

民族文化开发与区域经济发展研究*

以雷山西江为例

李炳昌

(贵阳职业技术学院, 贵州 贵阳 550001)

【摘要】在现代社会民族文化是一种重要的社会资源,开发利用好民族文化这一资源,将会造福于民族区域的人民。民族文化旅游是民族文化得以传承的重要途径,也是促进民族地区经济社会发展不可或缺的重要推手。雷山西江就是通过旅游产业对民族文化进行开发利用,既促进了地区民族文化的传承,又同时促进了区域经济社会的发展,并在一定程度上改变了民族区域内原有的民族文化生态系统,成为民族文化开发促进区域经济社会发展的一个典型案例。

【关键词】民族文化; 区域经济; 旅游产业; 文化生态系统

【中图分类号】F127.8 **【文献标识码】**A **【文章编号】**1673-1891(2014)01-0076-04

1 西江民族文化资源概况

西江,隶属贵州黔东南苗族侗族自治州的雷山县。是一个由十余个依山傍水的苗族自然村寨相连构成,有户籍1260多户,人口5400多人,其中苗族人口占99.6%^[1],是目前我国乃至世界最大的苗族村落,因而人们通常称西江为“西江千户苗寨”。

据考证,西江是目前国内苗族原始生态文化保存较为完整、体量也较大的民族区域,是感知、领悟苗族漫长而艰难发展历史的首选地;并且西江的节庆、习俗的体系完整,是现存的一座活化的苗族文化博物馆,是研究、体验和观赏苗族传统文化的重要基地。

千百年来,勤劳智慧的西江苗族同胞根据土地资源的特点,在村寨周边和河流上游地区开辟出层层上升的梯田,建成保证本民族生存与发展的粮仓;上千栋依山而建、结构独特的木质吊脚楼,随着地形的起伏形成错落有致的建筑景观;在每个自然村寨种植枫树林作为护寨树,以保证本民族的延续与安全;西江苗族同胞还有古朴的服饰、纯朴的习俗、匠心独运的刺绣、优美动听的苗族歌舞、味美淳香的苗家饭菜、沁及心脾的苗家米酒等引人入胜;而十三年一次的牯藏节、每年一次隆重赛春节的苗年等更是蜚声海内外,这些共同构成了西江独有的苗族传统文化,都值得旅游者花费时间与精力去领略、欣赏、体验与研究。

2 西江民族文化开发

西江民族文化的开发在上个世纪90年代就已经开始,由于多方面的原因,至2007年旅游业的发

展仍处于分散的“游击”状态。自2008年贵州省第三届旅游产业发展大会在西江召开后,西江的旅游产业进入了发展的快车道,综合性的旅游产业得以形成,特别是2010年的上海世博会西江论坛,和谐城乡互动发展之后,西江集聚了全国乃至世界的目光,西江的民族文化开发利用进入了一个全新的时代,形成了以旅游产业为总体支撑、带动民族文化开发的发展态势。其主要业态包括了吃、住、行、游、购、娱等几个方面。有以观景为主的游、以文化体验为主的吃、住、娱,以民族文化旅游产品和西江地区土特产为主要消费对象的购等。西江旅游公司围绕旅游六要素的开发与管理而开展业务,饭店业、餐饮业、民族文化旅游产品的生产业、演艺业、营销业、交通运输业、农业生产等行业得到了很大的发展,形成了较为完整的民族文化开发产业链;通过近几年的打造,西江已经成为国家AAAA级景区。

3 西江区域经济的发展

西江通过近几年的旅游开发,已经成为贵州乃至全国有较大影响的民族文化旅游示范区、旅游开发扶贫示范区,从而促进了西江地区经济社会的发展。

据西江旅游公司的统计数据显示,2010年西江旅游公司的总收入为1707.1838万元,2011年共接待游客达56.78万人次,实现门票收入3490.7万元,综合经营收入3998.22万元,同比增长134.2%。2012年,西江村民除参加演出获得的收入外,年底西江旅游公司按旅游经营净利润的15%返还给西

收稿日期 2013-12-09

*基金项目:本文为贵州省教育厅2011年高校人文社会科学研究规划项目的研究成果(项目编号:11GH027)。

作者简介:李炳昌(1963-)男,教授,研究方向:区域经济与开发管理、职业教育。

江村民委,西江村民人均收入旅游资源补偿费近千元。

通过民族文化旅游开发,近几年西江的交通、电力、通信等基础设施得到了很大程度的改善;道路硬化、环境美化、旅游服务便捷化水平得到提升;村寨建设按照民族文化的传承和旅游开发的需要进行统一规划,村容村貌整洁干净;同时人们的思想观念也发生了不同程度地变化,民族文化已经成为促进西江经济发展的重要资源。

4 民族文化开发促进西江发展

4.1 民族文化是西江发展的重要资源

一个地区有着什么样的资源、资源丰富与否是一个地区经济社会发展的基础,影响并制约着该地区经济社会发展的基本走向;西江近年来经济社会的快速发展得益于自身底蕴深厚的民族文化,民族文化是西江今天发展的重要资源;民族文化是民族地区经济社会发展的重要资源^[2]。

4.2 民族文化是西江发展旅游业的优势

西江最具优势的资源是其原生态民族文化和古朴遗风,在回归自然的旅游思潮引导下,原生态的民族文化对旅游者具有巨大的吸引力。相关资料显示,近年以民族文化为主的旅游景点的游客量有较快增长,并且有世界性的客源市场。2012年西江游客结构:省内游客占游客总人数的28.2%,省内客源以贵阳、黔东南、安顺地区为主;省外游客占游客总人数67.9%,主要以湖南、北京、重庆、上海、广东、江苏、浙江、四川、湖北等地为主;港澳台游客占游客总人数2.4%,国外游客占游客总人数1.5%,主要以美国、英国、法国、德国、日本等国家为主。

4.3 民族文化的开发促进了西江的发展

西江通过近几年对民族文化旅游的开发与利用,一方面促进了经济的发展,另一方面又促使当地村民更好地适应社会主义市场经济的发展要求,形成基本的市场意识。相当数量的旅游从业者的前身就是当地的农业从业者,包括部分已丧失从事农业生产劳动能力的劳动者,在传承民族文化过程中,既提高了经济收入,又提高了当地居民的素质;既达到了通过开发民族文化旅游而扶贫的目的,又提升了西江民族文化的社会价值与经济价值。

4.4 民族文化开发促进了西江的社会环境和生态环境的改善

旅游业的发展使西江苗寨站在了世界各民族的面前,也得到了兄弟民族的认可,由于软硬环境的改善和改变,西江村民的自觉性、民族认同性增

强,生活方式也发生了明显的改变,投资环境和社会治安环境一年好于一年;原来以木材为主要能源改为以电力和液化气为主,封山育林得以实现,森林覆盖率由原来的63%提高到86.7%,生态环境得到了恢复和保护;民族文化经济价值的实现是西江地区苗族同胞的共同利益,持久发展是共同愿望,这一利益和愿望的实现,就必须确保社会环境和生态环境朝着优化方向发展,旅游业在文化交流、环境建设和保护上有独特的功效。

4.5 民族文化开发增进了西江民族团结

西江民族文化与西江村民个体、村寨格局是融为一体的,是一个复杂的整体,人人都是资源、个个都是风景、一房一树都是景观;民族文化开发一方面强化了民族文化在村民心中的重要性,西江之所以誉满世界,是因为独特民族文化的存在;另一方面,西江民族文化开发为促进世界各民族文化的交流搭建了平台,促进了本民族文化的认同与多民族文化的交融。

4.6 民族文化开发对西江民族文化具有传播和保护作用

不同地区、不同民族的文化差异,是民族文化得以开发与利用的内在动因,旅游者到西江进行旅游考察,既可以体验西江的民族文化、在体验中产生文化认同感,同时还通过旅游者的离开而将西江的民族文化传播到时旅游者生活工作的区域;西江民族文化的开发带来经济收入可以更大改善民族文化的经费投入,近几年共投入到西江的资金近两亿元,提升了西江的整体旅游开发、发展的硬件水平,促进了文化保护与传承条件的改善。

5 西江民族文化开发存在的问题

5.1 内在因素问题

一是西江青年人乐于接受现代文明和外来文化,对自身民族文化的认同度在不断的降低,鲜有人愿意学苗歌、苗族刺绣,民族文化遗产存在后继无人的危险。

二是村民多以餐饮住宿、手工艺品、歌舞表演等形式单一、技术含量不高、文化内涵不深的形式参与旅游业,旅游产业链难以延伸。

三是村寨总体发展缺少高水平的统一规划,村民的房屋建筑存在私搭乱建、影响整体景观、甚至产生了破坏整体景观效果等问题。

四是旅游产品结构单一、层次浅。单一的自然观光型产品对游客缺乏较深的吸引力,景区内各景点不能形成紧密的联系,使其旅游功能减弱,游程

过短、流速过快、难以留客。

5.2 外在因素问题

一是村民对自身民族文化开发的认识不足,信心缺乏。民族文化开发的动力源泉在村民,由于长期以来缺乏对村民的引导和培训,村民对旅游开发可能带来的后果认识不到位,没有思想、认识和能力上的准备。

二是利益分配的基本格局难以促进西江民族文化旅游业的可持续发展。目前的利益主体是西江旅游公司,村民的利益主要来自门票收入的15%,其它经营性收入不在其中,村民的总体利益占比偏低,这种分配格局没有得到村民的认可,难以促进旅游产业的良性、可持续发展。

三是民族文化开发的主要载体有很大的不确定性。民族文化开发的主要载体是村民自身,村寨、村民们承载着千百年来祖祖辈辈创造并积累下来的民族文化,构成的是一个不可分割的整体。但由于每个村民的思想、行为及行动都有较大的可变性、不可控性,容易造成管理上的混乱,从而影响着民族文化的真实性、可持续性,造成民族文化的难以传承及开发。

四是管理机制难以适应民族文化开发的需要。西江目前缺乏系统而健全的旅游组织机构,村、支两委充当的是临时性协调机构,其民族文化的开发与发展主要是西江旅游公司负责。村民处于一种自然发展状态,村民更多是抱着观望的态度,村寨的精英(如牯藏头、活路头、族长等)没有在民族文化的开发与发展进程中发挥应有的作用。

五是缺乏严格而稳定的建设规划。目前在西江随处可见在建的项目,对项目的开发、建设有较大的随意性,对民族文化旅游资源的开发缺少系统战略发展规划,没有将民族文化旅游资源进行有机的整合,没有严格控制、也控制不住村寨景观的整体结构,许多建设项目是对景观的破坏性。

6 民族文化开发的基本对策

一是强化民族文化的认同。加强村民、特别是苗族青年对自身文化的认同,这一文化认同的基础在于村民认识到民族文化的传承和发展与自身发展的关系。在实际生产生活中真正感受到民族文化开发使旅游业兴旺、使自己民族在发展中整体受益,而不是在活动中唱主角、分配中变配角,更不能成为游客的玩偶、公司的赚钱工具。

二是统筹规划。西江是一个由十余个苗族村落构成的苗族聚居区,对西江民族文化旅游开发应

进行统一规划,使受益者逐步增加。由于目前统筹规划不到位,旅游开发主要集中在中心村落的东部,造成整体发展极不平衡的现象。这不仅使部分村民产生不满情绪,严重影响村民的参与积极性;并且也影响了旅游效益的提升,影响了西江地区发展的协调性。因此,保证各个自然村及村民在旅游产业的发展中受益,一定要统筹规划、整体推进,不能顾此失彼。根据西江的自然条件,可在村寨外统一规划民族生态博物馆、民族餐厅、民族旅馆和民族商品店,把具有民族特色的回廊式民族生态博物馆建成村寨的入口,以此激发游客的旅游热情。

三是调整利益分配的格局。利益分配机制是西江民族文化开发能否得以持续的关键,在其机制的构建过程中,要充分考虑投资主体的多元性、资源结构的多样性、资源主体的复杂性、投资回报的长久性,统筹考虑公司、村集体、村民等几个层面、不同方面的共同利益^[3]。尤其要准确定位民族文化开发的目的,激发村民参与的积极性,提高村民的利益比重。村民的日常生产、生活在不影响旅游总体活动的情况下,可自行安排。在节庆期间,村民应按规定参与相关的民俗活动,并获得相应的报酬,村民也可以通过参股民族生态博物馆、民族餐厅、民族旅馆、民族商品店和民族歌舞团等获得报酬;也可在其中从事相关的服务工作获得报酬,从而提高村民参与的积极性。

四是提升持续发展空间。首先,对西江的环境容量进行合理的测算。每天进入村寨的游客数量必须有一个比较科学合理的上限,除大型活动外,游客总量不得超过村寨环境容量。其次,创设生态恢复期^[4]。在一年中可分段安排时间关闭寨门,使村寨人文环境与自然环境得以恢复,村民也可以调整生产、生活节奏、休养生息,保证旅游资源的可持续性。再次,向游客进行相关的旅游告知,帮助游客了解当地的民风民俗,提升游客对西江民族文化旅游的向往,并形成敬畏意识及尊重的心态,使西江的民族文化旅游与开发步入良性循环的轨道。

五是强化从业人员的培训。西江旅游产业发展的主要软肋集中体现在从业人员的整体素质偏低上,无论是西江本地村民还是从事旅游服务及管理工作的人员,都需要加强培训,给予职业道德、职业知识、职业技能的训练与培养^[5],提高从业人员的整体素质是西江经济社会可持续发展的关键。

注释及参考文献：

- [1]西江千户苗寨旅游发展有限公司.西江千户苗寨景区总体规划[R].2011:12.
- [2]李炳昌.论民族文化开发的基本原则[J].贵州师范大学学报 2006(3):77 - 79.
- [3]焦世秦.边远少数民族贫困地区民族村寨旅游开发研究——以贵州黔东南西江苗寨为例[J].资源开发与市场 2012(7): 76 - 78.
- [4]赵世钊.影响贵州民族村寨旅游业发展的因素——以西江苗寨乡村旅游为例[J].安顺学院学报 2007(4):47 - 48.
- [5]薛玉梅.从社会学和旅游管理体制双角度解析旅游中的社区参与——以贵州西江千户苗寨为例[J].贵州社会科学 2009 (2):65 - 67

Research on Cultivation of Ethnic Culture and Development of Regional Economy Taking Xijiang Town of Leishan County as Example

Li Bing - chang

(Guiyang Vocational and Technological College, Guiyang, Guizhou 550001)

Abstract: National culture is one of the important social resources in modern society. A proper development and utilization of national culture will bring great benefits to people in ethnic regional areas. The ethnic cultural tourism is an important way to inherit national culture. It is also an indispensable important driving force for promoting economic and social development in national regions. Xijiang Town of Leishan County is a typical example of developing and utilizing national culture through the tourism industry, which promotes not only the regional culture inheritance, but also the regional economic and social development. To some certain extent, it also changes the national cultural ecosystem of the ethnic area.

Key words: ethnic culture; regional economy; tourism industry; cultural ecosystem