

社区营造视野下乡村建设调查报告

——以湖南省靖州县地笋苗寨为例

刘金标¹ 翁 艳²

(铜仁职业技术学院 贵州铜仁 554300)

【摘要】乡村要实现长期永续的经营,必须要源自其自身强大的内生动力方可行稳致远。本文以湖南省靖州县地笋苗寨发展调查报告为依据,从社区营造的“人”“文”“地”“产”“景”“史”“神”七个角度进行分析研究,试图总结乡村振兴发展中存在的问题,为社区的进一步发展贡献力量。

【关键词】社区营造;乡村建设;文化自觉

DOI: 10.18686/jyyxx.v3i11.61496

1 地笋苗寨概况

地笋苗寨位于靖州苗族侗族自治县地笋村,面积约174.23平方公里,平均海拔431米,距县城38公里,下辖行政村8个,村民小组46个,其中苗族、侗族居多。现有居民120户,苗族占98%左右,是我国苗族五大支系之一的“花衣苗”聚居区,也是苗族歌鼩的发源地。

2 社区营造视野下的地笋苗寨

乡村要实现长期永续的经营,必须要源自其自身强大的内生动力方可使然。以地笋苗寨为例,从社区营造的“人”“文”“地”“产”“景”“史”“神”七个角度进行分析研究,试图总结经验,发现问题,为社区的进一步发展贡献力量。

2.1 社区营造中的“人”

人是文化的主体,文化是人的生存方式,没有人的参与一切都变得没有意义。地笋苗寨的旅游开发在很大程度上就是社区领袖,“能人”带动的作用。

地笋苗寨于2007年开始搞旅游,时任村支部书记丁思干(现在被提干到乡里面做乡人大主任)提出“要想富先修路”的设想。于是,他先集资修路,当年开始动工,开发苗寨,主动促使民族文化与旅游开发相吻合,地笋苗寨的名气与一档亲子类电视节目的拍摄有很大的关系。由于丁思干被调到乡里面工作,村里面的社区发展工作变得不再有向心力,各个群体没有发挥出应有的作用,比如说,苗寨有十几个老党员,并且都是有一定的能力和文化程度的,如何振富、丁震林和刘才贵等,他们都可以为社区发展贡献力量,但由于现在上级参与的过多,致使他们没有话语表达的平台,在某种意义上,村里面领导成了上级单位的执行者,主观能动性都谈不上,苗寨修路是上级定的,村里面的人几乎不知道要做什么,主人翁精神完全没有体现出来,村民都成了在自己村寨上打工的人,这显然是不利于社区发展的。

2.2 社区营造中的“文”

靖州是苗族歌鼩的故乡,寨里还没有学堂时,苗民无人识字。生产、生活中记事俱以各种符号或物代替,记歌、

编歌只是靠口头传承。自清嘉庆十二年(1807),寨里有第一所学堂,苗族地区开始出现了一批既懂苗歌又识汉文的苗族文人。这种双重身分促使他们开始采用汉字记载苗族歌鼩,这样,一卷卷苗族歌鼩手抄本便流传于世,苗族歌鼩也被推进了一个新的发展阶段。

“鼩”是击鼓的声音,“歌鼩”原来是“多声部苗歌”的一种,即男女对歌时唱的一类歌曲,而这种歌贯穿于苗民各种生活场景之中,由此,它成为多声部苗歌的代表,而后约定俗称,苗民便把“歌鼩”视为多声部苗歌的总称。

2.3 社区营造中的“地”

在地笋苗寨看到最多的是树木,稻田环绕,树木满山几乎成了这边的常态,而靠山吃山、靠树用树,这边的人们具有很强的地方性知识。在众多的树木中,地笋苗寨的人对杉树情有独钟。地笋苗寨很多的建筑物都是用杉树建造的,例如,寨门是杉木的,房子是杉木的、风雨桥是杉木的、凉亭是杉木的、池塘边的围栏是杉木的,每家每户的柴房里面也是各种各样的杉木制品。

2.4 社区营造中的“产”

寨里苗族主要食用大米、小米、玉米等。传统苗区耕作方式较为粗放,粮食产量相对较低,常常辅以薯类等杂粮。荒年,还需上山挖蕨根加工成“芒粑”充饥。苗家一般都还习惯于腌制一些农产品,同时,把旺季吃不完的菜加工为干菜,以备淡季食用,如大菜、蕨菜、笋子等。尤以干笋子腌肉炒食,更美味可口。每到冬天苗民便把猪肉、牛肉、羊肉以及猎获的兽肉,切成1—2公斤块状,拌以食盐和佐料,沤几天后挂到火坑上炕成香味扑鼻的腊肉,它是苗家过节和待客之佳肴。在苗族聚居的山区,主要以茶油、核桃油为主要食用油,并杂以菜油、猪油等。

2.5 社区营造中的“景”

地笋苗寨是一个美丽的地方,稻田环绕,群山拥抱,一条小河从苗寨流过,小河上有风雨桥三架,坐在花桥上,清风徐来,俨然是人生难得的一种享受。在地笋苗寨有三个风雨桥、三个凉亭、一个鼓楼、另外有一个茶棚。在调查的这半个月的时间里,只要你走到风雨桥上,几乎都有人在那里乘凉,炎炎夏日,自己屋子里很热,但是风雨桥

上不热,在家里聊天可能会打扰到家里的其他成员,而到风雨桥上就不会,在很大程度上,风雨桥成为苗寨人民情感沟通和信息交流的主要场所,大家在风雨桥上谈笑风生、谈天说地、谈古论今。三个花桥也各有分工,第一个寨门的位置几乎每天都有唱拦门酒的工作人员在那里接待客人,第二个和第三个主要是村寨上来生活所用。茶棚,是苗寨男女青年友谊的桥梁;鼓楼,苗乡标志性的建筑,是苗族村寨中心的公共建筑,是一个民族和村寨的象征,

2.6 社区营造中的“史”

地笋苗寨最早来的姓氏为吴姓,吴姓在这边住了已经近五六百年(二三十代)的历史,之后是丁姓、何姓以及其他姓氏的迁入。其中刘姓为最晚迁入的姓氏。

最早来到这个地方的人住在村子对面的山上,是没有水田的,只能打山,在山上种包谷之类的,后面因为国家混乱,会有强盗出发,于是寨老就请他们到寨子上来住,强盗就不敢进来了,何姓住的地方是钟灵山,曾经在那边修了一个庵堂。这边的山都是九龙山和钟灵山的山脉。吴姓从远口搬过来已经经历了二三十代人了。

刘姓差不多在1948年来到寨子上做长工,和现在打工基本上是一个性质的,这里人的流动性一直都是比较大的,很少有人群世代都在一个地方生活。所有人都是从外面迁进来的,所以不要乱说话,不要因为别人新来就说别人,因为别人来的晚就骂别人,因为大家都是从其他的地方迁过来。

2.7 社区营造中的“神”

苗族认为万物皆有神性、万物皆有灵,锹里苗族受外来文化影响较小,不专信什么教,主要在原始“万物有灵”的宗教信仰影响下,产生了对大自然的崇拜、特别是信神信鬼。“土地庙”“山神庙”“树神庙”随处可见,善有善报、恶有恶报,对因果报应深信不疑。

3 对地笋苗寨社区发展状况的反思

3.1 达成共识、凝聚力量、提高居民参与程度

地笋苗寨旅游开发的主要发起人之一是原地笋村党总支书记丁思干(现任三锹乡人大主任),在2007年前后就陆续的动用各种资源修路、修鼓楼、修风雨桥,用各种方式促使旅游开发的顺利进行,但与此同时,存在的问题是蛋糕的分配不均,从旅游开始就存在有的快、有的慢、有的得、有的不得的问题,据调查,其他小组的村民对苗寨旅游开发有颇多言词,因为苗寨的开发不会给他们的生活带来任何的改变,而且在某些项目的运作过程中,侵害了其他组的利益。一组和二组之间,村民和村民之间也存在不同程度意见相左的情况,如何再次统筹大家、合理引

领大家共聚力显得尤为重要,当然这种种问题与旅游开发刚开始进行还不是很成熟有关,随着开发的深入和经济的不断提高,相信会有某种程度上的改善。

3.2 注重旅游产品的开发与发挥文化自觉

想要将地笋苗寨打造成“一村一品”的旅游产品,让自己的文化更有魅力,除了无形的文化,有形的产品也是必不可少的。旅游产品的开发也是社区发展的当务之急,走进地笋苗寨的确可以欣赏到比较优美的自然风光,鼓楼耸立,小河流淌,风雨桥上好乘凉,杉树竹林山上坐,风吹稻花香,但除了自然景观和人文景观之外我们很少看到其他的旅游产品,如小的纪念品、小的生意、手工制品等,这样就使得游客除了吃顿饭,什么东西都没有带走。

3.3 留住本寨人,吸引外来者。

人口老龄化、空巢老人、留守儿童现象在地笋苗寨同样比较明显,由于旅游开发还在进行当中,游客接待的稳定性较差,目前而言,仅仅依靠旅游来养家糊口显得不那么现实。外出打工者居多,“抱着金碗要饭”在很大程度上是因为开发的力度不够,并且没有从实质上发挥老百姓的主观能动性。同时,仅仅依靠本村寨的人员,力量毕竟有限,并且本村寨的人员文化程度相对较低,视野与知识储备相对滞后,所以要吸引外来的人员到苗寨搞建设,不管是让本地人给外地人打工亦或是外地人给本地打工则显得不是那么重要,重要的是让本村的人都过上较好的生活,底线就是本寨的人可以在家里面发家致富,而不再需要跑到广东、浙江等地去打工。

4 结语

地笋苗寨自然风光秀丽、人文景观优美,物产丰富,民风淳朴,就三锹乡而言,其发展程度相对于周边的其他村组来说是比较先进的,然而在发展的过程中我们同样也看到种种的问题,问题的存在很大程度上是因为我们没有从自身文化中的“人”“文”“地”“产”“景”“史”“神”七个方面进行深入地挖掘,事实表明其开发和发展还需要更多方面的人员参与其中、共同努力,将地笋苗寨的社区营造一直经营下去。

作者简介:刘金标(1988.5—),山东无棣人,在读博士生,讲师,研究方向:伦理学与思想政治教育;翁艳(1972.05—),贵州铜仁人,侗族,副教授,研究方向为思想政治教育教学。

基金项目:本文系铜仁职业技术学院院级课题:社区营造视野下的乡村建设研究(课题号:tzky-2019-sk01)。

【参考文献】

- [1] 罗康隆.社区营造文化下的乡村文化自觉[J].中南民族大学学报, 2015(5).
- [2] 陆湘之.锹里文化探幽[Z].地笋苗寨旅游开发投资有限责任公司, 2016.