发展商丘当地民俗旅游应当注意的几个方面

文/王小块

在今天，文化被重新动员起来服务于国家的整体建设，经济和市场的概念似乎也已经是深入人心，庙会的经济功能也因此日益突出起来。地方政府也试图依靠庙会赚钱，希望从这种假想的文化资源中获取可能有的剩余价值，其态度由对老百姓“民俗”的批判转向利用，借助社会学者的语言来说，就是将一种文化的资本转化成了一种经济的资本。这或许就是权力精英对民间文化生活的一种支配和利用。

正是在这种获取经济的思想支配下，许多在本村“有头有脸”的人，绞尽脑汁通过与政治权力的种种关系，进入到商丘火神台庙会的组织和管理中来，利用组织者和管理者的头衔，想尽一切办法，希望通过庙会，能给个人或其小团体带来丰厚的利润，再以对这种利润的分配，来培固与上级权力者的关系、维护和扩大自己的既得利益。因此他或他们通过对来自各地的表演团体的管理费、场地费等的征收，对表演场地的安排、对门票价格的提高等方法，以期实现预期的目标。比如，火神台庙会在收归村、乡管理后，为了更有效地发挥庙会的经济功能，乡、村就把庙会的组织和管理权分包给个人，鉴于往年庙会期间高额的经济收入，许多人都参与到了这种承包的竞争中来，最后，通过竞争者的经济、政治手段的运用，打通各个环节，最终有那么一个或几个综合“能力”最强者在竞争中胜出。在获得承包权后，为了完成上交的承包额、收回在竞争中所投入的钱财、支付庙会期间的一切开销，承包人取消了本村村民可以免费进入各景点的特权。为了多售门票，承包者还把往年一直安排在各景点外道路两旁的各表演团体，全部安排到了各景点内，并规定各表演团体，无论收益好坏，一律按实际用地面积交纳场地费和管理费。在2002年以前，每年都有的、已经成为火神台庙会一大特征的唱大戏，承包人为了更多地安排外地的表演团体，同时也不想在没有收益的唱大戏上再支付上无偿的搭戏台费、请戏班费、场地费以及戏班的吃、住费等，在2003年的火神台庙会期间也被取消了。

通常情况下，一方神灵佑护一方人，一个地方的资源首先得利的也应是本地广大的普通民众。最初，火神台是当地民众自由聚集、纪念火神的场所，通过祭拜来缅怀古人为他们所做出的贡献，由此，这种民众的自发聚集便形成了火神台庙会，而庙会也随即成为当地人们集会、娱乐的地方。

在那最初由20位本村的基金会员对火神台加以管理之时，他们一方面是想对古迹能进行较好的照顾和修缮，不想让庙宇继续破败下去，另一方面，也可以使当地的村民能从这仅有的资源上受惠，改善本地村民的生活条件。从那时起，火神台的外围才砌起了墙，开始对外收取门票，从开始的每人一毛、两毛、五毛到一块、两块不等。既使这样，他们也并没有严格按规定的价格收取。由于守门人都是老实、敦厚的农民，对于那些条件差的游客，感于他们对神的诚心，要么不收门票，要么少收，三、五个人买一张门票也让进，他们更多讲求的是人的品德、是对神的信仰。他们深信，信神可以让人学好，可以使人弃恶行善，因此他们鼓励游客去信神、来火神台祭拜神灵，希望通过祭神，能达到教育人的目的。对于外来表演的团队，开始时，也不收取任何管理费、场地费。正是这种宽松的条件，吸引了越来越多的信徒，不惜从千里之外赶来朝台，越来越多的文艺团体来此献艺，由此也使得商丘火神台庙会的名声越来越大，庙会也越办越红火，庙会的时间持续的也越来越长。每年，村里的人在庙会结束后，都可以分到一笔数额不等的红利，这也更让他们感受到神灵对他们的佑助，这种佑助，不仅在精神上，也表现在物质上，也因而使他们更加信奉火神爷。

但随着人们对金钱的向往，再加上管理方面的缺漏，商丘的火神台庙会，越来越失去了它原有的特色，而且正逐步丧失火神爷在游客心目中“惩恶扬善”的灵性；一些人对神的信仰也产生了动摇和疑惑。在当地的许多村民眼中，那些平时横行乡里、胡作非为的人，成了庙会的组织者，作为周围人们心理上的寄托、民众欢娱聚会的地方，叫人弃恶行善、向上学好的神灵，如今也成为一些人手中捞钱的工具。据调查，2003年参加庙会的人数

万方数据

比上年少了一半多，一些外地的表演团，由于场地被安排在景点内，而不是象往年那样在景点外的路两旁，致使许多游客即便进了景点，但为了少花钱，也不再去看演出了，只是在景点内转转，烧烧香了事。而在往年，在景点外的游客大多都会进入一到两个表演场地去观看演出。所以，2003年有一半以上的表演团体都感觉效益不好，甚至他们的收入还不够用来支付本团体在庙会期间的支出，因此在其场地租期还没到便纷纷离开了。出于对2003年庙会管理方式的不满，他们甚至把火神台比做“老虎台”，而许多前来逛庙会的游客，对庙会的管理方式也极为不满，认为这样下去，真要把火神台弄死了，以后谁还会来，来了又能干啥，看没看的、玩没玩的，只知道收钱，纯粹是“拿着神骗人”。既使承包者本人也发现，虽然2003年场地费的收入有所提高，但门票的收入和捐款数却比往年少了许多。

2003年的火神台庙会首次出现了不景气现象，这不能不引起当地管理者和村民的思考和忧虑。作为国家代表的政府，如何借助一种传统的符号逻辑，来赋予外来的商品以等级的意义，在政府官员的眼里，这是“文化搭台，经济唱戏”，在农民的眼中这是“撞大运”。但是，如果没有长远眼光，不从长远来打算，只顾及个人或小集团的眼前利益和收入，采取一种杀鸡取卵、竭泽而渔的方式来开发，最终结果就只能是面对声誉的扫地、经济利益的丧失和梦想的破灭。这种试图依靠庙会赚钱，把承包庙会作为一种投资方式的行为是绝对不可取的，这无疑会将民众的思想引向愚昧和错误。

庙会期间，烧香拜神、求仙问卦的气氛非常浓烈。而代表国家意志的官员们，虽然他们不敢公开明目张胆的信仰，但在他们的内心深处却比普通的民众更为迷信。因此对民间信仰不仅不加以压制，反而以“信仰自由”为幌子，加以扩大和“发扬”。并冠以“传统的文化”的称号，期望利用这种传统文化，最终可以带来国家与地方经济的复兴、自身利益的维护和扩大，因而一下子农民又成了所谓的“草根文化”的代言人。

但事实并非如此，农民始终只是在做自己认为正确的事情。当国家把他们的日常生活看成是要加以改造的一部分的时候，他们照样在做着自己烧香拜佛的事情；在国家倡导要恢复他们自身文化的合法权利的时候，他们一样要用他们隐秘的文本来讽刺父母官的品行，用他们自己习惯的隐喻来表达内心的真实想法。在他们的眼里，凡是真正给他们带来过好处的，都可以成为他们心目中神谱上的一员，他们用他们自己的解释体系和判断逻辑，对周围的社会做出评价，不管官方人士喜欢与否，都不能真正彻底地改变和阻止他们思想的运营，更何况对思想的封杀也是行不通的。因为在现实社会中，无论民众怎样努力，生活中总会有许多人力及政府所不能及之处，人们通常需要承受来自方方面面的精神压力。同时，从人的生理特性看，人类还有一种本能的“倾诉欲”，即希望向别人或神灵诉说自己的主张或烦恼，而庙会恰恰是这样一个民众可以缓解和释放心理压力的公开场所。换言之，作为物质实体的庙可以拆除，但民众心中的“庙”却是拆不掉、扒不倒的。扬汤止沸不如釜底抽薪，解决信仰问题的最好办法就是加强教育，努力提高社会成员的整体思想水平与文化素质，使其日益强大起来，增强他们抵御各种压力和风险的能力。

针对火神台庙会的现状，政府在发展当地民俗方面，还应该在以下几个方面进行改进：

（1）挖掘、扩大庙会的文化内涵，打造商丘“火”的品牌。品牌是标志，是特色，是整体形象的高度集中的反映，打造品牌就是打造知名度，对于创造特色文化具有重要意义。商丘是火的发源地，就要充分发挥这一优势，打造“中华第一火种”这一品牌，扩大商丘的知名度和美誉度，引起全国的乃至全世界的关注。为此可以策划举办向“火神文化节及商品洽谈会”等活动，突出商丘“火”及“商品”的发源地这两大特色，提升庙会的文化层次。

（2）建立起新的管理体制。如由市政府牵头成立“火神台管理指挥部”，建立健全各项管理制度，并由指挥部统一协调文化、工商、公安、税务等部门。

（3）加强对火神台庙会的引导和指导。要特别注意民间文化的控制和管理，多引入一些群众喜闻乐见、雅俗共赏的文艺节目。要尽量保持火神台的原汁原味，下大力气保护这一不可多得的传统民间文艺形式。用科学的、大众的文化，丰富群众的精神文化生活，同时要进一步加大“扫黄打非”工作力度，净化文化市场。

庙会依据其特有的功能，对社会既具有社会整合、凝聚功能，又有着潜在的颠覆性和破坏性。在社会相对稳定的时候，它只不过是人们宣泄自己感情的方式，对传统规范的蔑视和嘲弄被限制在一个法律允许的范围内；而在社会关系比较紧张的时候，它就为公开的反叛行为提供了机会。从深层看，这类活动在传统社会中起着调节器的作用。一方面，它是平日单调生活、辛苦劳作的调节器；另一方面，也是平日传统礼教束缚下，人们被压抑心理的调节器。更进一步看，如果统治层能够对这样的调节器加以合理掌控的话，那么它又会对社会控制起到安全阀的作用。因此，政府在发展民俗方面，必须申时度势，做出行之有效的决策，才能造福于当地，促进当地政治、经济、文化、社会的健康、协调发展**(作者单位：河南商丘师范学院历史系)**

集团经济研究 2006·6 上半月刊(总第199期)