



经济管理学术文库·管理类

格萨尔文化资源在 旅游业中的有形化利用研究

Study on the Geological Utilization of Gesaer
Cultural Resources in Tourism Industry

世藏吉 / 著

非外借



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

中央高校基本科研业务费专项资金项目《基于旅游开发的格萨尔文化资源的有形化利用模式探讨》，项目号：ZYZZ2012037



经济管理学术文库·管理类

格萨尔文化资源在 旅游业中的有形化利用研究

Study on the Geological Utilization of Gesaer
Cultural Resources in Tourism Industry

世藏吉/著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

格萨尔文化资源在旅游业中的有形化利用研究/世藏吉著. —北京: 经济管理出版社, 2018. 8

ISBN 978-7-5096-5912-0

I. ①格… II. ①世… III. ①藏族—民族文化—旅游资源开发—研究—中国
IV. ①F592.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 169636 号

组稿编辑: 许 艳

责任编辑: 许 艳

责任印制: 黄章平

责任校对: 赵天宇

出版发行: 经济管理出版社

(北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 A 座 11 层 100038)

网 址: www.E-mp.com.cn

电 话: (010) 51915602

印 刷: 北京玺诚印务有限公司

经 销: 新华书店

开 本: 720mm×1000mm/16

印 张: 12.5

字 数: 177 千字

版 次: 2018 年 8 月第 1 版 2018 年 8 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5096-5912-0

定 价: 58.00 元

· 版权所有 翻印必究 ·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部负责调换。

联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974 邮编: 100836

目 录

第一部分 格萨尔文化概述

第一章 基本概念界定	003
第一节 文化概述	003
第二节 非物质文化及特点	012
第三节 格萨尔文化的特点	014
第四节 相关理论基础	016
第二章 格萨尔文化的发端及梗概	027
第一节 格萨尔文化的发端	027
第二节 格萨尔文化的梗概	029
第三章 格萨尔文化的功能及其价值	041
第一节 格萨尔文化的功能	041
第二节 格萨尔文化的价值	045
第三节 格萨尔文化的传承保护现状	050

第二部分 格萨尔文化与旅游业

第四章 格萨尔文化与旅游业的关系	061
------------------------	-----

第一节 格萨尔文化是重要的旅游资源	061
第二节 旅游对格萨尔文化的影响	063
第五章 格萨尔文化的旅游开发	068
第一节 旅游资源及格萨尔文化旅游资源	068
第二节 协调发展的可能性分析	071
第三节 文化旅游与城市经济协调发展的现实基础	075
第四节 文化旅游与城市经济协调发展的现实困境	086
第五节 我国城市文化旅游与城市经济互动发展的历程	088
第六节 本章小结	090

第三部分 基于旅游开发的格萨尔
文化资源的有形化利用

第六章 格萨尔文化有形化利用的概念体系与理论	095
第一节 文化产业有形化概述	095
第二节 格萨尔文化产业现状概述	100
第三节 格萨尔文化产业的的功能	105
第四节 格萨尔文化产业的基本类型	109
第七章 文化旅游与城市经济协调发展的内在机制研究	121
第一节 文化旅游对城市经济的影响机制	122
第二节 城市经济对文化旅游发展的影响机制	130
第三节 影响文化旅游与城市经济发展的共同因素	134
第四节 文化旅游与城市经济发展相互作用的模式	140
第五节 文化旅游与城市经济相互作用的定量验证	142
第八章 格萨尔文化资源有形化利用价值论	146
第一节 对藏区旅游业发展的价值	146

第二节 对格萨尔文化资源自身保护和传承的价值	148
第九章 格萨尔文化资源有形化载体	150
第一节 符号	150
第二节 物质	151
第三节 人	151
第十章 格萨尔文化资源有形化利用原则与标准	152
第一节 国外文化旅游与城市经济协调发展经验借鉴	152
第二节 国内文化旅游与城市经济协调发展经验借鉴	155
第三节 文化旅游与城市经济协调发展的理念更新	157
第四节 格萨尔文化协调发展路径分析	160
第十一章 格萨尔文化资源有形化利用的主要模式	170
第一节 静态模式	171
第二节 动态模式	172
第十二章 格萨尔文化产业实现路径	183
第一节 格萨尔文化产业的机遇	183
第二节 科学发展文化产业	184
第三节 整合发展资源	186
第四节 带动文化旅游业的发展	187
参考文献	190

第一部分

格萨尔文化概述

第一章 基本概念界定

第一节 文化概述

一、文化与旅游文化释义

(一) 文化的定义

1. 西方对文化的定义

(1) 法国关于文化的定义。法国的《迈尔百科辞典》(1971)指出,“文化最初指土地的开垦和植物的栽培,以后指对人类的身体,特别是艺术和道德能力以及某些天赋的培养,也指人类社会的征服自然和自我发展中所创造的物质和思想财富”。

(2) 英国关于文化的定义。《英国大百科全书》(1974)指出,“文化是总体的人类社会遗产,是一种渊源于历史的生活结构的体系,这种体系往往为集团的成员所共有。它包括这一集团的语言、传统、习惯和制度,包括有激励作用的思想、信仰、价值以及它们在物质工具和制造物中的体现”。

2. 我国对文化的定义

“文化”一词在我国最早见于《易经·贲卦》:“观乎天文,以察时变;观乎人文,以化成天下。”“天文”指自然规律,“人文”指人伦社会规范。所谓“观乎人文,以化成天下”,意指文化出于自然而又能驾驭自然。近代

之前,我国的“文化”含义一直指向宗法社会的文治教化和人伦规范,不具备现代意义的“文化”内涵。

本书将文化定义为,凡是超越本能的、人类有意识地作用于自然界和社会的一切活动及其结果,都属于文化;或者说,“自然的人化”即是文化。它包括显露在外的、人们可以直接感知的所谓“显在文化”和不表现在外的由知识、态度、价值观、心态等构成的“隐在文化”。例如,西藏的布达拉宫就是显在文化,而中庸观念则属于隐在文化。

(二) 文化的含义

第一,文化是人的创造物,而不是自然物,是一种社会现象,而不是自然现象。例如,原始的山川草木不是文化,但经过人类一定的加工、改造所建立起来的园林等旅游景点就是一种文化。

第二,文化不属于某一个人,它是全社会人们共同拥有和享用的。例如,中东地区国家的女性无论做什么都习惯蒙着面纱,印度女性则普遍都带着鼻环,这都是文化。

第三,文化是人类智慧和劳动的创造,这种创造体现在人们社会实践活动的方式中,体现在人们所创造的物质产品和精神产品中。例如,中国的故宫、古埃及的金字塔是人类文明发展史上的里程碑,是人类文明史上的璀璨明珠,并不是因为它们使用了什么高级的建筑材料,而是因为这些建筑体现了古代人们所具有的科学技术水平,体现了当时人们的审美标准。

(三) 文化的构成体系

多数文化学家认为,每一种文化本质上都包含三个层面,或者说每一种文化都由三个部分构成:

第一,物质文化。即文化的物质实体层面,它包括各种生产工具、生活用具以及其他各种物质产品等。

第二,行为文化。也叫文化的行为方式层面,它包括行为规范、风俗习惯、生活制度以及各种社会制度和社会规范等。

第三，精神文化。也可以称作心态文化或观念文化，这是文化的精神观念层面，包括思维方式、思想观点、价值观念、审美情趣、道德操守、宗教信仰以及民族性格等。

文化的三个层面之间关系十分密切。其中，精神文化居于核心地位，它是文化发展的动因，起支配制约作用；行为文化是精神文化在人们行为活动中的体现；物质文化是精神文化通过人们的实践活动在物质产品上的体现。三者水乳交融，互相依存。

（四）文化的种类

1. 主文化和亚文化

大群体的共有文化相对于其中的小群体文化而言称为主文化。相对于大群体的共有文化而言，其中的小群体文化称为亚文化。

2. 雅文化和俗文化

语言文化程度较高的群体的文化称为雅文化或高雅文化。语言文化程度较低的群体的文化称为俗文化或通俗文化。雅文化又叫在朝的文化，也叫阳春白雪。俗文化也叫在野的文化，或是下里巴人。

随着世界经济的发展，文化产业和旅游产业成为世界范围内发展较为迅速的两大产业，文化产业和旅游产业成为许多国家和地区经济发展的重要支柱产业，文化产业年均增长速度快于 GDP，旅游业也作为“朝阳和绿色”产业而迅速成为各国经济增长的助推器。

文化与旅游密不可分，在旅游业转型和升级的过程中，文化元素的注入无疑为旅游业的发展开辟了通道。实践证明，文化与旅游相结合，可以提升旅游的品位，增加旅游的内涵，提升和重塑旅游目的地的形象。同时，文化的无形性使其需要寻找一定的载体，文化与旅游的结合为文化元素的呈现提供了平台。文化旅游的发展源于两者的不可分割性，这也是目前文化产业和旅游产业快速融合发展的见证。

同时，国家政策为文化产业和旅游产业的融合发展提供了支持。从

2009 年开始,我国颁布了一系列政策来加大对文化和旅游产业融合的引导,如由文化部和旅游局联合颁布的《关于促进文化与旅游结合发展的指导意见》,为两个产业融合发展提供了政策指导。2010 年是“中国文化旅游主题年”,以“文化旅游、和谐共赢”为主题,从 2010 年开始,关于文化旅游的研究热潮兴起并迅速发展起来。我国也有部分城市把文化产业和旅游产业的融合发展划入城市发展规划中,如《北京市“十一五”文化创意产业发展规划》落实了全市文化创意产业发展确定的八个中心之一的文化旅游业的建设目标。

从城市实践来看,文化产业与旅游产业融合发展已经成为许多城市发展的成功见证,如北京的 798 艺术区、上海的田子坊、成都的宽窄巷子等文化创意园区以及西安的曲江文化产业园区等都是文化和旅游相结合的成功典范。

文化旅游的确给城市经济增长带来了促进作用,这在我国很多中小旅游城市中已有验证,以桂林为例,在 2004 年推出大型实景演出《印象刘三姐》后,桂林市的 GDP 总值达到了 457.86 亿元,比上年增长 13.1%,旅游业强劲恢复,全市实现旅游总收入 50.14 亿元,比上年增长 44.7%,对该市 GDP 的贡献达 26%。在关注文化旅游对于城市经济的促进作用时不能盲目乐观,也应分析文化旅游的过度开发是否对城市经济有抑制作用。如丽江市文化旅游的发展的确在近期对城市 GDP 增长贡献较大,但是从长期来看,古城居民外迁、外地商家涌入以及古城形象破坏可能会对城市经济增长带来一定的负面影响。

3. 对我国城市文化旅游发展状况的关注

我国是世界遗产大国,在联合国教科文组织认定的世界遗产名录中,我国名列世界第二。截至 2015 年 11 月,中国的世界遗产总数达到 48 项。我国的世界遗产分布于全国各地,因此,以文化遗产为基础,以城市为中心和媒介的文化旅游发展开来,我国城市文化旅游的研究热潮始于 2010 年。

从发展状况来看，拥有丰富的文化旅游资源、经济较为发达的旅游城市，其文化旅游发展状况较好，这从其开发的产品形式、旅游收入以及游客的满意度和重游率等方面可以看出。从地区来看，虽然西部地区拥有较多的世界遗产，但由于经济基础以及文化旅游开发水平等因素，东部地区的城市文化旅游发展程度要高于西部城市。而这些判断，仅基于旅游收入等方面的表现来笼统判断，并没有经过定量的测度。学界关于文化旅游以及文化旅游城市没有形成统一、权威的定义及界定标准，对于城市文化旅游发展水平也没有形成定量的测度标准。

从2012年开始，笔者参与了西部地区文化遗产保护与遗产地经济协调发展路径研究的深入调研，尤其是对于西部重点遗产地调研的过程中，发现文化遗产的开发给遗产地经济发展带来了巨大的推动作用，文化遗产旅游收入推动了遗产地城市的基础设施建设、就业人数提升、公共服务改善、城市形象提升等方面的发展速度。但是，在文化遗产带来巨大经济效益的同时，我们也发现了诸多矛盾：第一，许多遗产地存在过度开发文化遗产资源的现象，使得文化遗产资源的永续利用成为难题；第二，文化遗产的呈现形式、开发形式等均处于初级开发状态，文化遗产的再利用形式有待创新；第三，许多城市过度倚重旅游业而忽视其他产业的发展，使得城市发展的产业基础薄弱，城市发展不均衡。由此引发了诸多思考，文化遗产开发确实促进城市文化旅游的发展，那么在开发的同时，如何把握开发的程度，使得遗产地经济和文化旅游协调发展？

国外研究文化旅游的行动始于1976年，涌现了如Bob Mckercher等文化旅游研究专家，我国虽然兴起了文化旅游研究热潮，但是呈现百家争鸣的局面，并没有形成权威专家和权威学说，甚至对于文化旅游的定义也是“众说纷纭”。这也从一个侧面说明了文化旅游研究的不足。笔者在研究时也有诸多疑惑，如到底什么是文化旅游？什么是文化旅游城市？城市文化旅游发展水平如何定量测度？并没有教科书和权威学说可供我们查阅或帮我们解决难

题。国内研究文化旅游的专著并不丰富,研究城市文化旅游发展的专著更少。可喜的是,研究文化旅游问题的博士学位论文不断增加。这也是促使作者决定深入系统地研究城市文化旅游问题的原因。

城市发展文化旅游的根本目的是促进城市经济的发展,而城市经济的发展也会促进文化旅游的发展,但是许多城市存在经济发展过度依赖旅游的现象,使得城市经济的产业结构比较脆弱,也有许多城市虽然拥有丰富的文化旅游资源,但却没有挖掘文化旅游资源,旅游对经济的促进作用没有凸显。如何实现文化旅游与城市经济协调发展,使两者的发展处于良性互动的状态?带着诸多问题和疑惑,笔者查阅了国内外研究文献,国外关于此方面的研究方法和研究内容都比较成熟,而国内关于两个系统互相影响的实证研究多集中于旅游对城市的多元影响,如对城市经济、生态环境、社会文化的影响。而协调度方面的研究集中于旅游经济和城市环境的协调发展,研究区域集中于发达地区城市,对于西部地区的研究较为缺乏。

研究文化旅游与城市经济协调发展的意义在于,给城市管理者提供建议和决策依据,为把握城市文化旅游发展程度提供依据,为文化遗产的保护和城市的适度发展提供途径。所以,关于协调度的测度和把握比较重要。鉴于西部地区在文化旅游发展方面的典型性以及相关研究的稀缺性,本书以西部典型城市为案例进行研究。

(五) 文化的等级序列

按照由小到大的顺序,文化的等级序列为文化特质—文化丛—文化模式—文化区。

1. 文化特质

文化特质是指一种具体的文化现象,是文化最小、最基本的单位。人类文化的任何一种具体表现都可以称为文化特质,它便于人们识别不同文化系统的细微差异。例如,西方人用刀叉,中国人用筷子;中国人穿旗袍,日本人穿和服。

2. 文化丛

一定文化特质的集合或组合称为文化丛或文化丛结。例如，新石器时代，生产工具是陶器，生活用具是陶器，装饰也是陶器，形成了陶器文化丛结。

3. 文化模式

文化模式是指一个社会群体在长期的社会实践过程中形成的相对稳定的、各个层面有机组合的文化结构。文化特质、文化丛只是一个社会群体文化在某一质点、某一方面、某一局部的表现，文化模式则反映一个社会群体的整体文化状况或面貌，而且与文化特质、文化丛相比，文化模式有着较强的稳定性，一种文化特质或文化丛的产生或消失并不能立即引起整个文化模式的改变。不过，文化模式的稳定性也不是绝对的，当文化特质、文化丛的量变达到一定程度，必然会引起文化模式的相应变化。比较不同地区、不同民族的文化模式，有助于人们把握区域、民族之间文化上的联系和差异。文化模式具有排他性，这主要表现在个人的价值选择必须遵从社会的价值体系（孝道）以及吸收与自己相类似的文化上。

4. 文化区

文化区是指具有某种共同文化体系的人群所占据的地区。它有一定的文化中心和覆盖区域，有可以分辨的范围和边界，在区内具有相对的文化均质性。文化区可以分为综合文化区和类型文化区。

（六）旅游文化定义

旅游和文化的关系非常紧密。20世纪80年代初，我国就有人指出：“一定意义上，旅游也是一种文化事业。”《中国大百科全书·人文地理学》最早正式使用了“旅游文化”一词。其定义更多地解释了文化的类型及其在旅游活动中的作用，但没有讲明旅游文化的本质。

由于旅游和文化这两个概念本身具有复杂性，而且旅游文化又是一个新兴学科，其概念的科学界定存在相当大的困难。目前，将学术领域的多种说

法归纳起来,其中较有代表性的观点主要有三种:第一,旅游文化是人类过去和现在所创造的与旅游有关的物质财富和精神财富的总和;第二,旅游文化是旅游主体、旅游客体和旅游介体相互作用所产生的物质和精神成果,旅游三要素中的任何一项都不能单独形成旅游文化;第三,旅游文化是以一般文化的内在价值因素为依据、以旅游诸要素为依托来作用于旅游生活过程的一种特殊的文化形态,是人类在旅游过程中精神文明和物质文明的总和。

我们认为,作为人类生活观念形态的一种反映,旅游文化是贯穿于整个旅游活动中的内在因素,它的产生与发展必然要建立在一般文化的基础上。而且文化的本质在于创新,旅游文化不是一般社会文化向旅游领域的简单移入或嫁接,而应该是以一般文化形态为基础创造出来的新型文化。同时,尽管旅游活动古已有之,其中也不乏文化因素,但旅游文化作为一个独立的学科却应该是现代的事情。

旅游文化是一种全新的文化形态,是旅游活动发展到一定阶段,以旅游活动为核心而形成的关于旅游的文化本质及其发展规律的学科。它揭示了旅游活动本质上是一种文化活动,旅游业的发展在遵循经济规律、生态规律的同时,还必须遵循文化规律。从广义上说,它是一门从文化方面研究人类旅游活动发展规律的学问;从狭义上说,它研究的是在现行的市场经济社会中,人们如何合理开发利用过去所创造的旅游文化遗产,如何创造具有时代精神和地域特色的新旅游文化的问题。

二、旅游文化的研究内容

作为一门新兴学科,旅游文化的研究内容十分丰富。旅游文化的研究内容是按照旅游文化的构成来划分的,由于划分角度不同,研究内容也不尽相同。目前,我国学术界对旅游文化的研究内容主要有以下四种见解。

(一) 按照文化的结构划分的研究内容

按照文化的结构,将旅游文化划分为三部分,即旅游物质文化、旅游制

度行为文化、旅游精神文化。旅游物质文化，指蕴藏丰富文化内涵的旅游者视觉可以辨识的，占据一定空间、有一定形态的文化物质实体，如宫殿、园林、坛庙、古人类遗址、桥梁、造像、碑刻、雕塑以及旅游纪念品和旅游服务设施等。旅游制度行为文化，指旅游活动中的各种社会规范和约定俗成的习惯性定式等，如苗族芦笙节、大理三月街、傣族泼水节等。旅游精神文化，也叫旅游观念文化或旅游心态文化，指引导、影响人们旅游实践的直接或间接地从旅游实践中抽象出来的价值观、审美情趣以及思维方式等，如儒家“中和为美”、道家“自然为美”、佛家“空灵为美”的审美观念对旅游者思维的指引。

（二）按照旅游的基本要素划分的研究内容

按照旅游的基本要素，将旅游文化划分为三部分，即旅游主体文化、旅游客体文化、旅游介体文化。①旅游主体文化。旅游者是旅游的主体，旅游主体文化在旅游文化中具有核心地位，包括旅游者的观念、行为模式、思想与信仰，旅游者的文化素质和职业，旅游者的心理、性格、爱好，旅游者的生活方式等。②旅游客体文化。旅游客体文化也称为旅游景观文化，是作为旅游对象的文化事物与现象，包括旅游历史文化、旅游建筑文化、旅游园林文化、旅游宗教文化、旅游民俗文化、旅游娱乐文化、旅游文学艺术、人文化的自然景观等。随着旅游消费内容的扩展，旅游客体文化有着极为丰富的内容。③旅游介体文化。在旅游活动中联系旅游主体与旅游客体，起到中介体作用的文化即为旅游介体文化，包括旅游餐饮文化、旅游商品文化、旅游服务文化、旅游管理文化、旅游文化教育、旅游导游文化、旅游政策和法规等，其中旅游服务文化应是旅游介体文化中的核心部分。

（三）按照现代旅游商品交换特性划分的研究内容

按照现代旅游商品交换的特性，将旅游文化划分为两部分，即旅游消费文化和旅游经营文化。旅游消费文化是以旅游者为主体的文化，包括旅游消费行为文化和旅游审美文化。前者主要研究文化对旅游者旅游态度、旅游动