

贵州少数民族村寨旅游开发的思考 ——以台江县反排村为例

王君,马静

(贵州大学人文学院,贵州 贵阳 550025)

[摘要]在巨大的利益诱惑下,中国西南部许多地方盲目开发,希望可以分得旅游时代的一杯羹,黔东南台江县的反排村也是追随者之一,当地村委会对旅游开发一味乐观,缺少专门规划 and 市场调查。是否发展旅游成了一个举棋不定的问题,发展旅游之后会出现何种社会难题和社会矛盾,这是政府领导者和学者共同关心的问题。文章试图从旅游人类学的角度来阐释一下此类问题,以期对相关旅游业规划者与参与者有所帮助。

[关键词]民族认同;真实性;利益相关者;旅游人类学

[中图分类号] F590 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1673-9477(2011)04-0031-03

台江县位于黔东南中部,苗岭主峰雷公山北麓,清水江中游南岸,总面积 1108 平方公里,现有人口 15 万,其中苗族人口比例为 97%。而反排村位于台江县中东部,距离台江县城 26 公里。反排的木鼓舞和苗族多声部情歌已被国务院列入国家非物质文化遗产名录,也是反排民族文化旅游村的主要表演项目。

旅游人类学是一块新近发展起来的领域,主要研究各个方面的旅游现象,研究重点主要集中在两个主题上:一是对旅游者 and 旅游本质的研究;二是旅游对旅游目的地的人们及其社区的经济、文化、社会等方面的影响,包括旅游过程中的“主客关系”的研究^{[1](P112)}。本文主要针对的是第二个主题——旅游业的社会影响,包括分析这个行业是如何影响当地居民及其生活方式的。

反排民族文化旅游村的旅游开发还处于刚刚起步的阶段,与分析发展较为成熟的民族旅游村寨的内容还不尽相同^[2],但由于反排木鼓舞和苗族多声部情歌这两项国家非物质文化遗产,使得分析和探究反排村民族文化旅游开发的综合社会影响的意义凸显出来。

一、反排民族文化旅游村的可持续发展问题

近来学术界对旅游业的生态影响研究愈来愈热,生态影响研究是对旅游业如何改变当地的自然形态和整个地区的风景^{[3](P69)}。旅游开发或多或少都会对生态造成或好或坏的影响,负面影响居多,如生活垃圾严重,人造建筑物削弱当地自然景观的美学价值等等。整个中国都在宣扬可持续发展,但多是雷声大,雨点小,甚至负责可持续发展研究的政府官员自己都对可持续发展的理解有偏差,这样怎么能够领导好真正的可持续发展呢?笔者认为,适宜反排村的可持续发展是这样的:不破坏当地居民所居住的生态环境,不强迫改变其生活模式,不强加政府思想给当地村民,要为后代留有足够的生存和发展空间。在发展中的中国,很多人觉得一开发就必然会破坏,其实这也不是不可避免的,如曾经的日不落帝国——英国,无论是伦敦,还是比较偏远的、拥有几百年历史的古老乡镇,游客络绎不绝,但仍能保存完好。这不禁让笔者联想到几个月前吵得沸沸扬扬的故宫里的“星巴克”(Starbucks)^[4],

在国外这可能不是一个难题,难就难这是在在中国。开发并不是一味的建设,破土动工大干工程,政府应该在这方面多思量,更加谨慎一些,不能杀鸡取卵,不顾一切追求当前利益最大化。

中国西南地区的生态环境比较脆弱,反排村也是如此,寨子内的平地就是村口的一个表演舞台,村内是丘陵和山地,可耕种土地面积有限。由于地势所限,村寨内可供建造旅馆、饭店的地方十分有限,如果发展旅游业的话,接待能力就收到了限制,成为了制约其规模扩大的瓶颈。接待游客能力不强也并不一定是弱势,相反,这样对喜欢探险游和休闲游的旅游者更有吸引力,因为这里不会变得像长城、故宫一样人山人海。客观来说,这也不利于事件旅游(event tourism)的发展,“事件是旅游业的重要推动力,在众多旅游目的地的发展和市场营销中扮演重要角色。”^[5]反排村可以推出来的事件旅游项目可以有:十三年一次的牯藏节,如果承接一个如此隆重的事件旅游,游客众多的话,显然,反排村的接待能力会制约活动的规模和影响力,与已成气候的西江苗寨相去甚远。

当然,可持续发展不仅仅指生态环境的可持续发展,也包括文化和社会的可持续发展。如果文化是有生命力的,那么可持续发展就是将文化的生命力延长或者是生命力的不断更新延续。保护文化并不一定是让它保持一成不变,这不符合事实和逻辑,关键是让文化始终保持旺盛的生长力和生命力。而社会的可持续发展也就是使村寨社区在旅游业的不断发展之中完善自身,并保持和谐,使社区居民享受到社会福利,安居乐业,有幸福感和归属感。

二、“不患贫而患不均”——旅游业利益相关者的和谐

政府各级单位和开发商积极参与和响应旅游开发的“号召”,多是因为潜在的巨大经济利益。少数民族村寨村民也十分乐意参与到旅游业中,也是因为能够获得额外的财富,“多挣点钱”。面对着旅游财富这块蛋糕,参与者会如何切分呢?

在反排村,有一个村民自发组织起来的“贵州台江县反排木鼓舞艺术团”,团长是村里的干部,是村子里

文化程度比较高的人。参与到艺术团里的村民收入普遍要比不参与的村民高。笔者初入反排村时受到的仅仅是这些人的欢迎和招待,那些未参与艺术团的村民用好奇和怀疑的眼神看着我们一行人,有种明显的排斥感和冷漠。艺术团的成员负责接待游客、表演反排木鼓舞和苗族多声部情歌,还参与了招待笔者一行人的午餐,她们会得到一些酬劳。艺术团成员和游客基本上是在新修的长廊上交谈、休息和用餐,而其他非艺术团成员则在一座破旧的桥上聊天,暗自观察我们,也不主动与我们打招呼,笔者试图与他们聊天,他们的兴致也不高。

中国人自古以来都是“不患贫而患不均”,要求的“往往不是机会均等,而是结果相同”。这样一来,旅游业的受益者和非受益者就会对游客产生不同的态度,受益者对旅游热情似火;非受益者对游客则冷若冰霜。这对游客的心理和游览感受会产生很大影响,长此以往,对旅游业的发展势必会造成一定的负面影响。同行的一位教授对笔者讲述了他此行的不悦:一位50岁左右的村民在帮这位教授拍照后,伸手向他要钱100元。这使得这位教授很诧异,也稍微有些气愤。这与我们平时所见到的、所听到的少数民族“善良、淳朴”的形象有些不符,这也许正是财富分配不均,村民心中怨气所致吧。一个村寨旅游业的开发应该是使大多数人受益,而艺术团相对于整个村寨总人数来说,毕竟还是少数,如何使更多村民在旅游开发的旗帜下受益,是当局者和学者们应该考虑研究的问题。

三、“东道主与游客”——当地居民对旅游的态度

分析旅游业对当地居民及其环境影响的一个最好的社会学理论是由多克塞(1975)提出来的,他指出随着旅游业的发展和在当地经济占的比例日益扩大,当地居民对旅游的态度会发生变化。多克塞认为当地居民对旅游业的态度的转变可分为四个阶段:热情(欢迎旅游者,但旅游业发展缺乏控制和规划)、冷漠(视旅游者为平常人,旅游者与当地居民的接触变得更正规和商业化。对旅游业的规划更多关注旅游产品的营销)、厌烦(随着旅游业的发展经历停滞阶段,当地居民开始对旅游业的某些方面产生疑虑,规划人员增加旅游基础设施而不是限制旅游增长)和怨恨(公开表现出对旅游者和旅游业的不耐烦),规划是一种补救手段,加大促销力度以挽回旅游目的地的声誉^[3](P69-70)]。反排民族文化旅游村寨明显还处于第一个阶段,艺术团的成员们非常欢迎游客前来观看他们的表演,来村寨感受他们的民族风情。反排村的旅游开发处于刚刚起步的阶段,没有正规的机构对其进行统筹规划和管理,还处于比较混乱的状态;村寨中也没有售卖旅游产品的商店。其余村民的冷漠实际上不是多克塞所指的冷漠,而是未分享到利益果实而表现的一种不满和不屑。

未参与艺术团和其他旅游接待的村民的冷漠和排斥是由于他们还未真正理解旅游者的行为是有助于他们更好地生活的。其主人翁意识还未在头脑中形成,对待旅游开发这个机遇,还未尝到甜头的村民不能被动等待,等待机会从天而降,还应主动寻求能够改善自己生活质量的一切机会。这才是当局政府应该投入到的领域——帮助村民转变意识,外来旅游者不是“侵犯其领地”,而是为他们带来财富和信息,有利于民族地区和外面的地区互相增进了解,促进民族间的情感交流,不用走出村寨,就能体会到“外面世界”的精彩。

多克塞所提出的旅游业对当地居民及环境影响的几个阶段在其他旅游业发达地区已经得到了验证,如《生态旅游》一书中提到的百慕大和加勒比地区。反排民族文化旅游村的旅游开发能不能避开“热情——冷漠——厌恶——怨恨”这个情绪怪圈呢?这也是人类学家、社会学家和心理学家们值得研究的问题。借鉴全世界旅游业成功和失败的经验教训,来重新审视游客和东道主的关系,才是预防主客关系僵化,解决当地居民和游客关系的捷径之一。正如查尔斯·F·厄尔巴诺维兹(Charles F·Urbanowicz)在《汤加旅游业再审视:持续的麻烦时期?》一文中所提及的汤加人的困惑——“不能容忍被视为‘文化动物园’的成员”^[6](P122)]。这也是所有旅游目的地居民不愿意看到的。反排村村民希望外界了解他们的民族文化、少数民族风情,但是又不愿成为“天然博物馆里活生生的展品”。旅游目的地当地居民应巧妙处理主客关系,使之既可以享受旅游业带来的经济效益,又能保持自己的主人翁地位。

四、“花园里的机器”——歌舞活动中的真实性(authenticity)问题

真实性(authenticity)是舶来品,从西方学术界引进来,有多重译法,如原真性、本真性等。对于什么是“原真”“本真”,这是一个见仁见智的问题。艺术源于生活而又高于生活。“舞台表演”是一种艺术的展现、传播过程,自然与真实生活中是不同的。可这与台江县政府所宣扬的“原生态”旅游又略有出入,让游客无所适从。

陈正府在《谁是反排木鼓舞的主人翁——从反排木鼓舞艺术的发展来看反排文化的主体性》一文中表达了他对舞台表演的看法:

“反排木鼓舞就是在这样(政府极力宣传)一种渲染一向情调、极度媚俗化的氛围中,以一种‘他者化’‘女性化’和‘原生态形象’的形象,吸引着外来游客和观众。在舞蹈表演中,反排人服饰是舞台化处理了的苗族上衣,下身却是反排人从来没有穿过的草裙。这一切显示他们是为了迎合游客的猎奇心理,按照游客所想象的原始、落后、野蛮‘打造’自己,以‘落后’‘原生态’‘原汁原味’的标签取悦观众”^[7](P101)]。

反排木鼓舞在舞台化的过程中丧失了其本真性,按照观众和游客的期望和需求雕刻、重塑了自己古老的文化。文化是需要成长,没有哪一种文化是不受外来文化影响而发展出来的。如中华文明的发展传承中吸收接纳了印度佛教的影响。从文化成长的角度来讲,这也许正是文化自身适应“物竞天择、适者生存”的生存法则的一种自我选择。不要担心文化会消逝,文化也许会“变味”,但这不一定是坏事,文化“变味”或许是一种“进化”,是适应文化潮流变化的一种机制和智慧。

William Cannon Hunter在谈及旅游表征(反排木鼓舞的舞台表演也是文化表征的一种)对东道主与游客关系的影响时,认为:

“旅游表征与经济社会力量相连,如旅游者和当地居民的文化认同、期望和经历错综复杂的交织在一起,使得界限模糊不清。东道主与游客之间的关系变得黯然失色,因为这一系列无形的文化表征影响了当地的社会现实。”^[8](P336)]

反排木鼓舞的观众不仅仅是旅游者,还包括反

排村寨自身的村民,在一遍遍舞台木鼓舞的强化下,下一代,或者下下代就认为此时变化了的舞台化的反排木鼓舞就是历史中祖先流传下来的反排木鼓舞,这究竟是好还是坏呢?如果不进行舞台化改进,可能多年之后,反排木鼓舞就消失在了历史的长河中,如果不断进行舞台化改造,此木鼓舞也就将不再是彼木鼓舞了。多年以后,旅游可能会成为我们生活的一部分,但生活已经改变。在新的社会语境和商业现象的影响下,文化展演会为我们提供别样的“真实性”。究竟是保留“原真性”还是“不断进化”,反排木鼓舞将何去何从?

五、如何保持原有的民族认同感

身份认同,其基本含义是指个人与特定社会文化的认同^[9]。少数民族在中国汉民族主体下是“内部的他者”(internal other),在中国5000年的历史中一直被认为是“夷”,是非主流民族,是他者。旅游开发过程中,在经济实力相对强大的汉民族和以政府为代表的汉文化的强势介入下,少数民族的民族认同问题势必会影响。彭兆荣提出旅游业的发展会“加速族群文化‘内/外’两种制度的产生”^{[10](P262)},形成民族内部“表层”和“里层”分化和裂变,表层文化就成为专门表演给客人看的,里层文化才是民族内部真正遵照执行的约束规则和秩序。另外一个引人注目的变化就是民族神圣物的世俗化^{[10](P263)},蕴含民族特殊文化价值的符号——民族神圣物,在旅游商品大行其道的影响下,一定会被制成旅游商品到处贩卖,如反排木鼓舞,“原来是跳给老祖宗看的”^[11],现在成了任何人花钱就可以看到的民族商业演出。“内/外”两种制度的分化和民族神圣物的世俗化,必定会在某种程度上影响民族认同感。神圣的符号变得不再神圣,沦为了世俗的商品,民族内核被剥去了神秘面纱,暴露在世俗的空气中,蒙上了铜臭味,神圣仪式的威严肃穆已一去不复返,用来凝聚民族内部的神圣仪式和神圣物都失去了往日光环,弱化甚至失去了聚敛和强化民族内部认同感的功能。

正如陈正府之前所了解到的,反排村村民为了迎合旅游者的猎奇心理,将自己“野蛮化”^[7],这正是缺乏

对自己身份的骄傲感和自豪感所致。经济利益固然重要,但在金钱的冲击下迷失自我岂不是更可悲。

六、结语

旅游是变化的一种中介,变化随时随地都会发生。但是村寨对这种变化的接受也是有限度的,旅游规划者、开发者和参与者一定要理解和正确评估旅游对当地生活质量、当地自然和文化及社会的影响。旅游开发也不是经济发展的救命草、万能药,不足以成为一方经济的核心,还是应该想方设法寻求经济多样性、产业多元化^{[12](P3-4)},千万不能“把鸡蛋放在一个篮子里”,到头来经济没有发展,居民们怨声载道,旅游开发的提倡者“搬起石头”反而“砸了自己的脚”,追求人类、自然、社会三者的和谐才是人类社会的生存发展之道。

〔参考文献〕

- [1][美] 尼尔森·格雷本著,赵红梅译. 人类学与旅游时代[M]. 桂林:广西师范大学出版社,2009.
- [2]何景明. 边远贫困地区民族村寨旅游发展的省思——以贵州西江千户苗寨为中心的考察[J]. 旅游学刊,2010,(2):59-65.
- [3][加] 芬内尔著,张凌云译,生态旅游,北京:旅游教育出版社,2004.
- [4]<http://news.tom.com/hot/xingbake>. 2010-9-22.
- [5] Donald Getz, Event tourism: definition, evolution, and research, Tourism Management, 2008,(29):403.
- [6][美] 史密斯(Smith, V. L),张晓平译. 东道主与游客——旅游人类学研究[M]. 昆明:云南大学出版社,2002.
- [7] 陈正府. 谁是反排木鼓舞的主人翁——从反排木鼓舞艺术的发展来看反排文化的主体性[J]. 原生态民族文化学刊,2009,(3):101.
- [8] William Cannon Hunter, Rukai indigenous tourism: Representations, cultural identity and Q method, Tourism Management, 2011,(31):336.
- [9]<http://baike.baidu.com/view/5794719.htm>. 2011-9-22.
- [10] 彭兆荣. 旅游人类学[M]. 北京:民族出版社,2004.
- [13] 陈正府. 象征与阐释——一种解读反排木鼓舞文化隐喻的角度[J]. 民族艺术研究,2008,(3):77.
- [15][英] 克里·戈弗雷,杰基·克拉克著,刘家明,刘爱利译. 旅游目的地开发手册[M]. 北京:电子工业出版社,2005.

[责任编辑:陶爱新]

Thoughts about tourism development of ethnic minority village in Guizhou ——fangf bil village as an example

WANG Jun, MA Jing

(College of Humanities, Guizhou University, Guiyang 550025, China)

Abstract: With extraordinary lure of profit, many places in southwest part of China begin to develop tourism industry, hoping that they can also make profit though it. Fangf bil Village, Taijiang, Qiandongnan Province, is one of those followers. The government is over optimistic about the development of tourism, lack of specific planning and market investigation. Whether do it or not, it's hard to decide. What the government and researchers concern is the social problem and contradiction after the developing action. This article tries to explain those problems from the view of tourism anthropology, and hopes that it's a kind of help for the planners and participators of tourism.

Key words: ethnic identity; authenticity; profit - sharers; tourism anthropology