

[公告栏](#)[特色资源](#)

- [旅游特色资源库](#)
- [中国饭店产业信息网](#)
- [遗产旅游观测站](#)

[友情链接](#)

- [北京第二外国语学院](#)
- [中华人民共和国国家旅游局](#)
- [北京市哲学社会科学办公室](#)
- [北京市旅游局](#)
- [北京市教育委员会](#)
- [北京旅游信息网](#)
- [首都高校科研网](#)
- [北京第二外国语学院学报](#)
- [亚太旅游协会](#)
- [北京大学旅游研究与规划中心](#)

您现在的位置：[旅游开发引起民族文化变异的经济学审视](#)

旅游开发引起民族文化变异的经济学审视

作者：潘顺安 文章来源：贵州民族研究 点击数：1857 更新时间：2010/11/15

20世纪90年代以来，在政府部门的扶持下，我国边远地区的少数民族社区利用自己原生态的民族文化和自然生态环境条件，大力发展旅游业，促进了当地经济社会的快速向前发展。许多地区通过发展旅游，摆脱了贫困，走上了小康道路。然而，旅游业在促进当地经济发展的过程中，也引起了当地民族文化的不良变异，不仅造成了民族文化个性特征的消失，也严重危害了当地经济社会发展的基础。在发展旅游业过程中，如何实现民族文化的健康发展，是当前边远少数民族社区旅游业发展过程中面临的突出问题。本文从经济学的角度，对这一问题进行了考察和探讨。

一、发展旅游所引起的民族文化变异情况

民族文化的变异是指引起民族文化个性特征消失的各种消极变化。发展旅游引起的民族文化变异主要有民族文化被外来文化同化、民族信仰失去庄严感和神圣感、社会价值观改变和邻里关系紧张、民族文化庸俗化、伪文化出现等方面。下，从民居建筑、人们的衣着、生活方式到娱乐方式等都被外来强势文化所同化。传统民居建筑被改造成了类似城市的楼房建筑，当地社区原来的建筑风貌和特色逐渐消失了。人们的传统民族服装变成了西服、夹克、牛仔服等城市常见的服装。青年人的生活方式和娱乐方式也已经城市化。

民族信仰失去了原有的庄严感和神圣感。祭祀文化涉及到当地居民的精神信仰，他们期望得到众神和祖先的庇护，因而把对神灵和祖先的祭祀活动看作是非常神圣和庄重的事情，在举行祭祀仪式时都是非常虔诚的。然而，在一些民族社区的旅游开发过程中，将神圣庄重的祭祀仪式开发为舞台化的表演节日，完全破坏了这种文化在社区居民心日的庄严神圣地位，他们的虔诚情感逐渐消失了；祭祀所使用的器物也因商品化而失去了原有的涵义，制造者在制作过程中也就不再虔诚了^[1]。

社会价值观和邻里关系发生改变。在发展旅游之前，民族社区虽然经济发展水平较低，但民风纯朴，邻里关系和睦。旅游开发后，商品经济逐渐深入人心，助人为乐不再被认为是一种美德；邻里关系由于利益问题变得不和睦，甚至是紧张对立的情况^[2]。在一些地方，诚实守信的社会公德遭遇危机，出现了生产销售假冒伪劣商品和其他蒙骗游客的现象。

民族文化庸俗化。民族文化中有非常优秀的方面，同样也存在糟粕^[3]。一些旅游企业在旅游开发的过程中，不是认真挖掘民族文化的优秀方面，而是大力宣扬其中的糟粕方面，以迎合某些游客的低级趣味需求，造成民族文化的庸俗化；甚至民族文化的优秀方面也被歪曲理解呈现在游客面前，给游客留下了不良的印象，也伤害了当地社区居民的感情。

伪民族文化出现。伪民族文化是指由旅游企业假借民族文化的招牌所创造的虚假文化，其内涵与当地社区的民族文化没有任何联系。如南方少数民族社区内的一些旅游景点广场上树立的所谓图腾柱，似乎高大、神秘，实际上却是把南方少数民族的傩面具随意拼凑起来，装饰在木柱上，与少数民族的图腾柱根本不是一回事^[4]。更有一些旅游宣传策划者并不理解当地社区居民的感情，假借宣传之名，将毫不相干的民族节日生拉硬扯在一起，让社区居民表演，引起了人们的反感，直接造成了一些民族节庆的衰落^[5]。

二、民族文化变异的经济学解释

旅游发展中出现的民族文化变异现象，表面上是文化冲突和交流所引起的，其中却蕴含着深层次的经济学方面的原因，是旅游开发过程中，在商品经济大潮的冲击下，人们的社会行为发生了变化，加上经济产权制度的不健全和管理方面存在问题，使得人们的行为更多地打上了商品经济的烙印，其后果是引起了民族文化的变异。

1. 经济发展水平低是民族文化被同化的根本原因

民族文化保存良好的地区往往是远离城市和发达地区的边远乡村社区，地理隔离导致与外界的联系和交往不多，经济社会和文化在一个相对封闭的环境中发展，人们日出而作，日落而歇，属于一种低水平的自给自足经济生活。在这样的环境中，传统民族文化得以完好地保存下来。在旅游开发之前，这些乡村社区的经济生活单一，人们的收入水平不高，处在温饱线上下，不少地方还没有完全解决温饱，文化的富有和经济的落后形成了鲜明的反差。为推动边远乡村地区经济社会的发展，国家旅游局在20世纪90年代初开始发起旅游扶贫行动^[6]。发展旅游后，民族社区封闭的经济社会运行环境被打破，旅游经济在使社区人们收入增加的过程中，也使当地居民感受到了自己的经济水平与外来游客之间存在的巨大落差。当地社区居民自然会羡慕外来游客，期望自己能够享受城市和发达地区同样的生活。因此，在自己的收入有了一定的增加以后，就必然要改善自己的生活条件。在缺乏正确引导的情况下，人们将发达地区和城市的生活当成了学习和模仿的样板

2. 公共资源的利用问题及旅游经济的外部性问题

公共资源属于没有排他性的资源。任何想使用的人都可以免费使用;同时,公共资源又是有竞争性的资源,一个人使用的公共资源多,就会对其他人的使用产生不利影响^[7]。乡村社区的民族文化是居住在这单的人们世代发展、传承下来的,社区内不管是无形的物质文化,还是无形的非物质文化,都是整个社区人们的公共资源。社区的大气、水资源、道路、桥梁、广场和娱乐场所等也都属于公共资源(或公共物品)。在发展旅游之前,社区居民都是在生活中不自觉地使用公共资源,公共资源既不存在使用上的排他性,也没有明显的使用竞争性。

发展旅游后,并不是所有的社区居民都参与到了旅游经营中来,特别是由居民一家一户开办的家庭旅馆,往往是村中家庭经济条件较好的农户开办。这些农户从发展旅游中获得了较高的利益,而没有参与到旅游经营中的农户则没有获利,造成社区内的贫富不均进一步加剧。同时,由于大量游客的到来,社区的公共资源和公共物品被游客占用,当地社区居民的活动空间被压缩。

旅游经济也是一种具有负外部性的经济,在为社区中的一部分人带来较多的经济收益的同时,也带来了环境污染、物价上涨等社会成本。这些社会成本通常要由社区全体居民来承担,这显然是不合理的,理所当然地引起了社区居民、特别是一些没有从发展旅游中获利的社区居民的强烈不满。于是,社区居民之间开始出现隔阂,邻里和睦的气氛消失了。一些经营旅游业务的社区居民因为利益纠纷而出现矛盾、甚至打架辱骂的情况也时有发生。

3. 民族文化的产权问题

产权能够使经济的外部性内在化,会给产权主体以巨大的激励^[8]。民族文化的外部性是很明显的,一方面对维护国家和社会的文化多样性具有重大意义;另一方面是发展旅游的重要吸引物,可以为旅游经营主体带来丰厚的利润。然而,在旅游开发过程中,社区居民没有获得民族文化产权,社区民族文化既没有通过评估折算成旅游开发经营的股本,也没有通过旅游经营企业的有偿使用体现出来。作为民族文化承载者的乡村社区居民,没有从守护和弘扬自己的民族传统文化中得到激励,自然会丧失保持自己传统文化的积极性。他们不再重视自己的民族传统文化,也不再努力维护和发展自己的传统文化,更有甚者,对自己的民族传统文化表现出一种叛逆心态,全盘接受外来文化,造成民族文化个性的逐渐丧失。

4. 利润最大化和政府管理失位问题

在市场经济条件下,追求利润最大化是企业组织生产的主要目标。民族社区一般都是商品经济不发达地区,发展旅游之前,社区内部商品经济很不发达,与外界的经济交往也不多,社会诚信良好。发展旅游后,封闭的大门打开,在旅游企业的示范下,商品经济也逐渐发展起来。在利益的驱使下,一些企业不是去发掘当地的优秀民族文化供游客观赏和参与,而是想尽办法将民族文化中的糟粕挖掘出来,以迎合一些追求刺激和低级趣味的游客的需求。更有一些旅游企业恶意曲解当地的民族文化,或打着当地民族传统文化的招牌,创造与当地传统文化没有任何联系的虚假伪文化,并将其作为企业的卖点。甚至还有企业为了赚取超额利润,假借民族文化的招牌,从事黄赌毒等犯罪活动。当地的工艺品是最受旅游者欢迎的旅游纪念品,随着大量游客的到来,当地手工艺品的需求也越来越大。这时,社区中的个别工艺品销售者,为了获得更多的利益,开始抛弃传统的诚信美德,假借当地工艺品名义,出售假冒伪劣工艺品。而这一时期,当地的市场监管制度还不健全,对这些不规范的市场行为不能进行有效的管理,导致假冒伪劣现象越来越严重,社会诚信出现危机,给游客留下了不良的旅游地形象。

5. 民族文化的过度商业化问题

民族文化的旅游开发不可避免地会出现文化的商业化问题,表现在民族文化的舞台化表演和商品化。舞台化表演的文化一般都是适合表演的日常生活文化和娱乐文化,如服饰、生产工具、生产场景、娱乐节目,以及在现代已经失去了意义的仪式文化。商品化的文化主要是手工艺品。这些文化的舞台化和商品化都不会产生问题,而且有利于旅游者对当地民族传统文化的了解,也有利于民族文化的弘扬和传播。然而,一些涉及到社区居民的精神和感情的宗教祭祀文化,由于其独有的神圣性和神秘感,对旅游者也有很强的吸引力。一些旅游企业为了吸引游客,增加旅游收益,将这些祭祀文化也开发为舞台表演

[\[1\]](#) [\[2\]](#) [\[3\]](#) [下一页](#)

文章录入: 刘志龙 责任编辑: 刘志龙

[上一篇文章: 论旅游权利](#)

[下一篇文章: 基于博客的旅游研究信息的提取与分析](#)