

广西少数民族节庆旅游发展路径研究

李国和¹, 文 静²

¹广西艺术学院马克思主义学院, 广西 南宁

²广西大学校长办公室, 广西 南宁

收稿日期: 2024年1月21日; 录用日期: 2024年3月21日; 发布日期: 2024年3月31日

摘要

广西是以壮族为主体的多民族聚居的自治区, 世居民族有壮、汉、瑶、苗、侗、仫佬、毛南、回、京、彝、水、仡佬等12个民族, 每个民族都有自己独特的传统文化和节庆活动, 具有丰富的节庆旅游资源, 但是部分偏远地区由于政策、资金、基础设施、传承人等原因, 节庆旅游没有形成规模效应, 社会效益和经济效益差强人意。在乡村振兴战略背景下, 如何用好“民族牌”“文化牌”、推进民族节庆旅游开发保护, 对于弘扬少数民族优秀传统文化、助力民族地区文化产业繁荣和经济发展具有重要的意义。

关键词

民族地区, 节庆旅游, 发展路径

A Study on the Development Path of Guangxi Minority Festival Tourism

Guohe Li¹, Jing Wen²

¹College of Marxism, Guangxi Arts University, Nanning Guangxi

²Office of the President of Guangxi University, Nanning Guangxi

Received: Jan. 21st, 2024; accepted: Mar. 21st, 2024; published: Mar. 31st, 2024

Abstract

Guangxi is an autonomous region mainly inhabited by Zhuang ethnic groups, with 12 ethnic groups including Zhuang, Han, Yao, Miao, Dong, Mulao, Maonan, Hui, Jing, Yi, Shui, Gelao, etc. Each ethnic group has its own unique traditional culture and festival activities, and has rich festival tourism resources. However, due to policies, funds, infrastructure, inheritors, and other reasons, festival tourism has not formed a scale effect in some remote areas. The social and economic benefits are

文章引用: 李国和, 文静. 广西少数民族节庆旅游发展路径研究[J]. 社会科学前沿, 2024, 13(3): 540-545.

DOI: 10.12677/ass.2024.133251

not satisfactory. In the context of the rural revitalization strategy, how to make good use of the “ethnic brand” and “cultural brand”, and promote the development and protection of ethnic festival tourism, is of great significance for promoting the excellent traditional culture of ethnic minorities, assisting the prosperity of cultural industries and economic development in ethnic areas.

Keywords

Ethnic Regions, Festival Tourism, Development Path

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

党的二十大报告深刻指出：“乡村振兴战略是关系全面建设社会主义现代化国家的全局性、历史性任务……加快建设农业强国，扎实推动乡村产业、人才、文化、生态、组织振兴。”^[1]广西是欠发达地区，经济相对落后，农业基础薄弱，乡村振兴任务艰巨，要充分利用广西多民族杂居形成独特的民族文化优势，打造“民族文化 + 乡村旅游”节庆旅游模式，以民族文化赋能乡村振兴，为实现中国式现代化广西篇章贡献力量。

2. 广西少数民族传统节庆旅游发展史

少数民族传统节庆是一个民族在特定的自然环境里经过长期的社会生产和生活实践逐步形成的，系一个民族文化实践与创造、积累与传承、培育与共享的结果。它既是一个民族及其文化的组成部分和重要载体，也是一个民族文化认同和情感联系的纽带，被称为民族文化身份的“DNA”、民族情感认同的“黏合剂”，具有重要的历史文化价值和多重社会功能。

在广西丰富多彩的民族传统文化中，节庆文化是功能最强、特色最浓、文化最深、底蕴最厚、影响最广的文化现象之一。广西的 11 个世居少数民族中，每一个都有自己独特的民族风情和丰富的文化底蕴。其主题包含各种类型的节日：如记时日历型(以日期为基础)、宗教仪式类(主要用于祈祷和敬拜神明或祖先)、历史事件追忆式(旨在铭刻并传承重要时刻的历史记忆)、农业活动相关型的(强调对自然环境与人类生活的和谐共生关系)，还有社会交往类的等等。

自新中国建立后，特别是在党的十一届三中全会之后，随着我们党对民族政策的深入执行和逐步完善，各项政策措施也得到了大幅度推进。这些举措包括保护、传承和发展民族传统节庆。先后恢复了壮、瑶、侗、水、仫佬、彝、仡佬、京、毛南等独具特色的民族传统节庆活动，并通过节庆活动的开展来不断推动民族传统文化的保护与传承。党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央，高度重视传统文化的发展与保护，出台了一系列政策和一揽子计划，促进传统文化和旅游融合发展。截至目前，广西共有 49 个新增项目被列入国家级非物质文化遗产保护名录的项目，如 2006 年，壮族蚂虫另节、京族哈节、仡佬族依饭节、瑶族盘王节等多个项目列入第一批国家级非物质文化遗产代表性项目名录；2008，宾阳炮龙节列入第二批国家级非物质文化遗产代表性项目名录，2021 年，壮族天琴艺术、瑶族祝著节、瑶族油茶习俗列入第五批国家级非物质文化遗产代表性项目名录。1055 个被列入省级非物质文化遗产保护名录，同时也有许多民族传统节庆被列入了州市、县级的保护名录。

壮族是我国人口最多的少数民族, 三月三那歌圩节是壮族人民的一项重要传统节日。2014年, “壮族三月三”入选国家级非物质文化遗产名录; 广西壮族自治区人民政府决定, 每年农历三月初三放两天, 并要求各地充分利用本地资源, 开展相关的节庆旅游活动, 营造浓厚的节日气氛。2016年开始, 广西壮族自治区党委、政府决定打造“壮族三月三·八桂嘉年华”文化旅游消费品牌活动。希望能够通过举办这样节庆活动来提升整个广西的经济水平和社会发展程度等方面的综合实力。而对于外来的游人来说, 这种以传统习俗为主题的活动也是极具诱惑力的存在——因为它的规模之大且内容丰富的缘故使得越来越多的人愿意参与其中并在享受的同时也能体验到其中的乐趣。

3. 广西少数民族节庆旅游存在的困境

习近平总书记指出: “发展乡村旅游不要搞大拆大建, 要因地制宜、因势利导, 把传统村落改造好、保护好。”^[2]伴随城市化步伐加速和信息技术的飞速进步, 外来文化的融入使得人们价值观发生重大变革, 这导致了許多传统的节日庆祝活动的衰退和社会地位下降, 部分传统文化甚至被视为过时的、不受欢迎的东西并因此遭到忽视或淡忘, 这也使我们面对着传统文化传承的巨大压力。

3.1. 民族节庆数量逐渐减少

以壮族为主体的少数民族广西, 还有其他多个民族都有自己的传统节庆活动。但是随着农民进城的浪潮, 农村人口减少, 伴随着农耕文明时代兴起的传统节庆受到巨大冲击, 节庆活动数量减少、质量下降、影响力减弱。这种现象的出现, 既有传统文化历史变迁的因素, 也有时代进程中人为作用的影响。工业化对劳动力的需要加大, 大量农民进城务工, 逐渐转变为市民, 广西同样在城市化的进城中, 大量少数民族农民变成市民。农民离土离乡进城谋生使民族传统节庆丧失重要基础, 民族传统节日的物质载体逐渐弱化。此外, 一些传统风俗的变迁, 也导致民族传统节日逐渐消失。如桂西南地区一些民族村在城镇化过程由村民变为市民, 居村人口比例下降, 民俗节庆活动因人手不够而减少。

3.2. 节庆文化娱乐化

近年来, 人民群众对文化的需要越来越多, 文化的市场效益越来越好。受经济利益的驱使, 有些文化在市场的浪潮中走形、变样、迷失方向。一些文化公司为了经济效益, 对少数民族传统民歌, 民族舞蹈进行迎合市场的改编, 甚至恶搞、贬低来获得高额的经济效益。一些地方传统节庆活动上, 盲目跟风, 搞一些“网红”, 在活动上表演与传统文化活动不沾边的节目, 让原本原生态的节庆活动搞的不伦不类, 既没做到对传统节庆活动的传承, 也没促成传统与现代, 民族与世界的有机结合创造性转化和创新性发展, 严重伤害了少数民族感情, 对少数民族节庆文化内涵造成误导。如宾阳炮龙节, 原本是民间祭祀祈福的活动, 但为迎合当前游客“体验需求”, 简化节庆流程, 增加一些娱乐化环节, 降低了仪式的神圣感。

3.3. 节庆开发过商业化

文化搭台, 经济唱戏, 文旅融合发展, 是节庆开发的趋势。节庆开发为当地带来经济效益, 经济发展又为节庆活动提供资金支持。但是一些地方过度追求商业价值, 忽略甚至损害了节庆活动的社会价值。“杀鸡取卵”式的商业开发节庆资源, 导致节庆活动走形变样。一些节庆活动被资本裹挟, 为追求经济效益最大化, 原本多年才搞一次庆祝仪式, 变成每年举办一次, 甚至每个月都搞一次, 原来每年一次的庆祝活动, 变成每周都搞一次, 短期来看, 可以吸引更多的游客, 获得可观的经济回报, 但是过度消费会使节庆活动的文化内涵逐渐丧失, 经济效益也会随之减少。

3.4. 节庆活动传承人减少

随着经济社会的发展, 城镇化进入快车道, 农民进城工作变为市民成为一种潮流, 少数民族地区的也在时代洪流的影响下, 越来越多的少数民族青壮年外出务工, 然后在城市定居下来, 他们逐渐适应城市的生活, 很少回村, 甚至不回村, 留在村里的年轻人很少, 传统节庆又不能带来直接的经济回报, 他们对传统节庆活动不感兴趣, 不愿意做传承接班人, 一些传统节庆活动负责人因找不到接班人的困局, 以致出现“人亡节亡”被动局面, 由此直接影响到民族传统文化传承发展, 很多民族地区节庆文化传承人都有同样的呼声“已经无人可传、有事难做了。”据统计, 广西非物质文化遗产传承人中年龄最大的 90 多岁, 最小的 50 多岁, 文化传承人后继乏人。

4. 广西少数民族传统节庆旅游发展的路径选择

习近平总书记强调“新农村建设一定要走符合农村实际的路子, 遵循乡村自身发展规律, 充分体现农村特点, 注意乡土味道, 保留乡村风貌, 留得住青山绿水, 记得住乡愁。”[3]定位正确是实现节庆旅游发展升级提档的前提条件, 在乡村振兴战略和富民兴边背景下, 必须进一步强化对节庆旅游市场的开发, 增强节庆旅游市场的占有率、竞争力和品牌率。实现节庆旅游发展的优化升级要有明确的定位, 结合乡村振兴战略和民族地区经济发展背景, 我们应进一步加强对节庆旅游市场的开发, 增强市场竞争力, 努力打造民族节庆旅游品牌。

4.1. 发挥文化引领作用, 把牢节庆文化发展方向

一是发挥文化引领作用。将马克思主义基本原理同传统文化相结合, 坚持人民文艺思想, 把牢节庆文化发展方向。对少数民族村落传统文化进行考证再发掘, 对民俗节庆活动表现形式进行改造, 结合实际, 剔除传统文化中不适合社会发展的部分, 突出节庆活动的思想性和政治性, 创新文化展现形式, 赋予节庆活动时代内涵, 展示传统文化的魅力, 使其更加适应现代社会的需求和审美观念。二是坚持节庆文化为人民的思想, 守好文化宣传阵地。随着互联网的发展, 抖音、快手等自媒体直播平台为宣传民族地区节庆活动提供了更为便捷高效的途径。抖音用户超 10 亿、快手日用户约 4 亿, 但是这些平台自媒体人鱼龙混杂, 有些主播通过断章取义, 抹黑民族节庆活动、丑化民族文化遗产艺人、混淆视听等方式来博取眼球, 吸引粉丝, 导致不明真相的游客对部分民族地区的节庆旅游避而远之。加强对自媒体平台的监管, 打击歪曲事实的行为, 同时要用好官方微博、微信公众号、视频号等主动加大对外宣传。在宣传策略上, 前期为节庆旅游造势, 在节庆活动举办过程中, 也要进行直播宣传, 节庆活动结束后则注重强调其影响的深远性, 即节前、节中与节后宣传相结合, 形成连锁反应, 吸引更多的游客前来观光旅游, 促成节庆文化的社会效益和经济效益相统一。

4.2. 利用市场化机制, 激发节庆文化活力

一是用市场化的运营机制, 将民族节庆旅游活动有效组织起来。让民族特色文化得以传承发展的同时助力乡村振兴、服务国家战略。统筹谋划, 整体布局, 专业的事交给专业的人来干。引进公司负责节庆活动的运作; 设立节庆活动专项资金, 文化旅游部门要为节庆旅游提供服务、管理, 宣传部门要通过网媒和纸媒、线上线下的形式做好宣传工作。引进的公司把自然村作为主体运营, 结合村寨特色, 着眼不同消费群体, 从节点安排、活动组织、节目内容、活动宣传等进行全面优化, 提高节庆活动品质, 扩大大地节庆旅游影响力, 让村民的腰包更鼓, 让节庆文化传承的更好。二是全力聚焦民族特色文化。民族文化是节庆旅游发展的活水源头, 节庆旅游又为展示本地区文化韵味、民风民俗提供窗口和平台, 节庆旅游带来的经济效益又能给民族文化的传承提供资金支持。充分挖掘民族特色文化, 利用好民族文化

是保持节庆旅游健康发展、永续发展的重要法宝。民族节日具有鲜明的地域特色和民俗特质, 能为游客带来独特的旅行体验, 让游客感受旅游带来愉悦的同时也增加了对当地民俗活动的认知。品牌是节庆旅游无形资产。

4.3. 整合节庆旅游资源, 创新节庆产品

一是整合资源。少数民族地区拥有丰富的旅游资源, 因民族不同, 习俗不同, 节庆时间不同, 活动内容不同, 正所谓“十里不同风, 百里不同俗”, 民族地区节庆旅游活动“各自为政”, 单打独斗, 节庆旅游资源没有整合, 形成合力, 节庆活动影响力弱化, 不利于节庆旅游事业的继续健康发展。利用大数据, 整合各民族地区节庆资源, 根据各村寨节庆文化特点, 优化节庆活动时间布局, 削弱时间空间带来的局限。充分发挥政府在整合节庆旅游资源中的核心作用, 坚持社会效益与经济效益相结合, 坚持旅游开发和环境保护相结合, 坚持以人民为中心的思想, 走集约化、持续化、特色化节庆旅游发展道路, 进一步提高民族地区节庆旅游品质和经济活力。二是创新节庆旅游产品。节庆产品作为节日文化的承载物之一, 它代表了当地文化和精神的具体体现, 包含着民族地区丰富的文化价值与历史积淀。节庆产品是节庆旅游的有益补充, 既可以满足游客在观光之余购买纪念品的需求, 也可以将本地区风土人情和特有文化更好的宣传出去, 以此吸引更多的游客到此游览。举办年度节庆文化产品创意大赛, 通过线上线下渠道向全国征集优秀作品, 组织专家进行评比, 选出优秀作品给予奖励, 建立创意人才资源库, 为节庆旅游产品提供人才支撑。同时要开放节庆旅游衍生产品, 根据地区文化特点, 打造专题式情景剧、舞台剧, 让游客沉浸式体验当地的文化魅力, 如《印象巴马》《印象刘三姐》等。

4.4. 培养节庆旅游人才, 推动节庆旅游发展

一是注重节庆旅游人才培养。人才是乡村振兴的核心力量, 也是节庆旅游持续发展的第一资源。节庆旅游发展需要培养一批既懂旅游专业, 又对民族传统文化有深厚感情的高素质人才。专业、个人兴趣和从事职业高度融合是人尽其用的最佳模式。坚持“内培”和“外引”的模式加强人才培养。一方面, 民族地区可以与大学进行协作, 通过委托培训和专项培训的方式, 定期或不定期对从业人员开展节庆旅游专业技能培训, 开阔视野、拓展思路, 提升他们的旅游业务水平。另一方面, 民族地区高校开设的旅游专业定要和当地的节庆文化相结合, 培养本地节庆旅游专门人才。文化传承发展一定要不断注入新鲜血液, 激发内生动力, 除了本地区人才能留下来, 也要加大全国范围内的人才引进力度, 提升他们的薪酬水平, 提供住房保障, 解决好子女入学等问题, 让他们愿意来、留得住、干得久。这种双向奔赴的模式, 既能在一定程度上解决毕业生就业问题, 又能为当地节庆旅游可持续发展提供源源不断的人才支持, 进一步优化民族地区节庆旅游从业人员队伍, 从而改善少数民族地区的节日旅游从业人员的素质, 助力乡村复兴的发展进程。二是加强民族特色文化的保护与传承。“民族特色文化是对旅游业发展具有重要价值的文化遗产, 是发展节庆事业要依存的根基, 它又是不可再生资源, 具有极其宝贵的价值, 一旦被破坏, 其影响力就会降低, 甚至直接失去影响力, 难以恢复, 不再具有价值, 影响民族旅游业的发展。”[4]。政策制定者需坚守“首要维护、强化监管、发掘潜力并合理运用”的基本准则, 以确保对地域传统文明的保护及传递。他们需要确立长期举办活动的观念, 这可以通过创建本地文化和历史展览馆或采用先进的信息科技手段等途径来达成。同时做好文旅和农业的协调发展。农耕文化是乡村的底色, 切实挖掘农耕环境、农耕仪式与节庆、农耕器具、农耕技术与活动等传统特色与时代价值[5]。我们还应该培育那些了解当地和族群节日习俗的专业人才, 并在活动策划中持续关注本土文化的保育工作, 努力使节庆旅游产业融入到居民的生活当中, 让传统的文化遗产与当代的休闲娱乐相互融合, 营造出一种既适合农业生产、居住生活又适宜游览观光且能提供丰富体验感的节庆环境。

基金项目

广西高校中青年教师科研基础能力提升项目《乡村振兴视域下广西少数民族节庆活动与文化产业融合发展研究》(项目编号: 2022KY0456); 广西高校中青年教师科研基础能力提升项目《艺术专业助力民族地区乡村文化振兴研究》(项目编号: 2023KY0488)。

参考文献

- [1] 高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗[N]. 人民日报, 2022-10-17(001).
- [2] 坚定信心埋头苦干奋勇争先谱写新时代中原更加出彩的绚丽篇章[N]. 人民日报, 2019-09-19(001).
- [3] 坚决打好扶贫开发攻坚战加快民族地区经济社会发展[N]. 人民日报, 2015-01-22(001).
- [4] 金松兰, 李宇巾. 乡村振兴视阈下民族地区节庆旅游发展路径探究[J]. 延边大学学报(社会科学版), 2021(11): 98-106.
- [5] 龙井然, 杜姗姗, 张景秋. 文旅融合导向下的乡村振兴发展机制与模式[J]. 经济地理, 2021(41): 222-230.