

非物质文化遗产视野下的民间艺人

——以祁县农村“跑事筵”艺人为例

钱永平

〔摘要〕在晋中祁县、清徐、太谷县一带，有一批常年在婚丧嫁娶仪式场合进行吹打和戏剧表演的“跑事筵”艺人群体，他们的表演是祁县农民最重要的一项文化消费。与相关非物质文化遗产代表性传承人相比，这一群体无形之中担当起推广和传播晋剧、祁太秧歌等传统戏曲的角色，培育了民间戏曲受众。保护应重视一项非物质文化遗产顺利传承下去时涉及的各阶层群体及其作用，调动其积极性，推动非物质文化遗产的自我良性传承。

〔关键词〕“跑事筵”艺人 文化消费 消费受众 非物质文化遗产保护

〔中图分类号〕G122 〔文献标识码〕A 〔文章编号〕1674-0890(2014)02-060-07

在我国现在的非物质文化遗产（以下简称“非遗”）保护实践中，国家确立了国家级、省级、市级、县级四级名录保护体系，指定了相应的代表性传承人，以确保非遗活力和传承后继有人。但这是否是非遗保护的全部？如果非遗保护资源仅仅向少数代表性传承人倾斜，这意味着非遗传承所依赖的社会力量会越来越薄弱。在当代各种流行文化盛行的情况下，有一些非遗项目之所以还能保持一定的活力，是因为还有一批在政府扶持体系之外且数量庞大的民间艺人，他们依靠自己掌握的非遗养家糊口，在真实的生活中显示出顽强的生命力。

美国人类学家斯图尔德（Julian Steward）认为，人类是通过文化认识资源，通过技术获取资源，这是人类创造性适应环境的过程，文化生态学旨在“解释具有地域性差别的文化特征及文化模式的来源”。参照这一概念，非遗文化生态主要

指特定区域内以非遗为核心的各类文化事项、文化传承者与周围环境等要素组成的动态平衡的共生系统，侧重构建文化与社会和谐关系的共生系统，侧重建构文化与社会和谐关系的共生系统，侧重建构文化与社会和谐关系的共生系统。从这个意义上讲，非遗传承是建立在不同社会力量构成的动态演进系统基础之上的，从事非遗相关行业的民间艺人自然是这个过程中不可缺少的社会力量。目前山西许多传统戏曲仍能占有广阔的农村市场，是国营院团、民营院团、临时组合的草台班子等团体共同作用的结果，这些群体的艺术水准有高低之分，其受众群体和经营方式也各不相同，他们和广大民众一起组成了晋中传统戏曲的“文化生态系统”。

本文所要讨论的正是晋中传统戏曲文化生态系统中的草台班子——“跑事筵”艺人。在晋中祁县、清徐、太谷县一带，有一批常年在婚丧嫁娶仪式场合进行吹打和戏剧表演的从业人员，当地人用“跑事筵”^①来称呼这一群体，他们以表演

〔作者简介〕钱永平（1977-），女，山西祁县人，文学博士，晋中学院晋中文化生态研究中心讲师。（山西 晋中，030619）

① 晋中地区把家庭举办的婚丧嫁娶、满月祝寿等礼仪活动统称为“办事筵”，参与事筵吹打和戏剧表演的艺人则称自己是“跑事筵”的。

吹打奏乐、晋剧、祁太秧歌为主,流行音乐为辅。一些研究者以山西上党八音会、晋南丧葬戏、上党梆子等为案例,对类似的草台班子群体进行研究,考察当代传统音乐、戏剧正在发生的变化,将这些变化置入传统音乐、戏剧历史发展脉络中得出艺术学层面的结论^①。黄旭涛则以太谷县“跑事筵”艺人为主,对祁太秧歌与丧葬仪式的互动关系进行过民俗学的研究

与上述研究不同,本文以祁县“跑事筵”艺人发展现状为基础,要讨论的是“跑事筵”艺人在晋中乡村文化消费中扮演的角色,在培育传统戏曲受众群体方面发挥的作用。从非遗保护的视角看,“跑事筵”艺人是晋中农村文化产业的主体力量,是传播推广晋剧、祁太秧歌不可缺少的力量。

一、祁县“跑事筵”艺人发展现状

祁县古为“川陕通衢”之地,是山西重要的交通枢纽之一,目前人口约26.7万,其中农业人口21.2万。在祁县约有100多人专门从事“跑事筵”生计,穿梭于晋中平遥、祁县、清徐、太谷、榆次等县市。其中一支“跑事筵”班子的10名骨干成员中,两位是女性,戏曲行当分别是青衣、须生,一位男花脸,其中只有青衣演员在戏校学习过,其余两位为票友;乐器演奏人员有7位,均为男性,分别为鼓师、琴师及唢呐、马锣、鼓、笙、铙钹、电子琴伴奏人员,主要通过家传和跟师途径学得演奏技艺。这一班子的民间艺人年龄集中在45岁左右,40岁以下的仅有两位,分别是38岁的唢呐吹奏艺人和27岁的鼓师。

这些人大部分是在20世纪80-90年代学习戏曲表演和戏曲乐器演奏的。调查中问及他们为何选择这一行,多数人的回答是喜欢或受家庭影响

而走上这条路,期望自己的表演有一天能获得人们的认同。这不难理解,电视普及度不高的20世纪80年代,是戏曲发展繁荣的时期,当时出色的戏曲演员是“台柱子”,也是乡民心中的明星,各村争相请这些人来表演,这样的待遇是极具吸引力的。好景不长,戏曲演艺行情急转直下,许多剧团解散,更多的人加入了“跑事筵”队伍,技艺的学习是辛苦的,但回报却越来越差,因此,这一群体中30岁以下的年轻人便越来越少了。

这些成员都是祁县本地人,其中郝俊生是承揽生意、召集其他成员的“揽头”,他形容这一角色就是“包工头”。郝俊生初中毕业后,1992年在家长的影响下,去了柳林县某剧团跟着师傅学习“唢呐”吹奏。2000年起,开始以“跑事筵”为生,有生意头脑,后经常出面承揽婚丧仪式上的表演之事,慢慢地成为“揽头”,出资购置了“跑事筵”所需要的音响、电子乐器等设备,作为个人资产方便携带和保管。

郝俊生说,从事这一行业,主要是出于生计和生活便利上的考虑。如果随剧团演出,常是很长时间都无法回家,而他的两个孩子正在上学,家里许多事情都需要他及时处理。从事“跑事筵”生意,他基本可以保证每天下午回家,照顾家庭;原因之二是剧团工资数额是固定的,拿到的报酬远不如“跑事筵”的收入高。他的考虑是,等孩子长大考到外面上大学时,不需要大人操心,而他也不想主动揽婚丧事筵的生意时,会考虑随剧团演出。

“跑事筵”生计行情与各县人生礼俗、季节有密切关系。在晋中,平遥县红白事均会请吹打或祁太秧歌、晋剧表演。祁县、太谷一带则通常只在丧事中才有吹打或戏剧表演。立冬后的生意最旺,2013年农历11月,郝俊生的班子有23天都

^① 王亮,赵海英,郭威《上党八音会现状调查》,《文艺研究》2009年第9期。孔美艳《民间祭奠与晋南新编丧葬戏——以〈抱灵牌〉为个案》,《文艺研究》2011年第5期。路畅《民间戏曲的传承与保护问题——基于上党梆子的调查分析》,《文艺研究》2013年第1期。卫才华《山西高平八音乐班与民俗礼仪细乐调查——兼论新时期乡民艺术的传承特点》,《文化遗产》2013年第4期。

有丧事出殡日的表演^①，还推掉了许多婚事筵表演。立秋后，以婚事筵居多，春、夏两季的生意则比较清淡，2014年农历3月初一到廿三，郝俊生有12天在外跑事筵^②。在十几年的时间里，郝俊生班子去过祁县大部分农村，去过每个村子的次数已无法统计，在这个过程中，祁县许多村子的人和他們已非常熟悉，提起事筵表演时总会提到“二俊”，即“揽头”郝俊生的小名。

在每次的“跑事筵”活动中，找哪些人搭班“跑事筵”，主要由“揽头”决定，辅以成员是否愿意承接此次事筵表演，敲定成员后，大伙就从各自居住地前往事筵主家。由于对事筵表演的要求并不高，艺人只须保持一定的表演水准，这些成员无须像那些专业剧团要提前排练以求协调，他们的默契是在一次次的事筵表演中形成的。当然同等价位下，表演水准高、口碑好的“跑事筵”艺人会更受欢迎。“跑事筵”艺人到达主家后，先是确定表演场地，通常是根据主家院子的格局，着眼方便实用性，他们会选择便于接拉电线、安放音响乐器设备的场地来表演；如果院子小，便选在主家所处的街上搭棚表演。婚嫁是在迎娶那一天进行表演，丧葬则是在出殡当天进行表演，直到主家出殡队伍快至墓地时结束。在当天的表演时长上，冬季通常是从上午9点到12点，下午是2点到4点左右，夏季通常是从上午8点到12点，下午表演时间变化不大，一般是表演1个小时，休息10-20分钟，或者是轮流休息。

事筵上表演的内容多为民众喜欢的吹打乐、晋剧名家唱段和祁太秧歌戏。戏曲唱段主要来自晋剧老八本（《打金枝》《三关点帅》《下河东》《狸猫换太子》《双官诰》《卧虎令》《火烧庆功

楼》《金沙滩》），以及《忠报国》《走山》《三娘教子》《芦花》《算粮》等剧目；祁太秧歌大部分曲目由于表演时间比较短，剧目数量比较多，通常视当天到场的艺人擅长的剧目灵活而定，大多以青衣、花旦演唱的剧目为主，如《苦伶仃》《上坟》《割田》《算帐》《看秧歌》《奶娃娃》等。在表演传统音乐和戏曲的基础上，按目前的行情，艺人们会增加流行歌曲的演唱环节，曲目不限，但会选择节奏感特强，能带动现场情绪的流行歌曲。

他们表演时只从大方向配合主家仪式即可，如婚嫁场合当然不能唱悲戏，在具体的表演内容安排上则有着很大的自由度和灵活度，能说明这一问题的一个例子就是在丧葬仪式上表演的悲戏，虽有着配合仪式的一面，但更深层次的原因在于人们喜欢艺人那种形神兼备，以假乱真的哭戏表演。如果某位艺人哭戏演得不好，主家和村民便不会要求在丧葬仪式上唱哭戏。许多时候，艺人是否唱错，出现漏台词，段子的失误，也不会成为主家为难“跑事筵”艺人的借口。这种情况说明，晋中地区事筵上的表演与仪式的关系是比较松散的。

在每次“跑事筵”活动中，成员的成本投入主要是交通费用。艺人的伙食由主家承担，每次“跑事筵”的收入视以下两种情况而定：由7-8人组成的吹打班，主家需要支付1200元左右的费用；由10人组成的有器乐伴奏的戏曲歌曲表演则在1600-1700元上下浮动。“跑事筵”成员内部的收入分配遵循一套默认的规则，“揽头”抽取此次总收入的四分之一作为中介费，联络他们的村

① 郝俊生2013年农历十一月的跑事筵情况：

初一、初二：祁县前营村；初三，祁县瓦屋村；初六：祁县北谷丰村；初八：平遥下汪村；

初九、初十：祁县申村；十一：祁县城内；十三、十四：祁县城内；十六：祁县北谷丰村；

十七：祁县三合村；十九：榆次郝村；廿十：祁县东六支村；廿二、廿三：祁县北左村；廿四、廿五：清徐西营村；廿六：祁县丰泽村；廿八、廿九：丰固村；三十：祁县城内。

② 郝俊生2014年农历三月的跑事筵情况：初二：清徐北程村；初三：祁县城内；初四：祁县丰固村；初七、初八、初九：祁县瓦屋村；十四：祁县城内；十七：祁县武乡村；十九：文水县榆林村；廿十：祁县东阳羽；廿十一：祁县夏家堡；廿十二：祁县天居村。

里“管事人”约有100元左右的酬谢费。余下的收入再依据艺人的劳动付出平均分配，唢呐吹奏者收入最高，往往高于其他成员的一倍^①。携带音响乐器的成员也可多拿点报酬，以收回这些乐器设备的购买成本。总体而言，艺人每跑一次“事筵”，纯收入在100元上下浮动，揽头则在500元上下浮动。

“跑事筵”生计是在“熟人社会”中发展形成的，这些艺人通过亲戚血缘关系，村落地缘关系揽到生意，能迅速临时搭班，做到“随叫随到”。作为民间最底层的市场演出，“跑事筵”艺人的特殊性在于服务于婚丧仪式，以谋生为首要目标，谋利性特征明显。乡土民众对这一群体也无太大偏见，而是宽容地认为这是一门能生活的本事。与正规、具有专业演艺水平的国营、民营剧团相比，大部分“跑事筵”群体与政府几乎没有交集，没有官方的任何资助，艺术水准也没有被专业鉴定过，尽管他们有的人曾经是剧团的一员。

二、“跑事筵”艺人是晋中农村文化市场的主要力量

在祁县，大部分农村地区的文化娱乐活动是相当匮乏的，看电视、打牌、搓麻将许多农民每天的消遣方式。年龄35岁以上，能熟练使用网络或智能设备的农民并不多见。大部分农村家庭没有购买和阅读纸质书刊消遣时间的习惯。从文化基础设施这一层面看，20世纪70、80年代左右

在许多农村修建的戏台几乎被弃置不用，20世纪90年代末，祁县城内的影剧院被拆除，县城迄今还没有一处可供公众观看戏剧和电影的场所，若有戏曲表演，主要以临时搭建表演舞台为主。

基层的这些文化生活现状是进入国家政策视野之内的，许多新闻报道把农村文化生活与读书室、健身场地、健身设施、棋牌室等文化公共设施频繁联系在一起。但祁县绝大部分农村是没有这样的设施的，即使有，也经常是关闭的。许多由政府买单的送书下乡、戏曲下乡、电影下乡等活动也基本流于形式过场，这已尽人皆知。而演艺水准高但数目有限的国有和民营受经营成本、设备搬运等限制，根本不可能顾及到所有的农村。

与之形成对比，小规模私营演艺团体使得当代农村文娱生活没有完全陷入“真空”状态。从演出费用支付渠道看，此类演出主要分为两类：

第一类是由村委筹措资金支付或企业赞助的戏曲演出。通常在特定节庆、庙会、企业庆典期间进行，为期三天，但必须注意到，有太多不确定性因素如热心此事的乡民，经费筹措，企业领导的意愿等都会影响此类演出能否办成。这两类演出也是农村文化产业^②的主要形式。在祁县，第一类演出以村镇约定俗成的赶会日为主，2013年，祁县在赶会期间唱了为期3天祁太秧歌或晋剧的乡村有23个，为所有赶会乡村总数的30%^③。这一数值并不高，而另一份报告指出，2007年，在

① 在同等条件和相同的时间里，较之其他乐器，唢呐吹奏者要消耗更多的体力。

② 本文所指的文化产业是以生产并销售符合文化概念的产品或服务的产业。

③ 祁县赶会期间晋剧或祁太秧歌演出的村庄如下：

会善村（农历正月十五）南社村（农历正月十八）王村（农历二月初九）

建安村（农历二月十三）大韩村（农历二月十三）原东村（农历二月二十五）

高城村（农历三月十八）东炮村（农历三月二十五）城赵镇（农历三月二十八）

苗家堡村（农历四月初八）前营村（农历四月十二）祁城村（农历四月十五）

秦村（农历七月初四）下申村（农历七月十五）原西村（农历七月二十四）

西管村（农历九月初九）丰谷村（农历九月十八）固邑村（农历九月十九）

马家堡（农历九月二十一）左敦村（农历九月二十四）思贤村（农历九月二十七）

东高堡（农历十月初九）

数据源自2014年2月29日在祁县修缮村的调查，对照一户做生意的人家中保存的一本手抄祁县及周边各县乡村赶会会谱获得。

山西整个文化产业中,传统文化艺术服务年均增速是3.7%,比平均增速低了20.8个百分点^①。这一数据说明整个山西的传统文艺市场演出状况都不乐观。

另一类则是由农村家庭支付,用于婚丧满月的事筵演出。举行婚丧满月仪式,广邀亲朋好友,排场铺张,是人们在社会共同体中用以衡量乡民家业的标尺和宣示、确立社会地位、身份的方式之一,也是乡村民众相互交流、沟通、协调及互动的传统生活方式。婚丧仪式由之成为一种炫耀性的奢侈消费,为当地民众所认可,“跑事筵”艺人的表演是这一奢侈消费的重要组成部分,也早就成为农村家庭的惯常行为。较之企业庆典、庙会期间的演出,由农民私人支付费用的“跑事筵”艺人的演出稳定而频繁,并随着社会变迁,与仪式一起,正不断褪去庄重神圣的仪式色彩,世俗娱乐的特征日趋明显。

作为特定社区的文化表达,婚丧等人生礼俗本身不是面向他人直接出售的文化产品,但依附仪式的“跑事筵”艺人的表演是有商业价值的。他们为婚丧仪式提供演出服务赚钱养家,必须从做生意的角度来琢磨“跑事筵”。“跑事筵”艺人的经营能力、交际能力和在农村乡民中的口碑都会影响到他们能否成功地跑一场事筵。

对当地农民而言,与日常生活物资品的“刚性”消费不同,他们没有直接付费消费“软性”文化的传统习惯,花钱购买只能感受却留不下任何实物的文化内容,在许多村民看来是非常不值的。这一观念至今并无多大变化。在这种情况下,“跑事筵”艺人的角色是双重的,从民俗视角看,“跑事筵”艺人是婚丧仪式功能的承担者;从消费视角看,“跑事筵”艺人借婚丧仪式,向农民提供了一次又一次的现场文艺演出服务。农村虽已经普及了电视,可从电视上观看各类戏曲表演,效果与在现场的亲自体验是大不相同的,“跑事筵”艺人表演便是这样一个平台,满足了许多农民体

验现场演出的娱乐需求。此类表演成为祁县农村家庭自掏腰包的一项重要文化消费。而由农民个体自费购买事筵上的文艺演出,还是其他文化产业仍无法比拟的。

三、“跑事筵”艺人是推广戏曲和培养受众的重要力量

近年来,传统戏曲进入市场自求发展,已是各界基本共识,鼓励传统戏曲与市场体制相适应的文化体制改革也正逐步推进,但缺少受众是最大的困难。然而戏曲商业价值需以受众的经济消费来体现,否则,“产业”二字遥不可及。与消费物质产品的受众培养相比,戏曲受众的培养是一个漫长而复杂的过程。

不管是吹打音乐还是祁太秧歌、晋剧的表演,都是人们通过身体动作直接呈现出来的,并且在某一社会共同体之内表现出独具特色的文化内涵,它们同人的五官感性有密切关系,观者只能通过视觉、听觉把它们输送到自身的内心中,进一步体验其中的内涵。这些溢于身体细腻的唱做念打传递出的意思和情感,倚重感官传输的艺术,只接触一次是难以完全透彻了解的,而是需要重复感觉、消化和反刍,才能完成消费者自身想象空间的提升和享受那种内在的精神体验。

对自身周围文化的感觉、消化和反刍,是一个个体社会化过程的一部分。社会学的研究已经证明,人的性格气质的塑造,文化记忆的形成始于其婴儿期开始的社会化养成过程,这个过程是潜移默化的,成员向周围的家人、朋友、老师学习,也从自己接触到的各种事物中学习,在重复接触熟悉、相同的事物中不断体会到其间的细微差异,逐渐喜欢上它们并形成某种文化品味。在这一过程中,人所感觉到的周围社会氛围影响着个人自我形象的塑造,会对其一生产生持续的影

^① 徐中孟《中国文化创意产业研究》,台北:秀威资讯科技2009年版,第94页。

响。

以文化内容为主的产业也必须遵循上述规律，与那些附加了文化内涵的物态商品不同，文化产品是把只能用心感受的符号、内涵等方面的无形体验转化成经济财富。文化产业不是生产者的自我消费，而是通过市场交换寻求他者的商业消费，与消费者的文化偏好密切相关，即一个人在音乐、戏曲、视觉、文学等方面的偏好及由此形成的消费意愿会直接影响到不同文化表现形式的市场行情。这种文化偏好又是累积重复性的，随着人们对某种文化的不断接触而增强。

在经济状况良好的前提下，一个农村传统节事活动中的演艺通常是一年一次，不难想象，如果仅有此类演出，从次数上就降低了接触传统演艺的频率。在血缘、地缘关系日益淡薄的背景下，比起节庆走亲戚、赶集、企业典礼等形式，农村的婚丧满月礼俗仍是农村不可缺少的民俗，也是最能聚集亲朋好友人流量的场合。经常出现在同一村子不同家庭人生仪式中的“跑事筵”艺人表演为其亲戚、本村乡亲提供了现场反复体验晋剧、祁太秧歌、传统吹打乐的契机和平台，使晋中农村民众自幼年智力发育起便有机会反复浸淫在这些艺术形式中，听久了吹打，看多了戏曲表演，无形之中熟悉了方言音乐唱腔，不经意间已能欣赏戏曲唱念作打的各种内容意义，重复在现场观看这些表演的过程中获得了无穷的回味，亦能牢固地认同其中隐含的深远内涵，有此天赋的人甚至能逼真模仿相关表演。在这一过程中，培育出基数巨大的喜欢甚至痴迷戏曲的民众，他们对戏曲、传统音乐有一定程度的鉴赏水准，推动着传统演艺的表演水准水涨船高。依托传统人生礼仪，“跑事筵”艺人是培育当下祁太秧歌、晋剧戏曲观众的重要力量，是确保祁太秧歌、晋剧生命力的基础之一。

反之，我国的普通正规教育几乎不提供任何传统戏曲音乐的体验，传统戏曲表演与年轻一代的接触被阻断，青少年对戏曲的热爱也就无从谈

起，我们又如何期望他们成年之后主动保护这些传统演艺形式？他们自小接触和体验的是来自电子媒体发送的流行文化，拥有的是欣赏流行音乐的文化能力和品味，这是导致事筵表演中出现流行音乐的直接原因。

在市场体系下，国营和民营的专业剧团虽然代表了戏曲的艺术高度，但这并不意味着这些高端剧团能顺利占有市场，其艺术水准必须通过观众的消费后，才具备产业层面的实质性意义。如果缺少了其他层面的配合，数量有限的优秀团体是绝不可能支撑起一个健康的行业生态的。以农村为主要市场的传统演艺团体，本身没有强烈的自我营销意识，更没有专业的营销机构对其进行传播和推广。随着受众面的不断萎缩，演艺剧团演出收入的下降，抽出专项资金展开营销工作变得愈加困难。

在这种情形下，“跑事筵”艺人为了营造仪式氛围，经常选择戏曲名家的经典唱段和拿手曲子来表演，使得这一地区的民众对晋剧、祁太秧歌保持着持续的现场体验感和熟悉度，这就在无形中扮演了传播推广的角色。得益于这一群体在农村的长年渗透，演艺水准高的艺术团体才能顺利占有这一地区的市场，保持晋剧、祁太秧歌的传承活力。

随着农村文化市场活力的进一步释放，这一群体的活动将会更加活跃。他们与与此同时的不同层次的从业艺人一起，共同培育和发展出具有鉴赏能力的戏曲受众，这是他们对非遗传承产生影响的具体表现，也是乡村礼俗何以是传统演艺生存的土壤的因素之一。

四、启示

当我们看到目前祁县、平遥、太谷一带婚丧事筵上出现的不仅有唢呐、锣鼓，还有电子琴、架子鼓时；不仅有祁太秧歌，还有流行歌曲的火热表演时，以民俗解释仍在传承发展的传统戏曲已越来越不具说服力。或许，仪式的神圣性也没

那么重要，与其说民俗是戏曲的生存土壤，不如说是“跑事筵”群体利用了民俗习惯来养家糊口。换言之，对于当下晋中“跑事筵”群体而言，生计利益与表演能力的关联是居于首位的。注重这些群体的表演水准，注重其与生活的关系，展开艺术学、民俗学方面的研究固然重要，但放到非遗保护的范畴中，却不能单一地突出这些方面，否则在实际中很容易形成对非遗保护观察的盲点。

很多非遗在当代的传承离不开不同社会、经济和人力资源各个环节的密切合作。依赖市场生存的非遗，从传承者习得、传承非遗，到大众对非遗的共享、消费，二者间并不是直接衔接的，而是要经历以下环节：1. 非遗传承者学习、传承非遗 $\longleftrightarrow$ 2. 明晰非遗的使用目的 $\longleftrightarrow$ 3. 传播推广 $\longleftrightarrow$ 4. 交换流通 $\longleftrightarrow$ 5. 传承者自己和大众在接受、反应。这五个环节是循环和相互支援的关系，从非遗产生到输出为大众所认同接受，每一个环节都需要各种不同的经营组织，如果这些组织经营表现上佳的话，是文化产业的优势，也是保护非遗的众多社会力量之一^①。换言之，这些环节上的人及其作为、获得的社会各种资源是非遗传承所依赖的文化生态系统。

当下我国非遗保护从态度、政策、规划、实际操作上都主要集中在非遗传承的“产出”环节，这符合我国现下非遗保护实际状况，但这种“倾斜”如果没有置于非遗整体性保护框架下，便有使非遗生态系统失衡的危险。当前传统演艺类非遗项目保护重点也集中在那些与创作生产直接相关的环节上，对产业链上的传播推广环节还较少关注，某种程度上，可等同于忽略相关受众群体的培育，这是非遗“碎片式”保护的体现。

而市场背景下传统演艺类非遗项目的传承，终极目的在于消费，当此类非遗缺少与消费它们的多层次受众群体的互动时，势必造成该非遗市场生命力的萎缩。没了“忠诚”于非遗的受众，

非遗自身的水准便难以保证，继而违背该非遗传承本质的各种拙劣创作生产也会出现。面对那些艺术价值极高但却没有人认同的非遗，人们还极易形成“保护此类非遗有什么用”的疑惑。

非遗的传播推广作为一种管理手段，恰是把受众与非遗传承者及其创造的非遗恰当地联系起来，以更好地实现非遗传承目标。但附带的许多问题还有待观察和论证，其中之一就是，依赖市场买卖的非遗以什么样的方式和形式来实现自身的传播推广。根据我们现在观察到的事实，显然，不同的非遗，其传播推广的人员主体构成、实施方式是千差万别的。比如青春版《牡丹亭》传播和营销的模式，这一模式成功唤起大学生对昆曲的兴趣。但是青春版《牡丹亭》的制作生产模式根本是大多数戏曲剧目难以企及的。

有鉴于此，当下的保护应从各项正在传承的非遗实情出发，给予由传承社区提供的各项资源、活动以积极的肯定。对晋中国家级文化生态保护区内的祁太秧歌、晋剧及吹打乐而言，以“跑事筵”艺人为代表的民间艺人不是官方指定的代表性传承群体，但他们与那些高水平的表演团体一样是非遗传承群体，他们没有分享非遗名录体系带来的资源（如荣誉、各界肯定以及资金扶助），而是靠自己掌握的非遗技能谋生。如果进入官方非遗保护体系的代表性传承人是红花，他们就是绿叶，没有绿叶衬托，哪来红花的娇美。与国家扶持下的代表性传承人相比，这些奔波于乡村基层的民间艺人，无疑起到了传播和推广非遗的作用。

这也提醒我们，非遗的整体性保护，是发现非遗传承不可缺少环节，整体地审视非遗传承的各个环节上的主体力量，并能善待、善用来自草根的力量。

[责任编辑] 王霄冰

^① 钱永平：《UNESCO〈保护非物质文化遗产公约〉述论》，广州“中山大学出版社2013年版，第289-290页。