

清水江流域苗族节日习俗与银饰文化变迁研究

李若慧¹

中南民族大学民族学与社会学学院

摘要：在少数民族传统文化保护和追求当地经济和文化发展两种意识形态的共同推动下，少数民族工艺品开始商品化，出现了专门为外来游客设计的“旅游工艺品”。选取清水江流域施洞苗族银饰作为“旅游工艺品”的案例，不是将其置于旅游场域中讨论工艺品的商品化，而是从历时性角度讨论它作为“旅游工艺品”的产生条件。旅游开发仅仅是银饰商品化的外部条件，银饰得以展示的节日习俗的意义发生了变化由此导致了苗族文化的变迁，从而使得银饰的功能从“象征财富”转变为“象征苗族”。

关键词：苗族；节日习俗；银饰；文化变迁；

清水江流域的苗族银饰闻名遐迩，被视为苗族文化的象征。随着少数民族地区的旅游开发，苗族银饰成为旅游场域中必须向游客们展示的工艺品。在少数民族传统文化保护和追求当地经济文化发展两种意识形态的共同推动下，民族工艺品开始商品化，出现了专门为游客设计的“旅游工艺品”，苗族银饰亦是如此。苗族银饰在苗族文化的传统中本是固定女性之间传承的“不可让与”的财富，但20世纪90年代以后开始出现专为外来游客设计的银饰工艺品。^{①②}

从旅游人类学角度探讨民族工艺品开发已有不少成果。^③但现有研究更多关注的是旅游场景下对于工艺品的开发，而未将旅游场景置于地方社会长时段的历史变迁当中进行考察，由此探讨旅游工艺品的商品化、真实性便显得较为单薄。笔者以苗族银饰为案例，从历时性角度讨论它作为“旅游工艺品”的产生条件。如果仅将民族文化的商品化视为旅游开发的结果，则落入了将工艺品置于旅游场域中讨论的俗套，文化很容易被理解成为一种静止、固化的存在，而事实上文化是发展变动、可以被文化主体再形塑的。不同于之前旅游人类学对于民族工艺品的研究，本文不是研究旅游场域中的工艺品，而是将工艺品置于变动中的文化场域中。文化是一个整体的存在，解释民族工艺品的商品化这一现象不能将其简单归结为旅游开发的结果。笔者基于民族志材料得出，银饰在苗族文化中的功能体现在特定的节日当中。旅游开发造成苗族节日习俗的变迁，在节日变迁过程中，苗族文化得以再生产出其当代的表征与意义，银饰的功能也因此发生了变化。作为旅游工艺品的苗族银饰便是在这一社会机制中生产出来的。

一、问题缘起

¹**作者简介：**李若慧，女，湖南吉首人，博士，讲师。研究方向：西南少数民族物质文化、历史人类学。

收稿日期：2018-12-15

基金：国家社科基金项目“清水江流域苗族银饰文化400年发展史”（18CMZ025）；

^①除了女性游客喜欢购买的身体装饰，银匠们还设计了有苗族纹样的“图腾柱”、银画，均可作为家里的装饰品

^②如廖杨：《旅游工艺品开发与民族文化商品化》，《贵州民族研究》，2005年第3期；张晓萍：《从旅游人类学的视角透视云南旅游工艺品的开发》，《云南民族学院学报》（哲学社会科学版），2001年第5期

旅游人类学 (anthropology of tourism) 产生于二十世纪七八十年代, 如其开山鼻祖美国人类学家格雷本 (Nelson H. H. Graburn) 所言: “旅游人类学旨在研究各个方面的旅游现象。研究重点集中在两个主题上: (1) 对旅游者与旅游本质的研究; (2) 旅游对旅游目的地人民及其社区的经济、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]112} 格雷本本人对于第一个主题有较为深入并具有代表性的见解。(1) 人类学者对第二个主题通常有极端的偏爱, 从“当地人的视角 (native's point)”出发, 认为旅游带来的社会文化变迁具有负面影响。如旅游人类学标志性作品《东道主与游客》的作者史密斯 (Valene L. Smith) 便持有这一态度。20 世纪 80 年代以后, 随着“写文化”的诞生, 文化的表征成为西方人类学家们关心的议题, 文化变迁、文化涵化等议题渐渐过时。在探讨旅游现象时, 文化的表征^[2]、传统文化的发明^[3]、文化的真实性^[4]等概念被人类学家们大量借用, 并加以讨论。

“真实性”和“商品化”是当代民族旅游工艺品开发中学者们最热衷讨论的两个话题, 如何既做到保护和传承传统文化, 同时又能推动经济发展满足现代社会的要求, 这不仅是当地政府部门关心的问题, 同时也是国内学者时常讨论的议题。对此, 西方的旅游人类学家们主要持积极态度, 认为保护和传承传统文化与推动经济发展并无本质矛盾, 旅游市场的出现常常有利于传统文化的保护。(2) 商品化并不一定会使民族工艺品的真实性丧失。如格雷本所言: “所谓真实, 是一种人的概念。只有当他们到达某个目的地的时候, 他们才能体会到什么是真实。其实真实是在不断变化着的, 并不真正存于某地……”受西方旅游人类学的观点影响, 国内从事旅游人类学的学者也持相似态度, 认为游客并不在乎真实性的再造或舞台化, 而在乎的是好的再造。因此, 民族工艺品的生产需要做到的是在本土化的基础上如何创造出新的、工艺精湛、让现代人能接受的旅游工艺品。[5]

笔者赞同上述学者的观点, 然而这类研究对于我们从学术角度理解旅游背景下的民族工艺品存在一定的缺失。无论是“真实性”还是“商品化”都是在旅游开发之后才出现的问题, 如果要解释“当代民族旅游工艺品开发”这一社会现象, 则需将该社会现象一方面与“旅游开发”的时代场景相结合, 但同时又跳出该场景从地方社会长时段的历史变迁中来思考这一现象的本质。

本文描写的田野地点是贵州清水江流域的施洞地区 (3), 主要指以施洞镇为中心, 处在同一服饰圈当中的诸村寨。施洞镇位于清水江中游, 今天属于黔东南苗族侗族自治州台江县管辖, 与施秉县马号镇隔江相望。在历史上, 施洞镇并不是人类学惯常研究的“无国家社会”, 尽管它在清代雍正年间“新疆六厅” (4) 开辟以前属于未被“王化”的生苗区域, 但是当地的社会史并不能被简化为是一个边疆社会在经清王朝“改土归流”之后才被整合进入帝国政治、经济体系当中的历史。而且经过清雍正年间伴随“改土归流”发生的“清水江疏浚”, 从官方到民间推动的贸易往来更是在清水江上络绎不绝, 施洞一地作为清水江干流上一个军事要塞与贸易重镇, “台拱辖境, 后倚高山, 前临清水江, 中饶平衍, 周数里”^{[6]75}, 一度成为了当时清水江流域最为主要的商贾云集之地。当地苗语也称之为“Zangx Xangx”, 意为“贸易集散地”。19 世纪“咸同苗民起义”发生时, 担任湘军苏元春部书记的徐家干曾驻在施洞, 也描述称其“向为苗疆一大市会, 人烟繁杂”。由于施洞是清水江连结湘黔航线的重要交通口岸, 湖南、湖北的商人也溯沅江而上到施洞经商。因此, 施洞的外来人口主要是来此屯兵与经商的汉人, 但当地的常驻人口仍为苗族, 形成了苗汉杂处的情形。

值得注意的是, 在“清水江疏浚”以后, 穿梭在江上的木材贸易带动了大量白银流入苗区, 由此为当地出现用白银制作日常妆饰品提供了条件。然而也造成了穿戴银饰在苗族地区的分布呈现出地理上的差别: “银饰数量最多的是黔东南地区, 其次是湘西地区, 西部的川、黔、滇苗族地区银饰较为稀少”。^{[7]154}而在黔东南地区, 佩戴银饰数量最多的是生活在清水江流域所谓“江边苗”的苗族女子, 在当地居住于山地的“高坡苗”则少见佩戴大量的银饰。在当代, 经“非物质文化遗产保护运动”确定为苗族文化遗产后的施洞银饰被黔东南银饰加工界公认为银饰“造型最为华丽、工艺最为精湛”。针对“民族工艺品在旅游背景下的变迁”这一议题, 本文选择以施洞地区的苗族银饰作为讨论案例, 以此回应上述议题。

二、节日习俗变迁背后苗族银饰功能的变迁

我国古籍中早有记载苗人有佩戴银饰的习俗, 如《黔南识略》载: “苗族男子, 项戴银圈一二围……女头必裹布, 耳戴大环,

项戴银圈一二以至十余围不等……女子银花饰耳，耳垂大环，项戴银圈，以多者为富。”（5）

银饰是施洞地区苗族普遍使用的装饰品，与当地苗人穿着苗服的习惯一致，也分盛装佩戴和日常佩戴的银饰。盛装佩戴的银饰配件繁复，一整套银饰约有二十多件，最重可达二三十斤，价格从两万到五六万不等。而日常佩戴的银饰配件则比较简单，主要是耳环、手镯、簪子等。据施洞当地人说，只有未婚女子才能穿盛装，而且仅在当地举行姊妹节、龙舟节和女子本人结婚出嫁时才能穿戴。因此，现在我们仅在姊妹节、龙舟节举行期间才能看到许多苗族女子穿上银饰盛装来到清水江边聚会一堂，呈现出一派“银饰繁盛”的景象。而且，唯有每年举行姊妹节和龙舟节时刻，来自四面八方的游客们才会云集到施洞镇上，纷纷举起镜头去捕捉被他们认为是穿戴着民族象征的苗族女子的丽影。平时当地的场景就像中国西南的众多山区乡村一样，显得有几分“冷冷清清”。

苗族银饰与节日均属于苗族文化，如本文前述，文化是一个整体性的存在。当节日的意义在当代发生了变迁后，依托于节日得以彰显其功能的苗族银饰的功能自然也会发生变化。基于施洞的苗族银饰与这两个节日的紧密关系，本文将从姊妹节和龙舟节这两个当地的代表性节日着手，探讨以下问题：苗族节日习俗在旅游开发背景下发生了怎样的变迁？银饰在苗族文化中的功能如何在特定的节日中得以体现？既然旅游开发造成苗族节日习俗的变迁，那么，在节日变迁过程中，银饰的功能又发生了怎样的变化？

1. 从地方节日到弘扬民族文化

姊妹节苗语称为“nongx gad liangl”。“nongx”即吃，“gad”即饭，“liangl”为情歌中男子自称和女子对情人的专称，这个节日也称为“吃姊妹饭。”（6）该节日主要是台江地区苗族的节日，不同村寨过节的时间不一样，有的村子是农历二月十五吃姊妹饭，施洞吃姊妹饭的时间是农历三月十五日。对于不同年龄的女人，吃姊妹饭的意义也不一样，未婚女子在这一天可以公开的、甚至得到家庭支持的“游方”（7），也可以招待“游方客”。嫁出去的妇女在这一天回到娘家过节聚餐，中年妇女一起吃姊妹饭谈心，据说因为姊妹出嫁后离家分散，平时不易见面，趁着这一天可以回娘家欢聚。

有关姊妹节的来历，不同的地方有不一样的传说。有学者在施洞一带搜集到两个传说，其一是：

从前，有对青年男女——阿姣和金丹，两个都长得很标致，你爱我，我爱你，一个舍不得离开一个。他两家是姨妈姊妹（8），不能开亲，父母把阿姣嫁回舅家（还娘头），阿姣死活不肯，要求离婚；舅家红黑（当地民间口语，即“横顺”“反正”等意）不答应。好吧！硬的不行来软的：阿姣舂米时搓石沙捣起舂；煮饭时搓糠拌起煮；挑水时尽舀的浑水；摘猪菜时连毒草一起摘。她刁意折磨舅家；又暗地约金丹到野外去相会。她每天上山摘猪草的时候，把糯米粉染成花草颜色，阿姣和金丹俩是姨妈姊妹，人们把阿姣带给金丹吃的糯米饭叫“姊妹饭”；为了掩人耳目，阿姣煮的糯米粉染成红绿黄三色。藏在竹篮里的花草下面，才能带去给金丹吃。因此，后来的“姊妹饭”都染成这几种颜色。阿姣和金丹靠吃“姊妹饭”成夫妻，所以“吃姊妹饭”就有找对象的意思。以后不知过了多少年代，施洞地区有三百个姑娘找不到男子出嫁，大塘地方也有三百个青年男子找不到女子成家。老年人教姑娘们用阿姣的法子，请大塘地方的小伙子们来吃“姊妹饭”。姑娘们就在当年春天三月间，百花盛开的季节，邀请小伙子们去吃“姊妹饭”。当真，这样做了，个个都找到了心中的伴侣。从此，每年三月就是青年男女们寻找伴侣的“吃姊妹饭”节。^{[8]152-157}

另一个传说则与当地的社会历史记忆有关：

但在施洞还有一个传说：在历史上，苗族人民被反动统治阶级穷追得难以安身，某家姊妹恐在逃难中远走，将来不知能否会面，因而在离家前同吃一次糯米饭以为纪念。以后妇女们为了追念这两位姊妹的不幸遭遇，每年必在二、三月里吃一次姊妹饭。^{[8]152-157}

两个传说道出了“吃姊妹饭”的习俗在施洞当地的社会意义，它既是青年男女社交的节日，也是婚后离家妇女们欢聚谈心的日子。在施洞，这个节日主要是青年的节日，即未婚青年“游方”的节日。但这一天与平时的“游方”（9）不一样，姑娘可以公开地在家以丰富的食物招待“游方客”。到了“吃姊妹饭”这一天，当地有斗牛踩鼓等活动，其他村寨的男青年都会聚集到这里看热闹。无论是七八岁的小女孩还是二十岁未出嫁的女子都可以穿着盛装到踩鼓场跳踩鼓舞。

相对于“吃姊妹饭”，龙舟节的活动更为盛大隆重，也更有施洞当地的特色。同时，如上所述，在施洞，姊妹节主要是青年的节日，龙舟节的受众度则更为广泛，无论青年还是中老年、男性或女性皆热衷参与这个节日。龙舟节是包括施洞在内的清水江中游沿岸六七十个苗族村寨共同举行的节日活动。龙舟节苗语称 qab niangx vongx，意为划龙船，每年农历五月二十四日至二十七日，当地的苗族人会在清水江举行规模盛大的龙舟竞赛活动。沿江边生活的苗族人主要以村寨为单位组建划龙舟的队伍，每个村寨都有一到两支龙船。这些龙船终年停放在盖瓦的长形船棚内，每年到了固定的日期才下水比赛。

龙舟节何时在施洞地区起源已难以考证，但至迟在元末明初就已经出现。^{[9]232}关于划龙舟的缘起，流传最普遍和最广泛的故事是这样的：

过去住在小江河边老屯的地方，有兄弟二人，兄名“保”，弟名“雄”，保生有一个独子（Daib bod dongf，直译为宝贝儿子），名叫九保。在某年五月初四的晚上，他同几个小孩到河边去玩耍，不幸被龙拖进了龙洞，没有回家。阿保为了给独子报仇，在痛哭一场之后，第二天就泅入水中，去宰杀那条龙。他找到了龙洞，看见一条龙，把九保当作枕头，正在睡觉。他发现他的儿子已死，背上已生了红、绿、白各色的鳞甲。他看到龙睡的地方没有水，就打定主意把它烧死。阿保回到家后，准备了火镰、火草，把它们紧塞在烟盒内不使浸水。当他再度进入龙洞去时，龙还没有醒过来，阿保就放火烧了龙洞，把龙烧死，再把它宰成几段。烧洞的烟火弥漫四散，笼罩着整个地区，弄得九天九夜天昏地暗。施洞对岸的胜秉有一个妇女带着一个小孩摸黑去洗衣服。天真的小孩手拿着扁担，一上一下的在水里挑打，嘴里叫喊着：“冬冬多！冬冬多！”有的说他用包谷杆三根捆成一排，形成一条龙船，放在水里飘荡。也有说，他只是一面喊着，一面用右手敲着扁担，这样天就渐渐亮起来了。后来就划着龙船，使天永远明亮。^{[9]222}

在施洞一带几乎每个人都知道这个传说，当地的小孩有时候玩耍嬉戏时还叫喊着“冬冬多！天就亮！”。龙舟节中的仪式行为表现了当地人的信仰，当地人认为龙喜欢小男孩，尤其是 Daib bod dongf，因此，划龙舟时每只龙舟上都会有一个男扮女装的小男孩负责敲锣，这个小男孩必须是家里的“独子（Daib bod dongf）”。当地人认为龙舟节是一个与农事密切联系的节日，目的在于祈求风调雨顺，年岁丰收。更重要的是，它是一个体现竞技性的活动，即发生在家族/村落之间的，关于财富与人丁的竞争仪式。（10）

在一只龙舟上地位最高的是“Gad Niul”（11），即鼓头、鼓主的意思。按照施洞人的说法“整只龙舟都是鼓头的。”鼓头是采取轮流的形式在同一个家族/村落中选举产生，挑选划龙舟的鼓头与挑选“吃鼓藏”仪式的鼓头要求的条件是一致的：一要家境殷实，由于划龙舟是一个耗费较大的活动，一旦当上鼓头后，应酬大，没有家底是承担不起的；二要家族人丁兴旺，必须是村子里的大家族成员才有资格做鼓头。在过去的施洞划龙舟活动中，能当上“鼓头”是一种荣耀，整个家族成员都会因其自豪。到节日之前，鼓头会通知他所有亲友来看热闹，鼓头所带领的龙舟每划到一个村寨，这个村寨里鼓头的亲戚就要备好礼物放着鞭炮到河边接送这只龙舟，这个环节被称为“接龙”。备好的礼物一般是彩绸、鸡、鸭、鹅、猪等物品，也有家境富裕的亲戚送牛和猪的，小件的礼物如鹅和彩绸会被挂在龙舟船头的牛角上，大的礼物则装在另一只船上，随着这只龙舟划行，借以夸耀鼓头的威望。鼓头接受礼物后，不仅要还礼，还需要以酒肉招待亲友。同时，鼓头还要供给整只龙舟的水手以食物和酒水，在划龙舟的竞赛结束后，还需请全村男人一起吃饭喝酒。因此，在龙舟节中，鼓头选举和不同村落亲戚的礼物馈赠环节，不仅彰显了当地苗族人的家族威望，还加强了宗族群体和村落群体的关系网联系。

与姊妹节类似，龙舟节也为青年男女游方提供了机会。“看划龙船”是施洞一带的苗族人对参加龙舟节活动的普遍称呼。顾名思义，观众应该是以看龙舟竞赛为主要目的，然而，龙舟竞赛的时间仅仅是一天中很短的一段时间。竞赛结束后，岸上来观

看的青年男子就各自寻找心仪的姑娘们去进行游方了。一首流传于 20 世纪 50 年代的《龙船歌》，描述了青年姑娘们穿着盛装与意中人相会，年轻男女依依不舍的情景：

“姑娘们穿着美丽的衣服，全身戴着银饰。五月龙船节来了，我们得休息；龙船节过去了，姑娘们拿起提篮，各人去绣花吧！哥哥去干活吧！不要天天这样玩了。今天我们一起玩耍，明天我们各人要散，像画眉鸟离开了窝，我们只能隔坡相望，不能一起谈话了。”^{[10]30}

通过上面的描述，我们可以看到划龙舟并不是所有苗族都过的节日活动，它仅仅是以施洞为中心，施秉、台江两县交界地区清水江沿岸六七十苗族寨子的群众一起欢度的节日。这个节日最初可能是向汉族学来的，但经过长期的演变，龙舟节在内容上与汉族地区的划龙船已不相同。在今天，无论是习俗的来源传说，龙舟的外形构造、还是划龙舟活动的意义，都已变成了清水江流域苗族人们自己的节日。因此，我们可以说，龙舟节是清水江边一个狭窄地带的地方性节日。这样来看，“吃姊妹饭”与划龙舟，均有其地方性的意义。一方面，它们都为当地苗族青年男女搭建了社交空间，为未来的婚配、家族的延续奠定了基础；另一方面，这两项节日都是当地群众广泛参与的集体性活动，节日本身彰显的集体认同力量发挥了社会整合的功能。然而，社会情境的改变导致这两方面的意义发生了变化。

社会情境的变迁主要表现在两个方面：一是 20 世纪 90 年代以后，施洞一带苗族村落出现了大量人口流动现象，1989 年以前，施洞当地的外流人口较少，1989 年以后外出务工人员数量迅速增多。^[11]当地苗族外出务工对于他们的世界观有了较大冲击。在流动性面前，原有的地方性的家族关系变得比较脆弱，“游方”这种传统的谈情说爱的方式被都市里的自由恋爱方式取代。（12）因此，原本彰显家族威望的龙舟节的意义也遭到冲击，甚至瓦解，姊妹节作为青年社交节日的观念也开始在当地青年人心中淡化。

另一方面，20 世纪 90 年代以后，贵州少数民族旅游业的兴起，当地的民族节日吸引了大量外来游客的光临，在旅游开发的商业化过程中从一个地方性节日转变成向外来宾客推介和展演当地民族文化的盛会。早在 1994 年，中共贵州省委、省人民政府在《关于实施开放带动战略打好扩大开放总体战的决定》中就提出：“要把旅游业作为贵州重要的先导性产业开发，努力发挥其社会经济综合效益……”，按照决定要求，将旅游业的发展正式纳入到《贵州省国民经济和社会发展“九五”计划和 2010 年远景目标纲要》中，强调“发挥自然景观和民族风情优势，加快发展旅游业……”^{[12]8}就在同一年，贵州省文化厅将施洞命名为“刺绣银饰剪纸艺术之乡”。随后在 1998 年 1 月，黔东南州委、州政府在全州经济工作会议上，又明确提出了“充分利用旅游资源优势，发展以民族风情和自然风光为主的旅游业。做好规划，加快发展，注意保护，综合利用，努力把旅游业建设成为我州新的支柱产业”的经济发展战略，明确地将旅游业放置在首要发展的地位上。于是，在同年的 4 月 11-12 日，被国家旅游局纳入“98 华夏城乡游”的 23 个全国范围旅游节庆活动之一的苗族姊妹节在台江县举行。省旅游局要求要把这项节庆活动培育成贵州省民族风情旅游的精品项目，每年定期举行并向全世界游客推广。^{[12]641}

1998 年以来，台江县为满足发展旅游产业的需要，采取“政府引导、社会参与、民间举办”的多层次开发形式，充分挖掘姊妹节这一节日文化资源，将其打造成为一项贵州苗族的代表性节日。之后，苗族姊妹节被冠以“贵州苗族姊妹节”的称号，注册国家商标，列入了国家旅游局重点推介的“中国华夏城乡游”23 个重大少数民族节日之一，并于 2006 年成功入选了第一批国家非物质文化遗产代表作名录。关于这一事实，中央电视台、韩国电视台、凤凰卫视、《人民日报》等多家媒体都曾做了相关报导。2011 年，“贵州苗族姊妹节”又入选 CCTV 主办的首届《乡土盛典》最具人气民间节会名单。2014 年，施洞作为“贵州苗族姊妹节”的主要举办地入选“全国民俗文化之乡”的行列。

自从当地政府成功的将苗族姊妹节确立为一项旨在促进当地旅游发展的民族节日之后，“吃姊妹饭”这一固定习俗就变成了节日当天的一项基本内容，同时要求以前施洞一带村寨苗族群众中流行的、仅在农历 3 月 15 日那一天吃姊妹饭的习惯被重新安排。当地人称“3 月 14 看台江，3 月 15 到 17 看施洞”：身着节日盛装的施洞苗族女人们在农历 3 月 14 日那天来到台江县城里列队游行展示，在接下来的 3 月 15 日到 17 日间又回到施洞聚会跳舞。除了对姊妹节的内容进行了重新安排以外，台江县委

府还围绕“民族风情”的主题建设了一条以“姊妹街”命名的商业步行街，这条街上的绝大部分商铺都以出售苗族刺绣、银饰等苗族手工艺品为主要的经营项目。也会有不少本地妇女在村尾街头摆设摊位，她们售卖的商品便是被外来游客们认为最富有民族风情的各种工艺饰品。对于游客来说，参与节日本身可能是次要的，他们的主要目的是为了体验当地醇厚的苗族风情，观赏苗族女人穿着银饰盛装姗姗徐步与翩翩起舞的美丽场景。这样的场景无论是在姊妹节还是在龙舟节上，都是节日当天的欣赏焦点，它在苗族女人聚集起来的“踩鼓”活动中得到集中的呈现。

但如今的“踩鼓”活动已经不像以前仅是未婚的苗族少女身穿盛装去结伴跳舞，而是各个年龄层的女人们都可以参与进来的集体舞蹈。往往在被游客围观的踩鼓现场，我们可以见到的是，一群苗族姑娘们围着一只实心楠木做的大鼓舞蹈，她们随着敲鼓节拍来移动步伐，节奏时快时慢。跳舞的苗人们在踩鼓场上自发的围成几层大圈，舞圈当中，最里面的一圈是年轻的身着盛装的未婚少女，她们从头到脚穿带了银饰，头戴银冠，颈戴几个银项圈，身穿红蓝相间的绣花衣，下着至膝百褶裙和绣花布鞋，每个人身上头上的银饰至少有七、八斤重，把人包裹起来，只露出脸蛋，因此她们的舞步很轻缓；中间一圈是已婚女青年，她们穿着自己缝制的盛装，戴着银饰；最外圈是年龄稍大的妇女，她们多穿走客串，头上也不戴大银冠，而是头顶插一个凤凰银簪，脖子上仅挂着一串很粗的长项链；男人只能在外围观，并不参与到舞蹈者当中。踩鼓舞的舞姿变化多样，但步调却基本相同：时而走三步退两步，时而走一步退一步。

地方政府为了“推介‘贵州苗族姊妹节’这一民族传统节日”“弘扬当地民族文化”，以经济补贴的形式鼓动与激励当地女人参与节日的踩鼓活动，但当地人对于节日的态度已经悄然的发生变化。笔者于2011年采访过施洞芳寨一位三十五岁的苗族妇女，她说道：

以前姊妹节很热闹，很好玩，很多年轻人穿盛装去踩鼓，自从台江县开始办姊妹节后，现在弄得一点都不好玩了。虽然说给每个人发了钱去踩鼓，但是这不是钱的问题，以前不给钱，一样去。3月14日在台江，游行一天后都累死了，回来后哪里有精力3月15日还穿着盛装去踩鼓。

笔者于2015年采访了施洞镇上一个五十岁出头的中年男子，他谈道：

姊妹节应该是没结婚的年轻人穿着盛装去踩鼓的，现在有些老人，娃娃不在家，也穿了，都乱了。年轻人全部到广东去了，没有人了。以前我们年轻的时候，经常晚上出去唱歌，姊妹节去唱歌，女方还给我们糯米，用帕子包着，拿给全寨放在一起，我们男方隔了一两个月一家出十块钱二十块钱买点肉、米、糖给她们送过去，和她们吃三天三夜，去的目的是主要是和她们唱歌。(13) 以前没现在这种生意做，都是做集体活路，做了一天活路，肯定晚上酿(14)的很，都出去唱歌。现在做生意都忙不开，根本没有时间去唱歌了。

姊妹节期间，不少老人选择在家里看电视，而不是去踩鼓场看热闹。从当地人对姊妹节态度的变化中，笔者清晰地感受到姊妹节已经没有以前“好玩”了。简单来说，以前施洞的姊妹节主要是青年男女社交、“游方”的日子，而如今节日的意义主要在于向外界“弘扬民族文化”。

龙舟节一直以来都是施洞一年中最隆重的节日，但当地老人们会说：“以前‘文革’时期不给划龙舟，个个都想划，现在政府给钱让年轻人划，年轻人都不想划了。”以前“人人都想划龙舟”是为了彰显家族和村寨的荣耀，但是随着人口流动现象的加剧，地方原有的社会组织渐渐瓦解，家族关系在施洞一带的苗族人心中已经不那么重要了，如今划龙舟的意义主要在于表现苗族文化。地方习俗的社会意义发生变化后，苗族银饰则成了表现和弘扬苗族文化的物质载体。

2. 从财富象征到民族文化的展演

银饰是过去施洞当地女人唯一的首饰品，其意义不仅在于装饰，对于当地人来说，它还是固定女性亲属间的传承物。在由

财富和人丁数量决定的家族等级序列中，它可以作为财富的象征，同时也象征着佩戴者的身份与地位，用于由荣誉、身份、地位分配和差序构成的社会秩序构建。

施洞当地称“财富”为“Niongs Nix Niongs Gad”，即多米多银，意为银子粮食多的人家很富有。根据苗族习惯法，苗族姑娘出嫁只能从母亲那里得到一套银饰与几套苗服，男子则可分得房屋及田地。银饰通常是母亲传给女儿，女儿多的人家可将银饰平均分配，然后差什么，打什么，逐步配齐整套银饰。因此，银饰作为苗族女人结婚时的陪嫁物，它与苗服是一个苗族女人一生中唯一能从娘家获得的财产。

民国期间吴泽霖、岑家梧等学者在贵州苗族地区做调查时，都指出银饰在苗族地区被视为是财富的象征。吴泽霖写道：“银子的多少，视作财富的指数，所以到了节令的时候，女子就变成家家户户的陈列品了。[13]14-16”在过去，由于银饰多少与婚嫁有关，节日期间的展示也是为了在未来赢得更好的婚姻。在姊妹节与龙舟节举办的时候，没有盛装的青年女子也会将家里仅有的银饰品和最好的衣服穿出来。节日前夕，家家都要给未婚少女缝制新衣，添置或洗刷银饰备节日之用，在节日当天，女人们早晨起来第一件事就是梳妆打扮。银饰通常收藏在家里较隐蔽的地方，大件的银饰都用白皮纸（15）包裹起来，再用塑料袋装着。小件的头饰、耳环等由于经常使用，就放在一个化妆包里。

节日场景体现了地方社会的等级秩序，穿着银饰盛装不是女人个人的荣誉，而是整个家庭乃至家族的荣誉，正如划龙舟比赛被选上“鼓头”一样。按当地习俗，如果没有全套银饰就不能穿红衣盛装。当地有句谚语是“不做不合方”，有“不这样做不像这个地方”和“不做不如人”的双关含义。因此，银饰的多寡直接关系到服装形式的使用，同时它也直接体现了家庭的财力。节日期间的踩鼓活动便是当地人“攀比财富与身份地位”的展演仪式。而根据20世纪50年代收集的贵州苗族社会历史调查资料显示，民国年间乃至20世纪50年代，施洞仅有少数“地富阶级”[9]的女儿可以穿着盛装。

据当地人讲，20世纪70~80年代，施洞每个村子只有一到两套完整的银饰，整个施洞镇仅有十几家人有全套银饰。因此可知现在施洞姊妹节和龙舟节期间所看到的银装盛况并非自古以来便是如此。虽然旅游业作为贵州着力发展的一项新兴产业，是在1978年中共十一届三中全会以后，随着改革开放的不断推进逐步发展起来的，但是施洞当地旅游业的兴起则是非常晚近的事情。20世纪80年代的施洞大部分家庭的生活仍很清苦，据当地人回忆说，1988年时施洞镇上的居民还在使用煤油灯，并未通电。现在看到的银饰“极度繁盛”，即每家每户都有一整套甚至多套银饰的现象主要是在20世纪90年代以后随着当地经济条件改善，苗族群众生活水平提高之后出现的。一方面，20世纪90年代开始的外出务工潮增加了当地人的经济收入，当地人给我算了一笔账：一个苗族女子通过在外打工两三年的收入，便可以靠自己积蓄一整套银饰盛装。另一方面则主要得益于当地旅游业的兴起以及地方政府对于促进旅游产业发展政策的支持，比如近些年的姊妹节和龙舟节举办期间，地方政府会从施洞一带的银匠大户那里订购大批量的银饰以备节日官方组织活动所用。

据笔者调查，在施洞一带的苗族村寨里，家家户户的每个年轻女人都有一到两套银饰盛装，多的甚至备齐了三套、四套。苗族女人穿戴用的银饰作为当地社会公认的财富来得到展现，显然已不如当地传统节日旅游场景化以前的那般效果了。尤其是当这些可以被用来展示银饰盛装的节日被当作台江县的文化品牌活动来策划、组织及推广以后，每到节日期间，外地来的游客剧增，他们包括摄影爱好者、记者等等，纷纷携家带口、远道而来观摩苗族风土人情。当地的年轻女人们也尽量浓妆艳抹地打扮起来，以供被游客拍照留影。原本姊妹节主要利于本地苗族青年男女“游方”的作用与意义已经改头换面：如今未婚少女们穿戴银饰主要不是给走村串寨的当地青年男子们看的，而是给外来游客欣赏和拍照。虽然当地人也在参与，但官方机构、投资商一旦介入后，整个节日的意义结构便发生了变化。作为结构中的一个重要因素——穿戴银饰，也从“仪式”变成了“展演”。

姊妹节踩鼓的长处，在于它属于“夸张”的表演。当地苗族女人们戴着老银匠改造过的大、多、造型夸张的银饰围着圈跳舞，踩鼓不是一个仪式，而是表演。对于哪些人来踩鼓，踩鼓的舞步，她们身上的银饰是纯银还是白铜，摄影师们则完全不在意，这是合乎常情的；摄影师被表演所吸引，表演取消了全部动机和结果：关键不在于摄影师觉得是什么，而是他的摄像镜头能拍到什么。踩鼓舞的每个符号都具有彻底明晰的特性，因为人们总是希望立刻理解一切。当身着盛装的女人们进入踩鼓场，观

众就能明了角色的作用，恰如在戏剧中一般，每种身体、外貌类型都过分表达派定给盛装舞者的角色。舞者的内敛、羞涩同时又妩媚正好是外来的观众期望她们的样子，长相甜美，抹着浓妆的女人通常成为摄影师的跟拍对象。在踩鼓舞里，只有完全彻底的存在，没有任何象征、暗示，并且按照仪式向观众展示纯粹而完满自足的意义。踩鼓舞以舞蹈和表情表达的，是对“民族文化”尽善尽美的领会，是舞者与观者的畅快与满足，片刻之间，脱离了日常情景中的含混，舞者的舞蹈动作、表情、身上的银装与目的完全相应和，非常顺畅，没有一丝一毫流失，也没有矛盾。熟练的表演者在舞蹈时还受发自道义笑容的左右，且将笑容与动作放大到一定尺寸，几分钟后离开踩鼓场，脱下银衣，说：“我们知道这只是形式，我们也没有办法”。

三、结语

在文化与旅游融合发展、旅游已成为不少少数民族地区文化产业乃至支柱产业的时代浪潮中，文化遗产资源在其中起着重要的影响。^[14]2009年，文化部和国家旅游局联合出台了《关于促进文化与旅游结合发展的指导意见》，在此引领下，云南、河北、山东、贵州等省区相继出台了相关文化与旅游融合发展的纲要、意见和规划。

在贵州清水江边，以姊妹节与龙舟节为代表的地方节日习俗与广被当地群众佩戴的银饰是以施洞为中心的苗族地区重要的文化遗产资源，当前这些资源与上述地区旅游开发的“商业化”浪潮相结合，正呈现出越演越烈的态势。然而在聚焦清水江流域苗族银饰的现有研究中，学者们多集中于从白银传入的历史源流这一角度解读苗族银饰文化的形成过程：他们或是立足于当地苗族文化历史变迁来解释银饰习俗的变化^[15]，或是考证当地人佩戴银饰的历史源流^[16]，或是编织族群地方银饰文化与白银资本流动的全球化叙事^[17]。本文主旨不在于去拘泥于讨论“作为旅游工艺品的苗族银饰”，而是要探讨“作为旅游工艺品的苗族银饰”出现所需的社会条件。旅游开发仅仅是银饰商品化的外部条件，苗族银饰得以展示的节日习俗的意义发生了变化由此导致了苗族文化的变迁，从而使得银饰的功能从“象征财富”成为“象征苗族”。

根植于地方社会的传统节日在展现民族文化风俗的同时，还展示了工艺品本身，所以本文重点叙述的姊妹节与龙舟节两个节日场景是清水江流域苗族银饰得以彰显的重要场合，节日的社会意义在某种程度上影响着银饰佩戴的文化价值。游客在如今姊妹节和龙舟节所看到的银饰盛况并不能体现出当地社会文化当中原有的阶序关系与身份差异，而结合前述学者们对于苗族银饰文化起源的历史考察，我们可知这种盛况也并不是自古即是如此。作为历史讨论的补充，本文的民族志材料展示出，在过去的苗族社会，银饰本是财富地位的象征，通过节日的展示体现地方社会身份、财富和地位的差序。但是随着20世纪90年代外出务工浪潮以及旅游开发政策对当地的支持，当地人已经不再将节日期间穿戴银饰作为“比富有”的标志，而是“民族文化展演”的需要。

游客对于真实性和商品化的关心在于他们认为有一个“传统的”“原生态”的民族文化和“现代的”“商品化”的民族文化的对立。他们希望消费自己想象的那个“原生态的”民族文化，对工艺品真实与否的识别源于这件物品来自“真正的少数民族农村”，而不是工厂。因此，他们选择在少数民族地区旅游时购买，当地少数民族在节日摆集市，让游客相信这才是“真的民族工艺品”。由于文化不是固定静止而是变动的，因此文化可以被文化主体即苗族人自身再形塑，而被形塑的苗族文化或者被认为是“传统的复兴”并没有否定苗族文化的“真实性”。作为“旅游工艺品”的苗族银饰仍然是苗族银饰，它作为苗族银饰的真实性依然存在，发生变化的是银饰的社会功能，而不在于苗族银饰的真实性。

参考文献：

[1]NELSON G. 人类学与旅游时代[M]. 赵红梅，译. 桂林：广西师范大学出版社，2009.

[2]LOUISA S. Minority Rules: The Miao and the Feminine in China's Cultural Politics[M]. Duke University Press Books, 2000.

-
- [3]ERIC H, Terence O, Ranger. The Invention of Tradition[M]. New York:Cambridge University Press, 1983.
- [4]MAC C D. The tourist: A new theory of the leisure class[M]. New York: SchockenBooks, 1976.
- [5]张晓萍. 从旅游人类学的视角透视云南旅游工艺品的开发[J]. 云南民族学院学报 (哲学社会科学版), 2001, 18 (5) :99-102.
- [6] 张澍. 黔书·续黔书·黔记·黔语[M]. 贵阳:贵州人民出版社, 1992.
- [7]杨正文. 苗族服饰文化[M]. 贵阳:贵州民族出版社, 1998.
- [8]燕宝, 张晓. 贵州神话传说[M]. 贵阳:贵州人民出版社, 1997.
- [9] 贵州省编辑组. 苗族社会历史调查:一[M]. 贵阳:贵州民族出版社, 1986.
- [10] 全国人民代表大会民族委员会办公室. 贵州省台江县苗族的节日[M]. 内部资料:1958.
- [11] 王慧琴. 苗族女性文化[M]. 北京:北京大学出版社, 1995.
- [12] 贵州省地方志编纂委员会. 贵州省志:旅游志[Z]. 贵阳:贵州人民出版社, 2009.
- [13]吴泽霖, 陈国钧. 贵州苗夷社会研究[M]. 北京:民族出版社, 2004.
- [14]杨军昌, 杨蕴希. 清水江流域民族教育文化遗产与乡村旅游融合发展研究[J]. 西南民族大学学报 (人文社会科学版), 2018 (5) .
- [15]杨正文. 清水江流域的白银流动与苗族银饰文化的成因[J]. 民族研究, 2015 (5) :52-60.
- [16]胡嘉玮. 黔东南施洞苗族银饰源流考[J]. 凯里学院学报, 2016, 34 (2) :17-20.
- [17]王晓辉. 苗族银饰的全球史内涵[J]. 贵州民族研究, 2017, 38 (12) :130-135.

注释:

1 格雷本有关旅游本质的讨论可参见“Tourism: The Sacred Journey”以及“旅游人类学”两篇文章。“Tourism: The Sacred Journey”. in Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism. Valene L. Smith. (eds) . University of Pennsylvania Press. 1989. 《旅游人类学》一文收录于: (美) Nelson Graburn: 《人类学与旅游时代》, 赵红梅译, 广西师范大学出版社, 2009. “旅游人类学”有关“旅游者”的讨论可参见“The Ethnographic Tourist”一文, 该文收录于:The Tourist as a Metaphor of the Social World. Graham M.S. (eds) . Dann. CABI Publishing. 2002.

2 如格林伍德 (Greenwood) 、科恩 (Erik Cohen) 和格雷本 (Graburn) 。

3 除了施洞镇, 施秉马号乡和台江县老屯乡均属于这一服饰圈, 这些村寨共享同一套节日文化。

4 六厅为八寨（今丹寨县）、丹江（今雷山县）、都江（今黔南三都县）、古州（今榕江县）、清江（今剑河县）、台拱（今台江县）。

5 爱密达：《黔南识略》清光绪刻本。

6 姊妹饭是用当地淡黄色的姊妹花煮成的糯米饭，颜色呈黄色，但后来也开始有黑色、红色的糯米饭。

7 游方，是苗语 iut fangb 的音译，直接的语意是“四处游寨”，它是苗族青年男女们公开谈恋爱和追求异性活动中的代名词，是未婚青年男女以缔结婚姻为最终目的的社交活动。

8 苗族民间有这样一句话：姐妹的子女好像共一个爹妈一样，兄妹结婚不像样。但苗族姨表兄弟姐妹之间不通婚，一般只限制在二代血亲姨表兄弟姐妹的范围之内，即姐妹所生的子女互不通婚，这些子女所生的子女之间也互不通婚，第三代姨表兄妹就不受限制了。非同胞姐妹的子女即从姨表兄妹通婚，则不在限制之列。

9 平时游方主要在“游方坪”或“游方坡”进行，基本上每个村寨都有一两块“游方坪”或“游方坡”。

10 施洞的主要亲属关系组织以家族为单位，一个家族在地方上的地位以人丁和财富的多少来衡量。一个家族的成员可能分散在不同村落，家族成员在其居住村落的地位取决于所属家族的地位。

11 同苗族“吃鼓藏”的“鼓藏头”同音。雷公山一带苗族历史上存在的社会组织是鼓社，由数个家族（Jil Sail）组成的具有同一个父系祖先的社会组织，是集信仰、政治、军事等功能为一体的组织形式。“吃鼓藏”如今又被称为“鼓藏节”是以鼓社为单位的祭祖仪式。曾有学者推断可能划龙舟与吃鼓藏有某些关系，或它的起源是在吃鼓藏之后，由鼓藏头兼办，因而沿用“鼓头”这一名称。贵州省编辑组：《苗族社会历史调查：一》，贵州民族出版社，1986。

12 笔者采访了 70 年代出生，于 90 年代初去广东打工的施洞人，他们谈恋爱、缔结婚姻的对象主要是在外打工时认识的，而不是通过“游方”。

13 苗族游方主要以男女对唱的形式进行。

14 即无聊。

15 据当地银匠说，这种白皮纸可以防水防潮，并且它很柔软，利于银饰的保管。