

旅游背景下传统仪式空间生产的三元互动实践

孙九霞^{1,2}, 许泳霞¹, 王学基^{1,2}

(1. 中山大学旅游学院, 广州 510275; 2. 中山大学旅游休闲与社会发展研究中心, 广州 510275)

摘要: 仪式因其符号性和社会性成为空间研究和理论阐释的绝佳场域, 在仪式与仪式空间研究中, 仪式背后的社会关系及其对仪式空间的影响尚未得到充分重视。本文以安顺屯堡地戏和芒康加达村巴玛巴典为例, 运用访谈法、观察法和文献分析法, 回溯并分析两种仪式空间生产的过程与特征, 刻画参与和影响仪式空间生产的社会关系, 深入解析仪式空间的各个维度及空间生产的三元互动实践, 力图比较和呈现旅游发展对地方传统仪式变迁的影响。研究发现, 传统仪式的空间是仪式主体社会关系织就的空间, 其空间生产本质上是社会关系与空间秩序“重构或调适”的过程; 在旅游影响下的仪式空间生产中, 空间表征与表征空间之间差异化的互动关系造就了仪式中差异化的空间实践; 此外, 仪式的空间生产隐含着对现代性消解的抵抗。本文构建了传统仪式空间生产的理论框架, 为解读列斐伏尔空间生产与空间三元互动提供了新视角, 以揭示旅游与地方文化变迁之间更为深刻的联系。

关键词: 旅游影响; 传统仪式; 社会关系; 仪式空间; 空间生产; 屯堡地戏; 巴玛巴典

DOI: 10.11821/dlx202008013

1 引言

随着社会科学研究的“空间转向”, 社会空间逐渐成为理论旨趣与观察角度独特、话语场域丰富的理论视角和问题^[1], 并成为学术研究热点^[2]。地理学、社会学等不同学科均受到“转向”思潮影响, 并从不同层面展开研究^[3-4], 列斐伏尔的“空间生产”(Production of Space)理论成为相关研究最重要的理论工具。受跨学科空间研究影响, 关注与日常生活相异状态旅游研究开始重视对空间及空间生产问题的探讨^[5]。然而目前旅游领域中空间相关研究主要从尺度、区域等地理学视角理解旅游地空间结构^[6], 也有少量研究探讨旅游社区中各主体通过生产实践塑造各自对空间的想象^[7]。尽管对空间社会性的关注逐渐成为研究趋势, 但社会关系与空间之间的必然联系尚未充分探讨^[8], 对主体间社会关系变化及其空间实践的影响仍需进一步关注。

尽管空间生产理论更着重对整体空间变迁相对宏观的解释, 部分实证研究中存在理论与案例无法合理衔接的问题^[9], 但理论的高抽象度也意味着对它的阐释可以有更多元的视角, 正如 Eugene J. McCann 所言: “列斐伏尔‘诱人的含糊写作风格’使得通过实例拓

收稿日期: 2019-04-08; 修订日期: 2020-03-12

基金项目: 国家社会科学基金重大项目(15ZDB118); 国家自然科学基金项目(41771160); 教育部人文社会科学研究项目(19YJCZH175) [Foundation: Major Project of National Social Science Foundation of China, No.15ZDB118; National Natural Science Foundation of China, No.41771160; Humanities and Social Foundation of Ministry of Education, No.19YJCZH175]

作者简介: 孙九霞(1969-), 女, 山东人, 博士, 教授, 博士生导师, 中国地理学会会员(S110008376M), 研究方向为旅游与地方发展、旅游人类学。E-mail: sunjx@mail.sysu.edu.cn

通讯作者: 王学基(1990-), 男, 山东人, 博士, 科研博士后, 研究方向为旅游与社会发展, 旅游与流动性。E-mail: wangxj227@mail.sysu.edu.cn

展空间生产理论的机会非常多，且能为社会空间实践提供一些洞察^[10]”。当下的空间研究学者越来越“重视在理论应用方面同人文地理学传统和现实热点问题对接”^[11]。本文正是承接这样的趋势，聚焦于围绕具有符号性和社会性的传统仪式而生产的社会空间，突破以往社会空间研究中以整个社区空间为分析对象的传统，为理解列斐伏尔空间生产中的三元互动提供新视角。

本文选择仪式作为研究对象，原因在于仪式作为人类处理“神圣—世俗”这一基本生命体验分类的认知和实践模式，具有包括社会整合在内的多种功能^[12]。仪式功能与村落象征符号、展演场景、族群生活、传统风俗一起，是构成村落和族群记忆的重要组成部分^[13]。仪式就如同一个“场域”，把不同的主体、话语和权力交织在一起。通过分析围绕仪式而形成的社会空间再生产过程，既可以厘清仪式变迁的本质，也可以点带面地窥探整个社区社会空间的变化。在现代性与城镇化快速推进使得传统文化解构日趋强烈的当下，各种乡村民间信仰和仪式的神圣性不再，乡村社会的乡土性逐渐淡去^[14]，那么，传统仪式注定会失去生存的土壤吗？本文以屯堡地戏和巴玛巴典（又称“假结婚”仪式）为例，分析旅游如何影响了传统仪式的空间生产，进而探讨旅游对乡村社会的影响以及乡村社会的应对。

2 文献与理论基础

2.1 空间转向与空间三元

20世纪70年代，西方理论界开始密切关注空间、时间与社会之间的本质关系^[15]，空间成为一种新的有效理解社会的范式（即所谓“空间转向”）^[16]。列斐伏尔将空间视作带有意图和目的被生产出来的产品，就如商品一样，是被策略性和政治性地生产出来的^[17]。空间是历史性、社会性和空间性的有机结合^[18-19]。为了更系统化地进行分析，列斐伏尔提出了“感知空间”（空间实践）、“构想空间”（空间表征）和“生活空间”（表征空间）的社会空间概念三元组^[20]。其中，空间实践包括生产、再生产及具体场景和空间体系，是社会各主体对空间使用的竞技场^[21]。既隐含了社会的空间，也体现了社会关系^[22]。而空间表征是与生产关系关联的、由社会强势集团构想和主导的空间秩序，其主要特征为构想性、主观性、话语性及意识形态性^[18]。表征空间则体现了复杂的象征作用，是居住者及使用者的空间，也是被动体验的空间，以及想象试图改变调试的空间。空间三元辩证具有强大的解释力^[23]。三元之间是一种在具体和抽象、真实和想象之间开放和重组的互动关系^[15]。列斐伏尔的系统阐述开启了空间辩证逻辑的先河，启发后人对空间性进行更加深入的唯物主义解读^[24-25]。

2.2 仪式、社会关系与社会空间

仪式通常被视为相对于日常生活中的工具性行为的象征活动，包含多样的社会功能与文化意蕴^[26]。传统仪式研究常关注仪式过程中的象征意义及其在具体文化情景中所蕴含的特殊作用，而仪式空间研究则为仪式研究开辟了一片新天地，学者们以空间实践、象征文化为起点研究仪式空间^[27]。若以仪式本身为研究对象，空间作为社会文化现象不可或缺的基本要素为仪式研究提供了新的着力点与探讨方式^[28]，从而更好地理解仪式的内在逻辑。若以空间本身为研究对象，仪式则提供了解读社会空间的新面向，探讨仪式中的空间问题，或通过仪式考察空间的构成和内涵正成为新的研究面向及学术生长点^[29-30]。

仪式是社会关系的集中呈现^[31-32]。仪式的参与主体、空间秩序都关乎围绕仪式而产生的社会关系，且仪式场合使得在平常的生活场景下不易显露的社会分化、权力支配关系

变得明了^[33]。西方仪式研究将仪式视为一个社会“上一下”“内—外”等复杂关系的呈现和展演，透过仪式及其关系才能真正理解“当地何以成为一个世界”^[34]。这种着眼于社会关系的研究取向，使“社会性”成为了“仪式”与“空间”之间沟通的桥梁。由于仪式与社会关系之间的紧密联系，仪式所形成的空间，可以理解为“社会空间”，运用空间生产理论对其分析具有可行性。目前的仪式空间研究多从仪式空间本身出发，分析其象征意义、社会功能、关系秩序。在运用空间生产理论分析地方文化变迁的研究中，仪式仅作为“地方文化”的一部分，没有得到足够的重视^[35-36]。将空间生产作为分析社会变迁的视角，借以解读旅游影响下传统仪式的空间生产，不仅能够将旅游所涉及的多向复杂社会因素经由空间这一视角串联起来，同时也整合了社会发展的时间和空间纬度，帮助研究者更有效地讨论社会变迁与地方实践的关系^[37]。本文认为传统仪式的外在物质、内在精神及其牵涉的社会关系，共同构造了仪式空间。通过分析两种不同文化背景下的仪式的传承与演变过程，探讨旅游背景下的仪式空间生产过程中，参与主体及其社会关系发生了哪些变化？如何影响空间表征与表征空间之间的互动和具体的空间实践？本文旨在通过解析“空间三元”之间的互动与结果，展现社会关系对仪式空间的塑造过程。

3 案例与研究方法

3.1 案例概况

本文以贵州天龙屯堡地戏和西藏芒康巴玛巴典为例展开研究。天龙屯堡（即天龙村）位于贵州安顺市平坝区南大门（图1a）。明朝朱元璋“调北征南”，派军士屯垦驻防，其后军士家人在此屯田戍边，逐步形成安顺“屯堡”村落。屯堡文化被称为“明清江南汉族文化在贵州高原的异地展现”，天龙村因此入选第三批中国传统村落。2001年天龙屯堡旅游发展正式起步，创造了“政府+旅游公司+农民旅游协会+旅行社”的参与式旅游发展模式。但随着产品老化和新旅游热点崛起，天龙旅游陷入瓶颈。2012年末，贵州旅游投资控股（集团）有限责任公司（简称“贵旅集团”）正式收购天龙旅游公

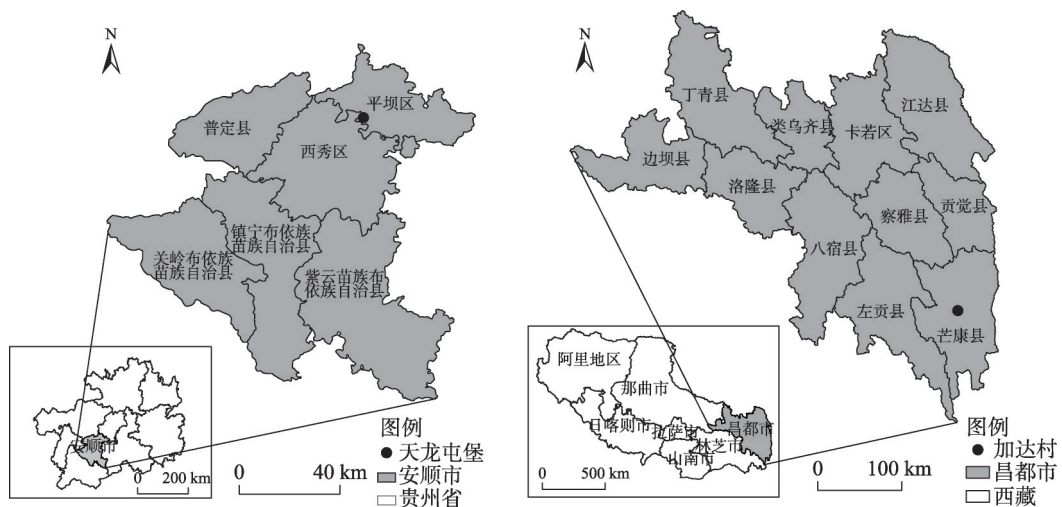


图1 天龙屯堡(a)和盐井加达村(b)的地理位置示意图
Fig. 1 The location of Tianlong Tunpu (a) and Yanjing Jiada village (b)

司，接管天龙屯堡旅游经营。地戏（当地俗称“跳神”）作为屯堡文化中最具代表性的象征。屯堡人视仪式中最重要的道具——“脸子”（即木雕面具）为神灵的象征与显形。地戏仪式一年有两个固定的时令，一是春节期间“闹新春”，另一是中元节前后的“米花神”。此外，建新房或生意经营不善时会请人“跳神”祈福。地戏表演者作为“沟通村寨守护神与天地神祇的公共性媒介”^[38]，受到村民极大的尊重。2006年“安顺地戏”被列入第一批国家级非物质文化遗产名录。自此，“跳神”有了新的官方命名——“地戏”，地戏成为屯堡的外显文化事象和对外交流的文化符号，并逐渐转变成旅游展演。

巴玛巴典（俗称“假结婚”），是西藏昌都芒康县纳西乡加达村特有的传统仪式。加达村是盐井地区的核心社区之一（图1b），这里自古以来便是茶马古道的重要驿站，多元文化在此交流、碰撞、融合，形成兼容并包之势。澜沧江东西两岸鳞次栉比分布3000余块有着1300多年历史的红白盐田，以加达村的盐田数量最多。历史上盐民通过物物交换的形式将盐销往昌都、林芝，乃至四川、云南等地获得经济收入。这种传统交易形式直到2011年前后才逐渐消失，盐田景区开发后，参与旅游经营、外出务工、林下资源采集等逐渐成为村民主要的家庭经济收入来源。“假结婚”仪式起源于当地的山神信仰，传说山神“雷丘”喜好热闹，而结婚是最热闹，也最能让山神高兴的活动，但结婚并非每年都有，于是村民便在每年藏历新年的正月初九前后以“假结婚”仪式娱乐山神，祈求来年平安健康和万物万业风调雨顺，每年的具体日子则须由喇嘛打卦算定。从传统社会到现代社会尤其是在旅游发展过程中，“假结婚”仪式也在经历着一系列的变化与调适。

3.2 研究方法过程

本文采用田野调查法收集资料。屯堡地戏的两次田野调查时间分别为2016年8月11日—17日及2017年8月10日—28日，巴玛巴典的田野调查则集中在2018年8月1日—10日。调研前，对案例地及两种仪式相关二手资料收集整理，了解仪式历史与发展、村落社会等信息。调研中，通过非参与式观察，识别仪式现状（如时间、地点、主体、空间等），通过照片、绘图和文本等方式记录；通过参与式观察，置入旅游情境中关注游客对地戏和巴玛巴典仪式的反应和态度，及游客与仪式演员、村民间的互动。此外，观察本地内部主体间的互动；通过深度访谈法，对社区精英（地戏神头、非遗传承人等）、仪式表演者、旅游公司负责人等关键人物进行30 min~2 h不等的访谈，获取其对仪式的描述、在仪式空间生产中的角色及相互关系。对关键受访者多次回访，以建立友好关系而获取更丰富的信息。针对游客和普通村民则采取深浅结合、半开放等灵活形式进行访谈。两组访谈对象（表1）分别为32人（编号以T开头）和16人（编号以Y开头）。

本文主要采用专题式民族志的分析和写作方法，通过聚焦仪式进行专门且细致的访谈和观察，以便从细节中“建构更为复杂和精深的解释”^[39]。这与“问题导向的民族志研究”发展趋势相符。调研中，撰写田野笔记梳理仪式的空间变化、意义变化、各主体行动所呈现出的社会关系及具体行动。分析资料过程中，根据研究问题对材料中涉及不同主体对仪式的描述，主体间社会关系等信息进行归纳概括。具体而言，在反复阅读基础上，通过开放式编码列出关键词，围绕关键词撰写分析备忘录；编码后对资料归类，编码相同或相近的资料归为一组，找到联系和区别，为提炼结论做准备。写作过程中，以客观态度引用受访者的话及其解释。同时，通过回溯式前进辩证法对细节进行核实、组织和报道。在分析主体间社会关系时，按仪式发展阶段，将仪式的物理空间与各主体在其中的活动、关系对应起来，从空间利用情况揭示主体间社会关系与权力关系，并结合空间生产理论，分析各主体间的社会关系如何最终影响仪式的空间实践。

表1 受访者基本信息

Tab. 1 The information about the respondents

编号	访谈对象	性别	年龄(岁)	来源地	编号	访谈对象	性别	年龄(岁)	来源地
T-1-CX	神头	男	66	天龙村	T-25-CP	村民, 陈氏宗族会	男	66	天龙村
T-2-HJ	地戏演员	男	61	吉昌屯	T-26-XS	大明城员工	女	26	-
T-3-LW	地戏演员	男	21	中所屯	T-27-DX	大西桥村民	女	16	大西桥
T-4-HA	地戏演员	男	61	安庄村	T-28-DF	村民, 经营豆腐坊	女	50	天龙村
T-5-FJ	地戏演员	男	39	吉昌屯	T-29-BT	村民, 摆摊	女	60	天龙村
T-6-CX	村民, 前地戏演员	男	83	天龙村	T-30-CM	村民, 务农	男	62	天龙村
T-7-ZZ	地戏组组长	男	28	天龙村	T-31-YK	自助游客	女	30	-
T-8-ZR	旅游公司前副总	男	48	天龙村	T-32-YB	自助游客	女	29	-
T-9-CF	景区应急办主任	女	37	天龙村	Y-1-JF	假结婚新娘扮演者	女	45	加达村
T-10-WS	客栈老板	女	56	天龙村	Y-2-DW	假结婚新娘扮演者	女	40	加达村
T-11-ZG	餐厅老板	男	45	天龙村	Y-3-NF	假结婚传承人	男	60	加达村
T-12-CY	景区员工, 茶驿	女	50	天龙村	Y-4-DW	妇女主任	女	36	加达村
T-13-ZB	村委副书记	男	46	天龙村	Y-5-DJ	驻村书记	男	34	加达村
T-14-ZT	神头CXS孙女	女	17	天龙村	Y-6-DM	村民, 旅游经营者	女	40	加达村
T-15-JN	村民, 卖纪念品	女	75	天龙村	Y-7-ZM	村民, 旅游经营者	男	42	加达村
T-16-ZS	村民, 景区	女	54	天龙村	Y-8-NX	村民, 旅游经营者	女	38	加达村
T-17-ZC	村民, 郑氏宗族会	男	45	天龙村	Y-9-QD	村民, 大学生	男	20	加达村
T-18-ZH	银饰店老板	男	47	天龙村	Y-10-SD	村民, 大学生	男	22	加达村
T-19-CB	景区环卫工	男	64	天龙村	Y-11-LL	村民, 盐商	男	40	加达村
T-20-ZW	村民, 务农	男	42	天龙村	Y-12-NS	村民, 大学生	女	22	加达村
T-21-ZJ	村委妇女主任	女	43	天龙村	Y-13-LD	芒康县导游	女	30	加达村
T-22-DY	景区导游	女	28	天龙村	Y-14-ND	村民, 中学老师	女	38	加达村
T-23-XD	前县政府官员	男	50	天龙村	Y-15-SF	自助游客	男	40	-
T-24-LB	地戏演员, 已离职	男	35	天龙村	Y-16-TZ	自助游客	男	36	-

4 仪式的空间生产过程与特征

4.1 屯堡地戏: 从神圣仪式到旅游展演的异化

地戏是屯堡文化最重要的表征之一。传统的地戏在天龙村场坝上表演。除摆一张供桌, 场坝无需任何布置, 村民围在四周观看。表演者把装有“脸子”的木箱抬到场地中, 木箱所在位置即是场坝中轴线的上端, 这便构成了仪式神圣空间(图2a)。仪式空间虽然简单, 但作为一种民间信仰实践同时被赋予了神圣性和娱乐性, 既为村寨祈福禳灾, 也为村民增添娱乐。这一时期围绕地戏的社会关系也比较简单, 地戏队主要包括神头、大将小将、锣鼓师等演员, 神头(如本文中的受访者T-1-CX)具有最高权威。

2001年本地精英CY等出资成立了天龙旅游公司, 成为天龙地戏仪式的新主体, 地戏队被重组为“地戏组”并受雇于公司。地戏随之成为服务于旅游的“表演型”仪式。“就地而演”的传统不能满足游客的观赏需要, 旅游公司开始寻找固定演出场地, 设为“演武堂”。此后, 因地戏表演的噪音等问题与村民日常生活发生冲突而导致演武堂三易其址, 从最初租用的民居三合院到天龙学堂, 再到2009年新建成的新演武堂(图2b)。新演武堂采用屯堡四合院建筑样式, 内部厅堂用作表演场地, 保留地戏“就地而演”的特征。作为专门设立的固定“剧场”, 新演武堂采用了更多屯堡文化元素, 宛如地戏博物馆。空间设计强调屯堡文化与地戏元素的符号化呈现, 满足游客对仪式空间的想象。

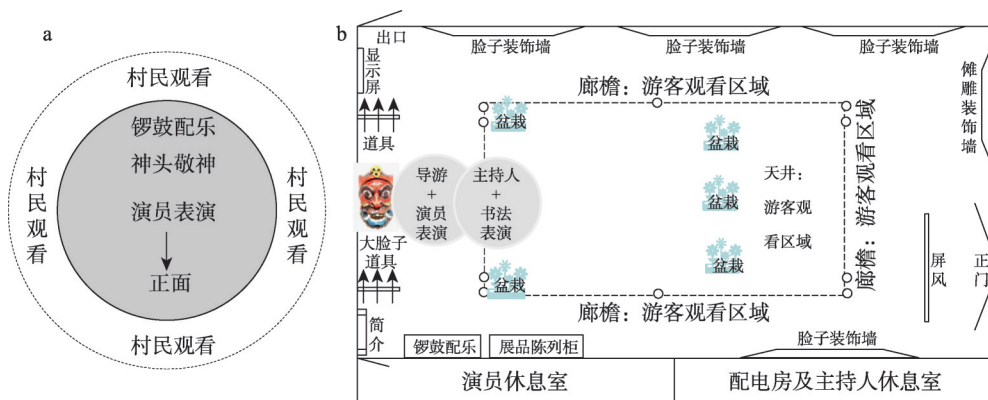


图2 传统地戏(a)与新演武堂(b)的地戏表演空间布局

Fig. 2 The spatial layout of traditional Tunpu Dixi (a) and the new Yanwutang (b)

在这一过程中，地戏仪式的空间生产呈现出物理空间的符号化、精神空间的商品化和 社会空间的复杂化等特征。首先是物理空间的符号化。旅游公司被收购前，神头、地 戏组和旅游公司根据旅游需要对仪式展演进行“改进”和“创新”，把一些“作为其特征 的可选择的形式”固化为“仪式性必要”，仪式的呈现方式和仪式空间的数次变化尚能被 文化持有者接受。而旅游公司被收购后，新的支配者撷取屯堡文化典型符号，塑造出符 号化的仪式空间，与扎根村寨的地戏形成鲜明对比。其次是精神空间的商品化。成为旅 游展演的地戏虽从形式上得以传承，但其神圣性已近丧失。地戏表演甚至被表演者称为 “商品神”而区别于传统“跳神”，演武堂只是工作场所而非严格意义上的“仪式空间”； 对村民而言，传统地戏的“原生”内涵逐渐淡化，谈及地戏，首先会想到演武堂里的演 出而非正月里的“跳神”。最后是社会空间的复杂化。随着旅游发展，参与地戏仪式空间 生产的主体越来越多，社会关系的构成愈发复杂化。旅游发展初期，旅游公司放权神头 对地戏组进行日常管理，地戏组内部原本的权力关系得以维持。而建新演武堂时，神头 暂离地戏组参与建设，后以主管身份回演武堂负责管理。但“地戏组”作为公司里的小 部门，神头从地戏队核心变成只是负责传达公司指示的主管。外部主体（地方政府、旅 游公司）对地戏的操纵越来越强，并根据国家文化治理的需要和游客对屯堡文化的想 象，主导着地戏物理空间的规划、设计和开发。特别是旅游公司被收购后，天龙与中国 许多地方的乡村旅游地进入资本化发展阶段。地戏表演由屯堡旅游核心吸引要素，退居 为次要地位。资源减少和重视程度降低让地戏组演员们感到无奈，神头的三次调动亦打 破了地戏组原有的权力平衡。新的权力关系格局正在形成，而仪式实践也在此过程中不 断变化。

4.2 巴玛巴典：传统娱神仪式的有机存续

加达村的“假结婚”仪式由本地传统藏式婚礼演化而来，是对传统婚礼的夸张和娱 乐化展演。其演员的服饰着装与藏族传统婚礼类似，且基本遵循传统婚礼流程，如“迎 新娘”“闹洞房”“法师祝词”“跳锅庄”“吃加加面”等，但增添了更多搞笑娱乐和嬉笑 怒骂的环节，如“选新郎”“小丑（阿拉卡吉）闹婚”“男女双方对骂吵架”。相较于真实 的藏式婚礼，“假结婚”仪式出于娱神的目的而需要更加加闹。传统的“假结婚”仪式仅 在藏历新年初九前后举行，扮演“玛巴”（新郎）、“新娘”“巴丝”（迎亲队）、“小丑”等 角色的演员均是本村居民，仪式场地即“洞房”设在村委会的庭院内，格局如图3a所 示，上首席位为“永亮白根”（招福经师），为村内德高望重者担任，左侧为执法喇嘛，

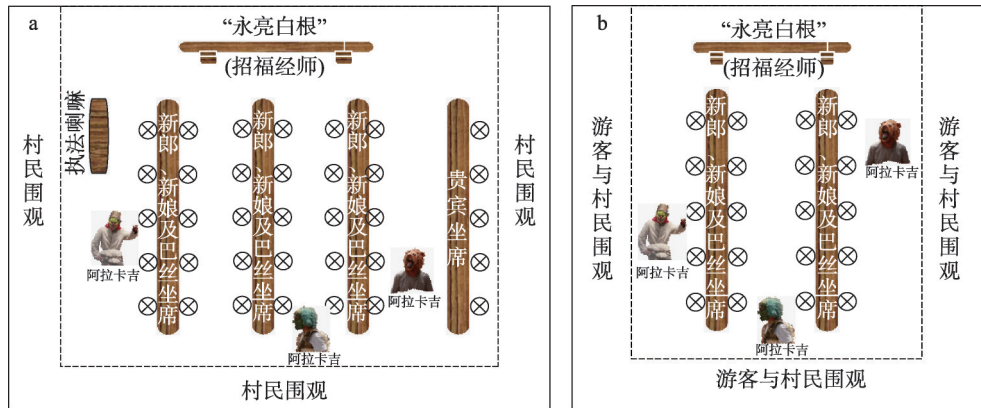


图3 传统巴玛巴典仪式(a)与旅游展演中的巴玛巴典仪式(b)空间布局

Fig. 3 The spatial layout of Bamabadian in tradition (a) and in tourism performance (b)

右侧为贵宾坐席，为参加仪式的重要客人，中间并排的三列为新郎、新娘和巴丝的坐席，阿拉卡吉在其中乱窜打闹。四周是围观的本村及外村村民。仪式结束后的集体跳锅庄也是在此处。

随着盐井旅游的发展，“假结婚”这一盐井社区独一无二的仪式也被包装为重要的展演活动，简易的演出场地安排在景区停车场。作为旅游展演的“假结婚”仪式在表演空间（图3b）、仪式流程、参与者与道具上都进行了适度精简，并在茶马古道旅游文化节等旅游节庆、文化交流活动中展演。表演者既要面对村民的观看，也要接受陌生游客的凝视。“新娘”作为“假结婚”仪式中“对骂调侃”环节的主要“目标”，是心理压力最大的角色，常由开朗活泼、能说会道的中年妇女扮演。虽然表演者也会因观众游客的陌生面孔而对牺牲形象的表演内容感到害羞，但仍将其视为一种为全村娱神奉献、敬神祈福的仪式活动而积极配合演出。如受访者Y-6-DM所说：“不管是表演给游客还是新年时候过的（“假结婚”），都是敬山神，只是换了个地方而已。次数越多，山神越喜欢，觉得越热闹。”“假结婚”仪式虽然在旅游情境中承载了商业化的展演功能，但在村民看来仍是对山神的敬拜，仪式最重要的娱乐性及其原有的神圣性内涵与功能依然保持，旅游展演并未改变人们对仪式原生文化意义的理解和认同。

不同于地戏仪式，巴玛巴典的空间生产过程呈现出物理空间的一致性、精神空间的续存性和社会空间的有序生长等特征。首先是物理空间的一致性。尽管有所简化，但表演空间的核心要素、基本形制与关键角色仍在，表演者均是在传统仪式中扮演相应角色的村民，属演员个人所有的道具和服装也是传统仪式中的道具，这是一种“不离本土文化生境”的“自我传习”。其次是精神空间的续存性。在村民看来，旅游展演中的巴玛巴典仍保留了仪式原有娱神和娱己的功能和意义，这一意义与价值的传承有赖于相对固定的仪式参与者身体实践的赋予。最后是社会空间有序生长。巴玛巴典的仪式主体和主导力量并非一成不变。过去，空间生产的主导力量是“古瓦”（执事）；而今天，非遗传承人、村委会乃至旅游主管部门等参与其中。在地戏案例中，外界力量逐渐取代本土力量而影响仪式生产。但在加达村的巴玛巴典中，仪式社会空间则实现了有序生长。每个主体都积极参与仪式的空间生产，并且各司其职，互不干预其他主体的行动——旅游主管部门或村委会发起倡议、思想动员、维持运作；传承人提供技术支持；演员和普通村民均积极参与；游客参与互动；……文化持有者自身完成了权力关系的重组和平衡，把娱神、娱己和娱他人整合为统一的社区共识，实现了传统文化意识与旅游展演活动的有机统一，进一步拓展和强化了仪式的价值。

5 仪式空间三元互动的比较分析

在仪式的空间生产过程中，各主体对空间的想象不同而使得话语争夺、协同合作和权力博弈不断出现。争夺与合作，以及博弈的结果取决于各主体拥有的资源和权力，以及他们之间的社会关系。本文将处于支配地位及被支配地位的主体予以区分并命名为主要操纵者、技术性力量、间接参与者、实际使用者和文化持有者；并分别以一个主体为中心，围绕其社会关系分析其在空间生产中的作用；进而在各主体的想象和博弈（即空间表征与表征空间的互动）之下，分析空间生产的结果，即空间实践。

5.1 仪式的空间表征

5.1.1 空间生产的主要操纵者 天龙旅游发展过程中，地方政府和旅游公司分别代表着国家权力和市场力量，成为地戏空间生产的主导者，操纵与推动地戏由神圣仪式向旅游展演的转变。地方政府和村委会所代表的地方行政力量与旅游公司存在很强的依存关系。“天龙模式”中，地方政府负责旅游发展规划、基础设施建设及屯堡文化保护，旅游公司负责景区管理经营，并为地方政府创造税收。天龙村作为乡村旅游的典范而成为政府对外展示政绩的窗口。一直以来，地方政府都对各种外来投资保持热情，并致力于创造良好的投资开发环境。而旅游公司在很大程度上主导了天龙地戏的空间生产。例如在仪式空间的数次变化中，公司都起到了关键作用。考虑到旅游产品的观赏性，将地戏从村中场坝迁到三合院；考虑到旅游产品的“投入—产出”，在租金过高时转移到天龙学堂，又在负面影响过大时建设新演武堂。本质上说，社区与景区重叠，文化与资本交汇赋予了旅游公司参与地戏仪式空间生产的能力和权力。

在加达村“假结婚”仪式中，旅游主管部门与村委会共同作为仪式空间生产的主导力量，推动着仪式在日常生活和旅游语境中的传承与发展。传统的“假结婚”仪式仍是加达村藏历新年重要的敬神活动，村委会作为主要组织者既为仪式提供场地，也要提供必要的资金。同时，村委会在仪式结束后还会组织固定的“捐款”活动，并负责将后续款项用于村内修桥补路、集体煨桑、祭祀山神等公共事务。而当前旅游语境下的“假结婚”仪式更多的作为旅游节庆活动中对外展示地方文化、拓展旅游吸引力的重要手段，旅游主管部门如景区管委会及县旅游局等作为主要组织者既要提供活动资金，也要负责仪式在节庆中的整体呈现方式与效果，村委会则协助组织演员队伍。然而与地戏仪式明显的不同是，“假结婚”仪式中的主要操纵者作为行政力量并没有代表国家或市场话语发挥主导作用，实际上并没有将各自对地戏仪式空间的构想和设计强加给其他主体，过分干预空间的具体实践，更多的是提供便利和实质性支持。

5.1.2 空间生产的技术性力量 神头作为地戏仪式中的灵魂人物，是地方政府、旅游公司、地戏队和村民之间的衔接点，是地戏仪式关系网络中最重要的一方，也是地戏仪式空间生产的关键技术力量。旅游开发早期，旅游公司迫切需要作为村落文化精英的神头来支撑文化旅游发展，将屯堡文化包装成可供游客消费的旅游产品。村中建设大小景点都乐于听取神头意见，甚至请其作为实际负责人主理相关文化事项。此外，神头全面掌握屯堡文化和民间礼俗，被认定为“文化专家”，并被旅游公司聘为天龙村“民俗顾问”。几乎所有的政务接待都被委托讲解屯堡文化、表演地戏唱段。因此在建设传习馆这一象征国家文化治理空间时，被邀请参与规划设计，传习馆落成后，也自然成为馆长的不二人选。尽管馆长（神头T-1-CX）名义上依然对地戏组负有一定管理责任，但实际上地戏组的日常管理主要由组长（神头徒弟）负责。神头的离开彻底打破了地戏空间生产的权力格局，缺少了深谙地戏文化的神头使得天龙地戏前景堪忧。

在“假结婚”仪式中同样有类似于传统地戏中神头的角色即招福经师，藏语为“永亮白根”，但他们只是作为传统仪式中的核心角色，在仪式尾声诵经祝辞。而过去的“古瓦”和现在的非遗传承人承担更多的组织与协调工作，但他们也只是作为仪式空间生产的“看门人”。虽然他们并没有主导空间生产的过程，但他们却指导着“假结婚”仪式空间生产的具体实践，保障仪式的神圣性和延续性，并对外传递仪式的文化内涵。

5.1.3 空间生产的间接参与者 天龙地戏仪式空间生产中还存在一股间接但不容忽视的力量——游客。天龙旅游的主要市场仍是行程固定、来去匆匆的大众团队游客。为了提高演出效率和游客周转率，地戏演出剧目、时长和场次变得固定、快速循环且一再压缩，演员的表演动作和台词不断简化。游客作为仪式展演的消费力量间接改变了地戏仪式的空间实践。一方面，与游客的接触能够影响东道主对旅游的态度、行为和价值感知^[40]，作为东道主的地戏演员，受到不同形式主客互动的影响，对地戏表演产生不同的态度，进而影响以表演为主的空间实践；另一方面，对部分来自发达城市的汉族游客而言，天龙“老汉人”所展演的汉人传统，乃至神秘又充满文化符号的地戏表演，成为他们感怀历史、重塑认同感的方式。旅游公司构造了一个符合游客想象、供游客凝视的“前台”和仪式空间。而在“假结婚”仪式中，仪式本身并未进入市场化的旅游情景中，更多的是一种仪式主体向少量散客、定制型游客的自我展示，即使存在部分在仪式展演中的主客互动也更有助于地方文化内涵的传播而非影响仪式的空间生产。

5.2 仪式的表征空间

5.2.1 仪式空间的实际使用者 地戏表演者是地戏空间的实际使用者，他们经历了由地戏队到地戏组的身份转变，使其对仪式空间生产的参与方式、行为逻辑也发生改变。尤其是在收购事件后，地戏因不受资本方重视而被边缘化。旅游公司很少与地戏组演员直接沟通，演员们反映的字幕、漏雨问题迟迟得不到解决。这也最终引发演员们对空间表征的“反抗”。在缺乏有效激励的情况下，演员对待表演的态度愈加随意，上场人数减少，动作简化、不到位，穿着戏服在休息室甚至演武堂抽烟、玩手机、打闹是常事。有时为了谋取私利，甚至会偷卖演武堂装饰和展品。这是表征空间的“进攻性抵制”策略^[41]。这种跳脱“规范”的做法可被视为地戏演员对空间表征的反抗。演员们从过去因仪式而受到尊重，到现在对成为职业的地戏表演产生“爱恨交织”的复杂情感。旅游改变了他们看待地戏的方式，也重新塑造了其在地戏仪式空间生产中的行为逻辑，致使他们成为空间表征的挑战者。

而在“假结婚”仪式中，演员均是加达村彼此熟识的村民，所使用的道具如服装、面具、牛马等属于村民个人所有。之所以对参与仪式表演有着共同的兴趣，其根本原因在于对仪式本身意义与功能价值的认同。仪式在旅游语境中不仅未丢失其源于“热闹”的神圣性和娱乐性的功能，反而因为次数增加而得到强化。无论是新娘、新郎还是阿拉卡吉，均是村里相当能言善辩、给大家带来欢乐的人。而参与这项活动，同样也能获得相应的报酬，因此演员也常常在较为贫困的村民中选择。他们因在仪式中地缘、趣缘与业缘的相耦合而不断强化对于仪式和地方的认同。

5.2.2 仪式空间的文化持有者 旅游发展重构了地戏空间生产的权力关系，作为文化持有者的村民因缺乏参与的能力而成为“边缘庄家”^[42]。旅游在某种程度上的确促进了村民们对文化遗产保护的理解，但在具体实践中，村民们却开始置身事外。访谈中均表示现在不再专门跳传统意义的地戏，在地戏保护和传承的问题上也显示出漠不关心，认为“屯堡文化”“文化遗产”是“上面”的行政部门授予的，管理、保护和开发也是“上面”或公司的事。可见，作为文化持有者的村民对自身文化的价值把握不准，往往在文

化的表述中让位给表达能力更强的外来者。旅游对本地村民而言是“陌生人闯进日常世界”，这样的世界便不再是他们所习惯的日常世界^[43]。地戏仪式从村落日常生活进入旅游消费语境中，原本的乡土祭仪变成游客专享的舞台表演。文化持有者本身的“屯堡性”被外来力量挪用，而失去空间生产话语权。

不同的是，“假结婚”仪式因尚未进行商品化开发，即使在旅游情境中展演也仍服务于村寨本身，村民既是仪式空间的文化持有者，也是仪式实践的主要消费者，支持着仪式的空间生产。同时，仪式中最重要的是“语言的表达”，表演者使用本地藏语进行表演、调侃、祝福，所有的娱乐性均来自于语言，而村民则能够更好的理解与互动。作为文化持有者的他们与仪式表演者是“互相成就彼此的江河”，共同塑造和守护了仪式的精神空间。

5.3 仪式的空间实践

空间生产三元辩证中，空间实践既是生产和再生产的过程，也是结果，空间实践赋予了空间在生产中的主体地位。而在强调“结果”时，空间实践等同于“空间”本身，包含物理、精神和社会3个维度，且物理维度得到更多关注。因此在分析完仪式空间表征和表征空间的构成、以及它们之间的互动之后，空间实践的结果变得清晰（表2）。

空间不是静止的，而是处于不断的生产、再生产过程中，仪式也会随着发展变迁。但驱动仪式空间实践过程的因素是多元的。既有国家文化治理的需求，也有市场需求和族群内部的需求。地戏和“假结婚”成为非遗是为了满足国家文化治理的需求，对演出形制改变和演出场所变更是为了满足市场需求，而假结婚仪式的适应性调整（尤其是演员的选择和语言内容等）则是基于族群内部的需求。多元的驱动因素反映了多重的空间生产逻辑。旅游开发加速了乡村社会的现代化，传统村落社区由原本相对团结、单一的共同体，变为由不同的利益主体组成的集合体。再加上不同尺度政治权力的干预，原本单一的空间生产主体转变为多元化生产主体。天龙村案例中，在旅游公司的主导和神头配合下，市场和技术力量运用屯堡建筑的形象与空间布局、代表屯堡文化的符号，以及符合游客想象的故事、体验等素材，共同修改地戏表演和呈现方式。而地戏演员和村民

表2 屯堡地戏与巴玛巴典仪式的空间实践
Tab. 2 The spatial practice of Tunpu Dixi and Bamabadian

空间实践	天龙屯堡地戏	加达村巴玛巴典仪式
物理空间	符号化 ·场坝：就地而演，遵循传统	一致性 ·村委会：遵循传统
空间行为	·演武堂：旅游展演，符号空间	·停车场：旅游展演，基本遵循传统
精神空间	商品化 ·仪式：繁复，神圣，服务村寨	续存性 ·仪式：繁复，神圣，服务村寨
意义功能	·商品：简化，职业，服务游客	·展演：简化，神圣，服务村寨与游客
社会参与空间主体	复杂化 ·国家权力：地方政府* ·市场力量：旅游公司* ·关键缔造者：神头 ·消费者和间接参与者：游客* ·规约者和挑战者：地戏队 ·“边缘庄家”：村民	有序生长 ·关键缔造者：旅游部门与村委会 ·“看门人”：执事与传承人* ·参与者：仪式演员 ·消费者与间接参与者：村民、游客*
社会关系	·外来者取代文化持有者主导空间生产 ·空间秩序和生产逻辑发生转变	·文化持有者掌握空间话语 ·参与主体扩大，空间秩序调适
过程—结果	·权力关系的重组和再平衡 ·“屯堡性”被相对剥夺	·权力关系的重组与再平衡 ·地方性得以保留

注：标“*”为仪式空间生产中新增的参与主体。

则采取各种合作或抵制策略。旅游改变了地戏仪式空间的生产逻辑，参与主体需要以新的身份和方式在空间生产过程中参与博弈。而在尚未市场化开发的加达村“假结婚”仪式中却呈现出明显不同的空间实践。

本文在列斐伏尔空间生产理论的基础上尝试搭建出框架（图4），以反映传统仪式空间生产的过程、结果与互动关系。首先，外部环境和主体各自掌握的资源、权力和利益诉求，决定了他们之间复杂的社会关系，进而影响了空间秩序及行为逻辑。其次，各主体根据空间想象，形成不同的空间表征和表征空间，而这“二元”间的互动（包括决定、修正、规约、挑战等）受到主体间互动的影响。最后，通过权力博弈及一系列空间实践（行为），塑造出特定的仪式空间（结果）。因此，仪式就如同一块棱镜，能够反映社区中的权力博弈。

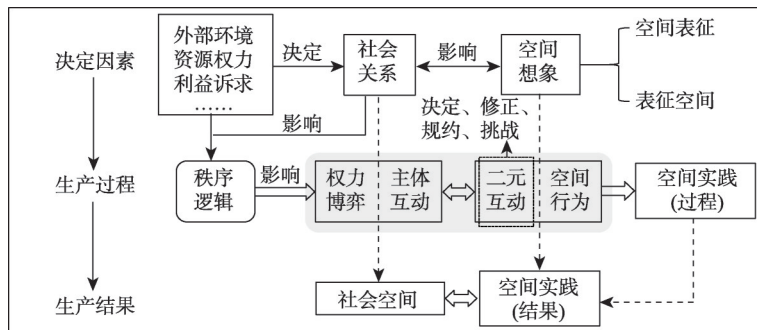


图4 传统仪式空间生产的过程和结果

Fig. 4 The process and outcome of the production of traditional ritual space

空间表征和表征空间之间的对立关系是通过空间实践相互连接在一起的，“空间实践”与“空间表征和表征空间”之间隐含着想象与现实的二元关系^[20]。旅游发展过程中不断有主体退出和新主体进入。透过仪式这一特定空间，可窥探不同参与主体之间的互动和博弈，以及动态变化的社会关系是如何形成的。例如，地戏在旅游发展背景下由娱神仪式蜕变成纯粹娱人的旅游表演，政府（权力）、旅游公司（市场）和神头（技术）等各种力量交织于其中，主导着仪式的空间生产。从权力关系角度来看，各主体对空间都有利益诉求，“执行力”越强意味着空间占有就越充分。“执行力”是指社会主体利用法律法规、资本势力、非正式规范、人际关系、组织机构等社会资本实现目的的能力^[44]。显然，权力、市场和技术在仪式的空间生产中“执行力”更强，空间占有更充分。这些主体作为空间生产中支配的一方，操纵着空间表征，规定着空间实践，并决定和修正着表征空间。从文化商品化和现代企业管理的逻辑出发，重新建构一种与传统“秩序”截然不同的“新秩序”。地戏演员从空间生产次要支配的一方变为从属的一方，因而产生了巨大心理落差，而新旧逻辑的叠加和碰撞又加大了反抗的可能。随着矛盾升级，他们开始采取反抗空间表征的行动。可见，各主体依照各自的逻辑及对空间的想象，通过空间实践来干预和塑造空间形态与结构，进行仪式的空间生产。这便是空间表征和表征空间的互动和博弈，以及它们与空间实践之间的关系。

6 结论与讨论

天龙屯堡地戏仪式空间作为生产资料被开发、设计、使用和改造的过程本质上就是旅游背景下的地方文化商品化过程，对仪式物理空间的“符号化”处理反映了文化商品

化主导下空间生产秩序的重构。而加达村巴玛巴典仪式空间在成为旅游展演空间的同时，有效保留了传统文化意涵，社区内部与外部权力的平衡使其仪式空间生产呈现出与屯堡地戏不同的表征与实践。本文以空间生产理论为基础，紧扣仪式参与主体间的社会关系，分析屯堡地戏仪式和巴玛巴典仪式的空间生产，得出如下结论：

(1) 传统仪式的空间是仪式主体社会关系织就的空间，而其空间生产本质上是社会关系与空间秩序“重构或调适”的过程。两种仪式空间实践均表明，仪式既是一种在特定时间和特定物理空间内反复上演的身体叙事，也是一种“社会建构”和“特定的关系丛”。在不同时期，各种不同的社会关系交织在仪式空间中。每个主体都把仪式视为象征资本，并对它的表述和利用进行争夺。天龙旅游和盐井旅游均触发了仪式主体行为逻辑和社会关系的转变，使得仪式空间生产的原有秩序被改变。但在市场化程度更高的屯堡地戏仪式中，秩序的打破和重组使得仪式呈现出物理空间符号化、精神空间商品化和空间复杂化的特征；而市场化程度较低的巴玛巴典仪式中，秩序的快速调适使得仪式呈现物理空间一致性、精神空间续存性与社会空间有序生长的特征。

(2) 旅游发展改变了传统仪式的空间表征与表征空间之间的互动关系，从而造就了仪式中新的空间实践。在过去，各主体作为“文化共同体”对地戏仪式的想象保持一致。旅游发展后，天龙屯堡原本的“文化共同体”解体，各主体间的关系发生分异、错位，迫使人们用新的行为逻辑指导空间实践。加达村人在旅游发展的背景下有机延续了“假结婚”仪式的本质，适度调整仪式规则而不影响原生文化内涵。各主体根据不同的想象，塑造了不同的空间表征与表征空间。空间表征与表征空间的协调互动造就协调的空间实践，失调的互动则造就变异的空间实践。

(3) 仪式的空间生产隐含着对现代性消解的抵抗。天龙村和加达村均在某种程度上反映出现代性对传统仪式的消解，然而这种趋势并非无法抵抗。加达村巴玛巴典仪式在现代社会共存着传统仪式和旅游展演两种不同但相似的仪式形式，继续发挥着社会整合的功能，建构着盐井社区的地方性。而天龙地戏的发展中，代表了现代的旅游展演保存了地戏的形式，使游客能够在有限的时间内了解“屯堡文化”形式、内涵与意义。原真性与商品化本身并无好坏对错之分。从文化传播的角度看，旅游背景下的文化商品化作为一种“现代化”力量，虽然加速了屯堡地戏内涵和意义的变迁，但也为屯堡地戏提供了机遇和发展空间。

未引入空间生产理论前，空间研究大多受物质性局限，关注空间本身。引入空间生产理论后，许多相关研究虽然肯定了社会关系在空间生产中发挥的作用，却没有将社会关系的作用过程揭示出来。仪式提供了一个新的切入点和突破口，能够完整呈现空间生产中社会关系的作用过程，弥补现有研究的缺憾。本文强化了社会关系在传统仪式空间生产中的地位，梳理了空间三元之间的互动关系，并呈现了传统仪式空间生产的过程和结果。此外，仪式空间外部的村落社会空间，既是仪式空间生产的背景，也是改变仪式空间生产逻辑的客观条件。村民日常生活与其原有的社会文化体系出现调整，是改变仪式空间生产逻辑的客观条件，而集中投射到仪式空间当中时，仪式主体的身份转变等成为了顺理成章的空间实践。由此，传统仪式的空间生产实际上是地方文化乃至整个社区空间生产在特定场域的投射。

旅游对乡村社会文化的影响是多元复杂的，它使物质传统文化得以保存，也使一些有显示度、易于转化为消费品的非物质传统文化得以传承和传播。通过表述的简单化、节日的日常化和仪式的世俗化等手段，传统文化在旅游开发过程中便得到了再组合、再建构或者再塑造。在旅游发展的背景下，地戏仍与屯堡人的族群记忆相勾连，人们既可

以批判它沦为文化符号,也可以认为它是以一种新的形式继续存在。从建构主义原真性的视角看,商品化的文化也是一种“渐变真实”^[45]。旅游影响下的文化商品化作为一种“现代化”的力量,既为传统文化提供了发展的空间和机遇,又加速了传统文化内涵和意义的变迁。传统仪式的有效传承,除了使其以旅游产品的形式复兴外,更为重要的是让当地村民更好地认识传统仪式所承载的价值,在“离土离乡”成为主流态势的背景下,帮助文化持有者重新认识和建立传统仪式与地方、与他们自身的联系。

参考文献(References)

- [1] Pan Zequan. The social space turn of contemporary sociological theory. *Jiangsu Social Sciences*, 2009, 30(1): 27-33. [潘泽泉. 当代社会学理论的社会空间转向. *江苏社会科学*, 2009, 30(1): 27-33.]
- [2] Wang Fenglong, Liu Yungang. A review of researches on the production of space. *Human Geography*, 2011, 26(2): 13-19. [王丰龙, 刘云刚. 空间的生产研究综述与展望. *人文地理*, 2011, 26(2): 13-19.]
- [3] Si Min. Socio-spatial perspective: New insights into urban sociology. *Chinese Journal of Sociology*, 2004, 24(5): 17-19. [司敏. “社会空间视角”: 当代城市社会学研究的新视角. *社会*, 2004, 24(5): 17-19.]
- [4] Bai Kai, Zhou Shangyi, Lv Yangyang. The progress of social cultural geography in China in recent 10 years. *Acta Geographica Sinica*, 2014, 69(8): 1190-1206. [白凯, 周尚意, 吕洋洋. 社会文化地理学在中国近10年的进展. *地理学报*, 2014, 69(8): 1190-1206.]
- [5] Sun Jiuxia, Zhou Yi. Residents' place identity at heritage sites: Symbols, memories and space of the "Home of Diaolou". *Geographical Research*, 2015, 34(12): 2381-2394. [孙九霞, 周一. 遗产旅游地居民的地方认同: “碉乡”符号、记忆与空间. *地理研究*, 2015, 34(12): 2381-2394.]
- [6] Healey P. The treatment of space and place in the new strategic spatial planning in Europe. *International Journal of Urban and Regional Research*, 2004, 28(1): 45-67.
- [7] Guo Wen, Wang Li, Huang Zhenfang. Study on the production of tourism space and residents' experience: A case study of Zhouzhuang ancient water town in the South of Yangtze River. *Tourism Tribune*, 2012, 27(4): 28-38. [郭文, 王丽, 黄震方. 旅游空间生产及社区居民体验研究: 江南水乡周庄古镇案例. *旅游学刊*, 2012, 27(4): 28-38.]
- [8] Agarwal S. Relational spatiality and resort restructuring. *Annals of Tourism Research*, 2012, 39(1): 134-154.
- [9] Sun Jiuxia, Su Jing. Space production under multiple logical in ethnic tourism village: A case study on Biasha village, Guizhou province. *Journal of Guangxi University for Nationalities (Philosophy and Science Edition)*, 2013, 35(6): 96-102. [孙九霞, 苏静. 多重逻辑下民族旅游村寨的空间生产: 以岜沙社区为例. *广西民族大学学报(哲学社会科学版)*, 2013, 35(6): 96-102.]
- [10] Mccann E J. Race, protest, and public space: Contextualizing Lefebvre in the U.S. city. *Antipode*, 1999, 31(2): 163-184.
- [11] Han Yong, Yu Bin, Zhu Yuanyuan, et al. Recent research progress and inspiration on lefebvre's production of space in the United States and England. *Economic Geography*, 2016, 36(7): 19-26. [韩勇, 余斌, 朱媛媛, 等. 英美国家关于列斐伏尔空间生产理论的新近研究进展及启示. *经济地理*, 2016, 36(7): 19-26.]
- [12] Turner V. Huang Jianbo, Liu Boyun. trans. *The Ritual Process: Structure and Anti-structure*. Beijing: China Renmin University Press, 2006. [维克多·特纳, 著. 黄剑波, 柳博赞, 译. 仪式过程: 结构与反结构. 北京: 中国人民大学出版社, 2006.]
- [13] Li Rongfang. Ritual and folk-custom of minority villages in the context of vicissitude: A case study of "Baoben" of buyi nationality. *Minzu Tribune*, 2016, 33(12): 72-77. [李容芳. 变迁语境下的少数民族村落仪式民俗: 以布依族“报笨”为例. *民族论坛*, 2016, 33(12): 72-77.]
- [14] Xia Zhiping. An acquaintance society or a semi-acquaintance one: A re-examination of the nature of village in transition. *Journal of Northwest A&F University (Social Science Edition)*, 2010, 10(6): 86-89. [夏支平. 熟人社会还是半熟人社会? 乡村人际关系变迁的思考. *西北农林科技大学学报(社会科学版)*, 2010, 10(6): 86-89.]
- [15] Zheng Zhen. Space: A concept of sociology. *Sociological Study*, 2010, 25(5): 167-191. [郑震. 空间: 一个社会学的概念. *社会学研究*, 2010, 25(5): 167-191.]
- [16] Sun Jiuxia, Zhang Shiqin. The social space production in ethnic tourism community: A case study from the hui community in Sanya, Hainan. *Ethno-National Studies*, 2015, 39(2): 68-77. [孙九霞, 张士琴. 民族旅游社区的社会空间生产研究: 以海南三亚回族旅游社区为例. *民族研究*, 2015, 39(2): 68-77.]
- [17] Gao Feng. Social significance of space: A theoretical exploration of sociology. *Jianghai Academic Journal*, 2007, 24(2): 44-48. [高峰. 空间的社会意义: 一种社会学的理论探索. *江海学刊*, 2007, 24(2): 44-48.]

- [18] Zhou Daming, Li Cuiling. Politics of space in dumps: With the example of Xing Feng dump of Guangzhou city. *Journal of Guangxi University for Nationalities (Philosophy and Social Science Edition)*, 2007, 31(5): 31-36. [周大明, 李翠玲. 垃圾场上的空间政治: 以广州兴丰垃圾场为例. *广西民族大学学报(哲学社会科学版)*, 2007, 31(5): 31-36.]
- [19] Wang Yuan. Production, ideology and urban space: Review of urban idea of Henry Lefebvre. *City Planning Review*, 2006, 30(6): 81-83. [汪原. 生产·意识形态与城市空间: 亨利·勒斐伏尔城市思想述评. *城市规划*, 2006, 30(6): 81-83.]
- [20] Lefebvre H. *The Production of Space*. Oxford UK & Cambridge USA: Blackwell, 1991: 38-40.
- [21] Karplus Y, Meir A. From congruent to non-congruent spaces: Dynamics of Bedouin production of space in Israel. *Geoforum*, 2014, 52(2): 180-192.
- [22] Sun Jiuxia, Su Jing. Traditional community space change under the influence of tourism: A reflective study based on space production theory. *Tourism Tribune*, 2014, 29(5): 78-86. [孙九霞, 苏静. 旅游影响下传统社区空间变迁的理论探讨: 基于空间生产理论的反思. *旅游学刊*, 2014, 29(5): 78-86.]
- [23] Leary M E. The production of space through a shrine and vendetta in Manchester: Lefebvre's spatial triad and the regeneration of a place renamed Castlefield. *Planning Theory & Practice*, 2009, 10(2): 189-212.
- [24] Pan Zequan. Spatialization: A new narrative and theoretical turn. *Foreign Social Sciences*, 2007, 30(4): 42-47. [潘泽泉. 空间化: 一种新的叙事和理论转向. *国外社会科学*, 2007, 30(4): 42-47.]
- [25] Nasongkhla S, Sintusingha S. Social production of space in Johor Bahru. *Urban Studies*, 2013, 50(9): 1836-1853.
- [26] Turner V. Zhao Yuyan et al. trans. *The Forest of Symbols: Ndembu Ceremony*. Beijing: Commercial Press, 2006: 6. [特纳. 赵玉燕, 等, 译. 象征之林: 恩登布人仪式散论. 北京: 商务印书馆, 2006: 6.]
- [27] Aggarwal R. At the margins of death: Ritual space and the politics of location in an indohimalayan border village. *American Ethnologist*, 2001, 28(3): 549-573.
- [28] Huang Yinggui. Space, power and society. *Journal of Guangxi University for Nationalities (Philosophy and Social Science Edition)*, 2002, 24(2): 9-21. [黄应贵. 空间、力与社会. *广西民族大学学报(哲学社会科学版)*, 2002, 24(2): 9-21.]
- [29] Stoeltje B J. Power and the ritual genres: American rodeo. *Western Folk-lore*, 1993, 52(2): 135-156.
- [30] Du Xinyan. Ritual performance and cultural integration: Anthropological interpretation of the ceremony of the prince of Sideng bai nationality. *Journal of Southwest Minzu University (Humanities and Social Science)*, 2014, 36(5): 37-41. [杜新燕. 仪式展演与文化整合: 寺登白族太子会议式的人类学解读. *西南民族大学学报(人文社会科学版)*, 2014, 36(5): 37-41.]
- [31] Zhang Yuan. Etiquette and folk customs: To see the sanctification of daily life from the etiquette and custom activities of Tunpu people. *Journal of Yunnan Minzu University (Social Sciences)*, 2012, 29(4): 5-12. [张原. 礼仪与民俗: 从屯堡人的礼俗活动看日常生活的神圣化. *云南民族大学学报(哲学社会科学版)*, 2012, 29(4): 5-12.]
- [32] Li Ping. Religion: Ritual space for puppet shows in jingxi county, Guangxi: A case study of puppet shows in Jintun, Jingxi mountain. *Guangxi Ethnic Studies*, 2011, 27(1): 96-102. [李萍. 宗教: 广西靖西县木偶戏展演的仪式空间: 以靖西山近屯的木偶戏演出为例. *广西民族研究*, 2011, 27(1): 96-102.]
- [33] Li Wen. The social space and ritual of Xijiang yuecheng dragon mother temple. *Cultural Heritage*, 2014, 8(3): 149-156. [李文. 西江悦城龙母庙的社会空间与仪式. *文化遗产*, 2014, 8(3): 149-156.]
- [34] Wang Mingming, Shu Yu. "Ritual and social life in southwest China". *Journal of Yunnan Minzu University (Social Sciences)*, 2012, 30(4): 7. [王铭铭, 舒瑜. "中国西南的仪式与社会生活"专题. *云南民族大学学报(哲学社会科学版)*, 2012, 30(4): 7.]
- [35] Guo Ling, Yang Ningdong, Wang Zhizhang. Research on ethnic tourism development and spatial production of ethnic culture: Based on a case study of Lugu lake in Yanyuan county, Liangshan yi autonomous prefecture, Sichuan province. *Journal of Southwest Minzu University (Humanities and Social Science)*, 2014, 36(2): 150-155. [郭凌, 阳宁东, 王志章. 民族旅游开发与民族文化的空间生产研究: 基于对四川省凉山彝族自治州盐源县泸沽湖的个案研究. *西南民族大学学报(人文社科版)*, 2014, 36(2): 150-155.]
- [36] Sun Genjin, Guo Ling. Cultural landscape, intangible cultural heritage and tourism space production: Analysis of landscape production path based on Dujiangyan Water Release Festival. *Guizhou Ethnic Studies*, 2015, 37(6): 157-161. [孙根紧, 郭凌. 文化景观、非物质文化遗产与旅游空间生产: 基于都江堰放水节的景观生产路径分析. *贵州民族研究*, 2015, 37(6): 157-161.]
- [37] Zhou Shangyi, Wu Liping, Zhang Ruihong. An analysis of the relation between festivals and production of space. *Geographical Research*, 2015, 34(10): 1994-2002. [周尚意, 吴莉萍, 张瑞红. 浅析节事活动与地方文化空间生产的关系: 以北京前门—大栅栏地区节事活动为例. *地理研究*, 2015, 34(10): 1994-2002.]
- [38] Zhou Yongjian. Guizhou Anshun tiaoshen opera and rural social space: An investigation centered on the tiaoshen opera class in the first month of the first lunar month in erwan river. *Religious Studies*, 2015, 34(4): 171-176. [周永健. 贵州安

- 顺跳神戏与乡村社会空间:以二湾河跳神戏堂班正月跳神为中心的考察. 宗教学研究, 2015, 34(4): 171-176.]
- [39] Wang Jianmin. Ethnography and the development of Chinese anthropology. *Thinking*, 2005, 31(5): 39-42. [王建民. 民族志方法与中国人类学的发展. *思想战线*, 2005, 31(5): 39-42.]
- [40] Kadat E D. Social planning for tourism in the developing countries. *Annals of Tourism Research*, 1979, 6(1): 36-48.
- [41] Sun Jiuxia, Zhou Yi. Study on the reproduction of space of tourism community from the perspective of everyday life: Based on theories of Lefebvre and De Certeau. *Acta Geographica Sinica*, 2014, 69(10): 1575-1589. [孙九霞, 周一. 日常生活视野中的旅游社区空间再生产研究: 基于列斐伏尔与德塞图的理论视角. *地理学报*, 2014, 69(10): 1575-1589.]
- [42] Peng Zhaorong, Zheng Xiangchun. Legacy and tourism: Collocating and deviating of tradition and modern. *Study of Ethnics in Guangxi*, 2008, 24(3): 33-39. [彭兆荣, 郑向春. 遗产与旅游: 传统与现代的并置与背离. *广西民族研究*, 2008, 24(3): 33-39.]
- [43] Zhang Xiaoming. Social construction of spatial discourse in tourism destinations: A case study of Xidi village, a world heritage site. *Thinking*, 2011, 37(3): 99-105. [张骁鸣. 旅游地空间话语的社会建构: 以世界遗产地西递村为例. *思想战线*, 2011, 37(3): 99-105.]
- [44] Chen Weidong, Shu Xiaohu. Community space reconstruction: The three-dimensional thrust of government, market and society: Taking the spatial reconstruction process of J community and D community in Wuhan as the analysis object. *Jiangnan Tribune*, 2010, 41(10): 130-134. [陈伟东, 舒晓虎. 社区空间再造: 政府、市场、社会的三维推力: 以武汉市J社区和D社区的空间再造过程为分析对象. *江汉论坛*, 2010, 41(10): 130-134.]
- [45] Cohen E. Authenticity and commoditization in tourism. *Annals of Tourism Research*, 1988, 15(3): 186-371.

The ternary interactive practice of the production of traditional ritual space in the tourism context

SUN Jiuxia^{1,2}, XU Yongxia¹, WANG Xueji^{1,2}

(1. School of Tourism Management, Sun Yat-sen University, Guangzhou 510275, China; 2. Center for Tourism, Leisure and Social Development, Sun Yat-sen University, Guangzhou 510275, China)

Abstract: Ritual has become an excellent field for space research and theoretical interpretation due to its symbolic and social nature. In the research of ritual and ritual space, the social relationship behind ritual and its impact on ritual space have not been fully taken into account. This study takes Tunpu Dixi and Bamabadian as examples, using the method of interview, observation and literature analysis, to trace back and analyze the process and characteristics of two ritual space productions, describe the social relations that participate in and influence the ritual space production, deeply analyze each dimension of ritual space and the ternary interactive practice of space production, and try to compare and present the impact of tourism development on the changes of local traditional rituals. The study found that the traditional ritual space is shaped by the social relations of the ritual subjects, and its space production is essentially a process of "restructuring or debugging" social relations and spatial order. In the ritual space production under the influence of tourism, the differentiated interactive relationship between the spatial representation and the representational space creates the differentiated ritual space practice. In addition, the ritual space production implies the resistance to the dissolution of modernity. This study builds a theoretical framework for traditional ritual space production, and provides a new perspective for interpreting and deepening Lefebvre's space ternary interaction, in order to reveal the deeper connection between tourism and local cultural changes.

Keywords: tourism influence; traditional ritual; social relations; ritual space; production of space; Tunpu Dixi; Bamabadian