

陈靖姑文化资源转移为马祖旅游产品的创意*

王光辉¹,袁书琪²

(1.漳州职业技术学院 旅游与酒店管理系,福建漳州 363000;2.福建师范大学 地理科学学院 旅游研究所,福州 350007)

摘要 近几年马祖面临观光产业升级,在世界级旅游目的地打造的过程中产生某些误区,即马祖尽管是林默遗体的首葬地,但从阴影区理论来看,马祖并不适合选择妈祖作为观光品牌。根据宗教生态位观点,陈靖姑文化则更有可能使马祖的3s3g形象发出亮丽光彩。陈靖姑文化适于马祖旅游开发的文化价值主要有宗教经典、神祇祖籍、文学艺术、闽剧演艺、道教神职、闽东民俗等方面。显化宗教经典文化和神祇祖籍文化,打造马祖临水旅游品牌;活化道教神职文化和文学艺术文化,使乡土的陈靖姑走向世界;外化闽剧演艺文化和闽东民俗文化,培育陈靖姑文化的世界旅游吸引向性。通过对陈靖姑文化资源进行转移开发,不仅将有效扩大闽东沿海宗教轴的辐射范围与影响力,而且对环海峡旅游区的形成也起到重要的推动作用。

关键词 显化 活化 外化 陈靖姑文化 马祖旅游创意

中图分类号 F592.7

文献标识码 A

文章编号 1672-6693(2009)04-0119-03

1 问题的提出

马祖面临观光产业的提升,这既是马祖观光产业生存与发展的主观要求,也是拟作世界级旅游目的地的环海峡旅游区对作为海上门户(sea gate)、海上花园(sea garden)、海上女神(sea goddess)的马祖的客观要求。

马祖是林默遗体的首葬地,当然可以主打妈祖观光品牌。虽然马祖还保存着林默的衣冠塚,但妈祖的仙升公认在湄洲岛,妈祖的祖籍是在湄洲湾,妈祖毕竟是莆田的女儿,妈祖文化的话语权在于莆仙方言;从阴影区理论来看,马祖无法也不必与湄洲竞争,连错位竞争也不必。

相比之下,马祖的话语权是福州方言,从更广的范围来看是闽东方言,毕竟马祖人口祖籍是福州,马祖还挂着“连江县”的牌子。海峡两岸三大流芳世界的权威闽台神祇是天后(妈祖)、圣母(临水夫人)和大帝(吴本),其神话的载体分别是莆仙话、福州(及闽东)话和闽南话。

主打陈靖姑文化牌,不但无损马祖的妈祖形象,而且由福州仓山—古田大桥宗教轴联系起来的福

州—闽东陈靖姑文化发祥地,通过语言和人口的流迁,可以使马祖的“3s3g”刷新成为陈靖姑文化海内外交流的门户、临水圣母道场佑护下的海上乐园。

陈靖姑信仰在台湾与海外的分香不亚于妈祖信仰,但在大陆,陈靖姑文化的旅游开发尚未形成规模和产业化,马祖利用其沟通海峡两岸、沟通闽江口与海外的有利文化枢纽区位,占据宗教文化有利生态位,成为推动陈靖姑文化资源转变为旅游产品的启动地。

2 相关理论探析

2.1 陈靖姑文化资源

陈靖姑文化资源指所有与陈靖姑相关的文化现象和载体的总和,其分层为物质文化、制度文化与精神文化^[1]。本文所研究的陈靖姑文化资源特指其非物质文化层面,即涉及陈靖姑制度文化与精神文化的那一部分文化资源。

2.2 陈靖姑文化资源转移

旅游资源的空间属性具有两个层次的内涵:其一,旅游资源赋存具有不可移动性;其二,非物质遗产可以移动^[2-4]。以本文为例,陈靖姑文化资源以语

* 收稿日期 2009-02-08 修回日期 2009-04-07

资助项目 福建省社会科学研究重大项目(No. 2008Z010)、国家软科学研究项目(No. 2003DGQ3D112)、福建省自然地理学重点学科研究项目、福建师范大学人文地理学重点学科研究项目

作者简介 王光辉,男,助教,硕士生,研究方向为文化与旅游地理,通讯作者:袁书琪, E-mail: yuangsq427@163.com

言和人口为大众传播载体,通过刺激扩散即旅游的创新开发推动陈靖姑文化资源进行转移。

2.3 旅游开发

旅游开发是指将旅游资源转化为旅游产品的全部过程,具体可分为产品开发、市场开发与目的地开发3种层次^[5]。旅游资源开发具有选择性,包括旅游资源的选择以及开发方式的选择。陈靖姑文化资源的转移及旅游开发的成败取决于对以上选择的科学把握。

2.4 马祖旅游产品

本文所指的马祖旅游产品主要是强调陈靖姑旅游产品的地理属性,即将陈靖姑文化资源经过转移及旅游开发后位于马祖列岛的陈靖姑旅游产品。

2.5 活化、显化、外化

活化、显化、外化是一种从观光与体验两个维度进行文化旅游开发的方式:一方面,通过显化来有效满足旅游者的基础观光需求;另一方面,灵活运用活化和外化手段打造高品质的陈靖姑体验旅游^[6]。

3 陈靖姑文化适用于马祖旅游开发的特征

陈靖姑由人成神,神职不断提升扩展,已经包容博大,包括助产生育、斩蛇灭怪、祈雨抗灾等方面,当前应当选择马祖适用的文化价值用于旅游开发^[7]。经选择,适用的文化价值见表1。

表1 适用于马祖旅游开发的陈靖姑文化价值

陈靖姑文化	价值内涵
宗教经典文化	以经书《大奶灵经》为代表的教义中适合当代的经典价值
神祇祖籍文化	陈靖姑辅神36宫娥原籍地宗教生态价值与神职价值
文学艺术文化	以《闽都别记》、《临水平妖志》为代表的小说中的文学艺术价值
闽剧演艺文化	以闽剧《陈靖姑》连本戏为代表的演艺文化价值
道教神职文化	以临水道场的建设为载体的正宗天师道神职价值 ^[8]
闽东民俗文化	以临水奶为标准的闽东民俗价值

3.1 宗教经典文化价值

闽台民间信仰少有宗教经典,陈靖姑经书是陈靖姑信仰成熟的体现,教义中适合当代生活的内容,具有很高的经典价值,是旅游开发的根基。

3.2 神祇祖籍文化价值

除了主神陈靖姑外,陈靖姑信仰还有从属陈靖姑信仰的36宫娥信仰,这些宫娥也经历了由人转为神的过程,各自的优秀做人品质演变成成为神职功能^[9]。加上36宫娥的祖籍地主要在闽侯、罗源、古田、屏南、连江、长乐、闽清等十邑,均在福州市范围内,36宫娥的祖籍地文化价值特别适合由这些地方移民组成的马祖。

3.3 文学艺术文化价值

历史上家喻户晓的《闽都别记》、《临水平妖志》等小说,将陈靖姑生平加以神化,在文学创作上有特色^[10]。马祖作为福州口岸的海上门户,宣传、推广这类小说有带头地位。

3.4 闽剧演艺文化价值

闽剧连本戏《陈靖姑》历史上很有名,近来在福州市场已非常有限,可以利用马祖的海岛空间,以现代方式在闽台复活这本戏。

3.5 道教神职文化价值

陈靖姑是正规学道出身,传说张天师送其斩妖剑。结合陈靖姑宗教经典,马祖海岛空间、区位和社会制度比较适合开辟陈靖姑说法道场,正如普陀山适合开辟观音说法道场一样。

3.6 闽东民俗文化价值^[11-12]

闽东民俗,尤其是少年儿童生长民俗以临水奶规范为准。现代福州及闽东地区随着现代化、城市化进程,这类民俗有所淡薄。而马祖以传统民居为代表的传统社区是保留此类民俗的理想之地。

4 显化、活化、外化陈靖姑文化,打造马祖独特的旅游精品

传统文化的旅游开发是所有旅游开发中的难题,一般要采用显化、活化、外化的方式来开发。陈靖姑文化要打造成为马祖独特的旅游精品,提升马祖旅游,融入海峡世界级旅游目的地,也必须显化、活化、外化陈靖姑文化,如表2所示。

表2 陈靖姑文化显化、活化和外化的旅游开发

文化类型	开发方式
宗教经典文化 神祇祖籍文化	显化
道教神职文化 文学艺术文化	活化
闽剧演艺文化 闽东民俗文化	外化

4.1 显化陈靖姑文化,打造马祖临水旅游品牌

1)以经书打造世界级旅游品牌。宗教经典是枯燥的,往往远离现代生活;但宗教经典又是权威的,是陈靖姑文化提升品牌的依靠。利用闽台民间宗教少经书的差异优势,填补临水信仰经书旅游产品的空白,以现代人喜闻乐见的方式,选择对当代生活有益的经书内容,以健康的教义集聚信徒与非信徒,举办讲经、宗教仪式等活动。建设海峡两岸陈靖姑信仰藏经馆,附设世界著名临水宫缩微主题园,使马祖临水旅游成为世界级旅游品牌的支撑之一。

2)以宫娥祖籍地扩展祖地旅游吸引力。陈靖姑麾下36宫娥祖籍地文化要深入挖掘,显示36宫娥各自的感人事迹,扩展临水信仰祖地旅游吸引力,强化马祖与36宫娥祖籍地陈靖姑文化旅游协同。在马祖的各临水宫附供36宫娥像,一併享受香火。组织以36宫娥形象为装扮的马祖旅游解说员团队,在介绍整个马祖游的同时,也介绍36宫娥的来历,所司神职。举办陈靖姑麾下36宫娥生日、成道、得道等关键日的庙会活动,丰富陈靖姑文化旅游内容,使其让知名度赶上妈祖旅游。

4.2 活化陈靖姑文化,提升陈靖姑的世界知名度

1)人神互通,感受活生生的陈靖姑感人事迹。通过生日、成道、得道等关键日对陈靖姑的祭拜礼仪,展现陈靖姑从人到神的过程及其历史背景,展现活生生的陈靖姑道感人事迹,使陈靖姑文化知名度赶上妈祖文化。演示陈靖姑道教神职法力,体现陈靖姑道教信仰对现实生活的巨大影响,让国内外游客感受到活生生的道教女神陈靖姑及贴近生活的道教文化。

2)改编文学作品,使国内外游客系统了解陈靖姑。在马祖建立陈靖姑文学馆,收集各种版本的陈靖姑文学作品,作为各种文艺剧本的内容。拍摄以陈靖姑为主角的电视连续剧、电影,使陈靖姑文化反映厚重的唐代历史文化,使国内外游客系统了解陈靖姑及其所反映的重大历史。举办由陈靖姑文学作品为内容的闽都大讲坛、临水宫大讲坛,适应从普通游客到高层次游客的需要,让国际游客系统了解代表中华传统文化的女神陈靖姑。

4.3 外化陈靖姑文化,培育陈靖姑文化的的世界旅游吸引向性

1)闽剧实景演出,感性认识陈靖姑。大型实景演出是陈靖姑文化在福州祖居地和古田临水宫的狭窄空间所不能展开的,利用马祖海天一色的优美风景和保存较好的传统聚落,择地布置实景演艺地,以陈靖姑人——神事迹为内容,改编已有闽剧连本戏,向国际游客推出大型主题演艺活动,并由社区居民参与演出,聘请名导演,造成震撼效果。

2)展示闽东民俗大观,节庆活动经常化。利用马祖传统聚落及其周边环境空间,大规模展示包括福州在内的闽东民俗大观。将一年中、一生中(尤其是女子一生中)与陈靖姑文化有关的各种节日庆典活动作为国际旅游节庆活动,并将其简化版经常化,作为国内外游客参与的民俗娱乐精品。

参考文献:

- [1] 马波. 现代旅游文化学[M]. 青岛: 青岛出版社, 2001: 1-34.
- [2] 甘枝茂, 马耀峰. 旅游资源与开发[M]. 天津: 南开大学出版社, 2004: 1-12.
- [3] 保继刚, 楚义芳. 旅游地理学(修订版)[M]. 北京: 高等教育出版社, 2006: 72-95.
- [4] 郑耀星, 储德平. 区域旅游规划、开发与管理[M]. 北京: 高等教育出版社, 2004: 186-203.
- [5] 任黎秀. 旅游规划[M]. 北京: 中国林业出版社, 2004: 48-53.
- [6] 谢彦君. 旅游体验研究: 一种现象学的视角[M]. 天津: 南开大学出版社, 2005.
- [7] 王光辉, 袁书琪. 陈靖姑文化的内涵与旅游开发[J]. 闽江学院学报, 2007, 28(4): 87-88.
- [8] 郭树森. 天师道主要支派考略[J]. 江西社会科学, 1997, (8): 16-18.
- [9] 林秀玉. 临水夫人历史钩沉[J]. 福建师专学报(社会科学版), 1999, 19(5): 19-21.
- [10] 欧阳健. 《临水平妖传》一部别具情趣的神怪小说[J]. 宁德师专学报(哲学社会科学版), 1997(3): 15-18.
- [11] 石奕龙. 临水夫人信仰及其对民俗活动的影响与解释[J]. 民俗研究, 1996(3): 63-65.
- [12] 袁书琪, 李爽. 海峡两岸民间信仰文化旅游开发构想[J]. 重庆师范大学学报(自然科学版), 2004, 21(3): 2-3.

(1. Tourism & Hospitality Management Department , Zhangzhou Institute of Technology ;

2. Institute of Tourism , College of Geographical Sciences , Fujian Normal University , Fuzhou 350007 , China)

Abstract : Mazu has faced the industrial upgrading in recent years. And there is a misunderstanding when we construct the world-class tourist destination. That is , although Linmo was firstly buried in Mazu , Goddess Mazu is not a suitable tourist brand for the development of tourism in Mazu from the aspect of tourist shadow. From the opinion of religious niche , Chen Jinggu culture is likely to make the image of Mazu 3S3G brilliant. The culture value of Chen Jinggu culture is suitable to the development of Mazu culture , including religious classics , deities ' ancestral home , literature and art , the performing description of Min Opera , the goddess function of Daoism , Mindong 's folk-custom and so on. Firstly , We should make explicit the culture of religious classics and deities ' ancestral home , through which Linshui tourist brand of Mazu can be built , and then we should activate the culture of goddess function of Daoism and literature and art , which can promote the progress of Chen Jinggu culture to enter the world. At last , we should externalize the culture of performing description of Min Opera and Mindong 's folk-custom in order to cultivate the world-class attractive tropism of Chen Jinggu culture. Through the transferring development of Chen Jinggu Cultural Resources , the scope and influence of radiation from the religious axis will be expanded at the eastern coast of Fujian. Moreover , the formation of tourist zone around the strait will be push forward in future.

Key words : explicitation ; activation ; externalization ; Chen Jinggu culture ; Mazu tourism originality

(责任编辑 欧红叶)