

第三空间： 旅游凝视下文化表演的意义重解

——以九寨沟藏羌歌舞表演《高原红》为例

阳宁东¹, 杨振之²

(1.西南民族大学 旅游与历史文化学院 成都 610041; 2.四川大学 旅游学院 成都 610064)

摘要: 在旅游凝视力的作用下, 专为游客生产的民族文化表演, 通过对原生文化符号的选取、抽离、改造等不同建构方式, 成为了族群传统文化与主流消费文化相遇及意义重生的空间。本文以九寨沟藏羌歌舞表演《高原红》为例, 在借用西方人文科学领域中“第三空间”理论的基础上, 通过对表演生成特征、功能价值、属性定位的分析, 从文化人类学的角度重新阐释旅游语境中《高原红》的文化意义, 指出旅游表演《高原红》所展示出的文化, 既不同于主流大众文化也不同于民族传统文化, 而是一种在自我与他者互动中杂糅生成的第三性质异文化, 表现为民族传统文化自我的现代性表述与主动建构。

关键词: 第三空间; 旅游凝视; 文化表演; 九寨沟; 藏羌歌舞表演《高原红》

中图分类号: F592.771 **文献标志码:** A **文章编号:** 1000-5315(2014)01-0067-08

一 问题的提出

在民族地区的各旅游景点中, 传统民族歌舞的表演已成为展示民族文化的主要途径。旅游语境中的表演, 已与纯粹的艺术表演有所不同, 更区别于戈夫曼所说的日常生活中的表演^{[1]15-18}。它是指“在一个特定的时空背景下, 借助相应的道具、布景的辅助手段, 向游客展示文化主体的才艺、形象, 传达某种符号信息, 专指民族旅游中的文化展示”^[2]。这类表演的主要特征是规定于旅游语境, 以市场为中介, 主要行使“文化”展示而非“艺术”表演功能, 呈现出商业艺术运作与民族传统文化表演双重属性, 并决定了表演

中异质与同质文化的交织, 从而引起学界对其内涵、价值、属性、定位等有关文化意义问题的讨论, 其焦点在于如何看待这类文化中“商业性”与“原生性”之间的矛盾以及由此引发的对旅游表演文化功能价值的评判。大多数学者否定表演文化的意义, 认为经过商业化、市场化包装后出现的表演文化, 已脱离真实生活环境, 过滤了深层文化意义, 变成了一种简单化、程式化的文化快餐, 会误导大众游客对民族传统文化真正内涵的认知, 不利于族群文化的保护与传承。还有少数学者则认为民族传统文化正是经由表演这一旅游通道, 在日常现实生活中即将消失的民族传统文化

收稿日期: 2013-07-11

基金项目: 本研究系国家自然科学基金后期项目《青藏高原旅游人类学研究》(编号: 13FMZ001)、国家自然科学基金项目国家级项目“西部民族地区的遗产廊道保护传承研究(编号: 12XMZ075)”阶段性成果、四川省旅游局民族地区重点旅游研究基地成果。

作者简介: 阳宁东(1978—), 女, 四川南充人, 西南民族大学旅游与历史文化学院助理研究员, 四川大学旅游学院中国休闲与旅游研究中心博士研究生, 研究方向为民族旅游;

杨振之(1965—), 男, 重庆人, 四川大学旅游学院教授、博士生导师, 研究方向为旅游人类学、旅游规划与开发。

才得以保存,旅游对民族传统文化的价值也才得以彰显。

为何对旅游表演文化价值与意义的讨论一直未能停止?探究争论的逻辑起点会发现这些研究在讨论之前都有一个假定的预设前提:将民族传统文化与大众消费文化严格地对立起来,似乎这两者之间的界限是绝然不能逾越的。因此,已有的讨论大多囿限于这两类文化元素在旅游表演文化中所占比例的“拉锯战”中,始终立足于传统的二元对立研究范式,无法跳出非此即彼的思维框束,也就使得对旅游语境中任何改变民族传统文化元素的实践都会受到质疑和责难。然而,我们能否跳出传统的二元思维,以另一种不同的视野来看待旅游语境中新形成的表演文化呢?实际上,在哲学本体论和认识论上,一直存在着连续与离散两种基本模式。“连续”是以逻辑推演和体系建构为特征,体现为形而上学二元论所蕴含的等级制与中心主义传统,而“离散”思维模式则以当代“后”主义(如后现代、后结构主义、后理论等)为代表,以强调差异性、流变性、开放性、装配性、碎片性以及语境生成美学为特征^[3]。学者们对文化表演中“原生性”与“商业性”之争主要是延续了“连续”的思维方式,而对于“离散”思维模式的关注却较少。

离散思维模式在20世纪末叶西方人文社会科学研究从“历史转向”、“社会转向”到“空间转向”的转型过程中备受关注,其中尤以后现代地理学家爱德华·索亚(Edward W. Soja)的“第三空间”理论体现得最为充分,也成为后来地理学、建筑学、文化学、都市研究等领域最重要的理论思想之一。索亚的“第三空间”理论强调以“第三化”的眼光来看待新生事物,认为在传统的二元主体之间其实还隐藏着一个容易被忽视的“第三空间”,这个空间不同于一般意义上的客观性地理概念,而是指一个不断与外界进行交流、对话、协商、妥协,不断主动性生成、改变、创造的关系构成和意义生成,是当代社会文化流通中新的社会文化关系生成与变化的动态描述^[4]⁷⁷。与此同时,在旅游语境下,因受大众旅游消费牵引而被各种不同主体以及各种力量所重新建构起来的文化表演也具有解构二元对立,让民族传统文化、游客消费文化、西方现代文化等多种异质文化在不同边界上相遇并进行谈判协商而生成意义的特征,与具有“离散”和“多元开放”色彩的索亚“第三空间”理论内涵有着某种程度的契合。因此,本文试图以九寨沟藏羌歌舞表演《高原红》为例,在借用索亚的“第三空间”理论基础上,

通过对《高原红》的生成特征、功能定位等方面的分析,从文化人类学的学科视角出发来重新解读因旅游“他者化”后所形成的文化表演的意义,以期能对目前学界关于这一主题的研究有所补充。

二 文献述评

国外对旅游表演文化的研究最早始于20世纪六七十年代,主要是从人类学、民俗学、文化学、社会学等学科视角入手,对其与旅游地的文化变迁、文化商品化、文化真实性、文化再生产、族群认同等进行了集中研究,主要体现在以下四个方面。

第一,旅游表演文化中的“真实性”问题。对旅游表演文化的研究最初主要是从对旅游景点文化表演真实性问题的关注开始的。美国旅游人类学家麦肯耐尔(MacCannell)首次较为系统地提出了“旅游真实性”问题,而这一问题的研究主要集中在对旅游景点所上演的舞台文化表演真实性问题的探讨上,并从东道主社会主客关系视角出发,提出了著名的“舞台化真实”概念^[5]¹⁰¹⁻¹⁰²。此后有许多学者都不断深化此类问题的研究,借旅游地文化表演真实性问题的探讨来研究旅游对东道主目的地的社会文化影响及文化变迁,并从真实性视野入手探析旅游表演中的文化内涵及与旅游目的地民族传统文化的内在关系,其中会涉及到文化表演特征、本质、价值判断等问题。

第二,旅游表演文化与认同。在继旅游地文化表演真实性问题研究之后,更多的学者发现以这种绝对静止的思维来争辩旅游表演文化的真实性意义并不太大,转而对文化表演互动过程中的各种话语及阐释进行研究,其主题包括如何协商和展示地方认同和国家认同,文化表演过程中个人的力量,如何展示自我和社会,对于意义和空间的社会建构等等。玛格丽特·萨克西安(Margaret Sarkissian)围绕马来西亚的旅游业发展,对由国家主办的旅游文化表演中表现出来的民族主义问题进行了研究,认为通过文化表演的形式来公开展示民族认同,是一个新近被建构起来的“文类”^[6]。本迪克丝(Regina Bendix)在《旅游和文化表演——发明传统为了谁?》中也以瑞士旅游胜地的个案为例,说明传统发明与表演为当地人身份认同提供了手段^[7]。苏珊·露丝(Susan D. Russell)则以菲律宾个案为例,说明村寨旅游表演对强化民族身份认同具有重要意义^[8]。通过这些案例研究,学者们发现旅游中的文化表演不仅仅是东道主社会用来谋取经济利益的手段,更多地还交织着地方族群的文化认同、民族认同、国家认同,“东道主通过文化表演的形

式,表达了其对于民族国家的观念以及地方关于自我认同的理解”^{[9]239}。

第三,旅游表演文化的社会内涵。在西方人类学家眼中,文化表演的内涵要宽泛得多。文化表演的本质在于“它成为一种被展示的交流行为,这个交流过程包括对空间、时间、意义进行的各个方面的妥协和协商;表演中的形式、功能、意义及其三者间的相互关系成为研究中的核心”^[10]。人类学家爱德华·布拉那(Edward Bruner)和民俗学家芭芭拉·科申布莱特-吉布丽特(Barbara Kirshenblatt-Gimblett)合著的《草坪上的马赛人:东部非洲的旅游现实主义》一文中,以肯尼亚土著马赛人在一个名为“梅耶牧场”的旅游点为旅游者所做的马赛民族传统表演为例,深入剖析了表演者是如何通过文化表演来谋求政治、社会地位以及表演背后所隐藏的殖民主义政治意图,揭示了梅耶牧场的文化表演是一个复杂的协商与展示“他者”的过程,表现为一种“旅游现实主义”^[11]。这种从旅游地文化表演所处的整个社会背景入手,对文化表演所包含的多重政治、经济、社会、文化等目的进行揭示,有助于以更宏观的视野和跨学科的视角来拓宽对旅游表演文化的深入研究,也在一定程度上揭示了旅游文化表演的社会意义。

第四,旅游表演文化的生产与展示。这类研究已超越了对旅游开发与文化保护之间静态的描述,而转向通过对表演文化的生产与再生产路径的梳理,从建构主义视野来重点研究旅游表演中民族传统文化的“复兴”、“建构”、“重构”,表现出一种更为灵活和开放的动态性思维。其中,对市场、经济资本、政治权力、民族文化资本等多种力量的互动以及与这种互动下文化表演的生成过程,包括个体对建构和展示表演的强大力量等问题,是探讨的主要内容。

相比之下,国内对旅游表演文化的研究是在最近十年内,起步较晚。主要表现为对国外相关理论的引介和借用,其研究视角也主要以经济学、管理学、市场学、艺术学等应用性学科为基础,研究内容则集中在对旅游表演文化的基本内涵、旅游表演产品的开发模式、旅游演艺产业与企业的竞争力提升以及以个案实证分析的方式来探讨各地旅游表演的发展现状及对策、市场营销策略的开发以及民族文化保护与传承等问题^[12]。与国外研究中所透露出的浓厚人类学、文化学、社会学色彩相比,国内学者从文化人类学角度来对旅游地文化表演进行研究的也仍处于起步阶段,其研究模式多是引用国外的相关人类学理论来对国

内某个案例地进行实证研究,对旅游表演文化理论上的深层次探讨较少。其中,徐赣丽通过桂北壮瑶三村的个案考察了旅游文化表演的建构手法和原则,并将表演的产生与文化影响、文化变迁联系起来论述^[2]。田芙蓉、保继刚则以西双版纳傣族歌舞为例,分解了傣族歌舞表演的体验真实性要素,研究了游客对歌舞旅游产品真实性的心理认识以及各要素对游客真实性体验的影响^[13]。卢天玲也以九寨沟民族歌舞表演为例,从社区居民的角度对其文化真实性进行了感知调研与研究,发现不同年龄层次的群体对当地歌舞表演真实性的认知是不同的^[14]。

综上,无论是国外还是国内的旅游表演文化研究,所涉及的研究主题虽然较为宽泛,但都缺乏对旅游地文化表演意义这类意识形态问题的系统探讨,尤其是理论与实证相结合的研究更为少见,即使有,也仅作为文化表演的生产与建构、文化表演互动协商研究过程中的附属略微讨论,其探讨视野仍局限于传统的二元认识论之中。这正是本文试图改进的地方。

三 “第三空间”理论

“第三空间”理论出现的背景是20世纪六七十年代西方人文社会科学研究范式由对历史—社会的二元关注转向对历史—社会—空间的三元辩证法的青睐,“空间”问题受到前所未有的重视。在这一“空间转向”过程中,被视为批判性后现代主义先祖的法国哲学家列斐伏尔认为“空间”不仅是物质的存在,也是形式的存在,是社会关系的容器,因此,空间具有物质属性,同时也具有精神属性,并据此在其名著《空间的生产》中分析了三种“空间认识论”:可感知和经验的、物质的第一空间,构想或想象出来的第二空间以及无穷开放、不断解构与重构的第三空间。在这里,列斐伏尔讨论的重点仍停留在第一和第二空间,即所谓的“社会空间”层面上,但他已开创性地提出了在包容和超越前两个空间的基础上,有另一个他化的或是第三化的空间的存在,即“第三空间”。列斐伏尔的空间说主要用于政治经济学领域,并开启了文化研究中差异、他性和认同空间的文化政治研究。后来,法国后现代地理学家爱德华·索亚在列斐伏尔思想上系统地、正式地提出了“第三空间”理论,认为“第三空间是源于对第一空间—第二空间二元论的肯定性解构和启发性重构,它既不同于第一空间和第二空间,又包容并超越二者,是一种创造性的重新组合和拓展”,同时他也强调“原初的二元选择并未被完全抛弃,而是服膺于一种从两种对立范畴中有选择地、策

略地提取的创造性‘重构’过程,走向开放的抉择”,其特征是“在第三空间里,一切都汇聚在一起:主体性与客体性、抽象与具象、真实与想象、可知与不可知、重复与差异、精神与肉体、意识与无意识、学科与跨学科等等,不一而足”^{[4]79}。在这里,索亚把空间把握为一种有差异的综合体,一种随着历史文化语境的变化而改变着外观和意义的“复杂关联域”,其实质是质疑非此即彼的二元论封闭性,思考亦此亦彼的可能性、开放性。

索亚通过一系列边缘差异的文化研究,把“第三空间”转换为后现代文化研究中的重要概念,后经过瑚克斯、法农、斯皮瓦克、赛义德等人的运用和拓展,在霍米·巴巴手里则发展成聚焦于文化的作为文化批评策略的“第三空间”概念。霍米·巴巴认为,文化应该定位在中心之外的文化边界上,既非弱势文化被强势文化淹没,也非弱势文化变成一个新的强势文化,两者之间边界的互相拆解或巩固,其结果都更加强和维护了文化等级制,制造了新的文化殖民,未能起到抵抗殖民的作用,因此两者更应该通过互相对话、协商,使文化权力在文化之间达到一种和谐^{[15]275}。霍米·巴巴在其后殖民文化研究中提倡“第三空间”的研究姿态,其策略正是模拟打破了二者之间的二元对立,在其中制造了含混和杂糅,生成亦此亦彼的“第三空间”,以此实现在文化流通时代进行跨文化对话的可能性,是对索亚“第三空间”理论在文化研究中的继续运用和拓展。

由此可见,由上述学者所提出的“第三空间”已非地理学意义上的一般空间概念,而是指一种认识论,一种打破、瓦解传统的二元对立思想,并将传统的对立的二元重构为另一个他者,这个他者既包含了原有的两个部分,但又大于二者简单之和,是对原有二者的包容与超越。这种视野将其运用到对旅游场景中的文化表演上来,可以对文化表演在整个文化体系中的属性定位、功能价值等有关文化意义的问题进行新的审视,有利于跳出传统的二元对立思维框束,站在第三化的立场关注边界文化,把边界当作不同文化关系生成的地方。在为大众游客而产生的文化表演中,其文化元素更多的是对原生民族传统文化元素的选取、抽离、改造的一种符号化消费的结果,其间夹杂着大量其他异质文化元素与符号片断。因此,文化表演在特殊的旅游场域中已成为不同文化相遇的空间,也由此产生了各种不同的文化边界,而这些边界又产生着不同的文化关系与文化结构,在这里相遇的文化互

相进行反抗、分裂、谈判、协商,以生成最终的意义,并建构起一种你中有我、我中有你的杂糅文化来解构最初的二元对立,对话双方甚至多方成为对话、互渗、共生的新型关系构成而不是中心互换,从而以文化的多元化和开放性与索亚等学者提出的“第三空间”理论思想相符。因此,本文尝试援引索亚的“第三空间”理论来重解旅游场域中文化表演的意义。

四 第三空间——《高原红》文化意义的重解

在人类学语境中,意义是指“文化元素或文化丛在文化体系中的涵义、地位、功能”,其内涵“包括情感、价值观、审美观等意识层面和生产方式等物质层面”^{[16]356}。因此,本文拟从《高原红》表演文化的生成特征、功能价值、属性定位三个方面来给予“第三空间”理论与文化表演意义之间关联的探讨,并重解《高原红》旅游表演的文化意义。

(一) 旅游凝视与《高原红》文化表演的符号表征

“旅游凝视”(Tourist Gaze),在国内也有学者译为“旅游者凝视”,是厄里从现代与后现代文化、工业社会与后工业社会、大众旅游与后旅游的研究体系里去考察人类旅游现象,构建了“旅游凝视”概念,提出旅游凝视是基于“有差异性体验”的需求,以获得愉悦、怀旧、刺激等旅游体验为目的。在这里,厄里的“旅游凝视”其实是一种隐喻的说法,它不仅指“观看”这一动作,而是将旅游欲求、旅游动机和旅游行为融合并抽象化的结果,代表了旅游者对“地方”的一种作用力。在这种作用力下,旅游接待地会尽量迎合外来游客的欣赏口味,以获得经济效益^[17]。因此,旅游的过程也就是让旅游完全陷入一个由地方生产符号、中介传播符号、游客验证符号、收集符号的符号化过程^[18]。

随着九寨沟旅游业的不断发展,九寨沟沟口一带的民族歌舞表演在经过商业化、舞台化运作后已成为高度符号化的市场产物。其中,在大众旅游市场中具有一定影响力的《高原红》藏羌歌舞表演是这种符号化产物的典型代表。2002年,《高原红》表演由四川省茂县山菜王餐饮企业与我国音乐人陈小奇共同投资创办,其目的是向大众游客展示藏羌族群的文化,表演内容包括藏族迎宾诵经仪式、羌族咂酒开坛仪式等仪式表演,藏族旋子舞、羌族萨朗舞等藏羌族舞蹈,高原红女子组合、羌族多声部老人合唱等歌曲演唱以及一些游客参与性活动,其性质是生产者为了迎合大众游客的凝视偏好而将一些认为最能代表藏羌文化的歌舞和习俗符号进行的生产 and 再生产文化实践。

在《高原红》表演中,各种符号化生产就是在“他者”凝视导向下对藏羌族群文化进行的表征实践,生产途径主要包括复制、加工、移植、杂合等,最终导致民族原生文化符号的能指与所指关系发生转换,重新生成新的文化“再生符号”。在一般的旅游场域中,“旅游凝视”与地方性表征是共生关系。表征是用各种符号来代表概念、观念、情感,表征的实践就是概念、观念、情感等“在一个可被传达和阐释的符号形式中具体化”^{[19]10}。凝视是表征的动力,表征是为了满足旅游凝视,在这一过程中,由于表征的特征是对观念系统的再现,是对身份认同的表述,或建构一种有误的再现,与意识形态、权力、话语和主体性密切相关,所以文化的表征实际上是一种复杂的意识形态关系的最集中的再现,体现为各种权力关系的互动。政府作为一种隐性力量会对表演团体的成立、表演内容的审核、表演价格的规定等内容进行国家—民族利益的维护与政策框束。企业通过强大的资本力量来启动对藏羌文化的凝视与文化表征,并以满足经济利益诉求与游客消费需求的双重视角来带动投资者、管理者、生产者等各种力量进行表征实践。最终,来自主流大众社会的消费文化意识形态与来自地方的民族传统文化基因会在舞台表演空间中相遇并通过对话、协商、斗争等形式完成符号表征的建构。例如,在节目中,为了在民族文化与大众文化之间构建一个共享性文化空间,生产者对传统的羌族“抢新娘”婚俗进行了改变,将羌族人原用于对人生观念与临界点的思考表达转变为可缓解大众游客现代性压力,提供欢娱体验的具有戏谑、喜剧、狂欢性的游戏活动。羌族中曾为“自用”的婚俗文化符号转变为“他用”的娱乐文化符号,其符号的能指与所指意义已在“旅游凝视”下发生转换,形成新旧文化符号的杂合。在这里,“旅游凝视”作为一种不可或缺的隐性力量牵引着《高原红》文化表征实践的他者化,通过民族文化的“商品化”与“舞台化”,使其向新的文化符号转化。

从《高原红》的生成特征可以看出,藏羌传统文化在受到旅游这种全球化力量影响时,并不是被动的接受,而是一个主动适应、主动改变的过程,民族传统文化与大众消费文化之间进行着积极的互动与交流。旅游所带来的各种不同力量促使藏羌原生文化不断地与其他异质文化进行交流、对抗、妥协、融合,最终使得表演成为在地域性民族文化与大众主流文化二种不同边界上的运作。在这里,边界是一种矛盾的运动过程,它既是一种区隔,又是协商互动中的建构,是

一种合作性的生成史,也促使了“第三空间”的产生。“在这个空间里,模拟者在模拟中不断地调整、改变自己和对方,不断地在自我与对方之间产生延异、差别和超越,在二者间发现和撕开裂缝,于是,生成的第三者最终因处于模拟与被模拟者之间而成为它自己”^{[20]47}。《高原红》表演对原生藏羌文化元素的解构与重构,对大众主流文化元素的吸收以及对不同民族之间文化因子的借用(例如藏羌文化舞蹈因子的换用),都使得这些模拟者在模拟与再造中不断地超越原有对象而生成亦此亦彼的第三者,最终在不同文化主体之间成为自己,这是《高原红》文化表演主体性意义所在之处。

(二) 旅游凝视下《高原红》文化表演的功能价值

在旅游人类学传统的划分中,“他者”是东道主,“我者”是游客^{[21]9}。但处于表演的同一个凝视空间里,作为主客双方的自我与他者却是相对而言的。自我与他者的划分是依赖边界的存在,其划分的逻辑主要是构建外表界限清晰、内在文化本质相同的范畴。实践中,形成各种关联的方式与途径都在不停地变化,范畴的内容也在不断融合与混合。因此,一直处于文化边界外的“他者”概念内涵也会不断调适,这让“自我”概念也会随之变化,进而在原有的“他者”与“自我”之间衍生出含有新功能意义的文化元素和文化身份,成为索亚所提的“第三空间”,让“他者”与“自我”的边界逐渐模糊且不断互换交融。

1. 从“他者”到“自我”

《高原红》不同于一般的艺术表演,它实际上已成为藏羌族群传统生活文化时空的再现。游客在观看表演时,不仅仅是在欣赏歌舞表演,更是受藏羌文化时空所吸引,在凝视中不知不觉融进藏羌族群的“过去”和“传统”文化,在这一时刻,“他者”逐渐进入到“自我”的时空,完成走向“主位”的过程。另外,《高原红》为了满足大众游客“求新”、“求异”的消费欲望,生产者会在原有的藏羌传统文化与大众所熟知的主流娱乐文化之间寻找到一个平衡点,按照自我的理解与猜测来设计整台表演。其中,为了让游客从以前的“纯粹观光”过渡到愉悦的“参与体验”,设计让游客上台亲自体验民族文化异域性的节目则是必不可少的。《高原红》整场表演中共提供了四次让游客走上舞台与演员进行互动的机会,包括集体性的藏羌锅庄狂欢与抢新娘比赛、围脖拔河比赛、幸运嘉宾比赛。在这样的体验参与节目中,很多作为“他者”的游客一进入表演者所刻意营造的藏羌传统文化空间里,就似

乎忘却了自我,而变成了“他者”,并以“他者”的身份来亲身感受藏羌族群的文化,这类似于“通过”仪式。游客在这样一个特殊的空间里,通过与藏羌文化表演者面对面的交流互动,无论是从身体还是到心灵,都进入到一种人类学上所说的“阈限”状态^{[22]95},让“他者”变为“自我”,从而在那一瞬间加深了对“他者”的理解以及对“自我”的重新认识,让“他者”与“自我”的界限变得模糊,他们所代表的不同类型的文化也在边界之际产生了亦此亦彼的“第三空间”。

2.从“自我”到“他者”

《高原红》凝视空间中最突出的主客双方就是表演者与游客,他们处于一个共同的表演文化空间,作为与“他者”相对的“自我”在这一语境下便是展示藏羌族群文化的主体——表演者。《高原红》的表演者以藏族、羌族居多,还兼有少量其他民族。他们大多来自九寨沟之外的其他藏区或羌区,甚至还有汉族地区。这些表演者汇集到九寨沟,朝夕相处的生活让他们无论是在日常生活中还是在排练表演时都能接受到其他演员所带来的不同地区不同族群的文化影响,即使都是藏族,也因来自不同地域而传播着不同的藏族亚文化元素,这让他们各自从以前纯粹的自我地域或自我民族文化中走出,不断地与各种异文化进行交流碰撞,在交流艺术表演心得的同时也形成了不同文化的交融。与此同时,作为“自我”的表演者通过每天的表演还可以接触到来自不同地方各种类型的现代游客,即使不是近距离的接触,但大众游客的消费习惯、审美情趣、思维方式等也日益影响着这些表演者。另外,由于《高原红》早期在大众主流文化世界中的出名,参与表演的藏羌族演员拥有更多的机会与政府、企业、游客、专家学者等外界进行联系,包括暂离九寨沟去国内或国外进行演出,某些演员还通过参加“星光大道”、“CCTV 歌手大赛”等主流社会的娱乐比赛活动以及利用闲暇时间兼职导游、经营旅游纪念品店等进入他者文化中,更为迅速地融入到主流文化,从而完成从“自我”走向“他者”的过程,自我的文化身份也在“自我”与“他者”边界之处形成了“第三空间”,游走在自我族群传统文化与现代主流大众文化之间。

3.“自我”与“他者”的交融

在《高原红》这个特殊的旅游表演空间里,大多数游客消费的只是模式化的文化符号。大多数游客不在乎真实性的再造,在乎的是使他们愉悦身心的再造。在《高原红》的表演中,无论是演出服装的艳丽色

彩、饰品饰物的纷繁复杂,还是演员的浓妆艳抹、主持人的插科打诨,都使得人为加工的符号超越了一般文化符号的真实,让游客不再执着于与原生文化的严格配对上。更重要的是,在游客与表演者互动的场景中,受过专业训练的演员会“聪明地”退让到舞台的角落,让游客成为舞台的中心,为他们提供休闲娱乐的新奇体验。同时,对于《高原红》的表演者来说,一旦他们进入表演情境时,“某种意义的连续体就已经从开发者的行为或企图中解放出来,固定成一种具有自律性的制度或文本”^[23]。藏族舞蹈演员尤中尼玛曾坦言道“只要音乐一响起来就什么都不会去想了,觉得全身都很激动,下面有很多游客在看……”这种“自律性”带给他们各种感官体验,会一定程度地陶醉在自身身体的实践中。因此,在同一个表演空间里,游客与演员因为凝视与被凝视而共享着属于彼此不同的体验与快乐,“自我”与“他者”的界限也并不那么分明,让两者逐渐在欢愉中走向混合与交融,超越了所谓的二元对立概念而形成了他性化的“第三空间”。

(三) 旅游凝视下《高原红》文化表演的属性定位

作为地方与全球互动发展中的一种特殊文化现象,对《高原红》文化表演的定位是对其在当代文化发展中的地位与基本属性的初步描述。《高原红》作为专为九寨沟大众游客而制作的文化消费商品,再现了全球文化交流中的文化再生产情景。由于受旅游场景的框定,《高原红》表演从一开始就被定位为以四川地域内藏羌族群文化为主的表征,于是动用四川藏区与羌区族群历史与现代日常生活中的文化资源就成为制作该文化产品的基本路径,但在实际制作过程中又受到大众旅游者消费偏好的牵引而进行了加工改变,最终形成一种在藏羌传统文化与大众游客消费文化协商对话中生成的,由民间艺术精英在政府、外来资本、游客等不同力量参与下互动生成的第三性文化产品,并最终在旅游市场中转化为商品。因此,《高原红》文化表演就成为藏羌传统文化与大众游客消费文化“之间”的文化,即既非完全、纯粹的原生态藏羌传统文化,也非完全同质的大众文化,而是在两者基础上生成的一种与第一种和第二种既有联系又有本质区别的混合型文化,可称之为“第三性异质文化”,也符合“第三空间”的理论涵义。

五 结语

索亚的“第三空间”理论蕴含着哲学思维范式的嬗变,即从传统的二元认识论转换为三元辩证法,空间在此也是一种表现策略,即消解二元对立模式,倡

导多元、开放、非规则的思维方式,从而强调流变与差异的丰富生命形态。因此,这里的“第三空间”更多的是一种意识形态方面的更新,可以指导我们以更开放、更宽容、更灵活的心态来重新审视现代世界中经常被讨论的诸如“中心—边缘”、“全球化—地方性”等二元对立命题。

旅游场景中的文化表演随着旅游新语境的赋予,其实质已成为民族传统文化存在方式的一种主动表达,表现为一种在自我与他者关系中生成的产物,是在政府、企业、民间、游客等多重文化边界上被再生产出来的一个包含着各种文化关系和意义生成的构造。这种构造中不同主体及不同主体之间的关系互动就成为一个独特复杂的文化空间,类似于索亚提出的“第三空间”。本文中的《高原红》藏羌歌舞表演在“创造过程不可能机械地延续任何一种文化的传统模式,而是创造一种不露痕迹的多种文化互动的人为实体”^{[9]232}。这种文化再生产就为“第三空间”的产生提供了前所未有的机会,即在传统的藏羌文化与现代的藏羌文化之间,在现代的藏羌文化与大众游客消费文化之间,进行着自我与他者双重视角下的文化再造,让以前界限分明的两类乃至多类型文化在新形势下逐渐杂糅、混合,在消解文化边界的同时又生成一个新的“第三空间”,这个“第三空间”既包括《高原红》表演文化在不同力量驱动下自身所形成的“第三空间”,又有《高原红》中各个不同文化背景的表演者所形成的文化身份上的“第三空间”,还有表演者与大众

游客在凝视与被凝视之间所造成的“第三空间”。因此,这种不同于传统二元化的文化视角会给予旅游新语境下的文化表演之意义一种新的解读,即从以前传统研究所认为的“地方民族性是在全球化的参照下得以彰显”转变为本文所认为的“二者实质上是相互杂糅的,旅游表演文化的建构也包括了一种本土对西方、少数民族对现代世界、当下本土对历史本土的再结构化过程”,同时这种非二元化的主客关系论也揭示了表演文化中所透露出来的认同与拒绝的复杂性,各种话语的权力控制,主体身份的混杂性,最终使得旅游语境下的《高原红》表演文化成为一种在索亚所说的第一性和第二性文化上生成又进行了超越的第三性“间际”文化,也即第三性异质文化,成为民族文化与全球文化相遇后民族传统文化自我现代性的表述与主动建构。

当然,索亚的“第三空间”理论在否定传统的二元对立模式的同时,也不乏让人产生一种担忧,即这种没有真正的规则与限制的、具有罗曼蒂克色彩的理论似乎会将一切接受或拒绝,作怡然而快乐的思想逍遥之游。因此,我们在理解“第三空间”理论时,要看到这个世界,尤其是旅游世界,本身就是丰富多彩、流动变化的,同时要明确,在运用这一理论时,并非是要彻底否定二元,而是希望在肯定二元主体的统一性、内在性中蕴涵丰富的差异性,以更开放、更宽容、更健康的心态来看待旅游世界中的新生事物。

参考文献:

- [1] (美) 欧文·戈夫曼. 日常生活中的自我呈现[M]. 冯钢译. 北京: 北京大学出版社, 2008.
- [2] 徐贲. 民俗旅游的表演化倾向及其影响[J]. 民俗研究, 2006 (3): 57-66.
- [3] 麦永雄. 后现代多维空间与文学间性——德勒兹后结构主义关键观念与当代文论的建构[J]. 清华大学学报(哲学社会科学版), 2007 (2): 37-46.
- [4] (美) 索杰. 第三空间——去往洛杉矶和其他真实和想象地方的旅程[M]. 陆扬等译. 上海: 上海教育出版社, 2005.
- [5] (美) Dean MacCannell. 旅游者: 休闲阶层新论[M]. 张晓萍等译. 桂林: 广西师范大学出版社, 2008.
- [6] Sarkissian M. Tradition, Tourism and the Cultural Show: Malaysia's Diversity on display[J]. *Journal of Musicological Research*, 1998 (2): 87-112.
- [7] Bendix R. Tourism and Cultural Display: Inventing Traditions for Whom? [J]. *Journal of American Folklore*, 1988 404: 131-146.
- [8] Russell S D. The Grand Canao: Ethnic and Ritual Dilemmas in an Upland Philippine Tourist Festival[J]. *Asian folklore studies*, 1989 (2): 247-263.
- [9] 刘晖. 旅游民族学[M]. 北京: 民族出版社, 2006.
- [10] 理查德·鲍曼, 杨利慧. 美国民俗学和人类学领域中的“表演”观[J]. 民族文学研究, 2005 (3): 139-144.
- [11] Bruner E M, Kirshenblatt-Gimblett B. Maasai on the Lawn: Tourist Realism in East Africa[J]. *Cultural anthropology*, 1994 (4): 435-470.
- [12] 方世敏, 杨静. 国内旅游演艺研究综述[J]. 旅游论坛, 2011 (4): 152-157.

- [13]田美蓉,保继刚.游客对歌舞旅游产品真实性评判研究——以西双版纳傣族歌舞为例[J].桂林旅游高等专科学校学报, 2005 (1): 12-19.
- [14]卢天玲.社区居民对九寨沟民族歌舞表演的真实性认知[J].旅游学刊 2007 (10): 89-94.
- [15]魏美仙.生活与舞台的互文——云南沐村旅游展演艺术的个案研究[M].昆明:云南大学出版社 2009.
- [16]李鹏程.当代西方文化研究新词典[M].长春:吉林人民出版社 2003.
- [17]刘丹萍.旅游凝视:从福柯到厄里[J].旅游学刊 2007 (6): 93.
- [18]胡海霞.凝视 还是对话?——对游客凝视理论的反思[J].旅游学刊 2010 (10): 73.
- [19](英)霍尔.表征:文化表象与意指实践[M].徐亮 陆兴华译.北京:商务印书馆 2003.
- [20](法)弗朗兹·法农.黑皮肤,白面具[M].万冰译.南京:译林出版社 2005.
- [21](美)瓦伦·L·史密斯.东道主与游客——旅游人类学研究[M].张晓萍等译.昆明:云南大学出版社 2007: 5-9.
- [22]张晓萍,等.民族旅游的人类学透视[M].昆明:云南大学出版社 2005.
- [23]刘正爱.观光场域中历史与文化的重构——以恢复赫图阿拉城为例[J].思想战线 2007 (3): 2-9.

The Third Space: the Re-definition of Meaning of Cultural Performance from the Perspective of Tourist Gaze

YANG Ning-dong¹, YANG Zhen-zhi²

(1.School of Tourism and Historical Culture, Southwest University for Nationalities, Sichuan Chengdu 610041, China;

2.School of Tourism, Sichuan University, Sichuan Chengdu 610064, China)

Abstract: Influenced by tourist gaze, the ethnic cultural performance for the tourists, by choosing, dissociating and recreating original culture icons, becomes a place for the traditional ethnic culture and consumer culture of mainstream to meet and transform. This thesis employs the case study on the performance *Gaoyuan hong* and theory of the third place, analyzes the spanning characteristics of the performance, its values and function, as well as its nature and orientation, re-illustrate the cultural significance of the performance *Gaoyuan hong* from cultural anthropology, and comes to the conclusion that the culture demonstrated in the performance *Gaoyuan hong* is neither consumer culture of mainstream nor traditional ethnic culture, but a alien culture born in the interaction of one culture with another. The thesis also points out that it takes the form of modern expression and active construction of traditional ethnic culture.

Key words: the third place; tourist gaze; cultural performance; Jiuzhaigou; Tibetan and Qiang performances; *Gaoyuan hong*

[责任编辑: 钟秋波]