

“村赛”热的冷思考

古晓晴, 蔡艺, 杨前程

(湖南工业大学 体育学院, 湖南 株洲 412007)

摘要: 运用文献资料法、逻辑分析法、案例分析法等, 对贵州“村赛”热及其背后潜在问题展开探讨。研究认为以人为本的草根叙事满足农民体育文化需求, 以体共情的文化认同促使农村青壮年返乡回流, 以赛为媒的产业振兴助推乡村社会经济发展, 以媒赋能的赛事传播推进乡村品牌赛事建设是促成“村赛”热的重要因素。但其背后也存在“现代体育”盛行, 影响传统体育生态环境; “锦标主义”滋长, 偏离农民寓教于乐初衷; “羊群效应”产生, 阻碍乡村体育多元发展; “资本主义”介入, 弱化农民参与主体地位等问题。为此提出以文化创新为理念, 拓宽民族民间体育发展空间; 以乡土气息为核心, 保持乡村体育赛事固有属性; 以因地制宜为原则, 发挥乡村特色体育资源优势; 以农民群众为主体, 增强乡村体育发展内生动力等应对策略。

关键词: 乡村体育; 乡村体育赛事; 乡村振兴; “村BA”; “村超”

中图分类号: G80-05 **文献标志码:** A **文章编号:** 1006-7116(2024)01-0044-06

The reflection on the popularity of "rural competition"

GU Xiaoping, CAI Yi, YANG Qiancheng

(School of Physical Education, Hunan University of Technology, Zhuzhou 412007, China)

Abstract: This study employs the methods of literature review, logical analysis, and case study to investigate the phenomenon of the “rural competition” in Guizhou and the underlying issues. The research suggests that promoting the popularity of “rural competition” includes that the grassroots narrative centered on human experiences satisfies the cultural needs of rural sports, fostering a cultural identity through shared physical experiences, leading to the return of rural youth to their hometowns, the use of sports as a medium facilitates the revitalization of industries to promote socioeconomic development in rural areas, and the event’s media-driven empowerment contributes to the establishment of rural brand sports events emerging as a crucial factor in the popularity of “rural competition”. However, behind this phenomenon, there are also some challenges such as the prevalence of “modern sports” affecting the traditional sports ecology, the growth of a “win-at-all-costs” mentality deviating from the original intent of sports for leisure, the emergence of a “herd mentality” hindering the diversified development of rural sports, and the intervention of capitalism diminishing the role of farmers as active participants. Therefore, this study proposes several strategies to address these issues, such as emphasizing a cultural innovation approach to broaden the space for ethnic and folk sports development; the core principle being to maintain the inherent attributes of rural sports events with a focus on local characteristics; giving full play to the advantages of rural sports resources according to local conditions as the principle; and underscoring the centrality of farmers as the main participants, aiming to enhance the intrinsic momentum of rural sports development.

Keywords: rural sports; rural sports events; rural revitalization; “Rural BA”; “Rural Football Super League”

国家体育总局等12部门最新印发的《关于推进乡村体育助力乡村振兴工作的指导意见》提出“到2035年,

乡村体育健身和运动休闲成为普遍生活方式, 乡村体育产业发展更有活力, 乡村体育文化更加繁荣”^[1], 为

收稿日期: 2023-09-20

作者简介: 古晓晴(1998-), 女, 硕士研究生, 研究方向: 体育文化传播。E-mail: guu_xiaoping@163.com 通信作者: 蔡艺

推动乡村体育高质量发展、重塑乡村体育发展新格局提供了行动指南。发源于黔东南苗族侗族自治州台江县、榕江县的“村BA”“村超”，凭借“乡土气息”与“现代元素”的碰撞融合屡屡破圈，为中国式现代化实践增添了生动注脚，实现了健身性、娱乐性、竞赛性与文化性的价值聚积，得到广大农民群众的认同与追捧。贵州“村赛”热的背后，是“村BA”成为国家级赛事的规模转型，是“村超”是否会升格为全国大赛的深层思考。继农业农村部办公厅、国家体育总局办公厅发布《关于举办全国和美乡村篮球大赛(村BA)的通知》后，学界关于贵州“村赛”升级为全国赛事之举众说纷纭。基于此，本研究选取以“接地气”“无资本”“无外援”为固有属性的乡村体育赛事“村BA”和“村超”(统称为“村赛”)作为研究对象，试图从贵州“村赛”如何在体育赛事商业化的围城中实现叙事突围入手，探究其在情感认同机制上的特异性、赛事品牌塑造上的特色性。与此同时，探求“热”现象背后亟待“冷”思考的问题，即全国“村赛”的推行是否会影响传统体育生态环境？全国乡村是否都适宜举办“村赛”？“村赛”是否会因资本介入偏离本质？对于诸多隐忧的思考与纾解，为乡村体育赛事的可持续发展提供践行路向，以深化乡村体育赛事助推乡村振兴的现实意义与时代价值。

1 “村赛”热的形成原因

1.1 以人为本的草根叙事满足农民体育文化需求

乡村全面振兴，体育不能缺位。乡村振兴战略实施近6年来，我国乡村体育在乡村振兴战略的指引、体育发展政策的支撑与脱贫攻坚成果的基础之上，其发展模式、速度、规模均有显著进步，但仍面临一些现实难题。譬如，农村体育主体资源的缺失成为全民健身发展瓶颈、体育活动项目开发和开展缺乏乡土特色、农村基层体育组织体系不健全、农民参与体育活动意识淡薄、民族民间体育文化因农村主体流失而缺乏传承与弘扬等^[1]。

轰动全网的贵州“村赛”直面当前备受关注的体育助力乡村振兴热点话题，叙事观照由村民自发组织、比赛场地在农村、参赛主体为村民的乡村体育赛事。它包括各行各业村民所扮演的组织者、参赛球员、裁判员、解说员、观众等赛事角色，依托民族歌舞表演呈现当地少数民族文化，以及由黔东南土特产品和非遗手工艺品等组成的“村味”赛事奖品。在体育赛事商业化、精英化潮流的当下，“村赛”以篮球、足球为媒，以“无资本”“低门槛”激活农民群众体育参与主体性，以“不对外售票”吸引社会民众参与观赛，以

赛场“草根面貌”彰显中华体育精神，突破大众对体育赛事的刻板印象，搭建起人与体育的亲密桥梁，实现体育赛事的大众化叙事。“村赛”的成功是偶然中的必然，其饱受热议的背后是当地浓厚篮球、足球文化长期积淀的迸发，是国家脱贫攻坚后西部地区经济态势向好的写照，是乡村民众追求精神文化生活的共鸣，是奏响乡村全面振兴的序曲，更是物质文明与精神文明相协调的中国式现代化发展的生动诠释。

1.2 以体共情的文化认同促使农村青壮年返乡回流

基于内在身份意识的地方文化认同是乡村振兴的内驱力。乡村体育文化具有广泛的群众基础、独特的地域色彩和深刻的中华民族文化内涵，是形成乡村凝聚力和和文化认同的动力源泉^[3]。而在“城乡二元结构”的长期分治下，大量年轻人背井离乡进城务工，一定程度上造成年轻一代对地方文化的疏离。城市化进程的加速致使城乡发展差距愈发明显，广大西部农村尤其是西部少数民族聚居地时常被媒介建构为经济贫穷、文化落后、思想保守的形象，乡土文化多数时候也只能作为“他者”被表述^[4]。

“村赛”信息在网络上的快速扩散，呈现出文化主体对于地方文化的高度自觉与自信。费孝通^[5]曾提出：“文化自觉，即生活在既定文化中的人对其文化有‘自知之明’，自知之明是为了加强对文化转型的自主能力。”就“村BA”而言，台盘村将“六月六”吃新节传统与现代篮球运动相结合，创造出“乡土味”的赛事特色，自主言说本土民俗文化与生活方式，受到全网受众的关注与赞颂，村民对地方文化的认同感不断提升。“村赛”在乡村自建球场进行，比赛规则制定、球员资格审查、现场秩序维持等由乡村骨干自行组织，参赛球员均为当地村民，再次唤醒村民内心深处“有球必打、有场必练、有赛必看”的乡土记忆和“为家乡荣誉而战”的质朴情结，促使年轻一代重新找回自身文化认同，增强返乡建设的内生动力。以文化认同为基点而构建的乡村体育文化共同体，强化了村民文化身份意识，营造地方文化认同场域，成为全面实施乡村振兴战略的有力推手。

1.3 以赛为媒的产业振兴助推乡村社会经济发展

乡村振兴的落脚点是农民生活富裕，而生活富裕的关键就是农民增收。有些乡村地域发展体育旅游富裕了部分群体，却未能有效带动村民整体的创收增益。而“村赛”承载和凝聚着农耕、体育和民族文化，成为促进城乡间、国内外以及不同群体之间交流的文化符号，为乡村农文体旅产业全面融合、高效发展创造契机。“产业兴旺”是乡村振兴的重要根基，多元产业振兴能够提供多样化的产品服务，满足社会大众多元

需求,促进乡村消费结构升级,助力乡村社会经济发展新秩序的形成,实现与乡村振兴的实践耦合。

“村赛”在探索农文体旅融合发展模式时,遵循“体育+”或“+体育”发展理念,将苗族飞歌、侗族大歌、芦笙演奏等少数民族艺术文化元素引入比赛现场,形成富有乡土气息、地域文化、历史色彩的特色文体产品。现代体育与传统文化的巧妙交融,向世人呈现黔东南少数民族乡村地区开放包容的格局,台江县、榕江县因此成为“网红旅游地”,以苗族文化元素为主的系列文创产品也成为“网红纪念品”,有效提高两县旅游产业的整体效益。与此同时,“村赛”适时借助体育媒介,提升农特产品附加值^[9]。体育赛事作为两县与外界往来的媒介,顺势提高乡村特产的曝光度,拓宽销路,促进乡村农业现代化发展。如“中国第一瘪城”忠诚村,6—9月原本是销售淡季,但“村超”的举办使其实现最大客流,促进村民的增收。“村赛”以独具一格的乡村体育文化形象吸引各地民众、加深村民的文化认同,成为乡村产业振兴的新动能,开辟出一条适合当地乡情、民情、体情的乡村振兴新赛道。

1.4 以媒赋能的赛事传播推进乡村品牌赛事建设

“媒介即讯息”^[7],网络媒介已然成为乡村文化建设的有力载体、乡村振兴的有力手段。新媒体的链接成为“村赛”反响热烈的核心因素,凭借“地方内部力量、政府力量和非政府力量”推动内生发展^[8],建构起一个联通场内场外、线上线下、国际国内的乡村体育文化共同体,引起广泛的共情共鸣。从政府层面出发,政府官媒的积极反馈,达到“先声夺人”之效果。时任外交部发言人的赵立坚、汪文斌先后为“村BA”“村超”点赞,新华社、人民日报等50余家主流媒体,均通过传统报道和新闻客户端直播的方式推介“村赛”,全网裂变式传播扩大了覆盖范围、深化了传播效能,使其获得前所未有的关注和认可。

地方内部力量的赋能,实现了地方组织培育传播主力军的借势增效。据统计榕江县已累计培育出1.2万多个新媒体账号积极组织“村超”的宣传报道,全网流量突破350亿次^[9]。“村BA”总决赛全网浏览量突破31亿人次^[10],台江县政府抓住契机,将第二届“美丽乡村”篮球联赛黔东南赛区半决赛等官方级别赛事放至台盘村举行,进一步扩大和强化“村BA”品牌效应。此外,媒体技术的赋能催生乡村文化生产者。他们通过矩阵式的短视频,呈现没有棚顶的简陋赛场,“三种语言”来回切换的解说员,“叮叮咣咣”铁勺敲击铁盆的庆祝响声等“村味十足”的比赛现场,诠释草根赛事的独特魅力。“村赛”将篮球联赛、足球联赛下沉至乡村,展现出纯粹化的乡村体育赛事景观,借

助政府、地方、个人媒介传播合力推高赛事热度与知名度,促使“村”字号赛事品牌从“网红”到“长红”。

2 “村赛”热背后的潜在问题

“村赛”作为草根化的新兴乡村体育赛事,已然形成一种独特的创新理念,成为推进乡村振兴的重要手段。继“村BA”升格为国家级赛事、足协调研“村超”后,“村赛是否会变味”“村赛是否会成为面子工程”等争议接踵而至。纵观贵州“村赛”,它有着全国其他乡村所难以企及的地域特色、文化资源及群众基础等独特优势,这是全国“村赛”推行及发展将会面临的挑战。在“村赛”发展的关键时刻,对热现象的适时冷思考,既是对贵州“村赛”的反思,又是对全国“村赛”的风险预判,有助于促进其“长红”发展。

2.1 “现代体育”盛行,影响传统体育生态环境

少数民族传统体育项目受自然环境、社会环境和文化环境三者共同的作用,具有多元生态的发展态势^[11]。“村赛”的高热度反映出社会大众对以激烈性、视觉刺激为特征的西方现代体育的偏爱,有着厚重历史底蕴、地域特征和民族文化特色的传统体育只能以“配角”的形象呈现。在社会生态环境方面,传统体育传承发展面临危机。传统体育项目的传承既要以传承人作为核心介质,还需要特定的环境才能实现。篮球、足球等现代体育文化的流行使得农村青年对现代体育项目表现出浓厚兴趣,对踩鼓、踩芦笙、斗牛、赛马等民族民间体育活动的参与意愿逐渐淡漠。如缺乏群众基础是榕江县乐里七十二寨的斗牛赛事未能得以延续的主要原因之一。同时,传承人也可能受到现代体育时代红利的诱惑,逐渐缺乏传统体育文化传播与传承的自主性,加重传承危机。

在文化生态环境方面,传统体育文化功能逐渐退化。西方现代体育文化的风靡与乡村现代化转型的持续推进,正逐渐解构传统体育的原有文化生态。当前,为迎合“观众”需求,厚植于乡土、具有民族特色的体育文化普遍通过“赛间展演+村民参与”的固有模式呈现,活动内容趋于单一、规模较小,传统体育文化的自身价值未能充分展现。“赛场上苗族手工艺品大放异彩,赛场外苗绣博物馆大门紧闭”^[12]。此外,“村赛”激活地方旅游产业发展的同时,也会增加民族传统体育文化“民族本色”变味、文化解读偏差、动作技能异变等失真风险。乡村地区经济发展与民族体育文化传承二者之间的矛盾如何消解,将会是“村赛”长久发展所需经受的挑战。

2.2 “锦标主义”滋长,偏离农民寓赛于乐初衷

“规则是游戏内在的‘自主性’,而竞争是游戏的

‘他者性’^[13]。贵州“村赛”的成功得益于它很好地处理了规则与竞争的关系,坚持低门槛、无资本、无外援等自主规则,为村民营造“自由”的竞技环境,彰显体育比赛中纯粹的“游戏精神”。但随着“村BA”赛事的升级与规模化、常规化转型,群众“寓赛于乐”到竞技“锦标主义”滋长的困囿随即产生。一方面,易诱发“竞技性”重于“娱乐性”现象。虽然全国“村BA”竞赛规程对参赛球员的资格做了明确规定,如居民身份证和户口簿均显示其住址在乡镇及以下,不得在中国篮球协会CBA、NBL联赛注册过等。然而不可避免的是,一些地方乡镇会为了赢得集体荣誉,通过对符合条件的农村人口进行专职训练、对具备专业素养的人群提前规划户口迁入等举措获取“成绩”。这种竞争的加剧极易触发赛场球员“赢球”“争光”的应激反应,衍生各种应赛策略。

另一方面,易忽视部分乡村民众的文体活动需求。全国“村赛”的规模化推行,促使越来越多的地方乡镇投入到乡村体育赛事的筹备、训练中,但这并不适合作为所有乡村的文体活动代表。究其原因,“村赛”举办过程中难免会产生公共体育资源分配不均、使用不充分的现实堵点。而全国大多数乡村地区的留守人群主要是老人、孩童与妇女,他们的文体活动需求与政府所提供的公共体育服务不相匹配,其需求并不能得到充分满足。此外,大型体育赛事只能满足几个、几十个村民的体育活动需求,观赛民众只能充当间接参与的看客。要而言之,倘若“村赛”受“锦标主义”羁绊,既会牺牲部分村民文体活动的参与度、包容度,也会在一定程度上滞缓乡村全民健身目标的推进。

2.3 “羊群效应”产生,阻碍乡村体育多元发展

乡村体育文化的数字化建设使其内涵和外延得以拓宽、资源局限得以突破,实现乡村体育文化与经济的全面融合^[14]。“村赛”借助新媒体数字平台直播比赛实况、传递赛事信息、分享赛事故事,赛事影响力迅速蔓延,“羊群效应”顺势而生。首先,赛事同质化掩盖乡村特色体育资源。贵州“村赛”的成功缘于两县具备超80年篮球、足球历史传承而积累的良好群众基础,以及较为完善的全民健身场地设施以满足赛事举办的条件。而我国广大乡村在地理位置、资源禀赋、发展水平等方面存在显著差异,若各乡村地区体育赛事均实行“一刀切”“简单复制”式的发展模式,不仅难于凸显乡村的独特优势,导致“水土不服”,还极易陷入群众基础薄弱的形式主义、面子工程泥淖,难以释放体育赛事带动区域产业发展的赋能效应。

其次,网络生态会引发反噬效应。“村赛”举办过程中,地方政府和相关部门凭借官方媒体力量将“村

赛”打造成“网红体”迎合网络生态,吸引大量线上观众,各大乡村竞相模仿。但网络生态可以服务于网红赛事的打造,也会引发网络反噬效应^[15]。它在制造热点的同时也左右了组织者与受众的注意力,热点变成“重点”,影响组织者对体育项目的选择、赛事资源的分配,易误导受众对文化内涵的准确解读,影响乡村多元体育文化的传播。在互联网时代下,纵使乡土文化冲破乡村信息壁垒,实现与云端广大受众的链接,但若地方乡镇仅追求体育赋能乡村振兴的数量与速度,则与乡村振兴战略所提倡的“求好不求快”的可持续发展理念不相符合。

2.4 “资本主义”介入,弱化农民参与主体地位

在社会主义市场经济下,现代体育赛事与商业资本息息相关。贵州“村赛”因营造非商业化、非精英化的纯然体育氛围引发全网共鸣,但其热潮的背后仍是“商业资本”的不请自来。如台盘村第一书记张德表示,曾有企业想出资作为赛事奖金、提供广告赞助等。资本介入易使体育运动“商品化”,削弱农民参与赛事活动的主体性。一方面,难以确保赛事结果的真实性。中国首位“亚洲足球先生”范志毅率领青海果洛州超级联赛队伍与村超队伍进行友谊比赛时,村超队伍比赛结束前5分钟连丢两球,最终握手言和。这样的结果难免会有“放水”之嫌,陷入“是村际间的人情世故?还是商业资本的利益纠葛?”的思忖。长此以往,作为参与者的乡村民众,会因赛事成为“形象工程”而转为被动参与,观赛民众也会因赛事脱离“乡土气息”,失去纯粹的体验感。

另一方面,滥用赛事本身创收功能。“村BA”组织者张寿双强调,“在台盘村举办的比赛,不会收门票,网络直播更不会收费”^[16],但有主播借助网络平台直播“村BA”,一场直播盈利近120万元^[17]。此外,“村超”商标遭遇部分企业和个人恶意抢注,以此谋取私利。“村超”联赛被东南亚的博彩公司看中,开设外围盘口吸引赌球人员下注,引发“村超会被叫停吗?”的舆论热议,这直接映射出广大群众对“村赛”是否会逐步商业化的担忧。假球、赌球等行为,会对村民参赛初衷造成影响,进而无法切实发挥农民在乡村振兴中的主体作用。

3 “村赛”热的延续与发展策略

3.1 以文化创新为理念,拓宽民族民间体育发展空间

在“村赛”热的浪潮下,民族民间体育的原生态场域受到干扰,但其文化传承并未中断,新语境下实现文化的再造与蛻生,成为时代之需。应顺势而为创新文化叙事,讲好民族民间传统体育故事。首先,挖

掘传统体育文化的各类有形、无形遗产,前者包括相关文献、实物、工艺品等,大众可以通过实体遗产承载的历史价值了解项目文化发展历程;后者包括各种表演、技能等,以“村赛”赛场为舞台进行传统体育文化展演,增强民众与传统体育文化之间的黏度。其次,发挥传统体育传承人的“意见领袖”作用,由亲历“村赛”的传统体育传承人讲述参赛与传承的系列故事,吸引农村青年关注。可在展演之余,由传承人对体育项目文化与技能进行诠释与讲解,并结合与场内外观众互动的形式,加深民众对传统体育的认知和理解。

与此同时,依托传统节庆,培育独具特色的地方体育文化。长久以来,我国就有民俗节庆开展体育活动的传统,以体育竞赛为特征的民俗节庆已经成为新时期乡村体育发展常态^[18]。“村赛”可尝试将踩鼓、踩芦笙、斗牛、赛马等民族民间体育项目,升级为与“村BA”“村超”同期举办的平行赛事,以更贴近村民生活与偏好的乡土赛事,鼓励更多民众参与其中。此外,辅以新媒体技术,拓宽传统体育文化传播渠道。在借助贵州发展大数据的优势,打造一批传统体育文化资源数据库,推进文化数字化传播的同时,借助各类新兴媒体搭建新时代传统体育文化传播平台,打造官方媒体展开传统体育文化精神符号的推介,提升传统文化感召力。全国“村赛”应植根民族民间体育文化特色,挖掘本土实践中蕴含的共情因素^[19],唤起乡村民众的情绪共鸣,实现现代体育文化与传统体育文化的交融共生。

3.2 以乡土气息为核心,保持乡村体育赛事固有属性

“村赛”依赖的核心是质朴的乡土文化,它是草根体育活跃到“阈值”的极致表现。如何坚持比赛的“农趣”、充分展现乡土特色,成为“村赛”可持续发展的关键。第一,规范赛事规章制度,加大监督监管力度。虽然现行的全国“村BA”比赛《规程》已对球员国籍、籍贯与资格做了详尽说明,如中国篮协注册球员不得参赛、不得招揽外援参赛、不得临时组队等。但随着“村赛”的常态化,其“竞技性”难免会受球员自身、比赛赛况、社会舆论等内外部环境因素的影响。对此,实行赛事的全程直播、赛事信息的全网公开,加强全网民众对赛事的过程监督,确保赛事透明性。辅以设置群众投诉信箱,对村民意见做及时收集与反馈,以维持村民参赛热情、民众观赛兴致,保证“村味”赛事顺畅推进。第二,确保赛事从群众生活中来,到群众生活中去。平衡比赛的“竞技性”和“娱乐性”,在赛程之余例行组织乡村民众对赛场“锦标主义”现象进行自由探讨与反馈,为村民营造“重在参与、乐在其中”的体育氛围。在村民日常生活中,由

农村青年带领调研和挖掘更多适合老年人、幼儿、妇女的体育文化资源,定期组织文体团建活动、村际运动会等,在实践中不断丰富文体活动多样性,满足更多村民的文体活动需求。第三,形成凸显乡土韵味的品牌文化与办赛理念,强化“村赛”的文化内涵与辨识度。只有保持赛事的原汁原味、农趣农味,才能使别具特色的乡村体育赛事迸发更多、更强的内生能量。

3.3 以因地制宜为原则,发挥乡村特色体育资源优势

“村赛”作为体育助力乡村振兴的典范,深度触达广大农民群众日益增长的精神文化需求,已经成为乡村振兴的必由之路,也为广大乡村地区体育高质量发展提供实践思路。各大乡村可以利用地域资源禀赋,打造区域特色乡村体育赛事。围绕乡村地理地貌、设施条件、民俗文化等实际因素,把传统体育所承载的历史故事、文化意涵、知识技能等价值充分利用起来,结合自身优势“量体裁衣”,打造地方特色“村”字号体育赛事。与此同时,借助线上新传播形式和线下推介活动,传递乡村体育文化魅力,助推地方赛事“走出去”,实现文化资源向文化品牌的价值跃升。

与此同时,推动体育产业与相关产业深度融合,引领乡村全产业链协同互促。在产业共生视域下,“体育+”“+体育”是引领乡村产业振兴、带动经济发展的新思路,探索体育产业与文化、旅游、教育、生态等其他产业间的联动发展,形成农文体旅融合的新兴业态,撬动乡村产业消费增量,以赛为媒,以体富民。此外,应努力为传统体育赛事品牌与产业融合共生提供政策保障。如贵州省市场监督管理局近日印发的《“村BA”“村超”品牌培育及知识产权保护工作方案》提出将对“村BA+产业”“村超+产业”进行系列商标培育、品牌创建,加强其品牌培育及知识产权保护工作^[20]。每个地方都有自己的文化火种,只要能够“因地制宜”,充分挖掘与创新当地的优秀传统体育项目,便能看到更多贵州“村赛”的蓬勃景象,逐渐形成“一乡一品”的乡村体育赛事活动新格局。

3.4 以农民群众为主体,增强乡村体育发展内生动力

“村赛”探索出一条乡村体育赛事“内源为主、外源推动、内外联动”的发展新模式^[21],在一定程度上激发和提升了农民群众在乡村体育参与中的主体性。而“资本主义”的介入会使乡村体育建设迷失初心,农民由主人变成“看客”,限制农民主体的持续在场。确保农民主体地位不偏移,激活农民群众参与赛事治理的内生动力,应成为“村赛”长效发展的核心要务。可设立乡村体育协会、村委决策小组等村民赛事自治平台,优化乡村内在组织力量。主要负责规范赛事筹备、资源整合等决策行为,保障村民充分享有

赛事参与权、知情权与决策权,具体表现为让村民维护赛场秩序、提供后勤服务、烘托赛场氛围等,培养主人翁责任意识。同时,充分发挥其赛务监督作用。

与此同时,要夯实农民群众自治能力建设,培育自主意识。政府组织给予农民体育活动组织的主导权,提供合理、有边界的引导,带动村民参与体育活动的热情。并通过民间座谈、宣传、访谈等形式,培育和提村民参与体育活动、赛事组织的主观能动性,让农民群众自觉接受乡村体育文化属性的建设者,满足农民群众的体育需求。农民群众是推动乡村文化繁荣与体育赛事发展的先导力量,确保农民主体地位,能有效激发乡村体育发展的内生动力,为“村赛”的现代化、可持续发展提供有力保障。

贵州“村赛”的成功建立在对乡村本土文化资源禀赋的传承与创新基础之上,凭借“接地气”“无资本”“无外援”的特有属性,唤醒和释放乡村体育力量,营造乡土味、乡情味、乡愁味的纯粹体育氛围,成为广大民众心中的一片体育净土。随着赛事的升温与升级,逐渐产生全国“村赛”的举办是否会影响传统体育生态环境、偏离农民寓赛于乐初衷、阻碍乡村体育多元发展、弱化农民参与主体地位等潜在问题的思考。而这些问题的存在甚至蔓延,会在一定程度上制约民族民间体育文化的传承、影响农民群众乡村治理“主体性”的发挥等。就此,对于“热”现象的及时“冷”思考,有助于规避阻滞“村赛”延续的诱导元素,助推其真正实现从“网红”变“长红”的美好愿景,为全国乡村体育文化建设贡献时代经验,擘画体育赋能乡村全面振兴的新路径。

参考文献:

- [1] 国家体育总局,中央精神文明建设办公室,国家发展改革委,等.关于推进体育助力乡村振兴工作的指导意见[EB/OL].(2023-06-25)[2023-08-20].<https://www.sport.gov.cn/n315/n20001395/c25730051/content.html>
- [2] 杨桦.乡村振兴中农村体育发展的机遇、问题与策略[J].成都体育学院学报,2022,48(5):8-14.
- [3] 李岱峰,王长龙,刘强.新时代乡村体育文化内生增长研究:理论回顾、现实困境与发展路径[J].广州体育学院学报,2021,41(6):14-18.
- [4] 旷芳.审美视域下的黔东南“村BA”文化研究[J].

- 贵州民族研究,2023,44(4):166-172.
- [5] 费孝通.论文化与文化自觉[M].北京:群言出版社,2005:2.
 - [6] 邵凯,董传升.乡村振兴背景下体育产业助力精准扶贫的思考[J].体育学刊,2022,29(1):69-75.
 - [7] 马歇尔·麦克卢汉.理解媒介:论人的延伸[M].何道宽,译.南京:译林出版社,2019:62.
 - [8] RAY C. Culture economies[M].Newcastle: Centre for Rural Economy, 2001: 9.
 - [9] 邓国超,王璐瑶,李坤,等.直播火了村超 电商甜了生活[N].贵州日报,2023-09-04(001).
 - [10] 张鸿.我所亲历的“村BA”[J].中国记者,2023(5):123-125.
 - [11] 贺天津.多元生态环境视角下少数民族传统体育的发展[J].贵州民族研究,2019,40(1):117-120.
 - [12] 新周刊.看“村BA”的人越多,我越担心[EB/OL].(2023-04-22)[2023-08-20].<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1763808521290295739&wfr=spider&for=pc>
 - [13] 俞鹏飞,王庆军.游戏与体育:伽达默尔游戏论的体育哲学思考[J].上海体育学院学报,2019,43(5):24-29.
 - [14] 匡文波,王天娇.乡村文化振兴下新媒体数字传播策略[J].中国编辑,2021(12):21-26.
 - [15] 王德福.全国“村BA”冷思考[EB/OL].(2023-06-20)[2023-08-08].<https://mp.weixin.qq.com/s/D6W1z1yc4QyHVqY1nV4D9g>
 - [16] 高刚.体育赋能乡村振兴——基于贵州台江“村BA”的调查报告[J].当代贵州,2023(24):56-59.
 - [17] 冯俊翔,郑家鲲.群众体育赛事助力乡村振兴的价值、经验及路径[J].体育文化导刊,2023(3):10-16.
 - [18] 李玉文,白晋湘.新发展阶段中华民族传统体育的时代机遇与路径选择[J].体育文化导刊,2022(10):57-64.
 - [19] 邹雪.民族文化传播如何带动乡村旅游——基于“村BA”的调查研究[J].当代贵州,2023(15):68-71.
 - [20] 方亚丽.加强“村BA”“村超”品牌培育和知识产权保护[N].贵州日报,2023-07-18(010).
 - [21] 郭庆.乡村体育振兴的新内生发展逻辑与实践探索——来自台盘“村BA”的案例分析[J].武汉体育学院学报,2023,57(6):12-18.