

村地格的推手。一些乡村旅游目的地早衰现象就是这种围城效应的后果。

夏普利(Sharpley, 2003)指出,可持续发展与环境问题是未来乡村旅游发展的核心,而可持续发展的本质就是本地化。有的乡村旅游目的地的旅游业只是它的阶段性产业,但对于那些遗产旅游资源丰富,旅游业占据重要地位的乡村,长期保持乡村性是乡村旅游发展的根本。但什么力量能够鼓励乡村居民维持乡村性呢?那就是村民必须能够从乡村旅游发展中受益。保证当地居民受益的机制是旅游产业链的本土化与经营者的共生化。

“产业链本地化”即在满足游客吃、住、行、游、购、娱需求中尽可能利用本地原材料和人力资源,以旅游业为龙头优化配置相关产业,在本地生产和销售产品,形成完整的产业链,实现最大限度的当地参与,使旅游收益最大程度地留在本地,有效安置当地居民的就业。外来经营者在提供开发资金与客源招徕方面具有重要作用,但外来经营者与本地经营者必须共生共存。

“经营者共生化”一种是分工共生,外来经营者和本地经营者通过提供不同等级和类别的旅游产品吸引不同的旅游市场,互相依存,避免了同质化的恶性竞争,共同促进乡村旅游可持续发展,如北京怀柔的“鹅和鸭农庄”(高档接待)与当地的民俗旅游接待户(平民接待)之间的分工关系;另一种是合作共生,城里企业与地方合资合作开发乡村旅游,利益共享,比如贵州的天龙堡合作模式。

(作者为该院副院长,教授;收稿日期:2006-02-09)

如何提高乡村民俗旅游项目的品位

刘铁梁

(北京师范大学文学院,北京 100875)

乡村,是许多城市人向往的去处,因为在乡村中可以获得难得的宁静以及久违的乡情,这是人们到乡村去旅游的一般动机。乡村旅游的地点不仅需要野外的自然风光,也需要有乡土社会的浓厚情调,所以各地在开发乡村旅游的规划里就注意到民俗的主题。目前,普遍推出的是在农家居住和采摘果蔬活动之类的服务项目,有的地方还结合春节、元宵节、中秋节等,推出了民俗的特定表演。也有一些地方,如在少数民族地区的村寨、山场或草场,更热情地接待客人参加跳芦笙、对歌、那达慕比赛等传统民族活动。所有这些都称之为“民俗旅游”。不过从现有的情况来看,一些民俗旅游在活动内容上还

比较简单,形式还比较粗糙,特别是还存在着一些似是而非、胡乱拼凑的所谓民俗景观或表演节目,这无论是对当地民众的历史来说,还是对游客情感和知识的需要来说都是不够尊重的表现。民俗旅游项目的品位如果不能得到提高,不仅会毁掉这些项目,也会给整个乡村旅游带来严重的负面效应。

地方民俗的展示是否真实、生动,对于这些民俗当中所包含的文化韵味和生活秩序揭示得是否准确和深刻,是衡量一个民俗旅游项目品位高低的根本标准。笔者以为,民俗旅游的魅力在于能够使城市人体会到乡情的淳朴,使外地、外国的人能够了解不同地方民众特有的地方生活知识。如果只是依托一些乡野自然环境和古老村落建筑来吸引客人,也许可以称作乡村旅游,但还不能算是民俗旅游。从游客的期待来讲,民俗旅游是能够让他们观赏到异地他乡的人们生活方式和独特创造。所以,作为一种“文化之旅”的民俗旅游项目,要求设计者和经营者必须首先深入地认知一个地方乃至一个村庄的民俗特点,然后再考虑如何将这些民俗特点展现和介绍给游客。

研究表明,民俗文化具有群体性、地域性、整体性和互释性等多种特征,任何民俗现象的存在,都不可能离开一个地方如一个村庄的具体生活方式和村民生活知识,自古至今都表现出“十里不同风,百里不同俗”的情况。所以,在对于某种民俗事象的调查中,首先要发现的是同类的民俗事象在这一个地方有什么特别不同的表现,比如在北京门头沟斋堂地区,婚礼上有吃“缘分饼”的习俗,看似简单,但是在那张掺进很多咸盐的面饼里,在所有参加婚礼的人都要吃上一点的举动上,却包含了许多奔波于古代商道和由作为军户的村民祖先们的理想与情感。用一顶花轿把客人抬一抬、晃一晃,这种千篇一律的旅游服务项目,并不一定可以让人们体会到乡村生活的情调,相反还可能把某一地方的民俗文化创造平庸化。

其次,在民俗旅游项目中,既要注意展示出民俗事象之间的相互关联,也要选择好那些具有标志性意义的民俗事象,让它们直接向游客表达当地人对于自身生活和外部世界的理解。但这些标志性民俗文化现象决不是由今人生编硬造的,而应当是原来就存在的。比如乡村的歌舞、戏剧演出,一般都结合一定的仪式来进行,这些仪式能够反映出一个村落或一个家族的制度,是解释某种生活秩序和代表当地人群体性格的文化现象,所以就不应该作为落后

的东西摒弃,而应当给予展演才对。最近我们接受冯骥才同志和中国民间文艺家协会的任务,正在进行《中国民俗文化志(区县卷)》的调查和写作,贯彻的就是由标志性文化统领的原则。由北师大和北京民协率先进行的这种探索,为的是充分认识我国各地方各民族民俗文化的多样性和生活传统的逻辑性。但是我想,这与民俗旅游文化产业发展的初衷应该能够达成一致。

(作者为该院教授,民俗学与人类学研究所所长;收稿日期:2006-02-15)

民俗风情:民族村寨旅游可持续发展的着力点

徐永志

(中央民族大学管理学院,北京 100081)

自20世纪80年代特别是进入新世纪以来,云南、四川、贵州、广西等地相继以开发民族文化村寨、民族农家乐、民族风情园,以及与国际有关组织联合进行文化生态旅游项目示范和建设生态博物馆等形式,逐步开展起民族村寨旅游活动,走出了一条“越是民族的,越是世界的”旅游发展道路,从而勇立潮头,成为新时期我国开展乡村旅游及其创新活动最活跃的地域单元群。

但良好的发展态势仍难掩“星多月不明”的现实,同时相对东部地区而言,民族村寨旅游还面临着比前者更加集中突出的诸如外来文化冲击、文化遗产保护与开发的冲突、族群社区发展、民主参与等错综复杂的问题。民族村寨旅游如何走出困境,又将何去何从呢?

首先,充分认识少数民族村寨旅游的特殊性,进一步深化对宝贵的民族文化资源在地方经济和社会可持续发展中重要性的认识,坚守以民族文化资源可持续传承为导向的旅游开发理念,用激励措施浇灌民族村寨旅游创新之花。少数民族村寨旅游的独特魅力,一是各具特色的民族文化与多样性的自然和社会环境融于一体;二是异彩纷呈的民族风情将原始神秘、内涵丰富、特质鲜明突出的地域性、民族性、多元性和活态性的民族文化有机地结合在一起。因此,少数民族村寨旅游,最重要的是文化,核心是民俗风情。今后在进一步开发少数民族村寨旅游的过程中,一方面,少数民族村寨在确保原始淳朴的村寨风貌不改以及有效保护好文化遗产的前提下,重点发展以本色民族风情为主要内容的文化生态旅游;另一方面,政府应改变和完善当前基于经济收益

取向的旅游绩效评估方法和评价体系,在旅游发展的评价中加入环境、文化和社会的指标,同时制定配套扶持政策,为正在创新发展中的少数民族村寨旅游“浇水”、“培土”,使其得到切实的有机发展。

其次,遵循文化变迁和旅游发展规律,改变以往旅游开发中政府越位、个体家庭和家族(家支)力量以及草根文化精英缺位的状况,结合村寨民俗环境,精选标志性的民俗事象,深度开发,形成多元力量分工参与、产品自成一体的开发新格局。有关调查表明,饮食、服饰、婚姻等日常生活习俗主要以家庭为单位传衍;宗教信仰、歌舞、游艺竞技、岁时节庆等习俗则与村民家族(家支)的有关仪式或集体活动相关。此外,一些土生土长的文化人也对村寨民俗文化的保存和弘扬起了加油助燃的作用。民族旅游村寨可基于这种文化传承的同心圆关系,将民俗风情旅游产品的开发对应地分成三个层次:

一是由村民家庭顺其自然,自主开发满足大众游客需求的旅游产品,其中要注意发挥各级村民团体以及家族等传统社会力量的协调、整合功能,利用村规民约、禁忌和习惯三种类型民间法的形式,进一步规范村民的日常习俗和旅游经营行为,提高产品的文化含量和品质;

二是地方基层政府在因势利导组织村民群体积极参与民族歌舞、民族节庆、民族体育乃至民族宗教等旅游开发活动的同时,致力于改善旅游大环境,营造村寨整体文化旅游氛围,提高对各种无形但是可感知的民族文化内涵的挖掘和表现;

三是村寨中的文化人起沉发潜,通过重构和完善地方知识系统、接待游客和研究者家访等形式,宣传村寨民俗文化,开拓文化旅游专项市场。

所有上述,要在使村寨所呈现的民俗图景不再是被抽离了“背景”和“人的活动”的静态感知,而是表现为景(民俗环境)、物(民俗标志物)、人(民俗承担者)“你中有我,我中有你”式的交融互动,是正在进行的“作为生活的民俗呈现过程”(高丙中,1994)。

总之,就民族村寨旅游开发而言,审时度势,调整长期以来普遍存在的“文化搭台,经济唱戏”的心态,立足本色化,致力于深度开发文化含量高的民俗风情旅游,构建文化生态与族群社区发展的和谐,即弃短暂而求永恒,或许正是其实现原本美好的“提高生活质量并为所有的人创造更好的生活条件”的发展初衷所在。

(作者为该院教授;收稿日期:2006-02-12)