

民族传统体育

文章编号:1001-747 (2009)06-0699-05

文献标识码:A

中图分类号:G895

旅游人类学视野下的民族体育旅游可持续发展研究^{*}

姚鑫,卢塞军,王瑛

(贵州师范大学 体育学院,贵阳 550001)

摘要:旅游人类学视野下的民族体育旅游非可持续发展体现于文化涵化与变迁的异化、失范导致民族体育旅游非可持续发展;真实性的歪曲导致民族体育旅游非可持续发展,符号表征的片面单一导致民族体育旅游非可持续发展。为了促进民族体育旅游可持续发展,应当实现“工具理性”与“价值理性”的自觉融合,以文化本真作为建构民族体育旅游真实性的路径。

关键词:旅游人类学;民族体育旅游;可持续发展

Study on the Sustainable Development of National Sports Tourism From the View of Anthropology of Tourism

YAO Xin, LU Sai-jun, WANG Ying

(School of Physical Education, Guizhou Normal University, Guiyang 550001, China)

Abstract: From the view of anthropology of tourism the non-sustainable development of national sports tourism are reflected in some fields as following: the acculturation and alienation as well as anomie of culture lead to the non-sustainable development of national sports tourism; the distortion of authenticity of the national sports result in the non-sustainable development of national sports tourism, the one-sided exhibition of national sports lead to the non-sustainable development of national sports tourism. In order to promote the sustainable development of national sports tourism some countermeasures are putted forward as following: integrate “instrumental rationality” and “value rationality” consciously; construct path to the authenticity of national sports tourism base on culture authenticity; perfect symbols and experience of national sports tourism.

Key words: anthropology of tourism; national sports tourism; sustainable development

1 旅游人类学与民族体育旅游

旅游人类学(Anthropology of Tourism)融合了文化人类学、考古学、民族志、民族学、民俗学、社会人类学、语言学等学科理论与方法,对旅游现象进行综合考察^[1]。在旅游人类学视野下的民族体育旅游实质上就是在尊重当地民族意愿的基础上,将民族地区特有的民族体育及独特的地貌环境、民族村落社区背景通过民族体育旅游商品的形式展示给旅游者。旅游人类学虽然是综合性的研究旅游现象,但是其基本落脚点是分析和研究旅游中所存在的文化。民族体育旅游资源中核心是民族体育文化。在民族体育旅游开发的过程中,探寻采取什么样的方式保护、传承少数民族体育文化,维护民族体育文化的多样性及持续发展,重新认识并提升本民族体育的文化价值,寻求传统与现代的最佳结合点,旅游人类学提供了一个很好的理论平台。同时旅游人类学

也是分析旅游者动机的有效工具,以旅游人类学的视野来探视民族体育旅游者的旅游动机,能够设计出更适合旅游者口味的民族体育旅游产品,为民族体育旅游的市场开拓提供更好的理论依据。另外运用旅游人类学能够分析民族体育旅游给民族地区带来的社会、经济及文化影响的形成机制,从而能够指导发展民族体育旅游的各个主体兴利去弊,促进民族体育旅游可持续发展。

2 旅游人类学视野下民族体育旅游存在的问题

2.1 文化涵化与变迁的异化、失范导致民族体育文化多样性缺失

对民族体育旅游资源进行开发,吸引的是作为外来文化群体的旅游者,这些旅游者与民族体育所在当地的居民产生文化交流,有可能发生文化涵化

* 收稿日期:2009-05-24;修回日期:2009-07-10

基金项目:2008年国家社科基金项目(08XTY007)

作者简介:姚鑫(1959-),男,四川成都人,教授,硕士生导师,硕士,研究方向为体育课程与体质健康教育,E-mail:gzdyaoxin@126.com;卢塞军(1955-),男,贵州贵阳人,教授,研究方向为民族体育文化;王瑛(1957-),女,河北威县人,教授,研究方向为学校体育。

(Acculturation)现象。同时运用产业化手段对民族体育旅游资源进行开发也将可能导致产业化这一手段与促进民族体育可持续发展的目的之间的矛盾,从而形成民族体育文化变迁的异化与失范。

从旅游人类学角度来看,民族体育旅游资源的开发也是一种文化涵化的过程。文化涵化(Acculturation),也称文化同化,根据美国社会科学研究理事会的定义(SSRC),指由两个或更多的文化系统之间的联系接触所发生的变化^[2]。民族体育旅游开发地区一般而言都是我国中西部少数民族地区,大部分地方山高路远,交通不便,造成自然隔离,文化相对落后。外来旅游者往往来自经济发达地区,其行为、态度、消费方式往往体现现代意识,成为一种具有示范效应(Demonstration Effect)的强势文化,对民族体育旅游地区的本土文化产生了强烈的影响,形成了对原生文化系统的扰动,导致处于弱势地位的民族文化向强势的现代文化的趋同,从而产生了文化“涵化”,造成本地传统文化的严重丧失。

另一方面,民族体育旅游开发造成民族体育文化变迁的异化(Alienation)与失范(Anomie)。文化变迁一般指的是由于文化自身的发展或异文化间的接触交流造成的文化内容或结构的变化^[3]。“在当代社会中,最常用来描述现代发生的社会文化变迁的词语,就是‘现代化’^[4]。现代化的要求使得民族体育选择产业化作为其文化变迁的路径,并谋求在这一过程中可持续发展的实现。民族体育旅游产业化的实质,是在适应社会主义市场经济的基本要求,符合现代旅游产业发展的基本规律的基础上,按产业的要求组织民族体育旅游的各种生产要素,发挥民族体育的旅游经济功能,形成民族体育旅游的良性循环发展的过程^[5]。孙家正在《人类口头与非物质文化遗产丛书》指出:“现代化进程的加快发展,在世界范围内引起各国传统文化不同程度的损毁和加速消失,这会像许多物种灭绝影响自然生态环境一样影响文化生态的平衡,而且还将束缚人类思想的创造性,制约经济的可持续发展及社会的全面进步”^[6]。民族体育产业化也可能导致产业化这一手段与促进民族体育可持续发展的目的之间的矛盾,即作为保护、传承民族体育手段的产业化有可能对民族体育形成现代化破坏。在实践中,民族体育通过产业化转变为一种可供多次消费的文化产品,有可能褪去异质化、个性化、特色化的民族文化底蕴,而逐渐沦为一种同质化的大众文化,进而抹杀民族体育的文化多样性。

2.2 民族体育旅游真实性缺失

民族体育旅游可持续发展的基础是秉持真实性

的原则,将民族体育旅游作为一种旅游者对民族体育“真实符号的收集”的经历与过程。但是在实际运作中民族体育的真实性往往被歪曲从而导致民族体育旅游非可持续发展。

真实性(Authenticity)作为旅游人类学研究中探讨旅游动机、旅游经历的核心概念,于1973年由MacCannell在其著作中首次阐述。根据这一理论,民族体育旅游中的大多数经历都属于民族体育旅游场域中“舞台真实”的经历。民族体育旅游活动中的旅游者可见、可游的空间范围是“舞台”的“前台”(the Front Stage),而“后台”(the Back Stage)就是民族体育旅游地区当地居民真实的生存生活空间。理想的民族体育旅游应是“后台”精心准备、巧妙构思展现民族体育“真实”,同时也能制造出旅游者所向往的民族风情体验的过程。

民族体育的舞台真实源于现实生活中的真实,但展现在旅游者面前的民族体育的“真实性”不完全等于原生性或原始性。对民族体育进行“真实性”的加工与创造,从而使原生民族体育显得更加宜于接受。这样不仅使旅游者认可该产品的真实性,从而满足旅游的愿望,而且会不断地为当地民族体育注入新的活力,使其成为当地人在外来公众面前的自我表征(Self-representation),从而增强民族自豪感,有利于对当地文化的保护。但许多民族体育旅游项目的开发,没有充分挖掘丰富的民族体育历史文化内涵,也未充分借助孕育和产生民族体育独特个性的当地生态环境与民族村落的社区背景,只是将民族体育置于空间范围狭小的现实舞台之上进行单调、刻板的文艺性表演。同时某些开发者为牟利往往不顾当地民族体育本真与特色,或是根据其想象或为满足旅游者的猎奇心态任意编造、添加、拼凑一些甚至当地根本不存在的民族体育的构成元素;或是脱离民族体育应节庆表演的时域界限;或是民族体育项目设置大同小异,难以体现地域特色,引起旅游者的审美疲劳或反感,并形成“人造”的感知印象。因为旅游者体验到的并非真正的民族体育旅游产品,其结果自然是导致“头回客”难以成为“回头客”,旅游者满意度不高,复游率极低,进而造成民族体育旅游非可持续发展。

2.3 民族体育旅游表现单一

民族体育旅游要获得旅游者的认可,必须要将作为本民族文化符号表征的民族体育完整而全面的展现在旅游者面前,满足旅游者对民族体育“他性的渴望”^[7],即满足旅游者对求新求异的心理需要。现实中所存在的民族体育文化符号表征的片面单一导致了民族体育旅游难以可持续发展。

从理论上讲,民族体育旅游地的民族体育文化越是异质,文化内涵的表征越是鲜明越能吸引旅游者。我国的民族体育不仅内容多样,而且形式也各有千秋,因而各个民族的体育文化符号体系也是多样迥异的。不仅有直观的物质符号体系,比如侗族花炮、壮族香火球、土家族金钱杆等等,而且还有好多是社会制度化的符号体系,比如纳西族的“格姆古节”、彝族的“火把节”、苗族的“踏山节”、土家族的“打春节”、羌族的“青苗会”等各个少数民族的各种体育节日,以及一些特殊的体育仪式等,这些节日与仪式充分展示了各个民族特有的文化习俗,蕴含着不同层次的文化内涵。在长期的历史演进过程中各个民族都形成了自己民族体育完整的符号与结构体系,如果去掉其中的任何一个构成要件就会破坏其整体性的结构,对其符号表征与文化特质形成结构性的破坏。目前在民族体育旅游开发过程中,往往对民族体育的文化内涵挖掘不够,只是对民族体育文化的物质形式符号进行标签挖掘与粗陋加工,对于社会制度化的民族体育符号体系文化形成的心理内涵、民族性格等或是忽视或是提炼不足。导致很

多具象体育文化符号都已不再呈现强烈的地方特色,同时由于单一容易对于民族体育文化的整体性结构造成破坏形成认知片面和误读。难以使旅游者真正感受 and 了解地域与文化差异,无法提升民族体育旅游活动的品质。

3 民族体育旅游可持续发展的思路及对策

根据前文分析,研究认为民族体育旅游发展回归可持续发展,必须注重三个方面的问题。其一是目的和手段的和谐统一,这是民族体育旅游回归到可持续发展的目标基础;其二是民族体育真实性的合理选择问题,由于民族体育真实性是民族体育旅游发展的基础,为此必须对民族体育的真实性进行合理选择,这是民族体育旅游回归到可持续发展的理论基础;其三是构建完整的民族体育符号体系。必须完善民族体育旅游体验和符号体系,这是民族体育旅游回归到可持续发展的实践基础(见图 1)。将目标基础、理论基础、实践基础规整为一个总体的思路才能促进民族体育旅游回归到可持续发展的道路上。

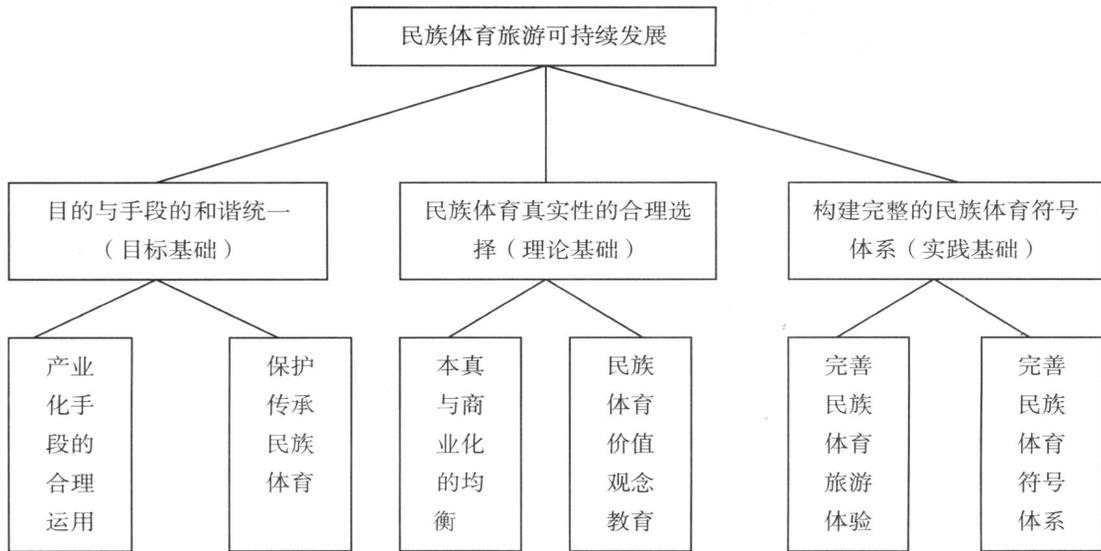


图 1 民族体育旅游可持续发展的思路

3.1 目的和手段的和谐统一 ——“工具理性”与“价值理性”的自觉融合

马克斯·韦伯认为,工具理性是“通过对外界事物的情况和其他人的举止的期待,并利用这种期待作为‘条件’或者作为‘手段’,以期实现自己合乎理性所争取和考虑的作为成果的目的”^[81]。最大限度的发挥工具理性的作用,利用一切可以利用的民族体育资源通过产业化手段促进民族体育旅游业的发展和当地社区居民的生活水平的提高,从而推动社

会的进步和经济的发展的工具理性是合理的也是必要的。理论指导实践,当下对民族体育旅游的研究多集中在实现民族体育旅游工具理性的旅游资源的开发、市场发展策略等方面,而对于民族体育旅游能够促进当地传统文化传承的研究存在不足。导致人们对于建立民族体育文化保护、传承和民族体育旅游发展的工具理性和价值理性良性互动的功能性认识不足。在民族体育旅游开发过程中过分关注产业

化这一工具的效能的最大化发挥,因而运用这一工具进行民族体育旅游资源开发的各个相关主体就会在实践中效率优先,忽略或丢弃保护、传承民族体育的目的,因此,在民族体育发展过程中出现了民族体育旅游发展与民族体育保护、传承之间无从取舍的矛盾。

价值理性是“通过有意识地对一个特定的行为——伦理的、美学的、宗教的或作任何其他阐释的——无条件的固有价值纯粹信仰,不管是否取得成就”^[8]。事实上,只要承认民族体育旅游开发地区的各个主体有追求利益的动机、目的和需求的现实存在及其合理性,有效发挥工具理性的作用,大力发展民族体育旅游就存在着合理的价值理性,民族体育开发与保护、传承就能做出工具理性与价值理性融合的自觉选择。在实践中,由于民族社区和原住民是民族体育文化和民族地区的社会生态资源等民族体育旅游资源的拥有者和创造者,所以应积极提倡当地居民的广泛参与。民族体育旅游经营者必须将民族体育的文化内涵恰如其分地注入到旅游产品开发之中,做到“人无我有,人有我特”,形成各自难以模仿的真实特色,因为对于特色的追求是现代旅游消费心理和文化价值取向的最大特征。同时,政府必须合理作为,扮演好引导、组织实施、服务、裁判和纠偏的角色,即通过制定合理的民族体育旅游发展规划发挥引导作用,通过调研确定民族体育旅游开发项目并组织实施,将民族体育旅游项目的推广宣传活动和基础设施建设、资金引入、人员培养作为其公共服务内容,通过制定相关规定做好裁判的工作,引入听证制度以及当地居民代表的参政制度结合民族体育旅游业的行政裁决机构对有损民族体育保护、传承行为进行纠偏,从而防止工具理性对价值理性的挤压和侵略导致价值理性毁灭。

3.2 民族体育真实性的合理选择——以文化本真作为建构民族体育旅游真实性

文化的本真性是指文化发展和展示中的真实性和自然性。文化的本真性和文化的商品化并不是截然对立的两个方面。但文化的商品化往往又导致文化失去本真性,并最终遭到腐蚀和破坏。问题的关键在于把握本真与商品化的均衡^[9]。同其他观光型旅游产品不同的是,民族体育旅游的最大特点就是其真实性和参与性,所以其开发在很大程度上是以物质文化因素和行为文化因素的混合体为题材,根据不同民族体育旅游市场进行资源的再创造。但是我们必须明确的是对民族体育旅游真实性的追求和对相应的民族体育本真性的保护在价值取向上并不是相悖的。由于民族体育的本真性同民族体育旅游

的真实性有所不同,对它们的保护也应区别开来。对民族体育本真性的保护是对民族体育旅游资源本体的保护,即对其历史价值、美学价值、宗教价值、社会及经济价值、教育价值及其他潜在价值的保护。民族体育本真性的保证就是民族体育旅游产品真实性的保证和产品创新的保证。在民族体育保护的具体实施过程中,民族体育真实环境同民族体育旅游的相对分离即“前台”与“后台”的隔离是保护民族体育遗产和发展民族体育旅游的有效途径。

由于民族社区和原住民是民族体育文化和民族地区的社会生态资源等民族体育旅游资源的拥有者和创造者,因而构建维护民族体育真实性的长效机制是增强当地居民对民族体育的文化自豪感和自信心。可以通过积极利用和展示民族体育旅游发展带来的民族社区社会经济变迁,以及作为外来文化代表的旅游者以他者的角度,对民族社区和原住民表达和抒发自身的向往与赞叹,强调民族体育真实性在当代的存在意义与价值,从而强化当地居民对民族体育的文化自豪感和自信心,使其对保持民族体育真实性,促进民族体育合理化发展做出正确的举措。

3.3 构建完整的民族体育符号体系——完善符号与体验

在民族体育旅游中,旅游体验与旅游符号两者密不可分。在旅游体验过程中,旅游者如果认识不到旅游符号之所指,就不能感到“畅爽(Flow)”。期望与感受之间的差距必然拉大。而旅游符号不能被旅游者所解读,一切将变得毫无价值,所开发出来的一切物象价值也将会荡然无存。旅游者的旅游体验实际上就是旅游者对民族体育旅游产品的认知反应,民族体育的象征符号如果不能被旅游者完全解读,那自然会产生一种消极情感反应,生成负面体验的心理。因此民族体育旅游开发必须注意民族体育的符号能满足旅游者的兴趣需求,让旅游者能解读符号中的奥妙,力求使游客产生一种积极的情感反应。应大力挖掘民族体育的文化内涵,突出民族文化、民俗文化,设计一系列供旅游者参与的民族体育旅游项目,以丰富旅游者的经历,提高旅游者的满意度。要突出民族体育的健身、娱乐等诸多功能,使旅游者在参与的过程中体验到文化风情,同时身心也得到和谐发展。另外,民族体育旅游开发在坚持民族性的前提下,还应考虑到旅游者作为现代都市生活中的群体或个体所具有的现代社会的的生活方式,因而在开发旅游项目时,应适当加入现代社会的一些娱乐项目、生活设施或者一些与旅游相辅相成的服务项目,以满足游客的多样化需求。

在民族体育旅游符号构建的具体实践中,可以通过查阅和梳理与民族体育旅游地的民族有关的各种历史文献,对当地居民进行深入的田野调查,通过访谈和观察民族体育旅游者对当地文化的认识,提炼出民族体育旅游地中的民族体育的精髓,形成具有真实性的符号价值,客观、充分地体现民族旅游地区独特的民族体育文化现象。另一方面由于民族体育旅游只有包含更多被旅游者所认同的符号价值,才能激发潜在旅游者的出行欲望。因此,可以分析研究旅游者行为,了解旅游者所关注的民族体育及象征符号内涵所在,明确其所追求的符号价值这样开发出来的民族体育旅游产品才能打动旅游者,获得更多的经济收益。

参考文献:

- [1]肖洪根.对旅游社会学理论体系研究的认识——兼评国外旅游社会学研究动态(下)[J].旅游学刊,2002,17(1):63.
- [2]彭兆荣.旅游人类学[M].北京:民族出版社,2004:290.
- [3]陈国强.简明文化人类学词典[K].杭州:浙江人民出版社,1990:136.
- [4]哈维兰.当代人类学[M].王铭铭,译.上海:上海人民出版社,1987:1.
- [5]叶朝忠,唐文兵.我国民族体育旅游产业发展的研究[J].浙江工业大学学报(社会科学版),2008,7(3):290-294.
- [6]孙家正.人类口头与非物质文化遗产丛书(总序)[M].杭州:浙江人民出版社,2005.
- [7]拉波特,奥弗林.社会文化人类学的关键概念[M].鲍雯妍,张亚辉,译.北京:华夏出版社,2005:307.
- [8]马克斯·韦伯.经济与社会(上卷)[M].林荣远,译.北京:商务印书馆,1997:56,58.
- [9]马 波.旅游地可持续发展中的文化调适[A].中国旅游业可持续发展研究组.中国旅游业可持续发展研究[C].石家庄:河北科学技术出版社,1999:77-85.
- [10]王天军,张晓伦.民族体育旅游[J].新疆师范大学学报(自然科学版),2000,19(3):71-75.
- [11]王子新,明庆忠.云南民族体育旅游产业化浅议[J].北京第二外国语学院学报,2001,(5):44-48.
- [12]宗晓莲.西方旅游人类学研究述评[J].民族研究,2001,(3):86-92.
- [13]宗晓莲.西方旅游人类学两大研究流派浅析[J].思想战线,2001,27(6):47-49,18.
- [14]MacCannell, D. Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings[J]. American Journal of Sociology, 1973,(79):589-603.
- [15]Erve Chamber. Native Tours ——the Anthropology of Travel and Tourism [M]. Waveland Press, Inc. 2000:99.
- [16]吴晓萍.民族旅游的社会学研究[M].贵阳:贵州民族出版社,2003:6,25.
- [17]张瑛.民族旅游的工具理性和价值理性与管理的作用——以云南少数民族旅游开发为典型案例[J].广西民族研究,2006,(1):171-176.
- [18]陈国强.简明文化人类学词典[Z].杭州:浙江人民出版社,1990:136.
- [19]田维绪.民族旅游消费不可持续性问成因的社会学探析[J].贵州民族学院学报(哲学社会科学版),2005,(6):75-79.
- [20]陆元兆.广西民族体育旅游的 SWOT 分析与战略选择[J].体育学刊,2004,11(5):25-28.
- [21]杨艳林.旅游客主交互行为的影响因子研究[J].西安财经学院学报,2007,(4):33-36.
- [22]潘盛之.旅游民族学[M].贵阳:贵州民族出版社,1997:513-531.
- [13]张 峰,闫 民.学校武术教育的自觉与反思[J].西安体育学院学报,2008,25(3):57-58.
- [14]韩 雪.中州武术文化研究[J].体育科学,2006,26(8):86-88.
- [15]风笑天.社会学研究方法[M].北京:中国人民大学出版社,2007:12.
- [16]范伟达.现代社会研究方法[M].上海:复旦大学出版社,2004:410.
- [17]郭守靖,郭志禹.从地域文化视角透视武术文化的地域性特征[J].上海体育学院学报,2006,30(5):71-73.
- [18]柳 洲,陈士俊,张 颖.跨学科科研团队建设初探[J].科技管理研究,2006,(11):137.
- [19]司马云杰.文化社会学[M].太原:山西出版集团,2007:16-17.
- [20]李晨光,李子和,夏亮辉.浅议高校科研团队的组建[J].科技管理研究,2003,(6):110.

(上接第 698 页)

- [5]郭玉成,邱丕相.武术国际传播基本模式的构建[J].上海体育学院学报,2002,26(4):23-25.
- [6]曾桓辉.客家武术传播与发展刍议[J].广州体育学院学报,2006,26(3):113-115.
- [7]王俊奇.中西文化冲突与武术发展之路[J].上海体育学院学报,2007,31(4):53-55.
- [8]洪 浩.中西体育文化的四次融合——兼论竞技武术的奥运发展之路[J].体育文化导刊,2006,(6):77-79.
- [9]马文国,邱丕相.文化的流失:传统武术的痛楚[J].西安体育学院学报,2006,23(2):1-3.
- [10]王龙飞,虞重干.非物质文化遗产视野下少林功夫的保护[J].武汉体育学院学报,2008,42(4):58-60.
- [11]谢建平.全球化背景下武术发展的文化思考[J].上海体育学院学报,2004,28(1):33-35.
- [12]林小美.武术进入奥运会与中西文化的对接[J].体育科学,2005,25(7):59-61.