



21st CENTURY
十一五规划

21世纪全国高等院校旅游管理系列实用规划教材

民俗旅游学概论

梁福兴 吴忠军 主编



中国林业出版社
China Forestry Publishing House



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

21世纪全国高等院校旅游管理系列实用规划教材

民俗旅游学概论

梁福兴 吴忠军 主 编

中国林业出版社
China Forestry Publishing House



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内容简介

全书共分10章,分别介绍了民俗文化与民俗旅游,民俗旅游者与民俗旅游心理,民俗旅游资源的分类与理解,民俗旅游资源分区及其特点,民俗旅游资源的调查与评价,民俗旅游资源开发与规划原理,民俗旅游市场调查与产品营销,民俗旅游展演体验与社区居民组织管理,民俗旅游资源的抢救与保护和全球化背景下的民俗旅游业发展前景等内容。每章都设置了本章概要、关键性术语、章首案例、思考题、经验训练、案例分析、推荐阅读书目和相关链接等栏目。本书的最大特色,是有选择地把民俗学、民族学、文化人类学和旅游管理学等交叉学科的关键性理论知识紧密地结合在一起,精选了大量经典时新的案例穿插其间,既强调对民俗旅游学系统理论知识进行深入浅出地阐释和讲解,又将这些阐释和讲解灵活自如地运用于民俗旅游的资源调查、景区开发、项目规划、经营管理等具体的实践操作过程之中,突出了系统知识传授和经验技术指导,具有理论前瞻性和临场应用性。

本书既可以作为高等院校旅游管理专业的授课教材,也可以作为景区管理人员的培训教材,还可以作为应用民俗学、应用民族学、旅游人类学等其他科研人员、业务人员以及相关企事业单位管理人员的参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

民俗旅游学概论/梁福兴,吴忠军主编. —北京:中国林业出版社;北京大学出版社,2009.1
(21世纪全国高等院校旅游管理系列实用规划教材)

ISBN 978-7-5038-5373-9

I. 民… II. ①梁…②吴… III. 民俗学-旅游-高等学校-教材 IV. F590.7

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第182427号

书 名:民俗旅游学概论

著作责任人:梁福兴 吴忠军 主编

总 策 划:牛玉莲 林章波

策 划 编 辑:郑铁志

责任编辑:吴 卉 翟 源

出 版 者:中国林业出版社(地址:北京市西城区德内大街刘海胡同7号 邮编:100009)

网址:<http://www.cfph.com.cn> E-mail:jiaocaipublic@163.com

电话:编辑部 83220109 营销中心 83227711

北京大学出版社(地址:北京市海淀区成府路205号 邮编:100871)

网址:<http://www.pup.cn> <http://www.pup6.com> E-mail:pup_6@163.com

电话:邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62750667 出版部 62754962

印 刷 者:北京市昌平百善印刷厂

发 行 者:中国林业出版社 北京大学出版社

经 销 者:新华书店

版次印次:2009年1月第1版 2009年1月第1次印刷

开 本:850mm×1168mm 16开本 19.5印张 456千字

定 价:34元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有 侵权必究

21 世纪全国高等院校旅游管理系列实用规划教材 编写指导委员会

顾问：吴必虎（北京大学）
马波（青岛大学旅游学院）

主任：程道品（桂林工学院旅游学院）

副主任：王明星（肇庆学院旅游学院）
曹诗图（武汉科技大学管理学院）
赵恒德（渤海大学旅游学院）
黄远水（华侨大学旅游学院）
吴忠军（桂林工学院旅游学院）

委员：（按姓氏笔画排序）

尹华光（吉首大学旅游学院）
龙京红（郑州大学旅游管理学院）
叶文（西南林学院旅游学院）
朱孔山（山东临沂师范学院环境与旅游学院）
孙丽坤（大连民族学院旅游管理系）
李珍刚（广西民族大学管理学院）
张利民（渤海大学旅游学院）
张淑贤（长春师范学院历史学院）
郑耀星（福建师范大学旅游学院）
胡碧芳（重庆三峡学院工商管理系）
钟永德（中南林业科技大学旅游学院）
耿莉萍（河南理工大学经济管理学院）
郭淑梅（湖州师范学院法商学院旅游管理系）
黄羊山（东南大学旅游学系）
黄解宇（山西运城学院经济管理系）
蒋长春（福建莆田学院旅游学院）
曾明华（福建漳州师范学院管理科学系）
潘贤丽（海南大学应用科技学院）

秘书长：吴忠军（桂林工学院旅游学院）
牛玉莲（中国林业出版社教材中心）
林章波（北京大学出版社第6事业部）

编写人员名单

主 编：梁福兴 吴忠军

副主编：杨絮飞 赖良杰

编 委：(按姓氏笔画排序)

江 军 (琼州学院)

孙 娟 (赣州师范学院)

李广宏 (桂林工学院)

吴忠军 (桂林工学院)

杨絮飞 (吉林大学)

周丽君 (东北师范大学)

忽风云 (南充职业技术学院)

梁福兴 (桂林工学院)

赖良杰 (成都理工大学)

蓝希瑜 (赣州师范学院)

序

1845年,托马斯·库克成立世界上第一家旅行社,标志着世界旅游业的出现。但是作为真正意义上的现代旅游业,则始于20世纪50年代的欧美。从那时至今,旅游从为少数上层阶层所能享受的活动发展到现今大众旅游和社会旅游时代,仅经历了50多年的时间。在这短短50多年的历程中,世界旅游业发展大大超出世界经济总体发展速度,成为世界上最大的产业之一。世界旅游组织的统计数字显示,2005年国际旅游人数首次突破8亿人次,全球平均增长率高达5.5%;2006年国际旅游人数达到8.42亿万人次,同比增长4.5%,超出了旅游业的发展预期。世界旅游组织预测,到2010年,全世界每年将有10亿多人出国旅游。旅游不仅对世界各国的经济发展产生积极而深远的影响,同时它已成为人们生活中的一部分,还是影响人们生活方式和生活观念的一个重要因子。

中国是一个旅游资源大国,有着得天独厚的自然旅游资源和人文景观优势。上下几千年的文明积淀,方圆960万 km^2 的国土,使中国的旅游资源在世界上无与伦比。尽管我国旅游业起步于20世纪80年代初,但经过30余年的发展,中国正从一个旅游资源大国走向旅游接待大国,旅游业在国民经济中的地位和作用日益凸显,其强劲的发展势头为世界所关注。2006年,我国国内旅游人数13.94亿人次,入境旅游人数12494万人次,全国旅游外汇收入339.49亿美元,出境旅游总人数为3452.36万人次。世界旅游组织预测,到2015年,中国将成为世界上第一大入境旅游接待国和第四大出境旅游客源国。届时中国入境旅游人数可达2亿人次,国内旅游人数可达26亿人次以上,出境旅游人数可达1亿人次左右,游客市场总量可达30亿人次左右,居民人均出游可达2次,旅游业总收入可达2万亿元人民币左右。“十一五”期间,中国旅游业将每年新增直接就业70万人、带动间接就业350万人。到2015年,中国旅游直接拉动和间接就业总量将达1亿人左右。

蓬勃发展、无限生机的旅游业,给旅游教育,尤其是高等旅游教育带来了巨大的机遇和挑战。旅游管理是工商管理下面的一个小学科,却面向的是大产业,如何使旅游学科做大做强,更好地为旅游产业服务,为21世纪旅游业发展培养所需各类人才,是每一个旅游教育工作者所要思考的问题。做大做强旅游学科,使旅游教育与旅游产业的发展同步,就必须加大旅游学科建设的力度,其中之一就是要搞好旅游教材的建设。因为,教材是体现教学内容和教学方法的知识载体,是进行教学的基本工具,也是深化教育教学改革,全面推进素质教育,培养创新人才的重要保证。中国林业出版社、北京大学出版社组织全国部分高校编写“21世纪全国高等院校旅游管理系列实用规划教材”就是推动旅游教学改革与教材建设的一项重要举措。

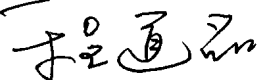
在本套教材的编写过程中,我们力求系统地、科学地介绍旅游管理专业的基本理论、基本知识和基本技能(“三基”),同时也力求将以下理念融入教材的编写中:一是教育创新理念。即

把培养创新意识、创新精神、创新思维、创造力或创新人格等创新素质以及创新人才为目的的教育活动融入其中。二是现代教材观理念。传统的教材观以师、生对教材的“服从”为特征，由此而生成的对教学矛盾的解决方式表现为“灌输式”的教学关系。现代教材观是以教材“服务”师生，即将教材定义为“文本”和“材料”，提供了编者、教师、学生与知识、技能之间的跨越时空的对话，为师生创新提供了舞台。三是培养大学生“四种能力”的理念。教材的编写充分体现强化学生的实践能力、创造能力和就业能力、创业能力的需要，以适应旅游业的快速发展对旅游人才的新要求。四是教材建设服从于精品课程建设的理念。精品课程是具有一流教师队伍、一流教学内容、一流教学方法、一流教材、一流教学管理等特点的示范性课程。精品课程建设是高等学校教学质量与教学改革工程的重要组成部分。本套教材的编写力求为精品课程建设服务，能够催生出一批旅游精品课程。

本套教材不仅是全国高等院校旅游管理专业教育教学的专业教材，而且也可作为旅游管理部门、旅游企业专业人员培训及参考用书。我们希望本套教材能够为培养 21 世纪旅游创新人才做出贡献。

最后，借此机会感谢北京大学吴必虎教授、青岛大学旅游学院马波教授对本套教材的指导，感谢中国林业出版社和北京大学出版社对本套教材所付出的辛勤劳动以及各位参与编写的专家和学者对本套教材所付出的心血！

编委会



2007 年 10 月

前 言

随着全球化、信息化、城镇化和旅游业的不断发展,我国民俗旅游业已经持续不断升温长达 20 余年,现已成为全国旅游经济大潮中一支引人注目的劲旅。目前,我国各地各种类型的旅游资源开发,总体上已经离不开民俗旅游资源的综合利用和开发。大量具有地方性和民族特色,实施规模化和品牌化开发管理的旅游景区及其文化产业,其产品创意来源,多数出自具有鲜活地域特征和浓郁民族特色的传统民俗文化。民俗旅游与观光旅游、历史文化旅游、商务旅游和休闲度假旅游一起,成为我国许多地区促进改革开放、发展地方经济、解决社会就业、建设社会主义新农村和构建社会主义和谐社会的龙头支柱产业,尤其在中西部地区,从省、自治区、市县,到城镇、乡村,人们都对民俗旅游综合效益和美好前景报以极大的热情和期待。近年来,各式各样的民俗旅游景区景点如雨后春笋般纷纷涌现,大有席卷全国之势。宣传民俗旅游、探索民俗旅游、研究民俗旅游的媒体、广告、论文、论著层出不穷。凡是设置了旅游管理专业的高等院校,几乎都开设了中外民俗、民俗学、民族学、文化人类学、旅游人类学等与民俗旅游相关的必修课程、选修课程或专题讲座,内容涉及民俗旅游资源调查、民俗旅游项目规划、民俗旅游产品开发、民俗旅游经营管理、民俗旅游跨文化交流和民俗旅游资源保护等方方面面,在一定程度上满足了在校大学生和相关人士了解民俗旅游、探讨民俗旅游和研究民俗旅游的一些实际需求。但是,经过多年的教学实践证明,这些角度不一、理论不全、各自为政的课程设置,始终未能很好地满足目前旅游管理专业多方向发展的实际需要。近年来,为了解决民俗旅游学教材紧缺的问题,国内部分高校一些具有开拓创新精神的专家学者,曾经陆续编撰出版了几部颇有建树的民俗旅游学课程教材,但是经过试用,大家依然觉得这些教材不是过于学术性和理论化,就是系统性、实用性不够,终显空洞玄奥、难以把握,或捉襟见肘、顾此失彼。缺乏科学、适用的民俗旅游学课程教材,成了民俗旅游业人才培养的一大障碍,使得部分高校重新退回中外民俗、民俗学、民族学或文化人类学等较为成熟的学科课程教学当中。有的高校无奈之下只好以专题讲座或论文指导等形式部分地满足在校大学生对民俗旅游学系统知识理论的渴求,或以“传”、“帮”、“带”等形式个别指导他们进行实践经验操作。

经过多年的教学和实践研究,在大量吸收前人教材、论文、专著等学术精华的基础上,充分综合了多年来我们从事民俗旅游资源调查、民俗旅游景区规划、民俗旅游项目设计和民俗旅游经营管理等方面的诸多成功经验,经过民俗学、民族学、文化人类学和旅游管理学等各方面的专家学者反复酝酿、设计讨论、撰稿修改,前后历时两年多,终于形成了这本系统实用、耳目一新的民俗旅游学教材。本教材在设计和编撰过程中,重点考虑了以下几个方面的特色:① 结构合理性。本教材将民俗旅游学作为旅游管理学整体系统中的—个分支学科进行编撰,充分考虑了学习者的思维特征、认知方法和技能养成等方面的规律,首先对民俗文化和民俗旅游的理论知识结构作了简明扼要地介绍,然后分别从民俗旅游的资源分类、文化分区、内涵理解、资源调查、项目规划、景区开发、经营管理、资源保护和前景研究等方面着重进行技术性和操作性内容的讲解。② 内容先进性。本教材注意采用新角度、新观点、新思路来分析阐述民俗旅游业发展过程中遇到的各种重大问题,适应民

俗旅游及其文化产业化发展和社会科技进步的实际需要,以最新的学术科研成果和教学实践经验来组织安排教材内容。③ 综合实用性。本教材充分考虑了民俗学、民族学、文化人类学和旅游管理学等多学科理论知识协调整合的教学需要,在相当程度上避免了多学科课程交叉重复开设的问题,符合旅游管理专业兼容经济学和人文社会科学于一体的创新型、实用型人才培养模式,其主旨明确、思路清晰、前后连贯、重点突出,对同类教材具有很好的综合替代作用。④ 实践操作性。本教材以地方实用型人才为最终培养目标,以技术、实践、操作、就业、创新、创造等多种能力养成根本任务,紧密结合观光旅游、文化旅游、乡村旅游和生态旅游等多种旅游形式综合探讨民俗旅游问题,强调特色旅游人才的培养与社会广泛适应性之间的协调统一。⑤ 案例针对性。本教材的每一个章节都精心挑选了多个典型的案例,并作了简明扼要的分析探讨,力求教材在系统性、完整性、层次性和递进性的基础上,不乏形象生动、科学有趣,便于诱发思考、操作指导和深化拓展。

本书由梁福兴、吴忠军任主编,杨絮飞、赖良杰任副主编,组织全国7所高校共10名教学、科研一线的中青年专家学者参编。本教材以吴忠军教授研究生课程《民俗旅游学》讲稿为蓝本,并为本教材提供了一批编写材料;梁福兴副教授负责大纲完善、章节细化、全书统稿和补充修改等工作;杨絮飞副教授、赖良杰副教授参与了部分大纲的修订和个别章节的组稿工作。本书各章执笔人员如下:第1章,吴忠军、梁福兴;第2章,杨絮飞;第3章,梁福兴;第4章,忽风云、江军;第5章,杨絮飞、梁福兴;第6章,吴忠军、赖良杰;第7章,赖良杰;第8章,梁福兴、李广宏;第9章,周丽君;第10章,蓝希瑜、孙娟。本书在编写过程中,参阅了大量国内外书刊文献资料和各种调查规划设计报告,在此,对所涉及的作者和相关人士表示崇高的敬意和诚挚的感谢!

由于编者水平有限,书中错漏之处在所难免,敬请各位专家学者和广大读者批评指正。

编 者

2008年5月

目 录

序 前 言

第1章 民俗文化与民俗旅游	1
1.1 民俗文化概述	2
1.1.1 民俗的概念	3
1.1.2 民俗的特征	3
1.1.3 民俗的类别	4
1.1.4 民俗的功能	6
1.1.5 民俗的形成	7
1.1.6 民俗的发展	9
1.1.7 民俗的变迁	10
1.2 民俗研究概述	11
1.2.1 民俗研究的理论学派	12
1.2.2 民俗研究的主要方法	16
1.3 民俗旅游概述	17
1.3.1 民俗旅游的概念	18
1.3.2 民俗旅游的特征	18
1.3.3 民俗旅游的类型	20
1.3.4 民俗旅游的价值	22
1.3.5 民俗旅游的构成	23
1.4 民俗旅游学学科建设	25
1.4.1 建设民俗旅游学学科的 紧迫性	25
1.4.2 建设民俗旅游学学科的 可能性	26
1.4.3 民俗旅游学的学科体系	28
1.4.4 民俗旅游学的理论方法	29
第2章 民俗旅游者与民俗旅游心理	32

2.1 民俗旅游者及其特征	33
2.1.1 民俗旅游者的定义	33
2.1.2 民俗旅游者的特征	34
2.2 民俗旅游者的类型	35
2.2.1 消遣观光型民俗旅游者	35
2.2.2 参与体验型民俗旅游者	35
2.2.3 考察了解型民俗旅游者	35
2.3 民俗旅游者的心理特点	36
2.3.1 旅游决策阶段的心理	37
2.3.2 旅行游览阶段的心理	37
2.3.3 旅游结束阶段的心理	39
2.4 民俗旅游与跨文化交流	40
2.4.1 跨文化交流的概念与特点	41
2.4.2 民俗旅游跨文化交流	45
第3章 民俗旅游资源的分类与理解	52
3.1 生计技艺民俗旅游资源	54
3.1.1 渔猎采集民俗旅游资源	54
3.1.2 草场游牧民俗旅游资源	55
3.1.3 土地农耕民俗旅游资源	55
3.1.4 江海渔业民俗旅游资源	56
3.1.5 百工匠艺民俗旅游资源	56
3.1.6 商贩贸易民俗旅游资源	57
3.2 聚落建筑民俗旅游资源	58
3.2.1 古村建筑民俗旅游资源	58
3.2.2 古寨建筑民俗旅游资源	59
3.2.3 古镇建筑民俗旅游资源	59
3.2.4 古城建筑民俗旅游资源	60
3.3 服装体饰民俗旅游资源	60
3.3.1 服饰装束民俗旅游资源	61

3.3.2 织绣印染民俗旅游资源	61	4.2.2 东欧民俗文化区及其特点	91
3.3.3 人体装饰民俗旅游资源	62	4.2.3 非洲民俗文化区及其特点	92
3.4 茶酒饮食民俗旅游资源	62	4.2.4 东亚民俗文化区及其特点	93
3.4.1 日常饮食民俗旅游资源	63	4.2.5 东南亚民俗文化区及其特点	94
3.4.2 节庆饮食民俗旅游资源	63	4.2.6 南亚民俗文化区及其特点	95
3.4.3 保健饮食民俗旅游资源	64	4.2.7 中东民俗文化区及其特点	95
3.4.4 茶酒礼仪民俗旅游资源	64	4.2.8 美洲民俗文化区及其特点	96
3.4.5 饮食器用民俗旅游资源	65	4.2.9 大洋洲民俗文化区及其特点	97
3.4.6 烹饪艺术民俗旅游资源	65	4.3 中国民俗文化区及其特点	98
3.5 交通运输民俗旅游资源	66	4.3.1 中国民俗文化分区	99
3.5.1 陆路交通运输民俗旅游资源	67	4.3.2 汉族民俗文化区的特点	102
3.5.2 水路交通运输民俗旅游资源	67	4.3.3 少数民族民俗文化区的 特点	105
3.6 人生礼仪民俗旅游资源	68	第5章 民俗旅游资源的调查与评价	115
3.6.1 诞生礼仪民俗旅游资源	68	5.1 民俗旅游资源田野调查的理论与 方法	116
3.6.2 成年礼仪民俗旅游资源	69	5.1.1 民俗旅游资源田野调查概念	117
3.6.3 婚姻礼仪民俗旅游资源	69	5.1.2 民俗旅游资源田野调查方法	118
3.6.4 丧葬礼仪民俗旅游资源	70	5.1.3 民俗旅游资源田野调查技术	120
3.7 岁时节庆民俗旅游资源	71	5.1.4 民俗旅游资源田野调查的 原则	123
3.7.1 岁时民俗旅游资源	71	5.2 民俗旅游资源调查的内容和重点	125
3.7.2 节庆民俗旅游资源	72	5.2.1 民俗旅游资源调查的内容	125
3.8 信仰禁忌民俗旅游资源	72	5.2.2 民俗旅游资源调查的重点	126
3.8.1 信仰民俗旅游资源	73	5.3 民俗旅游资源田野调查的实施	127
3.8.2 禁忌民俗旅游资源	73	5.3.1 民俗旅游资源田野调查的 计划	128
3.9 组织制度民俗旅游资源	74	5.3.2 民俗旅游资源田野调查的 装备	129
3.9.1 家族制度民俗旅游资源	74	5.3.3 民俗旅游资源田野调查的 技巧	130
3.9.2 村寨组织民俗旅游资源	75	5.4 民俗旅游资源的评价	132
3.10 游艺娱乐民俗旅游资源	76	5.4.1 民俗旅游资源评价的概念	132
3.10.1 口传语言民俗旅游资源	76	5.4.2 民俗旅游资源评价的内容	133
3.10.2 舞乐戏剧民俗旅游资源	76	5.4.3 民俗旅游资源评价的方法	136
3.10.3 游戏竞技民俗旅游资源	77	5.5 民俗旅游资源调查报告的编写	142
3.10.4 工艺美术民俗旅游资源	77	5.5.1 民俗旅游资源调查报告的 特点	143
第4章 民俗旅游资源分区及其文化 特点	81		
4.1 文化圈理论与民俗文化分区	83		
4.1.1 文化圈及其相关理论	83		
4.1.2 世界民俗文化分区	87		
4.2 世界民俗文化区及其特点	88		
4.2.1 西欧民俗文化区及其特点	88		

5.5.2 民俗旅游资源调查报告的编写	143	7.2.5 民俗旅游产品的定价策略	209
第6章 民俗旅游资源开发与规划		7.2.6 民俗旅游产品宣传促销策略	211
原理	150	7.2.7 民俗旅游拓展促销及其技巧	216
6.1 民俗旅游资源开发	151	第8章 民俗旅游展演体验与社区居民组织管理	220
6.1.1 民俗旅游资源开发的特点	151	8.1 民俗旅游展演体验活动的组织管理	221
6.1.2 民俗旅游资源开发的对象	153	8.1.1 民俗旅游展演体验活动的理论基础	221
6.1.3 民俗旅游资源开发的原则	158	8.1.2 民俗旅游展演体验活动的类型	225
6.1.4 民俗旅游资源开发的程序	162	8.1.3 民俗旅游展演体验活动的特点	227
6.1.5 民俗旅游资源开发的方法	165	8.1.4 民俗旅游展演体验活动的组织	229
6.1.6 民俗旅游资源开发的模式	166	8.1.5 民俗旅游展演体验活动的策划	230
6.2 民俗旅游规划原理	168	8.1.6 民俗旅游展演体验活动的设计	233
6.2.1 民俗旅游规划类别	168	8.2 民俗旅游社区居民的组织管理	235
6.2.2 民俗旅游规划的原则	171	8.2.1 民俗旅游社区居民管理的特点	236
6.2.3 民俗旅游规划的程序	172	8.2.2 民俗旅游社区居民事务的组织管理	239
6.2.4 民俗旅游规划的方法	174	第9章 民俗旅游资源的抢救与保护	247
6.2.5 民俗旅游规划文本的编制和审批	175	9.1 民俗旅游资源抢救与保护概述	248
第7章 民俗旅游市场调查与产品营销	186	9.1.1 民俗文化遗产的概念界定	248
7.1 民俗旅游市场调查研究	187	9.1.2 抢救和保护民俗旅游资源的意义	249
7.1.1 民俗旅游市场调查问卷的设计	187	9.2 民俗旅游资源保护的历史现状	251
7.1.2 民俗旅游市场调查研究的实施	192	9.2.1 国外民俗文化遗产的保护	251
7.1.3 民俗旅游市场调查资料的整理	193	9.2.2 中国民俗文化遗产的保护	255
7.1.4 民俗旅游市场调查资料的分析	194	9.3 民俗旅游资源抢救与保护的主要对象	257
7.1.5 民俗旅游市场调查报告的写作	195	9.3.1 物质民俗文化旅游资源	257
7.2 民俗旅游市场营销	199		
7.2.1 旅游市场营销的基本观念	200		
7.2.2 影响民俗旅游市场营销的因素	201		
7.2.3 民俗旅游产品的定位策略	203		
7.2.4 民俗旅游产品的组合策略	207		

9.3.2 非物质民俗文化旅游资源	259	10.1.1 全球化引起的文化单一化 后果	279
9.4 民俗旅游资源抢救与保护的基本 原则	264	10.1.2 现代化带来的文化多元化 追求	280
9.4.1 整体性原则	264	10.1.3 现代文明病促进民俗旅游 发展	283
9.4.2 本真性原则	265	10.2 世界民俗旅游业的发展趋势	284
9.4.3 可解读性原则	266	10.2.1 西方社会对异国风情的 追求	284
9.4.4 可持续性原则	266	10.2.2 发展中国家民俗旅游的发展 趋向	286
9.4.5 依法保护原则	267	10.2.3 多元文化需求推动民俗 旅游	287
9.5 民俗旅游资源抢救与保护的方 法措施	267	10.3 我国民俗旅游业的前景展望	289
9.5.1 建立完善民俗文化立法保护 体系	267	10.3.1 改革开放政策促进民俗旅游 热潮	289
9.5.2 建立科学合理的民俗旅游资源 管理机制	269	10.3.2 城镇化进程推动民俗旅游业 发展	291
9.5.3 加强民俗文化遗产保护的宣 传教育	270	10.3.3 西部大开发带动民俗旅游业 西进	292
9.5.4 采用科学有效的方式保护民俗 文化	271	10.3.4 新农村建设带来民俗旅游诗 意化	293
9.5.5 重点保护民俗文化的主要 传承人	275	10.3.5 多种休假制度促使民俗旅游 普及	293
第10章 全球化背景下的民俗旅游业 发展前景	278	参考文献	296
10.1 全球化背景下的民俗旅游业 发展	279		

第 1 章

民俗文化与民俗旅游

【本章概要】

作为本教材的开篇，本章高度概括地介绍了民俗旅游学学科体系四大基础部分的内容：(1) 民俗文化概述，包括民俗的概念、特点、分类、功能、发展和变迁；(2) 民俗研究概述，介绍民俗文化研究的主要理论学派和基本研究方法，同时分析民俗文化研究与民俗学、民族学、文化人类学等学科在理论知识和方法手段方面的相互兼容性；(3) 民俗旅游概述，包括民俗旅游的概念、特征、内涵、类型及其价值等问题；(4) 民俗旅游学学科建设，论述了民俗旅游学的研究对象、学科范围、基本理论和方法技术等问题，确立民俗旅游学作为旅游管理学一个分支学科的地位。

【学习目标】

- 认识民俗的概念、特征、功能和分类；
- 掌握民俗研究的基本理论和方法体系；
- 懂得民俗文化与民俗旅游的紧密关系；
- 明确民俗旅游与其他旅游形式的关系和区别；
- 把握民俗旅游学学科体系结构的基本框架。

【关键性术语】

民俗、民俗的类别、民俗的变迁、民俗传承、大传统与小传统、民俗旅游、民俗旅游学。

【章首案例】

全国各地民俗旅游连年火爆

据《宜昌日报》报道，2006年“五一”期间，宜昌各景区景点以形式多样的民俗旅游活动装点节日的三峡。5月3日，三峡车溪风景区共接待旅游者7600人次，北宋造纸坊、土陶作坊、酿酒作坊、铁匠铺、木榨坊、皮影戏、哭嫁歌、打夯舞、巴山舞、长阳南曲、土家祭祀表演等民俗文化艺术和地方民族风情让旅游者流连忘返。

据山东省日照市旅游局统计，2007年日照市民俗旅游发展迅速，沿海渔村800多户渔民从事乡村民俗旅游服务，开设床位3万多张，1~8月，接待旅游者比去年同期增长30%，床位入住率达80%，旅游收入达2.4亿元。

据北京市旅游局统计，2004年北京郊区民俗旅游接待旅游者已达626万人次，共收入6.1亿元；2005年北京市已建成市级民俗旅游村110个，京郊共有民俗旅游接待户近2万户，5万农民通过民俗旅游走上富裕路；2006年“十一”期间，以“吃农家饭、住农家院、观自然景、赏民俗情、享田园乐”为主题的京郊民俗旅游成为市民节假日

出行的重要选择,京郊民俗旅游共接待旅游者111.2万人次,综合旅游收入达9043.8万元,总体情况呈上升态势。2007年春节,民俗旅游仍是北京的最大亮点,京郊各区县民俗旅游村或独自或联合推出了“学民间艺术”“民俗村里过大年”“爆竹旺旺迎新春”“转灯游庙会”“赏古文化秧歌戏”“体验边关风情”“参观古村古迹古俗”和“游览冬景渔市”等主题鲜明的民俗旅游活动,旅游收入超过往年。

自“'95中国民俗风情旅游年”成功举办以来,全国各地的旅游部门、开发商、地方民众受到民俗旅游新颖奇特、成本低廉、受人喜爱、回报丰厚等因素的强烈刺激,在960多万平方千米疆域内,沿海内陆、边疆海岛、老街古镇、旧寨新村,到处打着“发展经济”“扶贫致富”“建设新村”“创造和谐”等旗帜开展各种各样的民俗旅游开发经营活动。“民俗风情游”“民族风情游”“古村古镇游”“城郊农家乐”“海滨渔家乐”“北京胡同游”“苏州老街游”“山西社火庙会游”“乡村集市游”“传统节庆游”“民间艺术游”“百姓生活体验游”“逛旧货市场”“主题民俗园”“生态民俗村”“民俗博物馆”……名目繁多的民俗旅游、乡村旅游形式大量涌现。什么新颖,什么时尚,人们就追随什么旅游,而“民俗文化”始终是这些不断变换的旅游时尚的核心,甚至“自然观光游”“名胜古迹游”“户外探险游”“自然生态游”等原本界定就比较清楚的旅游形式,也纷纷参与到民俗旅游活动中来,不同程度地进行了一些民俗旅游产品的开发经营活动。如今,中国民俗旅游业与民俗文化产业一起发展,遍地开花、如火如荼。但是,在这场声势浩大的民俗旅游经济浪潮当中,在许许多多的人还没有真正弄清楚什么是民俗、什么是民俗旅游的情况下,名目繁多的“民俗旅游”已经迅速发展起来。其中,有巨大成功的欢欣鼓舞和追风模仿,也有血本无归的垂头丧气和落荒而逃。但是,不管个人和地方的“民俗旅游”是成功还是失败;民俗旅游的浪潮依然继续前进,并成为一种潮流。

到底什么是民俗,什么是民俗旅游,民俗旅游跟其他旅游有什么联系和区别?民俗旅游学应当是怎样一个学科,它究竟研究一些什么问题,怎样研究,怎样建设一个科学合理的民俗旅游学学科体系,以引领令人眼花缭乱的民俗旅游业进入良性、健康、可持续发展的进程?这是本章所要阐述的主要问题。

1.1 民俗文化概述

民俗是人类创造的一种文化形式。“所谓文化,就其广泛的民族学意义上讲,是一个复合的整体,包括知识、信仰、艺术、道德、法律、习俗以及作为社会成员的人所必须习得的其他一切能力和习惯的总和。”(泰勒,1871)民俗文化是一种与社会主流文化、时尚文化、精英文化和官方文化相对应的传统文化、民众文化、生活文化和草根文化,它无所不在,世代传承,相对稳定,却又变化发展。

1.1.1 民俗的概念

民俗一词作为专门的学科术语，是英文“folklore”的意译。1846年英国民俗学会创始人汤姆斯（W. J. Thoms）以萨克逊语的“folk”（民众、民间）和“lore”（风俗、知识、学问）合成“folklore”这个新词，既指民间风俗现象，又指研究这些现象的学问。民间，即民众社会，它是相对于官方而言的；风俗，即民众社会中那些直接创造社会物质财富和精神财富的广大中下层民众所世代传承、相沿成习的生活模式。民俗是一个社会群体在语言、行为和心理上的集体意识和生活习惯的表达。

民俗学对“民俗”这个概念的讨论，自汤姆斯正式提出以来，已有150余年历史。在一个半世纪的历史长河中，历代民俗学家为此作了深入的调查、研究和探讨，并做出了多种角度的解释，仅《民俗、神话与传说的标准辞典》所载，有关民俗的定义就有21种。归纳起来，民俗，即民间风俗，是广大民众所创造和传承的与普通民众现实需要和历史传统紧密相关的生活文化现象。

1.1.2 民俗的特征

民俗是人类社会的伴生物，起源于人类群体生活的实际需要，并在特定的地域、特定的民族和特定的时代不断累积、传承、播布和演变。民俗一旦形成，就成为规范人们的语言、行为和心理的一种基本力量，成为整体社会文化的一个重要组成部分，发挥着对民众社会进行组织、协调和整合等多种作用。不论是中国的民俗、外国的民俗，还是历史的民俗、现代的民俗，都具有以下共同特征。

（1）集体性与模式性

民俗的集体性是指民俗在产生、流传过程中所表现出来的社会共同行为特性。民俗是集体智慧的结晶，不是个人的文化发明和创造。首先，民俗是集体创造的，个人行为须经由集体的全面认可并流传加工才能成为人们的共同习惯；其次，民俗的创新、流传、丰富和完善主要依靠集体行为来完成，通过一代又一代人的传承发展，才形成取向一致、价值协调、蔚为大观的民俗文化景象。集体性是民俗文化永久生命力之所在。由于集体性特点的存在，民俗自然而然地就具有了模式性，或称类型性，即同一种民俗文化在内容和形式上彼此相似或相同。民俗的模式性与上层文化的个性化、独创性不同，它是社会民众世代约定俗成的，并且是共同遵循的集体生活样式和行为方式。在执行时，具有相对统一的程序和套路，具有很强的稳固性，一般不易更改。

（2）传承性与播布性

民俗的传承性，是指民俗在时间上的纵向延续过程，它体现了某一民俗文化的发展历史和变动轨迹。民俗一旦产生，就得到了社会的普遍承认并经久不衰地为人们所承袭。民俗的播布性，是指民俗在空间上的横向传播过程，它体现了某一种民俗在特定社会生活模式中的有用性和适应性。民俗的传播有两种方式：一是民族迁徙，二是飘移采借。如，桂林市每年接待数十万入境旅游者，长期大规模的世界性人口流动，带来了阳朔西街中西合璧的旅游生活情调。长期以来，由于对西方文化的崇尚和追随，使得一些有价值有意义的西方民俗文化飘洋过海被借用到了中国，西服、西餐、洋房、洋节等迅速流行并加入到中国传统的服饰、

餐饮、居民、节庆等民俗文化当中。民俗的传承性和播布性,使得多元民俗文化在相互碰撞、吸收、涵化、裂变过程中得到了丰富和发展。

(3) 稳定性与变异性

民俗一旦形成,会长久地伴随着人们的生产、生活方式流传下来,成为人们日常生活的重要组成部分,这就是民俗的稳定性。民俗的稳定性取决于民俗赖以存在的经济基础和意识形态的稳定性。中国在历史上经历过无数次重大的改朝换代和社会变革,有些民俗随着当时的经济基础消失了,有些民俗则改头换面、补充完善而一直传承至今。如中国传统节日中的春节贴对联、元宵节吃汤圆、清明节扫墓、端午节吃粽子、中元节放河灯、中秋节赏月、重阳节登高、腊八节吃粥等,许多习俗在先秦两汉时期就已经定型并传承至今。而席地坐卧、小脚花轿等民俗却随着时代的改变而消失了。民俗的稳定性是相对的,变异性却是常态的。民俗是靠集体创造,靠口头传播,靠行为传承的,这些特性决定了民俗总是处于不断发展变化之中。变异,实际上是民俗文化自身的调适功能在起作用,是民俗文化传承发展的内在动力的具体表现。因此,存在于现实生活中的种种民俗,大都是古代民俗文化变异传承的结果。

(4) 民族性与地域性

民俗是构成民族的重要因素之一,是一个民族区别于其他民族的重要标志。每一个民族都有自己别具特色的传统风俗习惯。民俗的民族性含义主要体现在两个方面:一是指同一类民俗事象在不同民族中有不同的表现形式;二是指不同的民族由于自身的地理环境、经济基础和历史传统有别于其他民族而产生的风俗习惯。我国有56个民族,分布在全国不同的地理环境中,在漫长的历史发展长河中,形成了丰富多彩的民族民俗文化。“十里不同风,百里不同俗”,指的就是民俗的民族性、地域性和差异性,是民俗在地理空间上显示出来的地方特征和乡土气息。如“南甜、北咸、东淡、西酸”等说法,就大致反映了中国饮食民俗的地方性特点,从而产生了鲁菜、川菜、粤菜、苏菜、浙菜、湘菜、闽菜及皖菜等八大菜系。

(5) 原始性与神秘性

原始性和神秘性是密不可分的。我国的许多民俗产生的历史十分悠久,有的民俗可以追溯到人类社会早期。虽然经过不断的变异和淘洗,但原始遗风依然存在,形成了民俗的原始性特征,并表现出特有的神圣性、隐秘性和象征性。人们在进行类似的民俗活动时,都会或明或隐地感觉到一种超自然的力量在起作用。如,苗族的巫师“上刀山、下火海”似乎能够为死者的灵魂解除罪孽、尽早归宗;江西山区的农民戴着面具跳傩舞,据说可以趋鬼迎神。民俗的原始性和神秘性,主要表现在祭祀、祈禳、禁忌、占卜及巫术等方面。旅游者在古老的民俗村寨里看到的图腾物、神灵像及祖先牌位等,就是民俗的原始性和神秘性的具体反映。

1.1.3 民俗的类别

民俗是一个包罗万象的文化基因库,它的内容一直在不断地丰富和扩展着。不同的民俗学家,因为观察的角度和研究的需要不同,对民俗会有各种各样不同的分类方法(见表1-1、表1-2)。通常情况下,按照民俗的具体内容,一般可以把民俗划分为经济民俗、社会民俗、信仰民俗和游艺民俗等四类。