

[陕西方言与民俗文化研究]

陕西庙会文化产业论

芦蕊

(宝鸡文理学院 经济管理学院, 陕西 宝鸡 721013)

摘要: 庙会是祭祀祈愿、物资交流、戏曲表演、民间饮食的集散地和非物质文化遗产项目,它具有定期举行、人口流动、间歇消费的特点。陕西是国内举办庙会最多的省份之一,传统的庙会所具有的类型、功能和价值,在陕西庙会中多有体现。庙会产业开发要应对庙会的物贸特点,统筹规划,打造一批庙会品牌,形成庙会文化产业链。

关键词: 陕西庙会;文化产业;非遗保护

中图分类号: K892.24 **文献标识码:** A **文章编号:** 1672-2914(2016)03-0057-05

Cultural Industry Theory Concerning Shaanxi Temple Fairs

LU Rui

(School of Economics and Management, Baoji University of Arts and Sciences, Baoji 721013, Shaanxi, China)

Abstract: Temple fairs are the assembly places for worship, pray, commodity exchange, and opera performances, folk diet center and intangible cultural heritage items. It is held regularly, with the characteristics of population flow and intermittent consumption. Shaanxi is one of the provinces holding most of the domestic temple fairs, with the type, function and value of traditional temple fairs reflected in the Shaanxi temple fairs. Temple fair industrial development should correspond to fair trade characteristics with an overall planning so as to create a group of temple fair brands, forming temple fair cultural industry chains.

Key words: Shaanxi temple fairs; cultural industry; cultural heritage protection

陕西是中国举办庙会最多的省份之一,每年举办的各种庙会数以千计。传统的庙会所具有的类型、功能和价值,在陕西庙会中多有体现。庙会既是民间信仰的文化空间和非物质文化遗产,又是人群广集、物资流通、特殊消费的市场。如何做好庙会的保护和产业开发,使陕西的庙会文化遗产得到持续生存与发展,是“十三五”文化资源开发的一项重要工作。

1 陕西庙会文化资源的基本状况

庙会是中国的传统文化。庙会兴起以来的一千多年时间里,庙会文化影响深远。从社会对庙会的关注度来说,庙会作为一种社会文化现象,关注与参与者众多,研究者甚少。特别是20世纪后半叶,由于受到政策性的影响,庙会研究一度失语。21世纪以

来,尤其是随着非物质文化遗产保护的宣传深入人心,国家将庙会列入非物质文化遗产保护名录,庙会的开办和参与者日益增多,庙会研究渐趋活跃。

陕西省内现存大小寺庙当以万计。尽管不是所有庙宇每年都举办庙会,但是凡庙会必办庙会,只是规模大小不一而已。何志刚《榆林庙会简述》中就引用有关统计数据,称榆林有较大道观寺庙2 896所(陕西榆林市文联《陕北》庙会专号)。陕西凤翔县330个村子,就有500座庙。关中西部庙宇多于村落的情况,与传统土地神崇拜所建的小型土地庙相关。沿关中乡间公路经常可见路旁十平米大小的土神庙。著名的榆林白云山庙会在农历四月初五上山进香者多达十万人。关中西部著名的宝鸡灵山庙会

收稿日期:2016-02-23

基金项目:陕西省社科基金项目(2015J048);宝鸡文理学院重点科研项目(ZK15005)。

作者简介:芦蕊(1984—),女,陕西渭南市人,宝鸡文理学院经济管理学院讲师,硕士,研究方向为区域经济学。

农历四月初一正会山上人满为患,亦有数万人。汉中、咸阳、渭南等市每年均举办规模浩大的庙会。需要指出的是这些庙会大多是民间组织自主举办、政府(公安)协办的,他们并不需要政府的特别资助。由此可见,陕西拥有的庙会资源多么广大。

总体来看,陕西庙会的分布,陕北多于陕南,关中西部多于关中东部。全国庙会的分布,西部多于东部,北方多于南方。陕西省内的庙会文化参与者多,研究者寡。庙会的文化价值,庙会文化的产业开发,庙会文化的非物质文化遗产保护等内容虽有人分述,但都欠深入,需要进行专门深入的研究。

从全国来说,对于庙会文化资源的研究,陕西文化界关注较早,研究成果产生过一定影响。2009年5月,陕西省民间文艺家协会在榆林市举办了首届庙会文化学术研讨会,来自全省各地的文化学者和文化工作者围绕庙会文化进行研讨,掀起了我省庙会研究热潮的序幕。会后,榆林市文联刊物《陕北》出版陕西庙会文化研讨专辑。2010年4月18—19日,第二届陕西庙会文化研讨会在韩城举办。与司马迁民间祭祀活动相交融,第二届陕西庙会文化研讨会会场更大,参与人数更多,反响更为热烈,影响进一步扩大。

与陕西省庙会文化研究相呼应,2010年1月,由中国民间文艺家协会节庆研究会、北京大学文化产业研究院、清华大学国家文化产业研究中心、中国农工民主党中央文化工作委员会主办,北京市民间文艺家协会、北京市东城区非物质文化遗产保护工作办公室、北京市东城区文化馆协办的“中国第一届庙会文化高峰论坛”在北京举行。来自全国20多个省市的50多位学者及文化工作者参加了研讨会。会议提出要评选中国十大庙会的设想。文化部有关领导、中央20多家新闻单位的记者到场作了报道。

颇有办刊思想和特色的《咸阳师范学院学报》,自2008年以来开辟“陕西方言与民俗文化研究”专栏,集中发表有关陕西方言民俗的研究论文。近几年发表庙会研究论文十多篇,为研究者提供了一个研究平台,产生了一定影响,有力推动了庙会文化的研究和保护工作。

2 陕西庙会文化资源的种类

庙会是举办方与参与者凭借某寺庙场地,怀着敬畏之心而共同建构起来的具有信仰性思想情感为基础的文化活动。它一般以某个庙宇为依托,在规定的日期里公开举行。这种文化活动以神灵祭祀为核心,伴有商业贸易、文艺表演、休闲娱乐等多种形

式。^[1]它是庙会文化产业开发的主要资源。

2.1 物资交流

庙会的物资交流是一种特殊形式的集市贸易。它的特点是间隔时间长,随庙会举办的时间而定,一年或半年举行一次;交易时间短,最长十天,短则两三天;品种单一,多为与庙会举办周期相近的农事活动物品;影响面广,参与交易的不仅有本地的,而且还有来自外地的消费者。庙会物资交流会的规模与庙会的地域影响力密切相关,有些大型庙会的物资交流会可谓商贾云集,物资丰富,流量大。庙会的物资交流在促进农副业生产发展、活跃城乡交流、便利群众生产生活等方面,都起着积极的作用。

虢镇“四月八”会在宝鸡地区久负盛名,规模盛大。“四月八”会起源于敬奉城隍的一种庙会形式,相传已有数百年历史。后来城隍庙损毁,“四月八”会由最初的古庙会逐渐演变为汇集日用百货、五金工具、农用物资等商品的物资交流大会。会期一般从农历四月初四开始,延续十天至半个月,四月初八为正会。随着现代社会经济繁荣发展,每到会期,周边地区的江湖戏班、小曲自乐班、歌舞杂耍艺术团等都会前来“赶场”,使“四月八”会成为虢镇及其周边地区重要的文化、商贸集会,吸引着广大城乡群众参与“交流”。

2.2 戏曲表演

庙会原本以祭祀为主要功能,加入文化娱乐活动是道佛教会招揽信众的一种手段。久而久之,庙会的戏曲演唱成为一种娱乐模式,传承不断。从古及今,稍有规模的庙宇都建有戏楼,即使由于历史的原因,戏楼隐退了,庙会主办方也会临时搭台唱戏,形成了陕西庙会的独特景致,庙庙有戏楼,庙庙有会,逢会必唱戏。盛世颂太平,中国改革开放以来的生活状况让方圆十里的戏迷们有更多的闲情逸致在农闲时分连续不断地赶场听戏,煞是一桩人生美事。

陕西庙会演出的戏曲多与地方戏种相关。遍及全省的主要有秦腔戏、眉户、木偶戏、皮影戏。木偶戏和皮影戏由于场地规模的限制,多在规模较小的庙会演出,比较而言,传统秦腔戏影响大,受众广,是陕西各地庙会上演最多的戏种,关中地区流行尤其广泛。陕北榆林地区北临山西,多唱晋剧,流行陕北二人台,形成陕北地方戏曲的特点。而宝鸡地区的眉户、西府曲子也拥有广大戏迷,庙会期间多有演唱。渭南地区的华县皮影、合阳提线木偶戏、华阴老腔等独具特色。陕南地区则流行商洛花鼓碗碗腔、

汉调桄桄、汉调二簧等戏曲样式。

在庙会演唱的传统戏曲和曲目多是国家非物质文化遗产项目,相比较传统戏剧在正规舞台表演的衰落,乡村庙会舞台恰恰为传统戏曲提供了表演和传承的平台。尽管乡村庙会舞台条件有限,专业戏曲表演受到一定限制,但是农村广大的戏曲爱好者却是传统戏曲最忠诚的接受者,他们的专情接受激发了演员们的倾情表演,双方一同建构新时代条件下的戏曲文化空间。

2.3 民间饮食

俗话说“一方水土养一方人”。由于地理条件和自然物产的原因,形成了各地饮食风俗习惯。陕北地区以吃小米和杂粮为主,关中地区以麦面食为主,陕南地区以吃稻米为主。正如民间谚语所说:“秦岭一条线,南吃大米北吃面”,“汉中的女儿会蒸饭,关中的媳妇能擀面”。陕北民歌则形象地唱出了饮食中的情韵:“煮了些钱钱,下了些小米,大路上搂柴瞧一回你。”

庙会饮食是最具地方民间饮食特色的品种。庙会饮食受制于“临时搭建”条件的限制,大都为“快餐”式食品,人们习惯上称之为“小吃”。小吃虽“小”,但是每样都有其来历,都有自己的“意”和“味”,是中国悠久饮食文化的重要组成部分。在陕西大大小小的庙会上,集中了当地各种小吃和美食,面皮、凉粉、肉夹馍、羊肉泡、水煎包、油饼、胡辣汤、洋芋擦擦、浆水面,等等。陕北、关中、陕南的庙会虽然饮食品种不尽相同,但是庙会小吃对游客的吸引作用却是相同的。游客饮食场面构成了庙会文化亮丽的风景,它也对地方餐饮经济具有积极的宣传作用。

2.4 民间游艺

民间游艺是指民间游戏娱乐的习俗。它以流行在民间的群众性十分广泛的文化娱乐活动为内容,以群众喜闻乐见或自发参与表演的形式为标志,包括各种游戏、杂艺、歌舞和体育竞技活动内容。^[23]在关陇庙会上,民间游艺主要有有别于舞台表演的戏剧班子,以团体形式表演的社火、舞蹈,以个体技艺为主进行的民间工艺品展示和售卖,如泥塑、皮影、布艺、草编、剪纸等,以及套圈、枪打气球等杂耍活动。

民间游艺是民间大众休闲娱乐的方式,反映了民众对某种游戏娱乐和民间艺术的喜爱,承载着久远的文化类型和传统。无论是泥塑生肖属相,还是

布艺虎鞋、虎枕,都寄予着人们对自然和人生的美好期盼,令人对朴拙至美的民间工艺品产生购买欲望。虎头鞋也叫猫头鞋,因其外观造型似猫又似虎而得名。鞋脸的造型取虎虎生威之意,孩子穿上它有驱病避邪之功效。凤翔泥塑生肖羊、马、鸡、狗、猪等被国家邮政总局邮票设计司确定为生肖邮票主图案(明信片)。相对来说,陕西的民间工艺品更有产业开发的前景,古朴雅致的造型,积淀深厚的文化意蕴,都标记着“秦”字号的独特品味。

3 庙会文化产业的开发策略

陕西旅游文化产业在空间结构上形成了陕北红色旅游文化产业区、关中历史旅游文化产业区和陕南生态旅游文化产业区,其中以西安为中心,形成乾陵、法门寺、华山为半径的核心旅游圈。这是具有官方体制、品牌效应、销售链环的旅游文化资源,而庙会、“农家乐”和皮影、泥塑等文化产业则属于“民间”制式、散乱无序的产业资源。

庙会是国家和民族的非物质文化遗产,尤其是传统庙会承载着民众在历史发展过程中的信仰和追求,具有原生态文化特质,标记着传统文化丰富的物质和心理内容,是当今社会拥有民众最多的非物质文化遗产项目。庙会作为一种非物质文化遗产不仅给民众提供祭祀信仰的平台,而且因它而链接起来的物资交流、民间饮食和戏曲表演等等产业,为迈向新的商贸增长点的文化产业开发提供了机遇。在庙会文化的产业开发中,必须将生态保护、旅游开发和市场管理结合起来,统筹规划,形成产、供、销的产业链。

3.1 生态保护,统筹规划

陕西是中国的文化大省,但还不是文化强省。数以万计的历史文物、民间艺术、民俗文化为陕西增添了文化保护、旅游开发和市场发展的广阔前景。但是,由于缺乏统一的规划开发,各地区各自为政,使陕西优势资源未能得到应有的系统开发和利用。

庙会的文化产业开发要以生态保护为前提条件,明确庙会保护与开发的责任主体。庙会是一种文化空间,历史赋予了它特有的硬件设施和周边环境,形成了每一个庙会的原生态情态。在产业开发时,不得为了旅游经营而大拆大建,破坏庙会的原生态文化空间,使后人无法依据庙会的文化空间重构历史原貌和文化内涵。同时要明确民间庙会的责任主体。以管理部门登记注册的方式,明确庙会管理“责任人”。此举并非限制民众举办庙会,而是保证

民间庙会主体权利的相对独立性,避免行政权力干涉和商业盈利活动损害庙会生态文化空间。民众是庙会文化活动的主体,失去广大人民群众参与同构庙会文化空间,庙会的信仰场效应就不复存在。只有最大限度地动员广大民众积极参与庙会,持存传统庙会祥和、平等、民主、人性化的人文生态特性,才能保证庙会的文化产业得到有效的保护、开发和构建。

陕西的传统庙会多不胜数,各地市都有较为著名的庙会。从文化保护的层面,应该先在全省进行庙会普查,按照庙会的历史长短、规模大小,由地方文化管理部门进行登记,确定传承保护的等级。鼓励各地市创办有全国影响的庙会,通过庙会扩大影响,招商引资。

加强政策调控,吃住行统筹规划管理。庙会作为一种非物质文化遗产已经得到国家的承认,各地关于庙会的文化活动络绎不绝。陕西省拥有丰富的庙会文化资源,尤其是拥有最广大的民众基础,这是陕西庙会文化得天独厚的优势。

政府出面,协调工商、税务、文化管理等行业,吃住行统筹规划管理,让“地方”全面盈利。政府文化部门要主导庙会的保护与开发工作。在省政府及相关部门的领导下,制定陕西庙会非物质文化遗产保护与产业开发的政策。重视民众基础,做好广泛宣传,发动群众享用与传承庙会非物质文化遗产,大众的享用是文化产业开发的最好市场。

文化管理者与开发商是庙会保护与开发的主体责任。既保护又获得社会效益和经济效益,是庙会文化管理与开发的根本目的。那种只为眼前利益不惜牺牲原生态庙会文化的做法应该阻止,那种以宗教信仰为名而禁止开发庙会产业的行为应该杜绝。

3.2 打造品牌,增强消费

美国营销协会认为品牌是“一种名称、术语、标记、符号或设计,或是它们的组合运用,其目的是借以辨认某个销售者或某群销售者的产品或服务,并使之同竞争对手的产品和服务区别开来”。^{[3]204}消费者通过品牌来区分同类商品,也通过品牌来评价相同的产品。对消费者而言,品牌可以简化购买决策和降低风险。对生产者而言,品牌也为公司提供了价值功能。品牌为一个企业与众不同的特色以及相关产品提供法律保护,品牌也表明了一定的质量水平。同时,品牌的忠诚度也为企业对需求的预测,并且为竞争对手制造进入障碍。因此,要让陕西

庙会文化资源得到更好的产业化开发利用,打造庙会品牌是向消费者传递精神文化内涵、保护竞争优势的强有力方式。

庙会品牌的建设不仅通过广告来建立,而且在对庙会文化的体验式消费。即人们通过在庙会中各种活动多触点地获悉一个庙会品牌,在各类祭祀活动、商贸交易、戏曲欣赏和饮食娱乐等过程中创造一种综合效应增加消费体验,并让人们感受到庙会活动所表达的对传统民俗文化的内在价值观念。基于品牌评价,就要做好相关环节,如环境卫生、服务态度、产品质量、音响效果、空间设置,成为区域内最好的庙会、最好的饮食、最好的环境、最灵验的祝愿。一个品牌的成功取决于如何将它根植于消费者的头脑之中,品牌实际是一个主观的观念,品牌建设就是在最大程度上制造差异化。因此要将本地区最具文化特色的产品提供给信众消费,比如宝鸡的泥塑、皮影、马勺脸谱,岐山臊子面、擀面皮、锅盔等。要让民众看着喜欢,带走方便,回购容易。差异化提高了消费者的品牌辨识度、美誉度和忠诚度,使品牌成为附加在陕西庙会上的高价值。

评选庙会品牌并向社会推介是有益尝试。这一活动需要省文化管理部门、旅游管理部门和民间文艺家协会等主办。文化旅游管委会也可以承办这样的评选活动。各地市依照省上的做法评选各地市的十大庙会,使之成为品牌,出租摊位,名牌招商。从全国来看,建设庙会品牌已经有了成功的经验。成都的武侯祠庙会、北京的地坛庙会、广东的江门圭峰之春文化庙会,都在向全国性甚至国际化的品牌发展。

陕西省2010年在宝鸡市试点推介的“宝鸡最美乡村”活动颇有创意,也值得借鉴。各村踊跃参加,村长、村民在电视上宣传自己,展示乡村的文化历史环保生态和经济发展,影响很大。庙会作为开放性的文化场所,它的影响力将会远远超过一个村落的评选,将会有力促进当地文化产业以及商业经济的发展。

宝鸡著名的岐山臊子面作为地方名吃,也是庙会的常见饮食品种。岐山臊子面近年来通过参加国际国内饮食大赛和品牌推介,已经在国内产生品牌效应。类似的庙会产业品牌如宝鸡社火、韩城锣鼓、安塞腰鼓、华阴老腔等,都有很高的知名度,都有待摸索推广品牌开发效应。但是,我们也必须看到陕西品牌推广尚没有形成产业链,各自为战、冒牌顶替、脏乱差的情形较为普遍。

重新设计庙会空间,构建可供长期开放交易的物贸平台。客观而论,陕西现在大多数庙会仍然停留在旧时庙宇的空间状态,道路狭窄,交通拥堵;物贸店铺临时搭设,杂乱无章,隐匿安全隐患;没有可供休息的空间,有的庙会甚至连公厕都临时凑合。因此,要创建品牌庙会,就必须改变以往脏乱差的空间格局。要根据庙会空间结构,搭建较为长期使用的物贸交易亭阁,让庙会告别传统临时简陋的棚户交易,保证庙会场所的稳固、简捷、卫生、有序,具备旅游观光条件的大中型庙会成为长期开放、不断

更新发展的物贸平台和悦人眼目的娱乐舞台。

参考文献:

- [1]赵凡,赵德利.论传统庙会的特征[J].青海社会科学,2012(4):210-213.
[2]钟敬文.民俗学概论[M].上海:上海文艺出版社,1998.
[3]菲利普·科特勒,凯文·莱恩·凯勒.营销管理[M].上海:格致出版社,2006.

(上接第48页)

哄浑混 uǎŋ[214]瘟温勿吻稳翁[33]文纹闻蚊[51]问瓮
[yǎŋ] lyǎŋ[33]仑伦沦轮[51]论-语论议- tɕyǎŋ[214]
均钧迥军君菌[51]俊郡 tɕ'yǎŋ[33]穷琼裙群 ɕyǎŋ
[214]凶兄勋熏薰[33]胸雄熊旬巡荀循[51]训逊殉 yǎŋ
[214]允拥雍永咏泳勇涌[33]荣容蓉融榕云[51]用晕
运韵熨

[əʔ] pəʔ[4]不 pʰəʔ[4]扑 məʔ[4]木目穆 fəʔ[4]伏
服幅福蝠复腹覆 tsəʔ[4]脊滓 səʔ[4]塞 tsəʔ[4]蛰只汁
织执直侄值植殖质秩 tʂʰəʔ[4]绰吃尺斥赤 ʂəʔ[4]响
涉什失湿十石识实拾食蚀式饰适室释 zəʔ[4]日 kəʔ
[4]核-核路 kʰəʔ[4]去 xəʔ[4]蛤郝赫黑吓-

[iəʔ] piəʔ[4]焙鼻臂逼碧壁 pʰiəʔ[4]匹劈辟迫魄
məʔ[4]蜜密墨 tiəʔ[4]的狄敌笛 tʰiəʔ[4]剔踢 niəʔ[4]逆

liəʔ[4]力历历立栗笠粒 tsieʔ[4]吉击积激及级极即急
疾集辑籍迹绩鲫稼 tɕ'ieʔ[4]缉七戚漆祈乞膝 ɕəʔ[4]
夕吸昔析息悉惜锡熄习席袭媳 iəʔ[4]一乙益

[uəʔ] tuəʔ[4]督毒独读犊掇 tʰuəʔ[4]秃突 luəʔ[4]
陆录鹿禄绿 tsuəʔ[4]做卒 tsʰuəʔ[4]促猝族 tʂuəʔ[4]竹
逐烛嘱祝筑酌啄 tʂʰuəʔ[4]出触 ʂuəʔ[4]叔淑黻熟属术
束述 zuəʔ[4]辱入褥 kuəʔ[4]谷骨锢郭 kʰuəʔ[4]哭窟
廓 xuəʔ[4]忽葫霍藿

[yəʔ] lyəʔ[4]率-律 tsyəʔ[4]橘掬局菊足 tɕ'yəʔ
[4]黠屈黠曲-雀确鹊 ɕyəʔ[4]续畜俗肃速宿戍恤续
蓄削穴 yəʔ[4]浴欲岳