

“村BA”赋能地区民族特色认知度以贵州台江为例

吴胜波¹, 杨艾宁²

1. 贵州民族大学, 贵州 贵阳 550025

2. 云南民族大学, 云南 昆明 650504

DOI:10.61369/EIR.2026010013

摘要: 本论文以贵州台江地区为例, 探讨了“村BA”(村级篮球赛)如何赋能地区民族特色认知度。通过深入分析台江地区在举办“村BA”赛事过程中融入的民族文化元素。本研究发现, “村BA”不仅促进了当地体育活动的普及和群众参与度的提高, 更成为展示和传播台江地区独特民族文化的重要载体。赛事中融入的民族服饰、音乐、舞蹈等元素, 不仅丰富了比赛内涵, 也加深了观众对台江民族特色的认知和了解。本文总结了“村BA”在提升地区民族特色认知度方面的积极作用, “村BA”为推动地区文化发展和体育事业进步的提供重要力量。

关键词: “村BA”; 民族文化元素; 认知度; 贵州台江

“Village BA” Empowers the Recognition of Regional Ethnic Characteristics: A Case Study of Taijiang, Guizhou

Wu Shengbo¹, Yang Aining²

1. Guizhou Minzu University, Guiyang, Guizhou 550025

2. Yunnan Minzu University, Kunming, Yunnan 650504

Abstract: This paper takes Taijiang, Guizhou as an example to explore how the "Village BA" (village-level basketball tournament) enhances the recognition of regional ethnic characteristics. By conducting an in-depth analysis of the ethnic cultural elements integrated into the "Village BA" events held in Taijiang, this study finds that the "Village BA" not only promotes the popularization of local sports activities and increases public participation but also serves as an important vehicle for showcasing and disseminating the unique ethnic culture of Taijiang. The ethnic costumes, music, dances, and other elements incorporated into the events not only enrich the connotations of the competitions but also deepen the audience's understanding and recognition of Taijiang's ethnic characteristics. This paper summarizes the positive role of the "Village BA" in enhancing the recognition of regional ethnic characteristics and highlights its significant contribution to promoting regional cultural development and the progress of sports undertakings.

Keywords: "Village BA"; ethnic cultural elements; recognition; Taijiang, Guizhou

引言

“村BA”即村级篮球赛事, 源于台江县基层体育活动。在地方政府和社会各界支持下, 它发展成集体育竞技、文化交流和旅游观光于一体的综合性活动, 成为台江县新名片。贵州台江位于中国西南部多民族聚居区, 有苗、侗等多个少数民族, 独特的民族文化和习俗构成当地特色文化景观与非遗。“村BA”不仅是体育竞技, 更是文化交流传播平台。比赛中, 各村代表队既展示体育才能, 也通过队服等展示民族特色, 让观众深入了解台江民族特色。借助“村BA”, 民族文化得以展示传承, 增强了居民的民族文化自豪感与认同感。同时, “村BA”吸引大量观众游客, 他们通过亲身体验和社交媒体传播台江民族特色, 提升了外界认知度。随着认知度提升, 台江民族特色产品受到更多关注喜爱, 为民族特色产业发展提供有力支撑。

“村BA”作为台江县重要体育赛事, 融入民族元素。本研究旨在探讨“村BA”(村级篮球赛事)对贵州省台江地区民族特色认知度的赋能作用。研究先探索“村BA”与台江民族特色的结合方式及对当地文化传播认知的促进作用, 通过收集数据案例评估其提升民族特色认知度的实际效果和影响。同时深入分析“村BA”作为赋能机制, 借助体育赛事平台促进民族特色传播认知的方式。通过台江案例研究, 为其他地区利用体育赛事赋能民族特色认知度提供借鉴。最终目的是促进台江地区经济文化协调发展, 提升民族特色认知度以推动当地旅游业及相关产业发展。

作者简介:

吴胜波(1995.07—), 男, 苗族, 贵州省施秉县人, 本科学历, 贵州民族大学工商管理硕士研究生, 研究方向: 大数据金融与财务管理。

杨艾宁(1999.03—), 女, 苗族, 贵州省黄平县, 本科学历, 云南民族大学在读硕士研究生, 舞蹈教育方向。

一、研究假设与数据收集

(一) 研究假设

“村BA”作为台江县的一项重要体育赛事，不仅注重竞技层面的表现，还融入了丰富的民族元素。本文对“村BA”赋能地区民族特色认知度提出以下假设，通过观看“村BA”后对当地的民族文化，美食文化，体育文化和民族节日及其庆祝方式的认知程度的改变^[1]。

假设A，观看“村BA”与地区民族特色认知度之间是线性相关。一，通过观看“村BA”这一具有地方特色的体育活动，可以显著增进人们对当地民族文化的了解。借助比赛平台，展示台江地区独特的民族文化，增强外界对该地区民族特色的了解和认识^[2]。二，通过观看“村BA”活动，将美食文化与体育活动相结合，推动美食文化的创新与发展，使其在新时代焕发出新的活力。通过观看“村BA”可以显著增进人们对当地美食文化的了解。三，贵州台江作为多民族聚居的贫困地区，其“村BA”活动作为当地体育活动的一种，通过观看“村BA”之后，会显著增进人们对当地体育文化和民族节日及其庆祝方式的认知程度，从而提升在台江县民族特色认知度，为其他地区在推动经济发展与文化传承方面提供有益的参考^[3]。假设B，“村BA”解决问题的途径的重要程度将对其赋能地区民族特色认知度有着调节作用。假设基本模型如图1所示。

(二) 问卷调查方法与数据收集

问卷的设计根据本研究需要，查阅相关文献资料，结合贵州省黔东南州台江县的少数民族民族的特征，设计针对台江县村民的问卷《开展“村BA”后对台江县民族特色的认知情况》，经过阅读大量相关文献和参考老师和同学的意见后，对问卷进行了反复修改，最终确定了调查问卷表。

本文运用问卷调查的方式检验上述假设。随机选取除台江县台盘村以往的群众进行问卷调查。整个调查中，参与群体主要是采取在线问卷调查平台发放和借助校友资源进行线下调研两种调查方式。本研究共发放问卷200份，回收有效问卷127份(在线问卷调查平台回收有效数据100份，线下调研回收有效数据27份)，有效回收率为62.5%。调查群众基本概况如表1所示。

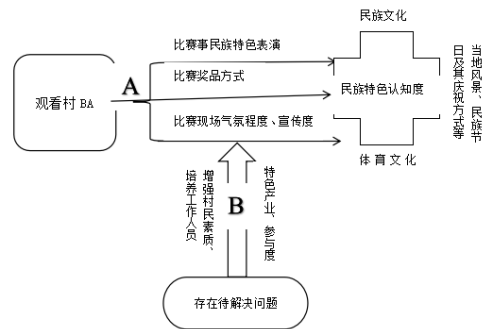


图1 假设模型

表1 调查样本概况
Tab.1 Survey sample profile

特征	分类	调查数量	占比	特征	分类	调查数量	占比	
企业成立年限	男	71	44.09%	居住地	乡村	49	38.58%	
	女	56	55.91%		城市	78	61.42%	
企业员工人数	18岁以下	11	8.66%	身份	在校生	26	12.71%	
	18-25岁	23	18.11%		从业人员	101	20.47%	
	25-40岁	60	25.98%		其他			
	40岁以上	33	47.24%					

(三) 相关变量的测量

问卷采用“五级评分表”的方式对问卷进行了审核评价，各项指标采用5级计分法，“1”代表非常满意，“2”代表满意，“3”代表一般，“4”代表不满意，“5”代表非常不满意。研究采用自行开发的量表测量自变量观看体验满意度(VE)，分为奖品方式(VE1)、民族表演(VE2)、比赛氛围(VE3)、比赛宣传度(VE4)，调节变量为存在待解决问题SP，因变量为民族特色认知度(KN)。3个主要变量的测量题项如表2所示。

表2 相关变量的测量
Tab.2 Measurement of the correlated variables

变量	测量题项	因子载荷
观看体验满意度	VE1.当地比赛奖品的类型和方式	0.771
	VE2.当地民族民间群众表演	0.812
	VE3.现场的比赛氛围	0.718
	VE4.比赛宣传程度	0.741
存在待解决问题	SP1.开发当地特色产业	0.808
	SP2.增加群众的参与度	0.836
	SP3.提高村民的素质	0.769
	SP4.培养工作人员的工作能力	0.824

民族特色的认知度	KN1.对民族文化的了解和认知	0.811
	KN2.对当地民族体育文化的了解和认知	0.783
	KN3.对当地风景名胜的了解和认知	0.832
	KN4.对当地习俗和庆祝方式的了解和认知	0.853
	KN5.对当地美食的了解和认知	0.761

(四) 问卷的信度与效度检验

本研究首先评估问卷的信度和效度，包括Cronbach系数值，运用分层回归对研究假设进行检验。从信度上看，本研究借助Cronbach系数来衡量问卷的信度。通常情况下，Cronbach系数应高于0.7，本研究变量的Cronbach系数值为0.951。因此，问卷测量结果可靠^[4]。其次，在效度上，本文对KMO的值进行估计，结果表明变量的KMO大于0.8，本文的P值显著性小于0.001，说明该变量可以进行进一步的因子分析，其检验结果见表3。

表3 KMO和巴特利特检验
Tab.3 KMO and Bartlett tests

KMO 取样适切性量数		0.951
巴特利特球形度检验	近似卡方	11195.341
	自由度	78
	显著性	<0.001

(五) 描述性统计和相关性分析

各变量的描述性统计及各变量间的皮尔逊相关性分析见下表。

表4 描述性统计
Tab.4 Descriptive statistics

变量	平均值	标准差
VE	2.344	0.977
SP	2.260	1.093
KN	2.212	1.058

表5 皮尔逊相关性分析
Tab.5 And Pearson's correlation analysis

变量		VE	SP	KN
VE	皮尔逊相关性	1	0.774**	0.793**
	显著性 (双尾)		<0.01	<0.01
	个案数	127	127	127
SP	皮尔逊相关性	0.774**	1	0.884**
	显著性 (双尾)	<0.01		<0.01
	个案数	127	127	127
KN	皮尔逊相关性	0.793**	0.884**	1
	显著性 (双尾)	<0.01	<0.01	
	个案数	127	127	127

注: **表示在0.01级别 (双尾), 相关性显著。

(六) 待解决问题调节效应的检验

根据本文研究内容, 提出的假设 B: “村 BA” 解决问题的途径的重要程度将对其赋能地区民族特色认知度有着调节作用。其分析结果如下所示。

表6 调节效应分析结构
Table.6 Structure of the regulatory effect analysis

	模型1	模型2	模型3
样本量	127	127	127
R	0.100 ^a	0.798 ^b	0.902 ^c
R ²	0.010	0.637	0.806
调整 R ²	-0.15	0.625	0.806
F 值	0.404	52.626	104.168
Δ R ²	0.010	0.627	0.177
Δ F 值	0.404	207.231	113.314
显著性 F 变化量	P=0.005	P<0.001	P<0.001

注: a. 预测变量: (常量), 当地印象, 可支配收入, 了解贵州村 BA

b. 预测变量: (常量), 当地印象, 可支配收入, 了解贵州村 BA, VE

c. 预测变量: (常量), 当地印象, 可支配收入, 了解贵州村 BA, VE, SP

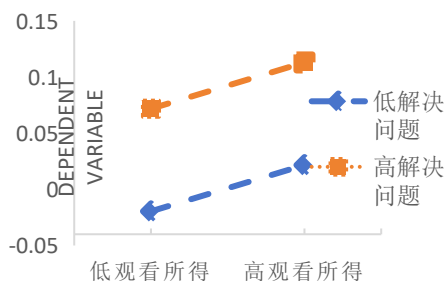


图2 调节效应斜率图

上图展示了调节变量待解决问题在不同水平下, 观看所得认知度的1差异情况。其中, 待解决问题对观看所得认知度的影响情况, 即为直线的斜率大小。横轴表示观看所得认知度的变化情况, 纵轴表示待解决问题的变化情况^[9]。通过下图可以了解到在低水观看所得, 待解决问题有显著的调节作用。待解决问题的能力越强, 观看村 BA 与民族特色认知度的正向关系就越强, 所以假设 B 得到验证。

(七) 回归性分析

根据问卷调查所得数据统计, 分析其分层回归结果如下表。

表7 分层回归结果
Tab.7 Results of hierarchical regression

模型		标准化系数 (系数 ^a)	显著性	VIF
1	常量		<0.001	
	了解贵州村 BA	-0.035	0.696	1.005
	可支配收入	-0.095	0.298	1.005
	当地印象	-0.010		1.003
2	常量		0.182	
	了解贵州村 BA	-0.018	0.748	1.006
	可支配收入	-0.086	0.121	1.005
	当地印象	0.010	0.875	1.004
3	VE	0.792	<0.001	1.001
	常量		0.794	
	了解贵州村 BA	0.024	0.547	1.016
	可支配收入	-0.039	0.325	1.018
	当地印象	-0.012	0.765	1.006
	VE	0.273	<0.001	2.523
	SP	0.672	<0.001	2.550

注: a. 因变量: KN

表6为观看村 BA (VE) 和地区民族特色认知度 (KN) 的分层回归, 把待存在解决问题 (SP) 作为调节变量的回归结果。第1种模型只放入控制变量的作为基本模型, 在该模型中, 对贵州村 BA 的了解、个人的可支配收入以及当地印象会使个人对当地民族特色的认知度有一定的影响。第2种模型加入了观看赛事活动过程中所获得 (VE), 以检验其对民族特色认知度的线性影响, 其结果显示其的系数为0.792, 显著性 <0.001, 因此假设 A 得到验证。第3种模型在中间加入了待存在解决问题这一调节变量, 观看村 BA 结果显示其的系数为0.273, 显著性 <0.001, 待存在解决问题结果显示其的系数为0.672, 显著性 <0.001, 存在着正向影响的关系, 因此假设 B 也得到了验证。

二、研究结论与分析

(一) 村 BA 提升当地民族特色的认知度

1. 村 BA 赛事对当地旅游业的显著推动

村 BA 是贵州台江特色体育活动, 影响力超预期, 吸引大量观众和游客。它营造体育氛围, 成了推动台江旅游业发展的引擎。观众与游客涌入使台江住宿业繁荣, 酒店等增加收入、提供就业; 餐饮业迅速发展, 增加经济收入与就业。此外, 村 BA 带动旅游纪念品等相关产业及交通、导游服务、旅游宣传等领域繁荣。村 BA 赛事推动台江旅游业是多方面的, 增加知名度与吸引力, 带

来经济效益，未来将持续发挥作用。

2. 村 BA 赛事增进当地民族文化的传播与弘扬

村 BA 赛事促进台江民族文化传播与弘扬。赛事中将民族文化元素融入场地布置等环节，推动文化传播；吸引媒体关注报道，使文化传播范围更广；让年轻人关注喜爱当地文化，成为传承新生力量。总之，赛事对当地经济文化发展及增强民族认同感与凝聚力意义重大。

3. 村 BA 赛事深化人们当地体育文化的认知与理解

通过村 BA 赛事，人们能深入全面认识台江体育文化。赛事挖掘展示当地体育文化特色，融入比赛各方面，让观众感受其底蕴与魅力。通过媒体宣传等传递文化，吸引更多人关注。赛事还提供参与体验机会，注入传承发展活力。综上所述，赛事对促进当地体育产业发展、增强民族认同感和凝聚力意义重大。

(二) 构建改善措施策略

1. 开展特色产业

村 BA 是台江县标志性体育活动，通过举办赛事，台江县打造了集体育赛事、文化旅游、农产品展销于一体的综合平台，为特色产业推广和发展提供市场空间。在村 BA 带动下，台江县特色农业产业快速发展，当地依托资源和特色发展农业产业，借赛事宣传，特色农产品走出大山。赛事举办带来旅游服务业收入，还带动文化创意产业发展，台江县组织相关活动展示文化底蕴，为文创产业提供交流平台。由此可见，台江县以村 BA 为平台，实现体育与特色产业融合发展，通过系列措施提升特色产业，为当地经

济增长和结构优化注入活力，支撑乡村振兴战略实施。

2. 锻造村 BA 当地工作者的专业能力

随着村 BA 在台江地区发展，对当地工作者专业能力要求提高。培养和提升他们的工作能力是重要任务。首先，开展系统培训与教育，涵盖体育知识等多方面，通过组织课程、邀请指导等打牢专业基础。其次，注重实践锻炼与经验积累，提供实践机会，鼓励交流合作，促进信息和资源整合。此外，给予激励与认可，对表现出色者给予物质或精神奖励。最后，强调持续学习与自我提升，工作者要通过多种方式保持学习热情，提升专业素养和综合能力。总之，培养工作者专业能力是系统工程，通过多种措施可锻造高素质、专业化队伍，为当地发展提供支持。

3. 提高村 BA 的参与度与培养当地群众的素质

提高村 BA 群众参与度和当地群众素质相辅相成。提高参与度方面：一、加强社区宣传，利用多种渠道宣传赛事；二、简化参与流程，降低门槛并提供培训；三、增加互动娱乐元素，设置互动环节和举办活动；四、强化团队合作与社区精神，鼓励组队参赛。提升群众素质方面：一、开展教育和培训，组织讲座和课程活动；二、推广体育文化，举办讲座、展览等；三、加强社区建设，促进居民交流，鼓励参与服务与志愿活动；四、提供资源支持。提供体育设施，与政府、企业合作争取资金资源。总之，加强宣传、简化流程、增加互动、强化团队精神可提高村 BA 群众参与度，教育培训、推广文化、加强社区建设、提供资源支持能提升群众素质，这些措施相互促进，推动当地体育事业发展。

参考文献

- [1] 卢妍. 乡村体育在乡村振兴中的作用及其发展路径——以贵州黔东南地区“村 BA”为例 [J]. 体育世界, 2024, (01): 42-44.
- [2] 熊巍. “村 BA”助力乡村振兴的价值意蕴与发展路径 [J]. 村委主任, 2024, (02): 24-26.
- [3] 吴黔凤. “村 BA”背后：“看热闹”的习惯与民族文化的底气 [J]. 当代贵州, 2023, (15): 72-73.
- [4] 陈仕赟. 从“村 BA”看乡村文化如何振兴 [J]. 河北农业, 2024, (01): 41-42.
- [5] 徐姗姗, 王军杰. 从“村 BA”看中国式现代化与民族文化创新的互构实践 [J]. 云南师范大学报 (哲学社会科学版), 2024, 56(01): 81-88.