

仡佬族服饰在区域旅游吸引物系统中的功能及其运用价值

周菁¹

(遵义师范学院, 贵州 遵义 563006)

【摘要】: 根据对旅游吸引物系统分层理论的研究成果, 仡佬族区域旅游吸引物系统可分为旅游核心吸引物层、体验性旅游者层、旅游标识物层三个层次。仡佬族服饰是仡佬族区域旅游吸引物系统中的一项重要内容或要素, 在区域旅游吸引物系统中发挥着重要作用, 有着旅游审美功能、历史文化遗产功能及社会伦理传播功能, 并且, 这三种功能在区域旅游吸引物系统各个层次的构建中都具有很高的运用价值。

【关键词】: 仡佬族服饰 旅游吸引物系统 功能 运用价值

【中图分类号】: C95、B83 **【文献标识码】:** A **【文章编号】:** 1002-6924(2021)09-0107-08

位于西南地区的贵州省为我国仡佬族居住大省, 聚集了 96.43% 的仡佬族民, 其中黔北的道真县和务川县是贵州省的仡佬族大县, 两个县的仡佬族人口总数占全国的 78%, 贵州省境内其余的仡佬族则散布于安顺的普定县和平坝区、六盘水的六枝特区、贵阳的清镇市等多地。2006 年, 黔北仡佬族服饰制作技艺被列入贵州省遵义市市级非物质文化遗产名录。随着旅游业的发展, 仡佬族聚居地逐渐被开发成为独具特色的旅游目的地, 仡佬族服饰因其旅游审美功能、历史文化遗产功能和社会伦理传播功能, 成为当地旅游开发中一种重要的旅游吸引物。

自 2008 年起, 笔者开始研究仡佬族文化传承及其区域旅游开发问题, 深入遵义市道真县、务川县、播州区平正乡、安顺市普定县和平坝区等仡佬族聚居地进行实地调查, 采集了大量仡佬族服饰照片及纹样, 并将它们进行对比研究。为深刻体验仡佬族服饰文化, 笔者于 2017 年 8 月在道真县三桥镇客串参演了 CCTV-9 录制的大型仡佬族民俗记录片。笔者认为要将仡佬族服饰这一物质文化遗产更好地传承及发展, 必须进行多学科交叉性研究: 一方面以文化人类学为支撑追溯仡佬族服饰本身的价值与功能; 另一方面以旅游学为基础探索仡佬族服饰的运用途径。

一、仡佬族区域旅游吸引物系统及其分层理论研究

(一) 旅游吸引物系统理论研究

旅游吸引物 (Tourist Attractions) 是西方旅游学中被广泛使用的一个概念, 类似于国内旅游学界的旅游资源 (Tourist Resources) 这一概念。冈恩认为, 旅游吸引物是由三个要素组成的系统, 其中包括核心吸引物、旅游者和标识物。^[1]可见, 旅游吸引物指的不是一个狭义的游览对象, 而是一个完整的吸引物系统。在国内对旅游吸引物概念的研究里, 保继刚的定义比较明确: “旅游吸引物指促进人们前往某地旅游的所有因素的综合, 它包含旅游资源、合宜的接待设施和优良的服务, 甚至包括快速、舒适的旅游交通。”^[2]谢彦君通过分析, 提出旅游吸引物系统分为三个层次, 既有一个核心层——核心吸引物层, 也有两个

作者简介: 周菁, 遵义师范学院历史文化与旅游学院副教授, 主要研究方向: 旅游美学、民俗学、文化人类学。

支持层——旅游者层和旅游标识物层。^[3]林红提出,旅游者不能纳入旅游吸引物,他在《旅游吸引物的系统论再分析——与杨振之先生商榷》一文中指出:“旅游者不应属于旅游吸引物系统。因为旅游吸引物具有鲜明的地域特征,并且必须对旅游者具有吸引力,成为旅游者的旅游对象。”^[4]显然,旅游吸引物应该具有对象性特征,它是旅游吸引功能的释放物而非接收者,旅游者显然属于接收者。他指出:“当然,旅游地具有特色的人群有些是属于旅游吸引物范畴的,如特色鲜明的少数民族居民、造诣较高的民俗艺术演员、特艺技师、名厨等,他们的民族习俗与表演经常被当作旅游吸引物,成为旅游观赏的内容,但他们并不是旅游者。”^[4]笔者认为,在体验性旅游发展成熟的今天,一般旅游者不能归入旅游吸引物系统之中,但作为特殊游客的旅游者可以与“旅游地具有特色的人群”一样被当作旅游吸引物系统的一部分,这类特殊游客是参与各种体验性旅游项目的旅游者,这些旅游者多半会购买或租赁当地特色服饰,使其旅游活动更具体验性和带入感。如在宋城,很多旅游者喜欢穿汉服参与各种体验性旅游活动项目;再如云南民族村中的旅游者,也喜欢穿着不同少数民族服饰参与手工制作、婚嫁仪式、饮食习俗等民间生产、生活项目的体验,他们在参与体验性旅游活动项目的同时,也成为了其它旅游者眼中的风景。但是,体验性旅游者与“旅游地具有特色的人群”却属于旅游吸引物系统中的不同层次,前者属于支持层,后者属于核心层。另外,结合保继刚对旅游吸引物的定义,笔者认为旅游服务是属于旅游(消费)对象的范畴,也应属于旅游吸引物系统的一部分,而他们应被归入旅游吸引物系统中的旅游标识物这一层,因为穿着民族服饰的导游人员、服务人员等,对旅游景区和服务岗位起到了标识作用。综上,在旅游活动中出现的“旅游地具有特色的人群”、体验性旅游者、旅游服务人员这三类人都可归属到旅游吸引物系统之中。

(二) 仡佬族区域旅游吸引物系统分层界定

结合谢彦君的旅游吸引物系统分层理论及上述分析,笔者将旅游吸引物系统分为三个层次:旅游核心吸引物层、体验性旅游者层及旅游标识物层。其中,第一层——旅游核心吸引物层,包括物质类核心吸引物(各种自然遗产及社会物质文化遗产)和非物质类核心吸引物(各种社会非物质文化遗产);第二层——体验性旅游者层,即为参与各种体验性旅游项目的旅游者;第三层——旅游标识物层,其中包括网络宣传平台标识物、广告标识物、旅游服务人员(着装标识)。

其中旅游核心吸引物层是旅游吸引物系统的核心层和基础层,没有了它就无从产生体验性旅游者层、旅游标识物层这两个支持层。核心层与支持层是环环相扣、紧密结合的,支持层在旅游吸引物系统中反向提升和影响核心层,即体验性旅游者层和旅游标识物层附着于旅游核心吸引物层,又反过来推动其良性发展,从而推动整个旅游系统的提升与完善。如下图所示:



图 1 旅游吸引物系统层次关系图

综上可知,仡佬族服饰既是旅游核心吸引物层中的一项内容或要素,又是体验性旅游者层和旅游标识物层中的一项要素或符号。首先,仡佬族服饰是旅游核心吸引物层中的一项内容或要素。正如心吸引物层中的物质类核心吸引物有仡佬族服饰、仡佬

族建筑、仡佬族手工艺品、仡佬族居民、民俗艺术演员等。核心吸引物层中的非物质类核心吸引物有仡佬族信仰、仡佬族节日活动、仡佬族民俗活动、仡佬族传统手工艺技艺、仡佬族音乐舞蹈、仡佬族饮食习俗等，仡佬族服饰也作为一项要素附着于其中。如在仡佬族民间信仰仪式“傩戏”的祭祀中，需要祭祀者穿着代表各类神灵的服饰进行表演；在仡佬族节日活动中，需要族民穿着节日服饰参与活动；在婚丧嫁娶等重要民俗活动中，需要族民穿着礼仪服饰出席等。由此可见，仡佬族服饰是仡佬族各种活动中一项不可或缺的元素。其次，仡佬族服饰也是体验性旅游者层中部分体验性旅游者购买或租赁的特色装扮。值得强调的是，虽然不是所有体验性旅游者都会穿着仡佬族服饰，但为了增加活动项目的体验感和带入感，体验项目的设计者往往会安排其穿着仡佬族服饰，而部分体验性旅游者也会主动购买和租赁仡佬族服饰。再次，仡佬族服饰还是旅游标识物层中的一种符号性标识物，包括网络宣传平台上的仡佬族旅游标识物、仡佬族区域广告标识物、仡佬族区域旅游服务人员（着装标识）等。最后如图 1 所示，仡佬族服饰作为一项重要内容或要素，附着和渗透于旅游吸引物系统的三个层次，各层次相互作用、相互影响和促进，推动着整个旅游系统的良性发展。

二、仡佬族服饰在区域旅游吸引物系统中的功能

通过以上探讨可知，仡佬族服饰是仡佬族区域旅游吸引物系统中的一项重要内容或要素，并在区域旅游吸引物系统中发挥着重要作用，而这些作用源于其本身所独具的三种价值：旅游审美价值、历史价值和社会伦理价值。首先，仡佬族服饰具有很高的旅游审美价值。无论是其款式、色彩、刺绣还是配饰，都彰显着独特的民族风情与魅力，从而在旅游吸引物系统中满足了旅游者的审美需求，产生了旅游审美功能；其次，仡佬族服饰具有历史价值。在仡佬族服饰中蕴含着该民族早期社会生产的起源及发展、社会文明的源起及变迁，这令旅游者求知的需求得到满足，由此产生了仡佬族服饰的历史文化传承功能；最后，仡佬族服饰还具有社会伦理价值。无论是在仡佬族民的日常穿戴，还是在重大民俗活动及民族节日中，仡佬族服饰的穿着都彰显出深厚的社会伦理价值观。而服饰本身的刺绣纹样也体现了仡佬族人与自然和谐相处的传统生态伦理思想，从而满足旅游者提升社会伦理道德修养的需求，因此产生社会伦理传播功能。笔者基于文化人类学的视域，深入探讨仡佬族服饰在区域旅游吸引物系统中的三种功能如下：

（一）旅游审美功能

仡佬族服饰的款式、色彩、刺绣及配饰等都具有丰富的审美特征，因此仡佬族服饰能满足旅游者的审美需求，产生旅游审美功能。由于仡佬族分布区域的气候、环境、经济、文化发展不均，不同区域的仡佬族服饰在款式、颜色、装饰细节等方面存在着一些差异。总体来说，银饰、刺绣和桶裙在各地仡佬族服饰中都是不可缺少的元素。仡佬族服饰中的银饰，主要有挂于头上的银勒子、挂于脖子上的银项圈、戴于手上的银手镯；而刺绣作为仡佬族服饰中的亮点，是女子们从小就要学习和传承的一项技艺，从刺绣技法、颜色搭配、图案设计来看，仡佬族服饰的刺绣别具一格，其中以挑花最为独特。服饰制作中的刺绣图案众多，有梅兰竹菊、花鸟虫鱼、象征爱情的蝴蝶、代表福气的蝙蝠等。在传说中，仡佬族民是“竹王”的子孙，因此竹也是仡佬族刺绣中常见的纹样。仡佬族男女都习惯穿桶裙，其款式为三段拼接式：上下两段面料为麻，中间一段面料为羊毛，一般为红、青、白三种颜色。

从仡佬族分布比例来看，贵州省道真县、务川县及安顺地区的仡佬族总人口所占比例高达 92% 左右。道真县仡佬族服饰总体特征简朴、明快，妇女服饰主要分为“无领”“大镶滚”“小镶滚”“超襟”等款式。其中有“镶滚”的妇女服饰多为白色或翠绿色，其镶滚包边多为黑色。“大镶滚”包边宽，多用于隆重场合穿着的礼服；“小镶滚”包边窄，多用于少女或少妇的便服。男子一般在正式场合穿着超领和矮领，上衣长到膝盖以下，两边开叉，颜色以青、蓝为主，长者多穿青色，年轻人多穿蓝色。下身穿大裤脚的及腰长裤，而脚蹬带有挑花的钩尖鞋。在发型配饰方面，道真县仡佬族男子喜欢用白布或青布包头，而女子的发型则根据其婚姻状况不同有所区别：未婚女子梳“独辫子”，并用彩色头绳将其绑起；已婚妇女梳发髻，配上银簪、玉饰。中年居家妇女喜欢穿带有刺绣图案的围裙。务川仡佬族服饰和道真仡佬族服饰一样都带有黔北地区浓厚而特殊的地域风情。其男女上身都喜欢穿着对襟衣，男子上衣长及脚踝，多为蓝色和青色，下装多穿大裤脚及腰裤或桶裙。女子上衣多为无领对襟衣，下身多穿绣花桶裙。对务川仡佬族来说，桶裙是男女皆宜的下装，不仅历史悠久，还随着时代发展而改良，最早是由两块布料横跨腰际

组成的“通裙”，后来演变为从脚向腰际往上穿的“桶裙”，最后改良发展为多幅多带的“纽带裙”。在发型配饰方面，和道真县一样，务川县仡佬族男子喜欢用青、白两色帕子包头，女子留辫子或者梳发髻，佩戴银饰，头上佩戴刺绣勒子或银质勒子，独具风情。安顺仡佬族服饰丰富多彩，在安顺平坝区一带，妇女多穿着领口和袖口带滚边和花边镶嵌的斜襟圆领上衣，外披对襟长袍、腰系绣花腰带。下身穿镶着黑边和三道花边的桶裙。和务川县、道真县仡佬族服饰一样，安顺地区的仡佬族男女也皆穿桶裙。桶裙，可谓仡佬族服饰的标志性元素，其中，男裙较短、女裙较长，颜色有蓝色、红色等，搭配彩色绣花。在发型配饰方面，男子多梳辫子盘于头顶似锅圈，女子多梳盘发盘于头顶成发髻，或垂于脑后成辫子。仡佬族女子还喜爱配戴耳环、项链等首饰。

根据以上对贵州省几个主要仡佬族聚居地民族服饰的归纳整理，基本能较为全面地把握仡佬族服饰款式、颜色及配饰的审美特征：从款式设计上来看，仡佬族服饰中对襟上衣的直线美与桶裙的曲线美搭配，产生对比美的审美特征；从结构上来看，上衣领口的“大镶滚”“小镶滚”和桶裙上的三道花边是仡佬族服饰中较有特色的设计元素，这些线条组合有比例地拉长和切割了仡佬族服饰，使其具有了结构美的审美特征；从颜色上看，仡佬族服饰整体采用蓝、红、青、白、黑五种颜色，其中红色为暖色系的经典代表，蓝色为冷色系的经典代表，白色和黑色则为中性色的经典代表，其色彩搭配既优雅经典，又独具民族特色，使仡佬族服饰具有色彩美的审美特征；从刺绣上来看，仡佬族服饰的刺绣装饰极具代表性，刺绣生动逼真，纹样丰富繁多，有梅兰竹菊、花鸟虫鱼、葫芦、蝴蝶、蝙蝠等，这些刺绣纹样皆具象征意义，如梅花象征不屈不挠，竹子象征子孙繁衍，葫芦象征福禄双全，蝴蝶象征爱情美满，蝙蝠象征五福临门等。刺绣纹样的象征性艺术手法，使仡佬族服饰独具象征性的审美特征；最后，从服饰的配饰上来看，仡佬族人喜欢戴大包头，并在包头边缘垂吊彩色的刺绣勒子或银质勒子，在日常活动或歌舞仪式中形成动态美的审美特征。仡佬族服饰这些审美特征为旅游者带来了审美感受，产生了审美吸引，满足了旅游者的审美需求，因而，产生了旅游审美功能。

（二）历史传承功能

仡佬族服饰的产生发展源于其早期的社会生产形式：农耕、采矿、纺织。从面料发展方面看，仡佬族先民种植山地耐旱农作物“麻”，以用作织布做衣，比较有代表性的种类为“青麻”。可见，仡佬族服饰和仡佬族农耕文明具有同源性。从纺织技艺方面看，仡佬族先民早在战国时期就掌握了织布技艺，他们除了会缝衣，还会纺织、刺绣、做鞋。在《贵州通志》中有记载，仡佬族妇女还善用羊毛来织“筒裙”（现惯称桶裙）。^[5]从染料发展方面看，仡佬族先民是最早发现并开采丹砂的民族。丹砂的用途非常广泛，可以作染料，能入药，还能冶炼水银。据《思南府志》记载，到了明代，贵州省务川县朱砂的开采已极具规模，仡佬族有大量先民以采砂为业。^[6]“朱砂”又称丹砂，它作为一种价值极高的染料，对丰富和完善仡佬族服饰染色技术具有重要意义。据《瓮安县志》记载，仡佬族分布在瓮安地区的先民于道光年间就开始种植“蓝靛”，其有内山外山之别，以内山为最好，这种“蓝靛”多用于染丝织品。^[7]当时还有一种“五色布”颇具特色，它是由五颜六色的各类麻线、丝线、棉线混合编织而成，体现了当时仡佬族先民纺织染色技术的高超。

由上述可知，仡佬族服饰的起源与发展与其社会生产中农耕、采矿、纺织的起源与发展具有同源性。在服饰中，可以窥探出仡佬族生产发展历史的源起和流变，仡佬族服饰的历史价值由此而彰显。仡佬族最早的农业种植与服饰面料起源关系密切，最早的纺织技术在生产生活中产生与发展，最早的刺绣技术的开创与传承，以及最早的采矿业（丹砂染料的提炼）的产生与发展等，这些都能体现仡佬族先民生产力发展与服饰文明之间的关系。可见仡佬族服饰中蕴含其社会生产力的发展与变革，也蕴含其文明史的发展与变迁。仡佬族服饰具有历史价值，穿在身上的仡佬族服饰，也成为了一种展示历史文化的符号。可以说，向旅游者展示仡佬族服饰，就是向旅游者展示仡佬族历史文化，它能满足旅游者求知的需求，因此，仡佬族服饰具有历史传承功能。

（三）社会伦理传播功能

除了体现多种审美特征，展示丰富的历史文化，仡佬族服饰还蕴含着其民族深厚的社会伦理价值观。因男女老幼有别，不同仡佬族民在服饰穿戴的款式、颜色、配饰上都有所不同，体现了上下有序的社会伦理秩序观；仡佬族的民间生产内容十分丰富，在进行农耕、纺织、刺绣、冶炼等劳作时，民族服饰的穿着无形中强化了这些活动的民族性，成为旅游吸引物系统中的一种核心

旅游吸引物。另外,在仡佬族民日常生活中,青年男女、老年男女、未婚男女、已婚男女在服饰的穿着上也不尽相同,无论是居家穿着的便服,还是隆重场合穿着的礼服,都体现了仡佬族民对伦理道德秩序的遵守。总而言之,在仡佬族民间生产、生活场景中,各种款式类别的仡佬族服饰能直观而深刻地体现出仡佬族民长幼有序、男女有别、遵守劳动秩序、尊重人伦道德等最淳朴本真的社会伦理观,从而对旅游者产生道德提升和伦理教化的功能。

与日常穿着相比,仡佬族民在婚丧嫁娶等重要民俗活动中穿着的服饰更为隆重。如在婚礼当天,新娘上身穿桃红、青绿、碧绿等颜色的“大镶滚”短上衣,下身穿着镶有三层花边的刺绣桶裙,头戴垂吊着银勒子或彩色珠串的大圆盘包头;新郎外披对襟绣花长袍,头戴黑色金丝绣大圆盘包头。结婚礼服是仡佬族民最正式的服饰之一,体现了婚俗仪式的隆重感,也展示了仡佬族民对婚姻家庭伦理的重视。因此,其蕴含着仡佬族民对婚姻神圣性、契约性的尊重和遵守。

仡佬族节日众多,如“敬雀节”“牛王节”“吃新节”“祭山节”“毛龙节”等都是其比较重要的节日。在节日当天仡佬族民要穿着盛装出行。如贵州省石阡县的“毛龙节”,在该节日当天,毛龙的表演者要穿着对襟刺绣上衣和有大裤脚的及腰长裤,服饰主要为红、黄两色,这两种颜色是“龙”的象征色,体现了仡佬族民对自然神话中“龙”图腾的崇拜。再如贵州省遵义市播州区平正乡一年一度的“吃新节”,也是仡佬族一个隆重的节日,在节日当天,族民们也会穿着礼服盛装出行,女性穿着颜色艳丽的“大镶滚”上衣,男性穿着颜色鲜艳的对襟上衣,男女皆穿刺绣桶裙,都戴点缀刺绣的大包头。在这些节日中,仡佬族民敬仰的对象为大自然中的植物与动物,如“牛王”“鸟雀”“树神”“山神”等,展现了仡佬族民与自然和谐共生的传统生态伦理思想。仡佬族还是一个“以竹为姓”的民族。在古老传说中,仡佬族民是“竹王”的子孙,其服饰上经常会出现竹子的刺绣纹样,这体现了仡佬族对子孙繁衍、民族昌盛的向往,以及与自然和谐共生的传统生态伦理思想。由上可知,仡佬族节日服饰具有社会伦理传播功能,它彰显着仡佬族民遵守伦理道德秩序的社会伦理观,以及人与自然和谐共生的传统生态伦理观。

综上所述,在日常生产中,仡佬族服饰体现了族民的社会劳动秩序;在日常生活里,仡佬族服饰彰显了族民的社会伦理秩序;在婚丧嫁娶等民俗活动里,仡佬族服饰展示了族民对家庭伦理的遵守和尊重;在各种传统节日中,仡佬族服饰展现了人与自然和谐共生的传统生态伦理智慧,这些伦理思想满足了旅游者提升伦理道德修养和思想意识境界的需求,因此,仡佬族服饰具有社会伦理传播功能。

三、仡佬族服饰在区域旅游吸引物系统中的运用价值

由以上论证可知,仡佬族服饰具有旅游审美功能、历史文化遗产功能、社会伦理传播功能,它被运用于仡佬族区域旅游吸引物系统的三个层次中,对推动仡佬族区域旅游的发展有着不可忽视的价值。

(一) 仡佬族服饰在旅游核心吸引物层中的运用价值

如前所述,旅游核心吸引物层是区域旅游吸引物系统三个层次中的核心层,包括物质类旅游核心吸引物和非物质类旅游核心吸引物,仡佬族服饰作为社会物质文化遗产,本身就是一种物质类旅游核心吸引物。叶朗先生曾提出:“旅游,从本质上说,就是一种审美活动。离开了审美,还谈什么旅游?”^[8]曹诗图也曾指出:“旅游是一项集自然美、艺术美和社会生活美之大成的综合性审美实践活动。”^[9]因此,审美是旅游活动的本质属性。仡佬族服饰具有旅游审美功能,它在民族地区物质类旅游核心吸引物的构建中颇具运用价值。首先,仡佬族服饰能使旅游观赏者获得感知(视觉、触觉、听觉)上的审美享受。如仡佬族服饰独具民族性的色彩、款式、刺绣纹样等,能为旅游者带来视觉上的审美享受;又如仡佬族服饰独有的面料织法和纹理以及不同材质的配饰,能为旅游者带来触觉上的审美享受;再如仡佬族服饰配饰中垂吊的勒子、珠串、银饰等在穿着时发出的悦耳声响,能为旅游者带来听觉上的审美享受等。其次,仡佬族服饰能使旅游者达到情感上的审美陶冶。旅游者在观赏仡佬族服饰时,从视觉上的审美享受,即悦耳悦目的层面,上升到情感上的愉悦,即悦心悦意的层面。在这种旅游审美活动的必然发展过程中,旅游者即可通过游览观赏达到情感上的审美陶冶。再次,仡佬族服饰能使部分旅游观赏者实现审美理想。审美理想和审美趣味,都属于审美者(旅游者)的直觉意识,带有很强的主观差异性。在旅游活动中,不是所有的旅游者都能实现审美理想,但有一部分旅游者,

能在观赏中找到仡佬族服饰与其个人审美理想的共鸣点，他们通过对仡佬族服饰的观赏实现审美理想，进而得到审美需求的充分满足。除具有旅游审美功能外，仡佬族服饰还具有历史文化遗产和社会伦理传播两种功能，因此将其作为满足旅游者求知需求及提升个人伦理道德修养需求的物质对象，运用于仡佬族区域物质类旅游核心吸引物的构建中，也是颇具价值的。

仡佬族区域中的非物质类旅游核心吸引物包括：仡佬族信仰仪式、仡佬族节日活动、仡佬族民俗活动、仡佬族传统手工艺技艺、仡佬族音乐舞蹈、仡佬族饮食习俗等。仡佬族服饰在上述内容中都有不可或缺的运用价值。首先，仡佬族服饰在信仰仪式中具有运用价值。如在仡佬族信仰中，有一种用于辟邪纳福、圆满人愿的仪式，叫“傩戏”。傩戏中有不同的鬼神角色，如“山王”“二郎”“土地”“秦童”“炳灵”等，它们都有自己独特的服饰、配饰及面具装扮。如果没有服饰，傩戏仪式就无法充分展现其角色的身份特征，因此仡佬族服饰运用于其信仰仪式中，具有展示信仰对象身份特征的价值。其次，仡佬族服饰在节日活动、民俗活动中具有运用价值。如“敬鸟节”“吃新节”“牛王节”等节日活动体现着仡佬族民人与自然和谐共生的生态伦理智慧，在节日当天族民要穿着节日的盛装出行，通过节日盛装展现仡佬族民对自然万物的崇敬及人与自然和谐相处的生态伦理观念。而在仡佬族婚、丧、嫁、娶、待客、餐宴等民俗活动中，民族服饰也不可或缺。在重要的民俗活动中，族民要根据不同身份穿着不同服饰，体现其社会伦理秩序观与伦理道德观，因此服饰在仡佬族民俗活动中也具有运用价值。最后，在仡佬族歌舞音乐中，也离不开对歌者、舞者身上民族盛装的运用，以此充分彰显其民族艺术的独特性。总而言之，仡佬族服饰是非物质类旅游核心吸引物中一项不可或缺的内容，在区域非物质类旅游核心吸引物的构建中独具运用价值。

（二）仡佬族服饰在体验性旅游者层中的运用价值

众所周知，吃、住、行、游、购、娱，是旅游活动中不可缺少的六要素。当游客到达仡佬族聚居区开展旅游活动，他们吃民族特色美食，住民族特色建筑，游览民族特色景区，购买民族特色旅游纪念品，穿着民族特色服饰，体验各种民族节日活动，并在体验中获得各种需求的满足。因此，在仡佬族旅游景区出现了大量旅游者购买、租赁仡佬族服饰参与各种体验性旅游活动的现象，这类特殊游客在体验性旅游活动中成为了一道不自知的风景，他们组成了区域旅游吸引物系统中的体验性旅游者层。可以说，体验性旅游者层在各大景区普遍存在，其不仅是游客，也是景观；不仅是旅游主体，也是旅游吸引物。如前所述的杭州宋城，在其门口设有销售和出租汉服的商店，许多旅游者都穿着汉服游览宋城，形成了闻名遐迩的古装街胜景；再如西江千户苗寨，在其最具代表性的景点“千户苗寨”处，设有苗族服饰租赁、拍照的服务点，游客已把穿苗族盛装拍照当作了一项体验性旅游活动，这些特殊游客穿着苗族服饰融入景色，也成为了一道别具美感的风景。因此，仡佬族服饰也可以被运用在特殊游客——体验性旅游者身上，成为仡佬族区域旅游吸引物系统中的一部分，也成为独具民族风情与审美价值的景观。

由于旅游者性别、年龄不同，选择参与的体验性旅游活动项目也不尽相同，其选择民族服饰的款式、颜色也有所差别。如参与体验仡佬族婚礼的旅游者，男性穿着新郎装、女性穿着新娘服，这就是仡佬族服饰的社会伦理传播功能在体验性旅游者身上的彰显。在各种仡佬族节日活动中，体验性旅游者也会穿着民族节日盛装参与其中，这些民族节日盛装中蕴含着人与自然和谐共生的生态伦理思想，其社会伦理功能也在此充分显现。可以说仡佬族服饰的旅游审美功能、社会伦理传播功能在仡佬族体验性旅游者层中处处彰显，它在仡佬族区域体验性旅游者层的构建中独具运用价值。

（三）仡佬族服饰在旅游标识物层中的运用价值

马凌在其《社会学视角下的旅游吸引物及其构建》一文中提出：“旅游吸引物具有双重属性，一方面，它具有某种独特的客观属性；另一方面，它具有符号属性。”^[10]客观属性是旅游吸引物的本质属性。比如黄果树瀑布的宏伟壮丽、中国长城的巍峨绵延、漓江山水的秀丽多姿等，拥有这些客观属性，是成为旅游吸引物的基础和前提。但除了客观属性以外，旅游吸引物还有一个重要的属性——符号属性。麦肯耐尔（MacCannell）曾提出，旅游吸引物的符号化生产过程，也是景观“神圣化”的过程。在旅游活动中，旅游吸引物不仅靠其客观属性吸引旅游者，还通过其构建的特殊标识与符号，引导、吸引和推动旅游者的整个旅游活动过程。这种标识符号对旅游吸引物具有“神圣化”“品牌化”的作用。^[11]雷帕（Leiper）在《旅游吸引物研究》中也提到，有旅游需求的人，在去到旅游目的地之前，就通过已有的标识物、符号信息得到了一个驱动力和吸引力。比如：中国长城的图标和

符号，能吸引游客慕名前去参观游览；法国埃菲尔铁塔的图标和符号，也是一种品牌吸引的内驱力，促使游客产生游览观光埃菲尔铁塔的冲动。^[12]

仡佬族服饰作为一种旅游吸引物，也具有物质实体性和符号性两种属性。其物质实体性体现在，它本身就是一种感性的物质，有面料、有款式、有颜色、有刺绣，还有配饰；其符号性则体现于仡佬族服饰作为一种民族身份和民族特色的标识，具有符号的象征意义，这种民族符号元素在构建旅游吸引物系统支持层时具有装饰和标识功能。因上述两种属性，仡佬族服饰必然成为区域旅游吸引物中不可或缺的内容：它不仅是一种具有客观属性的物质实体，作为核心吸引物存在于区域旅游景区构建中，也作为一种具有符号属性的形式、元素和载体，通过网络宣传平台、广告媒体、旅游服务等运营方式，把世界各地的客源吸引到仡佬族区域开展旅游活动。从更深层次来说，无论是仡佬族服饰的整体款式还是它的各种装饰元素，都可作为一种符号标志，类似于品牌设计图标（Logo），提升了仡佬族区域旅游吸引物的整体感、特色感和吸引力。从符号学的角度来说，符号具有记载内容的功能，它甚至比文字识别更容易、涵盖更广泛、涵义更深刻。仡佬族服饰作为民族符号，蕴含了民族审美观、民族历史文化、民族社会伦理观等内涵，它最为直观地展示和传播信息，并使仡佬族区域旅游吸引物“神圣化”，勾起游客前去旅游的欲望和动机。

通过以上对仡佬族服饰在旅游活动开展前、开展中的作用的分析，可探寻出仡佬族服饰在旅游标识物层的构建中具有较高的运用价值。

首先，在旅游活动开展前，仡佬族服饰在旅游标识物层中具有运用价值。当今时代是一个网络化时代，在这一背景下，旅游开发者会对仡佬族区域旅游吸引物通过许多方式进行网络的有效运营。仡佬族服饰及穿着服饰的民族形象，作为一种标识与符号，被运用于各大旅游网络宣传中，使其对正处于旅游活动开展前的旅游需求者而言，更具辨识度和吸引力。很多民族地区为了推动旅游发展，扩大宣传和影响力，以及增加区域旅游吸引物的辨识度和吸引力，会举办各类旅游形象大使、旅游形象代言人的选拔，并将其穿着民族服饰的宣传照发布在各大网络平台上和广告媒体中，其实质是将其民族形象作为一个重要的标志性符号，对民族的审美观、历史文化、民风民俗等进行宣传展示，从而仡佬族服饰及其元素的旅游审美功能、历史文化遗产功能及社会伦理传播功能通过网络及其他宣传平台被彰显。仡佬族服饰作为一种旅游标识物，成为旅游吸引物系统中一张极具“神圣化”“品牌化”的名片，吸引旅游需求者前去开展旅游活动。

其次，在旅游活动开展中，仡佬族服饰在旅游标识物层中也具有运用价值。它除了是网络平台上和广告媒体中的符号外，还是各旅游景区的广告标识物。如在贵州道真县的中国侗城、洛龙大唐仡佬民族文化村，务川县的仡佬之源、龙潭村，安顺市的仡佬村等景区里，仡佬族服饰元素被广泛运用于广告牌和各种标识物中。这些标识物作为旅游信息，在游客开展旅游活动时形成一种信息通道，为仡佬族区域旅游核心吸引物增加了“神圣化”“品牌化”的价值，同时也对仡佬族景区起到宣传推广作用。

根据保继刚的观点，优质的旅游服务也属于旅游标识物层。从景区售票人员到景区管理人员再到导游服务人员，都要对大量游客进行面对面服务，而其身上穿着的民族服饰也成为了一种旅游标识物，即景区广告宣传符号及岗位身份识别符号。通过接受旅游服务人员的面对面服务，旅游者从他们身上的民族服饰（旅游标识物）得到了审美感知，从而加深了旅游者对仡佬族区域旅游吸引物的理解和印象，也促进了旅游吸引物“品牌化”和“神圣化”发展。

因此，兼具旅游审美功能、历史文化遗产功能及社会伦理传播功能的仡佬族服饰，运用于网络宣传平台、景区广告标识物以及旅游服务人员的着装中，能够提升仡佬族区域旅游吸引物的吸引力价值，另外，仡佬族服饰的符号化特性也促进了区域旅游吸引物“神圣化”“品牌化”的发展，这也是仡佬族服饰运用于旅游标识物层中的一项重要价值。

四、结语

仡佬族服饰是我国宝贵的民族文化遗产，其价值丰富而深刻，功能多重而强大，值得学界充分重视。仡佬族服饰因其审美价

值而具有旅游审美功能,因其历史价值而产生历史文化遗产功能,因其社会伦理价值而产生社会伦理传播功能,这些功能被运用于区域旅游吸引物系统中,增加了旅游吸引物系统的综合吸引力。在当代多学科交叉性研究的发展趋势下,笔者基于旅游学、文化人类学的双重视域,对仡佬族服饰在区域旅游吸引物系统中的功能及运用价值进行探讨,希冀能为仡佬服饰这一社会物质文化遗产的当代传承与保护、发展与运用提供一些思路和借鉴。

参考文献:

- [1]Gunn C. Vacation scape:Designing Tourist Regions[M].Austin:University of Texas,1972:16.
- [2]保继刚, 楚义芳. 旅游地理学[M]. 北京: 高等教育出版社, 2000:78.
- [3]谢彦君. 基础旅游学[M]. 北京: 中国旅游出版社, 1999:86-87.
- [4]林红, 王湘. 旅游吸引物的系统论再分析——与杨振之先生商榷[J]. 旅游学刊, 1998(2):44.
- [5]贵州省文史研究馆古籍整理委员会. 贵州通志[M]. 贵阳: 贵州大学出版社, 2010:192.
- [6]钟添. 思南府志[M]. 上海: 上海古籍书店, 1962:118.
- [7]李退谷, 修. 朱勋, 纂. 瓮安县志[M]. 台北: 成文出版社, 1974:28.
- [8]叶朗. 旅游离不开美学[N]. 中国旅游报, 1988-01-20.
- [9]曹诗图. 旅游哲学引论[M]. 天津: 南开大学出版社, 2008:176.
- [10]马凌. 社会学视角下的旅游吸引物及其构建[J]. 旅游学刊, 2009(3):71.
- [11]MacCannell D.The Tourist:A New Theory of the Leisure Class[M].New York:Schocken Books,1976:66-67.
- [12]Leiper N.Tourist attraction research[J].Annals of Tourism Research,1990(5):49.