

中国民运会的文化空间建构

侯小琴, 万晓红

(武汉体育学院新闻传播学院, 湖北 武汉 430079)

摘要: 中华人民共和国全国少数民族传统体育运动会的定期召开为中华民族传统体育的传承建构了公共时空场所。本文采用文献研究方法、参与观察方法, 对现阶段民族传统体育运动会的文化空间建构作了梳理: 全国少数民族传统体育运动会相对于其他大型体育赛事来说尚处于边缘, 其文化空间的建构主要还停留在物理属性的文化空间, 未来文化空间的建构当在时空建构的基础之上把目标和重点转向节日聚合文化空间与隐喻的符号文化空间上来。

关键词: 民族传统体育; 民族运动会; 文化空间; 非物质文化遗产

中图分类号: G80-05

文献标识码: A

文章编号: 1007-7413(2017)01-0053-05

Culture Space Construction of Minority Traditional Sports Meeting

HOU Xiao-qin, WAN Xiao-hong

(School of Journalism and Communication, Wuhan Sports University, Wuhan 430079, China)

Abstract: The national minorities of the People's Republic of China traditional sports meeting held regularly, has constructed the spatial and temporal place for Chinese national traditional sports inheritance. This paper uses the literature research method and participant observation method, draws the following conclusion: compared with other major sports events, the national minorities of the People's Republic of China traditional sports meeting is still at the edge. In the future, China should construct a national sports festival culture space and symbolic metaphorical space.

Key words: national traditional sports; National Games; cultural space; intangible cultural heritage

1 中华人民共和国全国少数民族传统体育运动会简介

1953年11月8日至12日, 国家在天津市举办了全国民族形式体育表演及竞赛大会。1984年, 国家体委、国家民委将这次体育运动会定为第一届全国少数民族传统体育运动会。全国少数民族传统体育运动会由国家民族事务委员会和国家体育运动委员会联合主办、地方承办, 经过六十多年的发展, 形成了每4年举行一届的体育赛事。与此相应, 我国一些省(市)及地级市(自治州)也定期举办不同级别的民族传统体育运动会。赛事以民族性、广泛性和业余性等特色闻名, 已成为中国较有影响的大型综合性体育运动会之一, 为发掘整理各民族及民间传统体育形式、弘扬中华民族传统文化、发展全民健身运动、促进各民族团结作出了积极的贡献。

全国少数民族传统体育运动会历经十届, 跨越60多年, 规则不断健全, 赛制不断完善, 规模逐渐扩

大, 比赛和表演项目逐渐增多。进入新世纪以来, 全国少数民族传统体育运动会更加淡化金牌意识, 强调体育精神、注重民族传统体育与学校教育相结合、彰显民族文化特色, 第七届、第八届、第九届、第十届运动会逐步与市场结合, 在坚持民族性的同时将赛事运行与现代体育盛会接轨。少数民族传统体育运动会项目是我国体育非物质文化遗产重要组成部分, 运动会已经成为展示中国民族传统体育的最大平台, 也成为中国体育非物质文化遗产传播传承的重要场所。

2 中国民运会文化空间建构分析

“文化空间”(cultural space)是联合国教科文组织在非物质文化遗产保护领域使用的一个专用名词。中国官方文件习惯上把“cultural space”译为“文化场所”, 虽然便于国人的理解, 但是这个“转译”无疑损害了词语的部分原意, 有的学者认为直译为“文化空间”比较妥当^[1]。近年来, 我国学界在非物质文化

收稿日期: 2016-04-15

基金项目: 国家社会科学基金项目(13BTY017)

第一作者简介: 侯小琴(1974—), 女, 湖北巴东人, 讲师, 博士。研究方向: 民族传统体育。

遗产保护的 研究中,越来越意识到文化空间的重要性,着重阐述文化空间的“活态性”、“传统性”、“整体性”等三个特征^[2],以此来研究文化保护的科学性。

2.1 民族传统体育运动会为中华民族传统体育文化自觉的唤醒创设了情境

体育作为社会文化的一部分越来越受到“全球化”浪潮的影响,以西方价值观念为主导的体育全球化构成了对中国民族传统体育文化的挤压,这种背景之下,中国举办少数民族传统体育运动会,无疑是保护民族传统体育文化的重大举措。运动会的定期举办,是有组织的周期活动,为民族传统体育建构了展示、传承的时空场所,其意义在于建立集体的民族文化认同,加固传统文化记忆力,弥补了全球化背景下传统体育面临时空变迁导致的集体失忆,在一定程度上成为凝聚民族精神和强化文化认同的手段。举办全国少数民族传统体育运动会所取得的公共效益和文化效益不可低估。

例如:抢花炮是流行在侗族、壮族、仫佬族等民族中的一项具有浓郁民族特色的民间传统体育活动,然而随着中国现代化建设,西方体育项目在中国盛行,抢花炮被很多现代青年认为是“过时的游戏”,通过民族传统体育运动会的举办,抢花炮这一项民族传统体育项目被挖掘整理出来,规则逐步完善,技术与战术不断发展,对抗竞争的激烈程度有增无减,为了更具观赏性和公平竞争性,人们将抢花炮这项民族传统体育运动与现代竞技体育运动逐步接轨,有人将其称之为中国式的“橄榄球”。

2.2 定期召开的民族传统体育运动会为体育非物质文化遗产传承建构了新的文化空间

在联合国教科文组织相关文件的阐释中,“文化空间”指的是“被确定为一个集中了民间和传统文化活动的地点,但也被确定为以某一周期(季节、日程表等)或是一事件为特点的一段时间。这段时间和这一地点的存在取决于按传统方式进行的文化活动本身的存在。”民运会的举办正是提供了一个新的集中了民间和传统文化活动的地点和一段时间。

在《中国民族民间文化保护工程普查手册》中,文化空间被界定为“定期举行传统文化活动或集中展现传统文化表现形式的场所,兼具时间性和空间性。”民族传统体育运动会每四年举办一次,通过定期举办形成了长期广泛的文化交流与传播形式,为中华民族体育非物质文化遗产传承建构了新的时间周期。当前,学者们也正是在针对这个新的文化空间,

通过对全国少数民族传统体育运动会举办主题、运作模式、发展演变、赛事体制与规模等情况的分析与研究,揭示运动会变化的规律及发展趋势,为运动会向着健康的方向发展和民族文化的传播提供理论依据。

2.3 民族传统体育运动会为民族传统体育建构了现代符号文化空间

民族传统体育运动会的举办促使民族传统体育被挖掘整理,被以项目竞技的方式予以传承。具有鲜明民族特色的运动项目本来就是代表民族传统体育文化的符号,从端午节到专门的龙舟赛项目,从寒食节到专业的秋千项目,从庙会祭祀到抢花炮项目……随着民族运动会的现代化,民族传统体育也渐渐从传统的物质文化向符号文化和媒介文化过渡,运动会的举办为民族传统体育建构了现代符号文化空间。另外,每一届运动会主办方还发布了会徽、吉祥物、宣传口号等符号,这些符号与媒体所发布的运动会信息共同建构了文化符号空间。这些符号通过各种方式传播,使民族传统体育文化得以展现在受众面前,其休闲、健身、娱乐的功能发挥出来,吸引更多的人参与,让更多的人了解民族传统体育。

1991年,在广西南宁召开的第四届少数民族传统体育运动会首次有了自己的会歌,壮族歌星韦唯演唱的《爱我中华》从南宁唱响,传播到全国各地,后来又 被著名歌唱家宋祖英演唱,流行多年。2011年,在贵州举办的第九届全国少数民族传统体育运动会在筹备和举办期间,组委会综合利用传统媒体和新媒体,运用了组织传播、大众传播、人际传播等方式向公众发布有关赛事信息,特别是吉祥物、会徽、主题曲、口号等符号的建构与传播,弘扬了民族文化,在物理文化空间的基础上构建了隐性的符号文化空间。2015年,第十届少数民族传统体育运动会火炬传递在赛会官网设置为期两个月的网上传递环节,凡参与网上传递的网友均有机会赢得开闭幕式门票,火炬作为运动会的符号将运动会的文化空间延伸至互联网。

3 中国民运会文化空间建构现状

3.1 地域场所的特殊性

已知的十个举办城市,有七个地处中国西部,而其他三个有两个为直辖市(天津、北京),另一个为经济发达的一线城市(广州)。由此可以看出,举办城市要么地处中国相对落后的西部,要么地处经济发达的直辖市和一线城市。西部地区因为拥有众多的少

数民族人口,这些地区的城市理所当然争取机会举办运动会,而北京、天津、广州举办民族传统体育运动会,正印证了体育作为文化现象,其发展壮大需要有良好的经济基础作支撑这一规律。已经举办的运动会地点集中在西部地区,一方面体现出西部地区为弘扬民族文化所作的努力,另一方面也反映了中东部地区对民族传统体育运动会理解的偏差。在我国,因为汉族人口众多,所以在人们表述“民族”的时候往往被理解为“少数民族”,而“民族传统体育”也通常被理解为“少数民族传统体育”。事实上,全国少数民族传统体育运动会也吸引了不少汉民族群体成员参加,“全国少数民族传统体育运动会”呈现出向“中华民族传统体育运动会”发展的趋势,其地域性也应该扩展至全国范围,影响力也应当从过去的少数民族地区向全国乃至全球发展(见表 1)。

表 1 历届全国少数民族传统体育运动会举办时间及地点

届次	举行时间	举办城市
1	1953 年 11 月	天津
2	1982 年 9 月	呼和浩特
3	1986 年 8 月	乌鲁木齐
4	1991 年 11 月	南宁
5	1995 年 11 月	昆明
6	1999 年 9 月	北京
7	2003 年 9 月	宁夏
8	2007 年 11 月	广州
9	2011 年 9 月	贵阳
10	2015 年 8 月	鄂尔多斯市

3.2 时间相对不规律性

1953 年,新中国刚成立 4 年时间,当时世界正处在二战后社会主义与资本主义两大阵营意识形态对抗时期,中国被排斥在联合国成员国之外,也未能加入世界各大型竞技运动会会员国之列,在这样的历史背景下,国家于 1953 年举办了全国民族形式体育表演及竞赛大会。从第一届运动会到第二届运动会的举办,时间间隔了 30 年之久,其间国内政局经历了十年文化大革命的动荡,国家社会科学发展也几乎处于停滞状态。虽然 1953 年在天津举办的全国民族形式体育表演与竞赛大会被追认为第一届全国少数民族传统体育运动会,但实际上直到 1982 年在内蒙古举

办的运动会才算得上是真正的少数民族传统体育运动会。

1982 年以后,全国少数民族传统体育运动会每四年举办一次,但每一届具体时间分别处于 8 月到 11 月之间,季节历经夏、秋、冬三个季节,具有相对不规律的性质。所以全国少数民族传统体育运动会并不能像夏季奥运会、冬季奥运会那样形成时岁规律的庆会节日特点。现代夏季奥运会因为每届都是在北半球盛夏时节举办,每届奥运会召开时间已经成为了人类共同的时岁印象,全世界都在欢庆这个人类共同的节日。赛场之外,通过现代传播技术,观众看奥运赛事已经形成了独特的“风俗”。因为时差,人们熬更守夜看奥运会,朋友相约看奥运,以美食美酒度盛夏、看奥运已经成为北半球人们四年一度的“生活习俗”。

3.3 文化空间的边缘性

上世纪六、七十年代,文化大革命导致中国民族传统体育事业一度停滞。改革开放之后,民族传统体育事业在官方与学界几十年的推动下,已经形成了比较成熟的研究,民族传统体育概念界定和内容体系相对较为清晰。但值得注意的是,具体针对少数民族传统体育运动会的研究则非常缺乏,查阅十多年来的相关参考文献,关于少数民族传统体育运动会研究大多属于对赛事的微观研究。在调查中我们了解到,甚至一些体育专业院校的师生也将民族传统体育运动会视为边缘赛事,社会人士对民族传统体育运动会的了解则更少,甚至根本不知道有全国少数民族传统体育运动会的存在,少数民族传统体育运动会在中国公民中的知晓度远不及国内外的足球、篮球等大型赛事。

面临文化全球化趋势的现代社会,全国少数民族传统体育其实应该是中华民族传统体育的总称。民族传统体育运动会召开的地点与参与者也不仅仅局限于少数民族地区和少数民族人口,而应当是中国 56 个民族共同拥有并参与的体育盛会和节日。“中华人民共和国全国少数民族传统体育运动会”不仅仅包括少数民族体育项目,也包含汉民族传统体育项目。

边缘性还可以从大众传播方面来看,前几届的少数民族传统体育运动会基本上都只是报纸上有比较零星的报道。虽然有比赛录像,但都是为各省区市的民族宗教部门和体育局等服务的。近两届运动会虽然采用了现代体育赛事先进的媒体运行服务系统,但总的来说,报道篇幅少、深度报道来源局限于民族类、体育类的传媒。受众通过大众传播媒介了解民族传统体育机会很少,其传播深度与广度远远低于其他大

型体育赛事传播。

4 中国民运会未来文化空间建构路径

人类学的“文化空间”是一个广义的概念,它既是一个物理场,又是一个文化场。传统文化空间研究注重时空属性,新的研究则将重点从文化景观转向了空间与权力、空间与表征之间关系的探讨。全国少数民族传统体育运动会未来文化空间的建构也应当在时空建构的基础之上,实现由实体建构向权力、表征层面建构的拓展。当前,无论是政府部门还是学术界,对文化空间的认识很大程度上还停留在地理性的“文化场所”(cultural places)层面上,而忽略了具有文化意义的“隐喻性空间”(metaphorical spaces)。这样一来,无疑会影响我们探索民族传统体育及体育非物质文化遗产保护的实践方式和对现有遗产理论的检讨^[1]。

4.1 地理空间的扩展是未来建构的基础

中国西部是少数民族聚集区,西部地区举办少数民族传统体育运动会较多,而且大多数是在少数民族自治区举办的。第六届、第八届在经济比较发达的一线城市北京、广州举办,这表明汉民族居多的中国东部和沿海发达地区政府与社会人士具有文化自觉,民族传统体育运动会举办地空间的扩展对于不同地区的民族文化交流具有十分重要的促进作用,能有效增加不同文化之间的理解,逐步缩小文化差异,增强民族之间的团结。

运动会举办地点的确定是文化空间建构的基础,举办地不应局限于西部少数民族地区,应鼓励中东部地区承办民族传统体育运动会,北京与广州已经成功举办过民族传统体育运动会,说明中东部及沿岸海地区完全具备承办民族传统体育运动会的基础。当前,业界与学界普遍将“中华人民共和国全国少数民族传统体育运动会”简称为“民族运动会”,这种简称遵循了媒体传播使用简洁语言的特性,学界在研究过程中也习惯使用媒体报道的这个简称。但笔者认为应该统一使“中华民族传统体育运动会”,这更强调了文化空间的建构,为中国传统体育文化与世界文化的交流创设了语境。民族传统体育运动会召开地点可以从当前的西部城市向中东部城市扩展,让运动会成为中国 56 个民族同胞共同享受传统体育文化、参与民族文化交流、体验体育娱乐休闲乃至购物狂欢的节日。

4.2 “节日文化空间”是未来文化空间构建的目标

节日是全球范围的一种文化事项,是人类在代代繁衍生活中为了适应环境和需要而共同创造的一种民俗文化,节日是文化的重要组成部分。民族传统体育项目是各民族在其所处的文化生态环境中历经漫长的岁月发明并一代代传承形成的,许多民族传统体育项目有相对稳定的内容、形式、时间、地点,成为民族节日不可或缺的内容,是人类代代相传的文化遗产。

“文化空间”的解释包含了“定期举行传统文化活动或集中展现传统文化表现形式的场所,兼具时间性和空间性。”这样的解释俨然是节日的定义^[3]。中国现代生活中的节日,既有春节、清明节、端午节、中秋节等传统节日,也有伴随着新中国诞生和发展壮大而逐步建立起来的新节日,如教师节、国庆节等。另外,国外一些节日,特别是来自西方发达国家的节日也传播到中国,如今,圣诞节在中国的传播已从北京、上海、广州等一线城市传播到西部县、乡一级城镇,新世纪以来,每逢圣诞节,中国城乡的商场、超市、公园等公共场所随处可见圣诞老人、圣诞树。商业促销推进了西方节日在中国的传播,甚至使来源于高校校园趣味文化的光棍节也甚为流行。东方与西方、传统与现代的节日在当今的传播与盛行代表了人们集体文化的认同,反映了现代生活中人们的公共价值观,节日文化空间的建构与传播是文化传承与交流的典型体现。

运动会的举办以公共的时间和空间为基础,本身就具有节日的文化特质。四年一度的奥运会是全世界普天同庆的盛大节日,奥运会是人类社会共同创造的罕见文化杰作,它将体育运动的多种功能发挥到极致,影响力远超出体育范围,在政治、经济、文化、艺术、传播等诸多领域产生了深远影响,奥运会就像人类学家马林诺夫斯基描写的“库拉圈”那样,它与人们生活的各方面都有着紧密联系,是一个由各种要素构成的文化复合体。全国少数民族传统体育运动会需借鉴奥运会理念,将民族传统体育引入竞赛体制改革,在运动会的赛制促进下,各省、市、自治区也举办地方民族传统体育运动会。与此同时,民族传统体育运动会也需淡化竞技、强调文化传承,通过表演,让更多人以简单纯粹的方式参与和享受民族体育的健身过程,真正构建“节日聚合文化空间”,将文化寓于体育之中,突出文化展示与交流,将其办成各民族团聚欢庆的狂欢节。

4.3 符号文化空间是未来建构的重点

民族传统体育运动会的举办承担着继承、发展、创新中华民族传统体育的重大任务,文化的传承与创新离不开符号表达,符号文化空间的建构是传承传播中华民族传统体育的必经之路。

近几届民族传统体育运动会的会徽、吉祥物、火炬、主题歌通过新闻发布会的方式向媒体和公众发布,发布后的传播效果与公众知晓度相对于在中国举办的奥运会、亚运会来说相差甚远。1991年,第四届运动会创作了会歌《爱我中华》,经由著名歌手韦唯演唱后并没有广泛流行。人们对《爱我中华》的传唱多数来自于宋祖英的音乐电视版,这首脍炙人口的MTV版《爱我中华》多次在中央电视台的春晚中歌唱,还被编入初中生音乐教材,并名列31首被“嫦娥一号”搭载的歌曲之中。由此可见,如何建构民族传统体育运动会的符号文化空间是一个值得深入研究并付诸实践的课题。

民族传统体育运动会历届吉祥物设计都体现了不俗的设计水平和理念:第七届运动会吉祥物是一只可爱的小羊。羊在中国传统文化中是吉祥的象征,羊又和宁夏各族人民的经济生活和日常生活密切相关,它性情温和、形象可爱,取名“慧慧”与“回回”谐音。慧慧的造型活泼可爱、动感极强,具有鲜明的地方特色和民族特色。第八届运动会吉祥物“悦悦”以拟人、变形、夸张的艺术手法,把体现岭南特色的“华南虎”演绎成一个矫健、活泼、可爱的运动员形象。遗憾的是,这些吉祥物的传播仅仅局限于运动会本身,没有充分发挥文化符号的功能。有关民族传统体育运动会的各种符号传播也应该由组织传播、大众传播延伸至人际传播、跨文化传播等微观、宏观的各种传播领域,符号文化空间的建构需要跨行业、跨文化传播作为支撑。同时,在建构的初期也需要政府的引导、激励与扶持。

4.4 打造承载中华民族传统体育精神文化的创意产品是空间建构的关键

文化空间的建构与拓展需要通过相应的文化载体表现出来并不断向外扩张,当今社会,文化空间的扩张需要以市场的方式提供给消费大众。美国好莱坞

电影在全球范围内的高票房收入把各国消费者的钞票收入囊中,同时也为美国拓展了世界范围的文化空间,将美国观念渗透到全球。国家文化软实力的竞争在相当程度上是文化空间的竞争,试想,如果有部好莱坞卡通童话电影把中国历届民族传统体育运动会的吉祥物设计成主角,将会收到怎样的传播效果?一部以中国功夫为主题的美国喜剧动画片《功夫熊猫》何以会席卷全球,或许会给我们带来启示。从符号学视角解读《功夫熊猫》中所运用的中国元素后,我们发现丰富的中国元素符号蕴含了深刻的文化意义,当中国元素越来越多地出现在国际电影中时,我们也意识到:中国的传统文化被我们自身忽略的时候,国外正在大肆挖掘中国文化,把中国元素运用到创意产品和电影中,反过来这些创意产品在中国市场又深得消费者的青睐,赚取了巨额利润。

民族传统体育文化应当被我们自身纳入文化创意产业的重要元素,应该加强民族传统体育文化资本化和市场化运作,变民族体育事业为民族体育大产业。民族传统体育要得到可持续发展,就必须建立自己的训练、比赛体系,并打造自己的明星和文化创意产品,这样才能让民族传统体育项目长期存在于人们的生活中、视野里,便于人们对民族传统体育项目的价值、文化内涵的了解,有利于中华民族传统体育项目的推广普及和中华民族传统文化的保护传承。

参考文献

- [1] 刘朝晖. 中俄非物质文化遗产保护比较研究:基于文化空间的视野分析[J]. 中南民族大学学报, 2010, 30(1): 24-25.
- [2] 张博. 非物质文化遗产的文化空间保护[J]. 青海社会科学, 2007(1): 34.
- [3] 崔莉萍. 节日传播的文化空间建构[J]. 新闻大学, 2012(4): 98.

[责任编辑 魏 宁]