

赫章文史

第十辑

政协赫章县委员会 编
教育与文史资料委员会

赫章文史

第十辑

政协赫章县委员会 编

黔新出[图书]2006 年一次性内资准字第 105 号

赫章文史 第十辑

政协赫章县委员会编

毕节地区求实彩印厂印刷

8501168mm/32 开本 5.75 印张 80 千字

2006 年 5 月第 1 版 2006 年 5 月第 1 次印刷

印数:1 ~ 500 册

顾 问：安顺光

主 编：胡庭荣

副 主 编：张慧芳 杨世霖 罗昭朝 雷影光

编 辑：陶仁礼 陈德今

封面题字：李世清

序

胡庭荣

经过作者与编辑人员的共同努力,《赫章文史》第十辑终于如期面世了。

本辑《赫章文史》,收录了省内知名学者及本县作者关于夜郎方面的研究文章,还有一篇是作者亲自参加考古发掘“套头葬”的回忆,这组稿件,分别从不同的角度、不同的层面,对夜郎的研究与发掘利用进行了较为详细的探讨和介绍,相信文章的刊出,对于“历史文化兴县”将会有一定的推动作用。

今年,是第十一个五年规划的开局年,又时逢中国工农红军长征路过赫章七十周年,本辑《赫章文史》专门组织了几篇反映红军在赫章留下的战斗生活片段及一篇反映赫章籍老红军郭才高事迹的文章,想以此来纪念红军长征路过赫章胜利七十周年。

此外,本辑还专门约请原县人大副主任葛宁里

同志写了一篇回忆刘时平同志的文章,读来十分感人。刘时平同志是内蒙人,上世纪三十年代加入中国共产党,供职于《人民日报》社,是一名资深记者。由于1957年受到不公正待遇,于1961年来赫章,“文革”结束才回到北京。刘时平同志在赫章工作十多年,虽然身处逆境,但对待工作却尽心尽力,从不计较个人得失,表现出一位老共产党员的高风亮节。

《赫章文史》反映的就是发生在赫章这片热土上的人和事,不断搜集整理出有价值的史料,用以资政育人,是我们广大读者作者的义务,更是文史资料委员会的责任,希望广大新老作者一如既往地关心支持我们,共同把《赫章文史》办得更好。

二〇〇六年二月二十四日

目 录

前言	胡庭荣(1)
----------	--------

试论夜郎文化旅游资源定位定量分析	安文新(1)
------------------------	--------

夜郎民族的历史和文化概说	龙正清(13)
--------------------	---------

夜郎古国的形成与建都可乐	陈绍举(34)
--------------------	---------

对保护开发历史文化和构建和谐社会的思考	陈绍举(59)
---------------------------	---------

触摸夜郎“套头葬”	陈黔灵(86)
-----------------	---------

弘扬长征精神,建设革命老区	陶仁才(100)
---------------------	----------

修建红军在赫章纪念馆的必要性 ...	肖 乐(105)
--------------------	----------

老红军郭才高事迹掠影	曹凡臣(108)
------------------	----------

赫章名医赵尧臣与徐寿陔述略	赵 曦(115)
---------------------	----------

龙云致李宗仁的信提醒我走正道 ...	徐 浩(121)
--------------------	----------

奇特的作为,汗水的凝聚,心血的结晶

——《彭德银现代民间绘画作品集》

- 徐本礼(124)
- 乡绅朱靖堂其人其事 刘鸿熙(129)
- 野马川往事拾零 刘鸿熙(140)
- 禁烟歌 陈卫环(152)
- 石雕艺人之家 徐祥富(158)
- 野马川的启蒙教育 陶仁才(161)
- 记忆中的几个片断
- 刘时平同志在赫章 葛里宁(165)

试论夜郎文化旅游资源定位定量分析

安文新

随着市场经济的不断发展,对其中文化含量的需求被提到了议事日程上来。企业文化、旅游文化等等文化事项一时间成了人们议论和研讨的热门话题。我们大家都知道,文化是人类的精神活动和物质活动所创造出来的被历史传承下来的一种客观存在,你承认它也罢,不承认它也罢,它都普遍存在于我们的日常生活之中,默默地起着不同形式的作用。优秀(先进)的文化,是激励人们不断向前奋进的一种精神力量。社会经济发展到了一定的阶段之后,如果缺乏这种精神力量的支撑,经济不仅会停滞不前,而且还有可能会滑坡倒退,这是国际的经验和我国历史上的经验所证明了的一个不容否认的客观事实。

共产党在“三个代表”重要思想里,之所以把文化作为一个重要思想毫不含糊的提了出来,正是说明对这个问题已经有了充分而清醒的认识。文化

是个大概念,包括的范畴很广。对我们贵州来说,由于历史和地域的原因,把贵州历史传统文化统称之为夜郎文化。笔者认为没有什么不可以,因为这里所指的夜郎文化是大概念的夜郎文化。然而,具体到某一个地方来说,例如我省黔西北地区的赫章县,它的夜郎文化就应该是小的夜郎文化,也即是非常具体和现实的夜郎文化,这是完全由当地的数百件出土文物(可乐遗址)和有关彝文典籍记载所决定,而不是可以任凭任何个人的推测与想像创造出来的。这几年当地政府所提出的历史文化兴县的战略方针,这个“历史文化”,其实就是指的夜郎文化。

在改革开放的不断深入,在大力发展贵州旅游业的今天,如何开发和利用好夜郎文化中的旅游资源,笔者认为,这里面有两个不容我们忽视的问题:一个是对旅游资源的正确定位,一个是对旅游资源的准确定量。如果我们做好和做扎实了对旅游资源的正确定位分析和定量分析的话,那么在这方面得到开发利用的旅游资源不仅会在现实生活中(也就是在整活旅游业中)充分发挥其不可估量的物质和精神作用,而且还有可能达到事半功倍之目的,对拉动旅游经济起到积极的促进作用,还有可能由

此而派生或催生其它想像不到的新的旅游文化产品(业)。当然,到这个时候特别要警惕和注意防止伪文化产品(业)的鱼目混珠,以影响正宗文化产品(业)的诚信。为了深入的或者说较为理性的说明以上提出的两个问题,下面将展开来谈一点笔者粗浅的认识,抛砖引玉。

我们知道,不是所有的夜郎文化都是可以经过包装后作为旅游资源来开发利用的,能够作为旅游资源来开发利用的只是夜郎文化中的某些部分,具体到一个地区(方),夜郎文化中的旅游资源有多有少,绝对是不均衡的。因此,面对所拥有的夜郎文化。我们首先得对它进行正确的定位分析;也就是说给它一个明确的价值定位,看看究竟有多少可供开发利用的旅游资源,而这些已经可供开放利用的旅游资源,那些又是可以“急功近利”的;也就是说已经用不着进行包装和打磨就可以成为旅游文化商品而直接进入市场。例如民族服饰(头饰和手饰)、饮食、某些具有浓郁地方和民族特色的常用器物,以及已经被肯定了的民间歌舞和民间曲艺等;而那些又是目前暂时还不能够直接进入旅游市场,还需要一定的投资和有关部门的审批。例如对某些具有市场价值的出土文物的仿制等。有的还需

要作进一步的加工与提高。例如流传于威、赫边界的彝族戏剧活化石“撮泰吉”(变人戏)等。

这里,对出土文化的仿制好理解也易于实行,它不外乎是引资(投资)和经过有技艺的工匠仿制后具有不同的两种市场价格定位。一种是普及型,适应广大旅游者的文化欣赏(纪念)需求,一种是精工制造的收藏型,它面对的只是少部分游客的高消费和爱好者。然而,无可否认,像“撮泰吉”这样的戏剧活化石,它的本身虽然具有一定的可开发的旅游资源价值,但是如何进行开发才能使它能够进入旅游市场,使它在进入旅游市场之后能够充分发挥出应有的积极的效用。这不能不说还是一个值得研究的问题。弄得不好会事与愿违,适得其反,费力不讨好。这是因为,文化人类学所需要的“撮泰吉”和旅游文化学所需要的“撮泰吉”是两码子事。前者要的是民间传承下来,原汁原味,没有经过丝毫的改造和加工,是它本来面目的“撮泰吉”,只有唯一这样的“撮泰吉”,才能够给文化人类学提供科学的研究。而后者所需要的“撮泰吉”,它本身必须从原始的民俗学圈子里解脱出来,从而具有了旅游文化学的功利主义色彩,说得明白一点,就是它必须在获得旅游者普遍认可(欣赏)的基础上才能够

大赚其钱。所以,必须对它而且应该在万变不离其“宗”的指导原则下,进行一定程度上的必要的加工与提高,去粗取精,使之更加集中而具有艺术表现力,成为广大旅游者喜闻乐见的既具有民族性和观赏性,又具有娱乐性的一支民间传统艺术奇葩。

当然,为了使观众对“撮泰吉”这一传统的艺术奇葩有一个全面的认识和理解,在必要的导游解说词里,自然应该言简意赅地就它所产生和传承的民俗文化背景有一个介绍。这样做不仅可以提高一般观众在对其传统的艺术欣赏中的文化韵味,而且可以激发有心人的情趣(爱好)对加深“撮泰吉”的理解与研究都有百利而无一害。

第三个方面,就是夜郎文化中的有些旅游资源,从它固有的表象上来看,虽然不具有直接的市场价值,也不可能成为人们可以摆在桌面上自由出售的旅游产品。但是,我们应看到它对整个旅游景区(点)市场的拉动潜力却是非常之巨大。例如“奢香墓”和“可乐遗址”等。给这些已经具有了国家或省级文物保护单位资源的旅游文化资源如何定位,是做好对外旅游宣传的前提,也才能使宣传工作有一个扎实的依托。也就是说,如何进行宣传,怎样宣传才称之为到位,也就有了一定的范围

和标准。如果说,一个游客来到奢香墓前还不知道奢香是何许人也,那就只能说明我们的旅游宣传工作做得太差劲,太不到位了,也说明这个游客的到来是盲目的,是不自觉的。凡是盲目的和不自觉的旅游总是难以形成气候。这一点我们必须引以为戒。

人们为什么会有兴趣要去游览“奢香墓”?为什么要去参观“可乐古遗址”?首先是我们到位的宣传工作在起作用,使人们对奢香大体上的了解和对可乐古遗址的基本认识,从而激起人对事的激情,使旅游者从心底里升腾起一股“不到黄河心不甘”,终需一饱眼福的迫切愿望。通过激情而产生动机,这样形成的旅游,那怕开始的时候清淡一些,坚持下去,随着景区(点)有关设施的不断完善和配备,这些本身就具有相当深厚文化底蕴的旅游资源就会爆发出无限的感召力量。在这种力量的感染下,不久的将来旅游者将会蜂拥而至。这也是中外在旅游文化资源开发和利用中成功的无数事实。

对这些不可多得的具有深厚文化底蕴旅游资源价值的国家或省级文物保护单位,如果我们不能够清醒地认识到它本身所具有的对旅游所能产生的巨大感召作用(这当然与到位的宣传工作密不可

分),那么,我们就很容易被它常年表象的完全处于孤立、静止的原生态所迷惑而无所作为。我们对它的保护也仅仅是停留在“尽到职责”的简单层面上。如果我们一旦觉醒认识到它潜在的对整个景区(点)所具有的感召力,我们就会精神焕发,对它的保护由层面而进入到中枢,使整个保护单位一下子鲜活起来。现实生活中这样的例子不少,这里就不一一赘述。

然而,怎样才能给这些夜郎文化旅游资源作好定位工作呢?以笔者陋见,恐怕离不开唯物史观吧。只有站在历史的高度,承认历史发展的必然性和历史本身所固有的规律性,社会存在决定社会意识,社会意识又反作用于社会存在。我们才有可能对当时人类所创造的,被世代传承下来(以及出土文物)这些精神的或物质的文化现象(载体)不仅有一个清醒的认识和理解,而且还可以从中区分出优劣,从而去伪存真,去粗取精,发扬光大。

用唯物史观对这些可利用的传统的旅游文化资源进行正确的定位分析之后,接下来的工作就是定量分析。定量分析,这本来是自然科学里一个常用的名词。近几年来,由于边缘学科的不断增长,也就自觉而不自觉地被有心人引进到了社会科学

的领域。笔者不揣冒昧借用过来,是想用它说明自己的一些浅见。如果说,对夜郎文化旅游资源的定位分析是从客观方面所作出的价值判断的话,那么对它需要作出的定量分析,就是从主观方面的一种价格定位。说白了,就是给可以进入旅游市场的文化产品作出明确的、可以浮动的价格审定。有人会说,这是物价部门的事。其实不然,旅游产品,特别是文化产品(物质的和精神的)都具有它一定的特殊性和地域性,这是由它本身所包含的文化特质所决定,失去了这些文化特质,它可能一文不值。常言说得好:“黄金有价玉无价”。为什么“玉”无价?这里面就有一个特质的问题在起着特殊的作用。“满汉全席”知道的人恐怕不会太多,吃过的人也许更是寥寥无几,但通过对其作为旅游资源来进行开发利用之后,所作出的定量分析后的市场价位可以说高得惊人,不是一般的人可以消费得了的。为什么?这完全是由它本身所包含的极为丰富多彩的文化底蕴所决定。对于这种可谓“高精尖”的旅游文化产品,其定量分析往往都处于奢侈的地位。夜郎文化旅游资源有没有这样的东西,一时间很难得出结论。来日方长,还有待我们去进行深入的发掘和研究。

对旅游资源进行必要而准确的定量分析,不是可有可无,更不能随心所欲(或者凭长官意志)。在整个社会所处于的市场经济当中,旅游文化市场是一个特殊的市场,它有着本身所固有的不以人的意志为转移的活动规律。因此,我们在给旅游资源进行定量分析时,就必须掌握和懂得这些基本的活动规律,否则,就很难对其作出准确的价格判断。如果我们的定量分析发生偏差,轻则会造成这些旅游资源的浪费,重则会导致这些旅游资源失去它应有的价值。那么,要怎样才能使我们掌握和懂得现代旅游市场的这些活动规律呢?笔者认为,从思想上来讲,应该是辩证唯物主义,通过辩证逻辑来正确认识我们身边的这些夜郎文化旅游资源,将在市场中能够产生出多大的能量。思路清晰了,接下来便是方法即手段的问题。

几十年来,主要是在党的十一届三中全会以前的几十年,我们都是在以阶级斗争为纲的政治经济学里生活,你乐意也罢,不乐意也罢,都得听从政治经济学的摆布。因此,年长月累,就使我们这一代人自觉而不自觉地养成了一种善于用政治经济学的眼光去对待一切事物的惰性。冰冻三尺非一日之寒,这种惰性通过传统的教育和耳濡目染,也许