

·民族传统体育·

## 少数民族传统体育的发展与旅游开发构想

李凌<sup>1,2</sup>

(1.华南师范大学 体育科学学院, 广东 广州 510006; 2.四川师范大学 体育学院, 四川 成都 610068)

**摘 要:** 通过对民族体育商品化与文化真实性的探讨, 对当前日益高涨的资源开发热潮提出质疑。民族传统体育作为民族文化的重要载体, 与民族文化的传承与发展息息相关。基于人类学对民族文化的认识和理解, 借鉴和运用人类学“舞台真实”理论, 审视少数民族传统体育的旅游开发, 有利于用更加长远的眼光和多维的视角把握少数民族体育的文化遗产与现代发展的关系, 以符合生态文明的时代要求。

**关 键 词:** 民族传统体育; 民族文化; 资源开发

**中图分类号:** G895 **文献标识码:** A **文章编号:** 1006-7116(2010)06-0089-04

### On the development of traditional minority national sport and the ideas for tourism development

LI Ling<sup>1,2</sup>

(1.School of Physical Education, South China Normal University, Guangzhou 510006, China;

2.School of Physical Education, Sichuan Normal University, Chengdu 610068, China)

**Abstract:** By probing into the commercialization and cultural trueness of national sport, the author raised questions about the ever increasing enthusiasm for resource development. As an important carrier of national culture, traditional national sport is closely related to the inheritance and development of national culture. Contemplating the tourism development of minority national sport based on the anthropological recognition and understanding of national culture and by referring to and applying the “stage truth” theory in anthropology, is conducive to grasping the relation between the cultural inheritance and modern development of minority national sport with a broader vision and from a multidimensional perspective, so as to meet the time requirements of ecological civilization.

**Key words:** traditional national sports; national culture; resource development

作为非物质文化遗产的少数民族传统体育, 记载着各少数民族的生活方式、思维习惯、信仰崇拜及民间习俗等, 是民族传统文化和民族精神的“活”的记忆。我国是多民族的大家庭, 55个少数民族创造了绚烂多彩的民族文化, 其中, 内容丰富、形式多样的传统体育活动是民族文化中的璀璨明珠。但是, 在工业化、全球化的时代背景下, 代表西方文明的现代体育强势进入, 使我国传统体育在压迫中逐步衰微。关于少数民族传统体育的保护与发展研究, 目前, 国内的大多数学者都持“开发”发展观。“体育文化搭台、经贸旅游唱戏”的开发模式似乎是少数民族传统体育的主要发展途径<sup>[1-5]</sup>。走旅游资源的开发道路是否就是理

想模式呢? 在旅游开发中如何实现经济效益与文化保护的整体和谐? 本文从人类学的视角探讨少数民族传统体育的发展与旅游开发的关系, 希冀为保护和发展多元体育文化遗产提供多维视角和理论支撑。

### 1 民族传统体育文化的商品化

我国的大部分少数民族都聚集在地理位置相对偏僻, 交通、信息较为闭塞, 经济也不够发达的地区。正是由于这种相对封闭的生存环境, 保存了延续数千年的较为原始自然的物质生活和精神世界, 各种身体运动和身体游戏在传统的宗教祭祀、休闲娱乐、节日庆典中传承至今。少数民族文化的“奇风异俗”是吸

收稿日期: 2009-12-21

作者简介: 李凌(1978-), 女, 讲师, 博士研究生, 研究方向: 体育人类学。

引游客前往贫穷边远地区旅游的动力,这就形成了市场经济的供需关系。将迷人的民族文化资源开发成旅游产品,打造民族旅游产业成为许多少数民族地区发展经济的重要途径。民族文化的旅游开发就是将文化资源进行商品化包装,搬上供游客观赏、体验参与的表演舞台,民族文化的旅游产业化也就是民族文化的商品化过程。

民族文化大致可以分为器物 and 风俗两大类<sup>[6]</sup>。以身体游戏和运动为表现形式的民族传统体育应该划入风俗范畴。现代旅游是商业活动,是以买卖方式使商品流通的经济活动。我们以云南彝族的“阿细跳月”为例,分析民族体育成功商品化的过程。阿细人是彝族的一个支系,主要聚居在云南省弥勒、路南、泸西、丘北、宜良等县。在悦耳的口哨声引导下,吹起清脆的黄竹笛,男子弹拨起大三弦,女子则双臂左右摆动,按节拍击掌,同时,换脚跳3步,空中蹬3脚,舞蹈始终保持跳跃状态,由6拍组合成的这种“3步弦”,是阿细人在“火把节”时所特有的欢庆活动。由于这一活动多在月光下起舞,后就被人们称为“阿细跳月”。“阿细跳月”是历届云南省少数民族运动会的表演项目,并登上全国少数民族运动会的舞台。云南省弥勒县可邑村是彝族支系阿细人重要的聚居地,至今已有300多年历史。作为“阿细跳月”的发源地,可邑村于2001年起,开发了以“阿细跳月”为主打招牌的民俗旅游。可邑村人将原本在节庆时分才开展的“阿细跳月”进行精心整理、加工,在县歌舞团等专业舞蹈老师的指导下,编排了“迎寨舞”、“欢送舞”、“舞台舞”等表演节目,为游客展示“阿细跳月”的激情和欢愉。标准化批量生产的“阿细跳月”成为可邑村旅游销售中最核心的文化商品。类似的还有贵州凯里市雷山县的朗德苗寨和西江千户苗寨的“跳芦笙”表演,云南石林县城及长湖镇维则村的斗牛、民族式摔跤表演等。民族传统体育一旦被包装成为文化商品后,打包移往他处也变得容易了,散落在乡村山野的民族传统体育登上了县城广场或风景区内的大舞台。阿细人的传统“跳月节”本是每年的阳历4月8日才举行,但为适应旅游市场的需要,红河州政府将每年的8月7~9日法定为“中国·弥勒阿细跳月节”<sup>[7]</sup>。为市场需要制作商品无可厚非,这是民族文化商品化后不得不接受的市场准入条件。

1865年,世界上首家旅游从业机构“托马斯·夸克父子公司”在英国注册成立,这是现代旅游诞生的重要标志。现代旅游的基础是工业资本主义带来的社会生产力和结构的变化。从精英阶层向平民大众普及的旅游也如同其它现代产业一样,其运行方式是

在新的工业制度中进行的。民族旅游业的兴起,从根本上说是众多的民族文化、民族生存方式进入世界工业体系的轨道。工业化制造的民族文化成了流水线上的一件件标价商品,公开出售。文化是民族的灵魂和根,是民族身份认同和民族识别的表征。出卖文化就犹如出卖灵魂,一向都被看作是十分卑劣的行径,但在市场经济的商品社会,文化的商品化和产业化却成为发展经济的重要手段。每天为游客“跳月”的可邑村人,跳出了贫穷,跳进了社会主义新农村,跳进了少数民族文化生态示范村。但对批评家来说,它是民族文化被“迪斯尼化”和“麦当劳化”,是强迫进入现代制度被重新编码、快餐化的过程。其结果是丧失原有的文化功能和真实性,伪文化产品充斥市场,原生文化遭到致命的打击和破坏。许多被包装进入少数民族运动会的体育项目,与在原生地的形态完全不同,甚至在原生地已经消亡,令人无比惋惜痛心。

## 2 民族传统体育文化的真实性

现代游客外出旅游,其目的是要体验“他者”生活、习俗、传统、仪式等,而这一切的前提必须是“真实”的。没有哪一个游客会说要看假的东西。因此,文化商品化是否会破坏文化的真实性成为学界争论的热门话题。“领略古老纯朴的民族风情,感受原汁原味的阿细文化”这是可邑村旅游宣传中使用最为频繁的词句。游客们不远千里去到民族地区旅游,最重要的就是去体会“原汁原味”的异族文化。国外研究者通过多年的研究,将旅游者参与民族文化旅游的动机归纳为以下3种:怀旧、体验差异、对真实性的追求<sup>[8]</sup>。当工业化和商业社会对物质和精神注入了过多非自然的东西时,人们自然而然就有了回归原初意识和需求。

真实、原汁原味的“阿细跳月”应该是节庆时分才能看到的集体欢娱。当游客在村寨中随时可观赏到的跳月表演,又怎能与“原汁原味”的民族划上等号呢?真实的文化应该是民族内部代代相传的传统遗产,淳朴而自然天成,无矫饰与伪装,是民族灵魂的根基所在<sup>[9]</sup>。当由祭火跳月、男女求偶等众多文化内涵交织而成的网络中被剥离出来的阿细跳月,仅以最表浅的活动形式加工、改编成旅游舞台上的节目时,它还是“真实的”阿细跳月吗?像一些被打包移植至风景区进行常年表演的摔跤、斗牛、爬刀山、跳竹竿舞,不仅脱离了原生文化的所有功能,还与原生地也逐渐脱离了关系。失去文化母体的体育活动只剩下花枝招展的僵硬躯壳。文化的商品化就意味着被重复、被炒作,被传承的只是附着在真实文化上的虚幻表层。

真实的传统文化应该是从一代传到下一代，与本民族的生活及环境息息相关，是构成民族识别的特征。真实文化加上传统，即原生文化的观点却受到了文化变迁理论的冲击。任何文化都处于一种恒常的变迁之中，传统文化不是一成不变的，而是不断发展和变化的<sup>[10]</sup>。将民族传统体育推上商品经济的舞台，是传统体育文化适应当今时代的创新之路。积极进行民族传统体育的商品化、产业化，在快步进入市场经济大潮的征途中焕发出生命活力，产生现实的经济价值。学者高呼，鼓动着人们对金钱的渴望、对创新的激情。那些经过精心设计和改变后站上舞台，比“真实还真实”的民族传统体育活动，也成功吸引了众多游客的目光和钱包。例如，2009年5月举办的首届贵州黔东南民族体育旅游节吸引了7万余人次参与。因此，有学者认为：以适应市场需求而加工改良的传统体育文化商品化，可以被看作是少数民族文化的时代变迁。既然世界上没有恒定不变的现象和事物，将“为神灵”、“为自己”而进行的演出，加工成“为他人”的表演，也就是一种顺应时代潮流的文化变迁。而人类学文化变迁理论的关键是，如何在变化中保持住民族文化的“根”。

### 3 舞台真实与民族体育文化

许多民族传统体育文化被商品化后，即从原生地人们的茶余饭后、节庆风俗中脱离开，登上面向外地游客的表演舞台。演员们在“后台”精心准备节目，在“前台”进行演出。舞台上下有着不同的两种人，提供文化商品的演员和购买文化商品的观众。美国社会人类学家马康耐根据多年对民族旅游开发问题的研究，提出了“舞台真实”理论。民族传统文化商品化后，以旅游产品的形式被当作“真实”搬上舞台，向游客展示。游客看到的只能是“真实”的前台表演。向游客展示经过加工和提炼的阿细跳月舞、朝鲜族秋千和跳板、蒙古族摔跤……虽然与原来有较大的改变，但他们仍保留了其基本内容和形式，将民族文化的精髓展现给来自国内外的众多游客。遵循“实践理性”范式的人类学家将舞台上的民族传统文化视为“象征性真实”，而强调保持原始形态的“客观真实”遵循的是“文化理性”的范式。民族地区旅游开发中反复被提及的“原汁原味”，应该只是一种带有象征性真实的东西。舞台的真实来源于现实生活中的真实，现实生活的真实即是民族体育旅游舞台的“后台”。“后台”是维持传统体育活动的民族文化功能与价值的“保留地”。传统体育活动可以作为旅游产品搬上舞台，但维护“后台”的完整性和客观真实就必须将外来者限制

在“前台”，传统体育文化才会免遭破坏。由此，我们对民族传统体育在旅游开发中，“前台”的定义为带有一定商业利益、为游客进行专场表演的展示形态；而“后台”的定义为融入原生地群众的日常生活或民俗节庆中，而非商业性的展示形态。

对于已经加工成日常性表演的传统体育，如可邑村的阿细跳月，在实现旅游开发的成功后，村人是否还在传统的节庆时分继续跳月才是保持传统文化之“根”的关键。像苗族独木龙舟、侗族抢花炮，这样大型的民族传统体育活动尚难以加工成日常性的旅游产品，“龙舟天天划、花炮天天抢”，在原生地还不太可能。在原生地一年才举行一次的划龙舟、抢花炮是民族隆重的节庆仪式活动，虽然近年来也吸引了不少外地游客前往观看，欣赏到了民族文化精彩的“前台”表演。“后台”的神秘仪式、传统风俗并没有向大量游客开放，因此较好维持了“客观真实”。对于一些执着探寻“客观真实”的外来者，如研究学者、民俗摄影家、旅游宣传策划人员却挤进“后台”刨根问底。对于这些进入“后台”的特权人员严格遵守人类学田野工作的方法原则，自己只作为旁观者，决不能参与其中或任意改变调查对象的意志和行为，否则将给调查对象带去麻烦和破坏传统文化。如苗族独木龙舟的下水仪式，是由每个苗族村寨唯一的巫师在半夜秘密进行的，就连参与划龙舟的普通划手都难得一见。近年来，迫于改革开放的需要，神秘“后台”向特权阶层开放了。包括研究者在内的一切外来者必须认识到保护“后台”的完整性对于维系民族传统文化的重要性，尽可能的不进入“后台”是游客的职责，保护“后台”是研究者和政府的职责。同时，也要让原生文化的持有者认识到这一点，对民族文化的传承尤为重要。

### 4 结论

根据人类学“真实舞台”理论，我们需要重新审视少数民族传统体育的资源开发问题。面对当前“以利为本”的经济浪潮下，迫不及待地民族传统体育推上商品经济的舞台，其前景不容乐观。至今为止，国内称得上成功开发的案例屈指可数，众多由政府主办的少数民族传统体育旅游节几乎都是昙花一现。对待少数民族传统体育的资源开发问题，需要更加冷静和慎重。大多数的民族传统体育都是以身体运动作为表现物质生活及精神生活的一种文化载体，是蕴含着丰富民族文化意蕴的社会活动形态。特别是一些仪式性的体育活动，如苗族的“划龙舟”、侗族的“抢花炮”、纳西族的“东巴跳”、白族的“绕三灵”、布依族的“丢花包”等。这些仪式性的活动或是民族传统祭祀，或

是男女青年择偶和集会式的人际交往,或是集各种现实意义和象征的综合性节日庆典,这种非日常性的文化活动是一种当地生态文化圈内的产物。如果对其进行抽丝剥茧式的加工和改造后搬上舞台,必然导致这种体育文化活动的“原生细胞”死亡。这类带有神圣文化内涵的活动项目不能随意开发为旅游商品,更不能加工为可重复表演的舞台商品。在仪式不受外界干扰的情况下,可对外开放“前台”供外来游客参观。

“舞台真实”将外来者置于旁观者的位置,而不进入仪式活动的文化内核部分。仪式并不是为游客而进行的表演,保护仪式“后台”的神秘性和排他性,才能保持少数民族体育文化的原生价值。

文化本身是动态发展的过程,那么民族体育文化也就不可能是一个静态的恒定事物,它也必然会随着时代、社会的变化而发展。但是,文化的“真实”意味着文化的某些本质特性,即文化的“根”。如果民族文化的“真实”也成为满足利益需求而不断动态变化,那么,民族的特性和“根”也就随风飘散了。全面发展民族文化有助于保证文化范畴的最高、最富于智慧和最永恒的理想、价值观和原则被摆放在发展过程中的中心位置<sup>[11-15]</sup>。认识文化商品化与文化真实性的相互关系,用“舞台真实”理论指导少数民族传统体育的资源开发,有利于我们用更加长远的眼光和多维的视角对待少数民族体育的可持续发展,以符合生态文明的时代要求。

### 参考文献:

- [1] 杨建设. 中国传统节日体育的功能及发展趋势[J]. 西安体育学院学报, 2009, 25(2): 194-197.
- [2] 饶远. 旅游人类学视角下的民族体育资源开发研究[C]//国际人类学与民族学联合会第16届世界大会体育人类学分会论文集, 昆明, 2009: 171-178.
- [3] 杨放, 何江川. 广西民族传统体育产业化市场定位与秩序对策研究[J]. 西安体育学院学报, 2006, 23(2): 52-54.
- [4] 饶远. 云南体育产业发展研究[M]. 昆明: 云南科技出版社, 2000.
- [5] 张基振, 虞重千. 中国民间体育保护与发展实践论[J]. 上海体育学院学报, 2007, 34(6): 22-25.
- [6] 林耀华. 民族学通论[M]. 北京: 中央民族学院出版社, 2003: 270-271.
- [7] 佚名. 中国·弥勒首届阿细跳月节开幕[N]. 红河日报, 2009-08-07.
- [8] 纳什[美]. 旅游人类学[M]. 宗晓莲, 译. 昆明: 云南大学出版社, 2004: 67-68.
- [9] 哈维兰[美]. 文化人类学[M]. 瞿铁鹏, 张钰, 译. 上海: 上海社会科学院出版社, 2006: 45-46.
- [10] 克莱德伍兹[美]. 文化变迁[M]. 施惟达, 译. 昆明: 云南教育出版社, 1989: 190-191.
- [11] D·保罗·谢弗[加拿大]. 经济革命还是文化复兴[M]. 北京: 社会科学出版社, 2006: 354.
- [12] 史密斯[美]. 东道主与游客: 旅游人类学研究[M]. 张晓萍, 译. 昆明: 云南大学出版社, 2007.
- [13] 倪依克. 民族传统体育的振兴与文化创新[J]. 体育学刊, 2004, 11(1): 60-61.
- [12] 颜绍沪. 走近主流文化的历程——少数民族传统体育研究之一[J]. 成都体育学院学报, 2005, 31(1): 5-8.
- [13] 胡小明. 中国少数民族传统体育的文化多元价值[J]. 体育学刊, 2007, 14(8): 5-9.
- [14] 彭兆荣. 民族志视野中“真实性”的多种样态[J]. 中国社会科学, 2006, (2): 125-138.
- [15] 宗晓莲. 布迪厄文化再生产理论对文化变迁研究的意义——以旅游开发背景下的民族文化变迁研究为例[J]. 广西民族学院学报: 哲学社会科学版, 2002, 25(3): 22-25.