

庙会是什么

庙会是一场约定俗成的聚会

发言者:夏挽群 庙会从某种意义上讲,就是长期积淀而形成的广大群众约定俗成的一种民间聚会。其表现的是一种传统的农村文化风貌。

就像我们过春节,当春节来临的时候,凡是华夏子孙,都会不远千里万里,乃至从海外,风尘仆仆回到自己的家乡,既没有下发红头文件,也没有人组织,更没人号召,大家自发地要在这个时候回家乡品味那种温情,体验那种生命的欢聚,这是一种巨大的传统力量。

庙会也是如此,在过去形成时,它首先是依托于我们民间的力量。一般,它要依托一个神庙,或者地域内的一个神话、传说、风俗等,作为一种敬仰的内涵,表现他们对自然的膜拜,并利用这个庙会,来表达他们对自己幸福的种种寄托,对将来的一种期盼,或者是一种诉求。

这是庙会最原始的功能,我们今天不能泛泛地把这称为迷信。它

庙会的起源

庙会是佛教道教 PK 的产物

发言者:郑泰森 庙会是与时俱进的、具有中国特色的一种民俗。它起源于汉代以前。“庙”在过去,就是庙堂,庙堂就是祭祖的地方。

汉代末年,佛教传入,开始了庙中的礼仪仪式。在洛阳的龙门石窟和巩义的石窟寺就有保存下来的两块帝后礼佛图。佛教发展越来越盛行,于是产生了竞争。一个是本土的道教,一个是外来的佛教,这两大宗教开始争夺信众。

最早的时候,庙会叫庙市,也称为节场。庙会开始形成自己的固定模式是在北魏时期,献文帝拓跋

弘入主中原之后。他定夏历“三月三”,为佛教与道教进行祭祀的日子,在这一天,两教开始各自使劲,争夺信众。而他们第一次摆道场“打擂”,就是在我们登封的中岳庙。这便是庙会最早的雏形。

隋唐时期,庙会开始成为一种约定俗成的聚会。现在的庙会是在明朝形成的。明朝时,在中国有了

在历史上发生过和产生过,它是一个紧密联系的纽带,一种信仰,一种对人生和社会的理解。曾有一位日本学者提出:“历史上曾经发生过的,它就是一种文化。”庙会本身就是

一种文化,而文化的原动力包含着信仰。庙会发展到后来,逐步纳入了物资交流的内容,变为一种商业交流,这是一种正常延伸。古代零售业不发达,人们买什么不方便,庙会承接了这个功能,让大家在游乐的同时还能为新的一年做好打算,什么农具啊,家庭用品啊,牲畜用品啊,都拿来在会上买卖,以准备来年的春耕。同时,小吃、土特产也走了进来,庙会成为一个很好的展示销售平台,原始的敬神功能退居次要。

庙会是人际交流的平台,那时没有报纸没有电台,方圆多少里内的百姓就靠着庙会交往传播各自

资本主义的萌芽,就是生产力、生产关系发生了变化。这个时候,庙会就由过去的祭神、祭祖演化成商品的交流,因为,商业开始发达,资本主义开始萌芽。而那时的庙会不仅保留了祭祖的内容,并融入了新的东西,像交流大会一样,投其所好,看老百姓喜欢什么,与大众文化相结合,符合庙会的发展历史。

庙会之感受

发言者:赵富海

庙会是习惯性地凑热闹

曾经有首流传的小调可以证明“凑热闹”之说:“呀儿咿呀儿,过两天割完麦,再给爷磕头啊,呀儿咿呀儿。”

庙会的形成有这样几个特点:最早是祭神,祷告;拓展到卖东西,搭舞台,商业开始进入。信男信女,烧香祷告,也有卖东西的,但很少。当时,最常见的就是农具。最后是在明代,具体的神出现了,就像郑州的城隍庙,供奉的就是纪信,汉初的一员大将,长相与刘邦颇为相似,以牺牲自己救刘邦于危难而成名。

后来人们不再把庙当做求神祷告的主要事儿了。如那首小调而言,不再特别信奉,只是习惯性地进庙里凑凑热闹,买点东西,祭神拜佛反而成次要的了。

庙会要有新的东西进入,就是说,西方好的也可以借鉴进来,比如街舞等一些新事物。

关于庙会这件事儿

庙会就是中国人的狂欢节?



本期嘉宾

(按姓氏笔画排序)

杨庆平

雕塑家、画家

郑泰森

省政府参事、政协委员

赵富海

郑州市作协副主席

赵幸

河南省社会文化信息中心主任、文化产业网总监

夏挽群

中国民协副主席、河南民协主席

董晓敏

河南电视台演艺中心总经理、“大河秀典”总监

葛天

河南省社会文化协会常务理事、歌天智业总监

晚报记者 苏瑜

实习生 任中敏/文

晚报记者 赵克 王梓/图

亦有品位的庙会

夏挽群:

基辛格说,西方文化是最优秀的,它能够统领世界。这样的评价,对我们是很大的挫伤。

西方文化大量进入中国,弥漫在我们身边各个角落。历史上,外来文化一直都是被中国文化同化,可现在我们还有这样的信心吗?

随着经济一体化、全球化,全世界出现了一种文化趋同的现象,而且是欧美文化处于强势,发展中国家处于弱势,这对我国传统文化构成了一种威胁。如逢圣诞节、平安夜、愚人节、情人节,现在年轻的一代趋之若鹜,而过传统节日的人却在递减,清明节、端午节、中秋节、重阳节开始淡出我们的生活。什么 NBA、世界足球联赛、欧美歌星、麦当劳、麦当娜等,铺天盖地扩散在我们身边,属于自己的历史和文化开始淡忘,这是一个非常可怕的事。中国文化缺少像西方文化那样的影响力、号召力和感染力。

庙会要办得有品位,可以多结合现代技术,比如声、光、电。

庙会要倡导“放松经济”

郑泰森:

我真的希望现在的年轻人多去关注我们自己曾经那么灿烂有趣的庙会文化,而不是一味去看美国大片、欧洲足球。

庙会想把人吸引过来,就要让它重新复兴,就像当年意大利的文艺复兴,中国需要的就是老传统的回归。庙会需要去重新定位,找到准确的定位对象。但庙会从本质上来讲,它首先是传统的内容。我作为观众去看庙会,想要的就是找到一种怀旧感,小孩子们要的是一种新奇感。

还有,像现在的禅宗少林,如果庙会的形式将来能像它一样就好了,它就是典型的用现代的表现方式把传统的东西表现得美轮美奂的例子。庙会一定要有自己的特点,内容丰富就是主要的一点,多去展示一些新东西,加入新的趣味,内容多了,看的人也多了。

庙会需要特色

董晓敏:如今的庙会除了游艺、小商品,就是小吃,无新意、无品牌、无内涵。

现在的庙会没有特色,民俗的东西是非常有生命力的,但能否快速成长起来,取决于能不能成功地转化。虽然主办方每年都在保持优秀传统节目的基础上引进一些新内容,力求拓展庙会经济的文化内涵,但对于逛庙会的游客来说,感受却并不深刻,更多的人对庙会的评价只是“人多、

热闹”。但在如今这个消费越来越讲求特色的年代,仅凭这两点,庙会还有多大的魅力吸引人们年复一年地冒着严寒地去“赶集”呢?如果我们想把庙会办成中国的狂欢节,就需要立足文化经济时代的背景,而不是简单的拿来主义,什么都有并不见得是好事。

将大俗演绎成大雅

葛天:

你能将土得掉渣儿的东西演绎成时尚,你就是时尚。

老祖宗留下的玩意儿,虽说是民俗文化,但谁又能否认:将民俗玩得高雅了,本身就是时尚。风靡世界的中国唐装、中国红,老外由衷叫好的杨丽萍的“云南印象”,都是将大俗演绎成了大雅。

庙会经济之所以能在改革开放大潮下得以重生,是因为它适应人民群众物质文化的需要。然而,经过了近 20 年发展后,庙会经济要想走得更远,已不可能继续停留在“节日集市”的定位上,必须通过专业化、品牌化的运作,使其跟上社会发展的潮流,在传统与现代、文化与商业间寻求有机的结合。



发黄的记忆

搭台唱戏。这是庙会必不可少的内容

搭高跷。庙会的“拿手绝技”

剪纸。美好的心愿铭刻在小小的纸片中

国美集团 21 周年庆 激情 12 月 引爆岁末促销风暴 天天过节 天天有特价 天天有赠礼

通通有 汽车美食 一次投入 多重回报 优惠活动 12 月 31 日截止;2008 年 1 月 1 日起恢复原价

洋河新品上市 海蓝舰队系列 御庄系列 求资合作(品牌项目) 品牌产品操作全国市场,求资 5-30 万元合作

V-KOOL 美国威固膜河南省旗舰专营店盛大开业促销活动 前档贴膜威固顶级 V70、V75 前档将赠送价值 2000 元的车身膜

年终献礼 郑州晚报 独家策划 12 月 31 日倾情推出《郑州市就医指南地图》 自古以来,地图就因其实用性成为了人们日常生活中必不可少的一部分