

企業承辦商與「中國故事」 ——以雲南和江西小屋為例

舒萍

香港科技大學人文學部

北京奧運會和殘奧會期間舉辦的「中國故事」文化展示活動以「關注中國國家級非物質文化遺產和傳統民族、民俗、民間文化」為主旨，其構成主體是位於奧林匹克公園內30個面積在80至100平方米的「祥雲小屋」，每個祥雲小屋代表一個省份或者直轄市。這30個小屋的承辦者（他們被北京奧組委稱為「承辦商」）大體上可以分為兩類，一類是該省或市的文化部門，包括文化廳、文化局、「非物質文化遺產」研究中心、學校相關學系、地方博物館等；另一類則是一些本省或者非本省的企業。比如說雲南小屋的承辦者是該省的一間茶葉公司，江西小屋的承辦者是北京的一間瓷器公司，海南小屋則是由海南一家公司承辦。毋庸置疑，承辦者的辦展理念通常體現在展品、展覽的設計和對展覽的陳述裏。

在參觀了幾乎所有的「祥雲小屋」之後，第二類承辦者，也就是企業承辦商如何將「中國故事」宣揚的「非物質文化遺產」理念與自己的商品結合起來向大眾展示給筆者留下了深刻的印象。在筆者的認知經驗裏，作為文化部門的工作者，由於本身是從事文化或者文化政策的研究，他們或多或少地對文化有一些理論上的知識，國家貫徹的「非物質文化遺產」概念，對一個文化展示舞台——「祥雲小屋」的策劃基本相當於他們的本職工作。反觀企業承辦商，他們是一羣商人，他們既要使展示的東西能表現其所代表省份的「非物質文化遺產」特色，又要能最大程度地展銷自己公司的產品，他們要如何實現兩者的結合？他們如何理解「文化」？他們所理解的「非物質文化遺產」又是甚麼？筆者將以自己於2008年9月7日在雲南和江西兩個小屋錄影參觀時的所見所聞為例，從承辦商的角度來解讀「中國故事」。

雲南小屋（圖七）的承辦商是雲南的一間

茶葉公司，該公司以銷售普洱茶為主。雲南小屋面積不到100平方米，我去的時候屋裏有四個工作人員，都是女性，其中兩個約四十多歲、身穿「中國故事」工作人員統一服裝，另外兩個年約二十出頭，身穿傣族服飾。當我們要求工作人員解說一下小屋的展示時，穿制服的工作人員介紹其中一個穿傣族服裝的女孩給我們。我們從入口的地方按照由右至左的順序開始參觀。右邊牆上二分之一的位置介紹的是雲南傣族以及傣族的節日如潑水節，另外二分之一的地方則是一個模擬的茶園保護區，區內一隻色彩斑斕的孔雀像立在一棵大葉種的古喬木茶樹上。從右向左拐，一個一人多高的屏風被放置在小屋的中間，屏風為龍形圖案，解說員特別介紹了它的名字是「九龍壁」，整個屏風全部是由普洱茶壓制而成。轉到小屋的左邊，展現在我們面前的全是與普洱茶相關的內容：古茶樹的茶葉標本、古法製茶傳統工藝區、各種普洱茶餅、用普洱茶製成的「中國故事」字樣和茶藝表演區。當時並沒有任何表演，表演區裡坐著雲南小屋的負責人，她同時也是茶葉公司管理層的員工。她對茶葉的展覽有這樣的說法：「雲南作為人類的植物基因庫，素有植物王國之稱。……普洱茶，生長的區域在瀾滄江一帶，……我們把它叫做綠色古董，為什麼呢？因為它已經有上百年的歷史，它能長期保存，經久耐泡。像這些留存下來的，冰川四季的時候，人類被毀滅了，咱們（指雲南）那是高原平地，它沒有被毀滅掉……我們公司注重茶文化的傳播，厚重的茶文化，在於歷史，……最好的茶都沒法跟它（指普洱茶）比！」雲南的地理和生態環境的特殊性和古茶樹的歷史是雲南小屋將茶作為人類非物質文化遺產的重要依據。

參觀完雲南小屋之後，筆者就到江西小屋（圖八）參觀。江西小屋的承辦商是北京某瓷器

公司，給我們講解的是江西小屋的負責人，也是該公司這個項目的負責人。在入口處，他首先向我們介紹了「馬頭牆」¹，「這是徽派建築，在江西、安徽都可以看到，六、七米，很高的，白白的，很漂亮。」馬頭牆前面擺了兩件青花瓷器，如果不是負責人特意強調其中一個無蓋的窖藏瓷器創造了藝術品拍賣的最高價，我們是不會注意到它們的。馬頭牆的左邊地面用碎瓷片鋪成了一條寬約40釐米的小路延伸到出口。小路上嵌著中英文說明牌：「『百年瓷道』選用明朝清朝民窯青花瓷殘片鋪砌而成。」「成龍那天來發現了出口處的那條用瓷片砌成的小金魚，我們就給它起了個吉利的名字『歲歲（碎碎）平安』。」小屋的負責人樂呵呵地說，「你們等下出門的時候記得踩兩下那個金魚啊！」這次參觀的順序是從左向右。小屋的面積有100平方米，牆上的圖畫和說明文字依次展現了中國從宋代到現代的陶瓷發展史。對於牆上的圖畫，負責人只介紹了其中兩幅，一幅是中國陶冶圖，負責人解說：「這是清代的一個著名畫家畫的，展示了製陶的工藝。」另外一個是御窯，負責人介紹說：「什麼是御窯？所謂十窯出一窯，燒很多瓷器只有一兩件是好的，是給皇上的。」在我這個人類學專業的學生眼裏，陶冶圖和御窯圖影射出清代藝術權威和皇權對景德鎮瓷器正統性地位的認可。

除了牆上掛的，江西小屋還展示了多達百件的瓷器。入口的左牆角是一堆窯磚和瓷片，「這裡除了泥土是北京的，窯磚、殘瓷片都是民國清末從景德鎮挖出來的。」負責人很自豪地強調地上不起眼的殘垣瓦片的歷史。這堆展示品旁邊是一部拉胚機，而成龍再次被提及，「成龍來的時候，還試過。」在介紹完一個具有景德鎮特色的薄胎碗之後，負責人重點提出瓷器展品的色彩。「明清時候瓷器色彩開始豐富，康乾雍有一些巔峰之作，因為不惜工本。我們在地鐵八號線看到最美的就是青花瓷！你看這條項鍊，這是什麼？」負責人指著一條項鍊墜子上的山水畫問我們，「中國書畫大寫意的風格啊。我們公司在歐洲展示的陶瓷首飾，時裝show上用的。奧運會上有一個宣傳片，啪啪啪幾筆梅花，再噴水，完

了水暈開之後的效果，是什麼？寫意，對吧？！ok，感覺是一樣的，中國文化的特點。再看這些，」負責人依次拿起色澤鮮艷逼真的漢堡、肥皂盒和卡通人物造型的瓷器，「這都是彩色瓷製成的，泥本身就是彩色的。只有中國，只有江西，只有江西的景德鎮才有這種泥，全球只有這兒有，俗稱『哈哈泥』。」負責人帶我們從左繞回瓷器展示檯，檯上全部都是用彩色泥製成的瓷器，色彩斑斕，栩栩如生，旁邊的遊客都會不由自主地拿起一兩個瓷器拍照留念。「這已經區別於傳統的瓷器了」，負責人指著滿檯子的瓷器說，「不用那麼多道工序了，你把包裝膜撕開，有五種顏色，按你要的樣子捏好，再燒，燒出來的（製成品）顏色就更好了。這就是現代瓷和中國瓷的區別，而且只有中國有！」等負責人介紹完之後，我們自行看了看牆上的文字，有兩個地方吸引了筆者的注意，一個是進門抬頭就能看到的對面牆上對江西小屋的描述：「七百多年的皇家製瓷，景德鎮以青花、粉彩、玲瓏、顏色釉四大名瓷著稱於世，亦被喻為世界最早的工業城市。『工匠八方來，器成天下走』，一批一批瓷器通過陸上『絲綢之路』銷往西亞而入歐洲，特別鄭和七下西洋，通過海上瓷器之路，運銷到了世界各地。」。另一個是與其比鄰的一段話，也與「中國故事」有關：「過去，景德鎮陶瓷曾經鑄就中國歷史，今天，我們共同見證中國故事！」下面是一行英文「Yesterday, Jing De Zhen ceramic played a significant role in Chinese history! Today, let us hold our hands to witness China Story!」

從上面的描述，我們可以看到無論是雲南小屋和江西小屋的有形展覽，還是其解說人員的口頭闡述，企業承辦商在他們的展覽中主要是為了突出自己企業的商品，例如雲南小屋有四分之三的空間都是有關茶葉，尤其是普洱茶的展覽，江西小屋所展示的瓷器有四分之三都是瓷器公司的彩瓷製品。雖然我們不能否認茶葉和瓷器分別在這兩個省有著悠久的歷史，但是普洱茶和彩瓷都是近年在商業炒作下悄然興起的產物，它們只是茶葉和瓷器文化中的一小部份，所以這兩個小屋將展覽的重點放在公司的產品上，就已經反映了

其對雲南和江西省有代表性的非物質文化遺產的理解出現了偏差。在對小屋進行「文化」潤色的時候，企業承辦商都選擇了用「中國故事」這個具有文化意義的話語來包裝自己。例如雲南小屋用普洱茶製成的「中國故事」字樣的茶餅被擺放在顯眼的位置，江西小屋在進門可見的牆上將瓷器與「中國故事」緊密連接起來描述。但是這樣的做法並不能「文化」化他們的展品。比如說雲南小屋的負責人，她多次提到「茶文化」，可是茶文化是什麼？她並沒有解釋也沒有演示，而且還一味強調她的公司重視發揚茶文化，這樣的解說很容易讓參觀者聽完之後仍然一頭霧水。她反復強調雲南是古老茶樹的發源地，從而具有厚重的歷史，但是殊不知這一歷史需要延續，也就是茶樹的傳播，才有後來的茶葉發展，而這一傳播過程是一個非常複雜的歷史過程，比如僅僅是茶樹傳播到福建就有三種不同的時段和路徑。²在雲南企業承辦商這裡，這些厚重歷史背後的东西都被徹底抹殺了。再說江西小屋，它的負責人對展品的解釋就有些接近於炫耀了。他們從景德鎮特意運來的古瓷碎片，他們的小屋受到了成龍的青睞，他們的瓷器飾品曾在其他國家展出等等，而這些對於參觀者理解瓷器與非物質文化遺產的關係確實沒有什麼幫助。可以說，由於企業承辦商本身對其展品的文化意義其實處於一個比較淺層的階段，所以就更不能向參觀者更好的展示或者闡釋其展品的文化內涵。如果從人類學的角度來分析一件展品或者商品，該物品製成的過程、其背後的社區環境以及圍繞此一商品而形成的不同羣體之間的社會關係都是理解它的重要因素。³

從這個角度來說，企業承辦商籌劃的展覽僅僅是展品客體本身的展示，缺乏對其依存的社區生活和社會脈絡的詮釋，參觀者無法從這樣的展覽去理解仍在發生和變化的活的文化現象。最後，企業承辦的展覽不可避免地出現商業化的傾向。商品買賣在「祥雲小屋」是被明令禁止的，但是如果遇到參觀者主動要求，企業承辦商是不會坐失良機的，而這是其他由文化部門承辦的小屋所不會出現的特殊現象。上述企業承辦非物質文化遺產的特點其實從更深層次反映了「非物質文化遺產」在某種程度上只是一種標籤，裏面的內容已經被解讀得七零八落，而這樣的結果是如何造成的？企業承辦商本身顯然只是其中一個原因，但是誰推動了企業承辦商這麼做？如果有了相應知識的培訓，是否我們能看到另外的風貌？這些都是值得我們繼續思考的問題。

註釋

¹ 馬頭牆，又稱封火牆，特指山牆高出屋面，也就是山牆的牆頂部份，層層疊落，循屋頂坡度而呈階梯形狀，因其形狀酷似馬頭而得名，是中國南方安徽派建築常用格式之一，也可用於概括明清徽派建風格。見蕭加主篇，《中國鄉土建築（陝西·山西·北京·安徽）》（杭州：浙江人民美術出版社，2000）。

² 陳椽，《茶葉通史》（北京：農業出版社，1984）。

³ Sydney W. Mintz, *Sweetness and Power: The Place of Sugar in Modern History* (New York: Viking, 1985).