

传统体育的现代生存逻辑

——以黄飞鸿中联电缆醒狮团为例

田海军, 李文鸿

(嘉应学院 体育学院, 广东 梅州 514015)

摘 要: 传统体育的现代生存, 是关系文化自信和传统文化复兴的核心议题。以黄飞鸿中联电缆醒狮团为个案, 研究发现: 传统体育的现代生存, 存在从经济化生存、文化性生存到醒狮人生存的演进路径。经济化生存以融入文化旅游、打响品牌为开端, 进而吸引企业注资走向品牌化发展, 最终成功完成品牌营销。文化性生存立足服务地方, 以技术传承创新保存地方体育文化, 以品牌塑造打造地方体育文化特色, 以集体欢腾促进社会和谐。经济精英和技术精英分别以资本运作、传统体育文化再生产之贡献, 实现醒狮人的协同发展。兼顾文化和经济两种生存模式、保障多方利益同时服务地方发展, 应成为深化传统体育现代生存思考的题中之义。

关 键 词: 体育文化; 传统体育; 现代生存; 醒狮

中图分类号: G80-05 **文献标志码:** A **文章编号:** 1006-7116(2021)04-0035-06

Modern survival logic for the traditional sports

——Taking the Huang Feihong Zhonglian Cable Waking-Lion Troupe for example

TIAN Hai-jun, LI Wen-hong

(School of Physical Education, Jiaying University, Meizhou 514015, China)

Abstract: The modern survival of traditional sports is one of the core issues related to cultural confidence and the revival of traditional culture. Taking the Huang Feihong Zhonglian cable Waking-Lion Troupe as an example, the findings show that the modern survival of traditional sports has evolved from economic survival, cultural survival to the survival of waking-lion people. Economic survival integrates into cultural tourism, branding as the beginning, and then attracts enterprises to brand development, and ultimately successful completes of brand marketing. Cultural survival is based on serving the local place, preserving local sports culture with technological inheritance and innovation, creating local sports cultural characteristics with brand shaping, and promoting social harmony with collective euphoria. Economic elites and technical elites achieve the coordinated development of waking-lion people with the contribution of capital operation and the reproduction of traditional sports culture. Taking into account the two survival modes of culture and economy, safeguarding the interests of all parties and serving the local development at the same time should be the key to deepen the thinking of modern survival of traditional sports.

Key words: sports culture; traditional sports; modern survival; lion dance

传统体育如何走出一条顺应时代变化的现代(本文中“现代”主要指改革开放以来的历史时段)生存之路, 既是传统体育文化复兴发展的时代之问, 也是坚

定文化自信的现实要求。自 2006 年第一批国家级非物质文化遗产名录公布以来, 学者大多从单一民族、既定地域的个案着眼, 借鉴多学科理论揭示传统体育现

收稿日期: 2020-11-13

基金项目: 国家社会科学基金一般项目“城乡融合中乡村武术文化生态变迁与治理研究”(19BTY120); 广东省普通高校人文社会科学省市共建重点研究基地招标项目(16KYK05)。

作者简介: 田海军(1979-), 男, 讲师, 博士, 研究方向: 民族传统体育历史与文化。E-mail: tianhaijun2002@163.com 通信作者: 李文鸿

代生存的困境及社会动因,提出教育化传承、融合音乐元素进行文化创新、结合文化旅游实行产业化发展等对策^[1-6]。而从具体团体或组织入手探究传统体育生存逻辑的研究尚不多见,这为本研究提供切入点。

广东省“宗族体系极为发达”^[7],醒狮传统因人们对宗族庆典、节庆仪式的重视而长盛不衰。伴随由传统到现代的背景转换,醒狮文化的原生环境急剧消退,其生存发展必需保证参与主体获得经济资本、文化资本和社会资本的持续积累^[8]。20世纪80年代开始,岭南醒狮逐渐复苏,南海县(1992年称南海市,2002年底升为南海区)体育局成立武术龙狮协会,旨在推动传统醒狮复兴,佛山市南海区黄飞鸿中联电缆醒狮团即在此背景中孕育。1992年初创的桥头村醒狮队是黄飞鸿中联电缆醒狮团的前身,1996年被地方政府部门批准以“黄飞鸿醒狮团”之名,进驻西樵山“黄飞鸿狮艺武术馆”和佛山祖庙“黄飞鸿纪念馆”(2004年)等标志性景区表演。1999年,狮团获得企业(中联电缆集团)注资冠名,成为以竞技比赛和文化展演为职业的醒狮团体,实现了文化传承与经济的双赢。2017年10月—2020年2月笔者先后5次共计50余天在南海区黄飞鸿中联电缆醒狮团训练基地和世界华人狮王争霸赛现场进行实地调研,与狮团负责人、注资企业家、醒狮运动员、地方龙狮协会负责人等展开交流,就本研究关注的核心问题进行深入访谈。最终,本研究基于个案探讨,将醒狮的现代生存逻辑归结为“经济化生存、文化性生存和醒狮人的生存”3个方面,以期传统体育的现代发展提供借鉴。

1 品牌营销:醒狮团体的经济化生存

“文化为满足人类需要而存在”^[9],在以经济建设为中心的现代社会,醒狮文化因其娱乐性、竞技性、文化性而具有经济价值,成为品牌营销的对象。醒狮团体通过景区驻演、企业注资、商业展演3个途径提供文化服务,实现经济化生存。景区驻演以“醒狮+旅游”拓展醒狮生存的经济来源,提升醒狮团技能的同时使其社会声誉和品牌知名度日益提升,继而吸引企业注资冠名,狮团得以彻底摆脱经济束缚。在此基础上,狮团以品牌化的商业展演实现长期良性发展。

1.1 以“醒狮+旅游”拓展醒狮生存的经济来源

以市场需求为根本动力,以传统体育的地域性、民族性为旅游提供文化资源,助力旅游产业发展^[10],推动相关利益方的对话^[11],促进民族传统体育的传承发展,是传统体育现代发展的重要路径之一。佛山醒狮与旅游产业的融合,始于1996年西樵山景区“黄飞鸿狮艺武术馆”的开放运营。《黄飞鸿》醒狮电影塑造

“黄飞鸿”地域文化品牌,醒狮表演成为佛山文化旅游市场的刚性需求。桥头村醒狮队凭借参加醒狮角逐获得的地域代表性,加之核心成员H具有黄飞鸿洪拳第五代传人的师承渊源,狮团获得当地政府批准更名为“黄飞鸿醒狮团”,开始进驻黄飞鸿狮艺武术馆表演醒狮,“全年固定表演服务费15万元,游客对醒狮采青的打赏‘利是’由景区和醒狮团双方等比分成。”(K2018-10-03)(本研究括号内字母为受访者姓氏第一个字母,数字为访谈时间)游客打赏收入并不确定,但在惊险刺激的高桩醒狮尚极为少见的当时,“遇到五一和国庆黄金周等小长假,尤其是华侨旅游团、大型企业的团建活动,1天打赏收入可达万元以上。”(J/F2018-10-18)对拥有20人规模的醒狮团而言,15万的固定服务费仅能够为成员提供生活的基本保障,但却为醒狮从乡村民俗活动向城市职业转变提供了可能。“利是”打赏属于经济性生存过程中的绩效刺激,是醒狮表演过程中游客的自发行为,具有滞后性和不确定性。为维护“黄飞鸿”地域文化品牌的知名度,保障“绩效”利益的最大化,醒狮团必须投入充沛的精力提供高质量的表演,以视觉震撼之效令游客自愿打赏。醒狮团以“醒狮+旅游”的实践模式拓展了醒狮团的经济来源,同时形成佛山旅游业的地方特色,促进了地方经济发展。

1.2 以企业注资解决醒狮团成员的后顾之忧

1998年黄飞鸿醒狮团受邀参加南海中联电缆公司新厂房落成庆典表演,风格独特、技艺高超的黄飞鸿狮艺受到中联电缆老板L的青睐。L是南海区黄岐镇人,“从童年开始就对武术、龙狮等传统体育文化具有浓厚的兴趣。”(L2017-10-04)黄飞鸿醒狮团的庆典表演唤起了L成长记忆中的醒狮情结,而别具特色的高桩醒狮表演则使L敏锐意识到传统文化魅力蕴含的商业价值。基于其醒狮文化情怀和自信的商业判断,“决定于1999年一次性投资600万元,之后每年持续投入200万元用于发展传统武术及醒狮运动”(L2017-10-04),醒狮团也被冠名为“黄飞鸿中联电缆武术醒狮团”,因其醒狮技艺尤为出色,业界习惯称之为“黄飞鸿中联醒狮团”。2008年由当地政府和中联电缆集团合资1200万元,建成全国规模最大的综合性龙狮训练基地。基地投入使用后,“醒狮团负担全体成员的食宿费用,免费传授新学员洪拳和醒狮,发放基本生活补贴,直至学员熟练掌握洪拳和醒狮技术能够参与醒狮表演。如果代表醒狮团参加竞赛并获奖,企业另外为参赛运动员发放奖金。优秀运动员退役后,可以留在醒狮团担任教练或者进入中联电缆工作。”(Y2017-10-06)企业注资冠名为醒狮团体提供了经济

保障,成为醒狮生存发展的重要动力。首先,企业冠名后持续提供的专项基金及硬件设施,为醒狮团的职业发展提供物质基础,调动醒狮文化传承主体的积极性,为醒狮团规模化发展提供经济支撑。其次,充裕的资金也为高水平运动员外出参加大型赛事提供便利,可以保证醒狮团频繁出现在国内外赛场,展示其醒狮竞技能力的同时宣传企业文化,进而实现对注资企业的经济反哺。最重要的是,企业为退役优秀运动员提供就业岗位,解决其后顾之忧的同时,为醒狮团梯队稳定和持续发展提供机制保障。

1.3 以品牌化商业展演实现醒狮团良性发展

文旅景区和企业注资有既定的标准,仅能够维持醒狮团日常支出和参加竞赛等必要事务的正常运作。作为合法劳动报酬,商业性的文化展演收益是醒狮团可自由支配的内部资金。因此,商业展演成为醒狮团实现财富积累的最主要方式。

首先,在企业资金的驱动下,拥有“黄飞鸿”品牌加持的醒狮团场馆和设施等训练条件大为改善,加之“以演代练”的景区日常表演频繁,技术水平迅速提高。通过参加各种大型赛事,共获得国内南狮冠军124项、国际南狮冠军40项,实现影视作品中黄飞鸿狮艺的真实再现,品牌形象得以巩固和提升。其次,醒狮团通过参加全运会开幕式、建国庆典、春节联欢晚会等大型公益活动,展现其对醒狮独特的文化情怀及其技术呈现的专业水准,迅速成为醒狮界的“超级明星”,以“人无我有,人有我精”的品牌形象,形成与其他醒狮团体的身份区隔,确立醒狮领域的领军地位。最后,利用“品牌效应”将其商业展演定位于高端文化服务产品,依托珠三角巨大的醒狮文化市场,以大大超过市场平均水平的价格快速完成资本的积累。笔者于2003年参与的一次群狮庆典表演中,已成为明星团体的黄飞鸿中联醒狮团曾以7分钟的传统“凳青”表演获得8千元的报酬,该标准相当于当时一线城市大学教授的月薪。“2016年前后,如果是一线运动员参加的中大型(20人左右)高桩醒狮展演,收费可高达到6~8万元,醒狮团商业展演年收入超过1200万元。”(Y2017-10-06)2008年之后,醒狮团完全实现了经济独立和可持续发展,已经无需注资企业的持续投资。至此,作为传统体育缩影,醒狮团以市场盈利保障了醒狮文化更好传承,以对文化传承的坚守(技术的钻研、管理的创新等)获得市场的认可,成为传统文化现代生存和发展的“样板”。

2 服务地方:醒狮团体的文化性生存

2.1 文化传承强调传统武术技术优势

正所谓“教拳不教狮,不算大馆,没有什么地位,大馆必有狮子”^[12],醒狮历来讲究狮武合一,与南派武术共生,呈现“醒”“灵”的独特意境。黄飞鸿中联醒狮团由村落业余团队发展为职业团体,其成功转型以对武术功底强调和舞狮技术的革新为根本。

首先,扎实的武功训练使狮艺技高一筹。醒狮水平的高低很大程度上取决于舞狮人武术功底的优劣。其中对关羽、张飞等人物“武功高强”的艺术性呈现,无论是依赖狮头、狮尾“稳马硬桥”展现的形体张力(传统醒狮),还是通过高桩跳跃表达的勇猛无敌(现代醒狮),都需要狮头、狮尾充沛的体能及高度的协调,而这些素质的养成有赖于长期的武功练习。在村落醒狮活动恢复的初期,师傅的技术传授和成员的技术训练是主要内容,技术的扎实规范使桥头醒狮队相较于其他醒狮队更具“原汁原味”。基于扎实功底的精湛狮艺也使醒狮队逐渐在南海传统醒狮赛会崭露头角,成为南海醒狮文化代表的根本原因。

其次,以“人有我精”的技高一筹为基础,桥头村醒狮队追求“人无我有”的技术跨越。在更名为“黄飞鸿醒狮团”之后,开始在景区驻演中以高桩醒狮的形式呈现黄飞鸿狮艺。作为全新的运动形式,高桩醒狮惊险刺激,对胆气、技术要求之高前所未有,既要保证表演的安全性又不能降低其观赏性,难度之大可想而知。在经济实力尚不强大的发展初期,黄飞鸿醒狮团率先以“单次飞跃最远”“连续飞跃组合最多”等技术实现难度的大幅提升,为后续成就高端品牌铺平道路。

最后,随着企业注资冠名,醒狮团声名鹊起,继而技艺超群成为一种来自外部的动力,因此,对技术的推崇和精益求精成为团队文化的重要内容。为保持优异竞赛成绩和良好品牌形象,黄飞鸿中联醒狮团“新学员首先进行半年的传统武术基本功训练,发展身体素质”(Y2017-10-06),此后将醒狮技术训练贯穿始终并追求精益求精。技术训练成为狮团成员获得薪资保障的工作内容之一,技术水平成为确定绩效薪酬的主要依据。醒狮团实现从业余村落狮队向职业舞狮团体的彻底转型,同时推动了当地醒狮文化的传承。

2.2 文化生产重视地域文化品牌塑造

黄飞鸿中联醒狮团成功的另一重要原因是借取“黄飞鸿”这一因影视而风靡的文化符号。黄飞鸿其人以武术和舞狮闻名于世,成为香港武侠电影高度推崇的文化符号。自1949年以来,以黄飞鸿故事为主题的电影多达106部^[13],其中《狮王争霸》等作品更使醒狮文化深入人心,醒狮、“佛山黄飞鸿”逐渐成为佛山的地域文化名片而享誉海内外。在黄飞鸿影视作品

的影响下,“我们拿着竹筐当狮头,照着电影学习舞狮动作”(D2018-12-15)。随着黄飞鸿系列电影的登陆,醒狮传统被唤醒并再次蔚为成风,具有区域代表性的桥头村醒狮队与“黄飞鸿”符号相关联成为顺理成章之事。

在获得“黄飞鸿”品牌使用权之后,醒狮团始终将“黄飞鸿”作为身份标识精心维护。一方面,狮团积极融入地方文化旅游事务,满足地方政府打造文化旅游特色的需要。醒狮团通过积极投身“黄飞鸿”文化景区展演以及官方仪式庆典表演,塑造了真实、活态的黄飞鸿狮艺品牌。即便在获得远高于景区驻演经费的企业注资时,醒狮团依然“坚持把中联电缆的企业名称排在黄飞鸿品牌之后,无论什么时候我们都是黄飞鸿醒狮团”(Y2017-10-06),足见其对“黄飞鸿”品牌的重视。另一方面,以高超的竞技水平和优异成绩持续巩固“黄飞鸿”品牌地位。在地方政府打造的被誉为“醒狮界 NBA、世界杯”的黄飞鸿杯狮王争霸赛事上,醒狮团凭借最远高桩飞跃距离呈现动作之“难”,以连续使用多个难度组合呈现动作之“畅”,以雄狮内在心理活动的细腻表现突出醒狮之“醒”,以借鉴北狮前后翻滚动作表现醒狮之“巧”,最终斩获历届赛事陆地高桩醒狮桂冠。通过上述两方面的努力,醒狮团探索出一条以竞赛促商演的发展模式。在商业展演上,他们将经过赛场反复检验的竞赛套路用于商业展演,以获得世界冠军的运动员为主力投身表演,技术水平和艺术感染力明显高于同行,实现“门户”对差异性的文化生产^[4],同时进一步巩固、提升黄飞鸿品牌的知名度。

2.3 文化展演指向社会民众集体欢腾

基于对人类神圣性体验追求的思考,涂尔干提出“集体欢腾”的社会学理论,将集体欢腾现象视为“社会神圣性的呈现及再生产媒介”^[5],从这一视角看,醒狮表演所展现的是传统体育“社会事实属性与价值规范属性的张力、表征维度对本体维度的超越”^[5]。无论是基于传统的娱人敬神还是基于现代体育逻辑的赛场角逐,醒狮文化本质上都是对演者和观者集体欢腾的追求。

醒狮所构建的集体欢腾景象因时空差异而具有不同的象征意涵。首先,传统节庆醒狮表演是对村落集体凝聚力的强化。宗族祠堂重光、春节贺岁醒狮表演有着较为繁复的仪式程序,一般包括请狮、送帖、收帖、进村、排场(武术表演)、舞狮等。每个环节对礼仪极为讲求,如狮队进村途中遇庙、戏台、香案或是重要人物都要驻足拜礼。孔子讲“泛爱众,而亲仁”(《论语·学仁》),而达至仁需要“克己复礼”(《论语·颜

渊》)。醒狮复杂的程序充分说明传统乡村对于礼仪教化的重视,醒狮所表达和传递的礼仪道德,有利于增强地方共同体的凝聚力。其次,小型庆祝仪式醒狮表演重在表达人们对美好生活的向往。比如店铺开张,往往会请来醒狮表演采青,招徕顾客、驱邪旺场。在当地人心目中,醒狮表演是对狮这一神兽神圣性的展示,表演之狮是一种被赋予人格化的神器。演者将美好生活的祝愿转化为醒狮的形神意蕴,构建由狮的雄壮无畏、欢天喜地展示的美好生活。由“驱逐年兽”等传说泛化为普遍的美好向往,醒狮以神话、民俗的有机融合表达着岭南人特有的生活逻辑和规范。最后,融入现代体育的醒狮则意在通过表演的技术性和艺术性获得观者的共鸣。黄飞鸿醒狮团在竞技赛场上对狮子佯装踩空、退路阻断、得胜而归等套路的巧妙编排,以运动员的高超技能充分表达狮的威猛矫健,成为集戏剧性与体育性于一体的本土体育形式,观众愉悦体验既包含着对民族文化和传统技艺的赞赏,也有因喜庆气氛而获得的快乐。醒狮商业展演兼具传统性与现代体育性,从集体欢腾的视角看,现代商业化的醒狮表演既具有维系个体生存的事实属性,也具有传承优秀传统文化的价值属性,通过人们对和谐人际关系、幸福生活追求的表征,实现对其“民俗体育”本体的超越。

3 协同发展:醒狮人的生存

帕累托和 M·科拉比斯卡认为“具有显著智力、性格、技巧和能力的人称之为精英”^[6],因而每一个行业中的能力出众者都是精英。在醒狮人群中,一方面是以经济资本扶持醒狮文化发展的财富拥有者,属于经济精英。另一方面是因掌握醒狮文化内核而对醒狮文化和醒狮团体发展,起着重要的领导、决策作用的少数人,属于技术精英。经济精英基于自身的文化情怀为醒狮文化传承者提供经济保障;技术精英专注于醒狮文化传承与创新,以优异的竞技成绩和巨大的品牌影响力回馈注资人,并带动醒狮人群体的协同发展。

3.1 经济精英文化自觉下的资本运作

当前,传统体育发展整体面临困境,L通过对“黄飞鸿醒狮团”投资冠名进行资本运作,对于传统体育重获新生具有启示意义。首先,经济精英基于对传统体育文化的热爱而介入醒狮活动。受所处文化环境的影响,个体会形成经过调整定型的惯性及外在现实约束的烙印^[7]。从小深受醒狮文化濡染的 L 对醒狮、武术具有浓厚兴趣,用他自己的话说,就是“一直怀有关心、参与传统体育文化的人生情怀。”(L2017-10-04)

投资冠名“黄飞鸿醒狮团”将L多年来对于醒狮、武术的热爱之情转化为现实行动,实现一直以来想为传统文化传承做贡献的心愿。继而,经济精英的投资行为与醒狮团的发展形成良性互动,为醒狮活动开展提供场地、器械、经费等必要的物质条件,为团队技术骨干解决后顾之忧。“黄飞鸿中联醒狮团”的迅速崛起为企业带来了良好社会声誉,醒狮团成为企业宣传的优质媒介,对传统体育(醒狮)的经济资本投入,转化为企业的文化和社会资本。最终,醒狮团的成功成为促进中联电缆企业市场开拓的重要力量。例如,在2003年中联电缆与三峡工程洽谈期间(宜宾),醒狮团在宜宾国际龙狮赛事上包揽所有金牌,大大提升了企业的辨识度和好评度,成为中联电缆成功入选三峡工程电缆产品供应商的加分项;2006年醒狮团在印尼国际醒狮比赛的精彩表现得到海外华侨的认可,助力中联电缆通过华侨打开了进入印尼市场的大门^[18]。“黄飞鸿中联电缆醒狮团”的实践证明,传统体育与现代企业结成利益共同体,可以实现双方的互利共赢,但这种结合应基于企业家对传统体育文化的热爱,而非仅仅将传统体育的文化品牌作为企业宣传的噱头和获利的工具。在经济学者看来,资本是“在以追求利润为目标的行动中被投资和动员的资源”^[19],但以中联电缆投资黄飞鸿醒狮团的成功经历来看,企业家投资传统体育并不完全符合经济学的“理性人”假设,其行为也包含对于传统体育的特殊感情因素,毕竟企业发展并不以投资传统体育为必要条件。

3.2 技术精英传承使命中的生存之道

随着社会的商品化、市场化变迁,醒狮技术精英从事醒狮活动的目的,从以之为乐转向以之为业,在顺应时代变迁中谋求生存发展。传统的村落醒狮团体组织松散,通过节庆表演自娱娱人,醒狮更多地是丰富文化生活的一种方式。“过年时大家起得很早,抢着去舞狮,哪怕举个旗子跟在队伍里,都很开心。”(K2019-10-5)早期村落醒狮是内嵌于传统习俗的文化活动,技术精英参与醒狮活动的主要目的以娱乐为主,与谋生并无太大关联。

20世纪90年代后期醒狮团以“黄飞鸿”为品牌并获得企业注资冠名之后,技术精英被赋予双重身份:他们既是以醒狮为职业的舞狮者,同时也是肩负延续醒狮文化使命的传承人。首先,文旅景区收入及企业资助为醒狮人的生存提供了经济保障,使其可以专注于醒狮文化的传承与创新。“狮武合一”的特点决定醒狮获得发展的同时带动武术发展。在“黄飞鸿狮艺武术馆”中,虎鹤双形拳、工字伏虎拳等洪拳代表性拳械得以日常化呈现;除步法和鼓乐沿袭传统,传统青

阵增加技巧动作,“过三山”传统青阵被创编成“翻山越岭”的高桩自选套路,传统与现代融合共生,醒狮获得创新发展。其次,通过传统醒狮和高桩醒狮人才培养的有机结合,保障成员的技术优势与特色。一方面,狮团重视传统的武功训练,充分体现南狮发源地的地域特色。另一方面,通过垄断“黄飞鸿杯”国内国际狮王争霸赛冠军,不断提升竞技水平,探索民间醒狮技术竞技化,构建、优化醒狮竞技人才梯队。如此,形成狮团“以技术打响品牌,以名牌促进提升”,从事醒狮表演和传承的技术精英获得生存发展的良好文化生态。最后,醒狮人的技术革新和展演重视对传统文化的传播。他们以最高单桩下探采青等难度动作展现醒狮胆大、威猛的同时,也体现着醒狮人对技术不懈追求的匠人精神;以细腻的静态动作展现醒狮机智、灵动的同时,也传达着醒狮人对艺术形象的精雕细琢。此间,传统文化中勇敢无畏、自强不息的精神在醒狮表演中得到充分展现。总之,技术精英将以醒狮谋生和文化遗产融为一体,在保障个人生存的同时不断谋求醒狮团体的发展进步,成为维系注资企业与醒狮团多元角色互利共赢最为关键的纽带。

长期以来,传统体育融入节庆民俗,村落醒狮群体逐步将传统醒狮打造为源于习俗、立足技艺的“优质文化产品”,走上一条“服务当地社会发展、调动两类人群积极参与”的现代发展之路。内向看,醒狮的复兴发展是“以经济精英为保障,以技术精英为主体,互助共生,服务于全体醒狮人”的过程;外向看,醒狮人遵循着“以民众集体欢腾为目标,一手抓经济一手抓文化,以经济传扬文化,以文化创造经济”的生存之道。总之,醒狮人顺应社会之变,既坚持传统又植根当地,以利益相关方(企业、醒狮团、地方社会)“资本容量的有效扩张”^[20]使传统醒狮文化重现生机。黄飞鸿中联电缆醒狮团的成功经验启示我们,传统体育宏观上看似面临因社会之变带来的相似困境,但在微观层面却存在因时、因地制宜,改善其生存境遇的诸多可能。这不仅需要对传统体育发展宏观背景有深刻认识,更需准确把握传统体育植根的乡情、民情,抱有如无数传统体育坚守者一样的文化自豪感和自信心。唯有如此,才能真正树立传统体育的文化自信,洞悉传统体育在现代社会的“进步”之义和繁荣之策。

参考文献:

- [1] 国伟,田维华. 贵州少数民族传统体育的传承和发展[J]. 体育学刊, 2009, 16(9): 98-101.
- [2] 闫艺,何元春,廖建娟. 文化生态学视域下少数民

- 族传统体育文化资源开发模式研究——以新疆地区为例[J]. 广州体育学院学报, 2020, 40(6): 62-68.
- [3] 田祖国, 王庆庆. 场域变迁与重构: 湘西村落传统体育发展的人类学阐释[J]. 贵州民族研究, 2016, 37(8): 110-113.
- [4] 宁海天. “民族传统体育+音乐”的发展路径——以岭南传统体育项目“南狮”为例[J]. 体育学刊, 2020, 27(3): 64-67.
- [5] 高亮, 麻晨俊, 孙宇, 等. 舞龙舞狮在我国普通高校开展的可行性研究[J]. 体育与科学, 2012, 33(4): 109-115.
- [6] 李凌. 少数民族传统体育的发展与旅游开发构想[J]. 体育学刊, 2010, 17(6): 89-92.
- [7] 彭伟文. 一座移民村落对传统的再生与利用——以广州市沙坑村及其龙狮团为中心[J]. 民俗研究, 2018(5): 135-146.
- [8] 皮埃尔·布迪厄. 实践与反思[M]. 李猛, 李康, 译. 北京: 中央编译出版社, 2004: 133.
- [9] 王铭铭. 西方人类学名著提要[M]. 南昌: 江西人民出版社, 2006: 183.
- [10] 赵发田, 李英奎, 李蕾. 民族传统体育与体育旅游的契合[J]. 北京体育大学学报, 2004, 27(4): 460-461.
- [11] 包希哲, 蔡增亮, 胡永芳. “一带一路”视域下民族传统体育与旅游品牌的共商共建共享机制研究[J]. 贵州民族研究, 2019, 40(5): 173-176.
- [12] 姜伟池. 我不是师傅[M]. 香港: 三联书店有限公司, 2014: 70.
- [13] 姚朝文. 黄飞鸿功夫电影海外传播路线及文化影响力分析[J]. 文艺研究, 2010(7): 99-106.
- [14] 戴国斌. 门户对拳种、流派的生产[J]. 上海体育学院学报, 2013, 37(4): 77-82.
- [15] 王树生. 关于集体欢腾: 与涂尔干理论遗产的对话维度[J]. 青年研究, 2015(3): 76.
- [16] 关山. 社会精英理论的三位经典作家[J]. 国外社会科学, 1992(6): 64-69.
- [17] 刘中一. 场域、惯习与农民生育行为——布迪厄实践理论视角下农民生育行为[J]. 社会, 2005(6): 126-140.
- [18] 中联电缆“龙狮精神”背后的体育缘分[N/OL]. 南方日报(2010-08-13)[2020-10-06]. <http://news.sina.com.cn/c/2010-08-13/083317959031s.shtml>.
- [19] 林南. 社会资本——关于社会结构与行动的理论[M]. 上海: 上海人民出版社, 2005: 3-4.
- [20] 宫留记. 布迪厄的社会实践理论[J]. 理论探讨, 2008(6): 57-60.

