云南省承办的形式,邀请国外知名马拉松运动员的参与,进而提高活动本身及其云南省的知名度和美誉度,树立品牌,以点带面地逐步提升中国的国际形象。

#### 3、借助媒体,加强形象塑造

树立媒体合作意识,学会与媒体的有效沟通,开展与媒体特别国外媒体的合作。掌控云南马拉松运动员的信息发布权;加大对马拉松运动内涵与中国精神契合的研究、队云南马拉松队运动员成长故事及其背后的制度力量和中华传统人文关怀的梳理,争取国外媒体对中国运动员正面形象的塑造同时,讲好中国故事,诠释中国政策,传递中国友好、和谐、发展的中国形象。

#### 4、人才培养,深化交流效果

加大人才培养力度,打造“懂外交、能交流”的世界级马拉松运动选手,扎实云南马拉松运动员的运动技术,提升其中文化素养,加大其语言特别是国际语言的掌握能力,真正让云南马拉松运动成为中国马拉松运动技术领跑者的同时,成为中国与国外民众之间展示中国形象、阐述中国政策和实现双边或多边文化互鉴的“公共外交大使”。

#### 参考文献:

- [1]张晓义.中国体育国际发展历史演进与目标定位研究[D].北京体育大学,2010
- [2]李小芳,吴清莉.我国城市马拉松热的“身体哲学”分析[J].山东体育学院学报,2018.10
- [3]柳思思.浅议中国妇女民间外交[J],《公共外交季刊》|2010年第004期,P.66-72
- [4]杨钦萍,张俊斌.中国—东盟国际马拉松赛事发展研究[J].运动精品,2020,39(03):75-76.
- [5]杨琳,许秦.基于场域理论的国际马拉松赛与城市形象传播策略研究[J].湖南大学学报(社会科学版),2019,33(04):147-152.DOI:10.16339/j.cnki.hdxbskb.2019.04.021.
- [6]张元章,吴燕,张巧巧,何春感,代琳,胡小莲.体育强国建设背景下我国体育外交话语权的提升路径分析[J].辽宁体育科技,2022,44(01):54-59.DOI:10.13940/j.cnki.lntykj.2022.01.011.
- [7]郑晓莉,李宇娟,邹占.中国与拉美地区体育交流历史回顾与展望[J].西南科技大学学报(哲学社会科学版),2021,38(01):8-15.
- [8]李想.2002~2012年中国体育对外交流研究[J].内江科技,2019,40(06):83.
- [9]王荷英,戴志鹏.改革开放以来我国体育外交政策的演进研究[J].南京体育学院学报(社会科学版),2014,28(01):61-65+71.DOI:10.15877/j.cnki.nsic.2014.01.012.