
襄阳节日民俗与旅游互动发展的研究

——以穿天节为例

黄志毅 何珍¹

(湖北文理学院 资源环境与旅游学院, 湖北 襄阳 441053)

【摘要】: 以穿天节为例,在对节日民俗来源、文化内涵、发展过程中存在的问题分析基础上,对襄阳节日民俗与旅游的互动发展做相关研究。

【关键词】: 襄阳穿天节 民俗旅游 互动发展

1 穿天节的来源

穿天节是襄阳本土节日中非常具有代表而且流传甚广的节日民俗,它是在我国北方流传的与女娲补天有关的“天穿节”基础上,加上襄阳独特的自然地理位置和汉水女神的爱情神话传说,融合之后所形成的襄阳本土节日,有着其特定的节日习俗。

关于穿天节的文献记载,宋代庄绰《鸡肋篇》中描述“襄阳正月二十一,谓之‘穿天节’云交甫解佩之日,群中移会汉水之滨,倾城自万山。泛彩舟而下,妇女于滩中求小白石有孔可穿者,以色丝贯悬插于首,以为得子之祥。”这里明确记载了穿天节的时间、地点、活动形式、活动内容以及原因,其中非常重要的一项是汉水女神解佩珠赠郑交甫“以石定情”的爱情神话传说。

2 穿天节的文化内涵

旅游活动中,旅游的主体、客体、介体之间大都以客观的物质形式存在,而旅游的本质——文化则是以精神形式存在。同样,在民俗活动中,民俗是客观存在的肉体,文化则是其灵魂,民俗活动是文化的表现形式。中国的传统节日文化是一个内容丰富、体系完整的系统,包括精神层面、物质层面、行为层面,这三个层次之间是有机统一的,物质和行为构成了精神的载体,精神是其二者的外延。因此,文化内涵对于节日民俗而言有着非常重要的作用。对于穿天节而言,其文化内涵主要是有三个方面。

2.1 对美满婚姻爱情和幸福生活的向往

穿天节在古代主要是女性的节日,划船采石、祭祀祈福、寻找爱情。女子们找到穿天石后“悬插于首,以为得子之祥”。襄阳古代是汉民族的聚居之地,对于石头有着深厚的信仰崇拜,认为石头可以逢凶化吉、保人平安、驱除邪祟,而有孔的石头和彩色丝线结合,形似蕙苕,以为阴阳之和,象征繁衍子嗣。其次,这天男女们来到江边,以石问情,祈盼汉水女神能够赐下姻缘。

2.2 对神秘浪漫精神的追求和文化认同

作者简介: 黄志毅(1997-),男,湖北襄阳人,湖北文理学院资源环境与旅游学院旅游管理18级学生;何珍(1981-),女,湖北襄阳人,湖北文理学院资源环境与旅游学院副教授。

基金项目: 湖北文理学院学科开放基金资助项目 XK2019017。

襄阳地处汉江中游,战国时期属楚地。由于独特的地理位置和信仰,使得楚地充满了浪漫主义和神秘色彩。“汉有游女,不可求思”,汉水女神的形象在这里诞生,并逐渐人物化、形象化,与交甫有了爱情传说,穿天节也被赋予了更加鲜明的神话色彩,伴随着神话传说而来的民俗活动经过几千年的不断丰厚,所产生的价值规范、信仰习惯、民俗活动也逐渐得到了认同。

2.3 对天人合一构建幸福社会的期待

交甫是人,汉水女神是神,他们以石定情,表达了天人合一,人与自然和谐相处的美好生活。每年节日盛会期间,城中男女共赴万山,踏春采石。这一天,夜不闭户、城不宵禁,共同庆祝节日,这对于人们而言是幸福和欢乐的,也是对和谐安定、幸福社会的期盼。

3 襄阳节日民俗“穿天节”发展中的问题

3.1 “穿天节”的规模扩大,但影响力有限

2006年2月18日,在民俗学者的努力下,中断了900余年的穿天节得以延续,在襄阳汉江边举办。但由于人们对穿天节的认识了解不足,参与者仅300多人;2007年3月10日,由襄阳总工会等主办的第二届穿天节在鱼梁洲举办,活动由于得到了工会以及新闻媒体的支持,并且加入了青年男女的婚恋问题,参与人数达到1400多人。2006年到2019年的15年间,襄阳一共举办了14届穿天节,活动主题也从最初的“感恩母亲河”“工友一家亲”到“共建新襄阳”“放飞汉江梦”。截止到2018年,据旅游部门统计,穿天节活动近20万人参与,2019年,襄阳市又邀请汉江流域14所地级市共同参加穿天节活动,人数再创新高。虽然近几年参与人数增多,但由于活动单一、推广不足等诸多原因,参与人员多是本地人员,影响力有限,知名度不高。

3.2 “穿天节”节日民俗流于表面形式,旅游开发缺乏深层次的文化内涵

穿天节在发展过程中,人数虽然不断增多,但文化的发掘不够深入。穿天节立足于汉水女神的传说,有着深厚的文化意蕴。但在与旅游融合发展过程中,缺少纵向探索,文化内涵传承传统的采石、郊游、人与自然等主题,旅游产品的开发也是以穿天石、民俗特产、传统舞台表演为主,缺少创新,对旅游发展和产品开发的深度不够,节日活动流于形式。

3.3 穿天节具有很强的时空不确定性

首先是空间的不稳定性,14届穿天节的举办,一共换了七个地点,其中一年,甚至在城区设置四个活动会场,没有一个固定举办场所;其二是时间的不稳定性,一是穿天节每年恰逢工作日,二是活动持续时间一至七天不等。

3.4 穿天节节日民俗旅游品牌缺乏创新,品牌竞争力较弱

作为襄阳本土节日民俗,品牌知名度和影响力有限。虽然连续几年举办多届活动,但作为节日民俗旅游品牌在省内、国内竞争中仍处于弱势地位。活动虽然不断丰富,在过去几年有所创新,但就整体而言,创新力度不足,品牌效应有限,难以充当很好的旅游吸引物,发挥其旅游吸引功能。

4 襄阳节日民俗与旅游互动发展的对策

4.1 加强节日民俗研究,提高旅游品味,提升旅游产品文化内涵

节日民俗旅游的最大竞争力在于具有文化内涵,在开发节日民俗时,要纵向发展,深度发掘其文化内涵。传统的节日民俗,在

固有的文化内涵基础上加入时代特征,融合旅游发展理念,提升旅游品味,对于其发展来说是十分重要的。就穿天节而言,以人与自然、求子祈福的内涵为底蕴,以汉江石为载体,延伸穿天石所包含的现代意义,开发相关活动以及旅游产品,提升文化内涵,赋予其现代的价值观念。

4.2 节日民俗旅游的发展要打破时空不稳定性,构建旅游场域

旅游场域空间的形成是全方位、全要素资源整合的过程,政府企业发挥着重要作用。它需要一个相对固定的场所。以襄阳龙舟节为例,每年都会在东津唐白河水域举行盛大比赛,逐渐形成规模,在汉江流域颇具影响力。对于穿天节而言,将北达汉江、南临襄隆景观大道、西接隆中风景区,毗邻襄阳城区,地理位置优越的万山作为民俗节日旅游活动地,有利于最大限度发挥旅游集聚效应,提升旅游吸引力。空间上解决“十三年七地”的流动性,为品牌宣传和树立奠定基础。

穿天节作为襄阳重要的民俗节日,适逢这一天,大都是工作日,就是想参加也有心无力,因此政府应该大力弘扬,探索将每年正月二十一这天作为襄阳市法定节假日和周末之间进行人性化的调休,激励更多人参与到这场活动中来。穿天节作为民俗节日,有很强的时间性,过了这一天,就失去了节日的味道,如何让穿天节在旅游场域中发挥旅游功能,减弱时间短板?以万山为基础,以政府为引导,引进市场参与,打造穿天节旅游区,打破时间限制,优化穿天节旅游区民俗旅游的发展。

4.3 以全面思维构建节日民俗旅游品牌

“要想火车跑得快,全靠车头带”,节日民俗旅游品牌就是火车头,而品牌的建立需要旅游吸引物、社会、政府、媒体各要素之间齐发一力,这样才能真正的构建出良好的、具有影响力节日民俗旅游品牌,提升其品牌形象、增加其品牌价值。

4.3.1 品牌构建需要丰富其吸引力要素。

提高吸引力要素,增强游客的参与性,把游客吸引进来,通过口碑效应,从而创造、构建和传播节日民俗旅游品牌价值。襄阳穿天节活动内容虽然丰富多样,但多局限于采石、民俗展览、歌舞表演等传统形式,难以具有较强的吸引力,借助旅游场域空间,以穿天节旅游区为依托,打造“三区四园”模式。即穿天节民俗区、襄阳传统民俗区、展览演艺区,在三园的基础上,建设汉水女神爱情主题园、汉江石园、祭祀信仰园、文艺园等。利用园区所处的独特位置,学习借鉴民俗实景演出经验,打造以郑交甫与汉水女神为主题的实景演出,创作舞台实景化的剧目,编排汉江女神的戏剧,创作一批优质的旅游文化节目。

4.3.2 节庆旅游品牌的构建传播需要“多媒体”协同促进。

运用多种媒体形式传播节庆旅游品牌信息。基于穿天节而言,首先以穿天节为主题,以旅游区为载体,以政府网站、文化与旅游局网站、襄阳晚报、旅游杂志等多种方式为平台,牢牢抓住传统主流媒体这一形式,进行宣传,同时选择权威度较高、受众面较广的主流媒体,开展具有深度和广度的报道,提升知名度,打造旅游品牌形象;其次,在襄阳市及主要的客源城市以车体广告、LED屏、广告牌等户外传媒方式让受众了解穿天节,激发其旅游兴趣;再次,以网络为依托,制作穿天节旅游区VR视频、插画、宣传片等多种方式,发布优质内容,宣传推广穿天节。

参考文献:

[1](宋)庄绰.鸡肋编[M].萧鲁阳,点校.北京:中华书局,1983.

[2]梁中效.汉水女神考论[J].郧阳师范高等专科学校学报,2006(5).

-
- [3]周红萍. 襄阳穿天节非物质文化遗产的保护与传承[J]. 湖北文理学院学报, 2012(10).
- [4]魏平柱. 汉水女神的文化阐释[J]. 襄樊职业技术学院学报, 2007(1).
- [5]杜汉华. 襄樊穿天节考辨[J]. 民俗研究, 2005(1).
- [6]唐明生. “穿天节”属于襄阳考[J]. 湖北民族学院学报, 2013(4).
- [7]王璐. 《旅游与民俗的互动发展研究—襄阳“穿天节民俗旅游的文化思考”》[D]. 武汉:华中师范大学, 2012.
- [8]马永军. 襄阳“穿天节”的文化价值与社会意义[J]. 湖北文理学院学报, 2013(7).
- [9]李存英. 旅游节庆活动市场化运作探析[J]. 合作经济与科技, 2010(10).
- [10]朱运海. 襄阳文化旅游产品开发研究[J]. 襄樊学院学报, 2011(2).
- [11]傅才武. 石头崇拜与中华玉文化的形成[J]. 江汉大学学报:人文社科版, 2003(4).