

重建 『旅游——生活空间』：

文化旅游背景下民族文化遗产的可持续保护利用研究

桂榕◎著



云南大学中西部高校提升综合实力工程创新团队建设成果
云南大学民族文化遗产保护研究创新团队建设成果

中国社会科学出版社

重建 『旅游——生活空间』

文化旅游背景下民族文化遗产的可持续保护利用研究

桂榕◎著

中国社会科学出版社



图书在版编目(CIP)数据

重建“旅游—生活空间”：文化旅游背景下民族文化遗产的可持续保护利用研究 / 桂榕著. —北京：中国社会科学出版社，2016.3

ISBN 978 - 7 - 5161 - 8441 - 7

I. ①重… II. ①桂… III. ①少数民族—民族文化—文化遗产—保护—研究—云南省 IV. ①K280.74

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 138245 号

出 版 人 赵剑英

责任编辑 郭 鹏

责任校对 邓雨婷

责任印制 李寡寡

出 版 中国社会科学出版社

社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号

邮 编 100720

网 址 <http://www.csspw.cn>

发 行 部 010 - 84083685

门 市 部 010 - 84029450

经 销 新华书店及其他书店

印刷装订 三河市君旺印务有限公司

版 次 2016 年 3 月第 1 版

印 次 2016 年 3 月第 1 次印刷

开 本 710 × 1000 1/16

印 张 24.25

插 页 2

字 数 410 千字

定 价 86.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书，如有质量问题请与本社营销中心联系调换

电话：010 - 84083683

版权所有 侵权必究

本书受到

云南大学中西部高校提升综合实力工程
创新团队建设项目（社科）经费

云南省哲学社会科学学术著作出版
专项经费资助

目 录

绪论	(1)
一 基本概念界定	(1)
二 研究背景	(23)
三 研究现状与问题的提出	(35)
四 研究思路与研究方法	(46)
五 个案选择与田野工作	(50)
第一章 旅游空间原地生产模式与文化遗产的保护利用	(53)
第一节 旅游空间原地生产模式及个案的选择	(53)
第二节 少数民族旅游村寨型景区：西双版纳傣族园	(53)
第三节 世界文化遗产城市型景区：丽江大研古城	(105)
第四节 旅游空间原地生产模式与文化遗产保护利用 效应小结	(172)
第二章 旅游空间本地生产模式与文化遗产的保护利用	(178)
第一节 旅游空间本地生产模式及个案选择	(178)
第二节 旅游地产社区型景区：楚雄彝人古镇	(178)
第三节 民族文化遗产基地型景区：丽江玉水寨	(214)
第四节 旅游空间本地生产模式与文化遗产保护利用 效应小结	(260)
第三章 旅游空间异地生产模式与文化遗产的保护利用	(267)
第一节 旅游空间异地生产模式及个案选择	(267)
第二节 都市民族文化主题公园型景区：云南民族村	(267)

第三节	旅游空间异地生产模式与文化遗产保护利用 效应小结	(304)
第四章	文化遗产保护利用的模式类型比较、理论总结及创新性 保护利用系统建构	(307)
第一节	多元模式类型的比较分析	(307)
第二节	文化旅游背景下民族文化遗产创新性保护的 理论总结	(322)
第三节	文化旅游背景下民族文化遗产创新性保护 系统的建构	(337)
第五章	实现文化旅游背景下民族文化遗产可持续保护利用的 机制建设与对策建议	(343)
第一节	民族文化遗产可持续保护利用的主体协作 机制建设	(343)
第二节	民族文化遗产可持续保护利用的风险防范 体系及机制建设	(347)
第三节	民族文化遗产可持续保护利用的对策建议	(351)
第六章	结论与展望	(354)
第一节	研究的核心概念与基本结论	(354)
第二节	研究展望	(364)
附录1	访谈提纲	(366)
附录2	调查问卷	(368)
参考文献		(371)
后记		(381)

绪 论

一 基本概念界定

（一）民族文化遗产

遗产（Heritage）一词源于拉丁语，原义仅指“公民死亡时遗留下来的个人合法财产”，后来逐渐引申为“历史上遗留下来的精神财富”。^① 在法国、英国、美国、日本、韩国等国家，遗产一词从内涵到外延大体上都经历了一个不断扩展的过程，并出现了“文化遗产”“自然遗产”“世界遗产”一些全新的概念。^② 遗产一词的外延几乎囊括了人类社会创造的所有文明。^③

文化是一个非常广泛的概念。学术界广泛使用人类学家爱德华·泰勒对文化的界定：“文化就其广泛的民族学意义来说，是包括知识、信仰、艺术、道德、法律、风俗以及作为社会成员的人所掌握或接受的任何其他的才能和习惯的复合体。”^④ 根据《辞海》对文化的解释，文化有广义和狭义之分。广义的文化是指人类在社会实践过程中所获得的物质、精神的生产能力和创造的物质、精神财富的总和。狭义的文化，是指精神生产能力和精神产品。文化遗产这一复合概念，通常被理解为遗传或者遗赠的文化财产。

可见，文化体现文化遗产具有丰富的精神内涵本质；而遗产凸显文化遗产的传承特性及所蕴含的深厚历史价值。在文化整体观视野下，文化遗

① 参见《辞海》，辞书出版社1999年版，第3004页。

② 李墨丝：《非物质文化遗产保护国际法治研究》，法律出版社2010年版，第20页。

③ 苑利：《文化遗产与文化遗产学解读》，《江西社会科学》2005年第3期。

④ [英] 爱德华·泰勒：《原始文化》，连树生译，广西师范大学出版社2005年版，第1页。

产涵盖有形与无形的文化形态,物质文化与非物质文化密切关联、相互依存。文化遗产联系着过去和未来,其价值与社会功能主要在于延续文明传统,开展文化教育、交流与传播。它通过人类的合理利用与价值传承而得到发展,是世代相传,形成于过去,流传存续至今,并被认为是具有历史、艺术、科学等价值的部分。

文化遗产(Cultural Heritage)概念在1972年联合国教科文组织的《保护世界自然和文化遗产公约》中正式提出。这一时期对文化遗产的关注主要局限于物质文化遗产(有形文化遗产)。如具有突出、普遍价值的文物(Monuments)、建筑群(Groups of Buildings)、遗址(Sites)等。国际法律文件最初使用的是文化财产(Cultural Property)。此后,文化财产、文化遗产、文物等用语交替使用,但文化遗产的使用频率较高。联合国教科文组织出台的《关于保护可移动文化财产的建议》(1978)、《保护传统文化和民俗的建议》(1989)、《宣布人类口头和非物质遗产代表作条例》(1998)、《世界文化多样性宣言》(2001)等一系列文件,体现出对文化遗产渐进的认识和理解。1999年,国际古迹遗址理事会《国际文化旅游宪章(重要文化古迹遗址旅游管理原则和指南)》指出:“文化遗产是在一个社区内发展起来的对生活方式的一种表达,经过世代流传下来,它包括习俗、惯例、场所、物品、艺术表现和价值。文化遗产经常表现为无形的或有形的文化遗产。”^①2003年10月17日,联合国教科文组织第32届大会通过了《保护非物质文化遗产公约》(Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage)。公约中指出非物质文化遗产包括口头传说和表述,表演艺术,社会风俗、礼仪和节庆,有关自然界和宇宙的知识和实践,传统的手工艺技能五个方面;将是否有持续发展的可能性列为世界非物质文化遗产申请保护的重要条件,并明确将“保护”界定为“确保非物质文化遗产生命力的各种措施”。至此,包括物质(有形)文化遗产与非物质(无形)文化遗产在内的完整的文化遗产概念形成。

就中国的情况而言,2005年,国务院颁布的《关于加强文化遗产保护的通知》指出“文化遗产包括物质文化遗产和非物质文化遗产。物质文化遗产是具有历史、艺术和科学价值的文物,包括古遗址、古墓葬、古

^① 联合国教科文组织世界遗产中心、国际古迹遗址理事会、国际文物保护与修复研究中心、中国国家文物局:《国际文化遗产保护文件选编》,文物出版社2007年版,第187页。

建筑、石窟寺、石刻、壁画、近现代重要史迹及代表性建筑等不可移动文物，历史上各时代的重要实物、艺术品、文献、手稿、图书资料等可移动文物；以及在建筑式样、分布均匀或与环境景色结合方面具有突出普遍价值的历史文化名城（街区、村镇）。非物质文化遗产是指各种以非物质形态存在的与群众生活密切相关、世代相承的传统文化表现形式，包括口头传统、传统表演艺术、民俗活动和礼仪与节庆、有关自然界和宇宙的民间传统知识和实践、传统手工艺技能等以及与上述传统文化表现形式相关的文化空间”。结合《中华人民共和国文物保护法》来看，文物被视为物质文化遗产的同义语。2011年，《中华人民共和国非物质文化遗产法》（以下简称《非物质文化遗产法》）第二条规定“本法所称非物质文化遗产，是指各族人民世代相传并视为其文化遗产组成部分的各种传统文化表现形式，以及与传统文化表现形式相关的实物和场所。包括：传统口头文学以及作为其载体的语言；传统美术、书法、音乐、舞蹈、戏剧、曲艺和杂技；传统技艺、医药和历法；传统礼仪、节庆等民俗；传统体育和游艺；其他非物质文化遗产”。从已颁布的国家级非物质文化遗产门类项目看，主要有民间文学、民间音乐、民间舞蹈、传统戏剧、曲艺、杂技与竞技、民间美术、传统医药、传统手工艺、民俗十大类。

本书所指民族文化遗产专指少数民族文化遗产。少数民族文化是指各少数民族在其历史发展进程中创造和发展起来的具有本民族特点的物质文化和精神文化的总和。就民族文化遗产而言，孟慧英认为少数民族传统文化本身就是文化遗产。^① 祁庆富认为文化遗产是传统文化中传承下来的最精华部分，是各民族历史上遗留下来的值得保护的物质财富和精神财富。^② 在此基础上，笔者认为民族文化遗产是指继承民族优秀传统文化，具有一定文化价值与社会功能的民族优秀传统文化，它包括有形的物质实体与无形的观念、知识、技能、艺术、民俗等。以往研究在指称民族文化遗产概念时，往往与“民族优秀传统文化”概念通用。民族文物是少数民族物质文化遗产的核心组成。而少数民族物质文化遗产还应包括在少数民族生活中具有重要作用、蕴含少数民族文化传统和特色的实物，如传统建筑、

① 孟慧英：《试谈少数民族文化遗产的特点》，载文日焕、祁庆富主编《民族遗产》（第1辑），学苑出版社2008年版。

② 祁庆富：《存续“活态传承”是衡量非物质文化遗产保护方式合理性的基本准则》，《中南民族大学学报》（人文社会科学版）2009年第3期。

服饰等,有些虽然不是确定级别的文物,但都可以被包含在少数民族文物中。由此,我们可以将民族文化遗产理解为少数民族文物和少数民族传统文化表现形式及相关实物、场所。当然民族文物与民族传统文化表现相关的实物、场所会有部分交叉。

(二) 民族文化遗产的旅游利用与保护

文化旅游背景下的民族文化遗产保护,涉及民族文化遗产的旅游利用与保护两方面。国内外学术界在涉及文化旅游背景下的文化(遗产)保护时,往往会考虑到文化遗产的经济与文化的双重属性所带来的经济与文化利益,所以会把文化遗产的旅游利用与保护作为一对不可分的概念进行探讨。民族文化遗产的旅游利用与保护是密切相关的概念。

从世界遗产相关文件来看,早在1964年的《威尼斯宪章》中就出现了“利用”一词。《威尼斯宪章》指出了文化古迹为社会公用的必要性,明确表明其对文化遗产的展示与利用的肯定态度,尽管没有提出如何利用与展示,但其所强调的文化遗产保护的原真性与完整性,成为物质(有形)文化遗产保护与利用的两大基本原则。1987年的《佛罗伦萨宪章》第十八条至第二十二条首次把“利用”作为宪章重要的一部分进行具体的阐述。^①随着越来越多的世界遗产成为旅游消费对象,旅游作为展示与利用活动的重要途径,日益成为促进遗产地保护与发展的重要课题。过度的或没有妥善管理的旅游发展,会威胁遗产地的真实性和完整性,因此,旅游发展与遗产地的保护存在一定的矛盾。但随着科学技术的提高及旅游管理知识的发展成熟,人们越来越意识到旅游业在保护和发展文化遗产地中的重要角色。其一方面承担着公共教育的重要功能,另一方面能为东道主社区以及其他利益相关者带来显著的经济与文化利益。实践证明,旅游正日益成为文化保护的积极力量。因此,如何协调旅游发展与文化遗产保护的关系、如何管理与促进遗产地旅游业的合理发展以及如何协调各利益相关方之间的关系,是当今文化遗产地旅游管理与发展进程中的重要课题。由联合国教科文组织(UNESCO)世界文化遗产中心2002年出版的《世界遗产地旅游管理手册》及国际古迹遗址学会(ICOMOS)于1999年

^① 参见北京大学世界遗产研究中心《世界遗产相关文件选编》,北京大学出版社2004年版,第336—342页。

通过的《国际文化旅游宪章》，认为国际旅游业的持续成长反映了当代社会对文化遗产欣赏的需求，应将其视为正面积极的力量，各遗产地经营者应针对当地旅游资源进行评估，并确认合理的旅游容量与管理模式，寻求保护与开发之间的平衡点。

《国际文化旅游宪章》取代了1976年版的《文化旅游宪章》，成为文化遗产地重要的旅游管理原则和指南，为处理旅游发展与文化遗产地保护间的关系、管理与促进遗产地旅游业合理发展以及协调利益相关者之间的关系问题，给予了重要的指导。新宪章表明，出于对历史文化遗产共同的尊重和对资源脆弱性的担忧，保护组织和旅游业必须以合作的态度一起工作，来保护和展现世界文化和自然遗产。^① 联合国教科文组织于2001年制定的《世界文化多样性宣言》明确表明，各种形式的文化遗产都应当作为人类的经历和期望的见证而得到保护、开发利用和代代相传，以支持各种创作和建立各种文化之间的真正对话。2005年的《保护和促进文化表现形式多样性公约》强调传递着文化特征、价值观和意义的文化活动、产品与服务具有经济和文化双重性质，提出经济和文化发展互补原则。^②

地理学家格拉汉姆（Graham）、艾希沃斯（Ashworth）和滕布里奇（Tunbridge）就遗产的经济和文化“双重属性”（The Duality of Heritage）进行了阐释，认为遗产的经济和文化意义在遗产旅游中的关系是相辅相成的。^③ 从本质上看，在旅游里，文化遗产这个术语不仅意味着景观、自然历史、建筑物、人工制品、文化传统等的东西，它们或者字面地或者隐喻地从一代传到另一代，而且还包括那些为了促销而能被描述成是旅游产品的东西。^④ 因此，文化遗产的旅游利用与旅游开发之间的边界

① 张朝枝、郑艳芬：《文化遗产保护与利用关系的国际规则演变》，《旅游学刊》2011年第1期。

② 中国非物质文化遗产网，http://www.ihchina.cn/inc/detail.jsp?info_id=3089，2013年4月16日。

③ Graham B J, Ashworth G J, Tunbridge J E, *A Geography of Heritage: Power, Culture and Economy*, Oxford University Press, 2000, pp. 2-65; Peckham R S., "Introduction: The politics of heritage and public culture", in Peckham R S ed., *Rethinking Heritage: Cultures and Politics in Europe*. I. B. Tauris, 2003, pp. 1-16.

④ [澳] 克里斯·库珀：《旅游研究经典评论》，钟林生、谢婷译，南开大学出版社2006年版，第210页。

在很多时候是极为含糊的——尽管联合国对文化遗产采取的态度是“利用”，而不是“开发”。旅游利用以文化遗产的保护发展与旅游可持续发展为目的。旅游利用强调在确保历史真实性与发挥其文化精神功能和文化魅力的前提下，获得经济收益；旅游开发则比较强调经济效益。然而由于遗产的经济和文化意义在遗产旅游中相辅相成，旅游利用与旅游开发之间的边界也是相互渗透的。

当代中国旅游的产业化更多地被现代社会的经济理性所左右。旅游产业对经济利益的追求使宣传成为达到利益最大化的重要手段，同时也受到了国家经济与政治的影响。旅游的产业和政治化把旅游地文化改造为商品。^①越来越多的少数民族利用地方旅游作为手段实现文化生存。由于文化遗产具有物质与非物质的大分类，在大分类下又有很多具体的小分类。其类型多样，保护传承的方式也是多元化的。其中，工艺类非物质文化遗产本身就具有生产性，而这些往往是主要的旅游商品。旅游为民族传统手工技艺等部分非物质文化遗产提供了再生的机会和条件。这也是学术界在指称民族文化遗产旅游利用概念时，普遍使用“旅游开发”这一概念的主要原因所在。

中国人普遍理解的民族，在一般语境中通常是不包括主体民族——汉族的。科恩（Cohen）在昆明会议上把“民族旅游”定义为：被观光的主体人群在文化、社会、政治上都不完全属于他们所居住国的主体民族，而且具有在生态区位上的边缘性及文化上的殊异而被贴上了旅游标志的，可称为民族旅游。^②美国旅游人类学家瓦伦·史密斯（Valene Smith）曾把旅游方式分为五种，其中“民族旅游”主要指以奇异的风土人情来吸引游客；“文化旅游”主要指以参与和感受地方文化为主的旅游。而以民族文化为旅游资源而开展的旅游，旨在探寻和体验地方特色和民族特色，其实质就是以少数民族文化为特色的旅游。因此，基于民族文化（遗产）而开展的旅游被称为民族文化旅游，是十分准确的。笔者认为，从民族文化属性与旅游规划实践角度可将民族文化旅游资源分为三类：一是民族文物及物质实体性文化旅游资源；二是非物质遗产旅游资源，根据中国

① 吴世旭：《“发现”赵家堡》，载王铭铭主编《中国人类学评论》（第18辑），世界图书出版公司北京公司2011年版，第202页。

② 杨慧：《旅游·少数民族与多元文化》，云南大学出版社2011年版，第3页。

的《非物质文化遗产保护法》，主要指各种传统文化表现形式、空间及与传统文化表现形式相关的实物和场所；三是通过第一、二类所展现的少数民族伦理道德、思想价值观念等精神文化资源及文化旅游氛围。

少数民族文化主体及以其为核心要素的文化旅游资源的真实性，是民族文化遗产可持续旅游利用与保护最为基础而重要的条件。所以文化旅游资源利用与保护的研究，要基于少数民族文化主体及其文化旅游资源来开展。从目前中国民族文化遗产旅游利用的情况看，不外乎通过文化遗产的原生地、文化遗产所在区域及异地这三类空间进行。因此，从与以上三类空间分别对应的原地、本地、异地的旅游空间生产角度来研究民族文化遗产的旅游利用与保护，是合理而有效的。

（三）民族文化旅游空间及其生产

在全球化背景下，民族文化旅游所涉及的舞台化与原真性、旅游场景生产、符号消费、文化体验、文化遗产的保护与开发利用等问题，都与空间生产息息相关。但这方面的探讨却极为薄弱。空间概念的发展及其意义的凸显，使地理学、文化学、人类学等多学科视角整合的研究成为可能。空间生产最早由法国马克思主义批判哲学家亨瑞·列斐伏尔（Henri Lefebvre, 1974）提出，以其所著《空间的生产》的出版为标志，“空间”浮现是社会文化理论的一个核心主题。后经曼纽·卡斯特（Manuel Castells）、大卫·哈维（David Harvey）、爱德华·索亚（Edward Soya）等学者的发展，逐渐形成观点系统的理论。根据空间生产理论，空间被社会关系所生产，同时也生产着社会关系。空间生产就其内涵而言包括两个方面：一是在空间中的生产；二是空间本身的生产。爱德华·索亚认为，在1960年后现代化不断加强的背景下，空间愈加具有本体论的性质，空间生产已经成为消费社会赖以维持与发展的主要手段。空间维度的阐释，有助于重新审视社会、历史和空间的共时性及其复杂性和相互依赖性。国外研究者已普遍将旅游研究与空间、权力、网络、制度等相关社会问题紧密结合。

具体关于旅游空间的研究，国内外呈现出两类不同的学科研究视角和方法。

以管理学、经济学、地理学等学科为主的研究，聚焦传统观念的旅游空间，如旅游空间结构和旅游空间模式等。国外对旅游空间结构研究始于

1960年,如克里斯特勒(Christaller)等运用区位论研究游憩活动与地理空间的结构关系;伦德格伦(Lundgren)等通过建立核心—边缘理论模型来强调在旅游行为中边缘地区对核心地区的依赖;皮尔斯(Pearce)在讨论旅游规划时,将空间系统按尺度区分为三个层次(1995)。国内有关旅游空间的探讨,主要以区域社会经济探讨为主。吴必虎对国外诸多模式进行了总结,结合中国的旅游发展情况,提出了以城市为中心的从一日游到目的地旅游的不同空间尺度的模式结构(2001)。窦文章等提出旅游区结构由核心区、直接支持带、间接支持带组成,可分为都市旅游区、户外休憩活动带、别墅疗养区和城市郊区旅游带四个区域类型(2000)。刘旺、马晓龙、李山等对旅游空间中的线路产权、线路组织、游览时间等方面进行了探讨(2003, 2006)。万幼清认为,目前世界旅游业的发展已经逐渐转向挖掘文化内涵,增加科技含量,旅游经营方式和产业结构正在发生结构性变化,旅游文化空间的拓展和发掘已成为世界旅游发展的必然趋势(2004)。钟士恩等人将旅游空间模式基本理论梳理为圈层结构理论、核心边缘理论、空间扩散理论(2011)。

人类学、社会学、民族学等学科的旅游空间研究,特别是国外的相关研究,主要在社会文化理论层面运用空间生产概念。以马康纳(MacCannell)的“旅游空间和舞台真实”理论和科恩(Cohen)提出的“旅游圈”概念为代表。科恩(Cohen, 1979)认为舞台化、商品化并不一定会破坏文化的真实性,并大胆地提出舞台化、商品化会不断地为地方文化注入新的活力,成为民族身份的标志,成为当地人在外来公众面前自我表现的工具。布鲁纳(Bruner, 1992)、齐柏(Zeppe, 1997)、迪帕克(Deepak, 2003)等人对旅游空间和舞台真实进行了进一步的探讨。科恩(Cohen)在对民族旅游社区进行考察的基础上,提出了区隔民族旅游社区旅游空间与东道主生活空间的“旅游圈”概念。旅游圈既是一个具体的空间概念,也是针对东道主作为心理场域的抽象象征概念。

近几年,中国旅游研究开始出现关于旅游空间生产的综合学科视角的研究趋势。中国台湾学者钟宗宪提出与旅游空间密切相关的民俗文化空间概念,认为民俗文化空间是可以被经营出来的(2007)。侯兵、黄震方、徐海军认为,旅游空间是民族文化旅游实践活动的重要方面。空间形态可以较好地反映文化旅游的要素构成和结构关系。谢彦君认为,旅游空间是

一般意义上的非日常生活空间中具有特殊性质的子系统,有着不同于日常生活空间的特征和符号内涵。旅游空间是获得旅游体验的前提条件,同时也是旅游体验建构的产物(2007)。此外,李琮的《政治经济学视角下的旅游空间生产—消费模式》(2009)提出旅游空间既是空间产品,又是旅游消费的场所。旅游空间生产需要在旅游空间规划的带动下设计社会需要的旅游空间产品。空间生产过程主要包括旅游产品“量”的扩张与“质”的提高,“量”的扩张即通过开发新的土地资源增加多类型、宽领域的空间旅游产品供给;“质”的提高就是对原有旅游空间的再开发,改变单一的旅游产品结构,向新的深度和广度开拓。廖卫华的博士学位论文《消费主义视角下城市遗产旅游景观的空间生产》(2010)将成都宽窄巷子作为研究个案,从消费主义视角入手,以空间生产理论分析历史街区空间演化过程及空间生产机制,还对遗产旅游景观“主题化”及“空间复制”现象进行反思,提出全球化背景下遗产保护与开发的意义及发展路向。黄娅的《后现代结构主义空间范式下民族旅游的符号建构》(2010)从空间生产、空间消费、空间政治三方面对民族文化旅游的符号特征进行审视和建构,指出其对民族旅游业的良性发展具有重要意义。宗晓莲的《旅游地空间商品化的形式与影响研究——以云南省丽江古城为例》(2005)把英国地理学者布瑞顿(Britton, 1991)提出的旅游地空间商品化的两种形式归类为比较直观的直接商品化和间接商品化。那长春、许多的《旅游类影像:旅游资本的想像空间生产》阐述了旅游资本的“影像空间生产”这一概念及旅游类影像传播现存的问题。

1. “民族文化旅游空间”的概念及其属性

国内外学者普遍认为文化旅游立足于文化资源,以满足游客文化需求为目的。“文化旅游有两个重要的构成要件,一是强调以文化资源为支撑的旅游产品属性;二是强调旅游者对旅游资源内涵的深入体验和文化享受。”^①而民族文化旅游的客体或旅游对象聚焦“民族”。广义的民族,指世界所有具有独特民族性或族群性的人类群体。可见广义指向的民族文化旅游概念与通常所言的文化旅游概念同一;而狭义的民族,专指与多数人或主流文化群体相对的少数民族或族群,可

^① 侯兵、黄震方、徐海军:《文化旅游的空间形态研究——基于文化空间的综述与启示》,《旅游学刊》2011年第3期。

见狭义指向的民族文化旅游概念从属于文化旅游概念。本书所指民族文化旅游专指以少数民族或族群文化遗产为旅游消费产品的少数民族文化旅游类型。

从旅游主体（旅游者）的角度看，“旅游空间有着不同于日常生活空间的特征和符号内涵，它既是获得旅游体验的前提条件，也是旅游体验建构的产物，具有主观建构的抽象性和剧场化特征”^①。从旅游客体（旅游对象）的角度看，“旅游空间是通过旅游产品‘量’的扩张与‘质’的提高，被旅游规划人员有意图生产出来的旅游产品”^②。综合地看，民族文化旅游空间作为少数民族文化旅游资源和旅游者活动的空间范围和表现形式，其内涵应兼容物质文化和非物质文化、人文资源和自然资源，历史文化遗产和常态民俗生活文化等内容，它是具有明确地理空间范围的旅游主客体互动的空间。后现代地理学家爱德华·索亚曾提出融合“第一空间”物质维度和“第二空间”精神维度在内而具有极大开放性的“第三空间”^③概念。民族文化旅游空间作为民族文化旅游地物质性空间和精神性空间的叠合空间，具有“第三空间”性质和地理学、人类学、政治哲学等多学科层面的含义。具体而言，它具有四大属性：一是物理性。它依托于物质实体，并具有明确的自然地理空间范围。二是社会性。它是旅游地文化所有者与游客共同建构的具有公共性与开放性（宗教神圣空间除外）的社会空间。三是符号性。作为旅游吸引物的旅游标示与旅游景观，是民族文化象征符号与旅游消费符号，是旅游规划、游客体验、民族文化展示的集中体现。四是可生产与可消费性。它是民族文化资源商品化生产、产业化开发与旅游消费市场互动的体现，是民族文化产业与旅游产业融合发展的行业特征。

2. 民族文化旅游空间生产及相关概念辨析

空间生产是民族文化资源成为旅游产品和旅游景观的重要途径。法国

① 谢彦君：《旅游体验研究——走向实证科学》，中国旅游出版社2010年版，第34—35页。

② 李琮：《政治经济学视角下的旅游空间生产——消费模式》，《湖北经济学院学报》（人文社会科学版）2009年第1期。

③ [美] 爱德华·索亚（Edward W. Soja）：《第三空间——去往洛杉矶和其他真实和想象地方的旅程》，陆扬等译，上海教育出版社2005年版，第11—12页。

马克思主义批判哲学家亨利·列斐伏尔 (Henri Lefebvre) 提出空间的实践 (Spatial Practice)、空间的表征 (Representation^① of Space) 与表征的空间 (Representational Space) 概念, 对应于感知的空间 (The Perceived Space)、构想的空间 (The Conceived Space)、生活的空间 (The Lived Space)。他认为这三个空间作为“社会空间的三个重要时刻”, 彼此之间存在着辩证关系。^② 民族文化旅游空间的生产作为空间生产的一种具体方式, 它具有空间生产的一般属性和层次。感知的旅游空间生产, 指旅游地空间区位与配置组合、地理景观与民族文化物质载体的开发实践; 构想的旅游空间生产, 指旅游景观符号系统的制造与呈现、旅游产品舞台化再现与产业化开发, 是文化旅游参与体验的主要空间; 生活的旅游空间生产, 既相连于旅游地少数民族社会生活层面, 又相连于游客的艺术想象和建构, 是获得民族文化旅游原真性体验的重要空间。可见, “民族文化旅游空间生产”概念借鉴融会了社会科学的空间生产、文化空间与文化再生产等核心理念, 并凸显了旅游空间基于主客体互动的文化建构本质。文化再生产是法国社会学家布迪厄社会理论中的核心观念, 强调人创造文化的能动作用。而文化变迁与再生产问题, 正是民族文化保护与旅游可持续发展的核心问题, 是民族文化旅游空间生产关注文化及其文化主体性的核心理念, 是民族文化旅游空间生产的持续动力。

旅游产品、旅游景观、旅游文化符号、文化空间等概念与民族文化旅游空间及其生产密切相关 (见图 0-1)。通常意义上, 凡为满足旅游者审

① 《牛津英语简明词典》给出 Representation 一词的两个相关含义: 表征某物即描绘或摹状它, 通过描绘或想象而在头脑中想起它; 表征还意味着象征、代表、做 (什么的) 标本或替代。根据这个解释, 我们分别将它译为“表象”和“表征”: 当它表示成形的客体时, 译成“表象”, 而当它侧重于强调生产“表象”的过程或行为时, 则译为“表征”。“表征”作为一个动词, 是指拿一物 (符号) 代表另一物体或观念的行为。斯图尔特·霍尔对表征作出了详细解释。简言之, 表征是通过语言生产意义。用符号生产意义的过程也就成了符号系统内的某种操作实践, 即意指实践的过程。因此, 文化就成了各种表象以不同规则和方式聚集的场所, 也因而成了各种表象为获得支配权而进行斗争的场所。文化研究的这种基本理论观念, 是与 20 世纪语言学转向、结构主义符号学及后结构语言主义话语分析等基本思想倾向相呼应的。就这个意义而言, 文化研究并不像我们国内通常理解的那样, 仅把文化看成研究对象。它还是一种用文化的方式进行研究的方法。即把社会现象看作具有上述特征的种种文化, 来解释其中发生的意义的产生、嬗变和争斗的生动过程。参见 [英] 斯图尔特·霍尔《表征——文化表征与意指实践》, 徐亮、陆兴华译, 商务印书馆 2013 年版。

② Henri Lefebvre, *The Production of Space*, Donald Nicholson-Smith trans., Wiley-Blackwell, 1991, pp. 38-42.