

MINZU LUYOU DE SHEHUIXUE YANJIU

# 民族旅游的社会学研究

主 编：吴晓萍

副主编：王国勇 王在禹

童中心



贵州民族出版社

# 民族旅游的 社会学研究

主 编：吴晓萍

副主编：王国勇 王在禹 童中心

贵州民族出版社

2003·贵阳

责任编辑:周国茂

封面设计:新 欣

**图书在版编目 ( C I P ) 数据**

民族旅游的社会学研究 / 吴晓萍主编. — 贵阳: 贵州民族出版社, 2003.4

ISBN 7-5412-1088-9

I. 民... II. 吴... III. 旅游社会学 - 中国 - 文集  
IV. F592-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 013665 号

**民族旅游的社会学研究**

贵州民族出版社出版发行

(贵阳市中华北路 289 号)

贵州创兴彩印厂印刷

开本: 850 × 1 168 毫米 1/32 印张: 10 字数: 250 千字

2003 年 5 月第 1 版 2003 年 5 月第 1 次印刷

印数: 1-1 000 册 定价: 23.00 元

本书是用贵州民族学院给社会学系的重点学科建设经费资助出版的，特在此向贵州民族学院的有关领导和部门表示最深切的感谢！

编 者

2002 年 11 月



摄影：吴小萍

黔东南民族旅游点郎德与安顺  
开发中的民族旅游点在娱乐游客的  
方法上大同小异：都是苗族歌舞



摄影：美国明州苗族Soua



调查者与热情的  
旅游节目表演者在  
一起

在旅游文化熏陶中的孩子们



摄影：吴小萍



摄影：杨竹



摄影：吴小萍

旅游推动了当地手工艺商品化的进程  
培育了大批的少数民族妇女小企业家

摄影：吴小萍



摄影：  
吴小萍

苗族的传统并不鼓励妇女吹  
芦笙，旅游解放了这一规定对妇  
女的束缚

摄影：吴小萍



不同地区民族旅游点的  
青年舞蹈家们，热情地把他们  
的时间、精力和青春都奉  
献给了民族旅游业



摄影  
吴小萍



## 序

上个世纪 30 年代,西方学术界就有学者把旅游放置于社会学的范畴中进行研究。但一直到了 20 世纪中叶,旅游的社会学研究在国际学术界才真正有了长足的进步,到 20 世纪末已经是硕果累累。而在我国,由于旅游业发展起步晚,相应的研究也较滞后。我国早年对旅游的研究更多的是从经济学的角度,研究旅游的开发以及一些与该产业增长相关的问题。从其他人文社会科学角度对旅游的研究一直没有形成气候,偶尔有一些零星的研究,但都不成规模。直到 90 年代中期以后,对旅游的社会学研究才逐步兴旺起来。

旅游是个综合性的产业,它以各种结果从各方面影响着经济、社会和我们人民。特别是现在我国旅游业正以迅猛增长态势发展,很多问题都需要而且正等待着我们对它做出社会学的理解和解释。因此把旅游放在一个广阔的社会系统和环境里,从不同的角度对它作充分的研究和解释是十分必要的。它有利于我国旅游业的健康发展。

2000 年,该书主编主要著作者吴晓萍教授获得了贵州省社科基金的资助,主持了贵州民族学院社会学系 5 个青年教师参与的《贵州民族旅游开发与民族社区可持续发展相关研究》的课题。尽管由于经费太少,该课题在实施调查时不能按照原计划所设计的进行,但该课题在结题时仍得到了有关专家的高度评价。该课题完成后,除了形成了最后的结题报告外,还在相关的杂志上发表了

若干论文。此外,2002年,贵州民族学院社会学系承办了贵州省社会学学会主持的主题为“民族·旅游·社区发展”的2002年贵州省社会学年会,本书就是在上述课题和会议论文的基础上汇编而成的。本书作者多是贵州民族学院社会学系和旅游系的教师。他们长期以来大多从事社会学、民族学以及旅游学的研究,在各自的领域里都有一定的造诣。特别令人高兴的是,美国卡罗拉多大学波尔德分校的蒂姆·欧克斯博士,香港中文大学的张展鸿博士以及香港浸会大学社会学系副教授陆德泉博士都先后给本书赐稿,使本书增辉不少。

我们相信本书的出版将会有助于国内更多学者进一步从更多的角度关注民族旅游的发展,以推进民族旅游的多学科的研究。

贵州省旅游局局长 杨胜明

2002年11月

# 目 录

|        |     |
|--------|-----|
| 序..... | (1) |
|--------|-----|

## 主题公园式的村庄

|                      |           |
|----------------------|-----------|
| ——中国旅游业的模仿及真实性 ..... | 蒂姆·欧克斯(1) |
|----------------------|-----------|

|                     |         |
|---------------------|---------|
| 动员式发展主义下的民族旅游 ..... | 陆德泉(31) |
|---------------------|---------|

## 民族地区旅游开发与民族社区的可持续发展

|       |             |
|-------|-------------|
| ..... | 吴晓萍 何 彪(52) |
|-------|-------------|

|                         |         |
|-------------------------|---------|
| 从旅游者角度对旅游目的地形象的探讨 ..... | 宋章海(69) |
|-------------------------|---------|

|                          |         |
|--------------------------|---------|
| 浅析民族地区旅游可持续发展的某些限制性因素 .. | 吴晓萍(79) |
|--------------------------|---------|

|               |         |
|---------------|---------|
| 古迹保存与旅游 ..... | 张展鸿(88) |
|---------------|---------|

|                      |             |
|----------------------|-------------|
| 中国民族文化旅游开发研究综述 ..... | 吴必虎 余 青(94) |
|----------------------|-------------|

## 民族旅游开发与民族文化的再构建

|                    |          |
|--------------------|----------|
| ——摩梭文化旅游解说的思考..... | 吴晓萍(112) |
|--------------------|----------|

|                   |          |
|-------------------|----------|
| 浅论布依族文化的旅游开发..... | 杨昌儒(127) |
|-------------------|----------|

|                    |          |
|--------------------|----------|
| 贵州民族文化的旅游开发价值..... | 潘定智(139) |
|--------------------|----------|

## 旅游市场的定位和旅游纪念品的开发

|               |              |
|---------------|--------------|
| ——以清镇市为例..... | 王国勇 陈 涛(152) |
|---------------|--------------|

## 民族文化旅游资源可持续性开发论析

|                      |  |
|----------------------|--|
| ——以侗族社区传统文化生态保护性开发为例 |  |
|----------------------|--|

|       |          |
|-------|----------|
| ..... | 杨顺清(162) |
|-------|----------|

|                        |          |
|------------------------|----------|
| “侗族文化圈”中心区旅游黄金线开发..... | 姜大谦(178) |
|------------------------|----------|

|                           |      |          |
|---------------------------|------|----------|
| 镇山文化的旅游人类学分析·····         | 申茂平  | 王振美(187) |
| 越是民族的 越是世界的               |      |          |
| ——贵州六枝特区梭嘎生态博物馆民族与生态社会    |      |          |
| 研究·····                   | 李 波  | (197)    |
| 略论性别分析在民族旅游影响研究中的意义       |      |          |
| ·····                     | 吴晓萍  | 何 彪(207) |
| 浅论影响旅游者行为的两个客观因素·····     | 吴恒贵  | (216)    |
| 旅游者心理活动对导游员角色行为的影响分析····· | 薛玉梅  | (222)    |
| 论民俗风情旅游资源的开发和利用·····      | 王红梅  | (227)    |
| 浅谈贵州民族文化的旅游开发·····        | 范 波  | (235)    |
| 改革开放时期的中国旅游法学·····        | 唐志明  | (245)    |
| 宗教色彩与山水感观                 |      |          |
| ——论当代民间祭祀娱乐性特征·····       | 张琪亚  | (254)    |
| 贵州民族旅游开发与民族社区可持续发展相关关系    |      |          |
| 研究报告·····                 | 本课题组 | (261)    |

# 主题公园式的村庄

——中国旅游业的模仿及真实性

蒂姆·欧克斯

我们在寻找真实性时,总会被我们遇到的有关人所迷惑,我们越是揭示我们寻找真实性的需要(从第三世界的提供者那里),他们越发试图调整他们的方式来取悦我们而让我们迷惑。<sup>①</sup>

——布莱恩·斯普尼

## 村寨主题公园

先谈几点趣事。1994年我在海南岛旅游,曾去过通什的几个黎族村寨,它们已变为小型主题公园了。有两个村寨,一个是繁茂旅游寨,另一个是繁孔黎族旅游村,当时已经开发成功,这些村寨都有极具特色的寨门,类似水牛角,每扇门上挂有水牛头骨。我交了五元的门票费后,几个身着民族服装的黎族姑娘领我到村寨里参观。这里有房子模型,里面展示着各种农业及日常生活中的物品(如农具、编织的篮子、纺织品、其他工艺品及烹饪工具)。这些物品是由村民们自己捐助的,包括用来出租的民族服装也是村民捐献的。像其他游客一样,我被邀请穿着我选择的民族服装(然而没有一件合我身)去参观该村,如果再出80元可根据要求参加现场表演的民族舞蹈表演。然而,这两个村寨最吸引人的地方是斗鸡场,50元钱可斗一场鸡(在斗鸡的过程中可下赌注,虽然明令禁

止,但村民们却公开鼓励游客参与)。

再看另外一个地方的情况。在经过了几年的游客不断涌入后,云南西双版纳自治州的满春曼傣族村于1993年开始建筑类似他们自己的房子的旅游景点。<sup>②</sup>到1995年,他们已经将该村建设成为一个股份制村级企业,收取门票,修建拱门通往各文化及风景点,创建一个销售民族物品的市场,并建造了一个大型竹器展厅,根据游客要求,可安排歌曲及舞蹈表演。村民们十分成功——每户每年旅游收入可达1300至3000元,广东的一家公司打算出资将该地区包括临近的村庄建成一个大型民族休闲胜地。那样的话,满春曼的村民就会成为旅游业的雇员,分享一小部分公司利润。

同时,在贵州,位于中国最大的瀑布——黄果树下游的滑石哨布依村寨要求当地旅游管理部门将它规划成像满春曼主题公园类型的村寨,却得不到批准,村民们已经筹集到了建造一个小型博物馆的资金(虽然他们尚未收集到足够的展览物品),并想向游客收取门票费。游客可以游览该村美丽如画的石巷,欣赏该村古老婆娑的榕树。滑石哨的风景及迷人的布置,加之靠近大瀑布,引起了省民委的注意,并将它确定为“露天博物馆”,贵州“第一个布依族文化保存村寨”。但是村民们收取门票费的请求却几次都遭到了管理部门——黄果树旅游局的拒绝。我问及黄果树旅游局局长为什么不允许村民收门票费,他回答说,“因为他们是农民,他们不知道如何发展旅游业,不知道如何管理旅游业。如果让他们自己来开发滑石哨,就会把事情搞糟,游客会不高兴,就会把整个地区弄糟。他们要开发旅游业,就得让我们来给予他们帮助。”他说村民们应能够给游客提供即兴娱乐表演。他说的是什么类型的服务呢?他说,“看,你去过深圳吗?中国民俗文化公园去过吗?你在那里,购买门票,就可看到各种表演,有唱歌、舞蹈及其他各种表演,我们就准备这样开发滑石哨”。

高坡苗寨位于贵阳附近的山区,也赢得了省民委类似的认可:苗族文化露天博物馆,最终吸引了不少游客、学者、记者、艺术家及官员造访。和滑石哨的村民一样,高坡居民也意识到,他们的村寨作为天然博物馆,早期只是吸引游客来“研究及调查”,现在应当允许收取一定的门票费。然而,尽管高坡村的定位是博物馆,但村旅游主管人员却想引入猎兔、猎羊及其他旅游项目,以吸引贵阳市游客到这里度周末。他的梦想是将高坡变成一个山区体育主题公园。

郎德苗寨是另外一个省级认可的“露天博物馆”及“文化遗址村”。该村已建立了一套针对团队游客的迎宾程序。到20世纪90年代中期,贵州各地已有几十个苗族和侗族村寨被旅游部门选为团队旅游接待地,采用的是相似的迎宾程序。在郎德寨,游客要先过“拦路酒”这一关,有妇女在一旁唱歌,男人在一旁吹奏芦笙助兴,然后再进入村庄,可观赏到歌舞表演,但最后是恼人的旅游品兜售。外国游客一般只得匆匆退回到他们的面包车内回避,对风景如画的村寨所发生的俗气的商业做法感到失望。旅游业已大大地改善了郎德村民的生活水平,但在许多外地游客看来,特别是外国游客看来,这却使该村付出了失去真实性这一代价。村民们似乎并未意识到他们对待外国游客的态度。具有讽刺意义的是,他们认为自己的村寨是附近最真实的苗寨,他们不是拥有最别具一格的迎宾仪式吗?此外,郎德的游客是中国人,他们似乎不在乎所谓真实与否。

自20世纪90年代初以来中国各地村寨纷纷开展旅游业务。农村社区转化为娱乐型文化遗址及城市休闲一族的游览点,是中国政治经济体制正从生产和阶级斗争转向消费及休闲文化的充分见证。<sup>③</sup>当然,20世纪90年代这种要么开发现场旅游点,要么把少数民族村寨转化为实际主题公园的村寨旅游热,也提出了一个问题:这种“基层”旅游能可持续地发展吗?在很多情况下,由于投资

有限——一般只是村民所能筹集的经济资源——不足以支持旅游业长期发展,到某个时候村民们只得回到以前那种残缺不全的耕作经济方式去,或让他们的旅游业由外地人来接管,如满春曼的情况一样。在两种情况下,村民们的处境都差不多:开始村民们能控制一定的旅游收入,但后来都只是旅游业的配角,因为要发展旅游业,就得要不断增加资金的注入。

在本篇论文中令我感兴趣的并非村寨旅游的政治经济系统。<sup>④</sup>村寨主题公园现象提出了一系列的问题,即在新兴旅游阶层对这些村寨抱着好奇心情去造访时,旅游业会对某些农村群体造成何种新的跨地域主体。而当村民们向外界展示自己,以期望游客们将钱投向乡村时,会对地方特性产生何种影响呢?民族与文化旅游业方面诸多的文献提供了概念性框架,以解释村寨主题公园和主体之间的关系:这里展现原始风味吗?村民们是否将自己展示为“异乡情调之他人”?这些村庄是否最好当作“活博物馆”、现实主题公园或完全另外一种东西?这些村寨是否代表寻找真实风味的游客所希冀的“原始风貌”呢?

针对这些问题,人们已有一个假设,即民族与文化旅游者是出于寻求真实文化的目的才来旅游的。<sup>⑤</sup>根据这一说法,艾里克·科恩提出了一个用于分析东南亚地区的民族旅游发展的模式,他认为真实文化在村寨产生活动转型方面起了关键作用,使少数民族地区在旅游开发以前的日常生活活动转变成了旅游文化,在这种旅游文化里,日常生活和与旅游有关的活动变得实际上没有区别了。<sup>⑥</sup>根据科恩的说法,由于游客渴望体验真实文化这一愿望开始渗透到民族社区的日常生活中,一种分离型的旅游点形成范围出现了,在这里,真实性被村民们舞台化了,用以满足游客的消费。这种旅游点与社区日常生活越分离,舞台的吸引力也就日益被显示出来了。<sup>⑦</sup>而就是在这个意义上,主题公园这一标签常常被用于表示舞台化表演的非真实性含义。然而,在此时,由于社区本身完

全被旅游业改变了,“旅游点”这一独特现象开始解体;“旅游点”已开始溶入到民族文化中,最好称为已溶入到“旅游文化”中,此刻真实文化与旅游文化的区别已不复存在。

当然,这种民族旅游发展周期模式有许多地方值得探索。那些抱着寻找真实文化的想法到郎德寨旅游的外国游客难免会乘兴而来、败兴而归;他们觉得自己寻找“真正村庄”这一严肃的要求再次被那些旅游业胡乱操作者搅坏。因此,那些渴望真实风味的游客只有不断地去“发现”更偏僻的村庄。对贵州旅游业发展观察研究了十多年,我清楚地认识到其发展周期模式正如科恩提出的模式一样。旅游业像浪潮一样流向农村,扑向更偏僻的社区,使得村民们可从自己的“十五分钟真实文化”中短暂地享受一种乐趣,获得一定的收益。

然而,我仍然有点十分困惑,这种模式是由一个概念——“真实性”所驱动,而且是旅行部门说了算,他们说是真的,就是真的,是假的就是假的。换句话说,我的困惑是:难道村民就不能把握都市游客需求的细微性吗?他们为什么看起来这么笨,居然设想搞些游客会觉得是不真实的甚至是乏味的人为的旅游活动(如:猎兔、猎羊)?我们能够仅仅因为他们是没文化的农民,因此很容易被城市休闲族的愿望搞糊涂,而同情他们吗?他们只是因为一时失去理智而误构迪斯尼乐园之梦想吗?

针对这些问题,本文试图提出一些与民族文化旅游文献已有的假设的不同答案。在接受所谓因为寻找真实性而推动了民族文化旅游,而这种寻找又是为了了解村寨旅游发展周期提供了基本线索这一观点之前,我们必须认真考虑两种假设:首先,真实性解释了游客动机的这一假设。对于西欧及北美游客来说,这一假设有道理,而对于日益增多的东亚游客来说,很难站得住脚。第二个假设是:对于中国旅游业及西方社会来说,真实性的含义是一样的。