第一章　多元文化与全球经济

走向全球化的经济，我们首先面对的是所有市场的不同文化。当今世界政治、经济、文化的发展，更是急需经济民俗文化学这门交叉科学为其探究规律，服务社会，这将是应用性很强的一门特殊的现代民俗学。

近几年来，“文化热”一再升温，沸沸扬扬，方兴未艾。然而流览海内外数以千计书刊，他们集中探讨的多半是中国古代思想家、哲学家的成果，重点是中国古代的学术思想，也就是说研究的重点是带理论色彩的经典文化。我们冷落了大量存在的、人民大众的民俗文化，即中、下层文化，主要指市民文化、广大农民及其它劳动人民所创造和传承的文化。这是中华民族文化金字塔的底座、根基，那些闪烁在塔尖的辉煌的极品，无不是基层文化宝库中的优秀部分。它们在民族长期生活中，发挥过巨大、广泛的作用。有许多在社会主义新文化中仍在发挥积极作用，成为祖国新文化的一部分。

经济民俗学说到底是一种应用民俗学的研究，它是朝着解决实际问题的方面的研究，而不是抛开实际问题的抽象研究，由于这个性质，它在研究方法和观察角度上，就不可能和一般民俗学或经济学一样。它应该有自己的独特视角与视野，它集中考察经济生活中各种民俗现象的应用心理、应用过程、应用效益、存废处理，得出一些可资借鉴的结论。这门新兴学科，它所涉及的主要理论既是传统的又是现代的，同时关系今后社会经济

需要全本请访问 www.ertongbook.com

生活的走向。

一、特定历史背景下的经济民俗文化整合

在国际上，经济民俗文化学的研究已成为专门学科。中国古代社会，孔子、庄子的著作中已有所涉及，比如庄子在《逍遥游》中说过这样的一则故事：“宋人资章甫而适诸越，越人断发文身，无所用之。”“章甫”是殷商时代的一种男人通行戴的青布帽，有束发作用。意思是说，春秋时代的宋国商人贩运当地流行的头饰到越国销售，而越人盛行把头发剪短的风俗，不需要束发加冠，当然章甫贩到越国也就无人问津。在现代营销学中有一个很相似的故事，不过更完善，说的是两个不同厂家的推销员同去非洲开辟旅游鞋市场，下了飞机，到当地考察一番之后，其中一个推销看到这儿人人都不穿鞋，认定他将无事可干，于是打道回府了；另一个推销员返回旅店后，立即打电话回公司，兴奋地说：“我在这儿还要多呆一段时间，这里人人都没有穿鞋，只要他们一旦了解了穿旅游鞋的优越性，市场潜力一定很大。”这里讲述的是商贸与民俗的关系：忽视风土人情，便不能成功地进行经营；变革风俗习惯，又可以带来无限商机。

走向全球化的经济，我们首先面对的是所有市场的不同文化。当今世界政治、经济、文化的发展，更是急需经济民俗学这门交叉科学为其探究规律，服务社会，这将是应用性很强的一门特殊的现代民俗学。

（一）“魔方”之喻——这是基于对多极化世界的一种认识

我们不得不承认，我们现在已经是生活在一个国际化的世界上。纵观天下，就像一个变幻莫测的“魔方”，瞬息万变，波谲云诡。国际政治格局的多极化，使得民族与民俗的经济、文化异彩纷呈，十分活跃。企业界目前正在积极学习各国民俗文化，以便

提高竞争能力，“跨国文化顾问”已成为最时髦的职业；经济发展的国际化趋势，会因为民俗文化的差异带来交叉文化管理的问题。而为促进可持续发展的经济，必须注意研究中国传统文化中十分讲究的人与自然的协调关系；东西文化的大交流，也是当代不可逆转的大潮流：

1. 对外开放，对内搞活，必然带来东西文化的交流。

2. 世界范围内传统文化“回归热”，尤其反映在对东方文化认识与精神消费领域内。

3.“留学热”、“移民热”、“旅游热”,对东西文化的交流也起了不小的促进作用。

4. 现代科学技术突飞猛进，交通通讯迅速发展，人们虽远隔重洋，通过互联网，大有“天涯若比邻”的感觉。

无论是政治、经济、文化、科学都在以前所未有的速度急剧变化着。世界经济中最显著的变化之一，就是企业经济活动的国际化。进入 80 年代后，这种企业国际化的趋势更为明显，越来越多的企业纷纷把注意力转向海外市场，在广阔的海外市场上，寻求新的拓展机遇和生存空间。随着我国改革开放政策的进一步贯彻落实，我们的企业也越来越注意由“内向型经济”向“外向型经济”转变。特别是近几年来，随着外贸体制改革的深入，大批生产企业已获得对外贸易经营权，直接投身于竞争激烈的国际市场。加之中国加入“世贸组织”的脚步越来越近，这将有助于中国拓展国际多边经济关系活动，扩大对外开放，降低一些贸易保护所产生的负效应，使企业进入国际大市场，经受锻炼，通过竞争来缩小整体经济实力与世界先进水平的动态差距。企业国际化的程度不一，从单纯的出口，进而授权，合作投资，最终是全球化。资本、商品、服务、劳动以及信息超越市场和国界进行运作，世界各国在全球范围内行成双边、多边合作、交流、依存、互动关系，真所谓“牵一发而动全身”。

迈向国际化的大趋势，我们首先要正确对待多元文化的问题。1997年8月4日美国《时代》周刊发了一篇专稿，作者叫詹姆斯·沃尔什，题目是“美国：肆无忌惮”。文章说，6月21日，比尔·克林顿在丹佛作东招待一些世界领导人时，要求客人一律穿上牛仔裤，戴牛仔帽，穿牛仔靴，乔装打扮赴宴。虽然化装服的意思只不过是为了使气氛活跃起来，但是这个主意是不正确的，效果很差，德国总理科尔不愿意穿这样的整套服装，特别不愿意穿牛仔靴。意大利总理普罗迪后来说：“我们对靴子进行了长时间的讨论，科尔说他决不会穿靴子。”法国总理希拉克也拒绝穿靴子。希拉克同科尔订立了庄严的誓约，在服装问题上团结一致，决不让步。对这种小小的意外事件本可一笑了之，很快就能忘记。但是，“靴子事件”却体现了对美国的愤怒。排在美国之后的世界上六个最富国家的领导人同俄罗斯总统叶利钦一道抵达丹佛出席首脑会议，却发现自己遭受屈辱，只是来听吹牛皮。文章接着以北约会议上美国的表现，赫尔姆斯一伯顿法以及阿拉伯世界对华盛顿的怒气等大量事例，说明美国盛气凌人的优越感，最能伤人感情。作者最后借美国驻联合国大使比尔·理查森的口说“也许我们需要以更好的方式表达我们的目标。”

其实，牛仔服宴会的失败，完全出乎克林顿的意料之外。同样的做法，在马来西亚，效果却很好。1998年11月18日，亚太领导人在马来西亚未来的高科技区召开的年度领导人非正式会议上，人人穿上了民族色彩很浓的蜡染衬衫。与会的21位领导人聚集在芝贝尔贾的一个油棕种植园，这些领导人身着红色、绿色、蓝色、紫色的蜡染衬衫，个个满脸堆笑，向人们挥手致意。也许是美国文化咄咄逼人之势已令人反感，也许是牛仔套装给人的选择余地太小。

总之，全球化的世界应该也只能是一个多元化的世界，全球经济促使和要求对多元文化新的认可和整合。

（二）我们必须承认和尊重民俗文化的多元性——这是基于对民俗文化稳定性的一种认识

民俗文化的群体性决定了它的稳定性。民俗文化的产生、形成、发展，离不开人类的群体活动。民俗是一种群体智慧与知识的结晶。民俗文化的整体意识使它在传播空间上存在优势，也形成了它强大的生命力。形成民俗文化的群体有对该民俗文化的相互约束与集体维护的作用。民俗文化其实就是人们在长期生产实践和社会实践中，民众共同创造和遵守的行为模式和规则。这些模式和规则对于客观环境有很大的适应性，我们最常见的社会民俗生活中经常使用的不成文法或习惯法，对思想和生活便产生很强的约束力量，迫使人们在一定的道德和习惯规范中行事，以得到心理和环境的协调和平衡。

民俗文化的传承性巩固了它的稳定性。民俗是一种世代相承的文化现象，存在着流布上的时间优势。好的习俗代代相传，陈规陋习也以其因袭保守的习惯势力而迟迟不肯退出历史舞台。

民俗文化的地方性强化了它的稳定性。因为地方性的民俗文化常常以地域特产特征为依据，许多民俗事象有依附于地方乡土的粘着性。还如鲁迅所言：“有地方色彩的，倒容易成为世界的，即为别国所注意”（《鲁迅全集》第 12 卷第 272 页）。这也强化了它的稳定性。

（三）我们只能因势利导，去克服民族民俗文化中保守落后的一面——这是基于对民俗文化变异性的一种认识

民俗文化是有变异性的，这是指民俗事象在流传过程中，由于受社会的、政治的、生活的种种因素的影响而产生的内容和形式上的变化。没有只传承不变异或一味变异而没有传承的民俗事象，这是一个矛盾的统一体。

民俗文化是有历史性的，这是民俗发展在时间上或特定时代里显示出来的外部特征。这个特征也可以叫做时代标志。生活、文

需要全本请访问 www.ertongbook.com

化环境的变迁，会影响民俗并促使它的相应变异。历史的发展，某些功能可能变弱，萎缩，人们可以从新的角度，发掘它新的功能。

有意识改革陈规陋习，移风易俗，是我们应该坚持做的工作，推陈出新，删繁就简，使民俗中许多事象逐渐从落后变为先进，从愚昧变为文明。只要为人们广泛接受和认可，也可以形成新的民俗。

民俗文化的整合性，使得多元文化之间彼此协调，相互适应，互相帮助补充，促进变异。在不同的文化传统中应该可以通过文化的交往和对话，在探讨中取得某些共识，这是由“不同”到某种意义上相互“认同”的过程。这种认同不是一方吃掉一方，也不是一方同化另一方，而是在两种不同文化中寻找交汇点，并在此基础上推动双方文化的发展。

（四）我们追求多元文化之间求同存异，和平共处，达到兼容并蓄，共同繁荣——这是基于对民俗文化共通性的一种认识

个别和一般，个性与共性的关系是共通性的哲学理论基础。“个别一定与一般相联系而存在。一般只能在个别中存在，只能通过个别而存在”（《谈谈辩证法的问题》《列宁全集》第二卷第 713 页）。“这种共性，即包含于一切个性之中，无个性即无共性”（毛泽东：《矛盾论》）。无多元文化，也无全球文化，全球文化的共性寓于多元文化的个性之中。

各民族民俗文化形成过程中，有许多相似，相近，相同的创造经验与表现形式。比如人类都经历了采集、渔猎、农耕、手工业、大工业等阶段；在衣、食、住、行方面有许多相通的创造原理和表现形式。

民俗文化在交流过程中，会产生交叉与融合。“我是主张先把本民族的东西搞通，吸收外国的东西要加以融化，要使它们不知不觉地和我们民族的文化融合在一起”（《周恩来选集》下卷第 344 页）。这将形成东西方交融的国际化的文化。

人性的共通性也是文化共通性存在的依据。究竟有没有人性，什么是人性呢？由于以往的理论总是脱离人类的社会实践来规定人性的内容，把人性绝对化，抽象化，因此，有人根本不承认有人性。其实，这是对马克思列宁主义的曲解。毛泽东同志明确说过：“有没有人性这种东西？当然有的。但是只有具体的人性，没有抽象的人性”（《在延安文艺座谈会议上的讲话》）。还说过：“口之于味，有同嗜焉。”（何其芳撰文回忆毛泽东同志引孟子的话）人性中有比较稳定的相通的因素，或说共同的人性为不同时代，不同国家，不同民族所共有，比如对真善美的喜爱，对假丑恶的厌恶，对勤劳勇敢的崇敬，对懒惰懦弱的鄙视，对廉洁正直的赞扬，对贪赃枉法的憎恨，民族自豪感，爱国主义精神，眷恋家乡的情感，这些观念都有相通的一面，可以引起共鸣。巴人在《人性论》中说“饮食男女,这是人所共同要求的;花香鸟语,这是人所共同喜爱的；一要生存，二要温饱，三要发展，这是普通人共同的希望。”现在，有人脱离与爱祖国，爱家乡直接相连的国家主权，脱离普通人共同希望的生存，温饱，发展权，奢谈“人权”，这恰好是违反人性的，是十分荒谬的。人性是人类社会实践活动的产物，渗透在民俗文化的各个层面。

当今世界丰富多彩，多元文化的并存与互补，是人类不断发展的主要动力之一。承认和尊重世界文明的多元性是建立国际经济、政治新秩序的必要条件和客观要求。历史、文化、经济及社会政治制度的差异不应成为冲突和战争的根源和理由，而应成为相互增益和相互完善的动力。21 世纪不应该也不可能成为单一的欧美世纪或亚太世纪，也不应该由某种宗教或意识形态的价值体系来主导。21 世纪应该并且能够成为各国家和各地区的文化和传统兼容并蓄，经济共同繁荣的时代。这便是经济民俗文化学首先需要阐明的时代特征和相关观点。

二、经济民俗学的领域及其使命

（一）民俗学与文化学的交叉

民俗，通俗地说就是风土人情。风土是各地土地、山川、风俗、气侯的总称，是与人类生活的自然环境息息相关的。如“南船北马”“南人吃米，北人吃面”。人情是社会环境造成不同人类群体传统习惯而形成的世情、性格、心态。如中国人“重笔”，人们常说“笔下乾坤大，书中日月长”；日本人“重刀”，日本谚语说“刀是武士的魂，镜是少女的魄。”《汉书·地理志》云：“凡民禀五常（注：仁、义、礼、智、信）之性，而有刚柔缓急声音不同，系水土之风气，故谓之风；好恶取舍动静无常，随君上之情欲，故谓之俗。”简而言之，由自然条件不同而形成的习尚叫“风”，由社会环境不同而形成的习尚叫“俗”。前者可称“‘物质的’气侯”，后者可称“‘精神的’气侯”。这两者互相转化，互为基础，关系密切。所谓“一方水土养一方人”。《尔雅·释地》中说：“太平（注：东极远之地）之人仁，丹穴（注：中国的南方）之人智，大蒙（注：极西之地）之人信，空桐（注：北方）之人武。”郑玄认为这是“地气使之然也”。地气，指自然环境。法国史学家兼批评家丹纳在《艺术哲学》这本书中，对日耳曼民族和拉丁族做过有趣的比较，受地理学派影响，他将欧洲北方与南方民族的性格差别，几乎完全分析为环境、气候，乃至饮食的差异而形成的。他举例说：“英国小说老是提到吃饭，最多情的女主角到第三卷末了已经喝过无数杯的茶，吃过无数块的牛肉面包，夹肉面包和鸡鸭家禽。气候对这一点大有关系；拉丁民族的乡下人只要一碗汤，或者一点涂蒜泥的面包，或者半盘面条；在北方的浓雾之下，这一点儿食物是不够的——由于同样的原因，日耳曼人喜欢烈性饮料。”“在德国和英国，一个有教养的人饮后带醉意

并不有失体统；每隔一些时候还会大醉一次；相反，那在我国（注：法国）是一个污点。在意大利是可耻的；而在上一个世纪的西班牙，被人称为醉鬼是莫大的侮辱，决斗还不足以洗雪，非把对方杀死不可。”他还分析南方的拉丁族放纵情欲，安于享乐，北方日耳曼族勤于思考，有耐性和牺牲精神，均与气候、物质环境有关（参见丹纳《艺术哲学》第 148～158 页）。

在我国，不仅“风俗”一词，古已有之，就是“民俗”一词，也早在古代文献中使用了。在《礼记·缁衣第三十三》中有“故君民者，章好以示民俗”之句，也是民间风俗的概念。到汉代，风俗一词已很通用。《汉书·董仲舒传》载：“变民风，化民俗”；《汉书·王吉传》载王吉上疏云：“是以百里不同风，千里不同俗，户异政，人殊服，诈伪萌生，刑罚无极，质朴日销，恩爱浸薄。”这是讲当时社会风俗的变化。在我国古代，虽然还不可能有“民俗学”这个学科门类概念，至少“民俗”的概念早已确立了。

民俗学作为独立的人文学科的专有名称产生于英国，它的英语原名是 Folklore。这个学术专有名词是英国民俗学会创始人之一，考古学家英国议会秘书汤姆斯（W·J·Thoms）于 1864 年用萨克逊语的两个词合成的，即 Folk 加 Lore。原来这个名称的含意是“民众的知识”，或“民间的智慧”（The Lore of the Folk），作为学科名称，它可直译为“关于民众知识的科学”。Folklore 一词，兼具民俗和民俗学两种含义。民间风俗，即民俗，在社会生活中，是一种普遍的现象。民俗学是研究整个民间生活与文化的科学；它既研究民间的精神生活，也研究民间的物质生活；它既研究文明民族的人民生活与文化，也研究后进民族的大众生活与文化。从经济基础到上层建筑的各个领域，在人民生活的各个层面，都普遍存在着民俗事象。而且作为一种文化现象，民俗伴随着历史的发展而发展，许多人类文化知识都溶汇到各民族的民俗之中。所以民俗学又被人们称为“文化之学”。

国内民俗学泰斗钟敬文老先生新近提出了“民俗文化学”的概念，他说：“民俗学与文化学两个主体学科相交叉，产生了民俗文化学。它是一种新学科，也是国际国内学术潮流大势之所致。”（钟敬文：《民俗文化学发凡》载《北京师范大学学报》社科版 1992 年第五期）在民俗学史上，较早将民俗纳入文化范畴的，是英国文化人类学先驱 T·E·泰勒。他在 19 世纪后期发表的巨著《原始文化》（1871）中，把风俗与知识、信仰、艺术、道德、法律等现象，统称为“文化”，并把研究这种现象的学问称为“文化科学”。

民俗文化的范围大致包括以下三个大的方面：

A. 物质民俗文化：以生产、交通、交易、服饰、饮食、居住等为主要内容；

B. 社会民俗文化：家庭、亲族、村镇、社会结构、民间职业集团（行会）、岁时、生活礼仪等都是重点；近来都市社会民俗也扩展为新的内容；

C. 精神民俗文化：宗教信仰、各种禁忌、伦理道德、民间口承文学、游艺竞技等，此外还有心理民俗，是指民俗对某一民族心理素质的影响。

近几年来，“文化热”一再升温，沸沸扬扬，方兴未艾。然而流览海内外数以千计的书刊，他们集中探讨的多半是中国古代思想家、哲学家的成果，重点是中国古代的学术思想，也就是说研究的重点是带理论色彩的经典文化。他们冷落了大量存在的、人民大众的民俗文化，即中、下层文化，主要指市民文化、广大农民及其它劳动人民所创造和传承的文化。这是中华民族文化金字塔的底座、根基，那些闪烁在塔尖的辉煌的极品，无不是基层文化宝库中的优秀部分。它们在民族长期生活中，发挥过巨大而广泛的作用。有许多在社会主义新文化中仍在发挥积极作用，成为祖国新文化的一部分

（二）经济民俗学——特殊的民俗文化学

经济和文化的双重轨迹是同步发展的。原始的文艺创作与经济活动，密不可分。据史前考古成果证明，匠艺艺术、音乐艺术和模仿艺术这三种最原始的艺术，都和原始人的采集、渔猎、农耕等经济活动融汇渗透、同步发展。在现代社会里，经济和文化的双重轨迹的内在联系更趋紧密，文化优势的积累，有效地促进了经济发展。民俗文化与经济的关系，可以借用水与舟的关系：“水可载舟亦可覆舟”。民俗文化本身也可以形成产业。生产力是一个大系统，这个系统由包括民俗文化产业在内的若干系统构成。随着社会经济的发展，文化产业的民俗文化含量越来越大，商品的民俗文化附加值越来越高。利用它可以为经济发展服务，忽视它有时又会成为经济发展的阻力。正是这种积久成习的文化传统，对民族共同心理素质的形成起着举足轻重的影响。所以尊重民族的风俗习惯，承认民族在独特的语言环境、地域环境和经济生活环境中形成的民俗，不仅是搞好民族团结的基础，也是经济政策制定的可靠依据。这样促使我们形成这样一个观点：以经济腾飞与发展带动民族民俗文化发展，以传统民俗文化的发扬光大促进经济的繁荣。民俗文化学与经济学再一次碰撞孕育出一个新的交叉学科：经济民俗学。关于经济民俗学的概念，钟敬文先生界定为“着眼于中、下层社会的生产、经营、分配、消费等活动所表现的风习的探究”（同上《民俗文化学发凡》一文）。

作为经济民俗专论的先驱者当首推汉代的司马迁，他写的《史记·货殖列传》便是以区域风俗特点作为该传的基本框架的。“货殖”的意思就是居积财货，经营生利，也指商人。作者指出：“谣俗被服、饮食、奉生、送死之具也。故待农而食之，虞而出之，工而成之，商而通之。”“谣俗”：习俗。流行、风行的习惯。“谣”，风谣。“奉生”：养生。“具”：用物，用品。“待”：等待，引申为领先。“虞”：官名。春秋战国时或称虞人，掌管山林水泽的

需要全本请访问 www.ertongbook.com

出产。此处应包括渔人、猎人。“出之”：指把山林水泽中的物产弄出来。“工”：手工业者，工匠。“成之”：制造出来。“通之”：贸易货物。使货物流通天下。总而言之，农、工、林人的成果都得通过商人调剂，以便满足各人类群体生活的需求。而“天下熙熙，皆为利来；天下攘攘，皆为利往”这就是商人的主观目的。为此，他们不但要了解各地特产及其缺门货物，而且还需要弄清当地风土人情以迎合其传统生活需求。所以太史公在《货殖列传》中先把中国各地特产概括为山东（即指关东）、山西（战国、秦汉时通称崤山或华山以西的广大地区，与当时所谓关中含义相同）、江南和北方四大区，然后结合民俗来阐述当时的商业活动规律。比如他说：“邹、鲁滨洙、泗，犹有周公遗风，俗好儒，备于礼，故其民龊龊。颇有桑麻之业，无林泽之饶。地小人众，俭啬，畏罪远邪。及其衰，好贾趋利，甚于周人。”邹：曹姓古国。今山东费、邹、腾、济宁、金乡等县地。“洙泗”：二水名，其间为孔子讲学之所，后世因以洙泗代称鲁文化或孔子“教泽”。“备于礼”讲究礼（包括礼节仪式等）。“龊龊”小心谨慎的样子。“周人”指周地之人。今河南洛阳一带。意谓邹、鲁两地滨临洙水、泗水，还保存着周公遗风，民俗喜好儒术，讲究礼仪，所以当地居民小心谨慎，颇有桑麻之业，而无山林水泽之富。地小人多，人们俭省吝啬，害怕犯罪，远辟邪恶之事。待到衰微之时，好经商争利，比周地人还厉害。

另外他分析“越、楚则有三俗”，指文中所述西楚、东楚和南楚三个地区的不同习俗。物产、人情各有所别，经济、商情也不尽相同。司马氏将民俗文化的描写杂揉在商务人事的述评之中，淋漓酣畅而又恰到好处。

经济本身（如生产、供求、买卖关系等）就含有民俗文化因素，所以单从经济学的观点处理问题，往往还收不到应有的效益。在某种情况下，甚至会弄到血本全无。从商务实践来看，重视民

俗文化分析者成功，忽略民俗文化分析者失败，这已成为商界的一条定律。

经济民俗学是一门边缘学科，它是以民俗文化和市场经济的关系为研究对象。说得更明确一些它是研究人民经济生活中的民俗文化因素；研究这些因素对经济的影响，作用、一般规律及其应用：

1. 经济生活中的物质民俗文化因素。它以民间传统的经济生产习俗、交易习俗及消费习俗为主要内容。比如建筑风俗的形成，它与地理风水的关系；建筑的民间美学内涵；建筑与宗教的关系等。

2. 经济生活中的社会民俗文化因素。它包括家族、亲族、乡镇的传承关系、习俗惯制对经济生活、企业文化与企业伦理的渗透与影响。都市社会民俗的研究也将是这部分的一个新课题。

3. 经济生活中的精神民俗文化因素。它指宗教信仰、民间禁忌、道德观念、民间文学在经济活动中的反映和作用。特别值得研究的是民俗消费心理及经济活动中的民族心理素质的影响。

4. 经济民俗文化历史研究也是纵向的必不可少的内容，即指对古代经济民俗文化的研究。面对漫长的社会发展时期中，积累起来的丰富的经济民俗文化财富，给予科学的研究和阐明，不仅可以帮助整个经济民俗文化的研究，而且可以给当今的经济发展提供可资借鉴的参数。

经济民俗学说到底是一门应用民俗学的研究，它是朝着解决实际问题的方面的研究，而不是抛开实际问题的抽象研究。由于这样的性质，它在研究方法和观察角度上，就不可能和一般民俗学或经济学一样。它应该有自己的独特视角与视野，它集中考察经济生活中各种民俗现象的应用心理、应用过程、应用效益、存废处理，得出一些可资借鉴的结论。这门新兴学科，它所涉及的主要理论既是传统的又是现代的，同时关系今后社会经济生活

走向，所以仍处于变动与发展中，应用性，时代性极强。这门学科对当前社会经济生活中的民俗文化因素特别敏感，只要我们认真考察，坚持理论联系实际，就可以逐渐形成自己的体系和方法论。

第二章　生产民俗的文化底蕴

“真正能够传播与演化的文化要素，乃是社会制度——即由一群能利用物质工具，而固定地生活于某一种环境中的人们所推行的一套有组织的风俗与活动的体系。”

——马林诺夫斯基：《文化论》

物质生产劳动是人类生存的第一要素。从最原始的意义上来看，物质资料的生产过程是人和自然之间的物质交换过程，随着人类社会不断向前发展，生产的客观物质条件不断优化，人与自然之间的物质交换变得越来越频繁。

人类与环境的关系问题同经济效益问题一样重重地摆在了世人面前。人类自身对生产和生活品味的重视将使今后的物质生产沿着生态化的轨道前进，民俗更需要被搜集、整理、汇总，以便得到更好的传承和发展，而越来越多的生产新民俗也将不断涌现。

一、物质生产—— 人类生存的第一要素

人们的日常生活民俗、人生礼仪民俗、家族村寨民俗、信仰禁忌民俗、岁时节日民俗、游艺竞技民俗、民间科技民俗、医疗保健民俗等等，都是每个民族民俗文化的基础部分，它们本身已包含了物质方面的内容，即“利用物质工具”所推行的“一套有组织的风俗与活动的体系”。这也就是说，物质资料生产不仅仅是

人类社会、人类文化（包括民俗文化）存在的基础，同时，物质资料本身也是民俗活动不可或缺的一部分。因此，学习和研究民俗离不开对物质生产的分析和重视，而在这个过程中我们便会发现：物质生产也有自己的各种民俗事象，这些民俗事象丰富了整个民俗领域的内容与形式。

（一）“生物帐”欠多少

物质生产劳动是人类生存的第一要素。从最原始的意义上来看，物质资料的生产过程是人和自然之间的物质交换过程，随着人类社会不断向前发展，生产的客观物质条件不断优化，人与自然之间的物质交换变得越来越频繁，在对大自然进行各种各样的采伐和索取时，也带来了一些危害自然生态的负效应。据统计，全世界每年约有 1700 万公顷的森林因乱砍滥伐而消失；600 万公顷土地因沙漠和水土流失而失去生产能力；每天有 100 多种、每年约有 5 万种物种灭绝；全球渔业资源面临枯竭，许多渔场正在消失；全世界 1/15 的人口生活在水荒中、13 亿人口几乎与洁净的饮用水无缘；每年有 50 多亿吨的 CO_2、SO_2 和氯氟烃被排放到大气中，每年有 650 多万吨垃圾被倾倒进海洋……这便是 20 世纪初以来现代化工农业带给人们的困扰和隐患。自然（仅指地球这个蓝色的星球）提供给人类的无穷无尽的资源到底值多少钱？美国加州的一个生物研究中心和马里兰大学的研究人员在计算了空气、海洋、河流甚至岩石等物质的价值之后，发表论文称，人类每年欠地球的生物帐多达 33 万亿美元，而人类每年创造的财富不过 18 万亿美元。

（二）生态经济学

在付出高昂的代价后，现代人已越来越清醒地认识到环保问题的重要性。基于这一共识，20 世纪 90 年代以来物质生产劳动正越来越向科学和合理的轨道靠拢，人们都懂得除了开发和利用地球资源外，更需要珍惜它、保护它，而最能体现这一点的是 20 世

纪 80年代开始诞生了生态经济学，它是在环境经济学和资源经济学陷入了纯理论的争论时脱颖而出。生态经济学包括两个流派：第一个流派叫新古典主义派，它试图恢复传统的经济；第二个学派更为彻底一些，它主张建立一门新学说，在这种学说下，经济学家、生态学家将同其他所有的“参与各方”一起平等地工作，一起来解决环境方面的问题。虽然在达到目标的方法方面有不同，但所有的生态经济学家至少都有一个共同的目标。国际生态经济学协会主席耶鲁大学理查德·内尔高和他的同行马里兰大学的罗伯特·科斯坦萨用以下语言明确地表述了一个社会规划：“在当代人之间，在当代人和未来人之间以及在人类和其它物种之间，在资源和所有权的均衡分配方面提出一个框架。”这使人想起弗兰西斯·福山在《历史的终结》中说的一句话：“平等原理不仅适用于人类，而且扩及人类以外的生物，今日听起来有些异想天开。但这是我们现代人思考何谓人，这个问题得不到答案的一种反映。”

在传统生产活动中，关于人与自然之间的物质交换过程，有许多值得借鉴的东西。我们对与日常生活联系紧密的农村生产、山林生产、牧场生产、渔村生产、工艺制作几个方面作一些评述。

二、农村生产民俗

日本报界透露，一批日本人将在东京银座一块面积为 63 平方米的宅地上种植水稻。银座是世界上地皮价格最昂贵的地区，也是东京都人口最为稠密的居住区之一。那里大商场和精品店比比皆是，夜生活丰富多彩，是一个有名的娱乐和购物中心。这块种植水稻的地皮价值约 740万美元，平均每平方米 11.5 万美元，居日本和世界之冠。这项“城市农业计划”是由商业顾问、庆应大学教授佐滕和东京郊区筑波的农民代表驰川提出的。该计划的目的是帮助东京市民更好地了解农村生活，促进水稻种植和公开反

需要全本请访问 www.ertongbook.com