

# 从传统庙会谈当代 发展庙会民俗文化旅游

——以四川庙会民俗旅游资源开发为例

况红玲

【摘要】 庙会作为一种传统民俗的表现形式,是地方性宗教精神、区域特色、生活习惯、人文传承和经济活动等要素融合的产物。目前,庙会民俗在传统民俗旅游资源开发中尚未获得应有的挖掘、利用。挖掘和创新庙会的文化内涵,强化庙会的综合文化与经济功能,打造一批大型传统庙会,可为促进旅游业与文化产业融合发展构建重要平台,对于推进文化旅游发展、促进社会和谐具有重要作用。

【关键词】 庙会民俗;文化旅游;产业发展;社会和谐

【中图分类号】 G124 【文献标识码】 A 【文章编号】 1008-0139(2012)04-0128-5

党的十七届六中全会审议通过的《中共中央关于深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》,要求在新形势下大力发展文化产业、推进旅游与文化的结合。国家旅游局也下发文件,要求“推动旅游产业和文化产业的结合,创新资源优势、产品模式和市场需求,就要学习吸收各领域的优秀文化,把各类文化优势转化为旅游产品”。把握好旅游和文化的相互关系,积极探索旅游产业与文化产业相互促进、融合发展的思路与路径,成为发展旅游产业和文化产业共同面临的重要问题。

我国地域辽阔,民族众多,民俗文化是取之不尽、用之不竭的宝贵财富,也为发展民俗旅游奠定了良好的客观条件。从历史深处一路走来的中国传统庙会,在本质上既是宗教精神、区域特色、生活习惯、人文传承、经济活动等诸多地方性文化元素融合的产物,也是通过对传统风俗的不断再现而成

为新的区域文化传统的重要载体。挖掘、利用这样一种具有广泛群众基础和丰富文化元素的民俗活动,不仅对促进文化旅游发展具有重要作用,对于促进社会和谐也具有积极意义。本文拟以四川庙会民俗旅游资源开发为例,对发展民俗文化旅游进行探索。

## 一、四川历史上的庙会民俗及其经济文化特征

庙会,又称“庙市”或“节场”,四川民间俗称“会”。庙会民俗源于民间信仰及小商贩在寺庙周围针对香客信众开展的商品销售,后来逐渐发展为定期开展民间商贸、社交、娱乐、祭祀的综合性重要文化活动,历史上极为普遍、无地不有。各地庙会最初是在举行各种宗教节日(以佛、道二教为主)庆典时兴办,后来发展为在某些固定日期举行,一年四季皆有。如四川地区普遍流行的有正月玉皇会、文昌会,二月花会、娘娘会,三月清明会,

〔作者简介〕况红玲,四川旅游学院讲师,四川 成都 610100。

四月佛祖会、药王会,五月青苗会,六月晒衣会、禹王会、王爷会,七月亡人会、孟兰会,八月天子会,九月重阳会,十月牛王会,冬月送寒衣,腊月灶王会,一年三次的观音会,以及城隍会、土地会、东岳会等。现代庙会举办时间则多为春节、元宵节等节日。庙会祭祀民俗的渊源可上溯到古老的社祭,后来民间信仰中的酬神活动与佛道二教互相结合,使庙会成为重要的宗教民俗节日活动。继后,各地地方性求神祈福活动、非宗教性的娱乐休闲活动、集市活动等逐渐融入,把宗教节日变成了地方综合性世俗文化节日。因此,与其说庙会是宗教文化活动,倒不如说庙会是地方性民俗节日活动,更能准确地反映庙会的本质属性。

庙会期间,祭祀祈福、商贸活动、文艺娱乐、民间风俗等诸多内容贯穿其中,既娱神又娱人,吸引着众多民众前往祈福还愿、交易商品、观看热闹。邓运佳《中国川剧通史》收录明代苟思醇《庆祝城隍庙碑记》记述隆庆2年(1568)雅州城隍会盛况:“是日也,彩帐差错,粉墨竞陈,鱼触龙之属,缤纷陆离”。嘉靖《阆中县志》记载阆中县五月十五日瘟祖会盛况:“醮天之夕,锣鼓箫鼓,响遏云衢。演灯戏触十日。每夜焚香如雾,火光不息。其所为灯山者,亦如上元之时。”尤其是在偏远地区,寺庙在一定程度上往往是当地文化暨商贸中心,庙会活动对当地人文风物 and 经济发展都有着重要的影响。直到民国,四川民间仍然盛行赶庙会之风俗。

可以说,庙会从它产生之日起,就与文化艺术密切相联,是宗教文化、民俗文化、商业文化等一系列文化形态的复合体,涉及语言文字、图形色彩、音乐舞蹈、建筑形式、典章制度、衣着服饰、风俗习惯、政治行为、经济行为、生活方式等多种文化形式,它既是独立的又是综合的,是一种古老而又新鲜、独特而又复杂的社会文化现象。

## 二、当代四川庙会民俗活动的开展现状

### (一)四川传统庙会民俗活动的类型

四川各地、各种庙会举行的时间、期限和内容虽有不同,但从性质上分,大体可以归纳为以下几类:

一是宗教祈福型庙会。此类庙会根据纪念日

尊崇某一神祇,有教义教规和经籍典册,有专门神职人员和传统礼仪程式。寺庙主要利用音乐、舞蹈、绘画、雕塑艺术形式来展示、传播宗教文化,民众到寺庙主要进行上香祈福活动。如各地的观音会、佛祖会、灶王会等。

二是节日聚会型庙会。此类庙会主要由民间求神祈福活动和娱乐活动、集市活动融合而成,具有地方性民众节日聚会性质,即通常所说的多内涵型庙会,往往规模盛大。如各地春节、元宵、清明举行的融文艺表演、观灯、赏花、贸易等于一体的庙会活动。

三是迎神娱乐型庙会。一些地方在特定的神灵生日期间,民间为向神灵祈福,聚众迎请神像并抬出庙外巡行,开展文娱表演娱神娱人的庙会。如梓潼文昌会、各地的城隍会等等。

四是纪念祭祀型庙会。为各地崇拜英雄豪杰、爱国志士、清官廉吏、名医良师、圣贤祖先而举行的庙会,有专用礼仪设施、传统的礼仪程式及活动周期。如北川祭大禹的禹王会、德阳祭孔子的大成会、祀李冰的川主会、纪念杜甫的人日游草堂等等。

五是娱乐交往型庙会。此类庙会一般在农闲季节举行。每当临近会期,周围村落农民便接亲眷邀朋友,叙亲情、话农事、洽生意,有的还择婿配偶。此种庙会多在农村举行,对普通民众具有极大的吸引力。

### (二)当代四川庙会民俗旅游发展概况

新中国成立后,四川庙会活动在上世纪50-70年代基本停止,60年代后仅成都等少数城市的春节灯会得以保留。80年代以后,一些地方虽然恢复了一些庙会,但几乎为单纯的宗教祈福活动,没有恢复相应的商贸、演艺及民俗活动,与会者多为中老年妇女,规模较小。90年代后期,各地开始借助庙会发展旅游节会,庙会的类型和内容日趋丰富,出现了一些知名的地方性庙会活动,如梓潼七曲山每年农历二月、八月历时15天的文昌会,遂宁广德寺每年三次的观音会,北川农历六月六日祭祀大禹的庙会,松潘农历六月十五的黄龙寺庙会等,但基本属于宗教祈福型庙会。近年,成都市庙会民俗旅游发展迅速。2003年,成都市文化局按照“政府引

导、企业投资、市场运作”方式恢复了中断45年的“成都大庙会”，次年移至武侯祠举办三国文化主题游娱庙会，使成都大庙会从单一的游娱交往型庙会演变为主题文化游娱交往型庙会，成为成都的文化旅游品牌项目，现已成为与北京地坛庙会、上海城隍庙庙会、南京夫子庙庙会齐名的全国著名庙会品牌。此外，都江堰放水节、草堂人日游等活动也在近几年成为海内外具有一定影响的庙会类民俗旅游活动。目前，四川地区的庙会除春节灯会较为普及、游人众多外，庙会民俗旅游活动仅成都大庙会等极少数庙会活动规模较大，其他大小庙会活动多为较单一的宗教祈福活动，商贸、演艺、娱乐、民俗活动很少介入庙会活动中，庙会民俗旅游资源的挖掘和利用极不充分。

### （三）四川庙会民俗活动开展中存在的主要问题

#### 1. 缺乏政府和民众的认同意识

文化大革命时期，庙会被视为封建糟粕的典型，遭到严酷的批判和彻底的摧毁。时至今日，很多人对庙会这种民俗还心存疑虑，在思想上还不敢认同庙会的文化价值。另一方面，随着工业化、城市化进程的加快，传统农业经济迅速转型，传统文化在此背景之下难免受到强烈的冲击，庙会文化在民间逐渐受冷也就成为情理之中的事了。我们应该看到，庙会文化是一种具有中国特色的传统文化，它在中国的历史发展进程中，起到了繁荣市场、丰富文艺、稳定人心、安定社会等作用，是可以为发展文化产业和旅游产业挖掘、利用的宝贵资源。在欧美国家，狂欢节与庙会一样是具有文化信仰内涵和民俗文化特点的节会活动，现已成为不少国家进行产业化运作的旅游王牌，而我国的许多地方政府还在顾虑庙会是迷信还是科学的问题，因缺乏政府积极支持和引导，民间也就难以组织大型庙会活动、活动形式也较为单一。

#### 2. 对庙会民俗的挖掘、开发深度不够

近年来，四川虽然精选了一些民族色彩浓郁、参与性强的民俗节庆进行打造，部分庙会民俗资源得到保护和利用，形成了一批定时定点的庙会民俗旅游产品。但总体来说，开发度浅，没有形成系统的开发战略，维持着一种原生形态。比如一些地方

的庙会，因长期存在于一个封闭的范围内，虽然较好地保持了民族的传统，但因为缺乏内容和形式创新，人们所看到的庙会活动几乎每年都一模一样，庙会文化整体显现出一种“多元而又雷同”的现象。久而久之，庙会活动对当地的老百姓失去吸引力，外来旅游者日益减少。还有一些地方只是简单地将庙会活动改头换面为“XX节庆”，明显地暴露出文化底蕴的不足，弥漫着一种强烈的经济味道。原本应该充分展示民族个性的文化精华，却因为缺少历史的积淀而缺乏持久的生命力。没有发展的文化永远是落后的，古老文化只有能更好地融入现代生活中才能获得长久的生命力。由于大量庙会民俗长期处于浅层次开发状态，文化品位提升不足，尤其是与地方文化的结合不紧密，致使庙会民俗潜在的文化旅游价值未能转化为具有吸引力的旅游产品。

#### 3. 庙会活动的群众性、参与性和体验性较差

作为人类的文化创造，庙会活动中的信仰崇拜、建筑和艺术景观、社会组织等诸多民俗世象，在漫长的历史长河中都是以一种“静”态的稳定组合，供游人观赏。随着民间宗教信仰基础的逐渐消失，传统庙会中的迎神赛会等活动已经成为历史，烧香拜佛也成为个人行为，庙会活动中的宗教仪式、文娛演出、民俗展示大多成为一种表演性活动，群体性参与较少，不能充分满足现代游客的体验需求。而动态型的展示要求游客参与或半参与到特定的环境与活动中，如参与宗教祭祀仪式闻听弃恶扬善的讲法并进行自我反思，观歌舞、品美食、游赏娱乐、种花养鱼、放生求吉、聚友交流、学习求知、转集市购特产等。但目前的庙会多忽视旅游者参与、尝试、体验、学习的需要，主要以静态形式展示给旅游者，组织者往往忽视了宗教文化中宣扬真善美的内容在社会主义文化建设中的积极作用，被剥离了精神内核的庙会只剩下空洞的外延，使得目前庙会中的宗教活动、民俗活动和游客的观光体验活动均呈分离之态，不适应现代旅游的特点和要求。

### 三、四川历史上的庙会民俗对当代民俗文化旅游的启示

四川历史上的庙会民俗，形式多样、内涵丰富，



为我们留存了一个多元性的、内蕴丰厚的文化空间。如今贯穿于庙会的种种活动,吸引了众多的人们参与其中、经久不衰,是人们追求和谐、创新的文化活动方式,只是古朴中增添了时尚的气息。利用庙会活动,可以促进民俗旅游在现代化语境下推出具有创新性的文化旅游产品,有利于保护、传承文化遗产,发展、丰富现代民俗文化旅游产品,对于推进文化产业与旅游产业的融合发展具有重要作用。

从漫长的历史时期来看,在社会稳定、工商业繁荣、思想开放的时期和人口集中的地区,庙会皆会随之兴盛。官府通过庙会发展商业经济、丰富地方文化生活、促进社会和谐,民间通过庙会满足信仰寄托、商品交易、文化生活、社会交往等需求,寺庙通过庙会扩大社会影响、宣传宗教思想、争取经济收入,形成三方共赢局面。改革开放以来,宽松、和谐的政治环境为庙会的复兴提供了社会客观条件。从主观上讲,宗教心理、社会交往心理和从众心理的表达,皆可以通过庙会形式加以实现。从意识形态上讲,庙会文化中表现出来的劝善、勤俭、尊祖、守序等教育作用,对社会有着积极的作用。因此,综合展现传统民族文化和地方风情、结合商贸和旅游的庙会活动,既符合地方政府发展经济、丰富地方文化生活暨扩大地方文化影响、促进社会和谐的需要,又能够满足现实生活中大量民众祈福还愿、求吉避凶的心理需求和进行商贸交易、丰富文化生活、开展社会交往的需要,寺庙则可以借庙会活动扩大文化影响、向公众传播宗教文化中对社会主义文化建设具有积极作用的和谐思想、真善美思想并增加寺庙经济收益,三者为促进经济发展与社会和谐、丰富文化生活及扩大文化影响方面具有共同需求,从而为发展庙会民俗旅游奠定了实现共赢的经济社会与文化基础。因此,深入挖掘历史上的庙会民俗资源并赋予时代内涵、创新内容和形式发展庙会民俗文化旅游,应当成为政府、民众、寺庙三方的共同目标。

#### 四、对利用庙会民俗发展民俗文化旅游的几点思考

##### (一)对传统庙会进行产业化运作

如今保留下来的许多庙会文化活动,多由普通百姓或民间人士发起组织,有的区域则仅仅是沿袭旧制,自发组织。巴西著名的“狂欢节”民俗文化活动也曾被政府明令禁止,但由于其在民众生活中根深蒂固,所以政府在20世纪80年代不再禁止,并给予相应的扶持和引导,使得这项当今“世界上最伟大的表演”成为巴西最大的一项文化产业项目。据统计,该节会每年大约吸引100多万国外游客,为巴西提供10多亿美元的旅游收入。我们不乏文化资源,但缺乏将文化资源转化为经济优势的创意和路径。文化的产业化发展为我们提供了一条将文化资源转化为经济优势的可行之路。

在未来,我们应当重视庙会对于发展地方经济、丰富文化生活中、促进社会和谐及保护传统文化等方面的积极作用,由政府牵头合理利用庙会民俗资源,用产业化的运用方式,使现代庙会与原始的、小农经济的庙会形式相区别,使其既能适应现代社会需要而生存下去,又能在新时代的规模化经营下爆发出巨大的经济效益,促进旅游、商贸、演艺、餐饮、休闲、娱乐等相关产业的发展。

##### (二)挖掘、创新庙会文化内涵和形式

文化是庙会的灵魂,只有把文化、旅游、信仰和商业活动融为一体,古老的庙会才会焕发青春。各地区、各时期发展起来的庙会,皆体现着地域和时代特点,深入挖掘地方庙会文化内涵并充分与当地民风民俗和文化特点相结合,才能让庙会上各种看的、玩的、吃的都深具地方文化特色,让游人在游玩的同时充分领略独特地域文化、民俗风情的魅力。例如2003年开始恢复的“成都大庙会”,紧紧依托三国文化和川西民俗文化,凭借时尚创意的三国动漫灯组、300多场民俗民间表演、“洋味”十足的异域风情、美味可口的小吃、乡土民俗的手工艺品、精彩的文化展览和讲座,令市民和游客感受到浓郁、喜庆的中国年味。如今,“成都大庙会,玩转大三国”已经成为一句响亮的口号,大庙会也成为成都市春节期间举办的最受老百姓喜爱和外地游客关注的节庆活动。

在挖掘传统庙会文化内涵的同时,庙会在主旨、内容、形式上还需要更加贴近现实生活、服务普通百姓,特别是要融入时尚元素、符合现代人求

新求美求异的心理,吸引更多的人参与到庙会活动中。近年来,洋庙会、科技庙会、“动漫”庙会等时尚色彩较浓的新庙会形式开始出现,吸引着众多知识层次较高的年轻人前往参与,成为庙会文化内涵和形式创新的一种新趋势。因此,融入现代文化、科技因素创新传统庙会的文化内涵与形式,将有利于增强庙会活动的文化旅游吸引力,促进庙会文化旅游的发展。

### (三)重视庙会的文化辐射功能

在当今世界全球化背景下,作为一种地方性、民俗性和传统性的庙会文化不可避免地会受到全球化的影响,地方文化特色正面临着被商业化、大众化、消费化的全球性文化趋势消融的危险。加之宗教信仰在庙会文化中的逐渐淡出和弱化,使传统庙会文化面临着新的挑战。庙会文化的前提是“庙”与“会”,由“庙”所代表的宗教文化是人类传统文化的重要组成部分,对社会精神文化生活发挥着重大影响。在建设社会主义和谐社会的今天,宗教文化中的许多优秀传统伦理观念对推动社会主义道德建设、和谐文化建设具有重要的正面意义;而“会”所包含的民俗文化、地域文化和商贸文化则是人文精神和地方特色的综合传承。失去了文化辐射功能的庙会只会流于一个普通的集市,因而庙会文化的继承和发展既要重视“庙”又要重视“会”,既要重视庙会的现代性转型又要重视继承优秀文化传统中有益于社会主义文化建设的部分、将社会主义先进文化融入到庙会文化中,不断再

生、发展和丰富庙会的文化功能,使之向外辐射和拓展,让地方性的庙会文化在新的历史阶段得以发展,成为政府放心满意、群众喜闻乐见、寺庙高兴欢喜的兼具经济、社会、文化辐射功能的综合性文化旅游活动。

### (四)打造一批国际化的大型庙会品牌

我国有着十分丰富的庙会文化资源,其中不乏知名度较高者。在为广大创造娱乐、休闲、和谐、健康的假日场所的同时,用科学的头脑和文化创意的理念,打造具有地域文化特色的庙会文化品牌,正在成为许多地方政府关注的问题。曾有专家指出,庙会应以当地人目前生存状态为载体,表现出地区深厚的文化底蕴,精彩塑造自身品牌和特色。

“成都大庙会”用短短几年时间进入全国视线,写入各大旅行社的“成都游”日程,并且辐射到法国、韩国、香港、台湾等国家和地区,成为成都文化的综合展示平台之一。如今,春节逛成都大庙会、游喜神方,不仅成为成都人过年的一种习惯,不少外地游客也纷纷慕名前往体验成都的年俗和风情。由此可见,要唤起人们对庙会活动的重视,需要充分利用品牌效应,打造一批具有广泛社会知名度和市场影响力的庙会文化品牌。我们可借鉴国外嘉年华的运营模式,在保持文化传统的同时,吸收其他地方乃至世界的优秀文化和时尚艺术,形成一批具有国际化色彩、体验性强、知名度高的大型庙会品牌,在发展自身文化旅游的同时,为推动地方的庙会文化旅游活动发展起到示范引领作用。

### 【参考文献】

- [1] 李德书.当代庙会与振兴川剧[J].四川戏剧,1993,4.
- [2] 裴怀春.西部农村庙会文化返观[J].社科纵横,2012,(1).
- [3] 秦永红.庙会的文化经济特色及其历史、现状与未来的展望[J].宗教学研究,1995,(4).
- [4] 王建光.张力与裂变:地方性视野中的庙会文化及其转型[J].华南农业大学学报,2011,(3).
- [5] 卜建东.中国庙会与国外狂欢节的对比研究[J].东南文化,2007,(6).
- [6] 成都经验:发掘传统文化当代价值[EB].<http://scnews.newssc.org>.2011-11-13.
- [7] 2011成都大庙会.<http://www.scol.com.cn>[EB].2011-01-31.

(责任编辑 翟 琨)