

# 文化节庆提升国家认同:澳门叙事与组织策略

张 涛

**摘要:** 国家认同不仅是个人的支配性认知要素,而且对国家的命运也至关重要。文化节庆通过生动形象地展示国民生活、推广民族文化和塑造国家品牌,对构建、恢复和提升国家认同发挥着不可替代的作用。澳门在回归祖国之后,连续举办大型文化节庆活动——澳门国际幻彩大巡游,重建、巩固和提升了这个前殖民地的居民对祖国的国家认同。澳门国际幻彩大巡游经历了欢乐气氛庆回归、剧情式节庆促国家认同、节庆品牌化促国家认同三个阶段。其不仅多途径展示中外文化,提升国家认同,而且紧扣祖国时代主题,配合国家发展战略。新冠疫情之后,采取节庆的内向型和外向型国际化相结合、文化遗产与时代主题相结合,以及政府搭台与全民同乐相结合的策略,不仅有利于文化节庆的成功举办,推动新冠疫情之后的经济和旅游的恢复和发展,而且有利于思想和行动统一到中央决策部署上来,有力增强国家认同。

**关键词:** 国家认同;文化节庆;澳门国际幻彩大巡游

**DOI:** 10.19836/j.cnki.37-1100/c.2021.03.008

## 一、国家认同是世界各国经常面对的难题

在2019年国庆70周年前夕的全国民族团结进步表彰大会上,习近平总书记强调了“五个认同”,即“不断增强各族群众对伟大祖国、中华民族、中华文化、中国共产党、中国特色社会主义的认同”<sup>①</sup>。国家认同对国家的命运至关重要。在当今世界,不论团体还是个人,国家认同都是占据支配性认知要素的核心内容<sup>②</sup>。当代个人认同的社会维度之中,最重要的成分莫过于对一个国家及其独特文化的归属感和认同。

自古以来,文化节庆就是世界各国建立和提升国家认同的重要策略。例如,霍去病大胜匈奴之后举办的庆典——“封狼居胥”,激励着国人强烈的国家认同感。又如福建省的“中国湄州妈祖文化旅游节”“海峡两岸关帝文化旅游节”“郑成功文化节”等,增强了台湾同胞的文化认同和国家认同。从世界范围来看,很多国家不仅在本土举办文化节庆,还在海外连续举办文化节庆来提升其国民的国家认同。例如印度每年在英国伦敦举办雨伞舞蹈节,成为伦敦一大盛事,成功提升了印度国民和侨民的国家认同<sup>③</sup>。国家归属感的建立,首先需要对国家和民族的历史文化有基本的认识,通过举办文化节庆鲜活展示一个国家或民族的日常生活和艺术,形成国民的群体记忆和认同的心智地图,进而形成国家认同并引导相应的群体行为。

**基金项目:** 国家社科基金艺术学项目“粤港澳大湾区文化创新的协同机制与路径研究”(20BH150);广东省哲学社会科学规划项目“粤港澳大湾区文化合作与制度创新研究”(GD18XYS38);澳门基金会项目“景观赛事服务质量、地方依恋和商业模式创新研究”(MF2027)。

**作者简介:** 张涛,澳门城市大学国际旅游与管理学院助理教授,管理学博士(澳门999078;tzhang@cityu.mo)。

① 习近平:《在全国民族团结进步表彰大会上的讲话》,http://www.gov.cn/xinwen/2019-09/27/content\_5434113.htm,访问日期:2021年3月1日。

② Cubitt G., *Imagining Nations*, Manchester: Manchester University Press, 1998, p.1.

③ O'Shea J., "Festivals and Local Identities in a Global Economy: The Festival of India and Dance Umbrella", In DeFrantz T.; Rothfield P., *Choreography and Corporeality*, London: Palgrave Macmillan, 2016, pp.85-102.

文化节庆借助音乐、舞蹈、绘画等多种艺术形式以及充满文化历史内涵的仪式等内容,具体形象地展示国家和民族形象。这种构建和提升国家认同感的方法具有非同寻常的意义。当今复杂多变的国际环境、多元文化发展以及高度流动的资本、信息和人员,都不可避免地对国家认同产生积极或消极的影响<sup>①</sup>。建立、维系和提升国家认同,是世界各国经常需要面对的难题,对我国来讲则更加迫切而重要。回归祖国的前殖民地城市 and 地区,包括香港和澳门,以及我国台湾地区,迫切需要持续开展国家认同的构建、维持和提升工程。本文以庆祝澳门回归的大型创新性文化节庆——澳门国际幻彩大巡游为例,剖析文化节庆在国家认同构建、维持和提升过程中所扮演的角色,探讨如何从文化节庆角度来提升国家认同。

在1999年回归祖国之前,澳门是葡萄牙的殖民地,澳门同胞不一定都认为自己是社会文化意义上的中国人<sup>②</sup>。在这个特殊历史背景下,特区政府为庆祝澳门回归祖国,举办了为数众多的文化节庆活动,对国家认同提升的作用显著,其中规模和影响力最大的就是创新性文化节庆——澳门国际幻彩大巡游<sup>③</sup>。这一文化节庆活动始于2011年,随后每年在12月20日的澳门回归纪念日当天或回归纪念日的前一个星期日举行,最初的名称是“澳门拉丁城区幻彩大巡游”,2017年改名为“澳门国际幻彩大巡游”。这种以文化节庆塑造国家认同的方式,在当前我国面临极其复杂的国际局势下,更具参照价值。

## 二、文化节庆对国家认同的作用机制

认同源于人们认识到不同,它是在个人明确到某种差异之后才产生的。从心理学角度看,认同是个人在心理上的同化、内化和认定过程。在这一过程中,个人逐渐接受某个团体和其他人的观念,然后将其融入自己的思想之中。从这一角度来看,国家认同可以视为一种广义上的“群体性文化现象”<sup>④</sup>。正如艾登塞(Edensor)所说,“我们分别从集体和个人层次方面,将我们自己和其他人区别开来,进而对国家认同加以表达、感受和体现”<sup>⑤</sup>。国家认同提供了“借助集体的人格特质和独特文化的影响,来定义和定位个人的自我形象的一种有力的途径”<sup>⑥</sup>。显然,国家认同借助共享、共有的独特文化让个人清楚明确地找到“我是谁?”这个问题的答案。

对于“我是谁?”这个问题,解答往往是个人的自我定义和定位的过程。这个过程强调“国家认同”是问题的关键所在。显然,作为国家认同的外在表达方式,文化节庆在国家认同的构建、恢复和提升过程中,具有不可替代的作用和地位<sup>⑦⑧</sup>。事实上,对当代众多国家而言,文化节庆不仅是打造国家品牌和实施国家营销的手段,而且是各国政府获得政权的合法性和威信的有力方法,尤其是建立和提升

① Edensor T., *National Identity, Popular Culture and Everyday Life*, Oxford: Berg, 2002, p.39.

② Kaeding M. P., “The Evolution of Macao’s Identity: Toward Ethno-cultural and Civic-based Development”, *Journal of Comparative Asian Development*, 2010, 9(1), pp.133-168.

③ Zhang C. X., Fong L.H.N., Li S., et al., “National Identity and Cultural Festivals in Postcolonial Destinations”, *Tourism management*, 2019, 73, pp.94-104.

④ Smith A. D., *National Identity*, Nevada: University of Nevada Press, 1991, p.17.

⑤ Edensor T., *National Identity, Popular Culture and Everyday Life*, Oxford: Berg, 2002, p.24.

⑥ Smith A. D., *National Identity*. Nevada, University of Nevada Press, 1991, p.17.

⑦ Foley M., McPherson G., Matheson C., “Cultural Identity and Festivity: Generating Singapore through Citizenship and Enterprise in Events Activity”, In Aitchison C, Pritchard A, *Festivals and Events: Culture and Identity in Leisure, Sport and Tourism*. Brighton: LSA Publication, 2007, pp.9-20.

⑧ Merkel U., “Making Sense of Identity Discourses in International Events, Festivals and Spectacles”. In *Identity Discourses and Communities in International Events, Festivals and Spectacles*. UK: Palgrave Macmillan, 2015, pp.3-33.

国家认同的着力点所在<sup>①</sup>。美国在其国家遇到困难、国民的国家认同度下降的时候,比如1930年代经济危机和第二次世界大战期间,也通过民俗音乐节来提升国民的国家认同感,特别是一曲名为“I Hear America Singing”的歌曲,对大幅提升美国国民的国家认同感功不可没<sup>②</sup>。又如,1965年,马来西亚国会将新加坡逐出马来西亚联邦,新加坡被迫建立自己的国家。作为一个新国家,新加坡亟须国民的国家认同。为此新加坡政府连续多年举办国庆日大巡游、国内各民族的文化节等活动,成功塑造了新加坡国民的国家认同感<sup>③</sup>。1990年建国的爱沙尼亚将“国家民歌节”视为保护国家认同的关键要素<sup>④</sup>。以上事例表明,作为大众性庆典活动,文化节庆对国家认同的构建和维系功不可没。

自古以来,文化节庆就是国家和民族凝聚集体精神、实现族群认同、共享核心价值观的重要策略。从表现形式上看,文化节庆是某个国家或者地方的人们为了庆祝、颂扬或者感谢,以音乐、舞蹈、戏剧等艺术表达方式,遵循国家、民族或宗教等传统而集合在一起举办的仪式和庆典等活动,用来表达和沟通共同的价值观、理念或者神话传说<sup>⑤⑥</sup>。《左传·成公十三年》提道,“国之大事,在祀与戎”,即国家大事在于祭祀和战争。这里的“祀”,就是文化节庆活动的重要体现形式,其本质是道德教化和文化传承,以实现文化价值观共享和民族团结。

如今的文化节庆还用于表达文化认同和生活方式,成为有主题的大众性庆祝活动<sup>⑦</sup>。例如,特立尼达和多巴哥是南美加勒比海小国,人口仅130余万,但其狂欢节远赴欧美,在伦敦、纽约、鹿特丹、多伦多等地常年举办,甚至成为这些举办地规模最大、最具影响力的活动之一。特立尼达和多巴哥狂欢节不仅将其本国居民和在外侨民联系起来,而且塑造和维持了强有力的国家和民族认同<sup>⑧</sup>。这种庆祝方式以愉悦和欢乐为特征,大众参与性强,生动活泼地展示了国家和民族的传统文化和历史,因而成为塑造国家品牌、推广民族叙事、增强国家认同和吸引游客的重要方式。

文化节庆活动之所以重要,是因为它展示了国家和民族的独特文化遗产和历史,生动活泼地塑造出国家品牌和国家认同。在国家品牌和国家营销的视角下,商业性民族主义(commercial nationalism)兴起,当代国家常被比喻为一种“准企业协会”(quasi-‘enterprise-association’)<sup>⑨</sup>。国家形象和品牌推广愈发重要,而文化节庆则成为国家品牌和国家认同的表现工具。文化节庆已经成为生动展示国家和民族形象的方式,用于讲述和销售国家和民族故事,不仅实现了商业化目的,也达到了打造国家品牌和提升国家认同的多重效果<sup>⑩</sup>。例如,匈牙利的赛马节生动展示了国家历史和民族的“轻骑兵”文化,成功推广了匈牙利的国家形象,提升了国家认同感。同样,闻名于世的爱丁堡艺术

- 
- ① Getz D., Page S. J., Progress and Prospects for Event Tourism Research, *Tourism Management*, 2016, 52, pp.593-631.
- ② Donaldson R. C., *I Hear America Singing: Folk Music and National Identity*, Philadelphia: Temple University Press, 2014, p.11.
- ③ Kong L., Yeoh B. S. A., “The Construction of National Identity through the Production of Ritual and Spectacle: An Analysis of National Day Parades in Singapore”, *Political Geography*, 1997, 16(3), pp.213-239.
- ④ Rakfeldt J., “Home Environments, Memories, and Life Stories: Preservation of Estonian National Identity”, *Journal of Baltic Studies*, 2015, 46(4), pp.511-542.
- ⑤ Waterman S., “Carnivals for Elites? The Cultural Politics of Arts Festivals”, *Progress in Human Geography*, 1998, 22(1), pp.54-74.
- ⑥ Formica S., Uysal M., “Market Segmentation of an International Cultural-historical Event in Italy”, *Journal of Travel Research*, 1998, 36(4), pp.16-24.
- ⑦ Getz D., *Event Management & Event Tourism*, New York: Cognizant Communication Corporation, 2005, p.21.
- ⑧ Ferdinand N., Williams N. L., “International Festivals as Experience Production Systems”, *Tourism Management*, 2013, 34, pp.202-210.
- ⑨ Cerny P. G., “Paradoxes of the Competition State: The Dynamics of Political Globalization”, *Government and Opposition: An International Journal of Comparative Politics*, 1997, 32(2), pp.251-274.
- ⑩ White L., “Commercial Nationalism: Mapping the Landscape”, In *Commercial Nationalism and Tourism: Selling the National Story*, UK: Channel View Publications, 2017, pp.3-22.

节也营造了积极的国家认同感。日本樱花节在日本和世界各地举办,成为本国居民和海外侨民提升国家认同感的重要方式。又如,2008年北京奥运会开幕式上的中华民族文化展演生动形象地展示了古老的中华文明。这次展演借助民族的集体回忆和故事的讲述,成功提升了中华民族的国家认同和外国人对中国的国家品牌认同<sup>①</sup>。显然,文化节庆活动创造性地展示一个国家和民族的文化,并将其展示给国民和来自世界各地的游客,已经成为国家营销推广战略的重要成分。

文化节庆将民族主义商业化,既是打造国家品牌的重要方式,也是国家形象的展示平台。随着世界各国在全球范围内对经济和政治资源的激烈竞争,国家品牌化成为重要的手段<sup>②</sup>。很多国家都开始着眼于从内外两个方面推进国家认同和国家品牌。例如,新加坡常年举办文化节庆,不仅成功塑造了新加坡人民的国家认同,还增强了新加坡的全球知名度和世界影响力<sup>③</sup>。基于文化节庆的国家品牌化发展趋势将民族文化和国家营销紧密联系起来,并以此推进国家认同。在国际旅游推广上,国家形象宣传成为重要目标,而文化节庆则是推广国家品牌和形象的最佳路径。文化节庆吸引了城市居民、海外艺术团体和国内外游客的共同参与,让政府和民众共同创造出国家和城市品牌,实现了民族文化的商业化表达,并提高了国家认同。塑造和推广国家品牌意味着国民的参与,塑造国家的品牌认同,对外国人塑造的是国家品牌的认同,对国民塑造的则是国家认同。

### 三、澳门如何用文化节庆提升国家认同

“澳门国际幻彩大巡游”是为庆祝澳门回归而创立的艺术大巡游,主题为“爱、和平、文化共融”,是目前澳门规模最大的文化节庆活动。从2011年举办第一届开始,每年都会在澳门回归纪念日或回归纪念日的前一个周末的下午15时开始,持续巡游约3小时。近千名表演人员从大三巴牌坊出发,带领居民和游客进行“探秘历险”活动。表演队伍载歌载舞,走遍大街小巷,打造了一个展示本土和异域文化的流动舞台,也体现澳门“东西交融”的地域特征和文化共融的气氛。

从举办地点和巡游路线方面来看,2011年的第一届到2016年的第六届,大巡游都被定位为“拉丁城区幻彩大巡游”。路线安排在澳门的历史文化城区,从大三巴牌坊出发,经过高园街、炮兵街、美珊枝街、疯堂斜巷、圣禄杞街、疯堂新街、望德圣母堂前地、和隆街、塔石街、亚丰素亚布基街,最后到达巡游终点塔石广场,随后在塔石广场举办大汇演。从第七届开始,澳门拉丁城区幻彩大巡游更名为“澳门国际幻彩大巡游”,删去了“拉丁城区”这一带有前殖民地风味的名称,并对路线和行程终点加以更改。起点还是从地标建筑大三巴牌坊开始,经过大三巴街、板樟堂前地、议事亭前地、罗结地巷、大堂前地、南湾大马路、南湾湖景大马路、何鸿燊博士大马路,最后到达巡游终点,即澳门旅游塔附近的西湾湖广场。

#### (一)第一阶段:营造气氛欢庆回归(2011年)

第一届澳门国际幻彩大巡游的目的是吸引居民和游客“感受回归喜悦”,达到“欢呼声与欢笑声将成为澳门回归的美妙旋律”的效果<sup>④</sup>,以幻彩、奇丽、缤纷的艺术派对,营造澳门回归喜庆气氛。受邀的境外文化艺术团体为回归纪念日带来拉丁异域风情。这一阶段是将文化节庆作为旅游与欢庆活

① Park M. S., Tae H. S., “Arts Style and National Identity Reflected in the Olympics Opening Ceremonies: A Comparison of the 2008 Beijing Olympics and the 2012 London Olympics”, *Quest*, 2016, 68(2), pp.170-192.

② Volcic Z., Andrejevic M., “Nation Branding in the Era of Commercial Nationalism”, *International Journal of Communication*, 2011, 5, pp.598-618.

③ Foley M., McPherson G., Matheson C., “Cultural identity and Festivity: Generating Singapore through Citizenship and Enterprise in Events Activity”, In Aitchison C., Pritchard A., *Festivals and Events: Culture and Identity in Leisure, Sport and Tourism*. Brighton: LSA Publication, 2007, pp.9-20.

④ 澳门文化局:《第一届澳门拉丁城区大巡游》,http://www.icm.gov.mo/macaparade/1/cn/, 访问日期:2019年11月4日。

动,将大巡游设计成各类舞蹈、音乐等方面的巡游式表演。参与演出的人员为海内外表演队伍及数以百计的本地演艺人员,包括10多个拉丁风情表演团队、内地西南省区的土风巡展团和澳门本地的20多个艺术表演团体,展示了各富特色的互动式地区文化演艺节目。例如,来自法国的飞行异人团为大巡游度身订制了“飞天彩龙”,在大巡游过程中让其在人群之中穿梭。此外,海外拉丁巡游表演、中国原生态歌舞,协同本地艺团一起带领现场观众欢快地沿着巡游路线前进。除了艺术表演之外,还有画家现场创作先锋水墨作品,用艺术汇演达到全民同庆回归的效果。第一届大巡游成功营造了澳门回归日的欢庆气氛,调动了澳门同胞对回归日的关注,增加了对中华民族传统文化的直观感受,提高了居民和游客对澳门回归祖国的知晓度和认同度,因而第一届澳门幻彩大巡游基本实现了文化节庆建立澳门居民对祖国的国家认同的基本功能。

## (二)第二阶段:剧情式庆典强化国家认同(2012-2016年)

第二届到第六届是澳门国际幻彩大巡游发展的第二阶段,即文化节庆的剧情化设计阶段,主角和吉祥物是VIVA仔,即一个名叫VIVA的小孩。每届大巡游都安排VIVA仔完成与古老神话和传奇故事相联系的神秘任务。这种以故事和游戏为主导叙事方式,生动活泼地展示出本土和异域文化的形式,让居民和游客在观赏和参与过程中体验灿烂辉煌的中华文化,感受中华文化的与众不同,激发民族自豪感,成功塑造和提升了国家认同。

1.中西节目展演促国家认同(2012年)。第二届大巡游的故事情节是VIVA仔开启中西文化交流之门。由“百人共舞庆回归”开场,接着是木偶游乐园、幻彩拉丁魔术秀、音乐发廊、印度宝莱坞舞蹈、高跷达人、葡萄牙击鼓、巴西桑巴乐、中国敦煌舞<sup>①</sup>。最后是塔石广场的意大利巨型木偶表演。巡游加入互动体验元素,观众可随时参与。故事情节伴随各类现场表演节目展开:大三巴街的化身木偶游乐园让大人小孩一同快乐参与;花王堂前地的“幻彩拉丁魔术秀”让观众近距离一睹神奇魔法;老人院前地的“音乐发廊”以千奇百变的发型卷起幻彩旋风;高园街的“活力四射宝莱坞”让观众在印度宝莱坞舞蹈中感受异国风情;美珊枝街的“高跷达人”大跳凌空舞步让人叹为观止;望德堂区的“疯SHOW望德堂”活动中展示敦煌舞蹈和葡萄牙“咚叭啦”击乐,以及古琴演奏及艺术家现场展示中国传统文化艺术;最后是在巡游终点的塔石广场,来自意大利的超级巨型木偶VIVA腾空而动。大巡游使居民和游客能够近距离观赏和亲身体验中西文化,既能感受多元文化,又能找到自身文化归属,为国家认同的塑造和提升作好铺垫。

2.魔幻故事展演促国家认同(2013年)。第三届大巡游以“生命的律动”为主题,用神话故事揭开序幕。VIVA梦见掌控“生命的律动”的魔幻时钟几乎停止转动,于是带领大巡游团队从大三巴牌坊出发,沿着澳门历史街区,来到塔石广场,寻找四位正在沉睡的巨大守护神,之后是联合全球所有人的力量唤醒他们,使魔幻时钟重新转动,最后是四个巨型木偶在大巡游的舞台上表演探索生命的奇妙旅程<sup>②</sup>。中西合璧的表演者队伍打造了内容新颖的文化节庆。开放互动的故事型大巡游让观众既能观赏也能参与。观众可在多个旅游景点进入现场,感受大巡游的欢庆气氛,例如大三巴街的默剧大师舞台和花王堂前地的魅力大舞台。中西音乐舞蹈相互辉映构建和强化国家认同。澳门本土化文艺节目也同场竞技,如美珊枝街的葡韵风情画、土风舞服饰、仁慈堂婆仔屋的疯堂仙境,以及疯堂新街的创意大木偶和塔石广场高跷达人SHOW。这一届的大巡游整合了神话故事、歌舞表演、杂技和互动节目,给观众带来感官盛宴,也实现了潜移默化的教化作用,增进居民和游客对中华文化尤其是中华传统文化的认同。

<sup>①</sup> 澳门文化局:《第二届澳门拉丁城区大巡游》,http://http://www.icm.gov.mo/macaparade/2/cn/,访问日期:2019年11月4日。

<sup>②</sup> 澳门文化局:《第三届澳门拉丁城区大巡游》,http://http://www.icm.gov.mo/macaparade/3/cn/,访问日期:2019年11月4日。

3. 科幻神话故事促国家认同(2014年)。第四届大巡游以 VIVA 仔的天际派对为主题。开幕式是在大三巴牌坊举行“天际启航”开幕式,现场将造型奇幻的风筝与声音悠扬的手铃相结合,为居民和游客开启了一段奇幻文化之旅<sup>①</sup>。在神话故事主角 VIVA 仔的引领下,极具文化特色的海内外艺术团体联同本地艺团,沿着巡游路线载歌载舞穿梭在澳门历史文化城区的大街小巷,现场活动寓意为传递正能量到宇宙彼端。

从这届大巡游开始,澳门本土艺术团体逐渐挑大梁:参加大巡游的艺术团体中,来自澳门本地的有 44 个,来自内地、台湾和香港的有 4 个,还有 12 个来自印度尼西亚、阿根廷、法国、西班牙、意大利、巴西、古巴、多米尼加、厄瓜多尔、委内瑞拉等国。海外参与团体的异域风情增添了表演的观赏性,也为参与活动的游客和居民文化认同和国家认同提供了对比和参照。国内非遗表演也参与了巡演,如湖南省永顺县的毛古斯舞,以狂野服装及舞蹈述说远古农耕的故事。中外文艺节目的移动汇演,让居民和游客轻松感受中外文化,体会中华文化与其他文化的交相辉映,触动澳门同胞的国家认同。

4. 全城联动促国家认同(2015年)。第五届澳门回归大巡游在回归纪念日前两周举办。巡游以寻宝为主题,设计了“年度庆典,全城 VIVA”的口号。剧情是 VIVA 仔带领演员和观众,由大三巴牌坊出发,来到澳门的历史文化城区巡游,收集“爱、和平和文化”三大力量。故事情节是巡游中解开藏宝图秘密,然后是回归庆典<sup>②</sup>。澳门本地有 44 个艺术团体参加,河南省、香港和台湾各有 1 个,法国、葡萄牙、印度尼西亚、墨西哥、法国各有一个,此外还有侨居中国的拉丁裔人士参与巡游。为了促进澳门同胞的广泛参与,本地的老中青三代以及中小学的学生都参与巡游。大巡游和澳门国际马拉松同日举办,配合晚上澳门光影节开幕式,共同打造特色节庆活动。文化、体育、旅游跨部门合作,发挥协同效应,使回归大巡游营造和强化的国家认同感延伸到全城同期其他大型活动,甚至融入社区小型庆典活动,让国家认同感深入澳门同胞的日常生活。

5. 中国古老神话促国家认同(2016年)。第六届大巡游以《山海经》为故事背景,设计了多个稀奇异兽和神灵造型,展示中华文化<sup>③</sup>。VIVA 仔从大三巴牌坊起步,走进在沿途路线上设计的“时光之门”,引领观众进入“异想天开的国度”。巡游现场呈现绚丽欢腾的灯光表演效果,激发了观众的热情参与。巨大的山海经神兽造型气球在塔石广场上空随风飘荡。这次巡游也以本地艺术团体为主,参演人数接近 1200 人。本地艺术团体来源广泛,涵盖粤剧、戏剧、音乐、武术、民族舞及东方舞等范畴。外地艺术团体主要是拉丁语系国家地区及海内外的众多表演队伍,包括法国飞行异人、意大利步操队、葡萄牙敲击乐团、西班牙高跷团、乌拉圭蒙得维多嘉年华队、西班牙巴达霍斯舞蹈团,以及来自内地的吴桥杂技团、被列入国家级非物质文化遗产代表作名录的广东省连南瑶族长鼓舞、广州番禺沙涌村的鳌鱼舞等。全城居民广泛群体参与以中国古老神话为主题的巡游,既展示了光辉灿烂的华夏文化,也为澳门同胞强化国家认同感、建立国家和民族自豪感奠定了坚实基础。

### (三) 第三阶段:打造品牌化庆典促国家认同(2017-2019)

第三阶段的大巡游开始打造文化节庆品牌,不仅像其他国际知名文化节那样用多种方式展示中外文化,而且紧扣当代中国的最新发展和时代主题,例如“一带一路”倡议,这样就将国家认同提升与国家发展战略相融合,不仅塑造和强化澳门同胞的国家认同,而且也形成了澳门同胞对国家战略方针的了解、认同和支持。

1. 节庆本地化发展促国家认同(2017年)。本届将大巡游更名为澳门国际幻彩大巡游,打造国际

<sup>①</sup> 澳门文化局:《第四届澳门拉丁城区大巡游》,http://http://www.icm.gov.mo/macaparade/4/cn/, 访问日期:2019年11月4日。

<sup>②</sup> 澳门文化局:《第五届澳门拉丁城区大巡游》,http://http://www.icm.gov.mo/macaparade/5/cn/, 访问日期:2019年11月4日。

<sup>③</sup> 澳门文化局:《第六届澳门拉丁城区大巡游》,http://http://www.icm.gov.mo/macaparade/6/cn/, 访问日期:2019年11月4日。

化和打造文化节庆品牌<sup>①</sup>。大巡游主题是叙述澳门城区及特色名胜古迹的故事,巡游路线也有改变,终点不再是面积相对较小的塔石广场,而是改为濒临海边、风景秀丽的西湾湖广场。起点依旧是大三巴牌坊,巡游队伍沿着世界文化遗产城区向澳门旅游塔前进,沿着南湾大马路、南湾湖景大马路和何鸿燊博士大马路开展巡游表演,宽敞的南湾湖景大马路成为大巡游的主要演区。下午 18 时 30 分,巡游队伍汇聚在澳门旅游塔下的西湾湖广场,上演充满嘉年华狂欢气氛的回归庆典。总计 1300 多人参与巡游,包括 49 个澳门本地及 15 个外地艺团。为了提升巡游节目的质量,澳门特区政府还特别加设了“主题队”项目,角逐最凸显主题大奖、最佳造型设计大奖、最具创意大奖、最热力四射大奖,以及巡游之王等奖项,团体亦可选择按照自身艺术文化特色,参加自由发挥的艺术巡游队,展示无限创意。这种优胜者评选互动,让澳门特区全城居民都参与或者关心回归巡游,选出自己喜欢的本地团体,则为文化节庆的本地化发展打下基础,促进了节庆品牌化和国家认同的发展。

2.民间传说塑节庆品牌和促国家认同(2018 年)。第八届大巡游以民间传说的艺术化展示为主题,依然以吉祥物 VIVA 仔为主角。VIVA 仔的任务是接到天边传来的神秘密令,收集中国和葡语系国家的民间传说。剧情是 VIVA 仔在收集各国传说的过程中,渐渐获得神奇力量,并遇到巡游的其他角色,包括公鸡、太阳神、鳄鱼、白鼻猴等<sup>②</sup>。开幕式地点依然是大三巴牌坊,主题更新为“VIVA 仔开启密令”。多个神话角色以大气球形式现身天际,象征神奇力量,包括爱情、传承、珍惜、尊重、守护、永恒、正义、感恩、慈悲及奉献等聚集澳门。VIVA 仔接到神秘密令,进行搜集民间传说的任务,遇上象征中国大陆、澳门特区及八个葡语系国家文化起源及精粹的民俗图腾和吉祥物,从源远流长的经典神话故事获得神奇力量,共庆回归和营造国家认同。这种源自民间传说的剧情化展示,提炼民间传说的主旨并加以升华,不仅赋予回归大巡游丰厚的精神内涵,提升了节庆品牌力量,而且将国家认同感具体化,不是说教,却深入到澳门同胞的内心之中,无疑增强了澳门同胞对祖国的国家认同感。

3.配合国家重大战略促国家认同(2019 年)。第九届大巡游以庆祝澳门回归和“一带一路”倡议为主题。故事主题是“一带一路”沿线国家和地区的文化展示,参加巡游的队伍从“主题队”及“艺术巡游队”两个类别中选择<sup>③</sup>。参与“主题队”的巡游队伍,从澳门文化局提供的“一带一路”国家或地区名单中选取地点,搜集该地富有特色的文化故事,编创不多于 2 分钟的演出,表现方式可以是任何艺术形式;而“艺术巡游队”则不设主题规限,参与队伍可根据本身的艺术文化特色自由发挥。参加巡游的艺术表演者近 1800 人,包括来自五大洲“一带一路”沿线国家的 19 支表演团队以及 61 支澳门本地表演团队,尽情享受文化交流盛宴,展现“一带一路”沿线国家丰富多彩的文化艺术特色。除了以上特色节目表演之外,国内非遗文艺节目也是重点展示对象。例如,列入了广东省首批非物质文化遗产名录的湛江人龙舞。该节目由小孩与大人组队连接成龙,气势非凡。这样既彰显“一带一路”倡议带来的文化和谐与经济发展,又彰显喜庆气氛,营造民族自豪感,达到了促进国家认同的良好效果。

#### 四、新冠疫情之后文化节庆提升国家认同的组织策略

在 2019 年全国民族团结进步表彰大会上,习近平总书记在讲话中深情地说道:“我们伟大的祖国,幅员辽阔,文明悠久,中华民族多元一体是先人们留给我们的丰厚遗产,也是我国发展的巨大优

① 澳门文化局:《第七届澳门拉丁城区大巡游》,http://http://www.icm.gov.mo/macaparade/7/cn/, 访问日期:2019 年 11 月 4 日。

② 澳门文化局:《第八届澳门拉丁城区大巡游》,http://http://www.icm.gov.mo/macaparade/8/cn/, 访问日期 2019 年 11 月 4 日。

③ 澳门文化局:《2019 澳门国际幻彩大巡游》,http://edocs.icm.gov.mo/macaparade/9/190702C.pdf, 访问日期:2019 年 11 月 4 日。

势……坚持文化认同是最深层的认同,构筑中华民族共有精神家园。”<sup>①</sup>以文化节庆活动营造国民共有的精神家园,塑造文化认同,为建立、提升和强化国家认同提供了有力的保障和支持。本研究以澳门国际幻彩大巡游为例,探讨了文化节庆活动如何构建、提升和强化澳门同胞对祖国的国家认同,得出以下三点结论和建议。

### (一)内向国际化和外向国际化协同

文化节庆的国际化表现为内向型和外向型两个层面。澳门国际幻彩大巡游从第一届开始就沿着内向型国际化和外向型国际化相结合的协同发展模式,不仅加强了中外文化交流,而且凸显了中华文化特色,营销了国家形象,提升了国家认同。此发展策略不仅成功吸引了游客和居民的快乐参与,而且为节庆拓展了无限的发展空间。事实上,以文化节庆为代表的体验式产品国际化,已成为全球化的重要表现<sup>②</sup>。来自“他者(others)”的节庆,发挥“民众外交官”的角色,让国民在节庆体验中感受民族文化的共性和区别,对自身文化也有更深感受和认同。这不仅有利于构建自己的国家认同,也成功地推动了旅游,发展了经济,推广了文化。澳门国际幻彩大巡游组委会广泛邀请澳门特区以外的表演团体参加巡游,实现“引进来”的内向型国际化,同时派出自己的巡游表演团体,例如“舞醉龙”表演团,参加法国尼斯大巡游等,推广自己的大巡游品牌文化节庆,实现澳门国际幻彩大巡游“走出去”的外向型国际化。内向型国际化需要着重丰富节事元素及拓展本土创意,外向型国际化则需要着重市场开拓和文化推广。这表明如果借助文化节庆来维系、提升和强化国家认同,其国际化发展策略尤其重要,这不仅表现为节目、表演者、赞助者、主办者和广告商的国际化,还包括节目、展台、服饰、物流、技术等多方面的国际化。

### (二)文化遗产和当代主题结合

很多节庆活动都是利用其自身的文化遗产符号来强化历史事件<sup>③</sup>。澳门国际幻彩大巡游既有古老神话传说作为主题,又有“一带一路”、开启中西交流之门等当代主题,不是用说教,而是用艺术、文学、美术、音乐、舞蹈以及现代科技来展示中外文化特色,再加以细致的编排导演,用充满想象力的艺术方式,来构建、维系和提升特区人民对祖国的认同感。由导演统一整合所有团队,以故事为主线,将节目的先后顺序、表演方式和演出剧务都统一安排和设计,而不是单个节目的堆积和整合,最终强化了澳门国际幻彩大巡游的整体性和故事性,实现富有国家认同内涵的移动剧场式的表演。大巡游以舞蹈作为主要元素,与文化遗产相关的舞蹈被放到了突出位置,这些舞蹈是展示国民性格和日常生活最生动活泼的形式。澳门国际幻彩大巡游的舞蹈节目之中,有不少是非物质文化遗产,如舞醉龙、秘鲁铰剪舞、土家族毛古斯舞蹈等。这种非物质文化遗产代表着当地人的生活传统,是展示文化多样性的重要方式,能够对青少年的知识、态度和行为产生潜移默化的影响,激发国家和民族荣誉感,塑造国家认同。

### (三)政府搭台与全民参与同乐

大巡游在正式举办前,会广泛征集巡游队伍、推广巡游节目以及各类工作坊,积极鼓励特区居民的全民参与和全城同乐。主办方澳门文化局还举办摄影比赛、艺术推广小巡游、社区专题演出,以及祈福仪式、灯光秀、优胜者颁奖仪式,并通过电视台实况直播,还在广场等公共场所设置大屏幕实时直播,大力鼓励观众参与,扩大了文化节庆的影响力。巡游过程中,表演队伍穿插澳门拉丁城区大街小巷与群众互动,营造全民同乐气氛。此外,政府各部门和行业协还会在巡游现场设立服务站,派发帽子、围巾、彩旗、徽章等大巡游纪念品,全城一片欢欣。为了让巡游顺利举办,鼓励全民参与,还组织

① 习近平:《在全国民族团结进步表彰大会上的讲话》,http://www.gov.cn/xinwen/2019-09/27/content\_5434113.htm,访问日期:2021年3月1日。

② 张涛:《节事国际化研究最新进展及其启示》,《旅游学刊》2013年第6期。

③ Elias-Varotsis S, “Festivals and Events —(Re)interpreting Cultural Identity”, *Tourism Review*, 2006, 61(2), pp.24-29.

500多名居民担任“VIVA大使”。他们在大巡游当日参与不同岗位的工作,包括控制人流、维持秩序及派发纪念品等,并协助观众与表演队伍交流互动等。此外,巡游还举行慈善义卖活动。巡游活动由政府搭台规划、全民参与同乐,在全民参与的欢乐气氛中,感受文化展示带来的幸福感和自豪感,培养国家认同感。

国家认同的缺失无论是对国家,还是对各个城市和居民来说,都会带来难以预计和不可忽视的损失。对那些缺乏国家认同感的个人来说,也因为身份认同的焦虑,可能产生危害社会的失控行为。正因如此,在当代复杂的国际环境之下,世界各国都极其重视国家认同的塑造、维系和提升。虽然2020年新冠疫情对世界各地的文化节庆活动造成不可忽视的影响,很多文化节庆停办或者推迟,包括澳门国际幻彩大巡游也在2020年停办一届,但随着疫情好转和疫苗普及,世界各国为了发展经济和旅游,都将大力筹办文化节庆活动。面对这一趋势,可从以下三个方面来应对:一是文化节庆的组织,政府各部门密切配合,将文化节庆的举办提升到塑造国家认同的高度来筹办;二是文化节庆现场的管理,组办者营造生动活泼的场景,以故事、神话等艺术形式,潜移默化的传达国家认同的诉求;三是文化节庆的内容,以文化搭台,挖掘地方的非物质文化遗产,设计喜闻乐见的多样化节目、培养居民和游客的爱国意识和国家认同感。

---

## Promoting National Identity Through Cultural Festivals: Macau Narrative and Organizational Strategy

Zhang Tao

(Faculty of International Tourism and Management, City University of Macau, Macau 999078, P.R.China)

**Abstract:** National identity has not only been a dominant factor of personal perceptions, but also pivotal to the fortunes of modern states. Cultural festivals vividly display national life, promote national culture and mold the national brand, which play an irreplaceable role in building, restoring or promoting the national identity, especially the national identity of former colonies. This paper, taking the Macau International Parade as an example, analyses how cultural festivals promote the national identity of residents of former colonies to their mother country from the perspective of time and space evolution. The research shows that the Macau International Parade has experienced three stages: creating atmosphere to celebrate its return to China, using drama celebration to strengthen national identity, and promoting national identity by festival branding. It not only displays the Chinese and foreign culture in many ways, promotes the national identity, but also closely follows the developing theme of China, which matches the national development strategy. As cultural festivals resurging after Covid-19, there are three strategies for successful holding of cultural festivals and increasing national identity. The first is to combine inward-oriented and outward-oriented internationalization of festival. The second is to combine cultural heritage with contemporary developing theme of China. The third is to combine government platform-building and participants' fun-sharing.

**Keywords:** National identity; Cultural festival; Macau International Parade

[责任编辑:郝云飞]