

部地区,旅游业已形成了观光旅游、度假旅游产品和特种旅游产品并存的多元化产品供给结构,而西北地区旅游的产品仍以观光旅游产品为主。即使在观光旅游产品中也仍存在着大量的重复现象,以相互简单模仿为基本特征的“塑像热”、“造庙热”、“仿古一条街热”、“人造景观热”轮番出现,致使旅游产品间的特色无法形成互补效应,产品的市场吸引力在相互抵消中下降。在激烈的国际和国内竞争中,西北资源优势被开发不足的劣势所抵消。应充分认识到旅游产业对西部地区社会经济发展的推动作用,充分认识旅游业发展在西部中的重要地位,克服障碍因素,积极促进西北地区社会经济的全面发展。

二、实现西部地区旅游业跨越式发展的对策

1. 统筹规划,合理分布

西北旅游资源较为分散,有关部门应树立“大旅游”和“旅游区域”的观念,选择一批在国际市场上前景看好的旅游项目,统筹规划,成片开发,力争打破行政壁垒,接通西部黄金旅游线同时注意景点合理布局与线路合理规划。

2. 加强基础设施建设

由于国家财力有限,西北地区经济又相对落后,应广拓渠道,加大基础设施建设力度,提高西北旅游景区的可进入性。在保证资金利用效率的前提下,可利用国家基建资金、扶贫资金、国债和外资(甚至可以设立西部国际旅游开发基金会,向国内外广泛集资),对重点景区进行建设,尤其要改进西北国际旅游交通结构,重点建设景区与交通干线之间的道路,使客源流向由单向运转变为环路运行。可选择条件成熟的城市作为大型国际直航口岸,直接通往东南亚及欧美客源市场。

3. 实施产业化发展战略

各部门要进行有效配合,适当延长产业链,使之在一体化框架内衔接互动,并引向更深层次。不妨在西北建立若干旅游经济开发试验区,逐步开放旅游市场,探索国际旅游产业化发展的新模式。

4. 精心定位,加强宣传

要注意东西部旅游资源的互补性,搞好定位,防止资源浪费。同时要突出特色,改进宣传手段,尽可能结合互联网等现代化手段进行促销。

5. 重视人才资源

地方政府要发挥服务功能和主导作用,制定优惠政策,灵活用人机制,要争取引进一批熟悉国际旅游业务,掌握现代经营手段的专业适用型人才。

6. 完善监管机制

目前,西北地区国际旅游业无序竞争现象较为严重。国家应努力完善监督管理职能,引入公平竞争机制,维护国际旅客的合法权益,保护旅游业的纯洁性。

旅游业将在西部大开发中发挥特殊作用,成为西部大开发中率先突进的产业,西北地区的旅游业要想成为真正“兴西富民”的支柱产业和最具活力的经济增长点,就必须克服制约发展的障碍因素,积极促进西北地区社会经济的全面发展。

参考文献:

- [1] 扬长春:《中西部地区的对外开放》[M].北京:对外经济贸易大学出版社,2000:113~133
- [2] 杨泰 王小涛:《西北旅游画龙还需点睛》[N].光明日报,2005-4-07(5)
- [4] 刘锋:《中国西部旅游发展战略研究》[M].北京:中国旅游出版社,2006:28~35

西部民族经济的发展 与“本土文化”的关联效应

■ 马兴胜 兰州交通大学 陈之敏 西北师范大学

[摘要] 文化是不朽的。民族文化特质一旦形成,对民族经济有着持久的影响力和推动力。“本土文化”与区域经济本来就是两个互相包容和交融的组合体。失去了本土优势的文化是单薄的,同样缺少“本土文化”的区域经济的发展也显得单薄。西部历来不缺少文化精品,从丝绸之路到《大梦敦煌》,构成了具有鲜明独特的本土特色,才使得“本土文化”成了区域经济发展的原动力。本文从文化与经济的角度来探索“本土文化”对区域经济的发展效用,以期为本土文化的发展寻求理论支撑。

[关键词] 民族文化 民族经济 本土文化

西部民族众多、地域广袤,在长期的历史变迁中孕育了灿烂的文化。西部文化具有地域性、多元性和原生态性,是中华文化的重要组成部分。文化与经济的关系问题虽是老课题,也有明确的答案。但在当今文化与经济一体化,以及经济全球化大趋势、大背景下,给文化对经济的渗透力与推动力注入了新的内涵。近十几年来,西部民族经济得到长足发展,与西部本土民族文化特质有着密不可分的关系。本文从文化与经济的角度来探索“本土文化”对区域经济的发展效用,以期为本土文化的发展寻求理论支撑。

一、民族文化与民族经济的关系

马克思主义指出:文化属上层建筑范畴,有什么样的经济基础就有什么样的上层建筑。但文化作为一种特殊的上层建筑,有着其自身的本质特点,具有相对的独立性和稳定性。因此,其对经济基础的反作用也有着相对的长期性和持久性。党的十六大报告则明确指出:“当今世界,文化与经济和政治相互交融,在综合国力竞争中的地位和作用越来越突出”。从中不难得出这样的结论:文化与经济相互依存、互为动力,共同推进人类文明向前发展。换一个角度说,民族文化最稳固最基本的特质,即民族心性、民族气质一旦形成,会在相当长的时间内影响民族经济的发展方向和质量。

1. 民族文化与民族经济从来密不可分。文化与经济是人类所创造的财富中的整体与部分的关系,即文化是整体,是物质财富、精神财富的总和,经济只是其中之一。生产力越发达,经济与文化的关系就越密切。从这个角度说,今后的经济是文化经济。经济的竞争,归根结底是文化的竞争。如果那个民族在文化问题上变得自觉了,对民族文化的来龙去脉搞清楚了,并且把民族传统文化和现代化结合好,可以预见这个民族在未来的经济地位一定是举足轻重的。从另一个角度说,如果只谈民族经济,不谈民族文化,民族经济的发展就难以持久;只有发达的民族经济而没有先进的民族文化,不可能有强大的民族。

2. 民族文化渗透于民族经济发展全过程。从经济活动中的人

对经济活动的处理,从产品的设计、生产到产品的交换以及使用,无不渗透着文化,因为经济的全过程都是人的活动。马克思说,劳动首先是人和自然之间的过程,是人以自身的活动引起、调整和控制人和自然之间物质变换的过程。简单地说,就是人主动地采取一种运动,用它来改变人和物的关系。归根结底,一个民族在创造劳动成果的同时,创造了与民族同步发展的民族文化。

3. 民族文化不随民族经济亦步亦趋发展。文化有自己的独立性,一旦形成,就有其相对稳定性。文化除受经济的根本作用外,还受历史积淀、传统演化等多种因素的影响。一个地区、一个民族过去经济发达,后因多种因素落后了,其文化影响力仍可能因惯性持续很长时间。一般来说,先进的民族文化造就发达的民族经济,落后的民族文化只能伴随着贫困的民族经济。从历史上看,不同地区、民族的文化与民族经济的发展,不是直线式的、均衡的,有的会出现此消彼长的变化。

当今时代,经济的文化化和文化的经济化已成为重要的全球趋势,文化对经济发展的推动、引导和支撑作用已越来越明显。这既会给各个民族带来快速发展的经济,也有可能带来文化一体化的问题,从而抹煞了文化的民族特性。一旦民族文化衰落、消亡了,经济肯定会萎缩,民族也就名存实亡了。因此,民族文化的自觉问题在当代就显得更为重要而紧迫。大到区域经济发展战略和产业结构的制定,小到企业生产管理和名牌产品的创立,既是经济活动也是非常复杂的文化活动,需要文化的力量和智慧。甚至一个国家或地区的发展模式和产业结构特点,都凸出相当的文化背景和人文因素。没有文化的协调发展,经济伦理和经济规范确立不了,经济建设就难以搞好。正是从这个意义上说,现代市场经济就是民族文化经济,就是文化作支撑的经济。

二、西部区域民族经济的发展与“本土文化”的关联效应

1. 深入挖掘西部本土文化资源。在漫长的历史中,西部地区相继建立了一系列邦国性质的地方政权或酋长性质的土司政权,如西夏、吐谷浑、大理、“西域三十六国”等,它们在政治、经济、文化等方面有明显的特殊性,在创造自己历史的同时,形成了众多的民族。几千年来,经过不断地迁徙、分化、融合、发展,作为独立的族群,许多原生民族虽然已经消失了,但我们从今天众多的少数民族以及汉族中可以发现它们的身影,这些民族大多在发展和形成过程中与其他民族融合,并造就了各自不同的文化。显然,多民族是西部的一个突出特点。这一特点决定了西部与众不同的民俗民风,也造就了多姿多彩的民族文化。

由于西部独特的历史背景和社会生活,形成了其别具一格的西部文化。从地域和文化个性上看,它至少可以划分为几个大的文化圈:黄河流域为中心的黄土高原文化圈,西北地区的伊斯兰文化圈,北方草原文化圈,天山南北为核心的西域文化圈,青藏高原为主体的藏文化圈,长江三峡流域和四川盆地连为一体的巴蜀文化圈,云贵高原及向东延伸的滇黔文化圈等。这些文化圈具有各自相对明显的个性或风格。黄土高原文化悠远古朴,伊斯兰文化充满异域色彩,北方草原文化热情奔放,西域文化显出东西

合璧之美,藏文化凝重神秘,巴蜀文化古色古香,滇黔文化富于人性化的欢乐。这种多样性的文化形态与各个民族的生活方式、观念、习俗、宗教、艺术以及悠久历史、生存环境紧密相联,是一种广义的文化集合体。

西部民族文化是一座异彩纷呈的文化资源宝库,它所包涵的内容极其丰富,它的表现形式多种多样。它不仅为研究文化人类学、宗教人类学、民族学、民俗学、生态文化学等学科提供了宝贵财富,也为文化产业的开发提供了丰富的资源,同时也对我们今天的文化建设具有十分重要的借鉴意义。

2. 西部区域民族经济的发展与“本土文化”的互动。其实在西部尤其很多地方的县域或区经济发展过程中,因为一味地追求眼前或局部利益,而丢失了很多原本属于文化层面上的东西。用专家的观点来说,现代地方经济发展过程中最需要依托的是文化历史资源,以资源优势来促进发展,以地域特色来发展和带动第三产业,这既符合区域经济的发展规律,也对保护地方传统文化有着积极的促进作用。

在对这些厚重文化历史资源开发利用时,或“文化搭台、经济唱戏”,或“寓文化于经济”,不断赋予时代精神,将文化优势转化为发展优势不失为一步好棋。近年来,地域文化资源资本化、产业化日益成为人们关心的一个新话题,但地域文化丰厚只是一种潜在优势,而使这种优势真正转化为文化资本的优势,需要一个对文化差异深入发掘、科学配置和恰当转换的运作过程。因为文化的优势不仅仅体现在文明的创建上,更重要的是把文化资源优势转化为产业优势、经济优势,以及参与区域发展的竞争优势。

三、结束语

民族文化对民族经济的推动力有着一只看不见的“手”。谁抓住了这只“手”,谁就能推动整个民族的持续健康协调发展。

站在市场经济的角度看,市场也需要培养和引导。“本土文化”首先是民族文化的一个组成部分,只有经过公众尤其是本土民众的认可,才会具有蓬勃的生命力。“本土文化”市场的培育需要各界的协同努力和广泛参与,在扎根于本土的基础上向外推进,这既符合文化产业发展的规律,也能贴近市场的脉搏。只有让大多数本土人士真正体会到“本土文化”的魅力和亮度,并为之自豪和骄傲,能够自觉维护“本土文化”精品,这才是推动区域经济发展的源源不断的动力。

参考文献:

- [1]赵光远主编:《民族与文化——中国传统文化诸形态》.广西人民出版社,1990年
- [2]迈克尔·波特著:《态度、价值观、信念以及繁荣的微观经济学》[M]
- [3]林毅夫著:《经济发展与中国文化》[M]. 北京大学出版社,2004
- [4]徐圻著:《现实发展与精神超越》[M]. 北京大学出版社,2003. 12
- [5]龚学增:当代中国民族宗教问题研究[M]. 中共党校出版社,1998.6