
赣南客家文化旅游困境研究

罗绍明¹

（贵州大学旅游与文化产业学院，贵州贵阳 550025）

摘要：在探讨赣南旅游区旅游发展滞后、开发陷入困境的原因基础上，对赣南客家文化旅游开发中的操作误区进行反思。通过对赣南客家文化旅游发展现状的分析，发现赣南客家文化旅游面临旅游地位的尴尬、族群认同的危机、传统民俗文化被抛弃或被虚构的危险、开发的短期行为等困境。

关键词：赣南；客家文化旅游；困境

中图分类号：F590.1

文献标识码：A

文章编号：1007-3558（2018）01—0070-06

赣南是客家文化的源流地，也是最大的客家聚集地，占世界客属人口的近十分之一。作为客家文明的中心地区，赣南客家文化因其文化传统的历史基础和地理环境而独具特色。赣南地区现存的大量具有客家文化精神的宝贵资产，是发展文化旅游产业的重要资源。但是，赣南客家文化旅游没有得到应有的重视，旅游资源开发陷入多重困境。

一、客家文化的形成及其特征

客家是“历史上由于战乱、饥荒等原因，中原汉民渐次南下进入赣闽粤三角区，与当地畬瑶等土著居民发生融合而形成的具有独特的客家方言系统、文化风俗习惯和情感心态的稳定共同体。”^[1]在漫长的客家迁徙历史中，逐渐形成了广东嘉应州、福建汀州、江西赣州等客家文明中心，此外，广西、四川被称为是第三、四客家聚居地。

从文化人类学的研究角度来看，客家是一个标示文化记忆“边界”的群体，客家文化是客家人的群体记忆，所以我们有必要考察客家文化的形成及其特征。从客家源流研究可以看出，“历史上在中原发生的‘五胡乱华’、人口膨胀、土地资源匮乏、生态问题等出现多次汉人南迁事件，他们在闽粤赣交界地区，具体地说，在罗霄山脉、武夷山脉和岭南所围构的广大地区找到了修养生息的理想地方，并与原住民和百越民族交流融合，形成了独特的客家文化。”^[2]美国人类学家本尼迪克特（Ruth Benedict）在其名著《文化模式》中指出：“文化一如个人人格，各有其模式和形貌。”^[3]对于客家文化的形貌，罗香林有非常具体的表述，他认为：兼顾各业、并蓄人才，妇女能力的广泛与地位的提高、好动而且具有野心、富有冒险和进取精神、简朴质直等代表了客家民系的特征^[4]。

尽管把文化比作一种人格形貌的模式，现在看来不是很科学，容易得出刻板的客家印象。但在客家族群集体意识中，确实有着强烈的重本溯源和“崇正”意识，至今客家人仍然遵循着一个祖训：“宁卖祖宗田，不忘祖宗言”。客家人在念念不忘中原血统与受迫流离失所的情结中，“养成了遵守祖训、刻苦耐劳及团结排外的特殊性格，因此缺乏与其他文化交流融合的机会，而

¹收稿日期：2017-12-24

基金项目：贵州大学引进人才科研项目“文化产业进程中的文化遗产保护与发展”（项目编号：贵大人基合字（2013）014）

作者简介：罗绍明（1982-），男，江西吉安人，副教授，博士，从事旅游与文化产业研究。

一直保有许多传统的语言、文化与风俗。”^[5]客家文化源远流长的历史深度和客家族群强烈的认同意识，加上相对闭塞的环境，使得客家文化得以较好地保存。

赣南客家地区保存了优美的自然生态和大量的历史古迹、围屋、宗祠等文化资产，这些具有客家文化精神的旅游资源综合了考古、经济、美学等各方面的价值。尽管赣南客家文化旅游有许多自身的优势，存在很大的潜在市场价值，对于经济欠发达的赣南地区来说，其发展充满了机遇。但由于受到诸多主客观因素的影响，赣南客家文化旅游面临许多困境。

二、赣南客家文化旅游的困境分析

（一）尴尬的旅游地位

旅游业的基础条件是资源禀赋、区位条件、社会经济状况和现实市场力，各地在发展旅游业时，应根据发展的现状分析自身的所处的地位，寻找与确立自身的立足点和发力点。

就旅游资源而言，江西省拥有丰富而独特的旅游资源，红色、绿色、古色交相辉映，龙虎山、庐山、景德镇、三清山、井冈山、婺源江湾等景区已闻名全国，甚至走向世界。江西省 5A 级景区的数量在全国各省市中排名第 11 位。有专家指出，江西的旅游资源在全国排名前 10 位^①。但这样一个拥有优势旅游资源的大省，旅游业在全国的排位多年来一直偏后，在华东六省一市排位垫底^②。赣南旅游主要是围绕“红色故都、江南宋城、客家摇篮、东江源头”四大品牌，进行红色、绿色（森林生态游）、古色（客家民俗风情游）旅游产品开发。其中以瑞金和兴国为中心的红色旅游在赣南旅游中占据主要地位。据不完全统计，红色旅游人数已占全市旅游总人数的 40%，红色旅游收入占全市旅游收入的 50%以上^③。赣南客家旅游的开发相对于红色旅游开发较晚，至今尚未形成有比较优势的旅游项目，红色旅游资源很大程度上遮蔽了赣南客家旅游整体形象，客家旅游与红色旅游业也没有实现良好的结合。总之，江西省在全国旅游业发展大格局中遭遇尴尬境地，赣南客家旅游在本地又从属于以瑞金为中心的红色旅游，可见其旅游地位是相当弱势的。

闽粤赣三省是客家旅游的主要目的地，各自都拥有丰富而独特的客家旅游资源，近年来，客家地区竞相开发出以寻根谒祖、祭祀朝圣、参观客家建筑等为主题的旅游项目。由于各种因素的影响，赣南在客家旅游中处于相对劣势的地位。从区位角度看，赣南地处经济不发达的中部地区，旅游需求不高。闽粤客家地区则靠近沿海发达区和珠三角经济区，加上台湾和海外客家人寻根谒祖的强烈愿望，旅游需求旺盛，两地的客家旅游发展迅猛。也因此，闽西和粤北客家文化认同和保护意识更为强烈，保存较好规模较大的文化遗产能够赢得更大的市场空间。而且，闽粤客家地区在旅游开发中积极营造自身的品牌效应，与赣南客家旅游构成强烈竞争。由于港、粤及海外地区也是赣南客家旅游的主要客源地，导致了赣南客家旅游在竞争中处于劣势地位。从此角度来看，区位屏蔽效应导致在激烈的旅游市场竞争中出现更大的势差，闽粤地区的客家旅游业相对赣南显得更有优势。

从上述对赣南客家旅游地位的分析中可以看出，赣南无论在江西旅游格局中和客家旅游中都处于弱势地位。目前赣南客家文化旅游的弱势地位表明，我们对赣南客家文化历史地位的重视和文化价值的认识显然不足。因此赣南在发展客家文化旅游的

² ①中国网，江西省旅游局官员：重塑形象高举 3 大旅游“新品牌”

[EB/OL]http://www.china.com.cn/news/local/2009-06/22/content_17990342.htm.

³ ②近年来，江西省旅游总收入和旅游外汇收入均排在全国 31 个省市自治区的 20 位开外，且在华东六省一市排位垫底，参见中国旅游统计年鉴 2011~2016。

⁴ ③中国社科院，红色文化内涵与赣州经验[EB/OL]http://www.cass.net.cn/file/20080828195972.html.

过程中，融入历史文化内涵、凸显乡土文化特色打造品牌形象，将是提升其旅游地位的明智之举。

（二）族群认同危机

黄志繁教授在《谁是客家人？》一文中记录了这样一段话：

1990 年的某天，在赣南的某大学，笔者正在上一门历史系的专业课，老师突然讲道，赣南是全国最大的客家人聚居地，其人口的 95%都是客家人，而客家人是中原汉族南迁后形成的一支优秀的民系。这番话令我和周遭的同学兴奋不已，因为我们这所地区性师范学院的学生大部分来自赣南本地，这意味着，我们都是优秀的南迁汉人后裔——客家人。有趣的是，我虽然从小生活在赣南，但在那堂课之前却从不晓得自己是客家人，也就是说，我的客家人身份是被老师“宣布”的^[6]。

目前在江西，这种不知道自己客家身份或者仅知道自己是客家人而不知何为客家人的现象仍然普遍存在。赣南是全国最大的客家人聚居地，现其人口的 96%都是客家人，在这样一个客家族群聚居的核心地区，为何出现不明客家身份的情况？笔者认为正是由于赣南人口、地缘等因素，加上社会急剧转型的冲击导致了客家族群的认同危机，出现“结构性失忆”、族群边界的逐渐模糊。

赣南是客家人南迁的第一站，也是聚集客家人数量最多、密度最大的地区，目前，当地人口几乎全是客家人，客家族群不存在与外在族群的互动和冲突，加上其地理位置相对其他客家聚居地最是接近中原地区，因而多受到中原文化的影响，而且现在赣南与江西整个的文化特征也没有表现出多大的差异，这样也就没有一个可以用来强调的文化特征来限定族群的边界，族群边界的模糊与消逝加快了客家人对“历史”的集体失忆。在社会急剧转型的今天，逐渐失去社会集体记忆的客家人，不可避免地出现了族群认同危机和文化保护意识的衰落。

（三）传统与现代的矛盾

在现代社会中，传统文化的重塑以及外来文化的侵入是必然的。但是，我们所要做的是避免文化的断裂。现代化和文化全球化的冲击带来了传统文化的被同化，在如今工业化和城市化的加快的形势下，经济的迅速发展导致急剧的社会变迁。赣南客家地区一直是经济欠发达地区，经济的落后使他们归因在客家传统文化的落后，由于缺乏对客家文化内涵的整体认识，而产生了文化的自卑，遂逐渐成了“隐形的客家人”。太多在外地的客家人已然被同化，客家族群文化面临“结构性失忆”的危机，尤其表现在客家方言、客家曲艺、民间文艺、传统技艺和传统节庆上。

在这样的境况下，发展旅游业成为重振传统文化的一种手段。但是，正如刘晓春在《民俗学问题与客家文化研究》一文中指出的那样，在经济的甚至政治权力的操纵下，各种客家地区的“民间文化”被当地政府和精英们“发明”出来，为地方的经济建设服务^[7]。传统民俗文化的被抛弃或者被虚构都是赣南客家旅游发展的极大障碍，使其偏离了重振传统文化的初衷，不是长久的发展之计。建设性的做法是在保护好客家传统文化的基础上，积极地与现代文化进行采借、互动，吸收进有益的成分，摒弃掉落后的糟粕，完成传统文化的延续与重构，如此方能为赣南客家文化旅游的发展提供资源的保障。

（四）短期行为与永续利用的矛盾

单一追逐经济利益的短期旅游开发行为已经成为文化旅游永续发展的主要障碍，它将导致文化景观的变质甚至消亡。赣南客家旅游既没有立足自身的基础条件和所处的旅游地位，也没有保持自身的独立性。急功近利的心态导致追求规模和短期经济效益的工业生产形态出现，开发出毫无质量和个性的产品项目，既虚耗了资金，也影响到旅游资源的本真价值。在这样的短期行为和过度商业操作的情境下，人文资源的湮灭和独特性的消失令人担忧。

2004 年，第 19 届世界客属恳亲大会的召开为赣南“客家摇篮”地位的确立和旅游形象的提升起到了重要作用。2005 年，赣州市作为经济欠发达城市，短期内在赣县同时开发了两个客家民俗文化主题公园——赣县的五龙客家风情园和赣县客家文化城。但是耗资六千多万元规模宏大的赣县客家文化城迅速开发并作为龙头产品推向市场后，非但没有起到预期的品牌效应，个性消失的工业化生产反而使“客家摇篮”失去了“光晕”，事实证明其操作是一大败笔。赣县客家文化城采取静态开发模式，由于缺乏可供游客参与的民俗项目，在体验经济时代势必失去市场竞争力；钢筋混凝土打造的现代建筑群，无法展示出客家围屋建筑风格的优美之处。五龙客家风情园则因盲目追求规模导致资金紧张、后续开发乏力^[8]。

单一追逐经济利益的短期旅游开发行为已经成为文化旅游可持续发展的主要障碍，它将导致文化景观的变质甚至消亡。片面强调经济效益、民俗和地域文化粗糙性或商业化的表现，造成了客家民俗旅游资源的非理性开发。

三、赣南客家文化旅游发展道路的思考

在文化全球化和工业化浪潮中，客家文化很容易被同化。在旅游开发过程中，又容易使文化受政治、经济冲动力的主导而出现“想象”的建构和本真的扭曲，并使其偏离重振传统文化的初衷。文化创意产业与旅游产业的融合借助创意文化和地方的传统特色文化资产，使少量而多元的旅游产品能够发挥其经济效益，并以此凸显客家文化的主体性和生活性，增强游客体验客家文化的美学意义。

（一）以创意文化理念整合资源

如何整合文化要素，把离散旅游资源聚合成内涵丰富、主题独特的文化旅游产品？关键在于围绕客家文化的轴心，开发主体鲜明的专题旅游，开辟客家特色的旅游线路。首先，客家文化作为赣南地区最本质的核心文化，将其创意文化理念贯穿于孤立分散的景点，能够起到点化和串联的作用，产生明显的整体效应和深度效应。其次，树立“大旅游”的观念，将客家文化渗入到赣南旅游业的各环节，围绕着吃、住、行、游、购、娱等各个环节，打造旅游文化产业链，形成旅游文化产业群。最后，利用饮食文化、节日庆典、歌舞演艺、文化夜生活等各种形式加强城市文化氛围。

赣南各市县的客家文化旅游资源各有主题和特色，各市县可根据自己的特色确定开发的文化取向，把这些离散旅游资源聚合起来形成有一定规模、有丰富内涵、有鲜明主题的客家文化线路。再通过组合各县市的客家文化线路，形成运作有序的旅游网络，这样才能发挥出整体优势，提高文化品位。

（二）重拾客家族群的历史“记忆”

对比客家“孤岛”如台湾、成都等地区的客家人，在与外在族群的互动中，因受到周围其他族群的强势冲击，不同族群之间的一度引发冲突，尤其在台湾地区还出现过客家运动。由此可见，在与周围族群中心文化的对话中，边缘的客家人在文化保护意识和族群认同意识上反而愈加的强烈。例如，成都近郊东山丘陵区客家人，现今仍然固守传统的客家习俗，原始的建筑风貌，尤其是族群语言。以洛带为中心，周围还有近十个乡镇居民都说客家话。几百年来，他们一直传承、延续着客家文化特色。但丰厚的客家文化价值因为客家意识长期的压抑而没有得到应有的重视，经济开放后，随着近年来当地客家人认同意识的觉醒，成都龙泉驿区在上世纪 90 年代末，开始了对客家文化资源的开发。通过文化影响社会，桃花节的嫁接等一系列举措，较为成功地把洛带打造成为“西部客家第一镇”^[9]。其成功很大程度上得益于其极大的区位优势 and 客家文化在成都主流文化中别具一格的特点，在整个过程中，客家文化作为一种潜在的资源促进了客家族群的认同意识，同时客家族群认同意识的增强也导致客家文化资源的开发利用成为可能。

反观赣南客家地区，族群认同和文化保护意识的弱化将会降低客家文化资源的价值，这也将极大地制约住赣南客家文化旅游的发展。所以，激发客家族群的认同意识、重拾族群的历史“记忆”，是赣南客家文化旅游发展的一个必要前提。

（三）以文化创意营造客家文化生活圈

一个地区的民俗文化开发应选择符合当地实际、体现民俗文化特色的适当形式。对于赣南客家民俗文化而言，采取原生自然式开发是较好的选择。现有的客家村落应尽力保护，打造文化保护区，展现客家文化特质，以村民的自然生活生产活动为旅游内容，积极宣传，推向旅游市场。从经济的角度看，以文化保护区为中心，将客家文化民俗风情结合起来，打造具有地方特色的旅游路线，能够深刻展现客家文化内涵，并很好体现客家文化的经济价值。从文化的角度看，当地居民的对客家历史文化的解说和活态文化的展示体现出客家文化的本真内涵，在参与当地旅游发展的过程中，进而提升文化自觉，增强文化自信，亦是保证客家文化资源妥善保存和可持续利用的根本途径。从生活方式看，历史上赣南客家人以农耕生活为主，当地客家人最能体会其深刻的文化特色，只有依托社区居民的力量，才能做到深入挖掘客家文化内涵。为此，政府和各部门应将旅游业和文化创意产业融合，结合社区的力量，对客家围屋、饮食、戏曲歌舞等文化资源进行产业化开发，共建居民和游客的精神家园。

（四）开发多元文化创意产品，建立客家特色品牌

一项成功的民俗旅游资源开发体验设计无疑是资源和市场两者的对接点。旅游业在深度开发上必须围绕“体验”这个关键词全方位拓展，挖掘当地具有代表性的资源，加以提炼组合，通过支持系统有形化，形成具有感召力的产品^[10]。并从旅游者的类型出发，研究游客心理，旅游者对文化的求异心理，对异质文化的寻求、认同与接受，设计好旅游产品，以满足游客特定的体验要求。

赣南客家文化具有浓郁的民俗文化色彩与鲜明的地域特征，开掘拓展的空间还非常广大。但目前赣南客家旅游产品做得既不精也不深，问题就在于旅游项目总是游离于人文体验核心之外，忽略项目的可实践性及游客的参与性和互动性。很多非物质文化如客家山歌和采茶戏未能做成高品位的产品，游客得不到参与的机会，文化传承和延续也失去了经济支撑的强大动力。动态的产品设计则可以使游客在参与中得到体验性的交融，以客家衣食住行及精神意象为创意开发的产品，让游客参与旅游商品的设计、制作并购买，能使游客体会客家语言与文化的精髓。例如，客家人的历史故事，可以通过书籍、影视、宣传片进行分享；客家山歌、采茶戏等非物质文化遗产，可由游客亲身参与和学习，艺术家现场表演和示范。客家语言与文化通过这种方式，可以得到更好的传承。

四、结语

综上所述，赣南客家旅游面临诸多困境：江西旅游在全国及华东旅游区排位靠后，而赣南无论在江西旅游格局中和客家旅游中都处于弱势地位，而且赣南客家旅游在本市亦从属于红色旅游；赣南客家地区出现“结构性失忆”、族群边界的逐渐模糊，导致了客家族群的认同危机和文化保护意识的弱化；客家民俗文化在文化全球化的冲击下渐被同化，而在经济的甚至政治的权力操纵下，客家民间文化沦为一种被“发明”的传统，传统民俗文化的被抛弃或者被虚构使客家旅游偏离了重振传统文化的初衷；片面强调经济效益、民俗和地域文化粗糙性或商业化的表现，导致客家文化旅游资源的非理性开发。

文化创意产业与赣南客家文化旅游的融合，可以提高产品的附加价值，促进赣南地区的经济发展，凸显客家文化的主体性和生活性，以及增强游客体验客家文化的美学意义，实现赣南客家文化旅游的可持续发展。

参考文献：

[1]冯秀珍.赣南在客家民系形成中的特殊地位[A].潘昌坤.客家摇篮赣州[C].南昌：江西人民出版社，2004：33.

[2]彭兆荣.帝国边陲政治地理学对客家文化的影响——以福建宁化客家祖地建构为例[J].客家研究辑刊，2008（2）：1-9.

-
- [3]露丝·本尼迪克特 (Ruth Benedict). 文化模式[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2009: 1.
- [4]罗香林. 客家研究导论[M]. 上海: 上海文艺出版社, 1992: 7.
- [5]刘还月. 台湾的客家族群与信仰[M]. 台北: 常民文化事业股份有限公司, 1999: 10.
- [6]黄志繁. 谁是客家人? (罗香林《客家研究导论》(台北, 古亭书屋, 1975) 评介)[J]. 中国图书评论, 2008 (3): 56-59.
- [7]刘晓春. 民俗学问题与客家文化研究——客家研究的普同性与线性视野之反思[J]. 江西社会科学, 2004 (1): 118-121.
- [8]曾光敏, 王院成. 欠发达地区“本地再现式”民俗传统文化模仿发展战略透析——以赣州市客家民俗文化旅游主题公园为例[J]. 赣南师范学院学报, 2008 (1): 100-103.
- [9]陈世松. 论客家文化资源的开发与利用——以成都市龙泉驿区洛带镇为例[J]. 成都大学学报 (社科版), 2006 (5): 104-107.
- [10]陈涛, 崔胜军. 赣南客家民俗旅游资源开发的状况分析与对策[J]. 农业考古, 2007 (6): 176-178.