

民族传统体育项目在乡村旅游中的活化利用研究

梁艳, 严宇珍, 乔泽波

广东财经大学, 广东广州, 中国

【摘要】乡村旅游背景下民族传统体育的活化利用研究, 不仅有助于该类旅游产品的文化传播与旅游开发的平衡, 为今后民族文化旅游资源的开发提供一定的理论支持, 也为乡村振兴背景下的传统体育创造性转化实践提供现实指导。

【关键词】民族传统体育; 乡村旅游; 活化利用; 文化再生产; 可持续发展

1. 引言

民族文化体育是中国非物质文化遗产的重要分支, 独特的文化形式及民族区域特点赋予了中国乡村旅游发展的特殊资源支撑。针对乡村旅游发展的民族传统体育项目如何利用及在发展乡村旅游中的价值实现, 在乡村振兴的历史背景下也具有研究的必要性。本文依据文化生态学及旅游人类学的基本原理来研究乡村旅游发展的民族传统体育的价值转化问题, 即旅游目的地借助民族传统体育来实现活化的过程及其运作逻辑、机理, 以期对中国乡村振兴战略的实施有所帮助。

2. 民族传统体育的文化价值与旅游适配性分析

2.1 民族传统体育的文化符号与地域认同功能

传统民族体育具有鲜明的文化意涵, 是特定族群的历史、信仰和生产生活的记录方式, 是当下乡村地域游过程中的关键叙事文本[5]。在此视角下, 诸如“那达慕”(蒙古族)等传统民族体育活动以及“独木龙舟”(苗族)不仅体现为对身体能力的表演, 更体现为一种特定的语言符号系统, 以仪式、装饰和设备等具体形式, 对特定族群的时空观和价值观进行编码。因此, 在旅游情境中的再现或展演是传统民族体育这些具象符号得以再次流通, 游人的乡村旅游经验也与传统民族体育直接相关。例如“押加”(藏族大象拔河)作为一种传统体育活动, 也代表了力量的崇拜和社群的联系, 这些隐喻或象征的意义能够直接影响游客对藏族的传统民族体育的文化知识的获取以及认同构建。与此同时, 对于传统民族体育的认同还体现为旅游活动对地方族群身份的建构, 当代世界工业化和全球化趋势会导致乡村文化

趋同甚至失序的局面, 而由于传统民族体育与特定空间地理(和结构)的关联性, 在旅游情境中的地方性在一定程度上能够有效避免或改善当代世界日渐加剧的失序问题。传统民族体育能够以一套具体的与民族文化空间性相关的言语符号(如节日的序列、自然的崇拜等)来建构特定社区对自身地域性差异的感知与表达, 帮助旅游游客或大众实现对地方性意义和感知的构建, 进而实现对地方性的认同, 并通过这种地方性的认同回归本土社区, 激发社区成员的社区归属感以及民族性认同, 反过来建立促进传统民族体育文化传承与发展的良性机制。如此, 民族传统体育的文化符号和地域认同功能, 是民族传统体育乡村旅游价值转化的逻辑起点[9]。

2.2 旅游场景中传统体育项目的体验性转化潜力

民族传统体育要在乡村旅游中实现活化, 最重要的是要把传统的文化“看”发展为动态的“参与”, 并以此作为响应当前人们对以参与性和沉浸体验为特点的乡村旅游的主流诉求[1]。民族传统体育如何实现体验性转化的价值所在三个方面: 身体实践、情感互动以及文化学习。传统体育的第一重价值转化所在就在于身体性的转化, 也就是民族传统体育区别于所有其他遗产的本质就是需要以肢体劳动的形态参与其中, 这种具身性的转化可以超越传统观光旅游中人们的被动性, 让旅游者从“看”到“做”, 对民族传统体育和其所承载的文化进行深层的反思; 民族传统体育能够引发旅游者的情感体验建立在文化深层的人群的集体记忆与仪式活动上, 其中的代表性项目如壮族“板鞋竞速”、彝族“摔跤”等项目多与节庆、

民俗、祭祀等活动和场合相关联,很多“节日、民俗、赛事”活动中的欢庆气氛和社群间的互动可以让旅游者置身于其中并情感共振,在互动中获得高于一般娱乐活动之外的文化认同;传统体育对于学习者的文化参与转化价值和意义同样集中在集体性的非正式教育的属性上,即通过对体育规则的实践与学习,了解体育项目所蕴含的生态观、伦理观等文化脉络。旅游体验中蕴含的可消费价值其实并非将所有体育运动“复制”进旅游产品,而是通过目标群体认知学习,适宜调整并创造“可体验”场景,譬如组织分档的体验(欣赏—体验—竞演)降低体验难度,通过叙事的设置(譬如植入神话故事科普体育运动产生的意义)强化故事可讲性等。所以传统的体育活动体验可消费性价值有多大程度被激发出来,有赖于旅游经营者能否在不削弱文化原真性的前提下营造适合当前旅游者活动兴趣的体验载体,使得旅游活动可以与文化价值完全融合、没有任何脱离的感性体验[5]。

2.3 文化资本向旅游经济价值的转换机制

文化资本是指民族传统体育符号化,实现市场化、产品化,使其转化为旅游的经济资本,核心是如何将文化符号、地方知识进行旅游产品的消费认同,最终达成经济与文化的双重诉求。布尔迪厄的“文化资本”理论体系给出了解释视角,将传统体育的身体技能、仪式与象征等可以资本化进入旅游空间,将转化过程划分为文化意义解码与编码、路径化的商品化以及旅游收益机制建立三个阶段,符号化、再创作与再认知的过程成为必要手段,路径化建立商品化的门票体验与衍生经济机制,以及旅游收益的传承机制。此外,建立外部系统化的扶持与引导(政策扶持、品牌打造与数字化支撑等),是文化资本向旅游经济价值高效转化的路径,文化再生产的文化逻辑与产业运作逻辑相统一的过程,是民族传统文化传统体育转化平衡点与稳定器[3]。

3. 活化利用的理论框架与实践路径

3.1 基于文化再生产理论的活态传承模型

在这一意义上,民族传统体育的乡村旅游活态利用可以说是一种文化再生产,在整个文化过程和机制运行的过程中,需要建立一种既能保持民族传统体育文化本真,又能对接乡村旅游市场诉求的活态传承模式,布尔迪厄的文化再生产理论似乎可以为这一机

制运行过程提供启迪。具体来说,这种文化再生产重视的是在具体社会背景下的文化实践活动,通过这种文化行为过程来完成文化的延续,以此规避僵硬的文化继承与现实文化创新之间的断裂。因此,对于传统体育的活态利用,实际上并不是为了简单地再现,也不是为了就事论事,而是要通过主体、意义和场景的相互衔接与匹配,创造一种传统体育文化的活态再现模式。具体来说,第一是主体衔接,是指传统体育作为一种文化遗产,原来有着一个特定的传承群体,在这个群体成员身上发生和进行,如太极拳原来是在农村、在社区、在学校进行传承和传播。但在旅游场景下,“主体”范围的伸展实际上拓展到乡村“游者”的参与范围以及包括“乡村经营者”和“地方文化持有者”的“五体协作”的社会关系范围,这就使得传统体育在文化资源活化利用以及旅游意义建构过程中,呈现出“主体”的再次连接。

“主体”连接实际是指对于传统体育的认识与表达以及互动协同从原来的“社区的内部”,经过“社区”与“游者”、“乡村经营者”和“地方文化持有者”在“乡村旅游”的共同生活中构建的主体连接,特别在体育技艺与文化表现的方式上的协同。第二是意义匹配,主要是指传统体育所蕴含的文化符码在乡村旅游场域内所进行的具体意义表达,在传统的文化传承背景下,某些传统体育文化(或现象)在一定的语境下所具有的文化象征内涵往往是多重的,甚至可能是单一的、封闭的,而在旅游文化或现代乡村旅游景观语境中的再生产过程必须是不不断赋予意义的再生产过程,在理解与表达上其背后的多种文化象征意义均需得到当代乡村旅游景观及空间场域的有机连接,并在此基础上积极地诠释与重构。尤其是某些文化体育项目所体现的传统文化中所蕴含的特定的文化符号,往往具有深刻的宗教、自然与生存的功能(如祭祀、丰收),或者某种体育竞赛与节日等活动所体现出的特殊意义,而对于当代文化中的“游者”来说,势必会将旅游过程中接触到的诸如当地旅游节庆、仪式以及“乡村经营者”的任何互动空间场景中进行意义再生产、再理解,并通过各种符码和艺术手法进行意义的再诠释,从而建立与当代文化的关联。第三是场景匹配,这里的“场景”是与文化符号、地方空间及场景变换(或连接)等相关的。实际上就是传统体

育文化在传统生产情境中有其相应的语境，在乡村旅游情景及过程中对空间的再生产以及对于不同的旅游场景和空间位置在不同的时空结构中的连接，实现作为“活态”的文化再生产。过节——体育是民族节庆传统中一项核心的表演项目，但是如何能适合旅游业的旅游碎片化的碎片时间、有限空间实现景观式生产，在创新中活态传承体育节庆应该是一项任务与工程。先以案例展开讨论，比如山东淄博“蹴鞠小镇”。由简入繁，体育+传统节日的创新是一种新场域中的节庆生产，借助模块化模型(比如仪式的时间压缩，解说增加)化解传统的“时间之轮”，以及虚实相生与次生环境中的空间感(比如历史场景复原——AR)化解距离空间和心理空间的屏障。“保护”和“创新”的张力，需要先解决“保护”为本还是“创新”为先，或者“保护”与“创新”的耦合度问题，否则，过于“保护”异化为“商业化”，而过于“创新”缺乏空间，另外就是过度商业化与过度产业化，都是极不对劲的状态，旅游节庆如何保障游客有安全感、信任感，并在新的场域中，以居民、游客的公共听证制形式获取反馈，校准不断再生产的模型路径，最终才能获得乡村旅游所载的民族传统体育的生命力与文化主权。

3.2 旅游产品开发中的创新性与原真性平衡

民族传统体育开发的平衡注重传统体育旅游创新和原真性的平衡，从而保持民族传统体育的可持续发展，进入旅游市场[7]。其中原真性和创新的矛盾集中反映在传统体育文化的现代化转型之中，一方面当原真性诉求过高，产品不符合当代旅游市场的需求时，一方面当创新诉求过高时，不符合文化价值原真性的诉求时。文化保护的所谓“平衡”概念源自“批判性保护”理念，所谓“批判”意味着文化是运动变化着的，旅游开发的“平衡”概念可简单认为是创新过程需要尊重“文化基因”的原真性保护理念，即在开发的过程中通过创新融入一个真实的人文环境中，围绕原始的传统体育的外化形式，发生新的形式的变化，就是形式上的创新，比如通过现代化的方式重新改造，其次在仪式活动的发展和设计上对人的参与情境的深度拓展，就是体验性的创新，再次文化解释系统的重构，即民族传统体育阐释意义的叙事，就是叙事性的创新。如何协调这一平衡的问题需要建立起对原真性的“文化基

因”识别机制，核心层面上在技艺、语境、主体方面的原真性保护策略，对于民族传统体育开发中的仪式活动原汁原味、完完整整地呈现，外层空间活动中对其创造创新及适当改编，以尽可能把民族传统体育做到“活态化”的层面，再创新出适应消费者伦理层面所接受的旅游文化产品，也就是能够注入乡村文化的灵魂和激发乡村可持续生命力的具有实际可行性和广阔发展空间的旅游资源产品开发思路。

3.3 社区参与与利益共享机制的构建

活化利用民族传统体育在乡村旅游上的可持续发展，从根本上取决于社区主体的融入和公平合理的利益共享机制。社区主体参与不仅是社区文化的内在逻辑要求，也是可持续开发旅游活动符合当地文化逻辑的有效保障[2]。从社区层面来审视，合理建构有效的利益共享机制要求打破“外部化”的开发模式，构建社区为文化主权的共建共享发展模式。为此，有效的社区参与行为至少需要三个要素，即有决策参与、有经营活动参与、有文化阐释的话语权。其中在决策参与上需建立由政府、旅游企业、传承人和社区村民等多方参与的协同管理机制，通过协商议事会议确保开发要义与社区文化保护的目标保持契合；在经营活动上，以合作社的方式让社区对民间技艺、手工艺品的表演和制作等环节自主经营发展，并实施技能培训制度提高村民对旅游行业的职业技能以实现旅游从业人员的劳动力结构和身份转变；在文化阐释的权利上，则要在确保传承人对礼俗仪式中的程序、技艺标准等方面的权威支配地位的基础上抵制外部资本对文化符号的无端和肆意曲解。与此相关的还有利益均衡机制的设计，这实际上是解决文化飞地化，即按照“文化贡献率”进行利益分配，一方面要明确界定传统体育文化资源的公共产权，明确从门票、品牌授权使用、数字传播等收益中按比例回拨至社区文化基金的比例与形式；另一方面则是要探索出类似文化“股权”的新的文化收益模式(利益载体的尝试：共享服务的体验、遗产知识的传播、商品化的收益——针对社区和当地游客的衍生商品制作售卖、数字传播、云课堂——体验、参与、共学、共创)，更好地界定参与式文化活化的社区居民主体身份——要有管理与建设社区自组织能力的社区成员；要有从宏观层面对参与式文化活化的有效监督评

估主体——第三方的参与。

4.可持续发展面临的挑战与对策

4.1 商业化冲击下的文化异化风险

乡村民族传统体育面临的主要冲突是，它与旅游业在市场运作的过程中又必然会对传统文化的本真性带来负面影响。其中，传统体育文化被异化的表现方式多为简单化、表演化、低俗化，也就是通过适应或迎合消费者的猎奇心理或是购买喜好，将传统的乡村民族传统体育去除原有社会环境和社会功能的作用而成为一种满足其消费的娱乐表演形式。这种异化现象的发生主要由于以下原因。其一是现代化的旅游经济中充满的资本逻辑更看重利用短时性带来的经济价值，从而进行一些复杂文化实践活动被压缩为可以迅速消费、体验的“文化快销品”；其二是旅游者的地域和社区之间存在一定意义上的知识差距，因而会使旅游者对当地文化产生误读（例如，某些带有一定神圣性质的仪式活动被削减成为只是为了吸引旅游者进行的一系列观光活动），导致其低俗化的倾向；其三是许多参与乡村旅游开发的年轻一代传承人的文化知识教育以及对父辈和传统工具、器械的缺失会使其更易接受现代商业文化的浸染，从而导致技艺传承的功利化趋势。要对传统体育的完整进行维护，首先需要对文化完整性的体育项目中不可被异化的要素进行相应划定，形成传统体育项目“文化基因”的概念清单；同时，通过健全文化监护人体系，对开发传统项目的行为的检查和监督，由资深文化传承人对当前的开发主体实施“文化监护人”的干预；另外，对某些体育活动进行分类和分级，对需要较高文化体验的体育活动施以严格的管理，对具有一定体验观赏性的体育活动做好保护方案；最重要的是，对旅游者的文化知识进行培育，使其对目的地文化有所了解和领略，从“消费型主体”转变为“理解型主体”，以“文化主体”的身份参与到消费过程中，并完成市场引导与文化保护机制之间的良性循环[6]。

4.2 政策支持与多主体协同治理模式

制度规制、管理机制是民族传统体育活态传承的关键，政策局限主要表现为：文化传承政策与旅游开发政策难以协同、多头管理等导致民族传统体育资源开发中制度冲突；基层执行力欠缺造成诸多保护措施停留在表面上；权责不清易造成“有事无人管、

无人管事”的局面。通过实现多主体协同治理需要从以下四方面进行制度设计：一是在垂直向度方面，构建上通下达的政策传导机制，将国家层面的文化保护政策策略向下传导转化成具体的实施策略；二是在水平向度方面，打破文化和旅游、少数民族、体育、教育等行政部门的分割局面，设置相应的部门协调机制，统筹传统体育资源保护、开发和利用方面的工作协调机制；三是在主体向度方面，明确政府、市场主体、社区、学术机构在传统体育保护利用中的角色功能，构建“政府主导、市场经营、社区参与、学术支持”的合作模式；四是在工具向度方面，借助电子管理平台进行信息资源整合，实施网络管理等。尤其政策制定必须给予社区以赋权的制度安排，通过法律确认社区主体地位，阻止社区开发传统体育资源可能造成的侵权情况等。多维度、网络状的治理体系的构建，才能给民族传统体育活态传承以具有韧度的制度环境。

4.3 长期效益评估与动态调整策略

确保民族传统体育旅游项目的可持续发展，必须在旅游项目发展超越单纯经济标准的同时设计出普适的复合型考核指标体系及能对指标体系弹性调控的标准指标及弹性旅游开发机制[8]。以往单一的旅游考核标准，侧重于旅游人数的提升、门票收入的增长，很少考虑对民族传统体育的文化活力、生态环境、社区及弱势群体的福利享受，因此，其效用评估体系应涵盖四大标准，即：文化效用应指对传统体育的传承性与创新性两个层次的考察，如传统体育项目的传承人构建体系、体育项目完整度、保留率及该项目内容在当今时代进行适度改良等方面；经济效用应指对旅游者的直接经济收益及通过项目传播产生的间接经济效益，包括项目开发活动对相关旅游服务的促进作用、对生态行业各主体或衍生企业的引领效应、对区域人群再就业的推动作用、对旅游项目经营状况进行过程性与系统性监测评估指标的制定与反馈分析效应以及在文化角度对旅游发展地区的社区群体凝聚力与社区认同感的增强作用等方面；社会效用应指旅游项目对当地人群发展的增进作用；生态效用应指体育项目的开发在生态方面对自然环境带来的生态与非生态影响，或是体育活动本身对旅游环境的破坏、恢复程度的控制等方面。根据此标准建立过程中动态弹性发展的制度应包

括：首先，应采用“监测-考核-反馈”的“循环-反馈”制度，及时对民族传统体育旅游项目的开发进程中被异化的现状进行客观的实时监测与文化考核，并对其形式化特征进行动态化的规避及“锁定”；其次，应在科学指标与效用评估的指导下，建立弹性旅游开发模式，即根据连续性考核的标准对民族传统体育旅游项目的开发进行阶段性适度调整，即对开发内容、方案、决策进行“有限性”柔性调整；最后，应构建相应的文化适应性弹性防控干预机制，即将某一阶段对民族传统体育旅游开发的商业化程度设置为项目临界值的百分比并将其作为触发整个旅游开发过程中动态调整的“警戒阈值”，并对具体指标进行动态调控，即在当某一时期某一区域的某一个民族传统体育旅游项目的商业化水平达到某个比例系数时，自动触发对该体育旅游项目开发的警示性、敏感性、防范性“警戒”。总之，应将民族传统体育旅游发展过程中的过程管理思维引入对民族传统体育旅游开发的动态考量之中，确保民族传统体育能够在旅游发展过程中时刻保持文化自觉与发展的弹性韧性，最终以良好的效果促进民族传统体育在旅游开发进程中的长足发展与可持续性。

5. 结论

民族文化体育是文化赋能乡村旅游的重要来源，以文化为基础，进行产品创新和村庄参与是实现其旅游文化赋能的路径保障。基于现有文献的理论构建和路径研究分析，找到传统体育如何“转化”为旅游的方式，

明确其“转化”需要保持原本的文化性，并从经济的角度进行的转化。下一步可以加强在新兴的技术因素，如大数据的使用等方面的研究，以提供具体的能够操作的应用与政策建议。

参考文献

- [1]罗丹,段明明.肇庆市地方文化资源复兴与旅游活化利用[J].商业经济,2019,(12):37-39+103.DOI:10.19905/j.cnki.syjj1982.2019.12.014.
- [2]张行发,郭静,王庆生.基于活化利用视角下的古村旅游开发研究——以邹城上九山村为例[J].青岛农业大学学报(社会科学版),2018,30(04):18-23+28.
- [3]高书生.文化再生产论[N].人民日报,2011-08-25(007).
- [4]沈国斐.关于乡村旅游发展的探讨[J].生态经济,2005,(12):95-98.
- [5]刘少英.少数民族传统体育在西部旅游开发中的价值与对策研究[J].西安体育学院学报,2003,(06):1-2+11.
- [6]刘伟,袁越.论旅游业的可持续发展[J].广州市财贸管理干部学院学报,2000,(03):50-56+61.
- [7]姚素英.浅谈乡村旅游[J].北京第二外国语学院学报,1997,(03):42-46.
- [8]卢云亭.生态旅游与可持续旅游发展[J].经济地理,1996,(01):106-112.
- [9]李梦华.落实民族政策发展民族传统体育[J].中国民族,1981,(09):2-3.