

云南佤族文化旅游资源开发

陈文兴 (中共云南省委党校校刊部, 云南昆明 650111)

摘要 分析了佤族的司岗里文化、猎头风俗以及其他独特文化的旅游资源价值, 认为长期以来佤族旅游由于交通不便、开发意识不足、宣传力度不够等原因使这些资源处于沉睡状态。因此, 在旅游需求、通达条件、国家西部大开发深度都已发生深刻变化的今天, 主张抓好相关设施建设, 做好宣传工作, 不仅将大力促进这些地方旅游业发展, 还将为广大旅游消费者提供高品质的旅游商品。

关键词 新起点; 佤族文化; 旅游开发; 设施; 规划; 宣传

中图分类号 F59 **文献标识码** A **文章编号** 0517-6611(2016)30-0142-04

Development of Wa Cultural Tourism Resources in Yunnan Province

CHEN Wen-xing (The Ministry of School Magazine, The Party School of Yunnan Provincial Committee of CPC, Kunming, Yunnan 650111)

Abstract Tourism resource values of Wa Sigangli culture, hunting head customs and other unique cultures were analyzed. Due to the traffic inconvenience, insufficient development consciousness, inadequate publicity and so on, these resources were still not discovered. Since tourism demand, traffic condition and deep development of China's western areas has been under going profound changes, we should pay special attention to the related facilities construction and do well in propaganda work. These would greatly promoted the tourism development of these areas and provide high-quality tourist commodities for tourism consumers.

Key words New starting point; Wa culture; Tourism development; Facilities; Planning; Publicity

佤族历史非常悠久, 但由于种种原因, 佤族长期生活在澜沧江和萨尔温江流域的云南山区, 一度鲜于外界交往, 积累起极为独特的文化传统。而在多年来的云南旅游业发展中, 佤族集聚区的交通仍然不便, 使得佤族传统文化在现代佤族人民的生活中保存较为充分, 阿佤山区仍是云南的秘境。随着国家“一带一路”、新阶段的西部大开发等战略的进一步实施, 连接阿佤山与外界的基础设施将进一步改善, 因此有必要对佤族文化资源在旅游业发展中的地位有新的认识。笔者根据云南省旅游业 20 多年大规模开发的经验教训, 对可预见期内最有潜力的佤族文化旅游资源、旅游开发中将面临的问题展开研究, 并在此基础上提出一些建议。

1 云南佤族文化旅游资源

佤族居住的滇南和滇西南山区交通一直不便。这一方面造成相当长一段时间以来, 佤族集聚区的旅游业无法像大理、丽江、迪庆一样在以展示“秘境”为特征的民族文化资源旅游开发中快速发展并分到更多的红利; 另一方面, 也避免佤族的神秘文化资源被长期以来相对粗放的旅游开发所挥霍。因此, 随着国家新阶段西部大开发的推进和“一带一路”的实施, 特别是云南旅游业第二次创业的不断推进, 佤族文化旅游资源的开发价值陡然上升。

1.1 司岗里 在佤语里, “司岗里”是从石洞里出来的意思, “司岗”指的是“石洞”, “里”指的是“出来”。佤族人民用“司岗里”来称呼自己包括创世、对万事万物的认识、重要的处世规则的神话, 代表着佤族人民对长期生产生活中遇到的各种各样问题的求索, 以及渴望揭开世界谜底、找到自己民族在

众多关系中的方位和应该努力的方向的积极性。他们关于人是从石洞里走出来的传说, 不管是出于生殖崇拜, 还是来自远古的穴居记忆, 至少说明他们对人从哪里来这个终极问题有了自己的答案, 为处理人与人之间关系拟定了一个前提。姑且不论这种解释的科学性, 单从佤族人民对“我们”“他们”关系的解说中, 可以看出这为佤族人民不排斥非佤族人奠定了基础。从现有的研究看, 南岛语系的佤族先民毫无疑问来自很远的地方, 并在迁徙的途中和很多民族遭遇, 并有较长时间的冲突历程, 甚至有一些亲缘族群被其他民族消灭。他们来到现在的我国境内时已经过上相对稳定的游耕生活并至少和原住民正常相处过, 后来慢慢地和中原人交往并产生认同。所以, “司岗里”中认为, 从“司岗”出来的人中, 第 1~3 个人死了, “从第 4 个起, 人才活下来了, 这个人就是佤族。从此, 佤族就排行为老大, 以后出来了拉枯族、傣族、汉族, 分别排行为老二、老三、老四, 就是岩伡、尼文、三木傣、赛口, 再以后出来的就是其他民族了。”^[1] 这些解释中包含了众多的故事支撑, 需要许多仪式来不断强化人们的相关信念, 使“司岗里”这个神话系统具有美丽神奇的色彩和艺术再现能力。如果旅游业发展中注意挖掘旅游资源, 并透过各种途径向目标消费者传递相关信息, 将会对为数众多的旅游者产生吸引力, 使他们在适当的时候选择佤族集聚区为旅游地。

1.2 猎头习俗 猎头习俗是佤族习俗中最神秘, 也是传播面最广、外部世界知晓度最高的习俗, 并在解放后才在中国共产党的领导下逐渐破除。佤族人民与猎头习俗“告别”的过程充满传奇, 特别是关于佤族先进分子和坚决主张人头血祭的头人斗争的事, 令人对佤族人民在新中国移风易俗中表现出的开明和勇敢充满钦佩。当今时代, 神秘而血腥的祭祀活动已经远去, 猎头习俗也渐渐成为一个轻松的话题。这个曾经给佤族人民和其他人带来恐惧的风俗, 实际上是处于艰难生存环境中的佤族同胞希望能用巨大的祭祀代价求取神

基金项目 国家社科基金西部项目“城镇化中的乡村传统和合文化弘扬研究”(15XKS013); 云南省党校(行政院校)系统课题“云南新农村建设中的文化创新研究”(2016XT18)的阶段性成果。

作者简介 陈文兴(1965-), 男, 云南东川人, 副教授, 从事产业发展与法治研究。

收稿日期 2016-08-15

灵的保佑,以便于他们尽可能提高衣食丰足程度和迈过绝望的生存之坎,减少对无法控制的力量的恐惧。正如《司岗里》所记的神的话,“如果我(佤族)砍头,就不让洪水涨。如果不砍头,就五年涨一次洪水。……佤族砍人头,佤族才能好在。”^[2]佤族同胞知道人死而不能复生,因此,猎头后,村寨人要通过头人媚头、妇女哭头、以头为鬼等方式求取死者的原谅,减少内心的负罪感。旅游开发中,不能遗忘这一宝贵资源,也不能弄几个人头桩供人观看并只作简单介绍,更不能简单地将其当作落后的恶俗。如果能够通过深度开发,让游客了解到佤族人民生计艰难和对未来美好的期待、落后生产力给佤族人民带来的痛苦和无奈、佤族人民在中国共产党领导下如何移风易俗及其中的杰出人物做过的贡献、这些风俗的消失和现代化给佤族人民带来的变化,让游客知道佤族人民是怎样唱出新歌的,将会形成一个极有吸引力的旅游项目。

1.3 其他独特文化 这些文化和佤族人的日常生活连在一起,虽然不像司岗里和猎头风俗一样令人震撼,但对于很多有旅游消费能力的人来说,却足以吸引他们来到佤乡,体会一种与他们日常生活完全不同的生活场景和思考,拓展他们的记忆内容和生命空间。这方面的东西很多,这里仅选择几个概述。

1.3.1 场景。包括城市和乡村,现在知名度较高的村寨是沧源的翁丁,在网络和其他媒体上可见很多相关资料。其连成一片、格调一致的茅草房,寨门的牛头,村周围的绿树,早晨无由升起的白雾,总充满一种神秘,大有可观之处。城镇中最为典型的是西盟的老城新城。老城在山坡,代表着新中国时期佤乡在中国共产党领导下努力改善生活的各种努力印记;新城代表的是佤族人民在学习了建筑原理后,努力向建筑中渗透佤族人民审美取向的追求。里面都有讲不完的佤族人民作为中华民族的一员,努力实现现代化的动人故事。

1.3.2 饮食。佤族的传统饮食虽然没有精雕细刻,但历代佤族人民基于对美好生活的渴望,也努力根据能获得的食材和食具,尽量使食物变得美好,其中最重要的是药食同源。如鸡肉烂饭中的佐料大蒜、薄荷、生姜、辣椒、草果、葱、花椒等,无一不具有药用功能,其中生姜性味为辛、辣、热,可以温中散寒,回阳通脉,燥湿消痰,可治疗风寒感冒、心腹冷痛、呕吐等^[3]。

1.3.3 歌舞。佤族是一个能歌善舞的民族,曾经用歌舞来表达各种情感,场合越重要,歌舞的时间越长。如在猎头之后,“当天晚上全寨妇女和青年都换上了盛装,敲着锣鼓围着人头通宵跳舞。这样一跳跳了三夜,白天则敲锣打鼓不停。跳舞的多是妇女,她们的舞蹈一直坚持到人头转移至木鼓房中。”^[2]而创世神话《司岗里》也是通过传唱来继承的。2005—2006年,有人走访“西盟佤族较为典型的几个村寨——岳宋、马散、阿佤莱、中棵等地区后惊奇地发现,……马散寨的魔巴岩金(60岁)说起司岗里,立即就能现场吟唱。阿低莱的魔巴岩金、大岩坎两人年近80,也为我们现场

吟唱”^[4]。

1.3.4 服饰。佤族崇尚红与黑,衣服以黑色为底,红色为饰,男装常常加上大包头以体现威武。如果这些元素注入现代布料中,再努力设计得精致一些,不仅在表演中能引起游客的注意,而且可以作为一项旅游商品,必将获得较高的市场认可。

1.3.5 江三木落的传说。江三木落是佤族人民中最流行的传说之一,代表着佤族人民对公平、公正、智慧的积极追求。这一故事若能和《阿瓦人民唱新歌》这首民歌结合,可以演绎出动人的情节,吸引更多游客去认识佤族人民的善良和瓦山的魅力。

2 佤族旅游文化资源开发中面临的问题

毫无疑问,有着很独特的肤色和文化的佤族人民为所在地积累了丰富的旅游文化资源。如果这些资源得到充分开发,将给佤族集聚区各族人民带来丰厚的回报,使这些长期处于我国经济社会发展边缘地带的人民,在全面建设小康社会中获得很多助益。但由于种种原因,这些资源长期沉睡,而这些地方的很多人民也长期处于贫困状态,生活艰难,女性外流严重,生活水平难以提高。

2.1 交通不便 佤族集聚区地处澜沧江和萨尔温江之间的山地,对外交通条件一直不佳。解放前盐商张孟希从西南联大请教授刘文典为自己的母亲写墓志铭,一共用了20天才把刘文典抬到家。建国以来,特别是改革开放后,云南党委政府非常重视发展交通事业,现在从昆明到普洱的路已经高等级化,但从普洱到西盟县城的路仍然不好,虽然是柏油路,但只有部分达到2级,急弯多,县城到乡镇的路更差。现在,如果乘坐公交车从昆明到西盟,到普洱市只需要5h。县乡公路和乡村公路抗风险能力很差。2015年7月,一场洪水造成县道募西线、富翁公路、中课公路、岳宋公路和乡道王莫村公路、永帮村公路、班帅村公路、班哲村公路和多条村道中断^[5]。据昆明远达886km的沧源县交通情况也不比西盟县好,虽然很快有民用机场,所在的临沧市到目前为止没有一寸高等级公路。截至2015年全县纳入统计的公路总里程共有2298.37km,公路密度由“十一五”末的66.80km/100km²提升到2015年的94km/100.00km²;铺装路面由“十一五”末的167.02km增加到2015年的890.62km;路面硬化率由“十一五”末的10.20%增加到2015年的38.75%^[6]。艰难的通达条件使很多游客将佤族集聚区视为畏途,敢冒险前往的人有限,大大制约着佤族旅游文化资源的开发。

2.2 旅游开发意识不足 所谓的佤族文化旅游资源开发,是指通过财力和智力的投入,使佤族文化注入旅游商品和文化之中,并以此唤醒旅游消费者前来游、购、娱、吃、住、行,为从业人员和当地带来旅游收益的行为。在两个投入中,最重要的是智力投入,找到明确的目标消费群体,然后进行各类公关,换取消费者们的旅游选择自觉。这一点需要开发者对佤族文化旅游资源和旅游市场、旅游市场的变化有透彻的了解,有强烈的长期经营意识、能做中长期规划的深谋远虑和踏踏实实做品牌的匠人精神。但从这些年佤族文化旅游资

源的开发来看,当地党委政府和开发者都做得不够。目前,也有很多云南少数民族文化的开发做得很成功,如藏族的香格里拉品牌、纳西族的东巴品牌、傣族的贝页文化品牌。佤族真正独特的旅游资源开发相当不足。勉强称得上品牌的只有沧源的“摸你黑”,但还因为带有浓厚的节庆特征而可游时间短暂、效益非常有限,也谈不上有多少文化含量。从现有资料看,对于如何开发这些资源,人们的思考也非常有限。如代表着佤族文化鲜明特征的司岗里传说和猎头风俗,前者的系统内容整理不够,甚至很可能随着魔巴们的去世而失传,从而导致无从开发;后者解读也十分有限,似乎仍被视为一种落后。

2.3 旅游宣传力度很小 在现代市场经济条件下,每个产品面对的都是无限空间下的不确定消费者,所以不可能靠熟人社会那种简单地做老客户的方式开展经营。在佤族旅游资源开发中,营销宣传做得比较差。各种媒体上很少见到关于佤族文化及其旅游开发的消息、关于旅游点的可感触的介绍。作为最重要的佤族文化旅游资源之一的猎头习俗至今未能消除其在其他人群,特别是目标消费者心中的恐怖印象,在传播力最强的现代媒体互联网上,没有多少有价值的表达水平较高的相关文章和与之配套的图片、视频,现有的一些材料很少有视觉和其他感官冲击力。政府在这方面也做得很少,不仅省市官方网站上不容易见到关于佤族集聚区文化旅游开发相关的内容,西盟、沧源县的政府门户网站上也不多。沧源县的门户网站上,观光旅游部分除了沧源介绍几年前“摸你黑”狂欢节接待游客破12万、中国沧源上演刚柔相济“千人甩发”与“摸你黑”2011年中国佤族司岗里“摸你黑”狂欢节开幕式、司岗里“摸你黑”狂欢节掠影、佤山沧源2008年十一旅游黄金周呈现“两高一低”等10多条消息外,其他内容很少,其中“吃遍沧源”、“住在沧源”、“行走交通”、“悠悠沧源”、“沧源导购”等栏目都是空的。由此可见,党政干部和相关人员“互联网+”意识仍相当薄弱,佤族文化旅游业开发任重道远。

3 加快佤族文化旅游资源开发的建议

随着人均收入水平的提高和社会保障机制的健全,我国旅游业发展进入了一个黄金时期。作为云南文化旅游资源比较富积的佤族集聚区,在云南旅游业第二次创业中积极开发文化旅游资源、大力发展旅游业,对这些地方找到合适的对接服务 and 融入国家发展战略,实现跨越式发展,最终和全国人民共同建成更高水平的小康社会,有特殊的意义。从佤族文化旅游资源的富积情况、富积区的实际及整个旅游业的发展情况看,加快佤族文化旅游资源的开发应当做好几项重要工作。

3.1 抓好基础设施建设

3.1.1 努力促进佤族集聚区通达条件的改善。没有通达条件的改善,这些地方最多只适合少数人进行探险旅游并通过自媒体发送一些文字和图片,难以使产业得到快速发展。作为一个县或者市,单独做这些工作当然有很大的难度,若能认清该县在国家“一带一路”和西部大开发战略中的位置,

说明该地区发展佤族文化旅游业在国家战略实施中能发挥的作用,努力协调域外相关地区的关系并共同克服改善交通条件过程中的困难,利用各种场合做说服工作,将会增加获得上级和国家支持的可能性及力度。

3.1.2 委托有视野的旅游理论工作者选择将来作为旅游点的村寨。选择出来并加以充分说明以后,要有意识地在城乡建设规划中围绕其进行交通设施建设,使其在交通改善过程中能够同步变成可游点,使建设过程和发展过程化一,使相关地区人民能早日从中受益。

3.1.3 做好一些可能的旅游点的文化保护工作。随着佤族集聚区开放水平的提高,佤族地区人民群众在参与对外经济文化交流的过程中,也不可避免地被外面世界改造,加入到市场化、全球化的潮流之中,并把新的东西带回故乡。如果不注意保护当地文化,再过些年,很多文化标识将不复存在。保护需要先识别,识别开发价值、文化标志及文化内涵,还要注意培养一些传承人,使文化元素能够以新的方式表达,从而不至于湮灭。

3.1.4 处理好不动产登记中的产权关系。现在国家正在努力推动不动产统一登记工作,佤族集聚区也不例外。为了将来更好地开发,应当在促进当地不动产权清晰化的同时,确定当地发展中的公共利益,对处理预期收益有系统安排,以免将来被动。

3.2 提高重点旅游资源开发的规划水平 要通过深思和借用外脑,对重要文化旅游资源的开发进行精致规划,并坚持不懈地抓建设和推进产业发展。

3.2.1 准确定位佤族主要集聚区发展的不同重点。差异化地定位和突出重点才可以使相关资源得到充分利用,使不同旅游点的旅游产品有明显差别,防范不同地区佤族文化开发的恶性竞争和互相贬抑,提高整个佤族文化旅游资源的开发水平。如西盟和沧源县的差别在于西盟县代表着在更为封闭环境中存续的纯粹佤族文化,沧源县则是在和外部环境交往日益深化中快速演变的佤族文化的典型,一个代表静态,一个代表动态,各自体现着佤族人民在不同生境中的存在和发展状态。抓住这个区别,两地的旅游产品才能体现层次,并保持各自的魅力,获得不同消费者的青睐。这里还有一个问题,就是通过比较,利用好民族村展示成果,同时防止消费者在民族村浅尝即止,丧失到正式佤族集聚区旅游的愿望。

3.2.2 对司岗里中可以艺术化的内容进行再创作。要在司岗里定型的基础上,认真选择其中可以通过现代艺术形式解读、诠释的内容,通过舞台、微电影、视频等形式使其变得可以亲近又发人深省,从而使游客感受特异文化引发的深思。要阐明司岗里中保留的开放精神和包容意识是怎样帮助佤族人民战胜艰难险阻并与全体中国人民共同走到现在和走向未来的。

3.2.3 正确解读猎头习俗,引发游客的思考。在对这一在风俗的阐述中,应当尽量避开它的血性和恐怖,阐明由于生境和发展阶段的原因,佤族人民为抵抗饥荒、疾病等,为获取他们心中神灵的协助,采取了这一在今天看来比较偏激的形

式。还要阐明,这一源自血亲复仇、头骨崇拜等初民观念的习俗其实在很多民族都存在过,在佤族人民这里其实也包含着无数的温情和无奈。李必雨的《猎头女的爱》是作者根据亲身经历写成的。该书序言写道,到了佤山才知“俗见之非”,“佤族山民悍勇、耐劳、豪气、真率。猎头风俗固然触目惊心,衣食住行也奇特得令人咋舌,但他们心直若竹,情热似火”^[7]。

3.2.4 深入挖掘其他典型文化现象的内涵。其中最重要的是歌舞,表达着佤族人民面对悲欢离合时心中装着的爱恨情仇,以及对生命、世事的严肃思考。在旅游发展中,这部分是最能和游客产生共鸣的部分。另外就是饮食,必须相对固定一些特别食物的烹制方法,对于有些游客接受起来有困难的食物要做改良,使其既能包含佤族文化元素,又能适应较多人的需求。

3.3 做好宣传工作 在通达条件已经越来越好的现代旅游业中,最需要先行的是宣传,向意向开发主体和目标消费群宣传,使其产生强烈的前往意愿,开发佤族文化旅游资源也是这样。

3.3.1 要了解消费者。依托于独特民族文化旅游资源的旅游产品,其消费者是广泛的,将随着国家经济社会发展和居民文化水平的提高而越来越多。无论是老年,还是中青年,随着收入的增加和个人负担的减轻,都会积极到一些文化环境独特的地方去寻找一种新体验来帮助思考,增强幸福感,扩大视野,这一点足以支持做好佤族旅游文化产品的信心。人们越来越依赖媒体去了解世界,因此旅游产品宣传要会利用媒体,加强沟通,隔空形成彼此的承诺。

3.3.2 要精心组织好宣传内容。最重要的是认识到自己有什么,消费者近中期需要什么,应当做什么开发。要特别注

意到,随着消费者文化水平的提高,不能将宣传品停留在简单介绍上,要注意宣传中的藏和露,让露出的部分后面藏着更加引人前往了解的愿望。要注意宣传事件造成的景观差,宣传还没有开发的部分,引发更多的想象,以四时之景不同引发游客任何时候来游都不虚此行的认知。

3.3.3 充分利用好互联网。互联网作为现代信息平台,在旅游宣传中极为重要。佤族文化旅游资源开发中应充分利用“互联网+”,首先要用好政府信息公开门户网站和乡村网站,收集并精心整理,然后通过网站向无限空间发送,使越来越多的人关注、阅读、思考,变成潜在旅游消费者和开发参与者。

3.3.4 要培养或重用口头宣传人。这样的人可以外聘,也可以在当地人中选拔,要求他们深入了解佤族文化的本质特点、形式和变迁规律,提高口语表达能力,在相对固定的场合中向目标人群讲述佤族故事、佤乡故事。佤族同胞中生于佤山且受过良好教育的人要有承担使命的自觉性,并积极投身当地旅游事业。

参考文献

- [1] 赵富荣.“司岗里”神话在佤族民间文学中的重要位置[J].民族文学研究,2003(4):86-88.
- [2] 王胜华.西盟佤族的猎头习俗与头颅崇拜[J].中国文化,1994(2):76-82.
- [3] 龙麟.佤族的药食同源文化[J].云南民族大学学报(哲学社会科学版),2005(5):38-39.
- [4] 左永平.佤族传统文化传承的主要方式——歌谣:以“司岗里”神话和木鼓为例[J].思茅师范高等专科学校学报,2008(1):8-11.
- [5] 连日降雨造成普洱西盟县农村公路水毁严重[EB/OL]. [2016-07-09]. <http://zgsc.china.com.cn/Cyzn/ktly/2015-08-10/385196.html>.
- [6] 回眸“十二五”:沧源交通“瓶颈”得到破解(图)[EB/OL]. (2016-02-15)[2016-07-09]. <http://yn.people.com.cn/n2/2016/0215/c372451-27734049.html>.
- [7] 李必雨.猎头女的爱[M].福州:海风出版社有限公司,1996:8.
- [19] 潘国庆.酵素菌技术的原理特点及应用效果[J].江苏农业科学,1999(6):52-53.
- [20] 赵金凤,石永伟,曲佳乐,等.植物酵素急性毒性与亚慢性毒性的研究[J].食品与发酵科技,2013,49(5):13-17.
- [21] 姜忠丽,杨平,杨秋菊,等.糙米酵素红曲酒的小鼠口服毒理学安全性评价[J].中国酿造,2013,32(7):82-85.
- [22] 王定昌,赖荣婷.糙米酵素的功能与开发[J].粮油食品科技,2001,9(1):2-3.

(上接第 66 页)