

文化经济视角下景迈山芒景村布朗族 山康茶祖节的重构

苏志龙^{1,2}, 尹 铎³, 唐雪琼^{1*}

(1. 西南林业大学园林园艺学院, 昆明 650224; 2. 普洱学院农林学院, 云南 普洱 665000;
3. 广州大学地理科学学院华南人文地理与城市发展研究中心, 广州 510006)

摘要:在现代社会,文化变迁遵从资本逻辑,节庆的重构受到经济导向的影响。论文以云南省景迈山芒景村布朗族的“山康茶祖节”为研究对象,于2015年1月、2016年4月、2017年4月、2018年1月进行了4次田野调查,采用参与式观察和非参与式观察与当地居民、政府工作人员、外地游客共计38人进行深度访谈,探讨了节庆重构的过程与机制。研究发现:山康茶祖节重构了布朗族2大文化体系,即茶祖文化和茶魂文化。节庆蕴含的文化成为市场经济中的文化符号,产生了经济价值,经济成为地方文化形成的外部驱动力,“在地者”民族文化认同成为地方文化形成的深层内部驱动力。节庆表征了当地民族文化,促进了茶经济的发展,改善了“在地者”的生活,山康茶祖节成功地将文化与经济融合起来,丰富了节庆的内涵。研究探讨了传统节庆在经济导向下的文化重构,深入揭示了节庆的内涵演变,有助于扩展传统节庆的理论研究。

关键词:文化经济;文化资本;山康茶祖节;重构;芒景村

节庆是一个地域历史传统的代表,是特定群体以文化形式表达生活方式的重要手段^[1]。节庆孕育于不同的政治制度、经济结构、社会习俗、宗教信仰^[2],蕴含着丰富的地方知识,拥有能够揭示当地居民世界观与价值观的符号体系和意义网络,通过对节庆结构与演变分析可以探究隐藏其后的本土意义^[3]。而在各类节庆中所蕴含的文化则在政治、经济上不断被竞争与协商^[4],从而成为学者们在地方认同^[5]、民族认同^[6]、国家认同^[7]、地方依恋^[8]、集体记忆^[9-10]等话题中的重要研究内容。

为了让大众在节庆期间体验异于日常生活的狂欢^[11],传统节庆被重新包装上演,甚至完全被重构,以带动和表征地方的经济发展^[12-13]。节庆文化逐渐成为资本积累的目标,被各方主体所争夺^[14]。于是,在现代性与经济发展的语境之下,传统节庆

被重构,总体上日渐呈现出传统与现代、文化与经济的糅合样态^[4],节庆活动总是在传统文化维持和现代市场驱动下的重构之间纠结与徘徊^[15-17]。

在节庆文化与经济发展的关系探索中,现有研究多将节庆作为一种“中介”与经济发生作用,如节庆蕴含的文化与旅游相结合^[18],成为现代旅游吸引游客重要的中介物^[19-20],节庆成为旅游经济中营销的一种手段。节庆文化资源的稀缺性、排他性使之具有了文化资本的权力,文化本身成为了经济的一部分,经济越来越多地由象征或文化属性所主导^[21]。目前对传统节庆的研究多集中于演变解析、文化真实性、旅游经济效益等,中国的节庆组织多由政府主导,研究的角度多从政府展开,其变迁多体现了政府政策或外部文化的影响^[13,22],对节庆参与的“在地者”主要从民族认同、国家认同、文化认同的方向

收稿日期:2019-02-14;修订日期:2019-06-10。

基金项目:国家自然科学基金项目(51668057,41901173);中国林学会项目;云南省教育厅科学研究基金项目(2016ZZX233)。

[Foundation: National Natural Science Foundation of China. No. 51668057 and 41901173; Foundation of Chinese Society of Forestry; Science Foundation of Yunnan Provincial Education Department of China, No. 2016ZZX233.]

第一作者简介:苏志龙(1978—),男,山东临沂人,博士生,主要从事社会文化地理、文化景观研究。E-mail: zhilongsu@qq.com

*通信作者简介:唐雪琼(1969—),女,云南弥勒人,教授,博导,主要从事社会文化地理、民族文化研究。E-mail: 396464545@qq.com

引用格式:苏志龙,尹铎,唐雪琼.文化经济视角下景迈山芒景村布朗族山康茶祖节的重构[J].地理科学进展,2020,39(2):286-297.[Su Zhilong, Yin Duo, Tang Xueqiong. A cultural economy perspective on the reconstruction of the Shankang Tea Ancestor Festival of the Bulang people in Mangjing Village of Jingmai Mountain. Progress in Geography, 2020, 39(2): 286-297.] DOI: 10.18306/dlkxjz.2020.02.010

探讨^[4,6],鲜有研究探讨节庆文化在经济过程中成为文化资本的象征价值,以及从在地者视角探究传统节庆表征的地方文化形成的机制。本文以云南景迈山芒景村布朗族的传统节庆“山康茶祖节”的重构为研究对象,考察节庆被重构的动态过程及形成机制,从微观视角探讨节庆文化成为文化资本、文化经济的机理,以“在地者”视角探讨传统节庆地方文化在经济过程中的形成机制,从而期冀能够丰富节庆文化与经济的研究议题。

1 研究综述

文化与经济作为2个不同的概念,有着显著的差别。在传统的文化观中,“文化”概念多与意义和创造力联系在一起,标志着高雅、文明,其想象力和审美实践与追求经济利益相去甚远。相比之下,“经济”的称谓代表着一个庸俗的、物质至上的世界,在经济的语境下,人们的行为服从资本的逻辑,往往缺乏基本的道德考量,从而常常被社会科学家所轻视和批判^[23]。传统经济地理学对经济的研究,主要基于历史地理唯物主义的马克思主义政治经济学,经济与文化呈二元对立状态,主张单向的经济决定论,即经济基础决定上层建筑,经济决定文化。随着文化全球化及地理学研究的“文化转向”,文化因素在经济活动中的地方性表达及空间特性等方面起着越来越重要的作用,经济过程也是一个社会文化过程,传统政治经济学主导的学术思想受到挑战,重视物质现实轻视文化意境的观点成为新经济地理学“文化转向”批判的对象^[24]。文化与经济之间的对立逐渐消解,文化的经济价值在后工业社会时代受到越来越高的重视^[25],学者更为关注文化与经济的融合过程。

文化具有的经济价值以文化资本的形式表达出来,文化资本是指任何与文化及文化活动有关的有形及无形资产^[26]。一旦文化资源具有稀缺性,就会成为社会不同主体争夺的对象,文化开始转化为文化资本^[14]。文化成为文化资本的过程就是文化被剥离原始附着物的过程^[27]。文化与经济的融合使文化成为一种商品进行出售。在现代中国,传统节庆之所以受到如此青睐,关键在于其蕴含的丰富的民族文化,“文化搭台,经济唱戏”成为许多地方经济发展的重要模式,文化成为经济发展的活力部门,文化发展战略成为政府满足公众需求的策略^[28]。

Oakes^[29]认为,传统节日在后改革时代不再被视为传统陈旧的象征,而成为地方政府民族旅游异国情调的营销资源,传统文化在新的语境中得以重新建构。文化成为经济发展的基本要素、成为理解经济活动的重要途径,地方特色文化在经济的推动下得以重新恢复,成为旅游经济发展的动力^[30]。

在经济发展的推动下,中国各地纷呈叠出的传统节庆,在形式和内容上都掺入了现代性的元素^[6,31-32],有些节庆甚至属于完全的新创^[4,16,33]。霍布斯鲍姆等^[34]针对这些节庆的重构认为:“那些表面看来或者声称是古老的‘传统’,其起源时间往往并不古老,而且有时是被创造出来的,往往都是为了当下的目的而使用旧材料来建构一种新形式”。许多学者认为节庆的传统不是一成不变的,其文化内涵可能是被“建构”“想象”和“创造”出来的^[31,35],目的都是为当代现实服务。

有学者担忧文化与经济结合使得文化需要遵从经济的资本逻辑,节庆文化在经济过程中被消费,文化的地方性表征功能丧失^[13,15]。事实上,文化与经济相融合是一个复杂的过程,其发展趋势受到多种力量的影响,认同与抵制受到多方主体的博弈^[36],在博弈过程中还可能产生新的权力主体,成为地方节庆文化变迁的重要推动力量^[37]。即使是当地的文化持有者,在不同利益面前,其态度可能会有差异。具体到不同地方的实际案例,应综合考量现时的政治、经济、文化与社会因素,尤其以“在地者”的视角看待其地方文化形成与认同。

2 案例与研究方法

2.1 案例地概况

芒景村位于云南省澜沧县惠民镇景迈山南段,仅一条宽约3~4 m的弹石路通往其他村寨,北接景迈大寨,向南可达芒洪寨。年均温18℃,平均海拔1400 m,村内保存大量人工栽培型古茶树,是景迈山世界农业文化遗产千年万亩古茶园的重要区域。芒景村下辖芒洪、芒景上寨、芒景下寨、瓮基、瓮哇、那耐6个村民小组,除那耐为哈尼族外,其余均为布朗族,布朗族人口占全村人口的92%,是一个典型的布朗族村寨。

芒景村地处边疆,1949年前生产力低下,主要采用“刀耕火种”的耕作方式,生活条件极为恶劣。当地居民信奉原始宗教与南传上座部佛教,传统民

俗节庆众多,如山康节、关门节、开门节、新米节、丰收节等,男女老少擅长象脚鼓舞。目前,茶销售成为芒景村收入的主要来源,农业种植居于次要地位。随着传统节庆渐次恢复,保存良好的自然生态环境与完整的民居建筑获得了国内外游客的青睐,在惠民镇旅游特色小镇规划带动下,芒景村开始发展民族生态旅游。

2.2 研究方法

本文主要基于2015年1月、2016年4月、2017年4月、2018年1月在芒景村进行的田野调查进行研究。采用参与式和非参与式观察体验当地居民的传统节庆活动和日常生活,参与式观察试图走进“在地者”的文化场域,重点体验传统节庆的地方性文化表征,思考传统节庆重构的原始动力;非参与式观察主要考察文化与经济的结合,探究商品的文化属性在资本逻辑下的增值,借以思考文化在经济导向下重构的市场动力。同时,对21位居民、3位村委会领导、6位老人组织成员、5位游客、2位企业工作人员与1位镇政府工作人员进行了深度访谈(表1),访谈时间在0.5~2 h之间,至信息饱和为止。研究重点关注以下3个问题:①山康茶祖节是如何重构的,内容有哪些;②节庆文化与经济怎样

结合,其机制是什么;③在地者如何看待本地文化与经济的结合。

2.3 山康茶祖节的演变历程

2.3.1 传统的山康节:1953年之前

山康节是芒景村布朗族的传统节日,始于公元307年,至2016年已有1710届(包含1953—2005中断的年份),相当于布朗族的新年,为布朗族一年中最盛大的节日。传统的山康节在傣历六月份(公历4月)举行,故又称“六月新年”,主体活动以“堆沙”为主,时间历程为4 d。节庆主要流程为:第一天为准备工作,打扫环境与个人卫生,收拾田地与农具,暂停农事;第二天制作糯米粑粑,作为节庆期间的食物以及招待亲朋好友,下午搭建祭台;第三天天亮之前接七泉水,七泉水位于村外7个不同的箐水沟,早上在祭台下堆沙,全村男女老少在滴水池祭祀祖先、供奉食物,下午在缅寺以七泉水洗浴七公主(祖先帕哎冷之妻)塑像,期间老佛爷(芒景村对年龄较长、精通佛经,能够读写经文的佛爷的称呼)全程念经祷颂;第四天在大竜潭杀鸡祭祀神灵。节庆期间,布朗族妇女将制作的糯米食品、普洱茶等送给寨中老人,以示对老人的尊重。因传统上受到缅甸传入的南传上座部佛教及傣族文化的影响,节庆

表1 访谈样本构成情况

Tab.1 The survey samples

编号	性别	年龄段/岁	身份	编号	性别	年龄段/岁	身份
S01	男	67~72	老人组织	X05	男	55~60	村民
S02	男	55~60	村民	X06	男	57~62	老人组织
S03	男	58~63	老人组织	X07	女	28~33	村民
S04	男	35~40	村民	X08	男	35~40	村民
S05	女	20~25	村民	X09	男	35~40	村民
S06	男	60~65	村民	X10	男	50~55	村民
S07	男	40~45	村民	X11	女	50~55	村民
S08	男	50~55	村民	X12	男	58~63	老人组织
S09	男	38~43	村民	X13	男	25~30	村民
S10	男	40~45	村委会	Q01	男	40~45	村委会
S11	男	35~40	村民	Q02	男	35~40	村委会
S12	女	30~35	村民	Q03	女	60~65	企业
S13	男	40~45	村民	Q04	男	30~35	企业
S14	男	37~42	村民	Q05	男	40~45	镇政府
S15	男	40~45	村民	Q06	男	50~55	游客
X01	男	59~64	老人组织	Q07	女	35~40	游客
X02	女	22~27	村民	Q08	男	40~45	游客
X03	男	80~85	老人组织	Q09	女	47~52	游客
X04	男	25~30	村民	Q10	女	38~43	游客

期间村中还会举行赅佛、泼水活动。

2.3.2 停滞的山康节:1953—2005年

1953年之后,芒景村响应全国农业大生产的号召,专事农事,因“破四旧,破除封建迷信”等原因传统节庆逐渐停办。芒景村布朗族的民俗活动处于停滞状态,“很多祭祀都停了,大规模的活动都没有了,镖牛的也没有了,但是大竜潭祭祀(神灵祭祀)几个老人还是在进行,这个基本没断过”(X01)。缅寺被改造为村寨社坊、党支部的办公室,佛塔被毁坏,老佛爷还俗过世俗生活,佛教经文教育中断,民族传统信仰在长达半个世纪出现断层。

2.3.3 重构的山康茶祖节:2005年至今

自2000年开始,普洱茶经济迅速发展,茶销售价格逐年提高,芒景村村民的经济结构发生了根本性转变,由农作物种植为主转为茶种植及粗加工销售为主,经济条件大大改善。茶收入的增加给予了芒景布朗村民经济上的自信,受外来强势文化的影响,布朗族村民渴求重构本民族的传统文化。当地民族精英怀着传承民族文化的使命感以及发展茶经济的理念,自2005年着手恢复停止的传统节庆。由于当时政策并不明朗,当地政府对民俗的态度比较谨慎,修建民族风情博物馆与祖先祠堂难以得到当地政府直接的资金支持。

“我曾经找县委找一点资金,一分也不给,有一个副书记给我解释:你搞的是宗教,宗教政府不反对不支持。舞台是去年(2014年)就建好了,是台湾朋友赞助的。帕哎冷宫是我们族人出的钱和台湾朋友赞助搞起来的”(S01)。

芒景村布朗族最盛大的节庆——山康茶祖节,在民族精英的多方奔走与宣传组织下,中断52 a后第一次恢复,每年举行的时间定为公历的4月15—18日,历时4 d。节庆内容将传统的山康节与祭祖活动“夺”整合在一起,布朗族人称帕哎冷是带领布朗族人工种茶的先祖,故将帕哎冷尊称为“茶祖”,“夺”与山康节融合以后节庆名称正式定为“山康茶祖节”。“夺”为布朗族传统的镖牛祭祀活动,在每年傣历九月上旬(公历7月)举行,历时18 d,主要是为了传承祖先“帕哎冷”带领族人艰苦创业、热爱家乡、忠于民族的精神思想,借以缅怀、感谢祖先。“夺”与山康节融合以后祖先祭祀历时仅1 d,内容上依然保留了镖牛和杀鸡祭祀的仪式,每4 a举行一次镖牛活动,称为大祭,其余3 a则以杀鸡的方式祭祀,称为小祭。山康茶祖节2005年恢复第一次小

祭,2009年恢复第一次大祭,2013年第二次大祭之后改为每3 a一次。内容以2016年山康茶祖节(大祭)流程为例:第一天(4月15日)搭建祭台、堆沙,第二天(4月16日)取新水、洗佛像、滴水祭祖,第三天(4月17日)祭祀茶祖、呼唤茶魂、镖牛/杀鸡祭祀,第四天(4月18日)在竜林举行六神祭祀。

3 经济导向下的山康茶祖节重构

山康茶祖节重构之后,2大文化体系得以系统构建:一是茶祖文化,将祖先崇拜与茶文化结合在一起,突显茶文化的古老和民族的历史;二是茶魂文化,将实物的茶魂树符号化,在节庆期间重复展演,强调本民族茶文化的独特性。

3.1 茶经济导向下茶祖文化的重构

3.1.1 茶祖符号塑造

普洱茶自2000年价格开始迅速升高,虽在2007年有所回落,但2008年之后价格呈稳定上升趋势,茶销售收入成为云南许多地区主要的收入来源,拥有大面积古茶园的芒景布朗村民收入得以大幅提高。经济好转的芒景村布朗族人一方面有恢复本民族传统文化的诉求,在强势文化面前表征本民族的传统文化;另一方面突显本民族茶文化的历史和独特性,异于其他地区茶王、茶后的宣传,维持茶经济的稳定发展。传说祖先帕哎冷带领布朗先民迁徙途中族群染病,在生存危亡之际是茶拯救了整个布朗族。帕哎冷认为茶的出现是天意,自此开始大规模人工种植,并告诫族人不得破坏,茶树以神圣的药品进入了芒景村布朗族的生活。大片完整的古茶园都是祖先帕哎冷带领布朗先民种植留下的,今天的富裕生活也正是帕哎冷给予的,从这个意义上讲,茶祖帕哎冷是布朗族“人工种茶的创始人,办这个就是为了怀念他,歌颂他的功德”(S01)。当地至今还流传着“祖先歌”和“帕哎冷遗训”,遗训刻于帕哎冷塑像旁的石碑上,得以世代流传。

尽管“茶祖”的符号是为了迎合茶经济发展而塑造的,但在芒景布朗族人看来,帕哎冷是事实上的“茶祖”,“以前并没有茶祖这个说法,因为帕哎冷是我们的祖先,又是带领族人种茶的,我们就把他称为茶祖”(S10)。通过茶祖符号的塑造使族群能够与之前存在的人相联系并从中获得荣誉感,这些人是族群的一员,在历史上占据着重要角色^[38]。芒景

村的茶祖文化即是借重构传统节庆、为茶经济营销顺势而生的创造,可见,“在传统被重构的地方,常常并不是由于旧方式已不再有效或存在,而是因为它们不再被使用或是加以调整”^[34],随着社会的发展,文化被重构或是被创造,必然要以适应社会为前提,方能得到社会的认同^[13]。

“现实的人借传统的名义、在传统之中获得一定的合法性,而传统借人的活动成为现实的文化,获得了新的存在”^[39]。芒景村布朗族借助祖先植茶这一事件塑造了茶祖符号,茶祖文化通过传统节庆的重构得以合法化,传统节庆融合了茶祖文化,从而在形式与内容上有了更丰富的内涵。

3.1.2 茶祖符号从文化到资本

“夺”与山康节合并后在举行时间与历时有较大变动,祭祖活动在内容与形式上依然保留了传统的膘牛仪式与杀鸡祭祀仪式,节庆的重构正是融入了传统元素才能得到人们的认同。山康茶祖节的祭祖活动是整个节庆的高潮,通过节庆仪式能够增强族群认同,具有能聚功能,节庆本身也真切地展示着社会变迁^[40]。

“以前的祭祖要18天,18天不准劳动,这不符合时代了嘛。现在要搞经济,18天太长了,就缩短。以前妇女不能参加,外人也不能参加,现在新时代了,男女平等,还是要宣传我们的文化,外人也可以参加,要听我们的规矩就行”(S01)。

节庆仪式举行的时间更改本是文化本真性与文化商品化之间的博弈与协商,在市场经济的导向下,节庆的原真性往往会让位于资本对于利润的追求^[37]。膘牛仪式的改期并未影响到芒景布朗村民看待自己的传统节庆,膘牛仪式本为祭奠祖先“帕哎冷”而设,举行时间改为采摘春茶期间,一是提醒族人祖先与茶的联系,固化茶祖在布朗族群心中的形象;二是在茶商与游客中进行文化宣传,扩大芒景村的茶文化知名度。

节庆时间变化通常是内涵演变的外在表现,膘牛仪式由纪念祖先到如今的祭奠茶祖起到了吸引游客、文化宣传的作用,仪式的经济功能明显加强。王加华^[41]认为,作为时间坐标的传统节庆,是人类在农耕文明生活的重要节点,在现代社会,经济方式发生了重大变化,传统节庆时间坐标从以自然节律为基础转变为以机器运转与时钟运行为基础,社会时间的同质性、抽象性使得节庆“神圣性”意味减弱。从祖先祭祀到祭奠茶祖,预示着节庆从

私密到开放,传统上芒景村祭祖是族群内的事务,外人不得参与。现今不仅允许外人参与,而且在网络上广而告之,已超越了祭祖的范畴,茶祖成为所有参与祭祀人群的文化符号,祖先的意象被淡化,茶文化历史的内涵功能得到加强。在当地人看来,只要参与了山康茶祖节,就是认同了普洱茶的茶祖帕哎冷,认同了茶祖文化。茶祖文化成为公共文化产品,有了资本理性,对当地的茶产业产生积极影响,在政府对文化遗产的规划布局中,茶祖庙的建设最终定在芒景村。

“当时茶祖庙的选址经历了很长时间,最开始想在孟连、勐海、澜沧这3个县选一个,后来选择了澜沧县。在澜沧县选址的时候经过了好几轮的讨论,最终还是定在了芒景,之所以选在芒景村,还是因为这里的茶祖文化最浓厚”(S02)。

自山康茶祖节举办以来,在传统报纸媒体及网络媒体的报道中多将茶祖文化与芒景村相关联,作为文化资本的建设者,节庆属性的变迁在社会政治转型中起促进作用^[42],山康茶祖节利用茶祖文化的重构进一步促进了茶经济的发展。正是因为人们创造了纪念的工具,寻找时间和意象来纪念,通过忽略一部分改造一部分,改变了传统的涵义,注入当下的文化表征^[43]。

3.2 茶魂文化经济的符号表征

3.2.1 茶魂文化重构

山康茶祖节的茶魂文化源于芒景布朗族的原始信仰。传统上,芒景村布朗族信奉“茶树是有魂的”,在种植茶树前,茶树种子需经寨中老人或老佛爷念经,选定吉日进行祭拜仪式,卦像显示时间适合方可种植。如果茶树能够顺利生长,证明该地块适合种植茶树,这第一棵茶树便成为该地块的茶魂树,茶园也就成了神山。

“这个茶魂树是这样的,在茶地开辟的时候,种的第一棵茶树是要开光的。把那个种子选好了之后,念完经再往四周种下去。那这个茶魂是什么意思呢,为什么要开光了之后才能种,就说明这个地方原来不是茶园,现在已经变成茶园了。变成了茶园,他就变成了神山,你不能再破坏”(S01)。

茶魂树一旦被确定就代表这棵茶树有了魂,成为这片茶园的主宰,便不能随便采摘,不能乱砍乱伐,每年采茶之前需对茶魂树祭拜供品方可进行采摘。1953年之前,芒景村茶魂树数量稀少,仅有数株,茶魂树上的鲜叶由村中老人采摘,通常由佛爷

或头人加工,制成的茶魂茶用来供神或进贡。1953年之后,茶魂树祭祀仪式停止,茶魂树无人管理,茶魂树或死亡或无法辨认。2004年芒景村重新认定茶魂树,规定每家每块地选择一株,通常选择树形高大、树龄古老、生长良好的茶树作为茶魂树。重新认定后茶魂树数量增多,与认定方式和土地政策有关,过去芒景村由孟连司管辖,茶园只是成片划分,并未细分,茶园数量少;1949年后,土地按人口重新划分,根据土地肥瘦、分布区域搭配以示公平,每家茶园数量增加。

“应该说每一块地有一颗茶魂树,如果说这家人有10块地,那么就应该有10棵茶魂,如果他有一块地,就有一棵茶魂……因为当时他分的时候不是按人口来分的嘛,那个茶地他有好的,不好的,为了公正,他就好的地方分一点,不好的地方分一点,山脚分一点,山顶也分一点,就会出现好几块茶地嘛”(S01)。

山康茶祖节的茶魂文化以“呼唤茶魂”的仪式体现,大祭期间仪式在哎冷山搭建的茶魂台举行,小祭仪式则在民族风情园内的茶魂台举行。参与人员将备好的供物摆放到祭台的供篮上,之后手拿蜡烛围坐在茶魂台四周,老人组织代表开始念经书,念完后在茶魂台大呼3声,参与人员回呼互应。呼唤仪式结束,即进行30分钟左右的民族歌舞联欢,以庆祝茶魂的回归。芒景布朗族认为茶魂同人一样,需要衣食住行,除采茶之前祭拜以外,在山康茶祖节也要请回茶魂同吃同喝。

“(隔)三年才呼唤(茶魂)一次嘛。但是在六神的地方就是每年都要呼唤,呼唤他们来吃来喝。(鏢牛之前)是生的(鏢之后)是熟的,鏢的时候要他们来看,熟的时候要他们来吃。先请他们吃好吃饱,然后我们才能吃”(X01)。

通过呼唤茶魂仪式,茶魂文化得以重构,茶魂信仰得以强化。

3.2.2 茶魂文化表征的经济化

茶魂树传统认定方式融合了种植时间神定、祭神仪式,程序由在人们心目中具有通神能力的老人或老佛爷主持,茶魂茶的生长对古茶园具有先锋开拓作用,无一不显示着茶魂茶具有的神圣内涵。2004年茶魂树的确认标准发生了变迁,与现代社会提倡的发展、富强等意识形态相吻合,选择具有旺盛生命力、生产能力强的茶树为茶魂树,茶魂树数量大大增加,茶地主人主导了这一过程,人们心中

的敬畏之心渐褪。传统上因茶魂树数量稀少制成的茶魂茶数量很少,其实用价值几乎未被提及,主要看重符号价值,茶魂树采摘、鲜味加工、茶魂茶制作、献祭由族群头人或老佛爷主导,普通人无法参与,茶魂茶在供神享用的神圣光环下成为权力的象征。如今茶魂树由茶地主人采摘,采摘之后的茶魂茶交到地方精英手中,由地方精英制成茶魂茶在市场上出售。

“每家的茶魂树上的茶都交到我这里来,那个茶魂树上的茶,那个茶魂树周围的有五六颗也是比较大的,那个他也要采来,送到我这里来。做成茶魂茶以后还要在佛像面前供7天,每天佛爷还要念经,这才成为真正的茶魂茶……茶魂茶出售的,但是要比普通的要贵,贵一两倍的”(S01)。

当前茶魂茶作为祭品、经过颂经等行为,都是作为商品附加文化的手段,茶魂茶不再是神灵享受的祭品,而是人们消费的饮品,成为市场上的商品,茶魂文化成为附加在商品之上的价值属性。茶魂文化使茶魂茶成为与“一般的茶不一样的”茶,文化成为茶魂茶溢价的关键因素。茶魂茶逐渐失去了传统意义上祭品的神圣功能,成为市场上可以销售的商品,文化的意义逻辑遵从于资本逻辑,普通村民在利润的驱使下也在悄然制作茶魂茶,其双重属性内涵产生了变迁,作为实物属性的实用价值与作为符号属性的文化价值成为市场经济下的双重价值因素。

4 文化经济认同的建构

文化是社会建构的产物,文化的变迁实质上是社会意义与价值重构的表现^[44],是文化生产与消费、解构与重构的过程^[45]。传统文化的重构受到社会、政治、经济等影响,是当下对过去的一种重新阐释^[46],传统节庆的重构是在当下叙说过去的立场^[47],在“表面上看是同一个礼仪,其意义可能发生了根本性的改变,这既取决于表演的性质,也取决于礼仪所处的背景”^[34]。现代社会经济话语的强势主导,导致芒景布朗村民重新审视自身的传统文化,重构新的文化认同,以实现文化与经济的对话。

4.1 文化重构的认同

在经济、文化全球化背景下,文化不可避免地不同地区不同民族之间流动,造成地方民族文化向外传播或不同民族文化之间相互影响^[48]。在强

势文化或主体民族文化面前,少数民族文化呈现被同化、被消解的趋势,强势文化的霸凌姿态,势必激起地方社会的联合与抵抗^[49-50]。芒景布朗族在主流文化、强势文化面前重构了自己的茶祖文化、茶魂文化,成为芒景布朗族表征民族文化、强化文化认同的载体。地方是文化重构、节庆被重新建构的原始动力,文化地方性的形成往往受到多重动力的影响^[51]。

“我们这个村是有历史的,是有(茶)文化的,是最古董的”(X12)。

“茶祖在我们这里,说明我们是有茶历史的。以前怕冷种了茶,用不完,要拿出去换米吃的……茶祖节的钱都是我们老百姓(芒景村)自己凑的,一个人20块”(X01)。

“反正这个祭茶祖,(是从)我们这里开始的,我们做了以后,四面八方都在做了,别的寨子啊,别的民族啊,都在祭,但是他们跟我们的不一样,我们这个茶祖,我们布朗族有茶魂,就是阿百腊,阿百是魂,腊是茶的意思”(S10)。

在山康茶祖节的引导下,芒景村布朗族年轻一代民族文化意识觉醒,年轻一代与外界文化交流频繁,对当下的节庆文化重构有了更深的思考,传统与现代的冲突预示着文化的重构是一个动态的调适过程。这同时也证明,全球化进程中地方文化的重构远非是一个去地方化的过程,而是原来地方意义在全球-地方互动体系中解构生产出新的地方意义的过程^[52]。在过去的宣传中,“偏远、边疆、交通不便”代表着贫穷、落后、文明程度不高,边疆地区的风俗习惯、宗教信仰甚至日常生活用具都尽力向主流文化靠拢,以期获得国家和主流的认可。现今随着经济收入的提升,处于边疆地区的人们开始了文化反思。节庆仪式成为少数民族追求民族历史性和灿烂文明意识想象的途径^[53]。

事实上,节庆同习俗一样,并不是永恒不变的,因为即使在“传统”社会,生活也并非永恒不变^[34]。有些节庆被重构出来,不但可以推动当地经济发展,又能促进文明开放程度^[54],反而得到“在地者”的认可,即使是为了旅游经济发展而塑造的文化产品经过一段时间也可能成为当地的文化感知^[55]。在节庆文化重构的过程中,“在地者”的认同是复杂多样的,对地方性的表征呈现多元化,这也推动了节庆不断变迁,人们对文化的认同不断调适。

“(山康茶祖节)大祭以前就是每4年一次,现在

改成3年一次,还是不合适,不符合老传统,应该跟以前一样,4年一次好”(S11)。

“茶祖节必须去,过节每家都要去的。我家我爸要去,他还在那里帮忙呢,我妈有空也会去。我不去了,澜沧有客人来,我下午要去接他们”(X13)。

“今天的我是不去看的,镖什么牛嘛,别镖了,那牛多可怜啊……这边夺了一下,那边夺了一下,太惨了”(X04)。

4.2 文化与经济融合的认同

消费社会时代,文化成为消费社会本身的要素^[56],茶魂茶本身的传说与之后的茶祖山下制作、成为供品、颂经祈福等为实物附加了文化因子,是追根溯源的茶人追求的文化茶,也是游客猎奇的目标。经济利益与文化认同的诉求使得布朗村民自愿将茶魂茶交到地方精英手中。

“我们每家采的茶魂茶都交到S老师那里,一棵茶魂树交4斤鲜叶,S老师是市场价收购,但是茶魂茶卖了之后每斤还要再返村民钱的,是比普通古茶价格要高的……他是对我们好的,不会亏了我们”(X08)。

“就算老板要的货量不够都还要给他(S老师)的,都还要先把他的搞了……S老师没做茶魂茶的时候这些都是作普通古茶卖的”(X04)。

“我们(的茶魂茶)愿意交过去啊,因为他宣传了我们的文化嘛,没有他,我们的茶也不会有现在这样,我们的文化也很没有人知道了”(S05)。

于芒景布朗族来讲,茶魂文化表征着民族文化和历史,文化的经济功能宣示了文化的强大生命力,成为民族认同重要的因素。对他者如普通游客、茶爱好者来说,商品在各个地方都是相同的,不同的是文化内涵,这也反映出福特制生产方式向弹性生产的转变,人们已经厌倦了千篇一律的同质化的产品,转而追求具有个性、文化标签的商品。

“其实茶叶是一样的,(茶魂茶)有文化价值在里面,有象征意义”(Q08)。

理性主义时代,实物在成分结构上都是相同的,不同的是人们赋予其上的文化符号价值。“茶王”“茶后”超高价格的拍出,也是其文化符号的经济价值属性。茶魂茶的推出迎合了这一需求,在他者心目中,“第一棵茶树”的传说、“祭茶祖”的供品、“颂经祈福”的保佑功能成为文化因素经济增值的凭证。

茶魂文化作为地方性意义的表征,在全球化背

景下受到他文化的妥协与抵抗,茶魂文化具有的经济价值在市场背景下存在着协商的过程。在一些典型的论述中认为,现代性、经济全球化导致了传统地方文化的消失,文化呈现同质化。后现代主义以来随着“文化转向”,文化与政治、经济不断地互助、协商,地方文化在全球化背景下被消解与重新生产,文化日益呈现多元与包容^[29]。

“我没买过这个茶(茶魂茶),太贵了嘛,卖的太贵了,他那个就是名气大点……不用去追求这个,要喜欢就来参加活动”(Q09)。

“活动(山康茶祖节)我们不去的,我们就是来爬爬山,看看茶树……不买(茶魂茶),我们就买这家(茶农)的茶,已经买了好几年了”(Q10)。

“他者”对茶魂文化的认同存在着差异,基于经济行为的认同(购买茶魂茶)与基于文化行为(参与节庆)的认同并存,显示节庆蕴含的经济与文化价值。

5 结论

本文通过考察“山康茶祖节”重构的过程和机制,借助文化经济理论,探讨了在市场背景下文化与经济之间的互动关系,分析了节庆文化在经济过程中的价值属性,结果发现山康茶祖节是传统与现代融合的产物。社会经济的发展促使民族文化自醒,为在市场中获得经济话语权,传统节庆文化被消解、重构。“山康茶祖节”的文化重构发展了2大系统:茶祖文化与茶魂文化。茶祖文化成为芒景布朗族表征民族历史传统的载体,也是民族身份表征的要素,茶祖符号的塑造成为大面积古茶园存在的合法性解释,茶祖文化在资源稀缺性占有下成为文化资本;茶魂文化在市场背景下产生了变迁,茶魂树的形象与现代的发展、强大接轨,茶魂茶由传统的注重符号价值的供品到当代作为实物的商品出售,作为实物属性的实用价值和文化属性的符号价值成为市场主导的价值构成(图1)。

在本案例中,以地方传统节庆的重构考察了文化与经济的融合,山康节是布朗族辞旧迎新、族群联欢的活动,“夺”则是为了纪念祖先帕哎冷对族群的贡献,均不具有经济功能。重构的山康茶祖节文化在经济导向下遵从资本逻辑产生了经济价值,传统节庆地方文化的重构得益于茶经济的发展,文化资本的获取成为地方文化形成的外部驱动力,“在地者”民族文化的认同则成为地方文化形成最为深

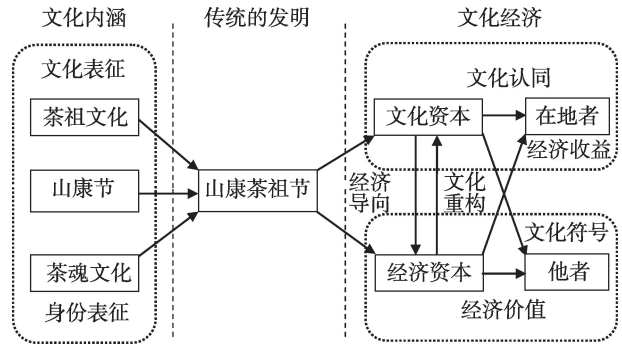


图1 山康茶祖节重构结构图

Fig.1 Reconstruction structure of the Shankang Tea Ancestor Festival

层的内部驱动力。在经济、文化全球化背景下,地方性文化不可避免受到外来文化的冲击,节庆的重构呈现出复杂、动态的特点,地方文化的意义并未真正消失,而是与外部因素结合产生了新的内涵。本文以实证研究回应了文化与经济之间的关系问题,在地理学“文化转向”的大背景下,经济过程根植于文化重构的过程,文化成为经济的象征属性,两者之间的关系在不同时期是变化与不稳定的。

参考文献(References)

[1] Silverman C. The politics of folklore in Bulgaria [J]. Anthropological Quarterly, 1983, 56(2): 55-61.
 [2] 吴郑重, 王伯仁. 节庆之岛的现代奇观: 台湾新兴节庆活动的现象浅描与理论初探 [J]. 地理研究(中国台湾), 2011(54): 69-95. [Wu Peterchengchong, Wang Bonifacio-pojen. The island of festivals: The empirical snapshots and the theoretical groundings of the modern festivals in Taiwan. Journal of Geographical Research (Taiwan, China), 2011(54): 69-95.]
 [3] 甘代军, 李银兵. 金钱、权力与文化: 节日现代性的建构与解构 [J]. 广西民族研究, 2014(6): 106-112. [Gan Daijun, Li Yinbing. Memory, power and culture: Construction and deconstruction of festival modernity. Guangxi Ethnic Studies, 2014(6): 106-112.]
 [4] 刘博, 朱竑. 新创民俗节庆与地方认同建构: 以广府庙会为例 [J]. 地理科学进展, 2014, 33(4): 574-583. [Liu Bo, Zhu Hong. Construction of place identity and created folk festival: A case study of “Yuexiu Temple Fair” in Canton. Progress in Geography, 2014, 33(4): 574-583.]
 [5] 刘博, 朱竑, 袁振杰. 传统节庆在地方认同建构中的意义: 以广州“迎春花市”为例 [J]. 地理研究, 2012, 31(12): 2197-2208. [Liu Bo, Zhu Hong, Yuan Zhenjie. The significance of the traditional festival in the construction of

- place identity: A case study of the Winter Jasmine Flower Market in Guangzhou. *Geographical Research*, 2012, 31(12): 2197-2208.]
- [6] 唐雪琼, 钱俊希, 杨茜好. 跨境流动视阈下的节庆文化与民族认同研究: 中越边境苗族花山节案例 [J]. *地理科学进展*, 2017, 36(9): 1081-1091. [Tang Xueqiong, Qian Junxi, Yang Xihao. Examining festival culture and ethnic identity from the perspective of cross-border mobility: A case study of Huashan Festival at the Sino-Vietnamese borderland. *Progress in Geography*, 2017, 36(9): 1081-1091.]
- [7] 萨仁娜. 仪式庆典中的认同建构与国家的“在场”: 以河南蒙古族的“那达慕”为例 [J]. *青海民族研究*, 2012, 23(1): 20-25. [Sa Renna. Identity-building in the ceremony and celebration and presence of country: Taking Nadam of Henan Mongolians as an Example. *Qinghai Journal of Ethnology*, 2012, 23(1): 20-25.]
- [8] 陶伟, 陈慧灵, 蔡水清. 岭南传统民俗节庆重构对居民地方依恋的影响: 以广州珠村乞巧节为例 [J]. *地理学报*, 2014, 69(4): 553-565. [Tao Wei, Chen Huiling, Cai Shuiqing. Influence of Lingnan traditional folk festival reconstruction on residents' place attachment: A case study on Qiqiao Festival in Guangzhou Zhucun. *Acta Geographica Sinica*, 2014, 69(4): 553-565.]
- [9] 陈振勇, 童国军. 节庆体育的集体记忆与文化认同: 以凉山彝族自治州火把节为例 [J]. *体育学刊*, 2013, 20(4): 124-128. [Chen Zhenyong, Tong Guojun. Collective memory and cultural identity of festive sports: Taking the Torch Festival celebrated in the Liangshan Yi National Autonomous Prefecture for example. *Journal of Physical Education*, 2013, 20(4): 124-128.]
- [10] Chen H L, Tao W. The revival and restructuring of a traditional folk festival: Cultural landscape and memory in Guangzhou, South China [J]. *Sustainability*, 2017, 9(10): 1767. doi: 10.3390/su9101767.
- [11] 万蕙, 唐雪琼. 无羁的快乐, 缺位的道德: 对网络文本中傣族泼水节游客狂欢体验的内容分析 [J]. *旅游学刊*, 2017, 32(7): 99-107. [Wan Hui, Tang Xueqiong. Pleasure without morals: The content analysis of tourists' carnival experience in Water Splashing Festival from travel blog. *Tourism Tribune*, 2017, 32(7): 99-107.]
- [12] Qian J, Tang X Q. Dilemma of modernity: Interrogating cross-border ethnic identities at China's southwest frontier [J]. *Area*, 2017, 49(1): 52-59.
- [13] 唐雪琼, 钱俊希, 陈岚雪. 旅游影响下少数民族节日的文化适应与重构: 基于哈尼族长街宴演变分析 [J]. *地理研究*, 2011, 30(5): 835-844. [Tang Xueqiong, Qian Junxi, Chen Lanxue. Cultural adaption and reconstruction of minority festival activities in tourism development: A case study of Hani Long-Street Banquet. *Geographical Research*, 2011, 30(5): 835-844.]
- [14] 朱兴涛, 张传运. 集体记忆的建构动力及其传承: 以土家摆手舞为例 [J]. *湖北民族学院学报(哲学社会科学版)*, 2017, 35(2): 37-43. [Zhu Xingtao, Zhang Chuanyun. The construction dynamics and inheritance of collective memory: A case study of Tujia Waving Dance. *Journal of Hubei University for Nationalities (Philosophy and Social Sciences)*, 2017, 35(2): 37-43.]
- [15] Waterman S. Carnivals for elites? The cultural politics of arts festivals [J]. *Progress in Human Geography*, 1998, 22(1): 54-74.
- [16] Brennan-Horley C, Connell J, Gibson C. The Parkes Elvis Revival Festival: Economic development and contested place identities in rural Australia [J]. *Geographical Research*, 2007, 45(1): 71-84.
- [17] Oktyabrskaya I V, Okhotnikov A Y, Chernykh A V. "Kamva-2007": traditional culture in the context of the ethno-futuristic festival [J]. *Archaeology Ethnology and Anthropology of Eurasia*, 2008, 33(1): 123-133.
- [18] 李涛, 陶卓民, 刘锐, 等. 南京农事节庆活动与旅游业发展的时空耦合研究 [J]. *人文地理*, 2015, 30(4): 149-155. [Li Tao, Tao Zhuomin, Liu Rui, et al. Study on temporal and spatial coupling of agricultural festival activity and development of tourism in Nanjing. *Human Geography*, 2015, 30(4): 149-155.]
- [19] 马凌, 保继刚. 感知价值视角下的传统节庆旅游体验: 以西双版纳傣族泼水节为例 [J]. *地理研究*, 2012, 31(2): 269-278. [Ma Ling, Bao Jigang. A study on tourist experience of traditional festivals from the perspective of perceived value: An example form Dai ethnic group's Water Splashing Festival at Xishuangbanna, China. *Geographical Research*, 2012, 31(2): 269-278.]
- [20] 邱宏亮. 旅游节庆意象、节庆依恋、节庆游客环境责任态度与行为: 以杭州西溪花朝节为例 [J]. *浙江社会科学*, 2017(2): 84-93, 117, 158. [Qiu Hongliang. Tourism festival image, festival attachment, festival tourist's environmentally responsible attitude and behavior: A case of Hangzhou Xixi Flower Fairy Festival. *Zhejiang Social Sciences*, 2017(2): 84-93, 117, 158.]
- [21] du Gay P, Pryke M. *Cultural economy: An introduction* [M]// du Gay P, Pryke M. *Cultural Economy*. London, UK: Sage, 2002: 1-20.
- [22] 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[J]. 地理研究, 1996, 34(10): 1994-2002. [Zhou Shanygi, Wu Liping, Zhang Ruihong. An analysis of the relation between festivals and production of space. *Geographical Research*, 1996, 34(10): 1994-2002.]
- [23] Jackson P. Commercial cultures: Transcending the cultural and the economic [J]. *Progress in Human Geography*, 2002, 26(1): 3-18.
- [24] 苗长虹, 王兵. 文化转向: 经济地理学研究的一个新方向 [J]. *经济地理*, 2003, 23(5): 577-581. [Miao Changhong, Wang Bing. Cultural turn: A new direction to the study of economic geography. *Economic Geography*, 2003, 23(5): 577-581.]
- [25] 李蕾蕾. 文化经济地理学进展与“项目网络地理学”的提出 [J]. *人文地理*, 2010, 25(2): 1-7, 36. [Li Leilei. The development of cultural economic geography and the emergence of "Project network geographies". *Human Geography*, 2010, 25(2): 1-7, 36.]
- [26] Bourdieu P. The forms of capital [M]// Richardson J G. *Handbook of theory and research for the sociology of education*. New York, USA: Greenwood Press, 1986: 241-258.
- [27] 李和平, 杨宁, 张玛璐. 后消费时代城市文化资本空间生产状况解析 [J]. *人文地理*, 2016, 31(2): 50-54. [Li Heping, Yang Ning, Zhang Malu. Study of the production of space by urban cultural capital in post-consumption. *Human Geography*, 2016, 31(2): 50-54.]
- [28] Oakes T. Eating the food of the ancestors: Place, tradition, and tourism in a Chinese, frontier River town [J]. *Cultural Geographies*, 1999, 6(2): 123-145.
- [29] Oakes T. The cultural space of modernity: Ethnic tourism and place identity in China [J]. *Environment and Planning D: Society and Space*, 1993, 11: 47-66.
- [30] Oakes T. Cultural strategies of development: Implications for village governance in China [J]. *The Pacific Review*, 2006, 19(1): 13-37.
- [31] Parsons G. Civil religion and the invention of tradition: The festival of Saint Ansano in Siena [J]. *Journal of Contemporary Religion*, 2006, 21(1): 49-67.
- [32] 储冬爱. 社会变迁中的节庆、信仰与族群传统重构: 以广州珠村端午“扒龙舟”习俗为个案 [J]. *广西民族研究*, 2011(4): 67-72. [Chu Dongai. The festival, faith and clan tradition reconstructing in social change: A case study on "Dragon Boat Racing" custom in Pearl village of Guangzhou. *Guangxi Ethnic Studies*, 2011(4): 67-72.]
- [33] Crespi-Vallbona M, Richards G. The meaning of cultural festivals: Stakeholder perspectives in Catalunya [J]. *International Journal of Cultural Policy*, 2007, 13(1): 103-122.
- [34] 霍布斯鲍姆, 兰格. 传统的发明 [M]. 顾杭, 庞冠群, 译. 南京: 译林出版社, 2004. [Hobsbawm E, Ranger T. *The invention of tradition*. Translated by Gu Hang, Pang Guanqun. Nanjing, China: Yilin Press, 2004.]
- [35] Hanson A. The making of the Maori: Culture invention and its logic [J]. *American Anthropologist*, 1989, 91(4): 890-902.
- [36] 孙九霞, 吴美玲. 商品化视角下族群内部主体的文化认同研究: 以云南丽江纳西族东巴纸为例 [J]. *中南民族大学学报(人文社会科学版)*, 2017, 37(3): 67-73. [Sun Jiuxia, Wu Meiling. The study on the cultural identity within ethnic group from the perspective of commercialization: A case study of Dongba paper of Naxi Nationality in Lijiang, Yunnan Province. *Journal of South-Central University for Nationalities (Humanities and Social Sciences)*, 2017, 37(3): 67-73.]
- [37] 刘俊, 成天婵. 地方节庆变迁的权力机制研究: 以广东巽寮妈祖文化旅游节为例 [J]. *地理科学*, 2017, 37(8): 1277-1287. [Liu Jun, Cheng Tianchan. Power mechanism of local festival change: A case study of Xunliao Matsu Cultural Tourism Festival. *Scientia Geographica Sinica*, 2017, 37(8): 1277-1287.]
- [38] Shils E. *Center and periphery: Essays in macrosociology* [M]. Chicago, USA: The University of Chicago Press, 1975.
- [39] 高丙中. 民间文化与公民社会: 中国现代历程的文化研究 [M]. 北京: 北京大学出版社, 2008. [Gao B Z. *Folk culture and civil society: Cultural studies of Chinese modern process*. Beijing, China: Peking University Press, 2008.]
- [40] 何马玉涓, 和梦. 民族精英与节日文化重构: 以滇西少数民族地区为例 [J]. *西南边疆民族研究*, 2015(2): 137-144. [He Mayujuan, He Meng. National elite and reconstruction of festival culture: A case study of minority areas in western Yunnan Province. *Southwest Frontier Ethnic Studies*, 2015(2): 137-144.]
- [41] 王加华. 传统节日的时间节点性与坐标性重建: 基于社会时间视角的考察 [J]. *文化遗产*, 2016(1): 23-31. [Wang Jiahua. Reconstruction of time node and coordinate of traditional festivals: An investigation based on the social time perspective. *Cultural Heritage*, 2016(1): 23-31.]
- [42] Snowball J D, Willis K G. Building cultural capital: Transforming the South African national arts festival [J]. *South African Journal of Economics*, 2006, 74(1): 20-33.
- [43] Nora P. *The era of commemoration* [M]// Kritzman L D. *Realms of memory: The construction of the French Past, Volume III: Symbols*. Translated by Goldhammer A. New York, USA: Columbia University Press, 2000.

- [44] 马凌. 社会学视角下的旅游吸引物及其建构 [J]. 旅游学刊, 2009, 24(3): 69-74. [Ma Ling. Tourist attraction and its construction under the perspective of sociology. *Tourism Tribune*, 2009, 24(3): 69-74.]
- [45] 刘晨, 朱竑, 安宁. 文学旅游地的社会文化建构: 以凤凰古城为例 [J]. 旅游学刊, 2014, 29(7): 68-76. [Liu Chen, Zhu Hong, An Ning. The sociocultural construction of literary places: A case study of Fenghuang. *Tourism Tribune*, 2014, 29(7): 68-76.]
- [46] Richard H, Linnekin J. Tradition, genuine or spurious [J]. *The Journal of American Folklore*, 1984, 97: 273-290.
- [47] 龚浩群. 民族国家的历史时间: 简析当代泰国的节日体系 [J]. 开放时代, 2005(3): 114-126. [Gong Haoqun. The historical time of the nation-state: A brief analysis of the festival system of contemporary Thailand. *Open Times*, 2005(3): 114-126.]
- [48] 郑晓云. 论全球化与民族文化 [J]. 民族研究, 2001(1): 9-17, 106. [Zheng Xiaoyun. On globalization and national/ethnic cultures. *Ethno-National Studies*, 2001(1): 9-17, 106.]
- [49] Zhu H, Qian J X, Feng L. Negotiating place and identity after change of administrative division [J]. *Social & Cultural Geography*, 2011, 12(2): 143-158.
- [50] Qian J X, Qian L Y, Zhu H. Representing the imagined city: Place and the politics of difference during Guangzhou's 2010 language conflict [J]. *Geoforum*, 2012, 43 (5): 905-915.
- [51] 唐顺英, 周尚意, 刘丰祥. 地方性形成过程中结构性动力与非结构性动力的关系: 以曲阜地方性塑造过程为例 [J]. 地理与地理信息科学, 2015, 31(6): 120-124. [Tang Shunying, Zhou Shangyi, Liu Fengxiang. Relationship between structural forces and non-structural forces in the process of locality formation: A case of the process of Qufu's locality making. *Geography and Geo-Information Science*, 2015, 31(6): 120-124.]
- [52] 朱竑, 钱俊希, 陈晓亮. 地方与认同: 欧美人文地理学对地方的再认识 [J]. 人文地理, 2010, 25(6): 1-6. [Zhu Hong, Qian Junxi, Chen Xiaoliang. Place and identity: The rethink of place of European-American human geography. *Human Geography*, 2010, 25(6): 1-6.]
- [53] 李靖. 印象“泼水节”: 交织于国家、地方、民间仪式中的少数民族节庆旅游 [J]. 民俗研究, 2014(1): 45-57. [Li Jing. Impression of "Water Splashing Festival": Interwoven in the national, local and folk ceremony of festival tourism of national minority. *Folklore Studies*, 2014(1): 45-57.]
- [54] 兰铁民. 特色节庆文化活动对区域经济和社会发展的影响: 以南宁国际民歌艺术节为例 [J]. 学术论坛, 2003 (6): 90-92. [Lan Tiemin. The influence of cultural activities of characteristic festivals on regional economic and social development: A case study of Nanning International Folk Song Art Festival. *Academic Forum*, 2003(6): 90-92.]
- [55] Cohen E. Authenticity and commoditization in tourism [J]. *Annals of Tourism Research*, 1988, 15(3): 371-386.
- [56] 詹明信. 晚期资本主义的文化逻辑 [M]. 陈清侨, 等译. 上海: 生活·读书·新知三联书店, 1997: 396-419. [Jameson F. *The cultural logic of the late capitalism*. Translated by Chen Qingqiao et al. Shanghai, China: SDX Joint Publishing Company, 1997: 396-419.]

A cultural economy perspective on the reconstruction of the Shankang Tea Ancestor Festival of the Bulang people in Mangjing Village of Jingmai Mountain

SU Zhilong^{1,2}, YIN Duo³, TANG Xueqiong^{1*}

(1. College of Landscape Architecture and Horticulture Sciences, Southwest Forestry University, Kunming 650224, China;

2. College of Agriculture and Forestry, Pu'er University, Pu'er 665000, Yunnan, China;

3. Centre for Human Geography and Urban Development, School of Geographical Sciences,

Guangzhou University, Guangzhou 510006, China)

Abstract: In modern society, cultural evolution follows the logic of capital, and the reconstruction of festivals is influenced by economic forces. Based on the research of the Shankang Tea Ancestor Festival of Bulang people in Mangjing Village, Jingmai Mountain, Yunnan Province, this article discusses the reconstruction process of the invented festival. In order to study the process and mechanism of the festival's reconstruction, four field investigations through participatory observation and non-participatory observation were carried out respectively in January 2015, April 2016, April 2017, and January 2018, and in-depth interviews were conducted with 38 local residents, government officials, and tourists. Empirical findings indicate that the festival reconstructs two main cultural systems of the Bulang people—the Tea Ancestor culture and the Tea Soul culture. The culture in festivals has become a cultural symbol in the market economy and has produced economic values. Economy becomes the external power of the construction of local culture and the native people's cultural identity becomes the internal driving force. The festival represents the local ethnic minority culture, promotes the development of tea economy, and improves the livings of local inhabitants. The Shankang Tea Ancestor Festival successfully integrates culture and economy, which in turn enriches the connotation of the festival. The study explored the cultural reconstruction of traditional festivals through an economic perspective and deeply revealed the evolution of meaning, which expands the theoretical research of traditional festivals.

Keywords: cultural economy; cultural capital; Shankang Tea Ancestor Festival; reconstruction; Mangjing Village