



吴一文 / 主编

# 文化多样性 与乡村建设

WENHUA  
DUOYANGXING  
YU  
XIANGCUN  
JIANSHE

民族出版社



# 文化多样性 与乡村建设

陈鹤良 著

北京联合大学应用文理学院  
应用文理学院应用文理学院

175

北京联合大学应用文理学院  
应用文理学院应用文理学院

北京联合大学应用文理学院  
应用文理学院应用文理学院

175

# 文化多样性 与乡村建设

主编 吴一文

副主编 邢启顺 罗也

民族出版社



## 图书在版编目 (CIP) 数据

文化多样性与乡村建设/吴一文主编. —北京: 民族出版社, 2008.12

ISBN 978 - 7 - 105 - 09782 - 1

I. 文… II. 吴… III. 民族文化—中国—文集  
IV. K28 - 53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 194797 号

## 文化多样性与乡村建设

---

出版发行: 民族出版社

社 址: 北京市和平里北街 14 号 邮编: 100013

电 话: 010-58130038 (编辑室)

010-58130515

010-64228001 (传 真)

010-64224782 (发行部)

<http://www.mzcbs.com>

投稿信箱: [gongqianlan@sina.com](mailto:gongqianlan@sina.com)

印 刷: 迪鑫印刷厂

经 销: 各地新华书店

版 次: 2008 年 12 月第 1 版 2008 年 12 月北京第 1 次印刷

开 本: 880 毫米 × 1230 毫米 1/32

字 数: 226 千字

印 张: 9

印 数: 1500 册

定 价: 30.00 元

ISBN 978 - 7 - 105 - 09782 - 1/K·1523 (汉 698)

---

该书如有印装质量问题, 请与本社发行部联系退换

# 目 录

导言 ..... 韦兴儒 (1)

## 乡村旅游

乡村旅游与乡村发展 ..... 曹端波 (3)

民族村镇旅游与新农村建设互动关系探究 .....  
..... 石 坚 (15)

民族生态博物馆的理想模式与现实反思 .....  
..... 邱 玮 杨 慧 (28)

民族旅游社区参与的“工分制” ..... 李天翼 (41)

乡村经济中的农民道义与理性计算 ..... 李 丽 (56)

民族村寨旅游开发中的文化生态系统重构 .....  
..... 杨祖华 (78)

论贵州文化旅游与文化保护互动 ..... 李临溪 (91)

论民族传统村落的保护与旅游发展 ..... 龙玉杰 (101)

## 文化建设

农村社区文化分层结构理论模式探索 .....  
..... 邢启顺 张文正 (108)

民族文化多样性与贵州民族村寨的发展 ... 罗 剑 (120)

以地方文化为根据建设贵州特色新农村 ... 侯万平 (131)

少数民族地区乡村治理的传统本土资源利用 .....	文新宇 (141)
民族自觉与乡村建设 .....	李一如 (153)
善于经商的文化传统与试验区回族社会的发展 .....	刘 砾 (161)
原生态民族民间文化的审美意味与市场推广 .....	陈亚丹 (171)
<b>乡村文化变迁</b>	
雷山县“苗语电视剧”现象的调查与思考 .....	杨正文 肖坤冰 (180)
集体意识下的选择性文化改造 .....	罗 也 (196)
现代化语境下布依族传统文化变迁 .....	龚德全 (207)
<b>非物质文化遗产</b>	
苗族民间文化中的传统林业知识 .....	吴一文 (219)
撒尼人的民间宗教信仰及其社会性 .....	马良灿 (230)
非物质文化遗产保护热中的冷思考 .....	龙昭宝 (242)
贵州传统民族节日符号的现代转型 .....	李德建 (251)
贵州民族地区农业节庆的形成及发展 .....	赵 旭 (263)
保护民族文化多样性 推进民族地区乡村建设 .....	李天翼 (273)
编后记 .....	(281)

## Content

Preface .....	<i>Wei Xingru</i> (1)
<b>Rural Tourism</b>	
Rural Tourism and Rural Development .....	<i>Cao Duanbo</i> (3)
The Research of Interactive Relationship between Rural Tourism of Ethnic Group and Construction of New Village ...	<i>Shi Jian</i> (15)
The Ideal Pattern of Ecological Museum of Ethnic Group and Realistic Review .....	<i>Qiu Wei Yang Hui</i> (28)
The “Gongfenzhi” of Community Participation in Tourism of Ethnic Group .....	<i>Li Tianyi</i> (41)
Peasant Moranlity and Rational Calculation in Rural Economy .....	<i>Li Li</i> (56)
Reconstruction of Ecological-Cultural System in Tourism Exploi- tation of Villages of Ethnic Group .....	<i>Yang Zuhua</i> (78)
The Interaction of Cultural Tourism and Protection in Guizhou Province .....	<i>Li Linxi</i> (91)
The Protection and Exploitation of Traditional Village of Ethnic Group .....	<i>Long Yujie</i> (101)

### Cultural Construction

- The Exploration of Theories about the Cultural Stratification in Rural Community ..... *Xing Qishun Zhang Wenzheng* (108)
- Cultural Diversity and Rural Development of Ethnic Group in Guizhou Province ..... *Luo Jian* (120)
- Developing New Characteristic Village on base of Guizhou Local Culture ..... *Hou Wanping* (131)
- The Utilization of Local Traditional Resource in Rural Administration of Ethnic Group Area ..... *Wen Xinyu* (141)
- Consciousness of Ethnic Group and Rural Construction .....  
..... *Li Yiru* (153)
- Cultural Tradition of Being Good at Business and Social Development of Hui People in Bejie Region ..... *Liu Li* (161)
- The Aesthetic Taste and Market Extension of Original Ecological Folk Culture of Ethnic Group ..... *Chen Yadan* (171)

### Rural Cultural Change

- The Investigation and Consideration on “TV Drama of Miao Language” ..... *Yang Zhengwen Xiao Kunbing* (180)
- Cultural - Selective Transformation under Collective Consciousness ..... *Luo Ye* (196)
- Cultural Traditional Change of Buyi Ethnic Group in Modern Discourse ..... *Gong Dequan* (207)

### Intangible Cultural Heritage

- The Traditional Forestry Knowledge in Folk Culture of Miao Ethnic Group ..... *Wu Yiwen* (219)



Folk Religions of Sani Ethnic Group and Its Sociality .....	<i>Ma Liangcan</i> (230)
A Cool Consideration on the Hot Protection of Intangible Cultural Heritage .....	<i>Long Zhaobao</i> (242)
The Modern Transformation of Traditional Festival Symbols of Ethnic Groups in Guizhou Province .....	<i>Li Dejian</i> (251)
The Formation and Development of Agricultural Festival in Regions of Ethnic Groups in Guizhou Province .....	<i>Zhao Xu</i> (263)
The Higher We Stand; the More We See; and the Better We Do .....	<i>Li Tianyi</i> (273)
Postscript .....	(281)

# 导 言

贵州省民间文艺家协会主席 韦兴儒

正值首届贵州民族民间文化青年论坛首个研究成果《文化多样性与乡村建设》论文集即将出版之际，作为为民族民间文化研究献出毕生精力的爱好者之一，非常愉快地受邀为此写些发自内心的肺腑之言，致贺贵州民族民间文化青年论坛顺利进行。

根据党的十六大“扶持对重要文化遗产和优秀民间艺术的保护工作”和“必须把弘扬培育民族精神作为文化建设极为重要的任务”的精神，贯彻好党的十七大“文化大发展、大繁荣”的伟大号召，贵州涌现出一批青年学者，自觉去关照了乡村文化，去为社会主义新农村建设思考——怎样在文化大发展的今天，去守望好我们的家园，去保护、延续祖先经历数千年创造的这块精神净土，让其为继续铸坚我们的民族精神发挥作用。往后，这批年轻学者还将继续去探索民族民间文化的保护与开发。

青年论坛秉承学术自由、学术民主之风，自我教育、自我约束、自我管理、自我发展，以弘扬贵州优秀的民族民间文化为己任，与时俱进，开拓创新，致力于发展和繁荣贵州民族民间文化事业，推动贵州民族民间文化的繁荣发展。以团结、友谊、奉献、进取为宗旨，立足于民族、立足于本土、立足于传统，面向现代化、面向世界、面向未来，倡导、组织和扶持会员积极开展贵州民族民间文化研究、交流、创新等活动；以广泛团结青年民族民间文化爱好者和青年民间文化工作者为己任，采取多种形式，组织青年民族民间文化爱好者和青

年民间文化工作者开展自我学习、自我教育活动，坚定信念，不断提高自身思想道德和科学文化素质，建设有理想、有道德、有文化、有纪律的队伍。

青年论坛规划、组织和指导青年进行贵州省的民族民间文化交流活动，全面支持民间文化遗产抢救工程，加强对非物质文化遗产和优秀民间艺术的保护工作，支持民间文化产业发展，做好民间文化搜集、整理、研究、翻译、出版、教学和传播工作等；促进与省外民族民间文化的同行交流，加强同省外各青年民族民间文化组织机构的合作，为贵州优秀民族民间文化艺术的繁荣贡献力量；积极促进并加强与港、澳、台及海外侨胞民间青年文艺家及青年民族民间文艺团体的联系和往来，为弘扬中华民族的优秀文化艺术贡献力量。

民族学、民俗学、文化人类学、民族社会学如果一直固守传统，很难有创新。希望能够通过青年论坛这个平台，创建一个机制，鼓励年轻学者进行理论创新工作，引导进行基础性学科建设，能够在国际上进行交流，多出成果、出人才。目标大一点，工作细一点，少而精，宁缺毋滥，将有代表性的学术成果展示出来。

本着以上宗旨和原则，“文化多样性与乡村建设”是论坛成员代表经过周密思考、充分讨论而确定的首届论坛主题，在贵州省文联、贵州省民间文艺家协会的领导和学术前辈的指导下，认真准备，精心组织，使首届论坛得以顺利进行，本书是论坛上各位青年作者心血之作，在诸多同仁的热心支持下得以付梓出版，是对青年一代学人的鼓励和鞭策。

希望此书的出版能够如上所愿，抛砖引玉，继往开来，结出丰硕果实！

# 乡村旅游与乡村发展

## ——从文化经济学考察乡村经济发展

曹端波<sup>①</sup>

现代社会随着经济的发展，物质需求逐渐得到满足，因此商品中的非物质所蕴含的价值随之增长。商品既具有“物”的价值，能满足人的“物质”需要，同时又含有“文化”的价值，为人们提供“精神”需求。近年来，乡村旅游的发展最为重要的基础在于人们对商品“文化”诉求的增强，乡村旅游开发的实质是其独特的文化资源而为游客提供的“文化产品”，即“卖的是文化”。本文试图从文化经济的视角来分析乡村旅游与乡村发展，即文化在乡村经济发展中的重要意义。

### 一、商品的文化价值

文化产业及文化经济学的提出是针对现代社会中文化及商品的“文化”价值所占有的份额越来越大这一事实的回应。任何商品都具有“物”的价值和“文化”价值，只是在“物”缺乏时，尚未温饱的人们对于商品“物”的追求大于“文化”的追求；随着经济的发展，“物”的价值意义相对于“文化”价值来说，已大大减少。作为“交换”的商品，一旦生产就不完全是纯自然的物，它是人类社会生产和交换的“物”，因而

<sup>①</sup> 曹端波（1974—）男，汉族，博士，贵州大学人文学院。

蕴含着观念性的东西。马歇尔·萨林斯在《文化与实践理性》中认为，生产是某一文化逻辑的物化过程，“因而，生产不只是，而且也绝不是物质效果的实践逻辑，它是文化意图。肉体存在的物质过程是作为社会存在的意义过程而被组织起来的——对人来说，既然它们始终是在确定的方式中被界定的，这就是他们唯一的存在方式”，“为了对生产作出文化的解释，重要的是要注意到，物品的社会意义（正是它的社会意义使得物品对一个特定类别的人是有用的）显然并不来自它的物理属性，而是来自它在交换中被赋予的价值”。<sup>①</sup>

商品的使用价值如同价值一样也具有社会属性，相同的商品对于不同文化背景的人来讲，其使用价值不可能完全相同。如萨摩亚人宴会上分猪肉的情形：一口猪分成10份，每份都有一定的名称，分给相应的具有某种地位的人，对于他们来说，重要的不在于吃猪肉，而在于分给他肉。<sup>②</sup> 萨摩亚人宴会上的猪肉对于萨摩亚人来说，其“物”的价值并不重要，重要的是宴会上猪肉的“文化”价值，即分给其相应地位的人的那份猪肉。狗在美国被看做与人亲密的动物，狗肉在食谱上成为美国人的一种禁忌，但对于将狗肉列入佳肴的韩国人和中国人来说，其使用价值完全不同。事物的选择不是事物本身的物质属性规定的，而是人们的文化，即思维模式，可食与不可食，当然不可否定物的“自然属性”，即能够满足人体摄取能量的需要，但“文化”的属性在这一规约中具有重要意义，如印度人拒绝吃牛肉，穆斯林痛恨猪肉，美国人不吃狗肉等就不是生理和营养的问题，而是和其文化有着决定意义的关系。

---

① [美] 马歇尔·萨林斯：《文化与实践理性》，赵丙译，220页，上海，上海人民出版社，2002。

② [英] 雷蒙德·费思：《人文类型》，费孝通译，北京，华夏出版社，2002。

消费从来就是“文化”的，“在以物品的消费来实现自我满足表象后面，我们实际上是在参与一场文化的游戏：我们是在扮演着和表达着自己的社会角色，并且是在令人愉快地履行着社会指责。这就把消费概念化为一个公共性的问题，而非一个私人的问题，也就把文化推至社会生活的中心位置，从而也就把‘关系’和‘场域’确立为研究的聚焦基点”<sup>①</sup>。在当代社会，商品对于人们，不仅具有交换价值，同时还具有“文化”价值，“一件物品绝不仅只是有交换价值，也绝不仅只是生产出来满足人们的某种物质需要的物件，它同时也是铭刻了某种文化意义和文化价值的东西。它不仅具有经济生命，也具有社会和文化生命。因此我们不仅要经济的视角，而且要从文化的视角来对它进行研究”<sup>②</sup>。人们的经济淹没在社会关系中，莫斯在《礼物》中认为库拉圈既不是完全慷慨无偿的支付，也不是完全自私图利的生产和交换，它只是一种混杂在一起的东西。未被回报的礼物仍会使接受礼物的人显得卑下，尤其是当收礼者无意回报的时候。西北美洲的特林其特人、海达人到冬季时，举行“夸富宴”，人们会烧掉整箱的燃烛或鲸鱼，烧掉房屋和成千条毯子，还会打烂最珍贵的铜器，然后投入水中。<sup>③</sup>在“夸富宴”这一看似不理性的消费中其实蕴含“文化”理性，在“夸富宴”这种“财产之战”中，获胜的一方不仅自己的等级获得了提升，而且连他的家庭在社会中的地位也得到提高，而节俭反而成为被蔑视的对象。

“购物，即使是日常用品的购买，现在都已经几乎完全失

① 陈庆德：《文化视野中的消费分析》，载《社会科学》，2006（2）。

② 罗钢、王中忱主编：《消费文化读本》，22页，北京，中国社会科学出版社，2003。

③ [法] 马赛尔·莫斯：《礼物——古代社会中交换的形式与理由》，汲喆译，68页，上海，上海人民出版社，2002。

去了其作为一种活动的地位，而简直变成了一种体验。它失去了一种物质性，成了一种文化事件”<sup>①</sup>，“我买故我在”，购物在消费社会里，已不是一种为了获取为人所使用的“物”，而是在购物中体验生活。购物不仅成为一种休闲活动，而且成为人们自身身份的一种界定。波德里亚认为，商品的象征或符号价值已经变得日益重要，“任何只要被当成财富的源泉或满足的源泉，当成使用价值，就是可以忍受的，哪怕是异化，被剥削的最差的劳动也是如此。只要人们还能发现一种与个体要求或社会需求相符的‘生产’，个体或历史的最差的形势就可以忍受，因为生产的幻觉永远是让生产符合其理想使用价值的幻觉”。<sup>②</sup>

在消费社会中，文化的价值和意义由于物质的满足而增长，“文化”的消费成为消费的中心。近几年来，中国乡村旅游正是靠“文化”的依托得到了发展，“卖的就是文化”成为乡村旅游发展的实质。

## 二、乡村旅游与文化

乡村旅游主要是一种文化旅游。旅游是一种有目的的活动，其文化的体验决定游客的目标，“虽然有的人把旅游看做是自愿的、自己感兴趣的活动，但旅游本身在自己的社区应被认为具有某种精神上的东西。因为旅行是一种不平常的活动，所以其目标从象征意义上来说是神圣的，从精神上说它处于一

---

<sup>①</sup> 罗钢、王中忱主编：《消费文化读本》，154页，北京，中国社会科学出版社，2003。

<sup>②</sup> [法]让·波德里亚：《象征交换与死亡》，车槿山译，41页，南京，译林出版社，2006。

个较高的水平，这不仅是日常生活的问题”<sup>①</sup>。游客到乡村旅游其主要目的是为了体验乡村文化，因此游客消费者和旅游经营者形成了一种文化交易模式：旅游经营者经营文化、消费文化，即“卖的就是文化”；而作为消费者的游客到乡村旅游是为了享受文化、消费文化，即“买的就是文化”。因此，文化在乡村旅游中具有至关重要的作用，没有文化，没有自己独具特色的文化，是无法在旅游业这一重要文化产业的竞争中获取优势的。

文化是乡村旅游发展的生命，因此为获得旅游业的可持续发展，如何保护和利用文化这一主题提上了日程。当然，并非一个区域所有的文化都能成为旅游文化资源，旅游文化资源是指总的文化中具有对游客有吸引力的地方，即显性文化，如民族服饰、建筑风格、民族风情等。旅游的发展必然带来对旅游目的地文化的冲击，因此在旅游业发展中，保护和利用旅游文化资源是旅游业发展的重中之重。

文化是一个群体共享的理想、价值和行为准则。如果来自不同文化的人们流落到一座荒岛一段时间后，或许会形成某种社会；然而，这一群体的每一成员会保持他或她自己的身份和文化背景，一旦群体成员从荒岛逃生，这一群体就立刻解体了。<sup>②</sup>文化是文化持有者的文化，因此在文化保护和利用时，最重要的是“保护谁，谁利用”的问题。

目前，在乡村旅游发展过程中，一些开发者、经营者往往在不了解当地传统文化的情况下，为迎合游客消费倾向，将民族传统文化庸俗化。如一些旅游区出现利用一些民族传统婚姻

<sup>①</sup> [美] 瓦伦·L. 史密斯主编：《东道主与游客——旅游人类学研究》，张骁萍等译，31页，昆明，云南大学出版社，2002。

<sup>②</sup> [美] 威廉·A. 哈维兰：《文化人类学》，瞿铁鹏、张钰译，34页，上海，上海社会科学院出版社，2006。



形式，硬拉游客与旅游服务者举办所谓的婚姻仪式，而宰消费者的情况。这不仅是对传统文化的误用，而且是一种不遵守市场规范的服务行为。同时，游客大多来自大都市等发达地区，而乡村旅游往往在经济欠发达的地区，中国经济发展的二元性，导致了游客所代表的强势文化和乡村旅游目的地的弱势文化在乡村旅游目的地的相撞，使得代表民族传统文化的乡村遭到文化上的巨大冲击。在强势文化影响下，旅游目的地居民往往羡慕、模仿游客，向强势文化靠拢。

在乡村旅游发展中，由于一些乡村传统文化的丧失，使本来具有特色的旅游也变味了，从而丧失了旅游发展的基础，更无从在激烈的市场竞争中获胜。正是基于文化是乡村旅游发展的生命这一聚焦点，如何保护和传承传统文化成为乡村旅游发展的关键。文化是该文化持有者的文化，他者对这一文化的了解和感情不可能与文化持有者相同，如一个美国基督教者和一个阿拉伯穆斯林人对猪肉的看法是不可能具有相同的感情，一个将其视为可食，一个将其列为不可食。在一个文化种群看来是好的东西在另一文化中不一定就是好的，不同的文化有不同的价值判断标准。因此，传统文化的保护及怎样保护并不是上级政府或外来旅游经营者能完全替代的，这一文化的主体理应有完全的主导权。

文化的保护和利用既对立又统一。乡村旅游的发展，带来了强势文化的冲击，一些传统的民族文化逐渐丧失。一些经营者由于只注重经济利用，盲目开发，结果使几百年来历史的传统文化毁于一旦。更为严重的是，一些文化商品化作为旅游消费品时，根本没有经过当地人许可，而且一些经营者，为了短期效应，想怎样经营就怎样经营，往往造成传统文化的庸俗化。可以说，一些旅游开发者将旅游开发到哪里，传统文化就破坏到哪里。但是，我们并不能因为一些乡村旅游业的发展导