

# 新创民俗节庆与地方认同建构 ——以广府庙会为例

刘 博<sup>1,2</sup>, 朱 竑<sup>2</sup>

(1. 广州市广播电视大学, 广州 510091; 2. 华南师范大学文化地理与文化产业研究中心, 广州 510631)

**摘 要:**“广府庙会”是广府文化记忆与北方“庙会”文化符号杂糅的产物, 一经举办即备受争议。采用参与式观察、深度访谈、文本分析等方法, 深入剖析在广府庙会中不同社会群体(包括政府、媒体、专家、普通民众等)如何利用其拥有的文化表征权力, 基于其文化记忆与地方认同, 以话语与实践来表达自己对地方以及广府文化的理解, 从而最大程度将自身地方认同在新创节庆中得以表征的协商过程。研究认为, 城市内部存在多元文化认同, 文化不断被争议与协商, 本质上是“政治的”; 新创民俗节庆成为地方认同建构的场域, 地方认同在很大程度上取决于谁能成功地获取更大的文化表征权力。首届广府庙会由政府主导, 媒体为多个群体话语提供沟通渠道, 广州世居居民, 特别是反对派的话语受到格外重视, 代表广府地方文化认同的话语占据主导地位, 政府采取积极倾听的态度, 从而第二届广府庙会开始充满“广府味”, 广州世居居民的地方认同得以表征。而新来者由于缺少文化表征权力, 其话语未受重视, 甚至部分新来者有被边缘化的感觉, 不利于增强其地方认同。研究理论上有助于对新创节庆地方认同建构的理解, 实践上则对利用节庆增进城市不同群体的文化融合与地方认同有积极指导意义。

**关 键 词:**民俗节庆; 地方认同; 文化政治; 广州

doi: 10.11820/dlkxjz.2014.04.014

中图分类号: F59

文献标识码: A

## 1 引言

外来文化强势涌入导致城市本土文化不断消解, 不同社会群体基于其文化记忆与身份认同, 以话语和实践等来积极捍卫属于自己的地方认同(Qian et al, 2012; Zhu et al, 2011)。“地方意义”不断得到协商和重构, 地方不仅与正面的地方依恋和根植感有关(Tuan, 1975), 更与权力有关(Keith et al, 1993), 地方意义充满争议(Jackson, 1989)。事实上, 拥有文化表征权力的群体会选择性记忆地方文化(Chang, 2005), 有意无意地消解其他群体的地方认同, 力图统一地方认同(Harner, 2001)。不同群体身份认同的建构过程及其与地方意义生产与再生产机制之联系已成为文化地理学者们的重要关注焦点之一(Jackson, 1989; 周尚意等, 2010; 朱竑等, 2010)。

节庆是地方意义和地方认同再生产的重要情境, 节日的社会文化功能、意义和影响是多位学者关注的重要话题(Donald, 2010)。民俗节庆往往扎根于地方文化, 常被作为塑造地方形象、建构地方文化身份与认同、促进地方更新与经济发展等的重要策略(Derrett, 2003; 戴林琳等, 2011; 孙九霞等, 2009)。借助传统节庆, 居民不断增强自我与地方的联系(Bres et al, 2001)。但在某些新创节庆情境下, 持多元认同的社会群体参与地方节庆的文化生产过程, 地方认同的建构有了多种可能性(Crespi-Vallbona et al, 2007)。商业化、大众化的赛马赌场没有改变加拿大安大略省伊劳拉遗产地的形象和认同(Shannon et al, 2012), 但高端商业资本的介入却改变了萨尔茨堡艺术节的“草根性”地方认同(Waterman, 1998a)。尽管备受争议, 澳大利亚悉尼西部小镇帕克斯通过创办“猫王复兴节”获得了“猫

收稿日期: 2013-09; 修订日期: 2014-01。

基金项目: 国家自然科学基金项目(41171125, 41171128, 41201137, 41201140, 41301140)。

作者简介: 刘博(1979-), 女, 河北石家庄人, 博士, 副教授, 主要从事城市文化地理研究, E-mail: 114659591@qq.com。

通讯作者: 朱竑(1968-), 男, 甘肃临夏人, 教授, 博士生导师, 主要从事文化产业与文化地理研究, E-mail: zhuh@sncu.edu.cn。

574-583 页

王”这一地方身份并获得巨大的经济收益(Brennan-Horley et al, 2007)。总之,已有许多研究对艺术节庆与地方认同建构关系进行了探讨(Quinn, 2005a; Waterman, 1998b),但是新创民俗节庆与地方认同关系如何则有待进一步深入研究。

新创艺术节庆可能成为地方文化身份的象征(Brennan-Horley et al, 2007)。但对民俗节庆而言,地方政府拥有文化资源的优势占有和解读权力,操纵生产传统的全过程(阎江, 2007),有意无意剥离了当地人与地方的情感联系(Carter et al, 2007),挑战群体的地方认同。“普通人”体会到权力缺失而不断抵抗与协商,建构其地方认同。以广州越秀区新创民俗节庆广府庙会为例,探讨不同社会群体借助新创民俗节庆建构地方认同的过程,以期理解新创民俗节庆与地方认同建构之关系。

## 2 民俗节庆与地方认同建构

尽管节庆在时空分布上不均衡(栾福明等, 2013),但城市管理努力挖掘地方独有文化、打造旅游文化节庆,在一定程度上促进了城市文化复兴。节庆期间,日常生活的地方被临时改变为生产与消费文化的物质环境,人们在体验地方文化的同时也在消费地方(Waterman, 1998a)。然而,节庆实践与地方的互动可能增进地方认同,也可能消解原有的地方认同。

一方面,民俗节庆实践有助于增强族群的文化归属感和地方认同。广州乞巧节和盂兰节在政府介入下被赋予官方合法性而得以恢复和快速发展,普通人借此保留了大量地方性文化(Wah, 2004; 储冬爱, 2009)。尽管二战后香港移民举办的盂兰节已不同于大陆“祖居地”的意义,但他们由此对香港产生舒适和亲切感,增强了对香港的认同(Sinn et al, 2005)。云南省西双版纳州勐海县曼峦回村帕西傣创造性地利用汉族春节强化族群内部的凝聚力,保持了清晰的族群认同(马创, 2010)。加拿大多伦多市允许多元文化族群举办节庆来阐释其对地方意义的理解并增强地方认同(McClinchey, 2008)。可见,官方对传统节庆的支持可能强化特定群体的地方认同,而普通人也利用节庆来理解地方并建构地方认同。

另一方面,民俗节庆实践又可能消解地方传统文化、削弱地方认同。商业和经济利益诉求抹杀地

方多元文化认同(马威, 2010),破坏文化传统的连续性和传统民俗的地方性(曹毅, 2009)。广州乞巧节从民间走向官方,节庆的内核被消解,从娱神转变为娱人(储冬爱, 2009)。在民族文化旅游发展的背景下,贵州省都匀市务川县仡佬族精英利用政治和文化权力重构了“九天天主”及其祭祖仪式和场所,将务川树立为仡佬族族群中心,导致精英的“台上”认同与民众“台下”认同出现对立(杜芳娟等, 2011)。因此,地方政府热衷于节庆创新和发展,常常对地方传统文化和认同造成消极影响,削弱了普通百姓的地方认同。

综上,节庆试图框定特定时空下地方的文化意义和身份(Elias-Varotsis, 2006),是一个社会过程,也是空间机制的产物(Jackson, 1989)。争夺文化就是争夺空间的生产和控制权,通过定义谁是特定空间的“局内人”和“局外人”以及行为的合法性,从而明确社会边界(Mitchell, 2000)。同时,特定“掌控人”控制节庆(Jeong et al, 2004),决定哪些地方性文化元素得到展演,从而表征其地方认同(Jeong et al, 2004; Mayes, 2008; Waterman, 1998b)。但节庆书写在地方的认同要获得广泛支持却非易事。本地群体常常以话语、实践等来捍卫自身的地方认同(Qian et al, 2012; 朱竑等, 2010),节庆成为地方认同协商的场所。仅强调“台上”(政府或官方)与“台下”(普通百姓或游客)认同的冲突与协商,无意中忽视了影响节庆的主办方、学者、媒体等社会群体(Quinn, 2005b),也未考虑不同群体权力之间的互动与转化。因此有必要细分不同社会群体,考虑其权力关系的转变,充分理解其互动关系及地方认同建构的复杂过程。因此,基于城市民俗节庆实践,探讨不同社会群体如何互动,以影响节庆景观与地方认同建构的过程,为节庆研究增添新视角。

## 3 案例选择与研究方法

本研究以城市和民俗节庆的地方认同建构为例。城市的边界往往比邻里街区更容易描绘(Lewicka, 2011),且通常是政治、经济或文化中心,内部空间存在多种彼此抗争的文化与政治立场,以及多元地方认同。同时,受全球化、城市化、移民、流动性等影响,城市通过积极恢复甚至新创民俗节庆来实现保护地方传统文化、重塑地方文化身份、增强群体地方认同、刺激经济发展等多重目标。广州是

有2000多年历史的全国首批历史文化名城之一。为响应广州市文化活动“一区一品牌”计划,各区都在积极打造民俗节庆。以广州城隍庙的重修开放为契机,广州市越秀区政府于2011年元宵节举办了首届“广府庙会”,包含祈福文化、民俗文化、美食文化、商贸休闲文化等活动。但首届广府庙会从活动的组织到展演的内容均受到广泛质疑,成为地方认同协商的场所,为本研究提供了较为典型的案例。

综合采用参与式观察、深度访谈、文本分析等方法,分别于已举办的三届广府庙会期间(2011年2月17日至23日、2012年2月6日至12日、2013年2月24日至3月2日,农历均为:正月十五日至二十一日)展开研究。在第二届庙会期间重点进行随机访谈,共获得28份访谈记录(访谈对象按照访谈时间进行编号,例如,T1为广府庙会案例的第一个访谈对象)。对广府庙会的组织方,包括越秀区文化局、文化馆、科技与信息化局、工商联等政府机构实际负责人、城隍庙道长等进行一对一的结构化深度访谈,每次访谈时间为1~2小时;对实际上统筹广府庙会运作的越秀区文化馆馆长和宣传部长进行了多次访谈,共获取6份访谈记录。在2012年“广府达人秀”和“广府庙会大家谈”活动现场,对部分广府文化研究专家、参与活动的普通民众等进行了简单快速的结构化访谈,获取访谈记录共计18份。通过百度搜索“广府庙会”,获取并分析丰富全面的文本资料,试图全面了解不同社会群体的话语,以及地方认同如何协商与建构。

#### 4 广府庙会与地方认同的建构

庙会常依托某个庙宇,在神灵诞日举办以酬神娱神为主的祭祀性仪式和活动(蔡丰明,2011),体现出鲜明的人对神的依附关系,是民间信仰的重要外在形式,是一种地方性文化标志(顾希佳,2010)。但自唐宋以来庙会常伴有商业贸易、文艺表演、人际交往、休闲娱乐等形式,商品交换与文化功能逐渐占据主导地位,庙会由此拓展为世俗文化娱乐空间

(蔡丰明,2011)。

“广府庙会”以广州城隍庙重修开放为契机,但其不同于北方的“庙会”,也不同于南方的“诞”,是广府文化记忆与北方“庙会”文化符号杂糅的产物(刘博,2012),自诞生之日起就备受争议。政府、媒体、专家、普通民众等社会群体就广府与非广府、文化与经济、传统与现代等多对关系进行协商,影响了广府庙会的文化景观。政府包括主办方和承办方,承办方是主办方的下属单位,其认同的冲突并不突出,作为一个主体分析;媒体主要是持有不同观点的本地报纸传媒机构;专家主要是长期关注广府文化的学者;普通民众主要指广州世居居民和新来者,他们对节庆与地方的关系理解不一致。

##### 4.1 政府利用广府庙会建构广府文化身份

越秀区政府作为城市经营者,建构出“广府文化源地、千年商都核心、公共服务中心”的空间话语,并通过主办广府庙会强化这一形象。承办单位包括区委宣传部、区政府办公室、区文广新局(旅游局)、区经贸局、区民宗局、区文联、区工商联等28个单位。然而,广府庙会被批缺“广府味”<sup>①</sup>、“不伦不类”<sup>②</sup>、“外表的热闹与内涵的缺失并存”<sup>③</sup>,集中体现在语言、食品、手工艺品3个方面。

(1) 语言方面,广府庙会会被指不用广州话不妥,应该增加粤语歌曲、粤剧、粤语相声等多种形式<sup>④</sup>。网友则以批判的话语表示其对广府庙会文化身份的质疑。

“如今‘广府’依个(这个)招牌好兴奋(流行),连政府都准备系(在)元宵节搞个广府庙会,据主办方接受采访时表示,届时将有踩高跷、捏面人等现场表演。真系一百岁唔(不)死都有新闻,原来踩高跷、捏面人竟然是属于广府文化。听着主办方标准流利的普通话,我甚至怀疑佢(他)识唔识(会不会)广府话。”

——网友“西关大佬”<sup>⑤</sup>,2011.02.16

(2) 食品方面,广府庙会上缺少广州本土特色小吃。《新快报》报道称“广州小吃连叉烧包都有(没有)一个”<sup>⑥</sup>。

① “网友:广府庙会缺‘广府味’”,凤凰网, [http://fashion.ifeng.com/news/detail\\_2012\\_02/08/12360293\\_0.shtml](http://fashion.ifeng.com/news/detail_2012_02/08/12360293_0.shtml)

② “广府庙会,不伦不类”,和讯网, <http://news.hexun.com/2012-02-07/137814949.html>

③ “[讨论]广州的庙会为什么这么热”,金羊社区, <http://bbs.ycwb.com/forum.php?mod=viewthread&tid=332651>

④ “专家学者献言广府庙会”,广州日报网, [http://gzdaily.dayoo.com/html/2011-05/22/content\\_1360080.htm](http://gzdaily.dayoo.com/html/2011-05/22/content_1360080.htm)

⑤ “广府庙会必定搞成大杂烩”,天涯社区, <http://bbs.city.tianya.cn/tianyacity/Content/5004/1/11266.shtml>

⑥ “广州小吃连叉烧包都有一个”,新快报网, [http://www.ycwb.com/ePaper/xkb/html/2011-02/22/content\\_1044372.htm](http://www.ycwb.com/ePaper/xkb/html/2011-02/22/content_1044372.htm)

“广府庙会有新疆烤肉、蒙古羊肉串、香煎黄雀……广东有许多特色美食没有见到,为何偏偏让这些档口堂而皇之出现?我不明白!”

——网友“zzzh”<sup>⑦</sup>,2011.02.17

(3) 手工艺品方面:缺少广府传统手工艺作品。

“广府文化,简单点来说就是商业、手工艺和饮食。要有广州人那份人情味道。广州商业历史文化要融入,可以在广府庙会上增加一点传统的手工艺品。”

——T7,男,34岁,广州世居居民,教师,2011.11.21

面对批评和质疑,越秀区政府积极倾听,在内部工作总结之后,面向公众、媒体和专家等举办广府庙会大家谈活动,明确了“办最广州、最民俗的广府庙会”的目标<sup>⑧</sup>。第二届广府庙会分为中心区、美食区、非遗区、动漫区、元宵灯会区、游园区、互动区等7个活动区,表演节目以粤语粤剧等为主,取消了川剧变脸、木偶荟萃、京剧专场演出、杂技、硬气功、杂耍等“非广府”的文化活动;美食区则由广州老字号协会邀请广州本地海鲜酒家提供“广府美食”;非遗区邀请本地多位非物质文化遗产传承人前来展示和销售其手工艺品;元宵灯会区则延续广州元宵猜灯谜的传统习俗,举办“我要上庙会—广府达人秀”活动并在多个街道和文化站增加互动项目。

可见,地方认同的有意识建构表明地方特定的权力关系和内部冲突(Panelli et al, 2008)。谁的地方认同得以表征,取决于谁能获得更大的文化表征权力(周尚意等,2010)。并非所有群体都会自然理解或接受节庆实践再生产出来的地方意义,不同群

体都在争夺文化表征权力,常常采取抵制的话语甚至行动(Jeong et al, 2004),判定政府主导的地方文化身份是否具有民间合法性,这会显著影响地方文化身份的再生产。

#### 4.2 媒体为不同群体沟通观点提供渠道

媒体常常宣扬地方文化价值而催生新地方感(邵培仁,2010)。《南方日报》、《羊城晚报》、《广州日报》、《南方都市报》、《新快报》、《信息时报》、《羊城地铁报》、人民网、大洋网、金羊网、中国网、新华网、中新网、凤凰网、广州电视台新闻频道、中央电视台等众多媒体都对首届广府庙会的盛况进行了大篇幅持续报道,甚至有媒体称“广府庙会热闹过西湖花市”<sup>⑨</sup>。媒体的正面报道快速提升了广府庙会的知名度和影响力,但仍有媒体持质疑态度,例如广州广播电视台指出“广府庙会‘广味’不浓,市民各有看法”<sup>⑩</sup>,新快报调查“首届广府庙会,你感觉如何”<sup>⑪</sup>,信息时报则欲证实是否“波罗诞才是广府最早的庙会”<sup>⑫</sup>。上述报道引起政府的关注,越秀区宣传部长要求宣传部门广泛搜集媒体观点以改进广府庙会。

第二届广府庙会开办前,凤凰网早在2012年1月30日、《广州日报》于2012年2月2日、中国新闻网于2012年2月4日就开始报道。第二届广府庙会7天时间内,新闻报道数量达100余篇,其中头版报道在《广州日报》4次、《羊城晚报》3次、《信息时报》2次、《南方日报》1次,其中城隍出巡是报道热点。媒体大都反复强调第二届广府庙会“广府味”十足或很浓<sup>⑬</sup>、“狂欢”<sup>⑭</sup>、“文化‘盛宴’”<sup>⑮</sup>、民众互动“更多”<sup>⑯</sup>等,体现了媒体对广府庙会塑造地方认同的态度转变。

⑦ “[爆料]为什么广府庙会有这些档口出现?”,金羊社区, <http://bbs.ycwb.com/forum.php?mod=viewthread&tid=309426>

⑧ “办最广州、最民俗的广府庙会”,广州政府网站, <http://www.gz.gov.cn/publicfiles/business/htmlfiles/gzgov/s5806/201105/820772.html>

⑨ “广府庙会热闹过西湖花市”,羊城晚报网, [http://www.ycwb.com/ePaper/ycwb/html/2011-02/24/content\\_1046354.htm](http://www.ycwb.com/ePaper/ycwb/html/2011-02/24/content_1046354.htm)

⑩ “广府庙会‘广味’不浓,市民各有看法”,广视网, <http://www.gztv.com/vod/v21804.shtml>

⑪ “首届广府庙会,你感觉如何?”,金羊网, [http://life.ycwb.com/2011-02/22/content\\_3363406.htm](http://life.ycwb.com/2011-02/22/content_3363406.htm)

⑫ “‘波罗诞才是广府最早的庙会’?”,信息时报网, [http://informationtimes.dayoo.com/html/2011-03/08/content\\_1285079.htm](http://informationtimes.dayoo.com/html/2011-03/08/content_1285079.htm)

⑬ “广府庙会缘何火爆? 十足广味狂欢话你知”,大洋网, [http://news.dayoo.com/guangzhou/201202/15/73437\\_22102960.htm](http://news.dayoo.com/guangzhou/201202/15/73437_22102960.htm)

⑭ “广州广府庙会定位‘文化嘉年华’,弘扬岭南文化”,人民网, <http://culture.people.com.cn/h/2012/0204/c226948-2693428468.html>

⑮ “广府庙会High爆羊城”,人民网, <http://www.people.com.cn/h/2012/0207/c25408-2244803247.html>

⑯ “广府庙会幸福开门,元宵饭火爆直逼年夜饭”,凤凰网, [http://fashion.ifeng.com/travel/around/detail\\_2012\\_02/07/12346780\\_0.shtml](http://fashion.ifeng.com/travel/around/detail_2012_02/07/12346780_0.shtml)

⑰ “广府庙会大秀非遗文化与民间手工艺,观众惊叹”,中国新闻网, <http://www.chinanews.com/shipin/2012/02-06/news53755.html>

⑱ “广州广府庙会定位‘文化嘉年华’,弘扬岭南文化”,人民网, <http://culture.people.com.cn/h/2012/0204/c226948-2693428468.html>

然而,统一地方认同并非易事。《信息时报》仍有记者称第二届广府庙会缺“广府味”<sup>①</sup>。《新快报》仍坚持认为“广府庙会,不伦不类”<sup>②</sup>。新创民俗节庆要想获得普遍认同,需要不同群体之间的长期互动(刘博,2012)。

#### 4.3 专家认为广府庙会应展现地方文化

专家主要通过媒体采访和政府主办的“广府庙会大家谈”活动来表达对广府庙会的观点。不少专家认为,广府庙会若能推动广府文化传承是好事,但部分广府民俗学专家则持鲜明的反对意见。据《南方日报》报道<sup>③</sup>,广府文化知名研究专家陈先生认为,广府庙会形式上迎合大众心态,且广府地区人性格开放包容,所以获得广泛认同。而据《羊城晚报》<sup>④</sup>报道,中山大学民俗学家叶教授则认为广东没有庙会,庙会是北方的,广东与北方庙会类似的形式有“诞”和“会”,如波罗诞和菊花会。叶教授在第二届广府庙会大家谈现场仍建议广府庙会改为广府诞。更多学者基于广府地方认同,强调广府庙会得“广”,讲广州话、唱粤语歌曲、表演粤剧、粤语相声等,以传承广府文化<sup>⑤</sup>。在专家的建言下,“广”成了第二届广府庙会的主旋律。

面对广府庙会的变化,关注地方文化发展的人士也在转变看法,从一位广东省民间文艺家协会的工作人员的态度可见一斑。当问及他对首届广府庙会的感受,他说:“第一次听到有庙会,而且是结合‘广府’字样,感觉新鲜。但是这类活动太多了,没兴趣,也没去看。这类活动在传承民俗方面意义不大,我觉得(需要)验证这类活动能否长久,其中一个标志是没有政府参与的时候。‘政府主导’往往成了‘领导主导’。民众参与才是真正的民俗。我觉得迎春花市很好,是民众的习俗,即使没有政府主导也一样会举行。”第二届广府庙会举办期间,他去广府庙会非遗区看望几位相识已久的手工艺大师,打电话给作者说大师们都觉得很开心,东西卖的很好,自己的手工技艺能继续传承下去了。

#### 4.4 拥有不同文化表征权力的普通民众建构出不同的地方认同

专家有问方答,普通民众却急迫地表达观点。在全球化背景下,本地社会通过对原有地方文化意义的再生产,力图在一个流动性很强、不稳定性很大、开放包容、多样文化并存的地方,保存地方自身的文化身份与社会意义(唐雪琼等,2011)。参与广府庙会的既有广州世居居民也有新来者。广州世居居民充分利用多种途径表达其对地方的认同,而其他普通民众的声音则非常微弱。

##### 4.4.1 广州世居居民持有广府文化认同,但对广府庙会观点存异

多元文化背景下,人们常就“本地”、“局内人”等概念进行协商(Chang, 2000)。不同群体的文化差异会影响其对地方属性的判断(Crespi-Vallbona et al, 2007),其对待文化的态度则影响地方认同(庄春萍等,2011)。部分广州世居居民认为“撑广州,当然要逛广府庙会!”<sup>⑥</sup>,可见广府庙会与地方认同之关系密切。归纳支持者的观点,主要有以下几点:

(1) 政府支持有助于保护传统文化。

“(办民俗节庆),政府支持才行!……政府支持,媒体就会关心,就会把历史、资料啊找出来,更多人才能了解。”

——T2,男,31岁,广州世居居民,2011.11.04

(2) 广州需要庙会,能够宣传本地文化。

“好呀,有一个属于自己广州人的庙会。广州需要一个庙会,广府庙会和神诞都是好重要的。因为广府庙会是宣传广州文化的重要活动的。”

——T7,男,34岁,广州世居居民,2011.11.21

(3) 唤起广大市民的文化记忆。

“觉得庙会终于‘广府’了,相比于去年骑楼下多是卖手信相比,今年的各种广府手工艺品更有意思,我买了只醒狮头,细细只几精致。”

——新快报采访对象叶先生<sup>⑦</sup>,男,年龄不详,广州世居居民,2012.02.08

<sup>①</sup> “网友:广府庙会缺‘广府味’”,凤凰网, [http://fashion.ifeng.com/news/detail\\_2012\\_02/08/12360293\\_0.shtml](http://fashion.ifeng.com/news/detail_2012_02/08/12360293_0.shtml)

<sup>②</sup> “广府庙会,不伦不类”,新快报网, <http://epaper.xkb.com.cn/view/759388>

<sup>③</sup> “广府庙会缘何火爆?”,南方日报网, [http://epaper.nfdaily.cn/html/2012-02/15/content\\_7056735.htm](http://epaper.nfdaily.cn/html/2012-02/15/content_7056735.htm)

<sup>④</sup> “广府庙会是否‘伪民俗’?”,羊城晚报网, [http://www.ycwb.com/ePaper/ycwb/html/2012-02/10/content\\_1318410.htm](http://www.ycwb.com/ePaper/ycwb/html/2012-02/10/content_1318410.htm)

<sup>⑤</sup> “专家学者献言广府庙会”,广州日报网, [http://gzdaily.dayoo.com/html/2011-05/22/content\\_1360080.htm](http://gzdaily.dayoo.com/html/2011-05/22/content_1360080.htm)

<sup>⑥</sup> “撑广州,当然要逛广府庙会!”,豆瓣同城—广州, <http://www.douban.com/event/13423913/>

<sup>⑦</sup> “广府庙会人山人海,谁在捧场?”,金羊网, [http://life.ycwb.com/2012-02/08/content\\_3715242.htm](http://life.ycwb.com/2012-02/08/content_3715242.htm)

持肯定态度的广州世居居民体现了广府文化包容、开放、创新的特质,承认地方是动态变化的。反对者们却认为“庙会北方的,广州没有庙会,广州办庙会文化入侵”、“广府庙会是经济挂帅”、“广府庙会没有传统文化”等,广府庙会名称首当其冲受到批评。

“我作为广州人,觉得春节花市才是正统,所谓的庙会比较类似北方的说法。”

——T8,女,28岁,广州世居居民,2011.11.13

上述话语表达出南北两个地方节庆活动的天然区分。

“去年第一届所谓‘广府庙会’,就已觉其‘无厘头’特提出质疑之:《‘广府庙会’妥唔妥》。”(去年第一届所谓广府庙会,就已觉其无厘头,特提出质疑之:广府庙会妥不妥。)

——金羊社区网友“大胆刁民”<sup>②⑥</sup>,2012.02.07

“反对内地文化侵略广州,广州从来没有所谓的庙会,也不需要专门为内地人搞所谓的花展!”

——大洋网友6756635<sup>②⑦</sup>,2011.02.17

这一类话语则特别担心国家经济文化一体化会进一步压缩本地文化生存空间。

“广州系无庙会的!请不要将外省佬的野强加系广州人的生活中,更加不要试图‘北化’广州人!”

——天涯网友“qinglang2010”<sup>②⑧</sup>,2011.02.26

而另一类观点则担心广州人被“北化”,不仅担忧地方文化特色的丧失,更担忧地方可能因同质化而沦陷。反对者还就文化与经济、传统与现代等多对关系展开协商。

“广府庙会?重建文化?羊肉串一条街?垃圾满地都系。都只不过是商业挂钩既活动,实质上既野有几多。”

——网友“HZJmy”<sup>②⑨</sup>,2011.02.24

在“发展”话语下,节庆文化常被嵌入经济发展中,成为被建构的对象(马威,2010)。首届广府庙会质疑经济挂帅、无益于重建文化。少数广州本地市民陷入僵化的、一成不变的地方认同陷阱,在地方文化受到外来文化冲击时,他们采取激进的话语

甚至行动来抵抗“外来文化”的入侵,捍卫所谓“原汁原味”的地方性意义和文化身份(Qian et al, 2012),从而将地方简化成封闭的、僵化的、单一的地方(Massey, 1994)。

“折衷派”不明确支持或反对广府庙会,认为名称并不重要,关键是宣传本地文化,不应有地域歧视,而且在娱乐至上的年代,多了个凑热闹的机会,好玩就行。天涯网友的讨论<sup>③⑩</sup>体现了这一点:

“庙会虽然唔是广州地道的‘嘉年华’,但既然有城隍,办个庙会,娱乐一下市民,所谓南方北调,为广州注入新的文化元素,无麦唔好(没什么不好)。”

——网友“qylwby”,2012.02.06

“就算是粤式庙会,人们也是冲着热闹和喜庆而来,享受着节日的祥和和乐趣。老百姓祈求的,也是希望如此太平盛世而已。”

——天涯网友“猪仔老窠”,2012.02.06

面对全球化、现代性与地方经济发展现实,“地方传统”与“现代发展”常出现冲突,地方文化不再原汁原味,而是一种杂糅(唐雪琼等,2011)。无论如何,折衷派深谙现实,也体现了兼容并蓄的广府文化特质。

“‘庙会’用广州话讲一下,始终觉得有点拗口,但吾知道边度吾妥(‘边度’指哪里)。感觉就似屋企的旧祠堂(麻石,青砖,木结构的)太旧了,所以村里正计划将旧祠堂铲平,重新起过一间又靓又光鲜的祠堂。总觉得有点吾妥,但大家都觉得又好又有面,点算?”

——网友“显富清水套”,2012.02.06

#### 4.4.2 新来者希望获取地方认同,但无意中体会到排斥感

“对我们这些定居在广州的外地人来说,每年春节回老家过、回到广州就要开工了,感觉像没在广州过过年一样,元宵既然有庙会,希望能多点北方的食品和节目。”

——《南方都市报》采访对象<sup>③⑪</sup>,男,河南人,定居广州,职业不详,2011.02.17

②⑥ “广府庙会,不伦不类”,金羊社区, <http://bbs.ycwb.com/thread-771903-1-1.html>

②⑦ “首届广府庙会元宵开幕,城隍爷本周六出巡”,大洋社区网站, <http://club.dayoo.com/view-6756586-1-1.html>

②⑧ “陈扬微博上关于广府庙会的话(转载)”,天涯社区, <http://bbs.city.tianya.cn/tianyacity/Content/5004/1/11331.shtml>

②⑨ “神奇的首届广府庙会,七万人冒雨追捧”,广州学生网, <http://bbs.gz4u.net/thread-1323468-1-1.html>

③⑩ “2012.2.6[头条讨论]混合元宵,这方唱罢那方登场”,天涯社区, <http://bbs.city.tianya.cn/tianyacity/content/5004/1/17971.shtml>

③⑪ “阔别广州上百年 城隍庙庙会今重开”,南都网, [http://epaper.oeeee.com/A/html/2011-02/17/content\\_1294849.htm](http://epaper.oeeee.com/A/html/2011-02/17/content_1294849.htm)

新来者希望在广府庙会上追寻庙会文化记忆并建构地方意义。然而,节庆采取划定边界的策略,试图凸显特定时空下“地方”的意义和身份(Trudeau, 2006),从而忽视了某些群体的文化认同。这体现在广府庙会有意无意采取的排斥策略上(Jeong et al, 2004)。在第二届广府庙会主会场,一位湖南婆婆摇头道:“听不懂话,不知道在演什么!”在第二次广府庙会大家谈活动现场,有位自称北京人的新广州人申诉广府庙会不够包容,说:“我参加了这次活动,表演了猪八戒背媳妇,这是咱们中国人都喜爱的节目,我在很多地方表演过,在广州很多社区也都表演过,大家都很喜欢,最后却没能上庙会,我很不理解。”

显然,从第二届广府庙会的变化来看,“新来者”的话语被忽视了。广州世居居民借助媒体等多种途径来象征性地叙述其集体记忆和地方认同,借助广府庙会建构广府地方认同,从而使得广府地方认同得以表征,而新来者没有宣称集体记忆,所以未能获得支持。可见,讲故事的人对于群体获取政策支持、建构其身份和认同至关重要(Blokland, 2009)。总之,尽管不应鼓励无地方特色的节庆(McClinchey, 2008),但必须要注意文化表达的包容性(Borer, 2010),才会有利于促进多元文化融合,增进新来者的地方认同。

## 5 结论

“广府庙会”是政府塑造“广府中心”之地方认同的努力,是“广府”地方性文化与北方“庙会”文化符号杂糅的产物。新创节庆可能改变地方意义,然而地方并非自己宣称身份与认同,政府、媒体、专家和普通民众等不同群体参与地方认同的建构,才使城市内部出现多元、动态变化的地方认同。世居居民与新来者的地方认同建构存在差异,广州世居居民内部也存在多种认同建构方式。这充分体现了城市内部存在多元文化身份与认同,文化本身亦充满了协商与争议,本质上是“政治的”。本研究结论具体如下:

(1) 政府定义广府庙会的主题,主导庙会展演活动,决定谁能够出现在广府庙会上,从而塑造地方的广府文化身份,并期望获得民众的认同。在此过程中,倾听民众的声音对于成功获取认同至关重要,同时与媒体的沟通有助于宣传政府的立场,塑

造广府地方认同。

(2) 不同于以往研究结论的是,专家并不是以“精英”身份与政府共谋,而是相对独立的社会群体,尽管不同专家对于广府庙会的看法存异,但是他们都一致强调要尊重地方文化,特别是要保证庙会的广府味。

(3) 媒体对于广府庙会的态度经历了转变,从对首届广府庙会的质疑和批评到对第二届“广府味”的盛赞,媒体通过与政府、专家和普通民众的沟通,参与建构了基于地方传统文化的广府文化身份认同。

(4) 谁的地方认同得以表征,取决于不同群体所拥有的文化表征权力,而文化表征权力的获取取决于是否有讲故事的人。

对于广府庙会,广州世居居民持有支持、反对和折衷三类不同观点,但是“广府味”却是他们的一致要求。他们主要借助媒体来表达其观点,并且成功获得政府的重视,从而建构起他们想象中充满“广府味”的广府庙会。尽管新来者通过庙会体验年的记忆、回忆庙会文化、了解现居城市等,从而增进其与地方之间的情感联系,但是第二届广府庙会过于强调本地,使得新来者有被排斥的感受,这不利于增强新来者对地方的认同。总之,举办民俗节庆既需要考虑地方文化的独特性,也要包容多元文化,这将有助于节庆获得广泛支持。

研究结论在理论上有助于对新创节庆地方认同建构的理解,实践上则对利用节庆增进城市不同群体的文化融合与地方认同有积极指导意义。本研究的不足在于,广府庙会为新创节庆,其对地方认同的进一步影响尚有待持续观察,这也为今后展开历时性研究提供了契机。

## 参考文献(References)

- 蔡丰明. 2011. 城市民俗研究的新视野(专题讨论): 城市庙会: 人性本质的释放与张扬. 学术月刊, 43(6): 94-98. [Cai F M. 2011. New vision of urban folklore research (panel): urban temple fair: the release and publicity of the human nature. Academic Monthly, 43(6): 94-98.]
- 曹毅. 2009. 城乡视角下的民俗节庆之争: 对湖北恩施“女儿会”民俗移植的思考. 中南民族大学学报: 人文社会科学版, 29(3): 8-11. [Cao Y. 2009. Conflict of folk festival from the perspective of city and town: a review of Enshi customs of "lady party" in Hubei. Journal of South-Central University for Nationalities: Humanities and Social

- Sciences, 29(3): 8-11.]
- 储冬爱. 2009. 乞巧的复活与蜕变: 以广州珠村“七姐诞”活动为例. 民族艺术, (3): 38-45. [Chu D A. 2009. The renaissance and metamorphosis of Qiqiao: a case of "qijie dan" activity in Zhu Village, Guangzhou. Ethnic Arts Quarterly, (3): 38-45.]
- 戴林琳, 盖世杰. 2011. 北京郊区节事旅游发展时空分异特征. 地理科学进展, 30(8): 1056-1064. [Dai L L, Gai S J. 2011. Temporal and spatial variance of event tourism in Beijing suburbs. Progress in Geography, 30(8): 1056-1064.]
- 杜芳娟, 陈晓亮, 朱竑. 2011. 民族文化重构实践中的身份与地方认同: 仡佬族祭祖活动案例. 地理科学, 31(12): 1512-1517. [Du F J, Chen X L, Zhu H. 2011. Ethnic identity and place identity in the practice of ethnic cultural reconstruction: a case study of official ancestor worship of Gelao Minority in Wuchuan County. Scientia Geographica Sinica, 31(12): 1512-1517.]
- 顾希佳. 2010. 传统庙会的当代意义: 以浙江为例. 浙江学刊, (6): 184-189. [Gu X J. 2010. Contemporary significance of traditional temple fairs: cases from Zhejiang Province. Zhejiang Academic Journal, (6): 184-189.]
- 刘博. 2012. 广州迎春花市和广府庙会的地方认同演进与建构[D]. 广州: 中山大学. [Liu B. 2012. Place identity evolution and construction of winter jasmine flower market and yuexiu temple fair in Guangzhou[D]. Guangzhou, China: Sun Yat-sen University.]
- 栾福明, 张小雷, 杨兆萍, 等. 2013. 1990-2011年山东省旅游节庆的时空变异特征及机理. 地理科学进展, 32(6): 940-949. [Luan F M, Zhang X L, Yang Z P, et al. 2013. Temporal-spatial variability of tourism festivals and its mechanism in Shandong Province during 1990-2011. Progress in Geography, 32(6): 940-949.]
- 马创. 2010. 文化适应过程中的创造与保持: 帕西傣春节习俗形成探析. 广西民族大学学报: 哲学社会科学版, 32(3): 95-98. [Ma C. 2010. Creation and maintenance in cultural adaptation: a discussion on the formation of the spring festival customs of the Paxi-Dai people. Journal of Guangxi University for Nationalities: Philosophy and Social Science Edition, 32(3): 95-98.]
- 马威. 2010. 嵌入理论视野下的民俗节庆变迁: 以浙江省景宁畲族自治县“中国畲乡三月三”为例. 西南民族大学学报: 人文社会科学版, (2): 38-43. [Ma W. 2010. Evolution of folk festivals from the perspective of embeddedness theory: "double third day in Shexiang, China" of Jingning, Zhejiang as an example. Journal of Southwest University for Nationalities: Humanities and Social Science, (2): 38-43.]
- 邵培仁. 2010. 地方的体温: 媒介地理要素的社会建构与文化记忆. 徐州师范大学学报: 哲学社会科学版, 36(5): 143-148. [Shao P R. 2010. Temperature of place: social construction and cultural memory of element of media geography. Journal of Xuzhou Normal University: Philosophy and Social Sciences Edition, 36(5): 143-148.]
- 孙九霞, 陈冬婕. 2009. 事件重构文化符号的人类学解读: 以“西关小姐”评选活动为例. 旅游学刊, 24(11): 57-63. [Sun J X, Chen D J. 2009. On anthropological study of event reconstructing cultural symbols: a case study of "miss xiguan" competition. Tourism Tribune, 24(11): 57-63.]
- 唐雪琼, 钱俊希, 陈岚雪. 2011. 旅游影响下少数民族节日的文化适应与重构: 基于哈尼族长街宴演变分析. 地理研究, 30(5): 835-844. [Tang X Q, Qian J X, Chen L X. 2011. Cultural adaptation and reconstruction of minority festival activities in tourism development: a case study of Hani Long-Street Banquet. Geographical Research, 30(5): 835-844.]
- 阎江. 2007. 城市视角下的民俗节庆研究: 以东莞卖身节为中心. 湖北民族学院学报: 哲学社会科学版, 25(2): 46-49. [Yan J. 2007. City-modeled Selling Yourself Festival: Selling Yourself Festival in Dongguan as an example. Journal of Hubei Institute for Nationalities: Philosophy and Social Sciences, 25(2): 46-49.]
- 周尚意, 吴莉萍, 苑伟超. 2010. 景观表征权力与地方文化演替的关系: 以北京前门一大栅栏商业区景观改造为例. 人文地理, 25(5): 1-5. [Zhou S Y, Wu L P, Yuan W C. 2010. The relation of landscape representation power and local culture succession: a case study of landscape changing in an old commercial district of Beijing. Human Geography, 25(5): 1-5.]
- 朱竑, 钱俊希, 陈晓亮. 2010. 地方与认同: 欧美人文地理学对地方的再认识. 人文地理, 25(6): 1-6. [Zhu H, Qian J X, Chen X L. 2010. Place and identity: the rethink of place of European-American human geography. Human Geography, 25(6): 1-6.]
- 庄春萍, 张建新. 2011. 地方认同: 环境心理学视角下的分析. 心理科学进展, 19(9): 1387-1396. [Zhuang C P, Zhang J X. 2011. Place identity: analysis from environmental psychology perspective. Advances in Psychological Science, 19(9): 1387-1396.]
- Blokland T. 2009. Celebrating local histories and defining neighbourhood communities: place-making in a gentrified neighbourhood. Urban Studies, 46(8): 1593-1610.
- Borer M I. 2010. From collective memory to collective imagi-

- nation: time, place, and urban redevelopment. *Symbolic Interaction*, 33(1): 96-114.
- Brennan-Horley C, Connell J, Gibson C. 2007. The parkes elvis revival festival: economic development and contested place identities in rural Australia. *Geographical Research*, 45(1): 71-84.
- Bres K D, Davis J. 2001. Celebrating group and place identity: a case study of a new regional festival. *Tourism Geographies*, 3(3): 326-337.
- Carter J, Dyer P, Sharma B. 2007. Dis-placed voices: sense of place and place-identity on the Sunshine Coast. *Social & Cultural Geography*, 8(5): 755-773.
- Chang T C. 2000. Singapore's little India: a tourist attraction as a contested landscape. *Urban Studies*, 37(2): 343-366.
- Chang T C. 2005. Place, memory and identity: imagining "New Asia". *Asia Pacific Viewpoint*, 46(3): 247-253.
- Crespi-Vallbona M, Richards G. 2007. The meaning of cultural festivals: stakeholder perspectives in Catalunya. *International Journal of Cultural Policy*, 13(1): 103-122.
- Derrett R M. 2003. Making sense of how festivals demonstrate a community's sense of place. *Event Management*, 8(1): 49-58.
- Donald G. 2010. The nature and scope of festival studies. *International Journal of Event Management*, 5(1): 1-47.
- Elias-Varotsis S. 2006. Festivals and events: (re) interpreting cultural identity. *Tourism Review*, 61(2): 24-29.
- Harner J. 2001. Place identity and copper mining in Senora, Mexico. *Annals of the Association of American Geographers*, 91(4): 660-680.
- Jackson P. 1989. *Maps of meaning: an introduction to cultural geography*. London: Unwin Hyman Ltd.
- Jeong S, Santos C A. 2004. Cultural politics and contested place identity. *Annals of Tourism Research*, 31(3): 640-656.
- Keith M, Pile S. 1993. *Place and the politics of identity*. London: Routledge.
- Lewicka M. 2011. Place attachment: how far have we come in the last 40 years? *Journal of Environmental Psychology*, 31(3): 207-230.
- Massey D B. 1994. *Space, place, and gender*. Minneapolis, US: University of Minnesota Press.
- Mayes R. 2008. A place in the sun: the politics of place, identity and branding. *Place Branding and Public Diplomacy*, 4(2): 124-135.
- McClinchey K A. 2008. Urban ethnic festivals, neighborhoods, and the multiple realities of marketing place. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 25(3-4): 251-264.
- Mitchell D. 2000. *Cultural geography: a critical introduction*. Oxford, UK: Blackwell Publishers Limited.
- Panelli R, Allen D, Ellison B, et al. 2008. Beyond bluff oysters? place identity and ethnicity in a peripheral coastal setting. *Journal of Rural Studies*, 24(1): 41-55.
- Qian J X, Qian L Y, Zhu H. 2012. Representing the imagined city: place and the politics of difference during Guangzhou's 2010 language conflict. *Geoforum*, 43(5): 905-915.
- Quinn B. 2005a. Arts festivals and the city. *Urban Studies*, 42(5-6): 927-943.
- Quinn B. 2005b. Changing festival places: insights from Galway. *Social & Cultural Geography*, 6(2): 237-252.
- Shannon M, Mitchell C J A. 2012. Deconstructing place identity? impacts of a "racino" on Elora, Ontario, Canada. *Journal of Rural Studies*, 28(1): 38-48.
- Sinn E, Wong W L. 2005. Place, identity and immigrant communities: the organisation of the Yulan Festival in post-war Hong Kong. *Asia Pacific Viewpoint*, 46(3): 295-306.
- Trudeau D. 2006. Politics of belonging in the construction of landscapes: placemaking, boundary-drawing and exclusion. *Cultural Geographies*, 13(3): 421-443.
- Tuan Y F. 1975. Place: an experiential perspective. *The Geographical Review*, 65(2): 151-165.
- Wah P S. 2004. Refashioning festivals in republican Guangzhou. *Modern China*, 30(2): 199-227.
- Waterman S. 1998a. Carnivals for elites? the cultural politics of arts festivals. *Progress in Human Geography*, 22(1): 54-74.
- Waterman S. 1998b. Place, culture and identity: summer music in Upper Galilee. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 23(2): 253-267.
- Zhu H, Qian J X, Feng L. 2011. Negotiating place and identity after change of administrative division. *Social & Cultural Geography*, 12(2): 143-158.

## Construction of place identity and created folk festival: a case study of "Yuexiu Temple Fair" in Canton

LIU Bo<sup>1,2</sup>, ZHU Hong<sup>2</sup>

(1. Guangzhou Open University, Guangzhou 510091, China;

2. Center for Cultural Industry and Cultural Geography, South China Normal University, Guangzhou 510631, China)

**Abstract:** Folk festivals usually play important roles in consolidating local groups and improving the local economy. However, various social groups who hold different opinions of the same place actively participate in the construction of local festivals, especially the created folk festivals, and therefore different place identities are represented and negotiated. The created folk festival "Yuexiu Temple Fair" is a hybridization of the Canton (Guangfu) culture and the north cultural symbol of "Temple Fair (Miaohui)" from the northern parts of China. It has acquired the official legitimacy and then been written with new meanings by various social groups who are actively engaging in the place-making process. However, "Yuexiu Temple Fair" itself is widely contested and negotiated about whether it is Canton or non-Canton. For the above reasons, a combination of research methods including participant observation, interview and literature analysis are adopted in this research for an in-depth exploration about how the different groups: the government, the media, the experts and the ordinary people-utilize the cultural representation power to express their understanding of Guangfu culture and construct place identity in the context of "Yuexiu Temple Fair". The findings are as follows: City is a conflict field where multicultural identities and place identity are negotiated and there are various cultural identities in one city. Culture is continually negotiated by different groups and there are different points of view between Guangzhou natives and newcomers and even within each group; Meanwhile, the created folk festivals become the fields in which place identity is constructed and whose place identity is represented largely depends on who can acquire the greater power of cultural representation. "Yuexiu Temple Fair" provides an opportunity for various actors to construct their imagined "Guangfu culture". More specifically, the local government leads the 1st "Yuexiu Temple Fair", the media objectively reflected the views of experts and ordinary citizen groups, and during the period, the government took an active attitude to hearken the discourse mainly on behalf of the local cultural identity. Then, native inhabitants in Canton, especially those holding opposite discourses successfully attracted more attention and the 2nd "Yuexiu Temple Fair" is full of "Guangfu taste". Thus the place identity of Guangzhou natives is represented in the "Yuexiu Temple Fair". Unfortunately, the newcomers did not make their opinions public and some newcomers even felt being marginalized, so the "Yuexiu Temple Fair" may not enhance their identity to the place. In addition, the experts are relatively independent and more like bystanders of "Yuexiu Temple Fair" instead of cooperating with the government. This study improves understanding of the role that the created folk festivals play in the construction of place identity theoretically and also has a positive implication for guiding the city using festivals to improve cultural infusion of different groups and enhance their place identity in practice.

**Key words:** folk festival; place identity; cultural politics; Guangzhou