

贵州形象的 建构与传播

——
影视剧视角

张权生 著

THE CONSTRUCTION AND COMMUNICATION OF
GUIZHOU IMAGE

From the Perspective of Movies and TV Dramas

非
外
借



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

贵州形象的 建构与传播

— 影视剧视角

THE CONSTRUCTION AND COMMUNICATION OF
GUIZHOU IMAGE

From the Perspective of Movies and TV Dramas

张权生 ©著



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目(CIP)数据

贵州形象的建构与传播：影视剧视角 / 张权生著

· -- 北京：社会科学文献出版社，2018.11

ISBN 978 - 7 - 5201 - 3535 - 1

I. ①贵… II. ①张… III. ①影视艺术 - 关系 - 地区
经济 - 形象 - 建设 - 贵州 IV. ①F127.73

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 220881 号

贵州形象的建构与传播

——影视剧视角

著 者 / 张权生

出 版 人 / 谢寿光

项目统筹 / 邓泳红 陈 颖

责任编辑 / 薛铭洁 周爱民

出 版 / 社会科学文献出版社·皮书出版分社(010)59367127

地址：北京市北三环中路甲 29 号院华龙大厦 邮编：100029

网址：www.ssap.com.cn

发 行 / 市场营销中心 (010) 59367081 59367083

印 装 / 天津千鹤文化传播有限公司

规 格 / 开 本：787mm × 1092mm 1/16

印 张：26.5 字 数：420 千字

版 次 / 2018 年 11 月第 1 版 2018 年 11 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5201 - 3535 - 1

定 价 / 128.00 元

本书如有印装质量问题，请与读者服务中心 (010 - 59367028) 联系

▲ 版权所有 翻印必究

贵州省区域内一流学科——社会学学科建设经费资助成果

目 录

- 001 绪 论
- 025 第一章 | 贵州题材影视剧的发展概况
- 第一节 贵州题材影视剧的定义 … 025
- 第二节 贵州题材影视剧的发展概况 … 029
- 第三节 “他塑”与“自塑”：塑造贵州形象的文化立场分野 … 051
- 061 第二章 | 三种文化形象
- 贵州题材影视剧建构的贵州形象之一
- 第一节 多彩的民族民间文化形象 … 061
- 第二节 瑰奇的生态文化形象 … 100
- 第三节 厚重的历史文化形象 … 109
- 129 第三章 | 五个形象系列
- 贵州题材影视剧建构的贵州形象之二
- 第一节 贵州风景品牌形象系列 … 129
- 第二节 贵州英模形象系列 … 140
- 第三节 贵州新时代追梦者形象系列 … 158
- 第四节 贵州社会主义新农村形象系列 … 166
- 第五节 贵州现代城市形象系列 … 175



189	第四章 反贫困与剿匪	
	——贵州题材影视剧建构的贵州形象之三	
	第一节 自力更生反贫困 ……	189
	第二节 义释当代女“孟获” ……	209
221	第五章 贵州题材影视剧建构贵州形象的体制机制环境	
	第一节 贵州题材影视剧建构贵州形象的体制环境 ……	222
	第二节 建设多彩贵州民族特色文化强省 ……	263
	第三节 贵州题材影视剧建构贵州形象的运行机制 ……	273
290	第六章 贵州题材影视剧建构贵州形象的思想内核	
	第一节 国族认同：建构贵州形象影视剧的核心思想 ……	290
	第二节 建构贵州形象影视剧的现代性思想 ……	319
347	第七章 贵州题材影视剧建构与传播贵州形象的问题及策略	
	第一节 贵州题材影视剧建构与传播贵州形象的主要问题 ……	347
	第二节 建构贵州形象的影视剧提升传播力的策略 ……	377
396	结 语	
399	参考文献	
406	附录一 贵州题材电视剧参考剧目（1987～2017）	
410	附录二 贵州题材电影参考影片（1960～2017）	
416	后 记	

绪 论

一 贵州形象的定义

贵州形象是一个综合体，是贵州整体实力的表现，是贵州的外部公众、内部公众对贵州的政治、经济、文化、社会、生态等各方面的状况、行为及其成果所形成的总体评价。

从不同的角度来看，贵州形象呈现为不同的系列。例如，从时间角度来看，贵州形象可分为历史的形象、现实的形象；从人与自然的关系角度来看，贵州形象可分为自然形象、人文形象；从塑造主体来看，贵州形象可分为他塑的形象、自塑的形象。贵州形象对内关乎贵州的凝聚力，对外关乎贵州的影响力。

为了完整地阐释贵州形象的概念，笔者需要强调以下六点。

(1) 贵州形象，不等于贵州的外部形象。忽视贵州内部形象的建构，必将建构单面的贵州形象，很可能走向虚幻。历史上的贵州形象，主要表现为外部公众对贵州的总体评价。这样的贵州形象，主要呈现为“他者”形象：贵州对于外部公众而言，是难登大雅之堂的“异端”。为了避免重蹈贵州形象遭歪曲的覆辙，贵州的内部形象建构必须受到高度重视。贵州的内部形象是贵州的内部公众对贵州的总体评价。贵州的内部形象建构，主要是贵州人民的使命，是一个值得慎重考虑的问题。这样的贵州形象，主要表现为贵州的“自我”形象，体现了贵州人民塑造贵州形象的主体性，寄托了贵州人民对贵州经济社会发展的美好梦想，将更多地展现贵州阳光的形象。

(2) 贵州形象不等于贵州少数民族形象。贵州少数民族是贵州人民的重要组成部分，贵州少数民族文化成为塑造贵州形象的重要文化资源。但



是，如果把贵州形象简单归结为贵州少数民族形象，那就是以偏概全。塑造贵州形象，要突出贵州少数民族的特征和贵州少数民族文化的特征，也要考虑汉族地区的形象建构，要展现各民族平等、团结、进步、共同繁荣的整体风貌。

(3) 塑造贵州新形象，要颠覆历史上的贵州“他者”形象，要把重点放在当下的现实，展现发展的、和谐的、生态的多彩贵州形象。

不破除历史积淀形成的贵州旧形象，贵州新形象就无法建构起来。建构贵州新形象的最大障碍，来源于历史上外来文化对贵州的歪曲。贵州新形象的建构，必须以贵州旧形象的解构为先决条件，解构之后方能重构，重构之后的贵州形象才能获得新生。建构贵州形象，难以先破后立，但可以边破边立、破立结合。贵州形象是由历史积淀而成。然而，贵州形象是一个动态的概念，随着时代的进步而变化发展。历史的范畴与现实的范畴存在互文性关联，共同成为建构当下贵州形象的有效资源。现实的资源尤其重要，直接作用于当下的贵州新形象建构。

(4) 贵州形象的变迁，体现了区域形象可塑性与功利性的统一。贵州形象，是媒介塑造的“拟像”，不等于贵州的现实。贵州的现实成为贵州形象建构的重要基础，无论贵州形象如何变迁，始终难以脱离贵州的现实状况；否则，贵州形象建构将走向虚妄。然而，贵州形象与贵州的现实状况毕竟不能画等号。美国传播学家李普曼认为：舆论产生于想象。“世界太大，我们面对的情况太复杂，我们得到的信息又太少，因此，舆论的绝大部分就必定会产生于想象。”^① 进而，他认为舆论的本质就是人们基于某些观念形成的关于某些人、事、物的主观“图像”。“他人脑海中的图像——关于自身、关于别人、关于他们的需求、意图和人际关系的图像，就是他们的舆论。这些对人类群体或以群体名义行事的个人产生影响的图像就是大写的舆论。”^② 贵州形象是国内外、省内外的人们关于贵州的舆论形式之一，是人们基于某些观念形成的关于贵州的主观图像。这些图像的

^① [美] 沃尔特·李普曼：《公众舆论》，阎克文、江红译，上海人民出版社，2006，第51页。

^② [美] 沃尔特·李普曼：《公众舆论》，阎克文、江红译，上海人民出版社，2006，第21页。

形成来源于人们对于贵州的想象。因此，贵州形象就是人们对于贵州的想象，绝非贵州的现实状况。贵州形象是人们基于既定观念对于贵州现实状况加以选择性利用所形成的“主观图像”。贵州形象是一个主观性很强的概念。人们可以依据既定观念来主观地塑造贵州形象。研究贵州形象，必定要挖掘贵州形象塑造者的思想观念。塑造贵州形象的过程与方法，体现了塑造者的理念，服从于塑造者的功利目的。贵州形象的变迁，体现了区域形象可塑性与功利性的统一。历史上形成的关于贵州的负面形象，主要是汉族知识分子基于大汉族主义和中原文化、江南文化中心主义塑造出来的关于贵州的歪曲形象。这种歪曲形象的塑造，体现了塑造者维护汉族的统治地位和中原文化、江南文化中心地位的功利目的，进而导致了人们形成了关于贵州的刻板印象。刻板印象的改变，不是不可能的，只是难度很大。但是，即便难度大也要改变刻板印象，因为刻板印象的消极影响巨大而顽固。今天，在西部大开发的语境中，在实现中华民族伟大复兴的中国梦的时代潮流中，贵州人民以新发展理念（创新、协调、绿色、开放、共享）为指导，努力推进全面建设小康社会的伟大实践，势必要解构关于贵州的歪曲的负面形象，建构关于贵州发展进步的、和谐的、生态的多彩贵州形象。重塑贵州形象，体现了贵州人民反抗边缘化，要求平等发展、共同繁荣、民族团结、实现中国梦的功利目的。因而，贵州形象的重塑，是时代进步之必然，是更新发展理念之必然，有利于贵州的发展繁荣，有利于中国梦的实现。

（5）贵州形象的构成要素包括物质要素、精神要素和制度要素三个方面。贵州形象呈现为与此相对应的以人、事、物、景为外在表现形态的一系列具象符号，这些符号融汇了贵州的区域特征。第一，贵州形象的成功塑造最终依托于贵州的全面进步，重塑贵州形象必须从物质、精神、制度三个方面入手：继续推进经济增长，创造财富以改善人民生活，卓有成效地开展精准扶贫；加强精神文明建设，实施多彩贵州民族特色文化强省战略；把体制机制改革引向深水区，破除阻碍贵州发展和新形象建构的体制机制障碍。第二，物质要素、精神要素和制度要素三个方面的具体情况在不断发展变化，所以，贵州形象也必将发生变化，从而促使贵州形象处于一个不断发展变化的动态过程之中。马克思主义的辩证法为我们考察贵州



形象提供了科学的方法论。我们必须用普遍联系的观点、发展的观点、全面的观点来审视贵州形象，而不能用孤立、静止、片面的观点来看待贵州形象，以免陷入形而上学。第三，把物质、精神、制度联为一体的决定性因素是人，人的进步才能推动物质、精神、制度的进步。物质要素、精神要素、制度要素囊括贵州的每一个层面，涉及贵州的每一个人。因此，重塑贵州形象，人人有责，责无旁贷。建构贵州形象，离不开全体贵州人富裕程度、幸福指数、文化素质、精神面貌的提升。每个贵州人的一言一行，都关乎贵州形象。每一个贵州人都将成为塑造贵州形象的主体。建构贵州新形象的漫长过程中，每一个贵州人都应发扬担当精神，为建构贵州形象贡献智慧与力量。

(6) 省外国外的民众，对贵州形象的认识经历了一个漫长的变化过程，对贵州形象的认同程度不断提高，越来越认同贵州的正面形象。其原因主要来自生态思潮、文化多样性和反思发展主义三个方面。

第一，贵州优越的生态资源强烈吸引了省外国外大众的眼球，在全球性生态思潮中贵州成为熠熠生光的一颗高原明珠而引人注目。近年来，中国经常爆发环境事件，引起了公众的恐慌。2007年五六月，江苏太湖爆发严重的蓝藻污染事件，造成无锡严重的水污染。太湖水氮磷浓度比较高是造成蓝藻疯长的重要原因之一。2007年六七月，湖南洞庭湖爆发鼠灾，湖区展开了大规模“人鼠大战”。^①尤其是2013年1月以来，雾霾成为中国人的显著痛点。然而，贵州的生态环境首屈一指。2015年，贵州的森林覆盖率达到50%。^②贵州成为天然氧吧，空气含氧量高，清新宜人；贵州碧水清流，水质优良，天然无污染。“截至去年10月底，城市环境空气综合污染指数由2010年的1.795下降至2015年的1.127，劣于二级标准的城市由5个下降为0个。去年前11个月，全省88个县（市、区、特区）环境空气质量达标率为99.55%，贵阳市在31个省会城市中排名前茅。2015

① 1985~2007年，洞庭湖区爆发了6次大规模鼠灾，分别是1985年、1993年、1995年、1998年、2005年、2007年。鼠灾频发的原因主要在于生态平衡被打破。湘江水位下降、围湖造田、捕蛇数量大增、大量使用农药等致使洞庭湖区生态严重失衡。“鼠闹洞庭”向人们敲响了生态警钟。

② 朱邪：《2015年我省森林覆盖率达到50%》，《贵州日报》2016年1月10日，第1版。

年，全省9个市（州）中心城市环境空气污染综合指数平均优良天数达到95.8%。2015年，河流水质达标率为83.5%，比2010年提高11.7个百分点，八大水系中5大水系水质达标率均为100%，水质总体保持稳定并不断改善。全省9个市（州）中心城市集中式饮用水源水质达标率为100%，县级集中式饮用水源地水质个数达标率为98.4%，水量达标率为98.3%。”^① 贵州守护着青山绿水，所以，贵州获批生态文明先行示范区^②，在生态文明建设方面发挥了先锋模范作用。2009年以来，生态文明国际论坛落户贵阳，每年举办一次年会。生态文明贵阳国际论坛是中国唯一以生态文明为主题的国际峰会，是政府与民间、学界与商界的高端论坛，旨在传播生态文明，护航生态安全，倡导知行合一，促进绿色发展，引领整个世界走向生态文明新时代。绿水青山就是金山银山，绿水青山就是生产力。国内外游客向往贵州的青山绿水，于是纷至沓来，从而让贵州的旅游收入直线飙升。“十二五”期间，贵州旅游总收入年均增长27%，持续高于全国旅游总收入增长率。2010~2015年，贵州旅游收入5年增长三倍，2010年贵州旅游收入为1061.23亿元，2015年贵州旅游收入为3512.82亿元。2015年，贵州旅游收入占贵州生产总值的比例为9.2%，旅游业成为贵州省名副其实的支柱产业。^③ 由此可见，贵州的青山绿水令人心驰神往。省外国外大都市的人们梦想到贵州来躲避雾霾，呼吸新鲜空气，感受大自然的美景，以至于乐而忘返。

第二，贵州比较完好地保留了民族民间文化的精华，以文化多样性焕发出独特的魅力，成为省内外大众的心仪之所。改革开放以来，中国经济迅猛发展，工业化、信息化、城市化步伐越来越快。中国成为现代化大国之一。现代文化、后现代文化被引入中国，并被迅速传播。现代化进程逐步加快，全球化越来越深入发展，致使麦克卢汉所谓的“地球村”成为活生生的现实。现代化、全球化进程不断加快，致使文化同质化趋势异常严

① 梁隽、林泓泉、黄通明、岳植行：《全力守护碧水蓝天 多彩贵州美美与共——全省环保工作“十二五”观察及“十三五”展望》，《贵州日报》2016年1月6日，第6版。

② 王尔德：《贵州获批生态文明先行示范区 全域水、大气环境将实时监测》，《21世纪经济报道》2014年8月6日，第7版。

③ 汤婷婷：《贵州旅游总收入5年增三倍》，《经济信息时报》2016年5月18日，第3版。



重。好莱坞电影征服全球，肯德基、麦当劳成为时尚，广告为这些时尚推波助澜。文化同质化潮流的极致之一便是文化帝国主义的产生。欧美发达国家，尤其是美国，凭借强大的传媒机构，牢牢把持着文化话语权。强势文化对弱势文化形成规训力量。弱势文化、边缘文化以强势文化、欧美文化为楷模，亚非国家以欧美国家的文化价值观为导向，从而导致亚非国家产生文化安全问题并逐步恶化。为了捍卫文化安全以及争夺文化领导权，弱势文化、亚非国家，都被迫抗拒文化帝国主义，抗拒文化同质化，强烈呼吁文化多样性。于是，提倡文化多样性成为一股波及全世界的文化思潮，其影响力越来越大。文化多样性是人类文明进步的重要动力。人类文明不应该也不可能由强势文化所左右的单一文明。各民族文化，无论强势还是弱势，一律平等。要促进世界文化的繁荣，就必须求同存异，保持文化主体性，促进各民族文化的平等对话、交流与竞争。每个国家和民族都有其独特的文化。民族文化是民族身份的独特表征。2001年11月2日，联合国教科文组织第31届会议通过了《世界文化多样性宣言》，提出“文化多样性是交流、革新和创作的源泉，对人类来讲就像生物多样性对维持生物平衡那样必不可少。从这个意义上讲，文化多样性是人类的共同遗产，应当从当代人和子孙后代的利益考虑予以承认和肯定。”宣言提倡文化多元化，认为“文化多元化与民主制度密不可分”。文化权利是人权的重要部分，捍卫文化多样性就是捍卫人权。单靠市场的力量很难保护文化多样性，所以，政府的政策保护非常重要；此外，还应加强国际团结和国际合作。随后，联合国大会通过57/249号决议，把5月21日定为“世界文化多样性促进对话和发展日”。2005年10月20日，联合国教科文组织第33届会议通过了《保护和促进文化表现形式多样性公约》。这个公约写道：文化多样性指“各群体和社会借以表现其文化的多种不同形式”，是“人类的一项基本特性”。2006年12月29日，第十届全国人大常委会第二十五次会议通过决议：中国加入该公约。《世界文化多样性宣言》《保护和促进文化表现形式多样性公约》为多样性文化争取了平等发展的权利，将促进弱势文化的传承与发展。贵州在文化多样性方面具有很大的优势，是名副其实的“文化千岛”。贵州有世居少数民族17个，是一个多民族聚居区。“原始而质朴的民族民间文化结合当地的自然生态环境，形成

了独一无二的文化内涵与特色，如生态文化、建筑文化、饮食文化、婚俗文化、服饰文化、节日文化、戏剧文化、歌舞文化、体育文化、桥文化、石文化等民族传统文化。在历史的发展进程中，贵州受到外来文化的冲击，形成了阳明文化、屯堡文化、长征文化、抗战文化等影响力较大的特色文化。本土文化与外来文化相互交融，形成了多彩贵州文化。”^①“多民族的贵州，每年拥有各种传统民族节日集会 1000 多次（处），节日数量之多，集会规模之大，涵盖面积之广，文化内涵之丰富，令人叹为观止。”^② 贵州地域文化多姿多彩，特色鲜明，能够强烈吸引省外国外人们的眼球。尤其是贵州民族民间文化，以“原生态”为显著特征，基本没有受到现代、后现代文化的改造，以其古朴的状貌、超脱的灵韵，给人们一剂心灵鸡汤，让人们远离尘世的喧嚣，接受返璞归真的陶醉。省外国外的游客，不再把贵州文化定性为落后、欠发达、前现代，而是以文化多样性来评价贵州地域文化，从而做出了实事求是的评论。由此可知，文化观念的更新，对于重新认识多样性文化的独特价值，具有决定性作用。

第三，反思发展主义引导人们以新理念重新认识贵州形象。

发展主义的反思与批判成为一种新思维，促使人们更新发展理念，重新定位发展的价值取向。发展主义是一种认为经济增长等于社会进步的理念，始于 20 世纪 60 年代，成为一些国家所信奉的现代性话语和意识形态。发展主义片面强调 GDP、GNP 对国家和社会的贡献。发展主义以掠夺式的手段刺激经济增长，最终对人类产生莫大的危害。“发展主义是跟当代全球社会相关的基本问题。全球现代性就是发展主义的最新范式，全球范围内不同社会肆无忌惮地追求发展带来了空前的社会不平等、政治的边缘化、环境的恶化、意识形态和制度领域的冲突等诸多矛盾。”^③ “发展主义已经成为一个全球性的信仰，从东亚社会的例子中吸引新的力量，包括中

① 谢廷秋：《文化孤岛与文化千岛——贵州民族民间文化与社会发展研究》，齐鲁书社，2011，第 383 页。

② 吴正光：《沃野耕耘：贵州民族文化遗产研究》，学苑出版社，2009，第 233 页。

③ [美] 阿里夫·德里克：《发展主义：一种批判》，赵雷译，《马克思主义与现实》2014 年第 2 期。



国，大都市处于压倒城镇和乡村的进程中，威胁着农业社会的未来，殖民主义似乎再次成为这个时代的秩序，争夺资源的竞争让人联想起第一次世界大战前几十年帝国主义之间为争夺领土进行的竞争，消费文化的地位至高无上，教育已经走向全球，模仿商业机构，人权因资本的需要和民族国家的利益而做出日常牺牲。”^① 我国从20世纪90年代以来，一些地区不同程度地陷入了发展主义的泥沼。发展主义使得中国经济直线飙升，目前中国已经成为世界第二大经济实体，为富国强兵奠定了坚实的基础。但是，发展主义也带来了严重的内伤：地区差异扩大，贫富过于悬殊；拜金主义盛行，诚信缺失，道德沦丧，价值观严重扭曲；贪污腐败白热化；食品药品安全问题层出不穷；环境污染日益恶化，在2013年初爆发了大面积的雾霾。“如今我们已清楚地看出，并非人均收入高了，物质财富增长了，科技进步了，人们的生活就得到全面改善了。如果人与人之间的关系日趋紧张，连食品都不安全，连清洁空气和清洁水都没有，那么即便腰包鼓胀，有汽车、别墅，也不可能生活幸福。社会的全面改善必须包括人的基本素质的提高、人际关系的改善、公共道德水平的提高、民主法制的健全和自然生态状况的改善，仅有物质财富增长绝不意味着社会的改善。”^② 发展主义坚信：所有问题，只有依靠进一步的发展才能得到根本解决。事实证明，这种观念是错误的。经济增长并不能解决所有问题，尤其是难以解决人们的理想、情操、精神生活方面的问题。要纠正发展主义的偏差，首先要认清发展的价值所在。古莱指出：“发展乃是彻底的解放。这种解放的目的是要将人类从自然的枷锁中、从经济落后和压迫性的技术体制中解放出来，从不公正的阶级结构和政治剥削者、从文化和心理异化中解放出来——总之，从一切非人性的生活中解放出来。”^③ 因此，发展的价值在于为人们摆脱种种枷锁，促进人的全面发展，使人从自在走向自为。1998年诺贝尔经济学奖获得者阿马蒂亚·森认为：“扩展自由是发展的首要目的

① [美] 阿里夫·德里克：《发展主义：一种批判》，赵雷译，《马克思主义与现实》2014年第2期。

② 卢风：《发展主义与片面发展的代价》，《南京林业大学学报》（人文社会科学版）2014年第1期。

③ [美] 德尼·古莱：《残酷的选择：发展理念与伦理价值》，高钰，高戈译，社会科学文献出版社，2008，第9页。

和主要手段。”^① 他还说，经济发展对自由不怀敌意，就其本性而言是自由的增长。因此，发展经济要有助于人的自由发展。如果对人的自由构成妨碍，这样的经济发展本身是有问题的。

我国积极借鉴欧美、拉美等国家的发展经验及教训，对发展主义进行反思与批判，对发展主义带来的破坏性后果保持高度警惕，对发展主义进行有效的抵制。改革开放以来，以邓小平同志为核心的第二代领导集体，提出“一个中心，两个基本点”的基本路线和“两手抓，两手都要硬”的方针：一手抓物质文明建设，一手抓精神文明建设；一手抓改革开放，一手抓坚持四项基本原则；一手抓发展经济，一手抓法制建设。以江泽民同志为核心的第三代领导集体，提出可持续发展战略和科教兴国战略，走新型工业化道路，以信息化推进工业化，以集约型经济增长方式纠正粗放型经济增长方式，提高效率，节约资源，降低能耗。以胡锦涛同志为总书记的党中央，提出了科学发展观，促进全面、协调、可持续发展；坚持以人为本，坚持统筹兼顾；构建了经济、政治、文化、社会、生态“五位一体”的发展框架，以建设和谐社会、小康社会。以习近平同志为核心的党中央，提出了创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念，以破解发展难题，厚植发展优势；协调推进“四个全面”战略布局；促进经济持续健康发展；开展精准扶贫；大力推进生态文明建设；严厉打击腐败。关于如何发展、如何更新发展理念，党中央在理论上已经做出了科学的回答，也做出了政策安排。这是马克思主义发展观在中国发展的新阶段、新成果，具有伟大的理论意义和现实意义。

然而，某些地方政府在具体的施政过程中，并没有排除发展主义的偏差。发展主义成为某些地方官员事实上的指导思想，在发展过程中表现出急功近利的短期行为，缺乏全局观念和长远思考，片面追求政绩以求升迁，甚至举办一些劳民伤财、贻害子孙的“面子工程”“形象工程”“政绩工程”。这些都是经不起人民和时间考验的恶德败行。德国学者舒耕德经过实地调查，从地方政府与私营经济、民营企业的关系角度进行考察，

^① [印度] 阿马蒂亚·森：《以自由看待发展》，任曠、于真译，中国人民大学出版社，2013，第30页。



揭示了一种事实：中国地方政府的发展主义仍在持续，在不同时期有不同的表现形式。某些地方发展主义产生的原因之一在于与中央政府的博弈关系不当。他认为，“当代中国的地方政府大体来说属于发展主义性质”。“地方发展主义的概念仍是分析县级和县级以下政企关系的有用工具”。^①客观地说，舒耕德的评价是实事求是的，是建立在深刻调查的基础之上的，是针砭时弊的。地方政府应当贯彻科学发展观，更新发展理念，落实“四个全面”战略布局，规避发展主义的偏差。

为了避免发展主义的消极影响，经济学界、社会学界等热烈讨论幸福指数，以寻找 GDP 以外的幸福密码。人们的关注目光从 GDP (Gross Domestic Product) 转移到 GNH (Gross National Happiness)。2015 年 10 月 12 日，诺贝尔经济学奖授予普林斯顿大学教授安格斯·迪顿，以表彰他在消费、贫穷和福利方面的研究。迪顿认为：人们的生活幸福感，与人均 GDP 呈正相关关系。生活富裕就感到幸福，生活贫穷就不幸福。但是，幸福并不能用金钱来购买，钱多不一定带来更多的幸福感。收入低于某个限度，收入越低幸福指数就越低。但是，经济收入一旦超过一定的限度，迈过收入的及格线以上，收入与幸福感之间的线性关系就不存在了。此时，其他因素比如公平、健康、安全、犯罪率、收入差距、人均寿命、环境质量、人文素养等对幸福指数的影响很大，与他人的横向比较也能强烈影响幸福指数。因此，人们要建立新的财富观和幸福观。休谟说：“一切人类努力的伟大目标在于获得幸福。”发展经济只是手段，增进人民福祉才是根本目的。发展要以人为本，发展成果要由人民共享。中国经济规模已经位居世界第二，中国的发展步入新阶段，应当更加注重增进人民福祉，促进社会公平正义，纠正某些地方政府事实上的发展主义偏差。

反思和批判发展主义，以新理念来审视贵州形象，省外国外的人们可以观察到贵州的闪光点，从而提升贵州形象的影响力。首先，贵州的经济呈现后发赶超势头。近年来，贵州 GDP 保持两位数增长，增长速度位居全

^① [德] 舒耕德、托马斯·海贝勒：《中国“地方政府发展主义”的持续与变迁》，马颖君、赵友斌译，《国外理论动态》2015 年第 11 期。

国前列。^①这就树立了贵州发展、进步的良好形象。其次，贵州守住了青山绿水，以绿色发展惠民富省，体现了绿色发展理念。贵州率先建设生态文明示范区，以务实精神全面开展行动：“全面落实主体功能区规划。全面实施生态建设工程。全面加强环境治理和保护。全面推行循环低碳发展模式。全面节约和高效利用资源。”^②这就树立了贵州的绿色形象。再次，贵州积极推进“四在农家·美丽乡村”^③的建设进程，加强社会主义新农村建设，树立了协调发展的形象。这项活动是贵州首创，特色鲜明，吸引了全国人民的注意。最后，贵州积极推进大数据产业发展，以大数据引领第三产业发展，以创新驱动发展；筑巢引凤，吸引省外国外有志之士前来贵州创业，体现了开放发展思想。“贵阳，中国西南的山城因为‘大数据’而吸引世界的目光……原本由贵阳市一级举办的‘数博会’，今年升格为国家级……大数据，是21世纪的‘钻石矿’……如今，曾经留不住人才的贵州已经成为全国大学生流入地。”^④由此可见，贵州正处于蓬勃发展之中。贵州的发展以人为本、务求实效，贯彻了新的发展理念，有利于增进人民福祉，提高了贵州人民的幸福指数。而且，在不久的将来，贵州能够做强大数据、大旅游、大生态“三块长板”，也能够补齐脱贫攻坚、基础设施、教育医疗事业“三块短板”，那么，贵州的发展将会呈现新面貌。

综上所述，时代不同贵州形象的特质也不同。贵州形象随时代的进步而不断发展，是一个值得研究的课题。

① 2011年，贵州GDP增长15%；2012年，贵州GDP增长19.3%，增长率位居全国第一名；2013年，贵州GDP增长12.7%；2014年，贵州GDP增长10.8%；2015年，贵州GDP首次突破万亿元大关，达到1.05万亿元，增长率为12.5%；2016年，贵州GDP达到11734.43亿元，增长率为10.5%，增长率位居全国第二名；2017年，贵州GDP达到13540.83亿元，增长率为10.2%，增长率位居全国第一名。

② 陈朝伦、程联涛、李文龙：《加快建设生态文明先行示范区》，《贵州日报》2015年12月10日，第10版。

③ 2001年，遵义市余庆县在“三个代表”重要思想学习活动中，创造性地开展了“四在农家”精神文明创建活动。“四在农家”就是“富在农家，学在农家，乐在农家，美在农家”，以引导农民增收，改善人居环境，刷新精神面貌，实现物质文明、精神文明相互促进，共同提升农民的生活质量。目前，“四在农家”活动被推广至遵义地区、贵州乃至全国其他地区。

④ 张翼、吕慎：《从“数博会”升级看“钻石矿”效应》，《光明日报》2016年5月26日，第8版。