

旅游业发展中的民族文化资本化运用

——以湖北恩施自治州为例¹

李明术

(武汉科技大学 艺术与设计学院/新农村建设研究中心, 湖北 武汉 430065)

【摘要】 民族文化资源作为旅游资源的重要组成部分, 不能采取简单的拿来主义, 对于部分禁忌文化需进行保护, 对可以利用且有利用价值的文化资源则进行资本化运用, 转化为旅游资源, 形成文化旅游产品。运用布尔迪厄的“文化再生产”理论研究恩施州民族文化资源资本化问题, 从宏观和微观两个层面提出了民族文化资本化策略。

【关键词】 旅游业; 民族文化资源; 资本化; 恩施州

【中图分类号】: F590 **【文献标识码】**: A **【文章编号】**: 1672-433X (2018) 05-0073-04

民族文化资源作为旅游资源的重要组成部分, 其在旅游业发展中的重要性不言而喻, 其地位是不可替代的。民族文化资源转变为旅游资源, 究其本质而言, 就是对文化资源进行解构、变异、重构。民族文化资源在不断的生产和资本化过程中既获得重生, 也发生了变异。民族文化资源在资本化过程中转化为旅游产品或旅游商品时, 其过程控制与引导显得尤为重要。

文化是旅游的灵魂, 旅游是文化的载体^[1]。从旅游角度看, 文化是旅游的核心要素。旅游体验过程的实质是体验文化、感知文化的过程^[2]。从文化的视角来看, 旅游是文化价值活化的途径。文化与旅游的属性特征决定了两者之间的关系是相容、相辅相成, 没有文化的旅游是苍白空乏的, 没有文化内涵的旅游产品其市场竞争力和吸引力必低。只有将文化和旅游充分相容在一起, 才能比翼齐飞、互荣互进。

一、民族文化和文化资本化

“文化”有广义和狭义之分。广义是指人类在社会历史实践中所创造的物质财富和精神财富的总和。狭义指社会的意识形态以及与之相适应的制度和组织机构。作为意识形态的文化, 是一定社会的政治和经济的反映, 又作用于一定社会的政治和经济。

文化具有民族性。每一种社会形态都有其相适应的文化, 每一种文化都随着社会物质生产的发展而发展。社会物质生产发展的连续性, 决定文化的发展也具有连续性和历史继承性。民族文化资源是各民族在历史发展过程中创造和产生的具有本民族特点的文化资源。如饮食文化、服饰文化、居住环境文化、生产工具文化等属于物质文化的范畴; 如语言、文字、文学、科学、艺术、哲学、节庆和其他传统等属于精神文化范畴; 宗教、风俗、礼仪等属于制度文化。民族文化反映该民族历史发展的水平。

“文化资本”是法国思想大师皮埃尔·布尔迪厄在 20 世纪 70 年代提出的概念。皮埃尔·布尔迪厄的人文资本可以分为经济

¹收稿日期: 2018-05-11

作者简介: 李明术, 男 (土家族), 武汉科技大学讲师, 博士, 主要研究城乡规划、旅游规划、景观设计。

资本、社会资本、文化资本三种形态，文化资本在一定条件下可以转化为经济资本。文化资本又有三类形态，即制度形态、客观形态、身体形态。

文化资本化的过程，其实就是文化再生产过程，不是所有的文化资源都可以进行资本化转化而为旅游业发展做支撑，如部分制度形态的禁忌文化就不宜转化为旅游资源。“文化再生产”用“再生产理论”解析社会文化的资本化过程，布尔迪厄认为，文化通过不断地“再生产”维持其自我平衡，使社会得以延续。他认为，文化再生产如同社会再生产，其本质是维系一种体制的长久存在，同时文化再生产隐含着对这一体制的反抗和逃离。文化再生产论述的是，文化从过去到未来不是没有矛盾的直线发展，而是矛盾和冲突伴随整个过程的关系网络。被再生产的不是原封不动的体系，而是在同一时空内多种文化交互作用的结晶。文化再生产为体制的进化和完善提供支撑，文化在再生产过程中不断地演绎，促进了社会、经济、文化的不断进步。文化传承不单是对传统文化的延续与继承，也存在对传统文化的更新与再造^[3]。笔者引用“文化资本”概念，将其应用于基于旅游业发展的民族文化资源转化为区域旅游资源过程中的资本化。

二、恩施州旅游业和民族文化发展状况

恩施自治州旅游资源丰富，旅游开发条件优越。这里是古代巴文化的发祥地，也是汉文化和西南少数民族文化交融的地方，民族文化特色鲜明。随着交通状况的改善，旅游业已发展为恩施州潜力最大、活力最强的支柱产业、绿色产业和引擎产业。

（一）旅游业发展的成绩与问题。

恩施文化旅游发展潜力巨大。境内民族文化资源丰富、种类齐全、特色鲜明、国内外享誉度高，开发价值和前景俱佳。恩施州是多民族聚居地，主要少数民族有土家族、苗族、侗族、白族，其中少数民族人口占总人口的 54.68%。特色鲜明的巴楚文化、巴蜀文化、巴渝文化在这里经过长期沉积，逐步形成了独具特色、文化底蕴深厚的历史遗迹和民族文化资源。

该州是我国土家族苗族聚集地，民族文化资源丰富^[4]。民族和民俗文化是恩施州的特色资源，包括巴文化、土司文化、土家族和苗族等少数民族民俗文化资源。恩施州还是世界民歌的地标地，民歌享誉国内外^[4]。利川市、来凤县、恩施市太阳河乡还是“中国民间文化艺术之乡”。恩施州也是世界文化遗产地。境内少数民族文化遗产文化价值高，发开潜质大。如唐崖土司城遗址，为世界文化遗产，属于宝贵的世界民族文化遗产。还有鹤峰容美土司城遗址、宣恩施南土司城遗址等文化遗产等^[4]。近十年来，旅游业发展成绩显著。2009 年全州共接待中外游客 663.59 万人次，同比增长 35.7%，实现旅游综合收入 29 亿元，同比增长 20.68%。2010 年全州共接待中外游客 1062.50 万人次，同比增长 60%，实现旅游综合收入 50.62 亿元，同比增长 74.2%。2016 年，全州接待 4366 万人次，同比增长 18%；实现旅游综合收入 300 亿元，同比增长 20%。恩施州已成功由过去单一的旅游客源地向旅游目的地转变。由于旅游产品供给不断优化调整、宣传力度加大，恩施州旅游客源市场半径不断扩大，实现了由单一客源地向多个客源地的跨越。旅游业快速发展，致使以旅游业为龙头的第三产业快速增长，旅游业对州域经济的支撑和引擎作用越发明显。目前恩施州三次产业比重为 26:34:40，旅游业实现了由一般产业向支柱产业的飞跃。

旅游产品供给存在问题也非常突出。一是以生态观光旅游为主，文化旅游产品供给不足。旅游业态旅游产品结构单一，观光产品多，文化产品、休闲娱乐、度假产品少，不能有效延长旅游停留时间，旅游消费链条短，整体旅游消费水平偏低。吃、住、行、游、购、娱六要素仅靠“吃”和“游”两要素支撑，购物、娱乐要素还有很大的提升空间。二是旅游业发展面临转型升级挑战。我国旅游业将呈现四大趋势：消费大众化、需求品质化、发展全域化、产业现代化。未来旅游将成为大众日常生活的组成部分，自助游、自驾游将是主要出游方式。随着经济水平的发展，游客对旅游目的地的软硬件要求越来越高。未来旅游将会从景点游渐变为区域深度游。现代科技和现代服务、现代管理等理念将会融入并推动旅游业的发展。面对这些发展趋势，恩施州应提前谋划积极主动应对这一变革。三是面临周边地区旅游业发展的挑战。周边省市，特别是张家界、湘西州、神农架、宜昌市等地旅游业发展对恩施州旅游客源吸引和投资吸引形成了很大压力，恩施州旅游业必须利用好自己的优势资源、打造异质化新兴旅游产品来应对挑战。

（二）民族文化与旅游业交互发展滞后。

1. 基于旅游发展的民族文化资源开发广度和深度不够。恩施州北四县市旅游资源以自然资源为主，南四县自然资源和人文资源都非常丰富。但目前的状况是，北四县市主要发展生态旅游观光，文化产品的挖掘和开发广度和深度严重不足，旅游者除了领略自然风光外，可消费的文化产品供给不足，导致部分旅游者带着遗憾而归。而南四县自然资源和人文资源的开发深度、广度都严重不足。很多资源都处于待开发、浅开发状态。

2. 民族文化与旅游业发展融合度低。俗话说“美酒配佳肴”。但遗憾的是，当前恩施旅游产品供给状况大都是“一桌喝酒，一桌吃菜”。叫得响的文化旅游产品寥寥无几，旅游资源开发主要还是以利用自然资源为主，人文资源挖掘、创新、利用还有很大的潜力。将文化与旅游深度融合、一体化发展较好的，仅仅只有“恩施女儿城”一个项目，其他“利川龙船调”、“建始黄四姐”等融合度都还很不够。

三、恩施州民族文化资源资本化宏观策略

民族文化资源资本化不是随意地将所有内容全部转化为旅游资源，如涉及到民族信仰、葬礼等禁忌文化，应该保护，不可转化为旅游资源；除此之外，其他大部分都可以转化为旅游资源。

（一）政府主导构建民族文化遗产体制机制。

政府应出台文化资源保护政策。制定文物保护和非物质文化遗产保护专项规划，明确文化、文物遗产资源的开发和利用的关系，激励大部分民族文化资源向旅游产品转化。政府应增加对民族文化文物遗产的保护性投入，统筹民间民族文化专家、艺术家的力量，鼓励建立一批非物质文化遗产传承示范基地、文化创意产业园；政府出资发掘、培养文化传承人。

（二）构建州域网格式文化旅游空间群。

在州域范围内逐步形成一主一副六节点的文化空间结构：一主即恩施市文化旅游空间群，一副即利川文化旅游空间群，六节点为建始、巴东、宣恩、来凤、鹤峰、咸丰六个文化旅游空间节点。在处理好文化遗产资源保护和利用关系的基础上，针对旅游市场的文化产品需求，在各个文化旅游空间群或节点打造一个或多个文化实景景区，充分展现恩施民族文化瑰宝。如打造系列精品文化旅游景区、非物质文化遗产传承示范基地、文化创意产业园、经典旅游演艺基地、特色文化民宿村、文化旅游节事活动区等，推动文化资源更多、更好地向旅游产品转化。施州古城文化旅游区、唐崖土司城遗址民俗文化旅游区、神农溪纤夫文化旅游区、“龙船调”土家文化旅游区、三里城（巴东）巴士记忆旅游区、恩施民俗文化村（彭家寨、鱼木寨、舍米湖村）、店子坪（建始）红色旅游区、满山红景区、五里坪老街、金果坪、宣恩李家河板栗园至上洞坪区域、咸丰忠堡大捷烈士陵园、太阳河十二关盐道文化体验区等。

四、恩施州民族文化资源资本化微观路径和方法

旅游服务的本质就是为游客提供差异化体验过程，民族文化资本化过程就是让民族文化转化为旅游吸引物，从而将民族文化转化为文化资本。民族地区发展旅游其本质就是挖掘本地吸引物特色，打造差异化旅游产品来吸引旅游者。

民族文化资本化过程，其核心就是挖掘民族文化的独特性，为游客提供具有“新”“奇”“异”特征的旅游产品，刺激旅游者的消费欲望。根据恩施州域内文化资源特点，全方位、立体化发挥文化资源资本化的作用，提升旅游供给水平、延伸旅游产品供给链，将民族文化资源嵌入到“吃、住、行、游、购、娱”旅游六要素之中，渗透至旅游过程各环节，增强游客旅游体验中的文化认同感，为州域旅游经济持续发展提供动力。

（一）“吃”要素资本化。

“吃”要素民族文化呈现可分为就餐环境和民族美食两部分。就餐环境包括建筑和室内空间等体现民族特色，如将土、苗、侗族等建筑和室内装饰特色应用到餐饮建筑和室内装饰中，充分展现恩施民族建筑和室内装饰文化魅力，为游客创造异质化就餐空间。恩施民族美食种类繁多、形式多样、美味可口，但目前美食开发仅仅停留在口味上，在形式上还有很多的提升空间，如贵州的“长桌宴”、“吃新节”等形式感非常强，深受游客欢迎。在恩施地区可以开发形式多样的婚嫁宴——“陪十姊妹”或“陪十兄弟”宴，其菜品和形式可以丰富和创新。

（二）“住”要素资本化。

“住”要素主要体现在住宿环境上，土家王府和土、苗、侗族等民居建筑特色鲜明（如吊脚楼）。宾馆酒店建筑风格可以按城乡空间打造不同特色，城市宾馆酒店主要体现王府建筑风格，乡村民宿主要体现土、苗、侗族等民居建筑特色。在与州域外地区形成建筑风格差异化的基础上，再造州域内城乡差异化。

（三）“行”要素资本化。

就是让游客在乘坐交通工具、中转、城镇游玩时，从视觉、听觉两个方面感受恩施民族文化魅力。将民族建筑、图腾、舞蹈、语言、传说、风俗、手工艺、服饰等民俗符号广泛应用在地域门户（州域内城镇出入口、高速路口、机场、火车站等）、州域内旅游交通工具、地域客厅（城镇公共空间）等处，让土家、苗族等文化符号在全域范围内充分展示，让游客在恩施州域内行进过程中感受民族文化氛围。

（四）“游”要素资本化。

即通过活化文化遗址、非物质文化遗产传承与创新、民族建筑功能置换、宗教文化再应用、革命文化遗产教育等方式，不断开辟新的文化旅游空间，丰富恩施州文化旅游产品体系。

恩施州域内文物古迹资源丰富，将这些文物古迹转化为旅游资源，让游客在感受恩施州绮丽自然风光的同时，感受深厚而源远流长的历史文化。将这些文化资源对游客开放，让游客深入了解恩施的古文化、近代文化、革命文化，使游客对恩施州的认识，从感性与理性两方面形成立体认知。

1. 文物。恩施出土或发现的文物非常多，现存于恩施州内的文物有铜铎于、编钟、铜钲、朝典钟、铜钺、铜所、巴式铜剑、汉洗、金凤冠、土司印、屯田万户府印、清江施南道总管军万户府印、贺龙元帅用过的马鞍、野三关西带图（军用地图）、《春荒斗争宣言》、孙中山至朱和中亲笔信、孙中山赠朱和中母亲寿礼——银杯、苏维埃政府印、《苏维埃暂行组织法》等。

2. 遗址遗迹。恩施州遗址遗迹众多，主要遗址遗迹有巴东野三关古文化遗址、建始高坪巨猿洞、建始花果坪古生物化石洞群、巴东西壤口古文化遗址、恩施市施州城遗址、鹤峰容美土司城遗址、鹤峰容美万人洞、来凤老司城、咸丰唐崖土司城遗址、宣恩施南土司墓地、宣恩烧耙岩中央分局会议旧址、恩施市叶挺囚居旧址等。

3. 古建筑。主要有舍米棚摆手堂、咸丰严家祠堂、大水井古建筑群落、仙佛寺、彭家寨传统村落等。

4. 风景名胜。主要名胜有腾龙洞、秋风亭、仙佛寺、连珠塔、文昌祠、石柱观、石通洞、醒狮洞、落水洞溶洞群、鲢鱼洞、黄金洞、观彩峡、凉风洞、小南海、无源洞、万仙洞、太平塘摩崖题刻、接龙桥等。

（五）“购”要素资本化。

恩施州民间工艺品、绿色食品、富硒产品、特色农产品种类多且品质好、特色显著，可打造系列旅游商品，弥补恩施州旅游商品欠缺。让游客在领略恩施自然、人文景观的同时，带走具有浓郁恩施土苗风情的旅游商品。恩施州民间工艺历史悠久、做工精细、收藏价值高，如织锦、针绣、木雕、石雕、嵌花、竹藤编织等。来凤织锦“西兰卡普”、利川“楠木嵌花”、墨石雕刻更是享誉海内外。恩施州评选出了“十大名吃”，如土家腊肉、土家油茶汤、张关合渣、年肉、柏杨豆干、社饭、鲟广椒、葛仙米、凤头姜、福宝山莼菜等，可将这十大名吃加工成可保存外带的旅游商品。还有一系列绿色、富硒产品和特色农产品，也深受市场欢迎。

（六）“娱”要素资本化。

“娱”是恩施州旅游业最不发达的短板，娱乐产品供给严重不足，目前处于浅表层次，难以留住游客。其实，恩施州发展娱乐业的基础条件较好，有民歌、民族歌舞、地方曲艺、民间吹奏乐、民间传说与故事、地方戏曲等传统民间文艺资源。这些资源经过挖掘、简单加工、艺术升华，就可以转换为旅游娱乐产品，为游客游览之余提供娱乐产品。

民歌。恩施民歌的体裁和类别非常丰富，按照人民劳动和生活习惯、民歌自身特征，可划分为九种：如山歌、小调、情歌、号子、田歌、风俗歌、儿歌、灯歌、宗教歌等^[5]。

民族歌舞。恩施州境内流传至今的民族歌舞，经普查有 20 余类 100 余种。流传广影响大的歌舞有摆手舞、猴儿鼓、跳丧舞、靠灯舞、地盘子、耍耍、肉连响、花灯舞、丈鼓舞等^[5]。

地方曲艺。州内流传的曲艺主要有属于丝弦小曲类的利川小曲、恩施扬琴、鹤峰满堂音；属于渔鼓道情类的竹琴（包括来凤道情、利川竹琴、建始琴书、恩施渔鼓、宣恩道情、走马渔鼓）；属于鼓词鼓书类的三才板、来凤花鼓、宣恩等县的三棒鼓、利川柏杨大鼓；属于杂曲走唱类的耍耍、莲花闹、四块瓦、干龙船、肉连响、荷叶等^[5]。

民间吹奏乐。州域内民间吹奏乐大致可分为：由薅草锣鼓演绎发展成的吹打乐，土家族、苗族等民族民间舞蹈的伴奏乐，地方戏曲音乐、土家族、咚咚奎、吹木叶等^[5]。

民间传说与故事。恩施州内民间传说故事非常丰富，大致可以分为六大类：人类起源传说、祖先传说、人物传说、地名传说、风俗传说、动物传说、植物传说等。人类起源传说如来凤流传的“伏羲兄妹成婚”、鹤峰流传的“罗氏兄妹成婚”、恩施崔坝流传的“太阳和月亮”、建始流传的“土家人祖先的传说”。风俗传说主要涉及土家族、苗族的岁时节令，如“牛王节”、“过赶年”、“蛮子月半”、“摸秋”、“祭灶”等。还有反映劳动、信仰习俗的传说，如“梅山打虎”^[5]。

五、结语

通过对恩施州民族文化资源进行分析和研究发现，通过文化资本化过程将民族文化资源与旅游开发相结合，探索民族文化资源对区域旅游开发的支撑以及对区域经济的促进作用，对其他同类地区文化旅游资源的传承、挖掘、开发和利用有一定的指导意义。

旅游视角下的文化资本化理论探索，着重强调区域旅游开发不仅仅要关注自然资源的开发和利用，为了丰富旅游产品、延长旅游产业链条、吸引旅游者、促进旅游业可持续发展，更应重视文化资源的挖掘和利用，最终使民族文化资源达到有序传承和价值体现的双赢局面。

参考文献:

- [1] 吕晓华.天水市文化与旅游融合发展的对策研究 [J] .卷宗, 2015 (12) .
- [2] 蔡禹权.文化与旅游共融的新思路——“动”与“静”的经典结合 [J] .中国科技纵横, 2010 (22) .
- [3] 宗晓莲.布迪厄文化资本化理论对文化变迁研究的意义 [J] .广西民族学院学报 (哲学社会科学版), 2002 (3) .
- [4] 恩施州人民政府 . 恩施州全域旅游发展规划 [EB/OL] .
[2018-03-19] .<http://www.enshi.gov.cn/2018/0319/628195.shtml>.
- [5] 恩施州地方志编纂委员会.恩施州志 [M] .武汉:湖北人民出版社, 1998:12.