

民族旅游语境中的佤族司岗里神话研究

高 健

内容提要： 在民族旅游语境中，佤族司岗里神话经历了一系列旅游文本化制作流程，对于东道主，它是社区生活中传承已久的神话的一种新的生存形态；对于中介者，它是制造民族特色的一种强有力的话语形式；对于游客，它是寻求文化震撼与怀旧感的途径之一。

关键词： 司岗里 表演 文本化 旅游神话 神话功能

现代旅游业发展不足百年，神话却有着数千年的历史，但二者的结合可谓“命中注定”：旅游是人们为了满足好奇心到异地短暂停留的行为，神话大多是为了解答人们的好奇心而被创造出来；神话同时为东道主和游客对东道主社会的疑惑提供了解释。

佤族世居佤山，路途崎岖，尤其是所谓的“生佗”地区，有些部落还盛行猎头习俗^①，除了鸦片、盐巴等贸易，其他族群的人很少与他们直接接触。20世纪50年代后，进入佤山的人越来越多，但基本上是来此工作或从事收购茶叶等生意，游客很少。直至20世纪末期，佤族地区开始了大规模的旅游开发，游客也越来越多，目前中国佤族地区著名的旅游项目及景点有：云南省普洱市西盟佤族自治县的“中国佤族木鼓节”、云南省临沧市沧源佤族自治县的“中国佤族司岗里摸你黑狂欢节”、沧源崖画以及对外宣传是“最后一个原始部落”的翁丁。佤族之旅也是“神圣”之旅，因为在这些旅游项目及景点中佤族司岗里神话^②随处可见、可听，是佤族旅游的重要组成部分。

埃里克·科恩认为民族旅游是：(1)观光旅游的一种变体。(2)其目标群体在文化上、社会上或政治上不完全属于他们所居住国的主体民族。(3)他们由于自然生态和文化方面的独特

① 文献记载中国境内最后一次猎头行为是在1957年，详见《中国少数民族社会历史调查资料丛刊》修订编辑委员会编《佤族社会历史调查2》，北京：民族出版社，2009年，第123-124页。

② 司岗里神话流传在佤族各个支系当中，它的存在形态有口头司岗里、书面司岗里以及图像司岗里等；狭义的司岗里神话的内容指的是人类起源，广义的还包括：宇宙起源、文化发明、族群迁徙、本寨历史等，具有明显的纵向发展顺序。

性、差异性而被贴上了旅游的标志。^①本文用民族旅游来指称中国境内的少数民族旅游,首先强调少数民族文化的“非主流性”,其次强调少数民族旅游中的“民族特色”。在民族旅游中游客动身前会有种“乌托邦式的想象”,认为目的地与自己的居住地有着巨大的文化差异,这里更加原始、神秘,而作为一种民间文学体裁的神话给大众的印象正是原始的、神秘的,在时间甚至空间上远离自己的,所以,在民族旅游中神话能够出色地完成表演文化独特性与差异性、彰显民族特色的任务。

民族旅游语境中司岗里神话的旅游文本化

神话从社区生活中被搬到旅游舞台上,不可能只是原封不动地再现,因为只有运用游客能够理解的话语才能传达给游客有关神话的意义。所以,势必要经过一系列加工制作流程,而这一流程可以称之为神话的旅游文本化。

神话的旅游文本化从确立内容的“经典文本”开始,它指的是从社区生活里纷繁复杂的神话异文中过滤出一个更加适合旅游表演的文本。司岗里神话的旅游“经典文本”是人类起源这个情节。其中,西盟县确立的是“人从山洞出”异文,沧源县确立的是“人从葫芦出”异文。这两段异文的特点都是易懂、生动,可繁可简,表演形式有很大的发挥空间。“经典文本”确立后神话旅游文本化的另一个重要环节是语言文字方面的转译:民族语言、方言转译成汉语普通话、英语等,民族文字、口头文本转译成汉字、英文等。但是,仅仅转译语言文字是不够的,在民族旅游中,语言文字有时是苍白无力的,它缺乏神话所应具有“神圣性”氛围以及浓郁的“民族特色”。约翰·厄里认为“凝视是旅游经验的中心,观看实践是旅游活动的核心。”^②所以,语言文字在神话旅游文本化过程中往往会结合其他手段,将其变为可观的神话。神话旅游文本化的最主要工作就是将原来“耳朵的神话”转换为“眼睛的神话”。

沧源县旅游局曾经撰写了《沧源县景区景点导游解说词(试行)》(以下简称《解说词》)^③,并分发给县里的每位导游。这份《解说词》共计 26206 字,包括了沧源县境内八个景区景点的解说,其中只有广允缅寺与南滚河国家级自然保护区没有提到司岗里,剩余六个景区景点的解说词中具体提到司岗里神话角色或情节的有 18 处之多。比如目前正处于初步开发阶段的司岗里溶洞,佤语“司岗”(si mgang)有“岩洞”的意思,“里”(lih)是“出来”的意思,人类从山洞

① 埃里克·科恩:《东南亚的民族旅游》,王庆铃译,杨慧、陈志明、张展鸿主编《旅游、人类学与中国社会》,昆明:云南大学出版社,2001年,第19页。

② 阿雷恩·鲍尔德温等:《文化研究导论》,陶东风等译,北京:高等教育出版社,2004年,第394页。

③ 云南省沧源佤族自治县旅游局编《沧源县景区景点导游解说词(试行)》,内部资料,2011年。下文不再另注。

里出来是司岗里神话的一个重要异文,所以在这份《解说词》中,这个天然溶洞被认定为神话中的“出人洞”^①。当游客刚进入溶洞时,《解说词》简要介绍了司岗里神话的人类起源情节,然后开始用司岗里神话来解释溶洞中的景观,比如:“(继续走下去)其实,小米雀把山洞啄开把人类放出来以前,据说是大象首先把守住洞口的休息婆的房子推倒,把休息婆给压死了。后来没有人守住洞口小米雀才把人类放了出来。天神知道了以后非常生气,所以他把大象压在山洞里只露出头来,让它永远见不到天日。(望见神象走过去)在神象前面的是一群石猴,它们重叠在一起共同向洞口望去。所以我们把这里的景致称之为‘向(象)往(望)司岗里’。意思是希望着早日走出山洞。”这种解释旅游景观的“风物神话”会使游客产生身临其境的感觉。神话情节与这些景观结合起来变得画面感十足,神话使单纯的景观变为一个个情景,景观则为神话烘托出神圣的氛围。除了利用这种自然旅游景观与神话相契合外,司岗里神话的旅游文本化还包括人造景观、歌舞表演、博物馆展览以及旅游纪念品制作等。

1965年,汪宁生和李老五发现了闻名中外的沧源崖画,之后又在沧源县境内陆续发现十余处崖画点,虽然关于崖画创作者的族属问题在学术界至今尚无定论,但是沧源佤族自治县在对外宣传尤其是旅游宣传时已经将崖画归到佤族名下,并且,崖画中的许多图像被认为反映了司岗里神话,比如《解说词》在介绍沧源崖画1号点时讲到:“在‘云人’上边有一个似人非人的图像在月亮图的左边,似甲骨文里的‘母’字,可能表示下面站立的‘云人’是能通天的女始祖,也就是佤族《司岗里》传说中的最大神灵——‘木依吉’女神。”云南省另外一个同样以佤族为主要民族构成的西盟佤族自治县没有发现沧源县这么大规模的崖画群,但是西盟县也“不甘落后”,在距新县城4.8千米处有一个旅游景点叫“木依吉神谷”,“木依吉”是佤族司岗里神话中的造人之神,这个景点的主要景观有榕树、“木依吉”石像、“人头桩”、“神潭”以及崖画,这里的崖画在造型上与沧源崖画都采用剪影法,却是开发旅游后才制作出来,并且不同于沧源崖画的颜料涂绘,西盟县的新造崖画是先凿刻,然后上色。相比3000多年前的沧源崖画与司岗里神话的对照解读让人觉得有些牵强附会,西盟县的这处崖画则让人很容易发现这就是崖画版的司岗里神话,因为这里用崖画的方式直接表现了佤族司岗里神话的主要情节,“人从山洞出”“鼠咬虎尾”等都被生动地凿刻出来。

能歌善舞一直都被认为是少数民族特色,歌舞表演理所当然地成为民族旅游中的必备节目。神话有时则被充当歌舞表演的主题。2004年4月沧源县推出“中国佤族司岗里狂欢节”,开幕式演出名为《司岗里狂想》^②,开场时有旁白用佤语念到:

① 事实上,这个溶洞在民间也不叫司岗里溶洞,而大部分佤族人公认的司岗里中的出人洞应该在现在缅甸佤邦的巴格岱。

② 《司岗里狂想》,成都:四川音像出版社,2004年。

“ah bŭi dīd gix si mgang ged, ah bŭi dīd gix si ngān lih; mōh dom nbiex mōi gix ndix, mōh dom loi diex gix ndix。”大意为：“人们说那个司岗格，人们说那个人从葫芦出，你经常看到的小牛刚刚叫出声的时候，地球刚刚结出果的时候。”^①

旁白念完，一声巨响，舞台上的一个巨大山洞打开，从里面冒出滚滚浓烟，一位象征着母亲的女演员从洞中跑了出来……十年后，笔者参加了“沧源佤族自治县成立 50 周年暨 2014 年中国佤族司岗里摸你黑狂欢节”，开幕式演出中司岗里依然不可或缺，同时，恰逢沧源佤族自治县 50 周年县庆，在司岗里的舞台叙述中还出现了国家的在场。演出第一章标题为“司岗里丰碑”，第一节为“盟誓出征”，随着一个背景女声唱到“司岗里、西念壤”，一位佤族魔巴^②打扮的演员出场，他用佤族念祈祷词的语气念到：

“bŭi bāng mēng hag diex, hoig dōu gaoh kaing si mgang lih, si ngān rang; njāeh diex dix loi mōi dix nbiex, eix hoig mōh boud oux dīx bang nyiex dīx hlang; in ngāix, mēng vax suad sang bang goi, rīeb houig nbēen gong qang dang maox ju six, ling njū ling pan, hu si ngāix hmom si ngāix。”大意为：“世上所有人，都从司岗里来。石葫芦里生；人刚诞生，牛刚鸣叫；我们就是一蓬竹，一家人；如今，佤山永远永远跟着共产党，毛主席的领导；跟着共产党，一天比一天好。”

然后一群身穿“兽皮”的男演员手拿木棍、砍刀、猎枪，表演狩猎舞，意在表现佤族是个狩猎民族以及正处于“原始社会”。第二节为“阿佤新生”，一位背着药箱的女解放军帮助佤族同胞产下一名婴儿。而后，十多面挥舞着的五星红旗上场，舞台大荧幕上出现第三节标题“阿佤新歌”，大家唱起脍炙人口的歌曲《阿佤人民唱新歌》。当然，这段舞台表演也可以理解为“佤族历史”叙述中的“司岗里在场”。这些歌舞表演更多的是以司岗里之名，行旅游宣传或意识形态宣传之实，多作为整场歌舞表演的引子，引古喻今。

博物馆借用了现代化手段，将民族文化通过实例集中展示出来。西盟县的佤族博物馆刚进正门就可以看到一处司岗里神话情景再现的雕塑，司岗里神话从一个无形的历史记忆被博物馆设计者以当代的思维复原出来，以实物的形式固定在一个物理空间内。此处雕塑之所

① 本文民族文字部分为赵秀兰翻译。赵秀兰系云南民族大学民族文化学院副教授。

② 拉祜语借词，意为会念咒语的人，是佤族宗教活动的主持者。

以摆放在门口,一方面为了引人瞩目,另一方面也是将司岗里神话视为佤族历史的开端。

神话在旅游文本化后转化成了消费品,被开发成有形的旅游纪念品由游客带离东道主社会。如在佤族旅游地区绣有司岗里字样的佤族特色服装、挎包以及雕刻精致的小木鼓就经常可以看到,这些纪念品已将司岗里神话符号化,与其他民族符号拼贴到一起,吸引游客购买。

神话作为一种特殊的集体记忆,从来都不是一成不变的,它会随着社会情景的变化而不断被文本化。在民族旅游的语境中,神话文本化的目的是制造文化差异,彰显“民族特色”;它的考虑因素包括:游客消费热点、官方意识形态、时空限制以及神话本身的叙事性与当代意义;它的流程是:首先预设社区生活中有一个原生的文本并且确定在旅游中要产生什么意义,然后运用多种合适的手段将这些意义传达给游客。这些被旅游文本化了的神话在旅游宣传与表演时被设定为与当下或以往社区生活中的神话无异,但事实上当它们进入民族旅游语境中就成为可以被称之为旅游神话的一种新的神话现象。旅游神话是东道主经由旅游中介者与游客邂逅时而进行的文化表演的结果。

民族旅游语境中司岗里神话的“表演者”与“观看者”

民族旅游中神话的“表演者”一般是专业的旅游中介者,有时则直接由东道主来担任。“舞台”下所有的人则都属于“观看者”。

民族旅游可以理解为是一种跨文化的交流,游客很少能与东道主直接接触,而是需要可以为游客介绍与表演东道主文化的中介者,旅游中介者从狭义角度来看指的是导游,从广义的角度来看还应包括媒体、表演团体以及博物馆等。这些中介者在游客和东道主之间建立起一座可以沟通的桥梁,起到了传话的作用,充当了“掮客”的角色。神话的演述权交到了中介者的手中,他们将神话以更加适合旅游表演的方式呈现出来。

沧源县的翁丁景点共有三名职业导游,分别毕业于临沧技工学校、沧源县职业技术学校的旅游专业,她们作为神话新的持有者相比以往的神话持有者有了很大的变化,她们属于识字阶层,也可用汉语流畅地讲述司岗里神话,在离开社区生活经过专业的旅游训练后又回到社区中,身分经历了“再主体化”的过程。根据笔者2011年的调查访谈^①,虽然她们都是土生土长翁丁人,而且寨子里至今仍有人会演述司岗里神话,这三名导游所掌握的司岗里神话都是来自于书面文本,其中一人所讲述的司岗里神话来自于王学兵的《司岗里传说》^②,另两名

^① 访谈人:高健,被访谈人:李学鹰、依再、叶嘎,访谈时间:2011年9月25日,访谈地点:云南省沧源佤族自治县翁丁村。

^② 王学兵:《司岗里传说》,呼和浩特:远方出版社,2004年。

导游则是依照上文所提到的《解说词》。在这三位导游中,依再的年龄最小,她给笔者讲完《解说词》版的司岗里神话后,笔者问她:“你们寨子里讲的和你说的这个不太一样啊,他们讲到人从葫芦里出来……”她求助于旁边一位长者,听完长者的司岗里神话叙述后她说:“这个葫芦的说法我是不知道,如果说是知道,我还是会讲葫芦这个说法。”此外,翁丁寨的寨桩很有特点,根据寨子里的老人讲,寨桩上用木头雕刻的船(猪槽)和鱼涉及到司岗里神话中洪水泛滥的一段情节,而依再给游客解释说:“有船就有水,有水就有鱼,代表年年有余的意思。”这段不同于社区日常生活的叙述明显是受到了汉族文化的影响。杨利慧总结河北涉县娲皇宫的导游时提到:“站在遗产旅游的舞台上,面对通常来自社区外部的大众游客,挪用、整合并亲身传播社区内部的本土知识,并根据情境和游客的需要和反应来及时调整自己的叙事内容和表演策略。这样的讲述,无疑带有独一无二的、灵动的光晕。”^①从笔者访谈的这三个仡族的本土导游来看,她们还不能给游客或研究者带来这种光晕体验。一方面因为她们所在的翁丁景区并不需要过多地演绎司岗里神话,而河北涉县娲皇宫的旅游主题之一就是女娲神话;另一方面由于仡族地区旅游开发较晚,与其他地区的导游相比会有一些差距。

导游更多的是向游客讲述神话,但这种单纯的叙述对于来寻求文化震撼的游客来说有时显得过于单调,并且神话在社区生活中也并不仅仅只是一段叙事,“若是缺失了原始宗教所建构的讲述场,那些关于世界万物的起源故事在讲述者心目中的真实性和神圣性可能荡然无存……”^②广义的旅游中介者主要工作就是通过各种神话旅游文本化手段“复原”旅游策划者所想象的神话在社区生活中的演述场,营造出过去的氛围,表演过去的自己,将观众拉到过去。在仡族旅游中,作为局外人的游客来到这里经常可以看到在本来属于农业社会的旅游从业者,以现代工业社会的方式表演着所谓的原始氏族社会的神话情景。

游客是旅游活动中的消费者,整个旅游活动以游客为中心。旅游策划方会千方百计运用各种神话旅游文本化手段为神话表演营造出神圣性氛围,作为从业者的东道主往往会习以为常,反倒是作为他者的游客会被这种营造出来的神圣性所感染,进而认为神话是真实的,或认为东道主认为神话是真实的。往往在这个情景中游客对神话的神圣性体会更为深刻。仡族木鼓被认为是仡族的通天神器,司岗里神话对其来源也有解释。

游客作为旅游神话的观看者往往也是分层的,有的游客会主动了解神话,有的游客属于被动接受,有的游客则对此不感兴趣。笔者在 2013 年西盟县的“中国仡族木鼓节”以及沧源县的“中国仡族司岗里摸你黑狂欢节”期间曾经随机采访过一些各年龄层的外地游客,问他

^① 杨利慧:《遗产旅游语境中的神话主义——以导游词底本与导游的叙事表演为中心》,《民俗研究》2014 年第 1 期。

^② 黄泽、黄静华:《神话学引论》,海口:海南出版社,2008 年,第 90 页。

们是否了解司岗里,只有一位中学语文退休教师比较了解,他旅游前上网查过资料,并且在导游讲解的时候还做了笔记。但是,更多的游客只是能够简单地复述人类起源这段情节内容,甚至有的游客只知道司岗里是句佤语,是个神话故事,相比之下,大部分游客更加关心的是篝火晚会、“摸你黑”等娱乐活动。此外,如果从广义的角度来看待旅游这个概念,那么神话或与之相关领域的研究者也应算作游客,而这些人对神话认识的欲望和程度有时甚至会超过许多东道主,他们想要成为东道主的“代言人”,甚至研究者有可能为东道主“制造”出神话。无论是哪一类游客都会根据自己的知识体系对所看到的神话表演进行再认识。当笔者问到上文提到的那位语文退休教师对司岗里神话中各民族从山洞里走出来这段情节怎么看时,他说这个反映了中国少数民族与汉族的大团结。而笔者则认为这段同源共祖神话是根据现实社会情境建构出来的产物,体现了现实中族群认同与族群关系。

在民族旅游中,有个游客群体不容忽视,即作为游客的东道主,尤其在民族节事旅游中,他们既是当地文化持有者又是观看者。他们并没有被安排旅游表演节目,但是也参与到整个旅游活动中,一方面许多旅游项目直接来源于他们文化习俗,他们也被异地来的游客“观看”,另一方面他们也作为游客观看旅游表演、体验旅游活动以及“观看”异地游客。由于身份的特殊性,他们与异地游客的区别是在参与到旅游活动中时会有意无意地结合自身所持有的文化对旅游中所表演的本民族文化进行对比、反观,并且有可能影响到他们自身的文化传统,这种现象在当地青年人身上最为明显。由于现代化进程的加剧,神话在民间社会的演述场合越来越少,而且许多神话内容会在韵文体的史诗中演述,伴随着大量本族群的古代诗歌语言及某一事物有时还会涉及到大量的比喻、排比等修辞,这些都是年轻人传承神话的难点。但是,因为民族旅游中的神话受众主要是他族游客,表演更加通俗易懂,所以这种方式正在成为年轻人主要的神话知识来源。笔者在调查期间会有意访谈一些年轻人,他们中许多人向笔者讲述的神话都更加接近旅游神话的叙述,很多年轻人回答是从电视宣传片或旅游活动中听来的。在当下社会,这些年轻人的神话习得方式无疑也加强了神话的内部传承。

在民族旅游中,有的社区被开发成旅游景点,游客直接进入村寨参观游览,此时,东道主成为本族文化的表演者,有时会直接接触到游客,旅游成为他们日常生活的一部分,而他们的神话传统也受到了旅游活动的影响。沧源县翁丁村 2005 年被开发旅游,寨主家成为了一个旅游景点,佤族民间文艺工作者李建荣根据寨子头人和另外几位老人人口述整理出来《水牛三次下凡人间》的司岗里神话文本,并且印刷出来给了头人一份,以后游客来到头人家如果想问佤族历史,头人就会拿出这页纸给他们看,包括我去他家访谈时,他也是先拿给我这个文本,说这上面讲得更好。寨主本来是神话的直接输出者,但是当文本化了的司岗里神话回流到了

他的手里后,他重新接受了这个新的神话文本,并且以书面文本的形式输出给游客。

东道主是旅游神话的供应者与表演者,中介者是神话旅游文本化过程的操作者与旅游神话表演者,游客是旅游神话表演的观看者。旅游神话对于这三方民族旅游参与者有着不同的意义,对于东道主,它是社区生活中传承已久的神话的一种延伸;对于中介者,它是制造“民族特色”的一种强有力的话语形式;对于游客,它是寻求文化震撼的选择途径之一。

讨论:民族旅游语境中神话的功能

泰勒以降,神话研究或多或少秉承着进化论的观点,在面对现代神话时,许多研究者认为它们被演述的机会越来越少,原有的信仰功能已经弱化或消失,现代神话成为了原始社会的遗留物。所以,我们看到的许多神话研究“将一些在文明相对滞后的地区或民族中依然存活的神话传说直接与古典文献记载中的有关神话挂钩,并依此活态神话将原来零散的神话记载串联为一个完整的神话有机体。”^①这些研究企图“复原”未被现代化进程“祛魅”(Dis-enchantment)的神话的形式、内容与原初意义,认为只有在那个社会情景下的神话才更具有文化意义与学术价值。不可否认,在当下社区生活中的神话正以前所未有的速度发生着变迁,但是,这并不是说它们就成为了“死态神话”,相反,以本文的研究对象为例,民族旅游中的神话同样生机勃勃,并且同样具有不可或缺的功能。

“神话在原始文化中具有不可或缺的功能:它表达、增强并理顺了信仰;它捍卫并加强了道德观念;它保证了仪式的效用并且提供引导人的实践准则。”^②马林诺夫斯基没有体验过现代民族旅游,神话在旅游文本化后,其功能较之上述功能也发生了转换。这里的转换并不是说神话进入民族旅游的语境下就脱胎换骨,因为完全摒弃了上述功能也就不可能称之为神话了,正如吕微所言:“神话信仰-叙事是人的本原的存在形式或实践方式,不受历史时间、社会-文化空间形式的生活语境的条件限定,但构成了任何时代的生活语境下神话现象的先天基础……”^③民族旅游中的神话虽然脱离了社区日常生活,但功能转换只是强调某些功能隐退或者弱化。同时,旅游神话作为一种新的神话现象还会有新的功能加入。

旅游神话最明显的功能是创造经济效益,无论是神话表演还是神话纪念品,在民族旅游的语境下都具有了商业价值,这是神话从没具有过的功能。神话原来在社区生活中主要为传

① 陈泳超:《关于“神话复原”的学理分析——以伏羲女娲与“洪水后兄妹配偶再殖人类”神话为例》,《民俗研究》2002年第3期。

② 邓迪斯编《西方神话学读本》,朝戈金等译,桂林:广西师范大学出版社,2006年,第244页。

③ 吕微:《神话信仰-叙事是人的本原的存在——〈现代口承神话的传承与变迁〉序言》,《青海社会科学》2011年第1期。

承关系,在民族旅游语境下转换成了交易关系。神话之所以可以被开发成一个消费品,一方面由于“神话是原始文化的核心,是文化精神的内核,又是各民族文化心理和系统哲学的母体。”^①它能够很好地彰显出“民族特色”;另一方面由于神话的可观性,虽然神话在社区生活中多以口头传统的形态存在,但是经过旅游文本化的加工处理后,它能够顺利地转换为视觉符号,由“耳朵的文学”转换成“眼睛的文学”。所以,在许多民族旅游中都可以看到神话的参与,并且得到足够的重视。2005年4月19日,沧源县文化馆为司岗里注册了商标,并且设计了商标图像。此后,在沧源县许多旅游项目及景点中都可以看到这个商标。

神话在民族旅游中的重述(Retelling)并不仅仅是为了经济利益,或者说民族旅游中的神话在实现了商业价值的同时也带来了“附加”功能。它提升了民族文化自我表征能力,促进了民族身分的建构。司岗里神话是佤族精英寻找出来的佤族各支系都认同的一个关键符号。此外,东道主发现自己的神话与其他传统文化有这么大的魅力,全国甚至国外的游客都过来了解、体验本族的文化,并因此获得了经济效益,他们会为本民族文化感到自豪,对本民族的认同感更加强烈,从而也会加强神话的内部传承。

从游客的角度来看,在民族旅游中,由于游客的加入,神话也首次表演给他者,并且使游客产生了神圣体验。度假成为了“神圣的时光”(Holy Day)。旅游神话的差异性与神圣性让游客看到一个与自己主动暂时离开的那个世俗社会不同的“原始”“质朴”而又“神秘”的社会。在游客凝视着神话符号,或虔诚地闭上双眼、双手合十时,旅游神话满足了游客的怀旧感以及追求心灵洗礼的愿望。

神话赋予民族旅游以神圣性,使游客产生非凡的体验与文化震撼。同时,旅游将神话文本化,增添了其呈现的可能性。旅游神话是神话的一种新的生存形态,对它的朝向当下的研究会使我们更好地认识神话的生成与建构以及神话与社会情景互动的过程。

本文系2010年度教育部人文社会科学研究西部和边疆地区青年基金项目“少数民族神话的传承问题研究——以云南地区为例”(项目编号:10XJC751003)阶段性成果。

(高健,云南大学人文学院中国少数民族艺术博士研究生)

【责任编辑:毛巧晖】

^① 黄泽:《西南民族文化与民俗——民族文化学的新视野》,海口:海南出版社,2008年,第3页。