
漂浪拉薩：拉薩新住民對西藏印象的觀光凝視與二次凝視

新世代的朝拜者：觀光客與「拉漂」

陳洋

輔仁大學社會學研究所 研究生

第一節 新世代的朝拜者

在大眾旅行不斷發展的過程中，朝拜者幾乎是不可忽視的一群中堅力量，他們形式多變，人員眾多，在各個時代和地域都有他們的身影。十三、十四世的制度化的朝聖者隊伍；又或者是 1950 年代中期到 1970 年代後期的嬉皮士。在如今這個時代，中國也有這樣一批朝聖者，他們帶著相同的目標，走著相同的路線，甚至需要遵照特殊的形式，以到達某個特定的「聖地」，這個群體是西藏地區進行現代旅遊活動的先驅和典範，也透過他們特定的到達方式讓西藏「香格里拉」形象深入人心。

在拉薩街頭隨意走走，就會看到一些人在布達拉宮（布宮）和大昭寺門口聚集，他們騎著專業的山地車，身穿緊身衣，戴著頭盔，面罩和手套，然後雙手舉起單車合影留念。只要上前再追問便會知道他們八成是經 318 川藏公路騎行進入拉薩的。川藏線聞名已久被媒體稱為「一生必須走一次的線路」；「世界上最美的公路」又或者是「世界上最危險的公路」。川藏線上有三種主要的交通方式分別是徒步、騎單車和搭便車，這三種方式有時也根據旅行者自己的意願進行組合。比如徒步和搭車的組合被稱為「徒搭」。而根據每一項交通方式對於身體的挑戰、完成的難度和耗時的長短，新住民及旅行者普遍認為越少使用高級交通工具的方式則完成的難度則越高。

早期的「川藏線朝聖者」因為不滿足大眾旅遊「到此一遊」的觀光形式，開始透過從旅行方式和模式的改變，以追求一種「不同」與「真實性」。所有的觀光者所追求的一直以來都是這種不同的「真實性」。然而從單純的「徒步」、「搭車」和「騎行」到出現「徒搭」和「搭車+騎行」的各種組合，這個過程中逐漸

降低了「朝聖」的准入門檻，讓更多的旅遊者得以進入，也讓早期作為朝聖者的「新住民」們進入大眾旅遊的視線。於是川藏線上的旅行服務和生活設施也逐漸完備。各個「騎友驛站」、「背包客棧」和「驢友餐廳」遍佈所有重要的城鎮，網路上鋪天蓋地的攻略和行程計劃，讓「徒搭者」很容易的便走上一條看似「不同」的道路。這條道路也透過曾經的過路人、網路、媒體、外來者和本地人的共同作用下，讓以往的那種「真實性」漸行漸遠，大眾旅遊者的大量出現則召喚了更多的「方便」和「便捷」。而以往川藏線「費時費力」的特點，也變為一種遙遠的「浪漫想象」，成為塑造獨特「西藏想象」不可或缺的一部分。青藏鐵路的開通讓真實遙遠的西藏真正進入大眾旅遊的視線，川藏線和川藏線上的搭車客和騎行者則讓西藏變的與眾不同，他們透過實際的觀光行動再造了西藏的獨特性與神聖性。

早期的先驅者們，帶著的是對西藏這個遠方的追尋和離開城市的渴望，那麼後期越來越多的「徒搭者」和「騎行者」，帶著的可能只是單純的對於非現代化旅途、危險和遙遠路程的想象。這種想象的出現，也意味著「艱險」的真實性被拆解。因為「艱險」無法真正成為「大眾旅遊者」的體驗，「真正的艱險體驗」永遠都是「先驅者」的特權。選擇一種特殊的交通方式通過川藏線進藏則讓大眾旅遊者有了一種「朝聖者」的體驗，這個體驗的結束或者標誌便是，在布宮門口舉起自己的進藏交通工具「山地車」，來一張大合影。這張合影隨之，變成一個新的「標誌物」被印在明信片，旅遊書和網路上，以此來代表新的西藏意象，召喚更多的大眾旅遊者。

第二節 生活在別處：觀光客與「拉漂」

「大昭寺的門口鋪滿陽光，打一壺甜茶，我們聊著過往」，這句歌詞出自民謠歌手趙雷的熱門歌曲「阿刁」。民謠歌手趙雷以及暢銷書作家大冰創作了一系列與拉薩生活有關的歌曲和書籍。暢銷書作家大冰在《他們最幸福》中稱自己為「第三代拉漂」，在他的微博簡介中也曾寫到自己是「藏漂」（拉漂）。在諸多媒體的報道中，他們本人以及創作的文藝作品被認為是「拉漂」的代言人。

那麼到底誰是「拉漂」。其實到達拉薩后，旅行者便會在相似的情景中不斷遭遇「拉漂」。布達拉宮、大昭寺、和甜茶館組成的拉薩觀光地圖讓遊客這個身份開始遊走在到達之前被設定的場景和位置。八廓街上有磕長頭的朝拜者，也有專為遊客而開設的「工藝品店」；在甜茶館中有和朋友們日常聚會的藏族人，也有等待著獵物上鉤的「拉漂」。他們幾乎在遊客的觀光實踐活動中反復出現，布達拉宮和大昭寺主宰的西藏意象不斷的重構，「拉漂」因為來自內地，卻又被認為是「拉薩本地人」，他們與遊客關係曖昧，「拉漂」形象也逐漸明確起來。

平措康桑是一家青年旅舍，同時也是觀光信息的交流站，「新住民」的孵化器和「拉漂」形象的體驗站。平措主要的人員有，老闆和常駐員工，他們在拉薩生活時間大都在三年以上，他們是拉薩的「新住民」；而「兼職前台」和「義工」往往在拉薩的時間不長，他們很多事透過工作來換取免費的食宿或者是微博的薪水，目的只是在拉薩住一段時間；在與觀光客互動的過程中，「兼職前台」和「義工」則成為了實實在在的「拉漂」。住客們會詢問他們：如何大昭寺和布達拉宮如何到達；最近的公車站在哪裡；附近有什麼好吃的食物；你來拉薩多久了？；怎麼會想來這裡工作？；我想買蜜蠟，但是害怕遇到假貨，你會不會辨認？。這

個時候剛來拉薩的「兼職前台」和「義工」與觀光客的互動中儼然化身成為成為了地方的代言人。他們來自內地，卻在拉薩生活。遊客們希望透過這些「當地人」，獲得更多可靠真實的旅行資訊。遊客們並沒有忘記自己追求「真實」的使命。在「拉漂」與「觀光客」的互動中，他們作為當地人知識的代表者，分享自己的生活經驗，並且像遊客傳遞在拉薩觀光旅遊的技能。比如，哪家餐廳價格比較貴又難吃，要去哪裡買工藝品，如何防止被騙，以及怎麼和當地人相處等。

這些「拉薩在地知識傳播」的場景不僅僅出現的客棧，還會出現在八廓街的工藝品店內，大昭寺廣場上，甜茶館里，餐廳里，又或者是寺廟門口。這個時候，因為「拉漂」作為當地知識的代表，這些看似僅僅是旅行的經驗，成為了「拉漂」們在拉薩的生活經驗。生活經驗的分享者自然被當做的一種生活方式的代表，而「拉漂」則成為了拉薩生活方式的典範。

「拉漂」和「拉薩人」在同一個場景不斷出現，他們一起展開一幅西藏意象給觀光客，而「觀光客」在追求真實源動力下的觀光實踐，不斷的積累經驗，「生活在拉薩」的這種凝視不斷的在八廓街和甜茶館中具象化，他們隨時會「成為拉漂」，這是一種關於「離開城市」，同時開始新的生活的「生活方式」的想象。

參考文獻

- 沈衛榮 (2010). *尋找香格里拉*. 中國人民大學出版社.
- 大冰 (2013). *他們最幸福*. 中信出版社.
- 李明璁 (2014). 從觀光凝視到旅居實作：一個臺灣和日本遊學生的比較民族誌研究. *戶外休憩研究* 27(4): 93-122.
- 吳寅姍, 陳家熙, & 錢俊希. (2017). 流動性視角下的入藏火車旅行研究:體驗、實踐、意義. *旅遊學刊* (12), 20-30.
- 吳偉甄. (2009). 日本旅人 台灣印象—旅行凝視的建構與實作. 臺灣大學新聞研究所學位論文, 1-75.
- Chen, H.-H. (2014). *The making of an exotic homeland: Performing place, identity and belonging on China's southwest borderland*. The University of Wisconsin-Madison.
- Hilton, J. (1960). *Lost horizon*. Simon and Schuster.
- MacCannell, Dean. (1999). *The tourist: A new theory of the leisure class*. University of California Press.
- MacCannell, Dean. (2001). Tourist agency.1(1): 23-37.
- Urry, John. (1990). The Tourist Gaze. *Leisure and Travel in Contemporary Societies*.