

关于建设草原民俗旅游文化浩特的思考

敖·查赫轮

(内蒙古大学 蒙古学学院文化研究所, 内蒙古 呼和浩特 010021)

摘要: 物质文化在传统蒙古民俗文化中占有重要位置。它是蒙古民族的智慧结晶,是在漫长历史长河的生存斗争中积累的珠宝库。现代社会的经济竞争日益激烈,旅游文化和旅游活动逐渐成为热门话题,旅游收入在各国 GDP 中的比例越来越高。在这种情况下,为了保护我们的草原生态环境和传统民俗文化而极力提倡的民俗旅游文化浩特各项建设的竞争压力会日益增大,因此,对它的经营模式和资源分配也需要多样化、集约化、科学化。这就要求我们立足本地区和本民族文化,培养出素质高、能力强的少数民族专业管理人才,并使其成为竞争浪潮中的中流砥柱和新型力量。同时,要注重改善民族地区少数民族弱势群体的就业状况,进而提高他们的实际收入和生活质量。只有这样,才能站稳脚跟,走自己路,适应环境,与时俱进。

关键词: 民族传统文化; 民俗旅游文化浩特; 全球化; 现代化

中图分类号: G127 **文献标识码:** A

蒙古民族的民俗文化是丰富多彩、底气十足的。在传统文化的庞大金库里,民俗部分会占相当大的比例。它既包括信仰、习俗、民间文学、仪式等稳固而丰富的精神部分,又包括物质方面的具体而实用的部分。内蒙古的各个地方都有各自的民俗文化宝藏,而且,总体储量和开发前景被看好。

二十一世纪是科技世纪,也是文化世纪。随着经济贸易和科学技术的全球化,政治、社会、文化所受到的冲击也越来越大。尤其是传统文化这个既有形,又无形,既较具体,又较抽象,既有普遍意义,又具特殊性,即集地域性、民族性、稳定性、大众性、多样性为一体的历史沉淀物所受到的压力日益增大,所面临的挑战日益激烈而复杂。传统文化的生存不仅在发展中国家受到冲击,而且在发达国家也成为棘手问题。它既是传统文化大国所着手解决的重要问题,又是包括美国和西方体系的现代化各国所面临的重大政治问题。实际上,传统文化危机已扩大到全世界每一个国家的每一片土地,并对社会、经济、价值、心理等领域产生巨大的影响。世界古老文明国家中国、印度、埃及、伊拉克、伊朗、希腊、意大利等国在现代文化与传统文化、全球化与本土化、经济发展与环境保护等一系列问题上遇到诸多难题。当然,西方文化大国所面临的难题,不管是总量上,还是复杂程度上远比东方文明大国小得多。不管我们在主观意识上是否接受全球化和国际化,全球化,尤其是经济与科技上的全球化实实在在地存在,并且风头正劲,如日中天地改变着当代全球经济与社会的基本面貌。其实,全球化就是变相的现代化。因为它包含了所谓现代化的“工业化和民主化两个方面”^[1]。作为亚洲重要成员,中国从 1979 年开始进行的经济与社会领域的一系列大刀阔斧的改革,实际上就是它所重新打入国际社会和国际体系的明智选择。从此以后,中国就有了自己特色的全球化道路—中国特色的本土化。在实践过程中,中国推崇“古为今用,外为中用”和“取其精华,去其糟粕”的改革进取精神。由于全球化有“跨国性、综合性、包容性、矛盾性”^[2]、复杂性等特点,如果不去做科学而理智的选择,那么,畸形而单一全球化所带来的一系列致命冲击是无法避免的。中国加入 WTO 已证明,我们也被卷入了新一轮经济全球化的浪潮,并在经受考验。

就内蒙古自治区而言,主体民族—蒙古族在漫长的历史进程中形成的传统游牧文化在过去的三十年里一直在快速消逝着。这种消逝现象是前所未有的。它的特点是速度快、范围广、种类多。速度快,不到半个世纪的时间里,众多民俗文物和文化遗址被扔弃,被淡忘;范围广,几乎涵盖了整个内蒙古各个角落,甚至蔓延到偏远牧区的小牧村;种类多,几乎涉及到了社会、政治、经济、文化、环境、人口、教育、科技、习俗、语言文学、历史、文艺等各种传统人文科学和原始制度领域,

即蒙古族在历史长河里所创造的物质文明宝库和精神文化体系在各种领域和各个层面上受到了程度不同的冲击和破坏。

蒙古族是在亚洲大陆中部的蒙古高原上繁衍生息，发展壮大的。蒙古高原的干旱而寒冷的气候和广袤干净的草原塑造了他们的强壮体质和直爽性格。受地理、气候环境的影响，蒙古民族的经济生活和经营方式逐步形成了自己的特色。即“逐水草而分片轮牧”、“适应大自然，顺从自然规律”、“上苍父亲至高无上，大地母亲高于一切”的认知文化逐渐成为基本生存观念和处事态度的基石。文学艺术也按照这种思维来被创造。日月轮流，日夜交替，四季循环，年年如是，周而复始。这些都是草原民族之适应自然、顺应天理的宇宙规律。进而出现的“日出而兴，日入而静”，“阳光干牧活，月光讲故事”的生产和生活方式从现代医学和生命健康角度来讲也具备科学性和人本性。

然而，这种顺从大自然基本规律的生存方法与生产方式也容易暴露出一些弱点。即消极对待大自然，甚至在大自然的无情袭击面前表现出苍白无力，束手无策。现代哲学思想和科技精神本身就是以“不怕一切，人定胜天，经验第一，功利万能，崇尚物质”为核心理念的。它容易忽视自然界规律的温和与自我调和的一面，并对其进行人为干预，以人的意志对大自然进行改造、挤压和破坏。跟它相比，游牧文化明显处于劣势。在无情的市场经济规律和你死我活的错综复杂的生存斗争中游牧经济所依赖的生态环境急剧恶化，这在客观上导致了游牧经济的日益萎缩，游牧文化的逐步边缘化。不仅如此，现代化和全球化浪潮袭击牧区每个角落，现代文化和时尚文化潮流逐步替代蒙古民族的传统道德习俗体系。认识不足、理解不充分、一手抓、一手硬等主观理念的片面因素直接导致某些地方的政策失当，落实倾斜。尤其是开发某些牧区时，由于只看重经济因素，不重视文化分量，只追求物质至上，不关注民族区域的精神支柱；只要求全力开发，不采取综合治理措施而造成的后果是令人担忧的。传统文化不受到重视的消极社会现象加速了传统道德的局部丧失，从而改变了很多人对传统文化的态度和看法。熟练掌握蒙古语的人越来越少，蒙古语言的使用范围逐渐缩小，实用主义人生观极为盛行。蒙古族传统文化变成名副其实的弱势文化，并且在强势现代化和功利主义面前失去竞争力，退居二线，进而被遗忘。

文化是人类的精神食粮。文化的多样化意味着整个世界拥有了丰富而稳定的精神营养和无形财富。

物质文化在蒙古民俗传统文化中占有重要位置。它是蒙古族的智慧结晶，在漫长历史长河的生存斗争中积累的珠宝库。马鞍文化、勒勒车文化、蒙古包文化、弓箭文化、服饰文化、祭祀文化等一系列涉及到生产、生活、文体娱乐等大领域的物质文化永放着蒙古民族的取之不尽、用之不竭的智慧光芒。把这些文化底蕴和民俗文物有条不紊地征集、整理，并对之进行研究是很有学术意义和实用价值的。譬如说，大草原上所创造的物质文化都是程度不同地具备极高的实用性和工艺美特点。实用性指它为使用而被创造的特点。工艺美指它具有艺术性和美感作用。马既是蒙古族的交通工具，又是他们的真诚朋友，故后来它成为民族精神和灵魂的象征。马鞍文化就这样诞生而传播。蒙古包文化和勒勒车文化的道理也是如出一辙。现代化的今天，不少人认为，不管是从速度角度来讲，还是从运载量角度来讲，马的实用性已被大打折扣，甚至完全丧失实用功能。但我却认为，就说它的经济桥梁作用也可以承认，马是低成本、无污染、少事故的生产和交通工具。草原上可以骑马走路，也可以乘马车运货。我们不能否认，它具有安全性、人性化的可靠性和无污染的绿色交通工具特性。目前，现代化和城市化趋势越来越猛，每一个地方几乎都围绕大城市中心而形成一个大城市。在大城市，交通堵塞现象越来越严重，空气和水污染也成为头疼的难题。竞争激烈、心理和精神压力增大等都在困扰着人们的健康和安全感。处于亚健康状态的城市人远远多于乡村人。大草原的新鲜空气、清静的生活、无污染的交通工具以及丰富多彩的传统的美感和休闲功能可以替代城市各层群体所接受的心理与健康方面的各种治疗。那么，这笔治疗费用就可以流入开发旅游项目的牧村人账户。可以断定，这既能保护传统文化，又能提高了草原牧人的就业率和实际收入。

当然，在开发旅游资源，建设民俗文化区域时所遇到的问题是多种多样、纷繁复杂的。但是，如果我们大胆地更新观念，改变思维方式，采取科学经营管理模式的话，问题还是不难解决。

内蒙古大草原的旅游资源极其丰富，民俗物质文化的内容极具特色。“几乎所有的旅游行为都离

不开所到地区的民俗风情”[3]。如果把这些珍贵希奇的资源变成文化旅游项目，进而建设成一个系统性强、民族特色浓、服务水准和管理水平较高的民俗文化旅游特区，那么，我们可以一举三得，即将有效解决草原的沙化和荒漠化问题，可以保存下来民族历史文化传统和游牧文明，能提高基层人民的整体生活水平和综合素质。

眼前，我们所面临的难题之一是通过何种方式和渠道来高速有效地征集和保护有限的民俗文物。笔者想法如下：

- （一）更新观念，适应时代；
- （二）建立征集机制和管理制度；
- （三）保证资金来源的可靠和充足；
- （四）培养博物馆专业的合格人才；
- （五）在有影响力的高等院校蒙古学部门的支持和配合下，建立专门的博物馆或展览室。

另外，要在乡下和偏僻牧村建立小规模、流动或机动性强的联络处。同时，招聘一两名协助征集人员，并要求他们与总部保持联系，将最新的消息和情况传送到总部工作人员手中。当然，按照他们的工作成绩，适当配发奖金或酬金。这样，既能保证信息来源的畅通无阻，又能有效而快速地征集文物。

关于具体征集工作，2002年12月至1月，我和布林特格斯先生一同到赤峰市巴林草原和翁牛特平原，冒着数九隆冬的严寒和风雪，共征集到了6大类，36小类，695件民俗文物。后来许多人问我们，在这么短的时间内征集到数量不少的文物之奥秘。其实如上所述，我们出发以前跟基层同志取得联系，并邀请两位熟悉本行业的内行人员，共四人按照自己的计划和安排，快速而高效率地征集文物。与此同时，还在地方新闻报纸上刊登广告，希望各级领导和基层牧民给予帮助。在广大牧民和两名协助员的密切配合和帮助下，我们夜以继日，废寝忘食地工作，终于达到以低成本、高效率、快速度征集具有一定数量和一定研究价值的文物的目的。“文物被用来研究人类历史及其发展规律，有其特定的科学价值……。作为人类社会物质文明和精神文明历史的遗物，它的内容是十分庞杂的。”[4]令人遗憾的是，我们的有些管理体制还不健全，有些民俗文物不受重视，认识和研究能力不足，工作效率低下等因素直接影响着大规模征集工作的全面展开。

二十一世纪是全球化时代、现代化时代、信息化时代。它是以知识和技术为主导，兼顾综合能力和人文精神的世纪。随着现代化的大力推进，许多传统文化纪念品或民俗文物自然宣告退出现实舞台，并且在工业文明的喧嚣中销声匿迹。在这样的快速多变、日新月异的时代里，我们要充分肯定民俗文物和民俗旅游“浩特”的现实意义，同时，要通过多种渠道抢救和征集正在快速消逝的民俗文物与文化遗址。

在把民俗文化转变成旅游资源的基本认识的主导下，我们要面向现代化，面向世界，面向现实和未来，着手解决以下几个问题：

（一）因地制宜，合理分配，以本地人受益为原则，主张全面发展。根据实际情况，在广大牧区和半农半牧区建设各自特色的文化旅游区。而这种旅游区应该是综合性极强，既有草原四季风情，又有各种文体娱乐活动；既能解决蒙古族生活难题，又能体现古老文明的立体风采。在内蒙古自治区118.3万km²的土地上“高平原约占53.4%，山地占20.9%，丘陵占16.4%，平原与滩川地占8.5%，河流、湖泊、水库等水面面积占0.8%”[5]。其中不少土地是珍贵的旅游资源。当然，在城市也可以建立大型博物馆或民俗文化村落，包括一些集餐饮、娱乐、休闲于一体的蒙古包村，但它缺乏一种“原汁原味”特色和生命力，给人以一种人造的，模仿的，表面上的感觉。加之，城市空间小，污染严重，交通堵塞等综合征致使很多旅游者无法体会到真正的度假感和放松感。“乡村与城市经济环境的根本差异在于，人口密度低，环境人为化的程度低，生活的节奏慢，民俗风情的文化氛围强。90年代以来乡村田园风光和农家生活的引力越来越大。”[6]如果一个牧人把他的牧场建设成天然的、

清静的、文化特色较浓的小型旅游浩特，即采取将民俗文化与草原风景相结合的综合开发的策略，那么，他为民族文化做出的贡献和为自己所创造的经济收入是一举两得的收获。达茂旗西拉木仁旅游点在这方面做得较好，也较典型。与此同时，我们还要主张建设由诸多小规模民俗文化旅游浩特连成一片的、系统化的大规模民俗文化旅游特区。比如，要建设由四大牧业旗组成的呼伦贝尔温带草原专门旅游区、由东西乌珠穆沁旗、阿巴嘎旗和锡林浩特市组成的锡林郭勒草原民俗旅游风景区等。目前为止，这些牧区的众多民俗旅游点还没形成专门化的、系统化的、大规模的、一体化民俗旅游风景区。值得一提的是在有些牧区仍然存在耕地种田、广种薄收的不合理现象，进而造成经济和环境建设“双败”的尴尬局面。温带干旱的高原牧区是不适合垦荒种地的。不仅如此，如果条件允许，我们将建设大规模民俗旅游文化区，甚至还可以鼓励当地牧民暂时放弃畜牧业生产，以保证全力投入到民俗旅游行业上来。即按照游牧经济的基本惯例，夏半年经营旅游项目，冬半年修整总结。就这样，他们既有时间参加了体力和脑力劳动，草原生态和民俗风景又得到了保护。

发达国家在这方面的一些经验可以作为参考。比如，美国北美洲西北部的阿拉斯加州是个纯粹的、天然的民俗旅游风景区。因纽特人文化与阿拉斯加风景融为一体，极其独特。这种专门的民俗文化旅游区既能解决了经济发展问题，又有效地保护了生态环境和古老文明。

西欧发达国家关于生态旅游而出台的一些科学管理措施也值得我们学习与借鉴。“早在上世纪 80 年代，就已经有了生态旅游。生态旅游是让旅游者在享受大自然的同时，尽可能的把对当地生态环境的影响降至最低，并通过旅游的发展促进当地的生态保护，提高人们的生态意识。”^[7]生态与文化是象手掌和手背一样相互离不开的。生态环境是文化生活的基础和保证，文化生活是生态环境的保护者和改善者。欧洲的生态旅游景点与我所提倡的文化旅游“浩特”是一致的。“生态游景点的旅游接待设施尽量就地取材，本着简易的原则搭建，保证和当地建筑风格协调。”^[7]“留下的只有脚印，带走的只有照片”是不可取的。“欧洲的生态旅游服务认证很严格”，而“我国生态旅游缺乏认证”，形成了鲜明对照。欧洲国家现在已经推出了四十多个生态标签。法国的“绿钥匙”（La Clef Verte）、北欧的“白天鹅”（Nordic Swan）、丹麦的“蓝旗”（Blue Flag）、瑞士的“野山羊”（Oc—Plus）等都是知名度很高的标签。“入乡随俗，因地制宜”显然是建设旅游文化“浩特”的理论基础和管理基准。

（二）建立导游队伍，改善交通环境，加大宣传力度。全球化时代所要求的经营管理标准是现代人所生存和发展的需要。民俗文化旅游也应该面对现实，推荐自己，把自己的特色和优点传播到世界各地，从而吸引众多旅游者，并扩大经营范围。这是符合“经济全球化，文化多样化”倡议。现阶段，迫切需要建立素质高、能力强、掌握几种外语，表达和解说能力较强，而且精通蒙古族传统文化的导游队伍是迫切和必要的。高素质导游队伍是旅游点和旅游者之间的精神桥梁，也是整个民族文化被介绍到全世界的有效途径之一。对一位大学本科毕业的蒙古族青年来说，蒙古语和民族文化应该不会成问题，如果他（她）已经熟练掌握到汉、英、日等几种语言，那么，选择导游行业是较适合他所具备的能力。同时，这又是缓解蒙古族大学毕业生失业问题压力的好办法。除此之外，四通八达的便利交通（当然，交通建设不能以生态环境和人文资源为代价）是旅游景点和旅游群体之间的物质桥梁，也是建设民俗文化浩特的前提条件和物质基础。

加大对草原民俗文化的宣传也是不可忽视的一件大事。从全国旅游业的整体角度来看也是至关重要的。“旅游业是中国重要的无烟工业，每年为国家赚来大量宝贵外汇，全球各旅游国家的客源竞争也异常激烈。因此如何做好海外旅游宣传，对我国旅游业的发展关系重大。”^[8]中国驻洛山矶旅游办事处主任张新红说过：“到中国去旅游，对于不少美国人来说，是一辈子的一件大事。过去中国的旅游宣传力度与覆盖面都不够。此次用电影广告形式宣传中国旅游是一次良好的尝试。”^[8]指的是，7月2日至29日，在美国洛山矶地区的世纪城、长滩等五个城市的美国电影公司所属连锁影院里，上演的中国旅游广告短篇。对于内蒙古来说，加大对全国和全世界各国的双向旅游宣传力度是经营旅游业，吸引旅游群体，推广民族文化，加强沟通和合作的良好契机。

（三）开展有关理论研究工作。要建立民俗文化浩特和旅游景点，必须要搞好关于民族学、民俗学、旅游心理学、现代经营管理学、消费社会学等领域的研究工作。“在许多场合消费本质上

就是一种文化，即消费文化”[9]。如果能创建以实践为基础的少数民族民俗文化浩特的管理模式和与此结合的理论体系，其它问题就能迎刃而解，得到改观。

（四）要培养高素质的管理人才。现代社会的经济竞争日益激烈，旅游文化和旅游活动逐渐成为热门话题，旅游收入在各国 GDP 中的比例越来越高。在这种情况下，我们所建立的民俗旅游文化浩特的竞争压力也会日益增大。因此，经营模式和资源分配需要多样化、集约化、科学化。这就要求我们培养素质高、能力强的当地少数民族的专业管理人才，并使其成为竞争浪潮中的中流砥柱和新型力量。只有这样，才能站稳脚跟，走自己路，适应环境，与时俱进。另外，要强调建立抢救文物和保护遗址的有效机制，以防止“东道社会的文化被不正当的商品化”[10]的趋势，并鼓励持续、稳定地工作下去。

内蒙古是民俗旅游文化资源丰富多样的地区。从东部大兴安岭到西部贺兰山，从北部辽阔草原到南部丘陵和平原地带，从呼伦贝尔草原的额尔古纳河到阿拉善荒漠的额吉纳河，从浑善达克沙地到库布其沙漠，从呼伦湖到乌梁素海，从樟子松到胡杨林，从辽上京到西夏黑城，从阴山岩画到红山文化，从乌兰浩特的王爷庙到伊金霍洛旗的成吉思汗陵墓，从忽必烈的元上都到阿拉坦汗的呼和浩特，从科尔沁民间艺术到锡林郭勒草原的那达慕大会，从巴林葛萨尔故事到鄂尔多斯歌舞海洋，到处是旅游景点和文化遗址。民俗风情不能离开地理风景，二者应该建立互动而互补关系。“文化地理环境的时空差异远大于自然地理环境，因此其内涵的丰富性也盛于自然地理环境。”[11]我们要立足本地，面向世界，面对现实，积极挖掘和发挥资源优势，积极参与自治区文化大区工程的各项建设，并以自己特色文化占据世界民族之林一席。

注释

①蒙语里“浩特”是多义词。这里指牧区蒙古族由数户集居而成的生产单位。

参考文献

- [1]黎德化. 中国文化的现代化[M]. 呼和浩特: 内蒙古人民出版社, 1998. 30.
- [2]Robin Cohen, Paul Kennedy. 全球社会学[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2001. 1.
- [3]邓永进, 薛群慧, 赵伯乐. 民俗风情旅游[M]. 昆明: 云南大学出版社, 1998. 13.
- [4]安旭. 旅游文物艺术[M]. 天津: 南开大学出版社, 2001. 1.
- [5]内蒙古大辞典[M]. 呼和浩特: 内蒙古人民出版社, 1991. 3.
- [6]刘振礼, 王兵. 中国旅游地理[M]. 天津: 南开大学出版社, 1999. 21-22.
- [7]陈攀峰. 欧洲搞生态旅游办法多[J]. 环球时报, 2004年5月7日, 第815期, 第12页.
- [8]李文云. 我国旅游广告走进美影院[J]. 环球时报, 2004年9月8日, 第868期, 第122页.
- [9]王宁. 消费社会学[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2001. 9.
- [10]田里. 旅游学概论[M]. 天津: 南开大学出版社, 1998. 224.
- [11]刘振礼, 王兵. 中国旅游地理[M]. 天津: 南开大学出版社, 1999. 13.

The thought about constructing grass land folk culturalhots

O.Chahilul

Abstract:The materialistic culture is one of the important components of the traditional Mongolian folk culture. At present, the economic competition is becoming more and more fierce, and the tourists' culture and tourists' activities come to be a hot topic. Besides, the revenue from the tourism has a larger proportion in GDP of the countries around the world. Thus, the building of the culturalhorts(cultural centers) for the folk-custom travel advocated for the purpose of protecting the grassland ecology and folk culture is facing greater and greater pressure. Therefore, the managing pattern and resource distribution for the culturalhort should be intensive, scientific and diversified, which requires us to train, on the basis of the local ethnic culture, the ethnic personnel of the management and make them the key and new forces in the current competition. At the same time attention should be paid to the employment of the disadvantaged ethnic group in the areas of minorities to increase their income and improve their living standard.

Key word: traditional Mongolian folk culture; the building of the culturalhorts; Globalization;Modernazation

收稿日期: 2004-9-5;

基金项目: 国家社会科学基金项目 “鄂温克族现代游牧社会文化研究”(04BMZZ026);

作者简介: 敖·查赫轮(1972—),男,蒙古族,原名孟和乌力吉,笔名敖·查赫轮,内蒙古赤峰翁牛特旗人。内蒙古大学蒙古学学院文化研究所博士,主要从事研究社会学、民族学。