

主客互动视角下哭嫁的旅游展演研究

——以湘西土家族为例

张天添 高嘉穗 徐琦 郭思彤¹

(湖南第一师范学院商学院, 湖南 长沙 410205)

【摘要】: 民族文化是吸引旅游者到访的重要元素。通过参与式观察、深度访谈和话语分析, 从主客互动的视角研究哭嫁这一湘西土家族的旅游文化符号。研究认为: 在旅游展演中, 东道主通过对哭嫁的表演追溯和呈现文化记忆, 旅游者通过对哭嫁的凝视理解达成文化共识, 在主客互动之间, 民族文化得以传承和传播。研究结论有助于民族地区通过重构文化符号, 展现民族文化, 推动旅游发展。

【关键词】: 哭嫁 主客互动 文化记忆 文化认同

【中图分类号】:F27 **【文献标识码】:**A

“哭嫁”是新娘出嫁时和其女性亲戚一起边哭边唱的风俗活动, 土家族的“哭嫁”历史悠久、哭嫁歌词丰富尤为著名。“出嫁”这一喜庆之事, 因土家姑娘的“哭”和“眼泪”, 勾起了旅游者心中对异族文化的猎奇。“哭嫁”亦成为当地民族旅游的文化符号, 在东道主和外来旅游者的主客互动之间, 展现着民族地区的传统文化。

民族旅游中目的地东道主与旅游者之间的本质是文化间的互动。本研究以湘西土家族的哭嫁旅游展演为研究对象, 基于主客互动视角, 剖析其“主—客”关系。

1 文献综述

1.1 民族文化与旅游展演

民族文化作为旅游资源的重要组成部分, 对于旅游业的发展十分重要。当民族文化向旅游资源转化时, 东道主对本族的民族文化进行分析、包装, 即对民族文化进行“解构、变异、重构”。在转化过程中, 对文化的控制与引导尤为重要。旅游展演本质与旅游的发展状态密切相关, 广义是特定空间内有“客”与“主”互动的文化体验与展演实践; 狭义则更注重舞台上的文化艺术表演。可见旅游展演其实是东道主与旅游者之间进行跨文化了解和社会交流的舞台。

1.2 主客互动与文化传播

作者简介: 张天添(2001-), 女, 湖南娄底人, 湖南第一师范学院商学院旅游管理专业本科在读, 研究方向: 民族旅游; 高嘉穗(1999-), 女, 湖南常德人, 湖南第一师范学院商学院旅游管理专业本科在读, 研究方向: 民族旅游; 徐琦(1998-), 男, 江苏连云港人, 湖南第一师范学院商学院旅游管理专业本科在读, 研究方向: 民族旅游; 郭思彤(2000-), 女, 江西赣州人, 湖南第一师范学院商学院旅游管理专业本科在读, 研究方向: 民族旅游。

基金项目: 2020年国家级大学生创新创业训练计划项目“湘西民族地区文化旅游产业调查与高质量发展”(S202012034009)

主客互动是旅游地东道主与旅游者面对面接触时引起的各种行为现象与关系的总和。民族旅游给旅游目的地提供了一个“接触地带(contact zone)”,在这个空间里,旅游者与东道主的角色互动,引发文化间的碰撞,继而产生“主-我”分野与对视。在旅游中,东道主与旅游者必然会进行文化上的互动和交流,进而发生传播,文化传播实质上是文化的接纳过程,且具有双向选择性。

1.3 文化记忆与文化认同

扬·阿斯曼首次提出“文化记忆”,文化记忆记录着一个群体的身份和过往,不受时代和空间的影响,有较大包容性。文化记忆的传承方式有“与仪式相关的”和“与文字相关的”两大类。长期生活下,人们筛选最有积极意义的事物,对族群生活中的文化信仰、族群观念和生活实践等方面产生认同。文化认同是一个由表及里的过程,大致分为文化形式的认同、文化规范与准则的认同、文化价值的认同,在三大层次影响下,文化主体付诸社会实践,构成整个体系。

2 研究方法

本研究采用参与式观察开展田野调查。研究者2020年8月到湘西土家族苗族自治州进行实地考察,现场观看艺术团成员表演剧目。研究者与被采访者进行访谈后,从主人与客人两受访角度将其年龄性别等信息编号,对受访语言进行分析。主要受访者为哭嫁展演的两位核心演员(H1,56岁哭嫁展演女演员;H2,28岁哭嫁展演女演员)、艺术团成员(H3,30岁艺术团男成员)、当地居民(H4,45岁男居民),以及旅游者(G1,19岁省内女游客;G2,26岁省外女游客;G3,26岁省内男游客;G4,30岁省外男游客)。

3 哭嫁展演中的主客互动关系

3.1 哭嫁的东道主呈现:追溯文化记忆

哭嫁贯穿土家女性的一生,哭嫁歌每句歌词记录对生活的宣泄,每处旋律载满了回忆,也展现土家女性的心路历程。即使现代社会中,“哭嫁”变得“不流行”,但除特殊节日或场合外,它仍在部分人的青春里:

“我从小跟着妈妈学哭嫁歌,土家族本来就是没有文字的,以前用土家语唱的,都是口口相传的。”(H1)

土家族哭嫁歌2011年被收录第三批国家级非物质文化遗产。非物质文化遗产的传承通过书面、口头和行为等方式,可见文化记忆依赖传承人。哭嫁文化的传承人开培训班传承文化、表演传播文化,哭嫁旅游展演离不开他们的指导:

“哭嫁文化是我们的特色,作为表演者,是经过专业训练的。我们在国家指定传承人那学习,在她指导下,完成哭嫁表演的设计,最后呈现给大家。”—(H2)

文化记忆决定当地文化底蕴深度,是发展旅游业的“根”。在构建哭嫁文化中,文化记忆随当地经济发展和环境变化被迫失去原始面貌。在东道主的角度,最终目的是将哭嫁文化完好传承、传播,认清哭嫁文化及对本民族的意义,如何将碎片整合,构成记忆空间,以利于传递哭嫁文化:

“哭嫁被列为非物质文化遗产,作为这项文化的传播者,希望能将哭嫁文化原本呈现给大家,结合现代科技完整地保存文化。我们不断学习,希望能把文化和舞台更好地结合,得到更多认可。”—(H3)

哭嫁展演的表演者对哭嫁文化有很强认同感,作为文化的传播者,不断追溯哭嫁文化记忆,给旅游者带来完美体验。他们无法在生活中延续此文化,艺术表演便是保留文化的途径。国家和旅游业介入,使当地人意识这份文化是无形又有形的财富:

“对于我们，把哭嫁表演出来，吸引外地人来这里，不仅发扬这种文化，还起到带动经济的作用，实质还是蛮好的。”—(H4)

民族文化旅游兴起，是当地发展的契机。一方面，人们怀着“猎奇”的心态，探索民族文化，为自己的精神追求消费。另一方面，东道主进行哭嫁旅游展演，既传承本民族文化，又创造经济收益。

3.2 哭嫁的旅游者凝视：达成文化共识

新背景下，旅游者通过媒介传播的文化符号来认识民族。他们通过多渠道，筛选自己感兴趣的民族文化和旅游目的地。此时，旅游者有对该民族文化的初步认同：

“在朋友圈看视频，觉得很像我家乡哭丧的敲锣打鼓，但是还是有区别。嫁人是开心的事，为什么要哭这么伤心，还编成歌，蛮特别的。”—(G1)

旅行过程中，旅游引发不同文化的碰撞。旅游者初次接触哭嫁文化，会存在主观臆断，在观看展演前，通常有“不了解”“不理解”和“好奇”的情绪：

“我对这个文化不了解，哭嫁不就是哭着嫁出去吗？可能是丫头舍不得娘家人吧，特别的地方就是边哭边唱。”—(G2)

旅游者在看完哭嫁的展演后，往往会改变看法。旅游者在具土家风味的场景中，获得现场感受，产生文化体验，了解文化和内在精神。他们在文化间的比较中重新建构对该文化的认知，从而达到对文化的认同：

“听介绍时没感觉，但她们开始哭的时候触动到我。从我的感受，土家姑娘可能也是借哭嫁发泄对命运的不满。”—(G3)

“网上看过哭嫁表演，实际看到后，觉得生动地展现土家族婚嫁的面貌。个人觉得，可以把表演完善，搬上大的舞台，让大家了解土家族哭嫁文化。”—(G4)

旅游者对异族文化，是一个从无到有的过程。起初通过途径知道文化，进一步观察后，有初步认识，期间可能伴随个人认知的“不理解”，而后在旅途中“亲眼所见”，更深刻的了解，最终理解文化。这是旅游者文化认同过程，旅游展演是这一过程的一条通道。

4 结论与讨论

研究认为：哭嫁文化作为土家族婚俗组成部分，东道主通过追溯历史来源，寻找记忆碎片，提炼文化精髓，最终呈现在展演舞台；旅游者作为观众体验异族文化，进而达成文化认同。在观看中，东道主向旅游者传递哭嫁文化，旅游者也把自身的文化无形地带到旅游地，是一个文化互动的过程。

东道主靠民族文化吸引旅游者，旅游者把自身文化带到当地。双方文化碰撞下，东道主很容易为更多经济效益而迎合旅游者，使本地文化资源失去原有风韵。这样发展对民族文化造成冲击，如果不做出调整，可能会使各族文化商业化“相似”，哭嫁文化“贬值”。此外，哭嫁歌通过用土家语传唱，口口相传记录，而在展演中，却用普通话传唱，比以往简略，并非原本的哭嫁，展演的场地也仅是生活化舞台，除姑娘出嫁让人产生情绪外，无法产生视觉的冲击。因此，哭嫁旅游展演要找准定位，即小的展演较简单，大的展演要尽力把哭嫁以艺术呈现。

对于现代社会，人们精神上的追求越来越高，“异族文化”成为开阔视野的追求。多媒体、书本或朋友口述，是人们了解的

渠道,这些渠道带来的认知或许片面、主观,却也文化发展有宣传作用。访谈中可发现,每个人对哭嫁文化都有不同见解,观看展演的目的不同。来到旅游地,旅游者对民族文化的见解从没概念到简单了解,再到深入了解,最终产生文化认同。有认同,旅游者才会尊重文化,民族文化便能更好地传承,旅游者本身也得到自我“净化”。

民族文化的传承不仅要东道主的努力,在主客互动影响下,也需要大环境给予文化足够尊重。作为“主人”,要追溯文化记忆,了解本民族历史,重塑文化,用艺术形式进行呈现。作为“客人”,要对民族文化保持尊重。

参考文献:

[1]李明术. 旅游业发展中的民族文化资本化运用——以湖北恩施自治州为例[J]. 中南民族大学学报(人文社会科学版), 2018, 38(05):73-76.

[2]光映炯. 认识“旅游展演”:基于“行为——文化——场域”的阐释路径[J]. 广西民族研究, 2017, (05):114-121.

[3]吴炆佳, 钱俊希, 朱竑, 等. 商品化民族节日中表演者的角色认同与管理——以西双版纳傣族园泼水节为例[J]. 旅游学刊, 2015, 30(05):55-64.

[4]陈莹盈, 林德荣. 旅游活动中的主客互动研究——自我与他者关系类型及其行为方式[J]. 旅游科学, 2015, 29(02):38-45.

[5]李国太, 吴正彪. 遗产阐释与记忆重塑——以中国蚩尤叙事的意义转换为例[J]. 吉首大学学报(社会科学版), 2015, 36(03):110-115.

[6]和少英, 和光翰. 文化认同与文化挪借[J]. 云南社会科学, 2018, (06):182-183.

[7]杨骏, 马耀峰. 全球化场域的旅游与民族文化认同[J]. 甘肃社会科学, 2017, (01):223-228.