

中图分类号： G852. 6

密级： 公开

UDC： 700

学校代码： 10094

河北师范大学

硕士学位论文

(学历硕士)

对比瑜伽论健身气功·易筋经的推广

By contrasting yoga to discussing promotion of the

Health Qigong·Yi Jin Jing

研究生姓名： 邱雅清

指导教师： 王凤阳 教授

学科专业： 民族传统体育学

研究方向： 传统体育与养生

论文开题日期： 2016 年 10 月 29 日

二〇一八年五月二十四日

中图分类号： G852. 6

密级： 公开

UDC： 700

学校代码： 10094

河北师范大学

硕士学位论文

(学历硕士)

对比瑜伽论健身气功·易筋经的推广

By contrasting yoga to disscussing promotion of the

Health Qigong·Yi Jin Jing

研究生姓名： 邱雅清

指导教师： 王凤阳 教授

学科专业： 民族传统体育学

研究方向： 传统体育与养生

论文开题日期： 2016 年 10 月 29 日

学位论文原创性声明

本人所提交的学位论文《对比瑜伽论健身气功·易筋经的推广》，是在导师的指导下，独立进行研究工作所取得的原创性成果。除文中已经注明引用的内容外，本论文不包含任何其他个人或集体已经发表或撰写过程的研究成果。对本文的研究做出重要贡献的个人和集体，均已在文中标明。

本声明的法律后果由本人承担。

论文作者（签名）：邵雅洁

2018年5月24日

指导教师确认（签名）：王亚明

2018年5月24日

学位论文版权使用授权书

本学位论文作者完全了解河北师范大学有权保留并向国家有关部门或机构送交学位论文的复印件和磁盘，允许论文被查阅和借阅。本人授权河北师范大学可以将学位论文的全部或部分内容编入有关数据库进行检索，可以采用影印、缩印或其它复制手段保存、汇编学位论文。

（保密的学位论文在_____年解密后适用本授权书）

论文作者（签名）：邵雅洁

2018年5月24日

指导教师（签名）：王亚明

2018年5月24日

摘 要

健身气功·易筋经作为我国优秀的传统养生文化，是国家第一批推广的四套健身气功功法之一。在人口老龄化与全民健身及健康中国的背景下，健身气功·易筋经的推广普及对广大人群身心健康的促进有着重要的现实意义。

然而，就当前社会上“瑜伽热”现象与同宗同源的易筋经相比，形成了鲜明反差。就易筋经的推广现状与瑜伽比较，呈现出显著的落后趋势，即使与同一批推广的八段锦、五禽戏相比，也呈现出滞后状态。探讨其原因，加大推广普及势在必行。本文通过文献资料、问卷调查、专家访谈等研究方法，在梳理易筋经与瑜伽发展历程的基础上，通过对比分析现状调查结果，论易筋经的推广发展，有其重要的应用价值和参考意义。

文献综述结果显示：

易筋经与瑜伽的传承、发展、流变，从起源和发展历程方面进行对比，结果显示出两者的相似性与差异性。相似性：（1）两者传承的起源，同宗同源。（2）技术内容的要求相似，都注重呼吸与意念的配合。（3）发展的历程都经历了“苦行修禅”逐渐过渡到当今的“健身养生”。差异性：（1）易筋经由古印度人来到中国后编创并在少林寺内传承，而瑜伽是在古印度本土佛教修行内传承，之后在不同阶段瑜伽以气功、健身为载体传入中国。（2）在中国改革开放时代，瑜伽自传入后一直走市场化道路，而易筋经被纳入了健身气功之列，以政府行为推广。（3）文献检索显示，学者们对易筋经的关注度远低于瑜伽。

问卷调查结果显示：

（1）对易筋经与瑜伽认知度调查结果显示：随机调查了 300 名普通大众，其中知道易筋经的有 59 人，占 20%，其中只有 12 人是易筋经的习练者；在 300 人中有 240 人知道瑜伽，占 80%，其中有 60 人是瑜伽的习练者。从数据上可以反映，对易筋经的认知度及普及率远低于瑜伽。

（2）对易筋经与瑜伽发展现状调查结果显示：通过健身气功站点和瑜伽俱乐部的管理者、习练者调查，反映出易筋经在政府推广中与瑜伽的市场化相比，总结分析出如下结果：经费方面，瑜伽市场化推广，盈利性体育组织，经费充足，易筋经政府花推广，公益性体育组织，经费普遍不足；教练员方面，瑜伽师资数量充足，专业水平

及个人魅力有更高的要求，易筋经师资力量薄弱，师资专业水平需要提高；习练者方面，瑜伽习练者人群广泛，涉及社会各个社会领域，易筋经习练者的人群大都为 40 岁以上的中老年人，人群定位狭隘；教学环境方面，瑜伽俱乐部配备齐全，易筋经环境受限，公园广场受天气影响严重；教学内容方面，瑜伽在技术动作教学的同时，也注重了理论功效、呼吸、心法等方面的内容，易筋经重视技术，忽略理论；练习方式方面，瑜伽练习方式多样化，目的性兴趣性更强，易筋经练习多以整套功法习练，缺乏创新性和兴趣性，内容技术结构较难、较复杂；推广方式方面，瑜伽市场化推广，采取口口相传、举办讲座比赛、报纸等书刊以及多媒体的方式推广，易筋经的推广都是在各气功站点推广，推广方式单一。

结论

(1) 就本研究调查范围而言，健身气功·易筋经的认知度与普及度远低于瑜伽。

(2) 就文献梳理来看，易筋经与瑜伽的发展流变都经历了“苦行修禅”逐渐过渡到当今的“健身养生”之路。

(3) 与瑜伽俱乐部现状调查对比，易筋经在气功站点的推广有明显不足，如经费、师资、习练者、教学环境、教学内容、组织方式等存在诸多问题，这些问题可能是在认知度与普及度远低于瑜伽的原因。

建议

(1) 瑜伽市场化的推广模式，可为易筋经由政府单一管理模式过渡到与市场发展并举的推广途径提供参考，以适应当前市场经济环境下社会不同人群的更大需求。

(2) 依据现状调查结果总结的瑜伽推广中的优势及分析出的易筋经推广中存在的问题，以及通过访谈专家得到的结果，从经费、教练员、习练者、教学环境、教学内容、练习方式、推广方式等 7 个方面进行了阐述。

关键词：易筋经 瑜伽 发展流变 现状对比 推广

Abstract

Health Qigong • Yi Jin Jing, as an outstanding traditional health culture in China, is one of the first four sets of Health Qigong exercises promoted by the country. Under the background of population aging and national fitness and healthy China, the promotion and popularization of Health Qigong • Yi Jin Jing has important practical significance for the promotion of physical and mental health of the broad masses of people.

However, there is a sharp contrast between the “yoga fever” phenomenon in the present society and the Yi Jin Jing that is homologous to the same source. The comparison of the promotion status of Yi Jin Jing with yoga shows a significant backward trend, even though compared with the same promotion of Ba Duan Jin and Wu Qin Xi, it also shows a lagging status. It is imperative to explore the reasons and increase the promotion of popularization. Based on the research methods of literature, questionnaires, and interviews with experts, the paper explores the results of the current survey on the basis of combing the development history of Yi Jin Jing and yoga, and discusses the promotion and development strategy of Yi Jin Jing, which has important application value and reference significance.

Literature review results show:

The inheritance, development, and evolution of Yi Jin Jing and yoga are compared from the origin and development process, and the results show similarities and differences between the two. Similarity:(1)The origin of the two inheritance, the same source.(2)The requirements for technical content are similar. Both focus on the cooperation of breathing and ideas.(3)The history of development has experienced a gradual transition from "asceticism"to today's "fitness and health". Differences:(1)Yi Jin Jing was created after the ancient Indians came to China and was inherited in the Shaolin Temple. Yoga was passed down from ancient Indian Buddhist practice. Later, at different stages of yoga, Qigong and fitness were introduced into China as carriers. (2)In the era of reform and opening up in China, yoga has been taking the road of marketization since its introduction, and Yi Jin Jing has been included in the list of Health Qigong and promoted by government actions. (3)The literature search shows that scholars pay less attention to Yi Jin Jing than to yoga.

Questionnaire survey results show:

(1)The results of the Yi Jin Jing and yoga awareness survey showed that 300 ordinary people were randomly surveyed, among which 59 people knew Yi Jin Jing, accounting for 20%, of which only 12 were Yi Jin Jing practitioners; Of the 300 people, 240 knew yoga, accounting for 80%, of whom 60 were yoga practitioners. From the data, it can be reflected that the awareness and popularity of Yi Jin Jing are far lower than those of yoga.

(2)The results of the survey on the development status of Yi Jin Jing and yoga show that: through the surveys of managers and practitioners of the Health Qigong site and the Yoga Club, Yi Jin Jing was compared with the marketization of yoga in government promotion and summarized and analyzed the following results: funds, promotion of yoga marketization, profitable sports organizations, adequate funding, Yi Jin Jing government promotion, public welfare sports organizations, funds generally insufficient; coaches, yoga teachers, sufficient number of professional levels and personal charisma The requirements of Yi Jin Jing ' s teachers are weak, and the professional level of teachers needs to be improved;on the practitioner ' s side, yoga practitioners have a wide range of people and involve various social fields in society;most of the Yi Jin Jing practitioners are middle-aged and older people over 40 years of age. People, narrowly defined crowds; teaching environment, yoga clubs are fully equipped, Yi Jin Jing environment is limited,Park Square is seriously affected by the weather; teaching content, yoga in the technical movement teaching, but also pay attention to the theory of efficacy, breathing, heart and other aspects of the content, Yi Jin Jing emphasis on technology, ignore the theory; practice methods, yoga practice Diversification, more purposeful interest, more exercises for Yi Jin Jing with a whole set of exercises, lack of innovation and interest, and difficult and complex content technology structure; promotion methods, yoga marketing, adoption According to legend, the promotion of lectures, newspapers and magazines as well as the promotion of multimedia means that the promotion of Yi Jin Jing is promoted at various Qigong sites and the promotion method is simple.

In conclusion

(1) In terms of the scope of this study, Health Qigong • Yi Jin Jing is far less cognitive and popular than yoga.

(2)With regard to the literature review, the development of Yi Jin Jing and yoga both experienced a gradual transition from the “ascetic cultivation” to the current “fitness and health” path.

(3)Compared with the investigation of the status of yoga clubs, the promotion of Yi Jin Jing on the Qigong site has obvious deficiencies. There are many problems such as funds, teachers, practitioners, teaching environment, teaching content, and organization methods. These problems may be in the cognitive Degree and popularity are much lower than the reasons for yoga.

Suggest

(1)The promotion mode of yoga marketization can provide reference for Yi Jin Jing's transition from the government's single management model to the promotion of market development, in order to adapt to the greater demand of different social groups in the current market economy environment.

(2)According to the findings of the current survey, the advantages in the promotion of yoga, and the problems in the promotion of Yi Jin Jing, as well as the results obtained by interviewing experts, explained from seven aspects: funding, coaches, practitioners, teaching environment, teaching content, practice methods, promotion methods.

Key words: Yi Jin Jing yoga Developmental evolution Comparison Status Promotion

目 录

中文摘要.....	III
英文摘要.....	V
引 言.....	1
1 文献综述.....	3
1.1 研究现状.....	3
1.1.1 健身气功•易筋经的研究现状.....	3
1.1.2 健身气功•易筋经与瑜伽的比较概述.....	4
1.1.3 瑜伽在中国传播的研究现状.....	4
1.2 易筋经与瑜伽的起源与在中国的发展流变.....	5
1.2.1 易筋经的起源与在中国的发展流变.....	5
1.2.2 瑜伽的起源与在中国的发展流变.....	6
1.3 易筋经与瑜伽的发展流变现状对比.....	7
1.3.1 相似性.....	7
1.3.2 差异性.....	8
2 研究对象与方法.....	11
2.1 研究对象.....	11
2.2 研究方法.....	11
2.2.1 文献资料法.....	11
2.2.2 问卷调查法.....	11
2.2.3 专家访谈法.....	14
2.2.4 数理统计法.....	14
2.2.5 逻辑分析法.....	14
3 结果与分析.....	15
3.1 调查健身气功•易筋经与瑜伽的认知度类问卷.....	15
3.1.1 调查对象参加健身养生活活动情况对比.....	15
3.1.2 调查对象对健身气功·易筋经和瑜伽的认知度及习练情况对比.....	16
3.1.3 调查对象第一次知道健身气功·易筋经和瑜伽的途径对比.....	16
3.1.4 小结.....	17

3.2 调查健身气功•易筋经与瑜伽的发展现状类问卷.....	17
3.2.1 健身气功站点与瑜伽俱乐部的情况调查对比.....	17
3.2.2 易筋经习练者与瑜伽习练者的情况调查对比.....	25
3.2.3 小结.....	29
3.3 专家访谈结果与分析.....	30
3.3.1 专家对对比结果分析出的健身气功•易筋经推广中存在的问题的肯定.....	31
3.3.2 专家认为现在健身气功•易筋经推广中存在的最重要的问题.....	32
3.3.3 健身气功•易筋经走政府管控、市场辅助两条路的可行性问题探讨.....	32
3.3.4 讨论分析的成果.....	32
3.3.5 小结.....	36
结论与建议.....	37
参考文献.....	39
附 录.....	43
致 谢.....	55
攻读学位期间科研成果清单.....	57

引 言

选题依据

（1）严峻的人口老龄化问题的社会背景

现在我国已进入了人口老龄化迅速发展的时期，人口老龄化是我国面临着的巨大的社会问题。1982 年老龄问题世界大会在维也纳举行，大会确定 60 岁及以上老年人口占总人口的比例超过 10%，就证明了这个国家或者这个地区进入了老龄化时期。2015 年民政部在《2014 年社会服务发展统计公报》中发布最新数据：截止到 2014 年底，全国 60 岁及以上老年人口 21242 万，占总人口的 15.5%。人口老龄化是我们必须要直面的问题。随着老龄化社会的发展，如何使老年人身体和心理健康地度过晚年，如何实现健康老龄化社会，成为当代社会关注的热点。健身气功·易筋经锻炼柔缓绵长、沉着稳定、运动的负荷小，可避免大强度运动后给生理上带来的各种负效应和身体上的损伤，这尤其适合于中老年人及慢性病患者习练^[1]。因此，探讨健身气功·易筋经的推广策略，促进健身气功·易筋经的蓬勃发展就有了很重要的意义。

（2）全民健身计划和推进健康中国战略

2016 年 6 月，国务院印发的《全民健身计划（2016—2020 年）》指出，实施全民健身计划是国家的重要发展战略，就今后一个时期深化体育改革、发展群众体育、倡导全民健身新时尚、推进健康中国建设作出部署^[2]。健身气功·易筋经作为我国第 97 个体育运动健身气功的第一批推广的四套功法之一，作为优秀的传统养生文化内容，其特点更适合群众性体育运动。2016 年 10 月中共中央、国务院印发了《“健康中国 2030”规划纲要》，并要求各地区各部门结合实际认真贯彻落实。《纲要》中指出全民健康是建设健康中国的根本目的，指出要广泛开展全民健身运动，指出要扶持推广太极拳、健身气功等传统运动项目^[3]。”这为健身气功·易筋经的推广及普及带来了更大的开展动力。

（3）弘扬中华优秀传统文化和保护非物质文化遗产

习近平总书记在中国文联第十届大会和中国作家协会第九届大会中指出要加强对中华优秀传统文化进行挖掘和阐扬，使中华民族最基本的文化基因，适应当代文化和现代社会，弘扬具有当代价值的文化精神^[4]。联合国教科文组织提出非物质文化遗产概念以来，中国政府积极响应，制定相关的法律法规，在一定程度上加强了我国的

非物质文化的申请与保护。至今已有多种传统版本的易筋经经典，得到了非物质文化遗产的保护。“真传易筋经”被列入北京非物质文化遗产。民间体育项目——“达摩·易筋经”被列为上海市第二批国家级非物质文化遗产名录项目。“古本易筋经十二势导引法”被选入第四批国家级非物质文化遗产代表性项目名录。“易筋经导引术”被列入第四批洛阳市级非物质文化遗产项目。“真传易筋、达摩·易筋经、古本易筋经十二势导引法、易筋经导引术”等都是其传统而古老的易筋经经过历史的不断推进，演变分化出来的各种形式的版本，在宗教与民间传承。2001年6月，国家健身气功管理中心成立，之后创编了“健身气功·易筋经”新功法，成为了国家推广的第一批健身气功四套功法之一。当前推行的健身气功·易筋经就是国家对这些传统而古老的易筋经的推陈出新，是为适应现代社会要求和人们的需要而改编的，以政府行为在全国范围内进行推广。在人口老龄化与全民健身及健康中国的背景下，健身气功·易筋经的推广普及对广大人群身心健康的促进有着重要的现实意义。

问题的提出

当前社会上所反映出的“瑜伽热”现象，应该引起我们的深思。为什么与瑜伽同宗同源的易筋经在推广发展中同瑜伽比较，呈现出显著的落后趋势；即使与同一批推广的健身气功·八段锦、五禽戏相比，也呈现出滞后的状态；文献检索也显示，学者们对易筋经的关注度也远低于瑜伽。这一鲜明的反差，究其原因，不得不从健身气功·易筋经的自身找答案。因此，对比瑜伽发展现状探讨健身气功·易筋经的推广策略，对于易筋经的更好推广很有必要。

研究目的与意义

本文通过文献资料、问卷调查、专家访谈等研究方法，梳理易筋经与瑜伽发展流变的历程，分析归纳异同之处，通过现状调查，找出健身气功·易筋经在推广中存在的问题，同时借鉴瑜伽推广中的优势，论健身气功·易筋经的推广。

在人口老龄化与全民健身及健康中国的背景下，使健身气功·易筋经更好的推广与普及，这对广大各类人群身心健康的促进有着重要的现实意义。

1 文献综述

1.1 研究现状

1.1.1 健身气功·易筋经的研究现状

通过在中国知网以“健身气功·易筋经”为主题检索得出,目前我国关于健身气功·易筋经的研究论文有 146 篇,其中硕博论文 33 篇,期刊论文 95 篇。研究的视角主要是以健身气功·易筋经对不同人群的生理或心理的影响的实验研究方面为主,共有 105 篇;其次从健身气功·易筋经文化以及研究综述方面进行的研究,有 26 篇;另外涉及到教学和推广方面的研究有 15 篇。由此可见,对于健身气功·易筋经的功法功效的实验验证研究比较全面,但对于其推广的研究很少。健身气功·易筋经作为健身气功的第一批推广的四套功法之一,作为优秀的传统养生方式,作为适合开展群众体育的项目,探讨其推广,促进其蓬勃发展就有了很重要的意义。下面对其研究的视角进行简单的阐述。

编创健身气功·易筋经课题组组长石爱桥在《揭开易筋经神秘的面纱》中指出:“易筋经何时为何人所创,历来众说纷纭,流传最为广泛的是少林禅宗初祖达摩创造的易筋经。第二个传说是岳飞抗金时期,一个和尚献给牛皋易筋经的传本。但这两个传说均没有确凿的证据。第三种是浙江天台紫凝道人托名达摩说,目前对此说法认可度较高,但也没有翔实的证明。^[5]”《健身气功社会体育指导员培训教材》中对于易筋经的起源有以下讲述:“易筋经为何人所创,历来众说纷纭。从现有文献看,大都认为易筋经、洗髓经和少林武术为达摩所创^[6]。”

袁满在《健身气功·易筋经对高脂血症患者血脂的影响及机理初探》中观察健身气功易筋经锻炼对原发性高脂血症患者血脂及自由基代谢水平的影响,从抗氧化角度初探易筋经锻炼对高脂血症防治作用机理,为临床防治高脂血症提供健康有效的绿色疗法^[7]。高瑛在《健身气功易筋经促进 COPD 稳定期患者肺康复的研究》中通过对常规康复组和健身气功易筋经组的 6 个月的对比研究,得出健身气功易筋经能改善 COPD 稳定期患者的肺功能和活动能力的结论^[8]。”

熊英等在《利用课程网站进行“健身气功·易筋经”教学的实践研究》中分传统教学方法和课程网站辅助的教学方法两组进行实验研究,结果采取课程网站辅助教学的试验班的理论、动作技能的考核成绩、对学习易筋经的兴趣程度以及有终身习练易

筋经的学生比均明显高于采用传统教学方法的对照班。从而得出结论：以课程网站辅助健身气功的教学能让学生更了解其内涵，从而在理论基础和动作技能等方面会有更深的理解和把握，从而更能增强他们终身习练的兴趣^[9]。项汉平、丁丽玲等在《高校健身气功·易筋经教学模式研究》中提出了健身气功·易筋经三段式的教学模式，并通过实践观察三段式教学能够帮助学生克服焦躁感，增强学习中的积极性，提高教学效率及掌握水平，适合大学生健身气功·易筋经的教学和训练，此三段式教学为：“操练化阶段”、“口令词阶段”和“气功态阶段”^[10]。

蒋满意在《健身气功推广普及的制约因素和对策研究》中指出：为更好地推广普及健身气功，应加强科学体系和教学方法的研究，加强宣传与领导，加强活动场所和指导队伍的建设^[11]。吴陶美等在《中学生健身气功知晓情况调查及推广策略研究》中分析中学生健身气功的知晓情况及其比较接受的气功推广方式，旨在制定出符合实际情况的健身气功在中学生中的推广策略，结论是需要通过课堂教学、专题讲座、社团协会、广播体操、功法比赛、集体表演、网络课程、交流平台等方式宣传推广健身气功，以局部带动整体，形成辐射效应，最终实现健身气功在中学生群体中的全面推广^[12]。

1.1.2 健身气功·易筋经与瑜伽的比较概述

张津铷、张素雯在《易筋经和瑜伽比较研究》中对易筋经和瑜伽进行了比较研究，从健身的时代功能、追求和谐自然观、技术分析、仿生性等方面探寻二者的相似性，从哲学基础、文化差异、修练方式等方面比较二者的相异，从而为大众了解这两种运动以及正确习练提供了理论参考^[13]；程丽华、李迪在《印度古典瑜伽与中国气功易筋经的比较研究》一文中，对易筋经和瑜伽的修练方法做了比较，得出从易筋经的修练方法以形引气，意随气走，意气相随，达到保健养生的目的，呼吸自然，身心放松，贯穿始终的结果^[14]；在柏祖刚、张斌《中国易筋经与印度瑜伽的比较研究》一文中指出了阻碍易筋经发展的原因是易筋经自身的保守而脱离时尚，并提出了加强易筋经正面宣传、培养师资与加强易筋经包装与改革的建议^[15]。上述文献从理论方面对易筋经与瑜伽进行对比分析两者的相似性与差异性，对易筋经的发展提供了一定的建议参考。

1.1.3 瑜伽在中国传播的研究现状

在陈丽霞《瑜伽的中国化进程》一文中论述了瑜伽在中国的传播方式与途径，指出以佛教为特征的传入期，精神修练的部分被佛教提倡，以气功为特征的传入期，被认为是气功的一种表现方法，以健身为特征的传入期，形成了追求形体美的瑜伽体系^[16]；在谭艳青《瑜伽的现代化路径探析》一文中，对瑜伽的现代化历程从印度的演变过程、向西

方的传播过程和回归东方的中国化进程三个方向进行梳理，其中回归东方的中国化进程，包括古代以瑜伽文化为主体的传入、近代以气功热为载体的融入和现代以热身潮为话题的深入，以及现代化原因探析以及在其发展过程总结了经验教训^[17]；在夏淼《浅析印度瑜伽的中国流行》一文中，分析了瑜伽在中国流行的原因，东西方健身文化的融合是瑜伽流行的前提、女性健身需求的契合是瑜伽流行的动力、大众传媒和学校的介入是瑜伽流行的基石、体育健身的商业化运作是瑜伽流行的保障^[18]；在刘兰娟《全民健身视域下的瑜伽发展研究》中指出：自上世纪80年代以来，瑜伽主要以大众健身人群（特别是女性群体）运动的形式推广，自1985以来，传播者、传播内容、传播渠道、传播受众和传播效果等对瑜伽在中国传播有积极影响。21世纪，瑜伽是主要以体育教学和运动健身的传播形式流行^[19]。

1.2 易筋经与瑜伽的起源与在中国的发展流变

1.2.1 易筋经的起源与在中国的发展流变

对于易筋经的起源众说纷纭，从现有文献看，大都认为是达摩创编。相传南天竺（南印度）达摩 526 年来到我国并最终到达嵩山少林寺，所传禅宗也以嵩山少林寺为主。期间为缓解禅宗修持带来的气血瘀滞的情况习练武术和导引术来活动筋骨，并对其进行修改和完善，形成了一种健身方式，定名为“易筋经”，在武僧中秘传^[20]。

最初创建易筋经的目的是为了在一定程度上减轻禅宗修持所带来的的疲劳和困倦，所以创编的动作主要是伸腰踢腿整理等扩展运动。“易”是改变，变化的意思，“筋”是指经筋、筋骨，“经”即是方式、方法的意思，易筋经就是使筋骨改变的方法。但是如果要按照最开始的功法要求做习练的话，首先要习练大约一年的内功，经过一年左右内功的训练达到内壮的身体状况以后，才可以练《易筋经》，在这整个练功的过程中，不仅要训练身体，还要内服外涂佐功药，整个练功过程的时间太长，太辛苦，所以按照最开始的方法习练的人特别少。易筋经也从最开始的减轻疲劳到艰苦修炼改变筋骨的目的再逐渐的改变成以健身养生为目的。目前发现流传比较最早的是清代潘蔚^[21]整理的易筋经十二势版本。在传统易筋经流传的过程中，被从宗教、阴阳五行等不同的视角研究，衍生出不同的流派。

20 世纪 80 年代的“气功热”，气功锻炼活动空前活跃，涉及到全国各地，但同时伴随着一些不良现象的出现。为使气功纳入科学化、规范化、法制化管理的轨道，保证气功健身活动健康有序的发展，1996 年^[22]第一次对社会气功、健身气功、气功医

疗提出了概念,后又不断提出调整,直到2000年国家体育总局再次对健身气功做了界定,指出“健身气功是以自身形体活动、呼吸吐纳、心理调节相结合为主要运动形式的民族传统体育项目,是中华悠久文化的组成部分^[23]。”2001年6月,健身气功管理中心成立,将易筋经改编成“健身气功·易筋经”新功法,作为国家政府推广的第一批健身气功四套功法之一。自健身气功·易筋经推广以来,一直属于政府行为,以在各地地区申请设立健身气功站点,师资为通过国家一级社会体育指导员培训并获得证书,在站点招收符合政治条件的市民,进行推广。

1.2.2 瑜伽的起源与在中国的发展流变

“瑜伽”一词,来源于印度的古代梵文,是梵文“yoga”的音译。此词最早是在公元前1500年的婆罗门教的经典著作—《梨俱吠陀》中被人们看到的。在这篇著作中“瑜伽”的含义是指“轭”或“伽”(牛、马拉车时套在脖子上的农具),有“马、车”联系在一起的意义。在这用于驾驭牛马的瑜伽,指的是制服欲望的方法。1922年莫蒂默威勒爵士在印度河谷的莫亨约达罗考古时第一次发现了瑜伽的遗迹,其中一个上彩釉的印度陶器上有一位莲花式打坐的人。考古文献表明,瑜伽的创始人是印度古代君主 Shiva,第一个弟子是他的妻子 Parvati^[24]。据考证,瑜伽发展至今已有5000多年的历史,在印度本土的发展中,瑜伽由苦行、重灵魂、轻肉体到增加体式动作、强调身心锻炼,逐渐的过渡到以身体锻炼为基本的修行理念,是瑜伽从神秘的精神修炼到实际具体的身心锻炼的发展过程,对于瑜伽的发展历程瑜伽大师艾扬曾说过“我就是让瑜伽变得世俗化,深入到大众的日常生活中去,实现祛魅化和世俗化的发展”。

瑜伽在中国的发展历程可分为三个阶段,古代以佛教为载体传入阶段、“气功热”时期以气功为特征传入阶段、21世纪以健身为特征发展阶段。

古代瑜伽是最早以佛教文化为载体传入中国西汉时期的,早期在中国的传播与佛教有很密切的关系,主要是以语言和文字的形式在寺院传播。佛教传入中国之前,中国只有跪坐的姿势,佛教传入后才有了盘腿静坐的姿势,后衍生出的道教也是选用了这一静坐姿势。道教追求的是“长生不死”和“肉体成仙”,为了修行必须注重身体的锻炼。道教强调注重养生,有很多广为流传的养生方式方法,譬如辟谷修行之法。瑜伽在其发展过程中也有相似的修行方法。瑜伽以佛教为载体传入中国后,又因为瑜伽自身对身体修炼养生的理念与功效对中医产生了很大的影响,在唐代《千金要方》、宋代《云笈七签》和明代《遵生八笺》中都借鉴了瑜伽养生之道,同时瑜伽也对中国的导引行气造成了一定的影响,例如在唐朝极为盛行的天竺按摩法,例如八段锦中的

“两手攀足固肾腰”与瑜伽动作中的“增延脊柱伸展式”相似。在这一阶段，瑜伽是以佛教为载体传入中国的，没有形成瑜伽的文化体系，而是在中国养生的发展道路上取来用之，有着借鉴作用。

以气功为载体发展阶段是在“气功热”时期，在20世纪80、90年代，中国掀起一场全民气功热，气功报刊、理疗院、表演会遍布全国，这是我国气功的第二次高潮，第一次是在20世纪50年代。1981年中国中医气功科学研究会成立，气功热开始全国蔓延，1986年，中国气功科学学研究会成立，无论是科研人士还是普通大众都将气功作为一种很时髦的运动。在这期间，1978年实行改革开放政策，1984年《气功·杂志》开始写瑜伽的一些修行方法，1985年瑜伽第一次进入众多国人们的视野，美籍华人张蕙兰在中央电视台主持的长篇电视片集《瑜伽—自我身心锻炼方法》。因瑜伽也是注重调身、调息、调心，在广大国人的认知里也以为瑜伽是一种气功。自改革开放以来，国人对西方文化有很强烈的崇尚之心，瑜伽在中国走商业化模式推广，在书籍、杂志、录像带、录音带、电视等方面都做了推广，使得瑜伽在中国这片土地上充满了活力。瑜伽以气功为特征传入阶段，以独立的瑜伽体系的文化发挥作用，在中国各个角落都洒下了瑜伽文化的种子，并在其商业推广中，融合中国文化，对应中国人群，种子发芽逐渐长大。

21世纪以健身为特征发展阶段，现代社会，中国在满足物质需求的基础上，开始更多的注重养生，注重自身健康上来。瑜伽开始以“健身、美体”为主打形象进入健身房，后又以“排毒、气质”为主打形象进入美容院。同时在网络的新时代，网络传媒又成为瑜伽的主要宣传方式之一。瑜伽馆、瑜伽俱乐部的会馆形式也在社会上广泛开展起来，同时根据人们的需要分门别类，比如瘦身瑜伽、减压瑜伽、孕妇瑜伽等等，还出现各种辅助工具，例如高空瑜伽、健身球瑜伽、高温瑜伽等等。在这一阶段，瑜伽以健身为特征发展，在市场化商业推广中，各个瑜伽组织之间竞争激烈，瑜伽管理者都会在瑜伽内容、种类、推广方式上下功夫以吸引收纳会员，使得瑜伽在竞争中蓬勃发展。

1.3 易筋经与瑜伽的发展流变现状对比

1.3.1 相似性

1.3.1.1 同宗同源

两者的编创者都是古印度人。

1.3.1.2 两者的技术动作要求相似，都注重呼吸、动作、意念的配合

易筋经多以仿效古代的各种劳动姿势为主，动作要求以脊柱为中心对身体挤压、伸展、牵拉、拧转等进行练习。瑜伽多模仿动物动作，都是通过扭、转、拧、挤、压、牵拉、伸展的方法刺激脊柱关节和神经进行练习。

易筋经的呼吸、体势、意念的锻炼方法和瑜伽的呼吸、体位和冥想是一致的。易筋经讲究意在身行，专心修炼和瑜伽的冥想表达的是一个观念。形神统一，是指形体与精神相统一。只有形神统一，才能达到健康长寿的目的。

1.3.1.3 发展历程相似

易筋经和瑜伽都拥有悠久的历史，在文化上都具有继承性、保护性、传承性。易筋经和瑜伽追溯本源，在其发展历程中根据自身特点不断进行修改，取其精华、剔除糟粕，不断地完善。

发展的历程都经历了“苦行修禅”逐渐过渡到当今的“健身养生”，易筋经是从最开始的减轻疲劳到再逐渐的改变成以健身养生为目的的，瑜伽是由苦行、重灵魂、轻肉体到增加体式动作、强调身心锻炼，逐渐的过渡到以身体锻炼为基本修行的理念。两者最后都走上了适合现代人健身养生，追求健康的道路。

1.3.2 差异性

1.3.2.1 演变形式的差异

易筋经是古印度人来到中国编创并直接在中国推广传播的，瑜伽是在古印度本土编创传播的，后在不同阶段以不同载体佛教、气功、健身传播进中国的，瑜伽属于外来文化。两者在其推广发展过程中对自身特点不断进行修改，取其精华、剔除糟粕，不断地完善，发展到现在，易筋经以一套“健身气功·易筋经”新功法的形式以政府行为进行推广，瑜伽以各种目的（如瘦身瑜伽等）、各种条件（如高温瑜伽等）的多种形式进行市场化推广。

1.3.2.2 传播模式和推广情况的差异

易筋经在早期的传播没有经过系统的规划，没有一个系统的传播模式，易筋经一直都在民间以师傅带徒弟的形式进行推广，师傅大都不主张大范围推广，大都将好东西都藏起来，不让其发展的广泛，小范围内发展，师傅选徒弟都有严格的要求，能入师门的弟子很少，能得到真传的更少之又少，这种传播方式使得其发展受到了局限。直到2001年6月，健身气功管理中心成立，国家体育总局将易筋经改编成“健身气功·易筋经”新功法，作为国家政府推广的第一批健身气功四套功法之一之后，开始以政

府行为的传播。设立健身气功站点，主要在广场、公园、社区和乡村等地方进行推广，在一定程度上促进了健身气功•易筋经的推广。

瑜伽以各种载体的形式传入中国，大量招收习练者，大范围推广，同时瑜伽的推广是商业市场化模式，是有利益回报的，其推广者可以以推广瑜伽为事业和营生手段，可以全身心的投入到其推广中，在推广手段上通过网络、多媒体、书籍等广泛进行传播，走进健身房，开设瑜伽馆等，在推广内容上进行创新性、兴趣性的调整，以满足各类人群的需要。

1.3.2.3 学者对瑜伽的关注度高于易筋经

查阅文献资料时发现以“易筋经”为主题在知网检索出 400 余篇论文，以“瑜伽”为主题检索出 5000 余篇论文，对比表明学者对易筋经的关注不够。

2 研究对象与方法

2.1 研究对象

对比瑜伽在中国的发展流变以及发展现状，论健身气功·易筋经的推广。

2.2 研究方法

本文主要运用的研究方法有：文献资料法、问卷调查法、专家访谈法、数理统计法、逻辑分析法。

2.2.1 文献资料法

主要解决对比易筋经与瑜伽的发展流变的概述的问题。

通过中国知网等文献数据库查阅文献资料，以“健身气功易筋经”为主题检索出 146 篇文献，其中硕博文献 33 篇，期刊文献 95 篇。研究的视角主要是以健身气功·易筋经对不同人群的生理或心理的影响的实验研究方面为主，共有 105 篇；其次从健身气功·易筋经文化以及研究综述方面进行的研究，有 26 篇；另外涉及到教学和推广方面的研究有 15 篇。由此可见，对于健身气功·易筋经的功法功效的实验验证研究比较全面，但对于其推广策略的研究很少。

以“易筋经”为主题检索出 422 篇文献，其中 20 余篇论文涉及到关于易筋经起源与发展的内容，并主要参阅《健身气功社会体育指导员培训教材》的书籍，并以“中国瑜伽”为主题检索出 166 篇文献，其中详细参阅了作者陈丽霞的《瑜伽的中国化进程研究》，为论文第一部分对比易筋经与瑜伽的发展流变提供了重要的理论参考资料，从而对比分析两者的起源和易筋经的发展历程以及瑜伽的中国化进程，得出两者的相似性和差异性，为论文第二部分、第三部分提供理论基础。

2.2.2 问卷调查法

问卷调查法是本研究主要运用方法之一，主要解决对比健身气功·易筋经与瑜伽的发展现状的问题。

2.2.2.1 问卷设计

调查问卷遵循社会调查的基本要求，以调查健身气功·易筋经与瑜伽的认知度与调查健身气功·易筋经与瑜伽的发展现状为目的，设计两类问卷，进行问卷调查。

第一类：调查健身气功·易筋经与瑜伽的认知度类问卷，以石家庄市普通大众为调

查对象，目的是调查健身气功•易筋经与瑜伽的认知度并进行比较。（见附录 1）

第二类：调查健身气功•易筋经与瑜伽的发展现状类问卷

（1）调查管理者问卷：调查对象是健身气功站点与瑜伽俱乐部的管理者，主要了解当前健身气功站点和瑜伽俱乐部的基本情况、教练员的情况、教学环境、教学内容以及当前的推广情况等。（见附录 2、附录 3）

（2）调查习练者类问卷：调查对象是健身气功•易筋经与瑜伽习练者，主要了解两者习练者自身的基本情况、两者习练者对功法的认识情况以及健身气功•易筋经习练者对易筋经功法的自我评价等。（见附录 4、附录 5）

2.2.2.2 问卷的效度检验：

问卷的效度检验采用专家评定的方法。

选取 10 名在本文研究内容相关领域权威的专家，将问卷向专家进行咨询并征求相关意见，在综合相关意见和建议的前提下确定问卷的内容及结构，交由相关的专家、学者予以结构、内容、整体等的问卷效度评价。

表 1 问卷效度评价统计表（N=10）

问卷种类	普通大众 问卷	健身气功•易筋 经管理者问卷	瑜伽管理 者问卷	健身气功•易筋 经习练者问卷	瑜伽习练 者问卷
内容效度 （平均分）	9	8.94	8.94	8.72	8.72
结构效度 （平均分）	9	8.95	8.95	8.75	8.75

从问卷效度检验统计结果来看（见表 1），问卷的内容和结构均比较合理，整体效度较高，问卷中的内容能够支持本研究。

2.2.2.3 问卷的发放与回收

（1）问卷的发放

第一类问卷：

调查普通大众，选取了石家庄市的四个公园（世纪公园、富强公园、体育公园、欧韵公园）四所高校（河北科技大学、河北师范大学、石家庄学院、河北医科大学）以及四条街道（万达广场、怀特商城、裕彤国际体育中心、空中花园），并且在每个公园、高校、街道中随机选取 25 名人员，共 300 人进行调查；

第二类问卷:

调查健身气功站点与瑜伽俱乐部的管理者,选取健身气功站点 20 个(站点的选择均为 40 人以上的),选取瑜伽俱乐部 20 所(5 所瑜伽公司、5 所健身房、5 所瑜伽养生会馆、5 所社区瑜伽),每个组织抽取一名管理者,健身气功站点管理者和瑜伽俱乐部管理者各 20 人;

调查健身气功·易筋经与瑜伽习练者,选取健身气功站点 20 个(站点的选择均为 40 人以上的),每个健身气功站点抽取 20 人,共计 400 人,选取瑜伽俱乐部 20 所(5 所瑜伽公司、5 所健身房、5 所瑜伽养生会馆、5 所社区瑜伽),每所俱乐部抽取 10 人,共计 200 人。

(2) 问卷的回收

所有问卷均为现场发放,现场回收,健身气功·易筋经的习练者多为中老年人,笔者与朋友采取朗读并解释的形式帮助被调查者完成问卷的填写。

问卷发放回收统计表见表 2。

表 2 问卷发放回收情况统计表

问卷类型	发放份数	回收份数	回收有效份数	回收率	回收有效率
普通大众	300	300	300	100%	100%
健身气功站点 管理者	20	20	20	100%	100%
瑜伽俱乐部 管理者	20	20	20	100%	100%
健身气功· 易筋经习练者	400	378	348	94.5%	87%
瑜伽习练者	200	179	166	89.5%	83%

2.2.2.4 问卷的信度检验

本次研究调查问卷的信度检验采用的方法是重复测验法。把第一次发放的问卷采取编号标记处理,然后再将同一问卷间隔 15 天后对相同调查对象实行二次发放。重测后对两次调查的问卷通过 SPSS20.0 数据处理,进行问卷信度检验。问卷信度检验结果见表 3。

表 3 问卷信度检验结果

问卷类型	R	P
普通大众	0.91	<0.01
健身气功站点管理者	0.87	<0.01
瑜伽俱乐部管理者	0.86	<0.01
健身气功•易筋经习练者	0.88	<0.01
瑜伽习练者	0.87	<0.01

从表 3 问卷信度检验结果来看，问卷的一致性较强，符合调查要求，满足本研究的需要。

2.2.3 专家访谈法

专家访谈法是本研究主要运用方法之二，主要解决健身气功•易筋经推广的讨论分析问题。本文通过易筋经与瑜伽的起源以及在中国的发展做文献综述对比，以及健身气功•易筋经与瑜伽的发展现状问卷调查对比，从中发现问题、总结出要点为专家访谈提供依据。访谈的内容主要包括健身气功•易筋经当前的发展情况、推广方式、发展中遇到的难题、对推广健身气功•易筋经的建议等方面。（见附录 6）

2.2.4 数理统计法

在完成本文研究中，对收集到的数据和资料利用 EXCEL 表格进行数据进行分类、排序处理和相关图表的制作。

2.2.5 逻辑分析法

对所收集的文献资料，对健身气功易筋经与瑜伽发展现状的调查结果进行科学归纳、类比、推理、分析与综合。

3 结果与分析

3.1 调查健身气功·易筋经与瑜伽的认知度类问卷

在第一类问卷调查中，我们随机选取了石家庄市的四个公园（世纪公园、富强公园、体育公园、欧韵公园）四个学校（河北科技大学、河北师范大学、石家庄学院、河北医科大学）以及四个街道（万达广场、怀特商城、裕彤国际体育中心、空中花园），并且在每个公园、学校、街道中随机抽取 25 名人员，共 300 人进行调查。

调查内容及目的主要为：（1）调查对象是否会从事健身养生活动，目的是了解人们健身养生活的情况；（2）调查对象是否知道健身气功·易筋经和瑜伽，目的是了解其认知度；（3）是否习练过健身气功·易筋经和瑜伽；（4）调查对象知道健身气功·易筋经和瑜伽的途径，目的是了解两者推广中行之有效的方式方法。

3.1.1 调查对象参加健身养生活动情况对比

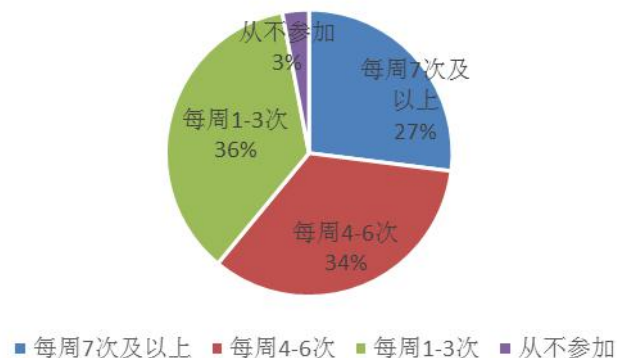


图 1 参加健身养生情况 (N=300)

通过图 1 可以了解到这次调查的普通大众的健身养生情况，随机选择接受调查的 300 名普通大众中，27% 的人（81 人）每周参加健身养生活动 7 次以上，34% 的人（102 人）每周参加健身养生活动 4-6 次，36% 的人（107 人）每周参加健身养生活动 1-3 次，3%（10 人）的人从不参加健身养生活动。从数据中可以看出 97% 的人都能够能够在一定的程度上参加健身养生活动，只有 3% 的人从不参加。在调查过程中，了解到能够参加健身养生活动的人都有比较强的追求健康的意识，而在程度上的区别在于自我时间的管理和自我坚持毅力的程度，而从不参加健身养生活动的人都是年轻人，他们觉得健身养生是老年人的事情，对健身养生有一定的误解。

3.1.2 调查对象对健身气功·易筋经和瑜伽的认知度及习练情况对比

表 4 认知度情况

项目	健身气功·易筋经 (N=300)		瑜伽 (N=300)	
	数量 (人)	百分比 (%)	数量 (人)	百分比 (%)
知道	59	20	249	83
不知道	241	80	51	17

表 5 习练情况

项目	健身气功·易筋经 (N=59)		瑜伽 (N=249)	
	数量 (人)	百分比 (%)	数量 (人)	百分比 (%)
习练	12	20	58	23
没练过	47	80	191	77

通过表 4 与表 5 可以了解到, 两者的认知度及习练情况。随机选择接受调查的 300 名普通大众中, 有 20% 的人 (59 人) 知道健身气功·易筋经, 其 59 人中的 20% (12 人) 习练健身气功·易筋经; 随机选择接受调查的 300 名普通大众中, 有 83% 的人 (249 人) 知道瑜伽, 其 249 人中的 17% 的人 (43 人) 习练瑜伽。对比两者的各项数据, 得到以下结论: 在调查范围内, 健身气功·易筋经的认知度远远低于瑜伽, 几乎是瑜伽认知度的四分之一, 而知道该健身养生方式并习练的占比相差不大。在调查中, 发现青年人和中年人都知道瑜伽这项健身养生方式, 他们会在各种场所都会经常听到或者看到瑜伽, 但是因为自己的时间安排不开、自己是男生、动作要求一定的柔韧性等原因没有参加瑜伽的项目。同时接受调查的部分老年人也与笔者分享会在家里人讲或者看到家人习练瑜伽。

表 4 与表 5 是在此次调查中整理数据, 此数据表明了健身气功·易筋经的认知度远远低于瑜伽的结论。

3.1.3 调查对象第一次知道健身气功·易筋经和瑜伽的途径对比

表 6 第一次知道该健身养生方式的途径情况

项目	健身气功·易筋经 (N=59)		瑜伽 (N=249)	
	数量 (人)	百分比 (%)	数量 (人)	百分比 (%)
组织教学	6	10	5	2
报刊书籍光盘等	3	5	4	2

表 6 第一次知道该健身养生方式的途径情况（续）

项目	易筋经 (N=59)		瑜伽 (N=249)	
	数量 (人)	百分比 (%)	数量 (人)	百分比 (%)
观看表演比赛	9	15	38	15
电视教学	3	5	6	2
朋友介绍	35	60	20	8
广告宣传	0	0	113	46
互联网	3	5	63	25

通过表 6 了解到知道健身气功·易筋经与瑜伽健身养生方式的人第一次知道该方式的途径。从表 6 中可以清楚的看到，调查对象第一次知道健身气功·易筋经的形式最多的是朋友介绍（60%），其调查对象讲是在健身气功站点的朋友介绍的。调查对象第一次知道瑜伽的形式是广告宣传（46%）和互联网（26%）。这与文献资料查阅的两者的推广方式比较符合。广告宣传是进行市场化推广中必不可少的非常有效的推广方式，而互联网是当代最便捷、最快速的推广形式，瑜伽在其推广中良好的运用了这两种方式。

3.1.4 小结

3.1.4.1 部分年轻人觉得健身养生是中老年人才需要考虑的事情，所以需要纠正年轻人的健身养生意识以及健身养生的习惯；

3.1.4.2 就本问卷调查范围而言，现代社会人们对健身气功·易筋经地认知度远远低于瑜伽的认知度，探讨健身气功·易筋经的推广策略有很重要的现实意义。

3.1.4.3 就本问卷调查范围而言，健身气功·易筋经主要是通过朋友介绍，站点宣传。瑜伽抓住了广告宣传的市场化推广以及互联网这个当代社会最便捷、最快速的推广形式，为健身气功·易筋经的推广方式提供了参考。

3.2 调查健身气功·易筋经与瑜伽的发展现状类问卷

3.2.1 健身气功站点与瑜伽俱乐部的情况调查对比

3.2.1.1 组织的基本情况

（1）该组织的主要经费来源

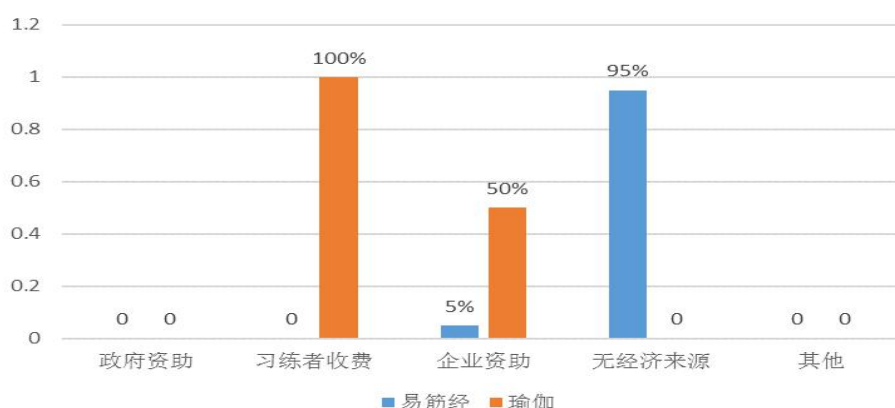


图2 主要经费来源（多选）

由图2得出，其调查的20个健身气功站点95%是没有经费来源的，5%是由企业资助的。在其发放调查问卷的过程中，与健身气功站点管理者的交流沟通中了解到，健身气功站点属于政府推广的社会公益性的组织，站点是没有经费的，练功服装都是自己准备的，个别公共用品的消耗都是习练者商议着一起消费的。有一个站点是有企业的小额度的资助。

由图2得出，受调查的20个瑜伽俱乐部100%的主要经费来源都包含了习练者收费，据了解瑜伽俱乐部的经营模式即是以会员办卡上课的形式盈利的，其中还有50%的俱乐部同时选择了企业资助，据了解这10个俱乐部是以连锁的形式进行推广的，所以在开办中前期，会员收费不能满足支出的时候，总部会提供资金支持。

（2）该组织的习练者多为的年龄段

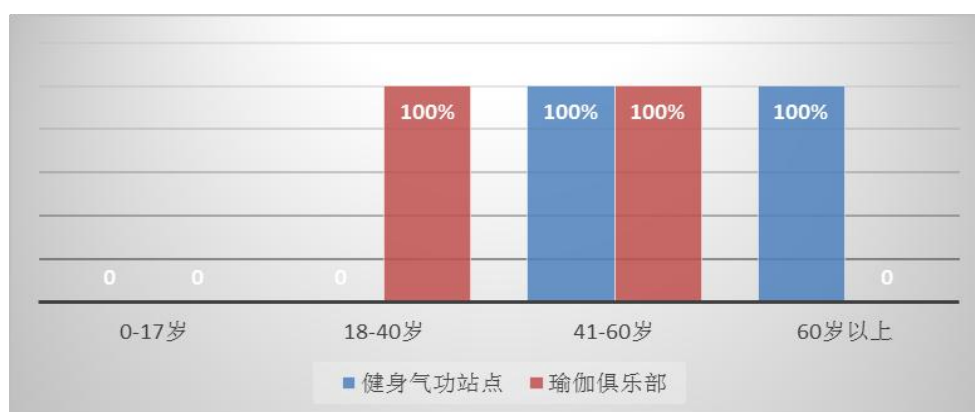


图3 该组织的习练者多为的年龄段（多选）

由图3得出，调查范围内的健身气功站点的管理者都选择了习练者多为41岁以上的中老年人的年龄段，这与前期查阅文献以及走访调查的结果一致，这表明健身气功·易筋经对40岁以下的人群推广的少。瑜伽俱乐部都为18—60岁之间的青年人与中年人，更受这类人群喜爱。在调查过程中了解到，现阶段瑜伽针对年轻人群设定了

更多形式的课程，在创新上吸引习练者。易筋经可以在已固定的套路上做一些创新性的动作组合，以满足各阶段人群在生理以及精神上不同的需要。

(3) 该组织的教学环境

表 7 内部硬件设施（多选）

项目	健身气功站点 (N=20)		瑜伽俱乐部 (N=20)	
	数量 (个)	百分比 (%)	数量 (个)	百分比 (%)
停车场	0	0	10	50
更衣室	0	0	20	100
卫生间	0	0	20	100
淋浴	0	0	10	50
空调	0	0	20	100
暖气	0	0	20	100
休息室	0	0	15	75
足够的场地空间	0	0	20	100
其他（公园）	20	100	0	0

从表 7 中得出，受调查的所有的健身气功站点都是在公园里。第一点：公园是一个开放性的环境，就教学环境来讲，具有免费、场地足够大、自然环境优美的优点，同时也存在很多缺点，比如受冬冷夏热、刮风下雨雾霾等自然天气的影响严重，出现刮风下雨雾霾不良天气时大都会取消课程活动；第二点：易筋经是动作与意念、生理与精神共同修炼的功法，场地周边闲逛的、其他的锻炼形式（如边竞走边唱）在一定程度上会影响练功；第三点，习练者都是在家穿好训练服，再加外套出门，到公园后练功，在练功过程中出汗，也只能擦擦汗，露天的自然环境容易感冒。

经调查的瑜伽俱乐部都是在室内习练，空调、更衣室等内部设施都能够满足人们的需要。第一点：室内属于封闭性的环境，受自然天气的影响不；第二点：瑜伽与易筋经一样是动作与意念、生理与精神共同修炼的功法，在室内修炼，注意力能够集中，能够更好的调动意念；第三点：在调查中了解到，大部分的瑜伽俱乐部会不定期地在天气好的时候带着习练者去室外自然环境优美良好的地方习练。在室内教学的基础上，到室外练功享受大自然。

对比分析来看，易筋经也可考虑室内教学加室外习练的形式。

3.2.1.2 教练员情况

(1) 教练员数量

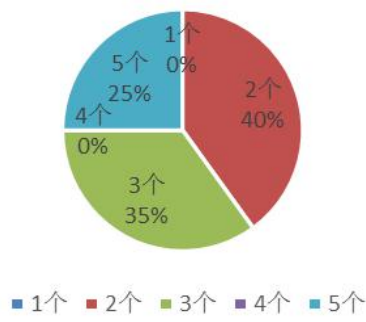


图4 易筋经教练员数量 (N=20)

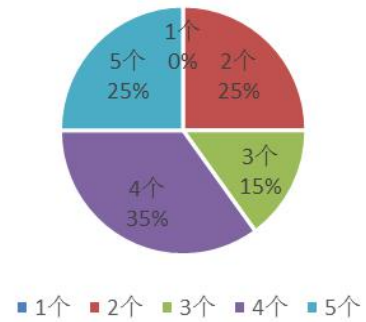


图5 瑜伽教练员数量 (N=20)

由图4得出，就调查范围内的75%的站点的易筋经教练员是2、3个，25%的站点的教练员是5个。在调查采访中了解到一些与之相关的内容，第一点：本文特意标明是易筋经的教练员，但在实际调查中了解到健身气功站点的教练员不是只教易筋经一套功法的，国家现在推广的九套健身气功都是在教练员的培训内容里面的，站点的教练员是九套功法都进行教学的；第二点：站点普遍存在习练者多，教练员少的情况，经常出现2、3个教练员教习七八十人甚至更多，并且据调查，站点有5个教练员的站点都是轮流教学，而且课程时间多集中，造成站点真正的教学时间少的情况。由图5可看出25%的瑜伽俱乐部有5个教练员，35%的俱乐部有4个教练，15%的俱乐部有3个教练，25%的俱乐部有2个教练，但瑜伽在课程安排方面有自身的优势，瑜伽俱乐部都是全天营业，会根据自身俱乐部的情况安排课程，小班级教学，一般都是1、2个教练员教习20人左右据调查的瑜伽俱乐部反映教练员数量可以满足自己俱乐部的需要。

(2) 选用教练员的标准

表8 教练员选用标准（多选）

项目	站点 (N=20)		瑜伽俱乐部 (N=20)	
	数量 (个)	百分比 (%)	数量 (个)	百分比 (%)
接受过本项目专业培训	20	100	20	100
具有丰富的教学经验	20	100	20	100
专业从事本项目	0	0	18	90
具有教练资格证书	20	100	20	100
其他	0	0	0	0

由表 8 得知，站点与瑜伽俱乐部在选用教练员的时候都对经过专业培训、具有教练资格证书以及教学经验等方面的要求，站点的教练员的证书是需要经过国家统一的国家一级指导员的培训，瑜伽教练员证书分为各个较大瑜伽馆自行发放和由国内人力资源和社会保障部所下发的官方证书。由表 8 可看出，两者不同的地方是“专业从事本项目”，调查中可了解到瑜伽教练员都是以教学为工作获得工资报酬的，这也使得俱乐部对应聘教练员岗位的人在时间方面作出限定，同时据了解因为有偿工作，对教练员专业性的理论、技术以及教学水平有较高的要求，而站点教练员都是用自己的时间精力无偿做教学的，在专业性以及教学水平上作出要求和落实有一定程度的难度，所以导致了两者对教练员选用标准在这一方面的差异性。

3.2.1.3 组织的课程情况

(1) 易筋经与瑜伽的课程时间及站点的课程安排

表 9 时间安排（多选）

项目	站点（N=20）		瑜伽俱乐部（N=20）	
	数量（个）	百分比（%）	数量（个）	百分比（%）
7:00-11:30	20	100	20	100
12:30-2:30	0	0	20	100
3:30-5:30	0	0	20	100
7:00-9:00	0	0	20	100

表 10 易筋经的课程安排（多选）

项目	站点数量（个）	百分比（%）
易筋经	20	100
五禽戏	20	100
八段锦	20	100
六字诀	20	100
十二段锦	2	10
大舞	9	45
导引养生功十二法	7	35
马王堆导引术	1	5
太极养生杖	0	0
太极	20	100
其他	0	0

由表 9 得知站点的课程时间都是为上午 7：00—11:30，基本固定。国家第一批推

广的四套健身气功功法和太极在被调查的站点已普及。从表 10 中可知健身气功站点第一批健身气功功法都已普及，目前国家推广的第二批五套功法正在教学中。据调查了解到，对于第一批四套健身气功，在站点八段锦最受欢迎，易筋经排第四位，而五禽戏和六字诀位于第二位或第三位，站点每天早上两三个小时左右的课程时间，是几套功法轮流练习，由于易筋经在习练者中不是很受欢迎，给易筋经安排的习练时间更少，而更多以整套练习的形式，而且频率是每周为数不多的几次，这就会直接造成对易筋经理论与技术教学与指导纠正的时间极少，易筋经习练者的水平较为低下。

而瑜伽俱乐部全天开课，瑜伽习练者可以根据自己的时间来安排来俱乐部上课的时间，有更多的选择性。同时瑜伽的课程分类很多，各个瑜伽馆根据自己的情况会选择性的根据习练者的目的设置课程吸引习练者，这也使得瑜伽习练者在学习及习练过程中明确的目的性，达到更好的效果。

对比分析，易筋经在推广中课程安排上需要更多的时间，可借鉴瑜伽，瑜伽灵活的安排时间，给习练者更加自由的空间，同时在自身的整套功法的基础上，分析各个动作的功理功效，根据功效设置不同的动作组合，使健身气功•易筋经习练者能够针对性的习练。

（2）教学内容

表 11 教学内容（多选）

项目	站点 (N=20)		瑜伽 (N=20)	
	数量 (个)	百分比 (%)	数量 (个)	百分比 (%)
技术动作教学	20	100	20	100
理论教学	5	25	13	65

表 12 理论教学内容（多选）

项目	站点 (N=20)		瑜伽 (N=20)	
	数量 (个)	百分比 (%)	数量 (个)	百分比 (%)
起源与发展	0	0	0	0
功法特点	0	0	0	0
每一式的功理功法功效	0	0	13	65
配合呼吸	5	25	13	65

表 12 理论教学内容（多选）（续）

项目	站点 (N=20)		瑜伽 (N=20)	
	数量 (个)	百分比 (%)	数量 (个)	百分比 (%)
运用心法	5	25	13	65
比赛规则	0	0	0	0
练功反应	0	0	0	0
其他	0	0	0	0

由表 11 得出，所调查的健身气功站点在易筋经中的教学中都有技术内容的教学，只有 25%的站点有理论教学的，由表 12 可了解到这 25%站点在易筋经理论教学的内容是在配合呼吸和运用心法两个方面。据调查，在易筋经的教学中易筋经的起源、功法特点等方面都没有涉及到。但是，教练员都经过社会体育一级指导员的培训，并附有《健身气功社会体育指导员培训教材》，对于易筋经的理论知识与技术动作都有详细的讲解。但是据调查，在实际的教学中很难做到传承的教学。

在表 11 中，对比易筋经，瑜伽俱乐部在瑜伽的理论内容方面更重视，有瑜伽理论教学的俱乐部数量占比 65%，这其中的 65%都做到了“每一式的功理功法功效”内容的教学。这也是瑜伽在其推广中按照套路功效以及习练者目的的基础。

（3）教学的组织形式

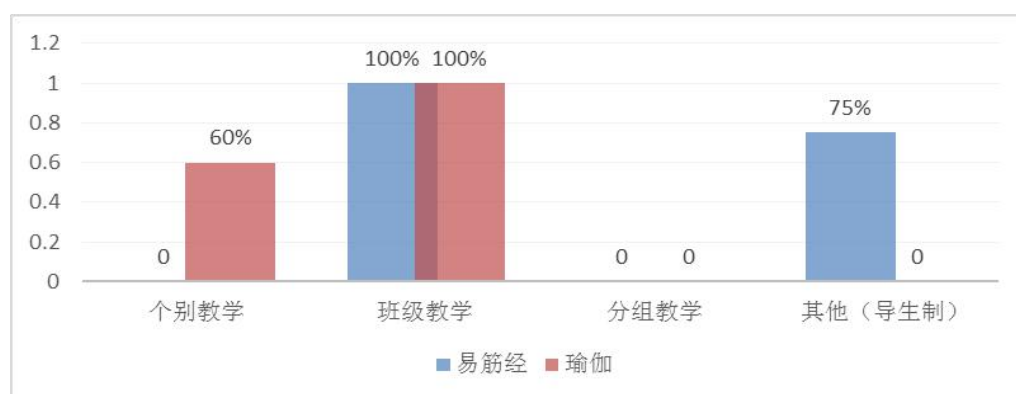


图 6 教学的组织形式（多选）

由图 6 可以看到易筋经教学的组织形式都是以班级教学和导生制教学的形式进行的。易筋经教练员都是以班级的形式教学，并且每个站点就是一个班级，由若干个教练员共同负责，做到合理分工，班级教学的形式更方便教学管理，比较符合易筋经现在的推广形式。同时受调查的 75%的站点教练员会选择优秀的习练者进行教学，再由这些习练者教新的习练者，“生教生”的形式这符合历史的导生制^[15]的教学方式，这

样减轻了教练员的工作量，又能有效地培养站点资深习练者和新习练者的和谐关系，但是会使易筋经的专业知识在传承过程中出现偏差。

图 6 中，可以看到受调查的 100%瑜伽俱乐部中全部采用了班级教学的组织形式，与易筋经的教学组织形式不同的是其中 60%俱乐部同时采用了个别教学的组织形式，存在一对一的教学组织形式，教练员对单一的学生会更加了解，个别教学学习更具交流性，学生有任何问题都可以随时向教练员反馈，并及时得到解答。由于瑜伽教练员是工作，个别教学需要单独的付课程的费用，但是这一方面得到了很多瑜伽习练者的肯定。易筋经可以参考瑜伽，可以请国家易筋经比赛的优秀运动员以及对易筋经有资深造诣的专家作为易筋经个别教学的教练员，培养更加专业的易筋经习练者。

(4) 练习形式

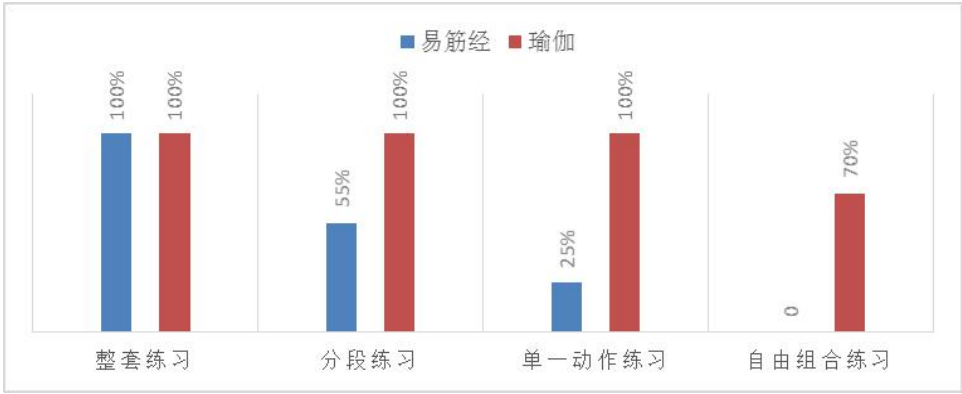


图 7 练习形式（多选）

通过图 7 可以看到 100%的站点易筋经通过整套练习的方式进行练习，55%的站点通过分段练习的练习方式进行练习，25%的站点通过单一动作练习的练习方式进行练习，从调查数据中可以得出所有站点在易筋经的练习中都采用了整套练习的方式，部分站点采用了整套与分段相配合或整套与单个动作练习相配合的练习方式。在调查中了解到很多习练者反应练习形式单一，比较枯燥，希望能够丰富其练习形式。通过图 7 可以看到 100%的瑜伽俱乐部都采用了整套练习、分段练习、单一动作练习的配合练习的练习方式，70%的瑜伽俱乐部在整套练习、分段练习、单一动作练习的基础上增加了自由组合练习的练习方式。对比易筋经与瑜伽的练习方式的调查数据，可以明显的看出瑜伽的练习方式更加丰富，更加多样化，并且在调查中了解到多样化的练习方式使习练者兴趣性更高，练习的效果更好，采用自由组合练习的练习方式的俱乐部管理者反应能够调动习练者的积极性和创造性，同时能够更加针对性的习练适合自己情况的部分，目的性更强。

3.2.1.4 组织对项目的推广方式

表 13 推广方式情况（多选）

项目	健身气功站点（N=20）		瑜伽俱乐部（N=20）	
	数量（个）	百分比（%）	数量（个）	百分比（%）
口口相传	20	100	12	60
举办讲座	0	0	3	15
举办比赛	0	0	8	40
报纸等书刊宣传	0	0	20	100
网络宣传	0	0	16	80
其他	0	0	0	0

由表 13 可知，易筋经的推广宣传都是口口相传的形式，据调查，都是站点里的习练者会带自己的朋友或亲戚一起来习练。而瑜伽俱乐部的推广宣传多是以报纸等书刊形式以及网络多媒体形式。对比分析两者的推广形式，瑜伽抓住了新时代发达网络的特点，是一个很好的发展点。健身气功·易筋经的推广可做借鉴，开发新的推广形式。

3.2.2 易筋经习练者与瑜伽习练者的情况调查对比

3.2.2.1 习练者的个人基本情况

(1) 习练者职业情况



图 8 习练者的个人情况

由图 8 可知易筋经的习练者的职业多为事业单位人员和无业（或退休），而瑜伽习练者却涉及到了社会各个领域，这也证明了瑜伽可以满足各个领域人群的需要。据调查可知，受“法轮功”的影响，人们不敢谈气功，国家政府对气功管理的很严控，后还是在弘扬传统文化及肯定气功功效的基础上，推出健身气功的项目，但是在站点

吸收习练者群众基础的时候对政治背景有很严格的把控，没有明目张胆的大力宣传，担心受到不良气功分子的影响。但目前，健身气功·易筋经作为被国家政府肯定的功法，已在国家政策下推广了 15 年，现阶段已具备向广大群众推广的条件，需要勇敢地站出来正面地大力地宣扬。

(2) 习练者第一次了解该项目的途径

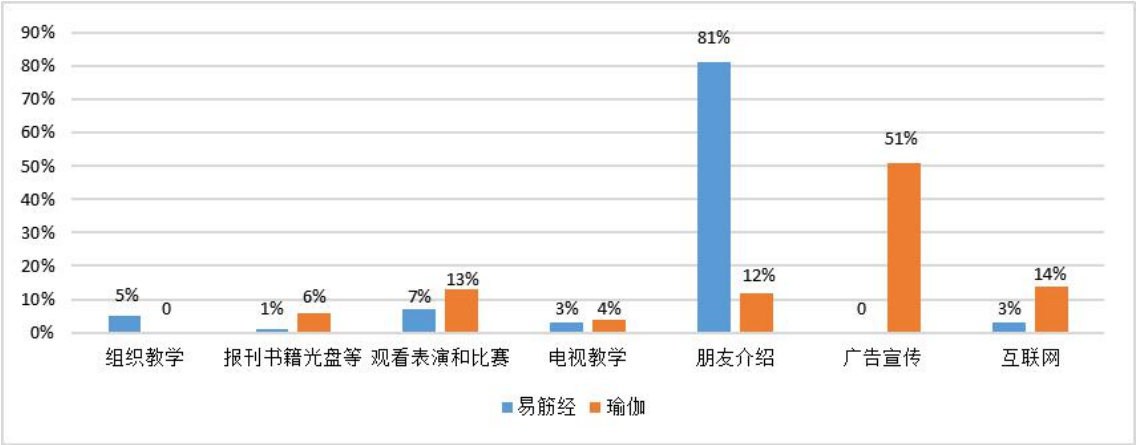


图 9 习练者第一次了解该项目的途径

由图 9 可清楚地看到调查对象第一次了解该项目的途径的情况，81%的易筋经习练者是通过朋友介绍第一次了解易筋经的，而第一次了解瑜伽的形式最多的是占据 51% 的广告宣传的形式，而剩下的 49% 的瑜伽习练者是通过其他形式进行了解的。从整体上来看，易筋经在其推广中进行最好的方式是朋友传播，而组织教学、电视教学、互联网等宣传方式没有得到很好的回应，这恰恰反映了易筋经的现状，易筋经现在是由政府行为推广，主要在健身气功站点进行传播，而瑜伽在广告宣传上收到了最好的效果，同时在其他方式也收到了回报，这符合瑜伽的现状，市场化推广，在社会上借助广告、网络、多媒体等一切形式进行宣传。

(3) 习练者习练该项目的时间及频率

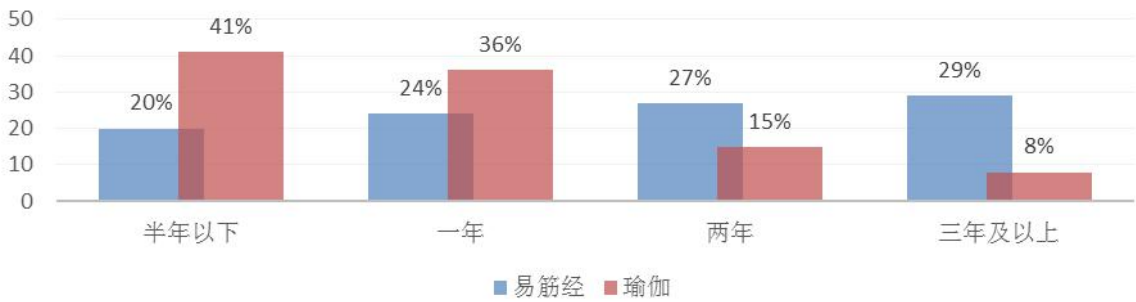


图 10 习练者习练该项目的的时间

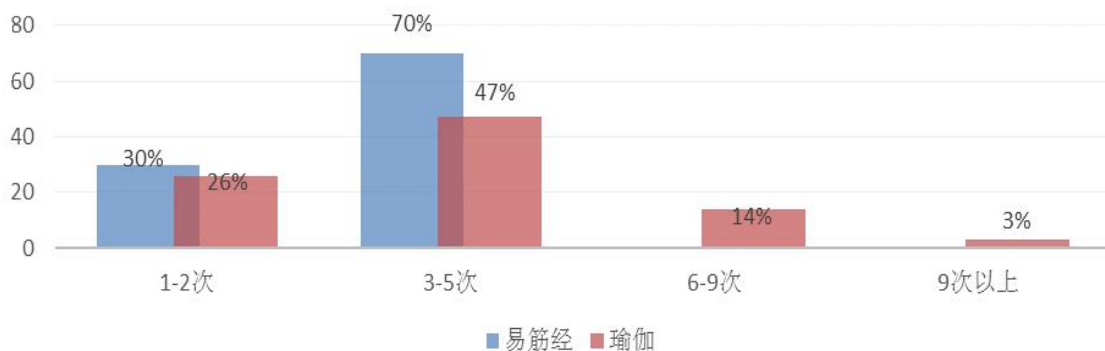


图 11 习练者习练该项目的频率

看图 10，对比两者来看，易筋经习练者习练时间在“三年及三年以上”的占比最高，为 29%，瑜伽习练者习练时间在“半年以下”占比最高，为 41%，但是从图 11 看到，易筋经习练者的频率都为“1—5 次”，瑜伽习练者的频率在四个范围里都有涉及。对比综合分析来看，易筋经的习练者习练时间更长，但在频率上较低，在调查中得知易筋经的习练都是在健身气功站点，是包括易筋经在内的九套健身气功功法以及太极拳等项目共同进行的，这是造成易筋经的习练频率低的一个重要原因。而且，在某些站点因为不喜欢易筋经或其他原因会很少习练易筋经，造成很长一段时间不会习练易筋经的情况发生。这也是在研究其推广策略时需要考虑的问题。

(4) 习练者习练该项目的动机和收获

表 14 习练者习练该项目的动机（多选）

项目	易筋经 (N=348)		瑜伽 (N=166)	
	数量 (人)	百分比 (%)	数量 (人)	百分比 (%)
出于兴趣	7	2	21	13
强身健体	348	100	148	89
防病治病	348	100	22	13
娱乐休闲	57	16	136	82
经济效益	0	0	9	5
社会交往	0	0	121	73
自我实现	283	81	127	77
其它	0	0	0	0

表 15 习练者习练该项目的收获（多选）

项目	易筋经 (N=348)		瑜伽 (N=166)	
	数量 (人)	百分比 (%)	数量 (人)	百分比 (%)
身体比以前好了	348	100	166	100
丰富了业余生活	321	92	147	89
社会交际更广了	286	82	152	92
工作上取得了进步	0	0	23	14
精神状态好了	315	91	136	82
其它	0	0	0	0

由表 14 可知，易筋经习练者的动机大多在“强身健体”“防病治病”“自我实现”等方面，瑜伽习练者的动机大多在“强身健体”“娱乐休闲”“社会交往”“自我实现”等方面，两者差异性不大，都是在追求健身养生，自我价值的实现。由表 15 可知，对比易筋经，瑜伽习练者在“工作上取得了进步”方面有突出的差别，在工作上取得进步的瑜伽习练者表示习练瑜伽增强了自己的自信心，对自己的工作有很大的积极的影响。对比两者的其他方面在习练后的收获方面差异性不大。

3.2.2.2 习练者对项目的认知情况对比

(1) 学习一套动作的时间

表 16 学习一套动作的时间

项目	易筋经 (N=348)		瑜伽 (N=166)	
	数量 (人)	百分比 (%)	数量 (人)	百分比 (%)
1-3 节课	0	0	0	0
4-6 节课	18	5	62	37
7-8 节课	54	16	104	63
9 节课以上	276	79	0	0

由表 16 可知，被调查的易筋经习练者中 79%学会整套功法用了 9 节课的时间，16%的习练者用了 9 节课以上的时间学会。被调查的瑜伽习练者 63%用 7-8 节课的时间，37%的习练者用了 4-6 节课的时间。附加一点，因为瑜伽在现阶段是一整个体系，所以在该问题上限定的是一整套具体的瑜伽套路，请被调查对象选择的是平均时间。在调查过程中，易筋经的习练者表示觉得易筋经动作比较难，每一式都是一个很连贯的动

作组合，觉得难度较大，而瑜伽习练者反映觉得瑜伽动作应为大部分是定式动作，分节学习，觉得比较简单。对比分析，可以给易筋经未来的推广提供参考意见的是易筋经教学中可以把动作细分，降低学习过程中的难度。

（2）对于该项目的动作的功理功效了解程度

表 17 动作的功理功效了解程度

项目	易筋经 (N=348)		瑜伽 (N=166)	
	数量 (人)	百分比 (%)	数量 (人)	百分比 (%)
了解	0	0	120	72
一般了解	17	5	21	13
了解甚少	282	81	25	15
完全不了解	49	14	0	0

由表 17 可看到，81%的被调查者对于易筋经每一式动作的功理功法了解甚少，还有 14%的习练者对于易筋经每一式动作的功理功法完全不了解，而瑜伽 72%的被调查者对于瑜伽每一式动作的功理功法都是了解的，没有人完全不了解（此处的瑜伽指被调查者所习练的一套动作）。对比分析来看，易筋经在教学中忽略了功效目的的部分内容的教学，在未来的推广中要着重考虑这一点，明确目的才能更好的真正的习练并享受到功效。

3.2.3 小结

通过第二类问卷对健身气功·易筋经和瑜伽发展现状的调查，对两者现阶段推广中在经费、教练员、习练者、教学环境、教学内容、练习方式以及推广方式等七个方面进行对比分析，总结出瑜伽推广中显现出来的优势以及易筋经推广中存在的问题。

3.2.3.1 经费方面

瑜伽推广经费充足，瑜伽走市场化道路，属于盈利性体育组织，通过以会员办卡的形式获得收益，另外很多瑜伽俱乐部是连锁的形式，在初期或者其他需要经费时候，总部会提供资金支持，还有部分瑜伽推广依托于健身房，健身房会给予一定的资金支持。

而健身气功·易筋经由于公益推广，经费普遍不足，健身气功·易筋经是政府主导的社会公益型体育组织，不提供经费。没有经费，一则教练员没有工资，义务教学，可能出现教练员教学热情不够高涨、教学专业能力不高的情况出现，没有工资也使教

练员大都是无业或退休人员，不能聘请年轻的专业教师教学；另则公演或者举行交流比赛没有经费，会很大程度上降低公演和比赛的频率，甚至不能进行。

3.2.3.2 教练员方面

现阶段瑜伽推广中，因为瑜伽教练员可以获得工作报酬，所以瑜伽俱乐部可以招聘足够满足需要的全职或者兼职的教练员，同时因为有工作报酬，瑜伽俱乐部在招聘时就会对应聘者有很广泛的选择，就会对未来的瑜伽教练员有较高的要求，不仅仅是对瑜伽教练资格证书有要求，而且对教练员的专业水平及个人魅力都有很高的要求，另外在就职以后，也会遵循优胜略汰的原则对教练员进行筛选，这样的压力也会使教练员持续保持更积极的工作动力和热情。

而现阶段易筋经都是在健身气功站点进行推广的，没有专门的易筋经教练员，教练员都是经过国家一级社会指导员培训并获得资格证书的，在培训中会掌握九套健身气功功法以及其他规定的内容，但是大部分对易筋经的理论知识以及技术动作要领方面还是存在欠缺。在站点大都会轮流习练包括易筋经在内的九套功法以及太极拳等，专属于易筋经的时间很少，但是需要学习的习练者人数多，又加上是义务教学，就形成师资力量薄弱的形式。同时据调查教练员也都为中老年人，对培训的内容不能做到全面掌握，在课程的教学也不能很好的表达出来，在传承方面做的比较欠缺，其教练员的专业水平与教练员都是无偿义务教教学有很大关系。

3.2.3.3 习练者方面

在调查范围内的瑜伽俱乐部里的习练者都为 18—60 岁之间的青年人与中年人，同时工作性质涉及到了社会职业的各个领域。

在健身气功站点易筋经习练者基本上都是 40 岁以上的老年人，看不到年轻人的身影，人群定位狭隘。

3.2.3.4 教学环境方面

经调查的瑜伽俱乐部都是在室内习练，空调、更衣室等内部设施都能够满足人们的需要，更加方便舒适。

易筋经的教学环境受限，公园广场受天气影响，习练场地都在公园，受冬冷夏热、刮风下雨雾霾等自然天气的影响严重。

3.2.3.5 教学内容方面

就调查范围内有 65%的瑜伽馆在教学中有理论教学，主要包括每一式的功理功法功效、呼吸配合以及运用心法等内容，这使得瑜伽习练者对该动作有更清楚的理解，

同时在瑜伽的推广中对其理论知识进行了传播。

在健身气功站点，易筋经的教学内容重视技术教学，忽略理论教学。易筋经的教练员在教学中重视易筋经十二式动作的教学，忽略理论的教学，使得习练者对健身气功·易筋经的理论内容了解甚少甚至完全不了解，习练者对于易筋经的起源、功法特点以及功法功效都不了解。易筋经是一套完整的功法，在推广传承过程中要理论与技术齐头并进。重视技术教学忽略理论教学，就出现了两个很严重的问题：（1）大部分易筋经习练者对于易筋经动作的功理功效都不清楚，就造成人们是没有目的性的练习的局面出现；（2）易筋经是调身、调息、调心的功法，现在只注重调身，忽略调息调心，忽略了习练功法气息和意念的配合，就把易筋经气功练成体操了，不能达到他本身的功效。

3.2.3.6 练习方式方面

瑜伽会以整套练习、分段练习、单一动作练习以及自由组合练习等多样化的练习形式进行习练，能够调动习练者的积极性和创造性，根据习练者的目的性或者其他方面的需求划分不同种类的瑜伽套路，更受习练者的欢迎。

易筋经多以整套功法练习的练习形式，缺乏创新性和兴趣性内容，同时在走访调查中得知习练者普遍认为易筋经技术结构较难、较复杂。易筋经的教学都是整套十二个动作连贯的习练下来，每次习练都是一整套，部分习练者反映会有点感觉上的疲劳。

3.2.3.7 推广方式方面

瑜伽走市场化道路，采用了口口相传、举办讲座比赛、报纸等书刊以及多媒体的形式进行推广，推广中还抓住了新时代发达网络的特点，对瑜伽的推广起到了很好的推进作用。

而易筋经的推广都是在各气功站点推广，推广方式单一。20 世纪 80 年代的“气功热”，气功锻炼活动空前活跃，涉及到全国各地，但同时伴随着一些不良现象的出现。“气功”成为一个特别敏感的词汇，政治色彩比较严重。2002 年国家正式开始推广健身气功·易筋经，这是被国家肯定的中华优秀的传统的养生文化，但因易筋经本身就带着“气功”的标签，又带着浓厚的神秘色彩等原因，更需要运用正面积积极的手段做宣传推广。

3.3 专家访谈结果与分析

从第二部分健身气功·易筋经与瑜伽的现状对比中总结的瑜伽推广中的优势以及

健身气功·易筋经推广中存在的问题为出发点，考虑到健身气功·易筋经的推广及未来的发展，必须要积极的借鉴瑜伽推广中的优势，同时积极主动地应对易筋经推广中存在的问题。通过易筋经与瑜伽的起源以及在中国的发展做文献综述对比，以及易筋经与瑜伽的发展现状问卷调查对比，从中借鉴瑜伽优势，发现自身问题、总结出要点为专家访谈提供依据。访谈的内容主要包括健身气功·易筋经当前的发展情况、推广方式、发展中遇到的难题、对推广健身气功·易筋经的建议等方面。经过与相关专家的访谈，得到以下结果：

3.3.1 专家对对比结果分析出的健身气功·易筋经推广中存在的问题的肯定

3.3.2 专家认为现在健身气功·易筋经推广中存在的最重要的问题

3.3.2.1 经费问题，站点无经费来源，在日常课程、举办活动、参加比赛等时受无经费的限制，无经费对组织以及参加活动有很重要的影响；

3.3.2.2 师资问题，教练员数量少，不能够满足教学的需要，同时专业水平还有提升的空间；

3.3.2.3 场地问题，露天习练环境受自然天气影响严重，刮风下雨雾霾等天气不适宜户外露天习练。

3.3.3 健身气功·易筋经走政府管控、市场辅助两条路的可行性问题探讨

在谈到觉得健身气功·易筋经借鉴瑜伽的推广模式走市场化道路，与政府行为两条腿走路是否可行时，专家都表示可行，可以解决其发展中存在的诸多问题，但是也都表示从政府公益性行为推广过渡到政府与市场化两条腿走路很难，需要一个长时间的过渡过程。现在健身气功·易筋经习练是义务公益性教学，走市场化道路后，必然会存在教学收费的问题，担心现在这些中老年人不能接受。但是从另外的角度看，一方面走市场化道路后教师专业水平、教学环境以及服务等一定会全面提高，会使习练者对易筋经的理论及技术动作更加专业，更好的了解易筋经的内涵，更好的享受其功效，真正的达到易筋经健身养生的目的，另一方面走市场化道路后，会扩大人群定位，不再仅仅针对中老年人人群了。而不能接受教学收费的人，可以继续健身气功站点习练功法，享受政府的福利。

3.3.4 讨论分析的成果

经过与相关专家的访谈，从经费、教练员、习练者、教学环境、教学内容、练习方式、推广方式等7个方面进行阐述。

3.3.4.1 经费方面

在易筋经未来的推广中，要注意拓宽经费的来源渠道，弥补由于公益推广而经费不足的问题，可向体育局申请资金支持，可向企业拉取赞助，可参加节目表演，可借鉴瑜伽的市场化推广。

3.3.4.2 教练员方面

(1) 教练员数量上提高

一方面从站点易筋经习练者中挖掘优秀后备人才，对其进行培养，后经过国家社会体育指导员培训并顺利通过考核者，可有效补充教练员数量；另一方面可招募体育院校专业毕业的学生，部分体院院校已设置健身气功必修课或者选修课，或者已通过国家社会体育指导员一级证书，已具备一定的基础，对其进行培养，这将会为易筋经的教练员队伍输送新鲜血液，有青年教练员的加入，将为整个队伍注入生机，朝气蓬勃。

(2) 教练员专业知识及业务水平上提高

教练员在专业知识上的提高，一方面自我能够熟练掌握理论知识，能够完全消化吸收《健身气功社会体育指导员培训教材》的理论知识，对其中易筋经的起源，功法特点，动作要领，每一式动作的功效以及调身、调心、调息，动作与意念、呼吸的配合等等都要有深刻的认识；另一方面能够熟习练功法，动作要完全符合动作要领要求。

教练员在业务水平上的提高，一方面有较强的组织管理能力，一方面有较强的教学能力，能够将自我熟练掌握的知识很好的表述出来传授给习练者。

(3) 教练员自我魅力的培养

教练员独特的自我魅力也是吸引新的习练者加入的重要原因，教练员要注意自己在人格、性格、为人处世等各个方面魅力的培养。

3.3.4.3 习练者方面

推广易筋经，发展习练者数量，提高普及度，首先要先巩固住现有的习练者，使其获得其功法的功效，获得身心健康的满足，获得自我价值的体现，他们才能自我主动地向自己身边的亲朋好友进行宣传。

吸引新的习练者的加入，改变人群定位，由主要向中老年人推广，逐渐过渡到向各年龄阶段、各行各业人群推广，丰富其推广形式，积极主动地扩大受众人群。

3.3.4.4 教学环境方面

(1) 教学场所

现阶段站点大都是在公园空旷处，个别在高校的健身气功站点会安排室内教学。

在健身气功•易筋经未来的推广中,可安排室外室内配合,既可在室外享受清新的空气、亲近自然,又可以在室内享受安宁、更好的放松以及躲避糟糕的自然天气。

(2) 教学工具

教练员和习练者都要配备关于健身气功•易筋经理论知识的教材,可分为教师版和学生版,教练员要能够掌握并灵活的运用其中的知识,在未来的教学中能够充分的传授给习练者,其习练者也配备健身气功•易筋经专用的教材,以理修法,理上开窍,更方便自我学习;配备音响和话筒;背景音乐要齐全,包括口令词版、纯音乐版、准备活动以及整理放松的轻柔音乐等。

(3) 情感环境

教练员与习练者首先要做到相互尊重,教练员适应的期望,端正的教学态度,适宜的合作与竞争,都会给情感环境带来积极的影响,更能够满足习练者学习的需要。良好的教练员与习练者的关系,良好的习练者与习练者的关系,是维护整个站点和谐发展的重点,在整个教学过程中,要注重维护整体的人与人之间的和谐关系。

3.3.4.5 教学内容方面

教学内容上要注重理论与技术共同教学。对于健身气功•易筋经的理论的内容:功法源流、功法特点、习练要领、调身、调心、调息、练功反应与偏差预防等在《健身气功社会体育指导员培训教材》一书中都有明确的讲解。该书是健身气功社会指导员及站点的教练员在培训时使用的教材,其中对健身气功的理论技术讲解都非常的全面。健身气功•易筋经的教练员需要能够掌握并灵活的运用其中的知识,在未来的教学中充分的传授给习练者。同时在其传授过程中要强调以理修法,理上开窍,只有思想上明白其道理,才能更好地运用它,其习练者也配备健身气功•易筋经学生版教材,理论上开窍,能够自我预习和复习。气功是主动内向性的运用意念,健身气功•易筋经属于气功,遵从同样的原则。在其修炼过程中需要技术动作与意念的紧密配合才能达到好的功效。其理论内容详细讲解参考《健身气功社会体育指导员培训教材》。

3.3.4.6 练习方式方面

在练习功法中,对该功法进行创新性地调整,使之增强目的性和兴趣性,以适应不同人群的需要,扩大习练人群范围。

根据目的性拆解组合(依据《健身气功社会体育指导员培训教材》里每一式动作的功效,使习练者能够清楚地根据自己的需要选择功法动作,进行针对性的调整。如醒脑,消除大脑疲劳可强化练习“打躬势”中的“鸣天鼓”,需要改善腰部及下肢功

能，可强化练习“三盘落地势”和“卧虎扑食势”等等。

培养习练者的兴趣性，可根据习练者的年龄性格特点对功法进行适当的调整。少年阶段注重技术动作教学辅以部分理论教学，可选用功法动作编创几个小游戏，增加其趣味性，成年阶段要技术动作和理论同步教学，并使技术动作与呼吸与意念相互匹配，逐步地引导进入气功态修炼，真正领悟功法的真谛。可与现代艺术结合，如春节晚会上的《行云流水》和《壮志凌云》和北京奥运会开幕式的《太极》表演，这些表演进行了舞台效果等艺术的润色，展现了独特的服饰、音乐、形体与神韵等多元化之美。健身气功·易筋经在其穿心调整的时候，可在保证技术动作要求及功效的基础上从审美角度拆解组合技术动作、根据动作演练选取相适合的有意境的音乐，从服饰以及舞台效果上进行创新性编排，适应时代发展，吸引更多人的喜爱，更好地传播。

要采用整套练习、分段练习、单一动作、自由组合练习等多种形式，避免重复单一性，同时要注意针对不同的习练者的情况进行不同的安排。

易筋经教学的组织形式可以借鉴瑜伽的个别教学的形式，与本身固有的班级教学、导生制教学良好的配合，达到更好的教学的效果。综合易筋经的实际情况，一方面可以和瑜伽一样进行易筋经的一对一的课堂教学，另外一方面教学时可以所有习练者采用班级教学的形式一起学习，待基本掌握技术动作后，再分组或者个别的进行提升阶段的教学，最终达到易筋经教学的教学目标。

3.3.4.7 推广方式方面

（1）政府的大力倡导

健身气功·易筋经应借助政府大力支持的政策下，充分发挥其优势资源，抓住政府提供的各种良好机遇，积极组织参加各大比赛及站点之间的交流赛等，适应社会物质与文明的共同发展。易筋经具有浓厚的神秘色彩，在中国的多本武侠小说里把易筋经称为是最厉害的功夫以及对易筋经的其他描述给易筋经添上了一层神秘的色彩，另一方面 20 世纪 80 年代的“气功热”，气功锻炼活动空前活跃，涉及到全国各地，但同时伴随着一些不良现象的出现。“气功”成为一个特别敏感的词汇，政治色彩比较严重。2002 年国家正式开始推广健身气功·易筋经，这是被国家肯定的中华优秀的传统的养生文化。但因易筋经本身就带着“气功”的标签，又带着浓厚的神秘色彩等原因，更需要运用正面积极的手段做宣传推广。

（2）建议先在政府单位、事业单位、国企等普及推广，再向社区、乡镇推广。

健身气功·易筋经目前是国家行为推广，政府单位人员、事业单位国企等属于国家

直接下属部门，先从这类组织普及，难度不大，容易推广普及，然后再向社区、乡镇推广。

（3）健身气功•易筋经进校园

借鉴武术发展道路，走进校园，教育与科研相结合的发展模式是促进健身气功•易筋经稳定发展的有效保障和重要途径之一。健身气功•易筋经走进大中小学课堂，使学生从小了解，播下一颗种子。现今，部分院校已开展健身气功•易筋经的必修课或者选修课程，并在高校间举办比赛，促进推广。并且还建议举办研讨会、学术交流会等，解决疑问，提升自我。

（4）宣传手段的多样化

网络以及多媒体推广，可举办讲座或者比赛活动，新闻传播推广及教学视频推广等。

（5）走政府管控、市场辅助的两条路

现在健身气功•易筋经是只由政府行为进行推广的，但是如果政府不能提供足够的资金支持，那在教练员数量和专业水平、教学时间、教学环境等存在的问题就不能得到解决。健身气功•易筋经可参考瑜伽的市场化推广，根据自身独特的特点，进行调整，与政府行为推广两条路携手并进，可有效的解决上述问题。

3.3.5 小结

从调查问卷结果分析出的问题出发，采用专家访谈法，对于这些问题提出应对措施，并根据专家对健身气功•易筋经专业性的了解，讨论分析健身气功•易筋经的推广，主要从经费、教练员、习练者、教学环境、教学内容、练习方式以及推广方式等七个方面进行了阐述，包括教练员数量增加、教练员专业知识及业务水平上提高、教练员自我魅力的培养，扩大人群定位、创新性调整功法，增强目的性与兴趣性，形式上要采用整套练习、分段练习、单一动作练习、自由组合练习等多种形式，避免重复单一性，班级教学、个别教学与导生制教学形式配合，政府的大力倡导、先从政府单位和事业单位做功法的普及，再逐渐的向社会推广，健身气功•易筋经进校园、宣传手段的多样化、走政府管控市场化辅助的两条路等。

结论与建议

结论

(1) 就本研究调查范围而言, 健身气功·易筋经的认知度与普及度远低于瑜伽。

(2) 就文献梳理来看, 易筋经与瑜伽的发展流变都经历了“苦行修禅”逐渐过渡到当今的“健身养生”之路。

(3) 与瑜伽俱乐部现状调查对比, 易筋经在气功站点的推广有明显不足, 如经费、师资、习练者、教学环境、教学内容、组织方式等存在诸多问题, 这些问题可能是在认知度与普及度远低于瑜伽的原因。

建议

(1) 瑜伽市场化的推广模式, 可为易筋经由政府单一管理模式过渡到与市场发展并举的推广途径提供参考, 以适应当前市场经济环境下社会不同人群的更大需求。

(2) 依据现状调查结果总结的瑜伽推广中的优势及分析出的易筋经推广中存在的问题, 以及通过访谈专家得到的结果, 从经费、教练员、习练者、教学环境、教学内容、练习方式、推广方式等 7 个方面进行了阐述。

经费方面: 拓宽经费的来源渠道, 弥补由于公益推广而经费不足的问题。

教练员方面: 教练员健身气功·易筋经师资力量培养, 教练员专业知识及业务水平上提高以及教练员自我魅力的培养。

习练者方面: 满足习练者的需求, 巩固现有习练者队伍, 吸引发展新的学员, 扩大习练人群范围。

教学环境方面: 教学场所安排可室外室内结合, 教学工具, 配备教师版和学生版健身气功·易筋经教材配备音响和话筒以及背景音乐; 情感环境, 教练员与习练者相互尊重, 培养和谐的师生、学生关系。

教学内容方面: 要注重理论与技术结合教学, 以适应不同人群的需要。

练习方式方面: 在练习功法中, 对该功法进行创新性地调整, 使之增强目的性和兴趣性; 在练习形式上要采用整套练习、分段练习、单一动作练习、自由组合练习等多种形式, 避免重复单一性。

推广方式方面: 政府的大力倡导; 建议先在政府单位、事业单位、国企等普及推广, 再向社区、乡镇推广; 健身气功·易筋经进校园; 宣传手段的多样化; 走政府管控、

市场辅助的两条路。

参考文献

- [1]冀运系.《健身气功社会体育指导员培训教材》[M],人民体育出版社,2007(10).
- [2]国务院.《全民健身计划(2016—2020年)》.2016(6).
- [3]国务院.《“健康中国2030”规划纲要》,中共中央,,2016.
- [4]习近平.中国文联十大、中国作协九大,2016(12).
- [5]石爱桥.揭开易筋经神秘的面纱[J].中医健康养生,2016(10):9-11.
- [6]冀运系.《健身气功社会体育指导员培训教材》[M],人民体育出版社,2007(10).
- [7]袁满. 健身气功·易筋经对高脂血症患者血脂的影响及机理初探[D].南京中医药大学,2014.
- [8]高瑛.健身气功易筋经促进 COPD 稳定期患者肺康复的研究[J].承德医学院学报, 2016,33(04):307-309.
- [9]熊英,顾一煌等.利用课程网站进行“健身气功·易筋经”教学的实践研究[J].中国中医药现代远程教育,2013,11(18):89-90.
- [10]项汉平,丁丽玲等.高校健身气功·易筋经教学模式研究[J].武汉体育学院学报, 2010, 44(09):74-77.
- [11]蒋满意.健身气功推广普及的制约因素与对策研究[J].林区教学, 2014(04): 99-101
- [12]吴陶美,费琳等.中学生健身气功知晓情况调查及推广策略研究[J].中国民康医学, 2016,28(20):54-57+79.
- [13]张津铷,张素雯.易筋经和瑜伽比较研究[J].武术研究,2016,1(02):109-111.
- [14]程丽华,李迪.印度古典瑜伽与中国气功易筋经的比较研究[J].辽宁体育科技, 2010, 32(05):96.
- [15]柏祖刚,张斌.中国易筋经与印度瑜伽的比较研究[J].体育世界(学术版),2015(02):49-50+65.
- [16]陈丽霞.瑜伽的中国化进程研究[D].陕西师范大学,2008.
- [17]谭艳青. 瑜伽现代化的路径探析[D].湖南师范大学,2016.
- [18]夏淼.浅析印度瑜伽的中国流行[J].体育科技文献通报,2011,19(11):112-113.
- [19]刘兰娟. 全民健身视域下的瑜伽发展研究[D].上海体育学院,2017.
- [20]冀运系.《健身气功社会体育指导员培训教材》[M],人民体育出版社,2007(10).

- [21]丘处机.潘蔚.颐身集·内功图书[M].北京:人民卫生出版社,1982.
- [22]《关于加强社会气功管理的通知》.中共中央宣传部、国家体委等七部委.1996.
- [23]《健身气功管理暂行方法》.国家体育总局.2009.
- [24]王洪,王雅静.论瑜伽文化与中国瑜伽[J].四川体育科学,2012(06):82-84.
- [25]刘晋元,孙艳.江苏省健身气功推广策略研究[J].体育科技,2014,03:86-87.
- [26]刘燕.健身气功营销策略研究——以五禽戏为例[J].搏击(武术科学),2014,11:92-93+98.
- [27]陈默.哈尔滨市普通高校健身气功课程开展的现状及发展前景研究[D].武汉体育学院,2014.
- [28]高露露.全民健身视角下健身气功的发展策略研究[D].山东师范大学,2014.
- [29]苏申根,姚琼.“一带一路”战略下健身气功推广策略研究[J].武术研究,2017,99-100.
- [30]张荣景.健身气功在北京市高校开展现状及对策研究[D].北京体育大学,2015.
- [31]王建.健身气功推广面临的主要问题及策略[J].当代体育科技,2013,148,150.
- [32]李卓嘉,雷学会.瑜伽运动的当代价值[J].体育成人教育学刊,2016,78-79.
- [33]金曼,李锋.瑜伽呼吸法对呼吸系统的保健康复作用探讨[J].吉林体育学院学报,2007,82-83.
- [34]刘玉萍,杨柳欣.我国健身气功站点与瑜伽俱乐部的比较研究[J].北京体育大学学报,2008,1452-1454,1471.
- [35]邵正喜,彭国强.健身气功的特征及推广研究[J].搏击(武术科学),2012,83-84,124.
- [36]仲伟海.大连市区健身气功推广现状研究[D].辽宁师范大学,2014.
- [37]我国经济市场化程度的判断[J].宏观经济管理,1996,20-23.
- [38]刘悦,周二强.我国健身气功的推广现状与策略研究[J].体育科技文献通报,2012,105-106.
- [39]喻瑜,刘建平.人口老龄化背景下推广健身气功的社会价值研究[J].中华武术(研究),2012,73,92-93.
- [40]张鑫淼.我国健身气功发展的变革节点——《健身气功发展规划(2013-2018)》解读[J].吉林体育学院学报,2014,102-104.
- [41]张国明.北京市健身气功发展现状分析及对策研究[D].北京体育大学,2007.
- [42]赵宝奎.健身气功推广普及现状与改善研究[J].当代体育科技,2013,104,106.
- [43]邱斌.重庆市健身气功社会化推广持续发展研究[J].体育科技文献通报,2014,6-7.

- [44]李宁. 健身气功俱乐部标准化建设研究[D].辽宁师范大学, 2016.
- [45]王芳. 瑜伽与健身气功推广的比较研究[D].扬州大学, 2013.
- [46]王林. 健身气功推广策略研究[D].上海体育学院, 2009.
- [47]周旋. 西安市瑜伽俱乐部开展现状与对策研究[D].西安体育学院, 2013.
- [48]华桦. 健身气功在英国开展的现状调查及对策研究[J]. 武汉体育学院学报, 2009, 64-67.
- [49]姜山,冯大志,张爽. 瑜伽俱乐部市场发展展望——辽宁省商业性瑜伽俱乐部市场发展的影响因素与建议[J]. 经营与管理, 2015, 36-37.
- [50]龚敏. 我国瑜伽俱乐部开展现状、问题及对策[D].广西民族大学, 2011.
- [51]张云崖,王林,虞定海. 健身气功推广普及现状研究[J]. 山东体育学院学报, 2008, 29-32.
- [52]阎海. 弘扬瑜伽 促进中外气功文化交流[J].中国气功科学,1998,06:34.
- [53]旷文楠.印度瑜伽与中华气功比较研究[J].成都体育学院学报,1993,02:1-5.
- [54]陈丽霞,张鲲.瑜伽的现代抉择与东西方健身文化融合[J].山东体育科技,2006,02:47-
- [55]李青山,王新平.中国养生术与印度瑜伽健身术比较研究[J].军事体育进修学院学报, 2006,04:8-10.
- [56]番场一雄.瑜伽与气功同异论[J].中国气功,1999,06:31-32.
- [57]苗苗. 我国瑜伽健身俱乐部经营现状及对策研究[J]. 体育世界(学术版), 2016.
- [58]周威威.河南省健身气功推广策略研究[D].河南师范大学,2015.
- [59]吴亚.健身气功的审美元素及推广策略研究[D].南京体育学院,2014.
- [60]潘捷.常州市社区健身气功开展现状与推广策略研究[D].华东师范大学,2015.
- [61]王冠锦.登封市健身气功的发展现状和推广策略研究[D].武汉体育学院,2015.
- [62]刘玉萍,杨柳欣.我国健身气功站点与瑜伽俱乐部的比较研究[J].北京体育大学学报,2008,11:1452-1454+1471.
- [63]郝凤霞. 河北省健身气功推广策略研究[D].河北师范大学,2010.

附 录

附录一

对比瑜伽论健身气功·易筋经的推广

健身气功·易筋经与瑜伽的认知度调查

受访者：

您好！我是河北师范大学 2015 级民族传统体育学专业的研究生，研究方向是传统体育与养生。目前正在从事我的硕士论文《对比瑜伽论健身气功·易筋经的推广》的调研工作。本调查问卷旨在调查当前社会人们对健身气功·易筋经与瑜伽的认知度，为论文提供数据和实证材料。希望您能够根据实际情况如实填写并提出宝贵意见。感谢您给予的帮助和支持！

河北师范大学研究生：邱雅清

导师：王凤阳教授

1、您业余时间经常从事健身养生活动

A 每周 7 次及以上 B 每周 4-6 次 C 每周 1-3 次 D 从不参加

2、您知道健身气功·易筋经吗

A 知道 B 不知道

3、您通过什么途径第一次知道的健身气功·易筋经

A 组织教学 B 报刊书籍光盘等 C 通过观看表演比赛

D 电视教学 E 朋友介绍 F 广告宣传 H 互联网

4、您是否习练过健身气功·易筋经

A 是 B 否

5、您知道瑜伽吗？

A 知道 B 不知道

6、您通过什么途径第一次知道的瑜伽

A 组织教学 B 报刊书籍光盘等 C 通过观看表演比赛

D 电视教学 E 朋友介绍 F 广告宣传 H 互联网

7、您是否习练过瑜伽

A 是 B 否

问卷到此为止，谢谢您的合作，祝您生活幸福！

附录二

对比瑜伽论健身气功·易筋经的推广

健身气功站点管理者调查

管理者：

您好！我是河北师范大学 2015 级民族传统体育学专业的研究生，研究方向是传统体育与养生。目前正在从事我的硕士论文《对比瑜伽论健身气功·易筋经的推广》的调研工作。本论文研究旨在了解健身气功·易筋经与瑜伽的发展现状情况，为论文的结果分析提供实证材料和数据。希望您能够根据实际情况如实填写并提出宝贵意见。感谢您给予的帮助和支持！

河北师范大学研究生：邱雅清

导师：王凤阳教授

1 请问该站点的主要经费来源

A 政府资助 B 习练者收费 C 企业资助 D 无经费来源 E 其他

2（可多选）在该站点习练的人群年龄多为

A 0-17 周岁 B 18-40 周岁 C 41-60 周岁 D 60 周岁以上

3（可多选）请问该站点的内部硬件设施配备有

A 停车场 B 更衣室 C 卫生间 D 淋浴 E 中央空调 F 暖气

G 休息室 H 健身气功器械 I 足够的场地空间 I 其它

4 请问该站点的教练员人数为

A 1 个 B 2 个 C 3 个 D 4 个 E 5 个及以上

5（可多选）请问该站点的教练员选择标准

A 接受过教练员培训 B 具有丰富的教学经验 C 专业从事该项目

D 具有社会指导员的专业证书 E 其他

6（可多选）请问该站点的课程时间安排

A 每天上午 B 每天下午 C 每天晚上 D 不定时

7（可多选）请问该站点的课程内容设置

A 健身气功·易筋经 B 健身气功·五禽戏 C 健身气功·六字诀 D 健身气功·八段

锦 E 健身气功·十二段锦 F 健身气功·大舞 G 健身气功·导引养生功十二法

H 健身气功·马王堆导引术 I 健身气功·太极养生杖 J 太极 K 其他

8 请问该站点国家第一批推广的健身气功的受欢迎程度排序

A 健身气功•易筋经 B 健身气功•五禽戏 C 健身气功•六字诀 D 健身气功•八段锦

原因是:

9 (可多选) 关于该站点健身气功•易筋经教学内容都包括哪些方面?

A 技术动作教学 B 理论教学

若有理论, 理论教学包括哪些方面?

A 起源与发展 B 功法特点 C 每一式的功理功法功效 D 配合呼吸 E 运用心法
F 比赛规则 G 练功反应 H 其他

10 (可多选) 请问易筋经教学的组织方式为

A 个别教学 B 统一教学 C 分组教学 D 其他(导生制)

11 (可多选) 平时站点以哪种方式进行易筋经的习练?

A 整套练习 B 分段练习 C 单一动作练习 D 自由组合练习

12 (可多选) 请问该站点的推广方式为

A 口口相传 B 举办讲座 C 举办比赛 D 报纸等书刊宣传 E 网络宣传
F 其他

问卷到此为止, 感谢您的合作, 祝您工作顺利! 生活幸福!

附录三

对比瑜伽论健身气功·易筋经的推广

瑜伽俱乐部管理者调查

管理者：

您好！我是河北师范大学 2015 级民族传统体育学专业的研究生，研究方向是传统体育与养生。目前正在从事我的硕士论文《对比瑜伽论健身气功·易筋经的推广》的调研工作。本论文研究旨在了解健身气功·易筋经与瑜伽的发展现状情况，为论文的结果分析提供实证材料和数据。希望您能够根据实际情况如实填写并提出宝贵意见。感谢您给予的帮助和支持！

河北师范大学研究生：邱雅清

导师：王凤阳教授

1 请问该俱乐部的主要经费来源

A 政府资助 B 习练者收费 C 企业资助 D 无经费来源 E 其他

2（可多选）在该俱乐部习练的人群年龄多为

A 0-17 周岁 B 18-40 周岁 C 41-60 周岁 D 60 周岁以上

3（可多选）请问该俱乐部的内部硬件设施配备有

A 停车场 B 更衣室 C 卫生间 D 淋浴 E 中央空调 F 暖气

G 休息室 H 健身气功器械 I 足够的场地空间 I 其它

4 请问该俱乐部的教练员人数为

A 1 个 B 2 个 C 3 个 D 4 个 E 5 个及以上

5（可多选）请问该俱乐部的课程时间安排

A 每天上午 B 每天下午 C 每天晚上 D 不定时

6（可多选）关于该俱乐部瑜伽教学内容都包括哪些方面的内容？

A 技术动作教学 B 理论教学

若有理论，理论教学包括哪些方面？

A 起源与发展 B 功法特点 C 每一式的功理功法功效 D 配合呼吸 E 运用心法

F 比赛规则 G 练功反应 H 其他

7（可多选）请问该俱乐部的教学的组织方式为

A 个别教学 B 统一教学 C 分组教学 D 其他（导生制）

8 （可多选）平时该俱乐部以哪种方式进行瑜伽的习练？

A 整套练习 B 分段练习 C 单一动作练习 D 自由组合练习

9 （可多选）请问该俱乐部的推广方式为

A 口口相传 B 举办讲座 C 举办比赛 D 报纸等书刊宣传 E 网络宣传 F 其他

问卷到此为止，感谢您的合作，祝您工作顺利！生活幸福！

附录四

对比瑜伽论健身气功·易筋经的推广

健身气功·易筋经习练者调查

习练者：

您好！我是河北师范大学 2015 级民族传统体育学专业的研究生，研究方向是传统体育与养生。目前正在从事我的硕士论文《对比瑜伽论健身气功·易筋经的推广》的调研工作。本论文研究旨在了解健身气功·易筋经与瑜伽的发展现状情况，为论文的结果分析提供实证材料和数据。希望您能够根据实际情况如实填写并提出宝贵意见。感谢您给予的帮助和支持！

河北师范大学研究生：邱雅清

导师：王凤阳教授

习练者基本情况

1 年龄_____岁

2 职业状况

A 农民 B 事业单位人员 C 商人 D 行政机关人员 E 工人 F 学生 G 其他社会成员

3 目前工作状况

A 全日工作 B 半日工作 C 已离、退休 D 下岗或没有正式工作

4 第一次了解健身气功·易筋经通过什么途径

A 组织教学 B 报刊书籍 C 通过观看健身气功表演和比赛 D 光盘 E 电视教学 F 朋友介绍 G 广告宣传 I 其它

5 您习练健身气功·易筋经的时间

A 半年以下 B 一年 C 两年 D 三年及以上

6 每周习练的次数

A 1-2 次 B 3-5 次 C 6-9 次 D 9 次以上

7（可多选）您学习健身气功·易筋经的动机

A 出于兴趣 B 强身健体 C 防病治病 D 娱乐休闲 E 经济效益 F 社会交往
G 自我实现 I 其他

8（可多选）习练健身气功•易筋经这么长时间，您觉得它带给您最大的收获

- A 身体比以前较好了 B 丰富了业余生活 C 社会交际更广了 D 工作上取得了进步
E 精神状态好了 F 其他_____（请手动填写）

9 您学会健身气功•易筋经一整套动作用了多长时间？

- A 1-3 节课 B 4-6 节课 C 7-9 节课 D 9 节课以上

10 对于功法的每一式的功理功效您了解吗？

- A 了解 B 一般了解 C 了解甚少 D 完全不了解

11（可多选）您认为与其他三套健身气功比较，易筋经的特点有

- A 动作多 B 动作难度大 C 配合意念很关键 D 其他_____（请手动填写）

问卷到此为止，感谢您的合作，祝您工作顺利！生活幸福！

附录五

对比瑜伽论健身气功·易筋经的推广

瑜伽习练者调查

习练者：

您好！我是河北师范大学 2015 级民族传统体育学专业的研究生，研究方向是传统体育与养生。目前正在从事我的硕士论文《对比瑜伽论健身气功·易筋经的推广》的调研工作。本论文研究旨在了解健身气功·易筋经与瑜伽的发展现状情况，为论文的结果分析提供实证材料和数据。希望您能够根据实际情况如实填写并提出宝贵意见。感谢您给予的帮助和支持！

河北师范大学研究生：邱雅清

导师：王凤阳教授

习练者基本情况

1 年龄_____岁

2 职业状况

A 农民 B 事业单位人员 C 商人 D 行政机关人员 E 工人 F 学生 G 其他社会成员

3 目前工作状况

A 全日工作 B 半日工作 C 已离、退休 D 下岗或没有正式工作

4 第一次了解瑜伽通过什么途径

A 组织教学 B 报刊书籍 C 通过观看健身气功表演和比赛 D 光盘 E 电视教学
F 朋友介绍 G 广告宣传 I 其它

5 您习练瑜伽的时间

A 半年以下 B 一年 C 两年 D 三年及以上

6 每周习练的次数

A 1-2 次 B 3-5 次 C 6-9 次 D 9 次以上

7（可多选）您学习瑜伽的动机

A 出于兴趣 B 强身健体 C 防病治病 D 娱乐休闲 E 经济效益 F 社会交往
G 自我实现 I 其他

8（可多选）习练瑜伽这么长时间，您觉得瑜伽带给您最大的收获

A 身体比以前较好了 B 丰富了业余生活 C 社会交际更广了 D 工作上取得了进步
E 精神状态好了 F 其他_____（请手动填写）

9 您学会瑜伽一整套动作用了多长时间？

A 1-3 节课 B 4-6 节课 C 7-9 节课 D 9 节课以上

10 对于功法的每一式的功理功效您了解吗？

A 了解 B 一般了解 C 了解甚少 D 完全不了解

问卷到此为止，谢谢您的合作，祝您工作顺利！生活幸福！

附录六

对比瑜伽论健身气功·易筋经的推广

专家访谈提纲

1、与专家分享自己对比易筋经与瑜伽的发展流变以及发展现状中发现的健身气功·易筋经推广中存在的问题，对此听取专家的评价，并探讨其相应的解决措施，为更好地促进健身气功·易筋经的发展，探讨健身气功·易筋经的推广。

2、据您的了解，您觉得健身气功·易筋经在现在的推广中存在的难题有哪些？

3、您觉得健身气功·易筋经借鉴瑜伽走政府管控、市场辅助的道路可行吗？为什么？

4、您对健身气功·易筋经未来的推广有什么建议吗？

致 谢

在三年的学习生活中，首先我要感谢母校给予我学习深造的机会，其次我要感谢我的导师王凤阳教授，他严肃的科学态度，严谨的治学精神，精益求精的工作作风深深地感染和激励着我。本论文是在王老师的亲切关怀和悉心指导下独立完成的，从课题的选择到最终完成，王老师都始终给予我细心的指导和不懈的支持。研究生三年，王老师不仅在学业上给我以精心指导，同时还在思想、生活上给予我以无微不至的关怀，在此向您表示由衷的敬意。

感谢河北师范大学体育学院、河北体育学院的各位专家学者以及河北省健身气功俱乐部培训部部长徐素平老师等在完成论文期间对我论文的细心指导和帮助，感谢填写问卷的调查对象，您的支持是我顺利完成论文的基石，在此表示由衷的感谢。

感谢三年中陪伴在我身边的老师、同学、朋友，感谢您们向我提出的各种宝贵建议和意见，是您们的支持、鼓励和帮助，使我渡过了三年充实的学习生活，成就了今天的我。

最后，再次感谢母校的培育，希望母校越办越好，再创辉煌！希望所有帮助过，关心过我的朋友们都能幸福快乐！

攻读学位期间科研成果清单

文章名称	发表刊物 (出版社)	刊发时间	刊物 级别	署名 次序
传统武术与现代竞技武术的 对比研究	当代体育科技	2017 年 8 月	省级	1
影响中学生学习排球传球技术 的因素及对策研究	当代体育科技	2017 年 7 月	省级	2
论如何推进武术兴趣教学	学校武术创新与 发展论坛	2016 年 7 月	省级	1
浅谈如何传承与发展中国传统 导引养生	中学生导报. 教学研究	2017 年 5 月	省级	1
电影《一代宗师》的武术文化 探析	中学生导报. 教学研究	2017 年 5 月	省级	2
论学校体育“武德”教育融入 之研究	学校武术创新 与发展论坛	2016 年 7 月	省级	3