

文学生活视野里的贵州民族乡村旅游发展研究

陈晓军¹

(贵州财经大学, 贵州 贵阳 550025)

【摘要】: 从人类学的角度来看, 旅游是一种到“异度空间”去体验差异的生活行为, 文学生活与之共通, 只不过后者的空间是虚拟的。一旦将文学作品中的虚构与想象坐实成地面布景和物品, 它就成为现实性的文学生活, 成为“文学旅游”。贵州丰富多彩的“放得下乡愁”的民族文学资源, 在下一步促进民族乡村旅游经济发展中, 必将发挥重要的文化资本价值, 因此有必要对贵州民族民间文学进行全面的梳理, 并结合游客期待开发打造。

【关键词】: 文学生活 文学旅游 乡村旅游

【中图分类号】 F592.7 **【文献标识码】** A

1 “文学生活”的创新性视野

新世纪以来, 对“文学生活”一语的理解和阐释, 经由了从传统书面文学研究话语向人类学话语的转变。有学者指出“文学生活”是人类学概念, 因此“应注意与特定的人群、地域及历史相结合”(徐新建, 2016)。“文学生活”从被等同于“阅读汉语文学作品的生活”扩展为一种生活实践, 得力于文学与人类学互动中的文学观的扩展。文学人类学的整体文学观将口头与书面文学打通, 并将眼光投向经由书面创作和口头文学延伸和再造出来的影视剧、虚拟游戏、地景物象、文化展演、节庆仪式、流行说唱等事象, 从而扩展了文学研究的视野。笔者曾经指出, 人类在虚构(文学)中行动(生活), 同时在行动(生活)中虚构(文学), “文学”与“生活”是人的“同一存在”的不同表述(2016), 基于此, 对“文学生活”的理解不仅指对书面文学的阅读, 还包含了丰富多彩的人们在参与上述活动中的生活体验。

从人类学的角度来看, 旅游是一种到异度空间去体验差异性的生活行为, 文学生活同样如此, 只不过后者的空间是虚拟的。然而, 一旦将文学作品中的虚构与想象坐实成地面布景和物品, 它就成为了现实性的文学生活, 成为了“文学旅游”。这些年来, “文化旅游”一直是旅游学的研究热点, 不过, 由于对“文化”一词的理解太过宽泛, 文学被当作文化的一个部分, 作为文化旅游核心部份的“文学旅游”一度被研究者所忽略。近几年来, 这方面的研究才引起关注。

从对文学生活的理解出发, 许多游客的旅游消费活动或旅游行为、旅游生活可以视作是文学消费的延伸和扩展, 仍属于文学生活的范围。从传统的文学生产的观念来说, 也是文学接受与文学消费的延伸。以中国的四大名著为例, 正是基于对文学作品阅读或影视剧观赏中产生的对孙悟空、梁山好汉、三国群英、红楼胜景的刻画和书写的想象与好奇, 西游城、梁山泊、赤壁、大观园才可能成为游客体验坐实其文学想象的有吸引力的景点。同样, 正是基于对鲁迅、茅盾、沈从文等作家和营造的文学空间的好奇, 绍兴、乌镇、凤凰因而成为了旅游景点, 文学资本转为成为有吸引力的文化品牌, 化为经济资本。对贵州而言, 出现了“仰阿莎”文化价值挖掘与文化品牌建设研究(吴佳妮, 2018)、基于乡村旅游的贵州郎德苗寨文化景观设计研究(李勇, 2018)、基于彝族历史名人资源的品牌符号形象识别设计研究——以奢香夫人为例(任文举, 2020)等研究成果。从文学生活的新视野出发, 无论是文学研究还是旅游研究, 都可以获得新的启示。因此, 从文学生活的视野出发思考贵州民族乡村旅游经济

作者简介: 陈晓军(1973-), 贵州大方县人, 博士, 副教授, 研究方向: 少数民族文学与文化遗产。

基金项目: 国家社科基金一般项目“传播学视野里的中国当代少数民族文学研究”(16BZW190)阶段性成果

发展，具有重要的理论和现实意义。

2 文学生活视野里的贵州乡村旅游经济发展实践

从文学生活的视野里来看，贵州在文学旅游方面的实践案例很多，下面仅取几个案例加以说明。

(1) 侗族大歌与“侗乡游”及“侗歌产业链”。在贵州民族地区旅游中，侗乡游乃是一个值得关注的热点现象。上世纪 50 年代以来，“汉人有字传书本，侗家无文传歌声”的侗歌民俗这一填补了西方人眼中东方“和声”空白的集诗、乐、舞蹈三位一体的文化事象就引起了各界学者的注意，包括侗族作家潘年英坚持了 30 多年的对侗族歌唱传统和侗家人生活的不断书写和宣传，引发了侗乡的观光旅游热。作为音乐文学的《隔山隔不难见面》《蝉之歌》《尽情欢歌》等美妙的侗歌吸引大量旅游到侗乡旅游。特别是在侗族大歌被联合国教科文组织以“民间文学”的类型纳入世界非物质文化遗产名录之后，黎平的肇兴侗寨等地吸引了大量游客，对当地的乡村旅游发展助力甚巨，被称为“侗乡第一寨”。2018 年央视春晚，肇兴侗寨的“万人侗族大歌”再次向全世界传播，年底登上了央视“魅力中国城”的榜单。据报道，2017 年肇兴侗寨所在的黎平县旅游收入达 38 亿元，2018 年实现旅游综合收入 48.8 亿元，2019 年全域旅游客流出现“井喷”。与此同时，凭借侗歌的知名度，当地人和有眼光的客商反“侗家食府”等饮食文化服务产业开办到成都、贵阳、南宁等城市，“侗歌产业链”带动了侗乡的就业和经济增长。

(2) 仰阿莎与“东方美神”打造。“仰阿莎”（为苗语人名，意为“水边的小姑娘”），原是贵州苗放口头史诗中的一个人物的名字，该史诗讲述一个叫仰阿莎的苗族美神和太阳、月亮之间的爱情故事，不少学者将“仰阿莎”作为民间文学、文学创作、民俗或文化文本来研究，国家和当地文化精英（下转 P67）（上接 P49）伍略等不断地把这个故事进行改编成剧本、小说、歌舞剧，推动了“仰阿莎”的经典化和“仰阿莎”的传播，让这个神话中的人物成为了“东方美神”。据调查，在黔东南有 10 个县（市）流传“仰阿莎”文化，如黎平县的纪德村、纪迫村、平寨村、乌朝村等苗族村寨就有 10 余名民间歌师能完整地唱诵“仰阿莎”。在“仰阿莎”流传的贵州剑河县，“仰阿莎”被作为一个当地的文化符号开发利用，出现了“仰阿莎湖”“仰阿莎大道”等，还有当地筹资数千万元打造高达 88 米的“仰阿莎东方美神巨像”引起人们的关注，并带动了当地旅游综合收入增长 20 多亿元。

(3) 奢香故事与古彝文化旅游。“奢香”是一个贵州彝族民间文学中被传说的人物，同时也是一个历史典籍上有记载的彝族女政治家。自新中国建立以来，奢香的故事就被改编成剧本，拍成在电影，成为全国知名人物形象。奢香墓得以重修，奢香博物馆得以建立。自 20 世纪以来，在旅游热的推动下，当地政府注意到这一文学资本的价值，出现了长篇电视剧本。2011 年 10 月，由欧阳黔森编剧的《奢香夫人》在央视播出，引发了人们对奢香及贵州古彝文化的好奇，“贵州宣慰府”和奢香古镇旅成为拉动大方经济发展的推手，2012 年，当地旅游综合收入达到 22 亿元。

3 结语

贵州丰富多彩的“放得下乡愁”的民族文学资源，在下一步促进民族乡村旅游经济发展中，必将发挥重要的文化资本价值。其一，包括民间口传故事在内的贵州多民族文学文化遗产，对促进全国各族人民心灵相通发挥着重要的作用，从旅游学的角度看，旅游者就是因体验差异而旅游，贵州的民族文学内含着吸引“他者”（即游客）的因子。应进一步挖掘贵州地方优秀民族文学文化资源的旅游、价值，促进人们加强情感联系，促进中华民族情感凝聚和提升文化软实力。其二，旅游文化吸引力和品牌的打造是一个长期积累的建设过程，奢香故事、侗族大歌、仰阿莎案例充分说明，地方政府的推动和打造十分重要。其三，上述文化生产实践看，文化和旅游融合发展中不能忽视地方文化和旅游机构的进一步融合，更要发挥省级政府在地方文化建设中的领导作用。其四，从文旅融合的角度来看，贵州有必要进一步对民族民间文学进行全面的梳理调查，并结合游客期待开发打造，发掘并打造一系列新的“文学旅游”景观，发挥多彩贵州的文化魅力。

参考文献：

-
- [1]徐新建. 多民族国家的文学生活[J]. 中外文化与文论, 2013(04).
- [2]陈晓军. “网络文学生活”探析[J]. 文化遗产研究, 2016(01).
- [3]钟进文, 徐新建, 汤晓青, 等. 中国少数民族文学生活: 多学科对话[J]. 文化遗产研究, 2016(01).
- [4]任文举, 郑磊, 高文香. 基于彝族历史名人资源的品牌符号形象识别设计研究——以奢香夫人为例[J]. 现代商业, 2020(20).
- [5]李勇. 基于乡村旅游的贵州郎德苗寨文化景观设计研究[D]. 华南理工大学, 2018.
- [6]吴佳妮. “仰阿莎”文化价值挖掘与文化品牌建设研究[J]. 贵州民族研究, 2018(4).