

从“生活场”到“秀场”：城市更新中民俗文化展演动力格局与认同危机——以北京市大兴区庞各庄镇花车巡游活动为例

李娴

北京建筑大学城市经济与管理学院，中国·北京 100000

摘要：全球城市化背景下，城市更新正强有力的驱动着民俗文化转型，对其生存、创新与传承产生了深远影响。本文以北京市大兴区庞各庄镇花车巡游活动为例，剖析小镇民俗文化从原生、本土性的“生活场”实践到仪式化、观赏性“秀场”展演的结构性变迁。结果表明，有三大动力推动着这一转变：政府部门以行政力主导文化治理，市场资本以消费力催化文化商品化，社区组织则凭借内生力积极回应以寻求发展。然而，在“秀场化”转变过程中，也掺杂着多重不同层次的认同危机：民俗文化的深层内涵遭遇稀释消解，地方属性的丰富认同压缩为单一宣传符号，社区主体及居民从主导让位于从属参与。城市更新的民俗文化展演，收获的是文化“可见性”，被侵蚀的却是生活的韵味和社区邻里的情感交互。因此，未来的城市文化实践，就是寻求“生活场”与“秀场”两者之间的共生、互利路径，在展示开发中守护文化灵魂、强化社区认同，一同筑牢根基。

关键词：城市更新；民俗文化展演；生活场；秀场；动力机制；认同危机；庞各庄花车游行

From "Living Space" to "Showplace": The Dynamics of Folk Culture Performances and the Identity Crisis in Urban Renewal—A Case Study of the Flower Float Parade in Panggezhuang Town, Daxing District, Beijing

Li Xian

School of Urban Economics and Management, Beijing University of Civil Engineering and Architecture, China Beijing 100000

Abstract: In the context of global urbanization, urban renewal is strongly driving the transformation of folk culture, profoundly affecting its survival, innovation, and inheritance. This paper takes the float parade in Panggezhuang Town, Daxing District, Beijing as an example to analyze the structural transformation of small-town folk culture from the original, local "living space" practices to the ritualized, performative "show space" displays. The results show that three major forces drive this transformation: government departments lead cultural governance through administrative power, market capital catalyzes cultural commodification through consumer power, and community organizations actively respond with endogenous strength to seek development. However, in the process of this "show space" transformation, multiple layers of identity crises are also mixed in: the profound connotations of folk culture encounter dilution and dissolution, the rich local identity is compressed into a single promotional symbol, and community actors and residents shift from leading roles to subordinate participants. The folk culture performances of urban renewal gain cultural "visibility" while eroding the flavor of daily life and the emotional interactions within the community. Therefore, future urban cultural practice seeks a symbiotic and mutually beneficial path between "living spaces" and "show spaces," safeguarding the cultural soul and strengthening community identity while developing exhibitions, thereby solidifying the foundation together.

Keywords: Urban renewal; Folk culture performance; Living space; Show space; Driving mechanism; Identity crisis; Panggezhuang flower car parade

0 引言

城市既是人类文明的汇聚点，也是社会演进的综合性介质。城市更新是一个在物理空间、经济功能、社会结构

和文化生态的综合性再创造过程。国家已出台多项指导政策持续推进以以人为本、文化传承、绿色低碳和安全韧性为核心的城市更新行动。在此背景下，如北京市大兴区庞

各庄镇以传统农耕为本的乡镇,也开始探索转变为城市空间身份的特色道路——“都市农业+文旅融合”。2025年11月,庞各庄镇举办了首次以“繁花映镇·花车好物集”为主题的花车巡游群众性活动,吸引了众多居民、游客和新闻媒体的关注。然而,在活动执行中,不难发现,裸露着诸多的问题。本土居民为何从过去的演绎主角转变成观众?巡游的形式占比大于内容,游街花车被冠以不同企业和品牌的标识,文化展示为何沦为商品展销的引流工具?文化重塑不等同于文化符号拼接,曾以“西瓜之乡”闻名的小镇,首次重推的是花宠,“新民俗”是否真的符合社区记忆与并得到了认同?此篇文章通过对这一案例进行解析,归纳总结城市更新中民俗文化展演动力格局和文化认同危机,为城市文化创新、传承和治理提供思路。

1 从“生活场”到“秀场”:庞各庄花车游行的案例呈现

庞各庄的花车游行,并非孤立的文化事件,而是其置身于北京城南行动计划、大兴区国际机场临空经济区建设等宏大城市更新背景下的一个文化表征。过去,庞各庄的民间文艺活动或许更多地与农时节令、村落庙会相联系,是村民自娱自乐、内部沟通情感的方式。例如,传统的秧歌、高跷、小车会等,其表演场地可能在村头巷尾,参与者皆为乡里乡亲,过程重于结果,体验重于观赏。

而近期举办的花车巡游活动,呈现出的确更侧重于“秀场”特征。首先是对周边环境进行了一系列的美化、亮化工程,包括马路的平整、步行道路的翻修、道路两侧树干上增设霓虹灯等等,把路线做了统一提升规划。其次整个活动的程序编排更多元化,分设论坛主会场、萌宠天地、花车巡游、媒体采访等多个环节,更强调仪式感和宣传效果,与往日民间活动的自发性和随意性截然不同。另外还有最明显的改变就是,本地居民从之前的活动主角转变为“参与者”或者“观众”的身份。活动释放的信号主要面向外来游客、投资者和媒体关注,宣称“传承民俗”的同时,更明确地与“提升庞各庄知名度”“促进文旅融合”“展示区域发展成果”等经小镇发展目标紧密结合。

这一系列特征清晰地表明,庞各庄的花车巡游活动已经从一个内在于社区的“生活场”实践,转型为一个服务于更广泛社会政治经济目标的“秀场”展演。接下来,我们将深入探讨驱动这一转型的复杂动力机制。

2 民俗文化“秀场化”的动力机制

民俗文化从“生活场”转化为“秀场”,是政府、市场与社区三方在特定背景下共同作用的结果。究其本质,

这种转变映射了当代中国“文化治理”的复杂逻辑,也就是通过三者力量的博弈、协商与共谋,不仅改变了民俗文化外在形式,更重构了其内在文化灵魂。

2.1 政府主导的“文化治理”逻辑

在当代中国,政府就是城市空间与文化发展的“总建筑师”,指引着“更新”的方向,深刻定义着“文化”的价值内涵。在庞各庄镇花车巡游的案例中,地方政府主导这一民俗展演活动的背后,自然也蕴含着“文化治理”逻辑。

庞各庄镇“文化治理”逻辑体现在以下三个方面:

(1)把文化作为塑造地方形象与政绩展示的工具。庞各庄镇以往的文化符号是单一的,“西瓜之乡”或“西瓜小镇”,已经无法满足当地政府塑造城市品牌、提升区域软实力这一目标的实现。短期而言,通过举办大型、可视的文化活动,才能最快速有效地向外界传递出“文化繁荣”“治理有效”的积极信号。而花车巡游,从演员、妆造、花车制作等多个元素共同组建出一个宏大的场面,营造出欢乐的氛围,完美契合了地方形象塑造的需求。

(2)把文化作为实现社会整合与认同建构的战略支点。在花车巡游活动中,特别融入了航空、科技等多种主题元素,打破原有的单一小镇文化符号,将传统传统的乡土认同与现代化的区域定位进行嫁接。本地居民在观看过程中,就可以直观看到、感受到庞各庄镇政府释放出的强烈信号——紧跟时代和科技潮流,引导形成一种与新发愿景相适应的新型地方认同。

(3)把文化作为推动特定政策目标的重要载体。在花车巡游活动开始前的科创论坛主会场上,大兴区政府人员正式发布庞各庄西瓜小镇发展愿景——小镇以“快乐休闲”为核心定位,深度融合“农林科技+宠物经济”,全力培育宠物经济全产业链,打造沉浸式互动体验场景,致力于成为具有国际影响力的特色小镇标杆。做到了将花车巡游活动与政策宣传、旅游推广、招商引资等相结合,使得文化展演成为执行上级政策、完成具体工作任务的有效载体。

2.2 市场驱动的消费主义逻辑

在市场经济中下,文化难以避免地被打上商品的标签。民俗文化的“秀场化”,就是被纳入消费逻辑,并被市场规则所重塑的显性过程。“民俗文化”在推陈出新的同时,面临着“本真性”被削弱的现实问题,它的发展背后自然也潜藏着市场驱动的消费主义逻辑:

旅游产业发展的核心驱动力来自市场需求。如今,随着群众物质生活水平和精神层次的提升,来到一个新地方

旅行,也渴望了解甚至亲身体验当地文化与习俗。这种需求衍生出一类文化产业类别,就是筛选和包装,易于被消费的各种文化民俗活动。花车巡游就是其中一个包装形式,无需缴付任何门票,就可以参与其中,能够有效吸引游客流量,进而带动餐饮、住宿、零售等相关产业发展,转化为可观看、可体验、可消费的文化旅游产品。最具代表性的就是迪士尼乐园的花车巡游活动,它就是完全为满足旅游消费需求而被精心设计和牵引出的“现代秀场”。

媒体与资本形成了一种共生驱动的联动机制。所有的大型文化展演活动都需要媒体曝光,资本通过赞助的形式,正好可以借势宣传,扩大品牌知名度,以实现品牌价值的倍增。反之,媒体也需要资本举办各种具有“新闻点”和“可视性”展演活动,充实文化宣传版面内容,巩固其传播力与影响力。因而,两者形成了一种共生互为依托、共生共荣的驱动联动机制。

2.3 社区内部的适应性逻辑

“民俗文化”的“秀场化”转变,对于本地居民来说,也在尝试性接纳与适应外部环境的变化,这表现出社区内部的适应性逻辑。在庞各庄镇的花车巡游活动中,肯定还是有部分本地居民仍作为活动环节的参与者,政府扩大展演规模,也在为这些本地参演的居民,提供一个更大、更专业的学习、演出舞台。对于普通居民来说,虽然活动主线脱离以往的记忆主线,但对外地游客的吸引力和小镇知名度的提升,他们也会油然而生自豪感。最具代表性就是哈尔滨每年的冰雪季,虽然本地居民的待遇、甚至游玩门票受到了限制,但来自全国各自的好评与奔赴,哈尔滨的市民向外界展示出的依旧是热情好客、爽朗大方、谦让随和的精神面貌。

因此,社区内部也会在一定程度上会调整其文化实践策略,以适应“秀场化”的要求,这是一种在变迁环境中寻求生存与发展的“适应性选择”。

3 “秀场”繁华背后的认同危机

当民俗文化的展现形式转变为“秀场”时,认同危机也随之而来。尤其当“秀场”展演的内容把侧重点放在吸引外在群体或实现政治、经济目标时,民俗文化极有可能承担不起与社区内部、本地居民桥梁沟通作用,甚至还会产生新的认同困境。

3.1 文化本真性的稀释与内在精神的抽空

民俗文化的本真性,既包含了传承也包含与时俱进的创造与创新。它根属于本地社区内部与居民的情感认同与久经历史后汨汨流淌的生命力,多元化呈现的外在形式。

然而“秀场化”展演,大都追求最新潮、最具视觉冲击力和记忆点的表现形式,往往对传统民俗进行“标准化”处理和“创新性”改编。在庞各庄花车巡游活动中,演员身着“花仙子”服饰,年轻活力的女生啦啦队在雨中身着单薄的演出服表演,花车质量参差不齐,整体呈现的效果热闹但不精致,最重要的是无法将其活动的主线与镇街的文化历史相串联。若后续不断增加此类演出的频次,势必会把当地民俗文化原有的历史记忆和伦理价值等深层内涵削弱,文化变成了一具空洞、华丽的“外壳”,其本真性在持续的展演中被逐步稀释。

3.2 社区参与主体的边缘化与传承脉络的断裂

传统民俗文化大都处在“生活场”中,社区成员是文化的创造者、享有者和传承者,具有广泛地参与与代代口传心授的特性。当其转变为“秀场”后,政府单位、资本、专业策划团队、专家学著等掌握了更多的决策权。本地居民原有的参演角色受到压缩,特别是年轻一代,不再有机会学习和传承保守正统的民俗文化,取而代之的是获取一个经过精心编撰后被规训和舞台化的演出版本,失去“原滋原味”的鲜活、生动样貌。这导致传统民俗文化直接面临传承脉络断裂的风险,其文化认同的根基也随之动摇。

3.3 地方认同的符号化、扁平化与内在张力的产生

在大兴区,每个镇街都有一张独属于自己的文化符号,庞各庄的西瓜、采育的葡萄、安定的桑葚等等。这些符号能被构建成功,一定是基于历史上的地方认同。而如今,这些小镇又在尝试紧跟时代潮流,选择性增加新的文化符号,却时长忽略社区内部多元的声音和因城市更新而产生的实际矛盾(如征地拆迁、生计转型带来的阵痛)。当花车巡游活动展示一个个全新的领域口号时,本地居民可能正处于适应新定位的焦虑中。因为这些被赋予的、被规划的文化符号远离他们的原本生活,疏离感不由之产生,觉得那“不是我们的东西”或者只是一种“表演给别人看”的虚假繁荣,从而加剧了认同困惑与危机。

4 结论与反思:在“生活”与“表演”之间寻求平衡

通过对北京大兴区庞各庄镇的花车巡游活动多个方面的剖析,能直观感受到目前在城市化更新进程中,传统民俗文化表演已经开始转变为秀场化展演,它是政府、市场与社区三方在特定背景下共同作用的结果。在为民俗活动输入新鲜血液,激发新活力带来经济效益、文化资源的同时,也要时刻绷紧守护传统民俗文化,固化其内涵的“琴弦”。要想做到可持续性良性发展,就要做到延续生活温度

和具有社区灵魂的表演,重视社区内部的主角配比与认同感,真正做到凝聚人心。

因此,城市文化治理需要超越单纯的展演与开发构建思维,在“生活”与“表演”之间寻找平衡,着重从以下三方面考虑:

(1) 保障社区主体地位:不能简单粗暴的降本地社区与居民从原来的参演者边缘化为观众或者被迫参演者,要做到让他们在展演前期策划、布设到执行,甚至利益分配这整个流程中成为主导者和共建者。民主的参与体现在要让社区与居民掌握充分的决策权和否决权,民俗文化需要多方齐心协力,用心和智慧发扬传承。

(2) 维护文化生态体系:民俗文化要发展,外在形式的演变是一方面,最重要的还是要守护其赖以生存的社会环境与知识体系。因此,要对社会大环境也就是“文化土壤”进行养护,例如传统农耕、猎渔等生产方式决定的节令或祭祀活动;以血缘关系为纽带链接的宗族祭祖、庙会等活动。不同的社会阶层划分,也塑造者各具特色的习俗。同时也要注意对知识体系的学习与传承,尊重信仰,遵守传统的伦理道德价值观。让两者相辅相成,保持“活态传承”,让民俗文化的内在生命力得以延续。

(3) 激发文化内生动力:民俗文化随着城市更新进程,必然也要随之进行文化创新。文化要想得到创造性的发展,必须要以“内生动力”为核心,适当引入外部文化植入进行融合,而非摒弃初心,照搬照抄。因此,文化创新要做到根植于传统并且发自内心的深刻理解传统文化的

内核与灵魂,结合当下审美进行再创作与表达,让古老的文化真正融入现代生活,激发新的活力与魅力。

综上所述,要把维持民俗文化生命力作为前提,通过紧跟时代的创造性转化,使其在民众的“生活场”与文化的“秀场”之间建立共生互利关系,最终让民俗文化不再是悬浮于都市生活的装饰,而是真正扎根历史、通向未来,为现代人提供认同与归属的精神家园。

参考文献:

- [1] 刘晓春. 仪式与象征的秩序——一个客家村落的历史、权力与记忆[M]. 北京: 商务印书馆, 2003.
- [2] 高丙中. 民俗文化与民俗生活[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 1994.
- [3] 王笛. 街头文化: 成都公共空间、下层民众与地方政治, 1870-1930[M]. 李德英, 等译. 北京: 中国人民大学出版社, 2006.
- [4] 赵旭东. 文化的表达: 人类学的视野[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2009.
- [5] 孙九霞, 周尚意. 社区参与旅游发展背景下的权力谱系与民间精英——以云南丽江白沙村为例[J]. 地理研究, 2016, 35(6): 1129-1144.
- [6] Mac Cannell, D. The Tourist: A New Theory of the Leisure Class[M]. New York: Schocken Books, 1976.
- [7] Cohen, E. Authenticity and Commoditization in Tourism[J]. Annals of Tourism Research, 1988, 15(3): 371-386.