

试论发展草原生态文化旅游业

敖·查赫轮

(内蒙古大学 蒙古学学院, 内蒙古 呼和浩特 010021)

摘要: 当今世界, 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。不仅如此, 现代社会的经济与科技竞争日益激烈, 环境问题和文化单一化问题日趋突出。在此背景下, 为了保护我们草原生态环境和传统民俗文化而极力提倡并努力实施的生态文化旅游工程的竞争压力将会日益增大, 因此对它的经营模式和资源分配应趋于多样化、规模化、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主体力量。同时要注重改善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。只有这样才能达到保护生态环境和合理开发文化资源的双重目标, 并走自己特色的发展之路。

关键词: 草原文化; 生态文化旅游业; 现代化

中图分类号: G127

文献标识码: A

一、内外环境中的草原生态文化现状

二十一世纪是科技与文化世纪。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普遍意义, 又具特殊性—集地域性、民族性、稳定性、大众性、多样性于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。传统文化的存续不仅在发展中国家, 而且在发达国家也成为棘手问题。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了诸多共同难题。不管在主观意识上能否接受全球化或国际化, 而经济与科技领域的全球化实实在在地存在, 并正在改变着当今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]。我国从 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, 实际上就是她所重新打入国际社会和国际体系的明智选择。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, 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 亦证明, 我们迎来了新一轮经济全球化的浪潮, 并正在经受考验。

就草原生态文化根据地内蒙古自治区而言, 主体民族—蒙古族在漫长历史进程中形成的传统游牧文化, 即草原生态文化在过去三十年来一直在快速消逝着。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, 众多民俗文物和生态文化遗址被扔弃, 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; 种类多—几乎涉及到了经济、社会、文化、教育、习俗、语言、文艺等各领域。

蒙古族是在亚洲大陆中部蒙古高原上繁衍生息、发展壮大的。蒙古高原干旱寒冷的气候和广袤干净的草原塑造了他们强壮体质和直爽性格。受地理、气候影响, 蒙古族经济生活和经营方式逐步形成了自己特色。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 (Cognitive Culture) 逐渐成为基本生存理念和主要处事态度。文学艺术也按照这种思维来被创造。“蒙古民族的游牧经济无论是生活结构、生存空间和生产方式均呈现出明显的生态化倾向模式, 其特点表现出循环再生性、无害无废弃物性和良性有序性。”^[3]

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。即温和对待大自然, 甚至在大自然无情袭击面前表现出束手无策。现代哲学思想和科技精神本身就是以“不怕一切, 人定胜天, 理性第一, 功利万能”为核心理念的。它容易忽视自然界规律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。其实，“传统”和“现代”都有各自的优势和弱点，都有共同的社会文化连续性和互补性。在无情的市场经济规律和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，这在客观上导致游牧经济日益萎缩和游牧文化逐步边缘化。不仅如此，现代化和全球化浪潮袭击许多牧区，现代文化和时尚文化潮流逐步替代蒙古族传统道德习俗体系。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。传统生态文化不受重视的消极现象加速了传统道德的局部丧失，社会自我控制能力下降，从而改变了很多人对传统文明的看法和态度。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逐渐被遗忘。

二、发展草原生态文化旅游业的必要性

文化是人类精神食粮。就如生物有多样性（Biodiversity），文化也有多样性。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。而文化产业的兴起与开发是现代经济社会基本需求之一。草原生态文化是指孕育和产生于原始温带草原生态环境，并与其保持一种密不可分的和谐共存的互动关系的文化体系。中国北部草原生态文化资源主要集中在内蒙古的广大牧区，故在此主要围绕蒙古族传统游牧文化而展开讨论。

物质文化在传统草原生态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族取之不尽、用之不竭的智慧光芒。把这些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。譬如，大草原上创造的物质文化在程度不同地具备着极高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。马既是蒙古牧民交通工具，又是他们真诚朋友，故后来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。但笔者却认为，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，它所具有的安全性、人性化的可靠性和无污染的绿色经济桥梁功能。目前，现代化和城市化趋势越来越猛，许多地方几乎都以某大城市为中心而形成一个大城市，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、心理压力增大等都在困扰着人们健康和安全感。处于亚健康状态的都市人远远多于乡村人。大草原的新鲜空气、清静生活、无污染交通工具以及丰富多彩的传统文化无异于绿色健康源泉。

内蒙古大草原旅游资源极其丰富，传统生态与民俗文化极具特色。“民俗风情是一个民族或一个地区的人民的历史文化的缩影，是社会群体后天养成，长期相袭所共有的行为方式。[4]”有学者认为“几乎所有的旅游行为都离不开所到地区的民俗风情”[5]。如果把这些珍贵资源开发成生态文化旅游项目，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生态文化旅游特区，那么，我们可以一举三得，即能有效解决草原沙化和荒漠化问题；能保护民族传统文化和游牧文明；能提高基层人民整体生活水平和综合素质。

文化不能离开自然生态环境，反之亦然。对生态环境的破坏，会直接导致文化生态平衡的丧失。因此，发展草原生态文化旅游业时，首先必须把自然生态环境和传统民俗文化视为融合的一体，强调缺一不可。其次，注重发扬科学人文精神，创造出物质与精神相结合的旅游财富。我们主张，为了草原生态环境而大力保护生态文化，同时为了保护生态文化而也要开展环保型旅游业。再次，从世界各国角度来讲，旅游活动逐渐趋于大众化，客源趋于多样化，而且游客数量正在猛增。旅游综合消费逐步替代普通消费。这对我们来说是个难得的机遇，同时又是一个崭新的挑战。

三、发展草原生态文化旅游业的具体操作方式

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，传统生态文化逐步宣告退出现实舞台，并在工业文明喧嚣中销声匿迹。在这样快速多变、日新月异的时代里，我们要充分肯定草原生态文化旅游现实

意义的同时要通过多渠道抢救和征集正在快速消逝的生态文化和民俗文物。“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。” [6]

在把草原生态文化转变成旅游资源的基本共识主导下，我们要面向现代化，面向世界，要因地制宜，合理分配，以本地人受益为原则，主张全面发展。

(一)根据实际情况，在广大牧区和半农半牧区建设各自特色的生态文化旅游区。

这种旅游区应该是综合性极强，既有草原四季风景，又有各种文体娱乐活动；既能解决当地民众生活难题，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%” [7]。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包括一些集餐饮、娱乐、休闲于一体的蒙古包村在内的民俗文化村落，但它缺乏“原汁原味”特色和强大的生命力，总是给人以一种人造的，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许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。” [8] 有记者曾介绍美国宾西法尼亚 (Pennsylvania) 洲有些奶农辅助产业的经营状况，供以我们参考和借鉴。“在乔伊斯的两层小楼里，有几间房子布置得格外雅致，还配有单独的洗手间。有一间叫做‘蜜月套房’，是专门给小夫妻预备的。一年四季都会有城里的游客来这里体验乡村生活，他们可以喂牛、挤牛奶，吃乔伊斯做的‘农家饭’。乔伊斯印制了精美的广告，还设立了专门的网页进行宣传。生意一直不错。” [9] 韩国“大田米村是三星康宁精密玻璃公司的另一个姊妹村，由于它地处山区，农业生产条件十分恶劣，公司与村协商后，决定走‘农村体验观光’的致富路子。公司向村里提供了一辆小型旅游车和 8 台最新式的电脑，帮助村里建起了‘农村会馆’和网站。随后，村里推出了‘农村生活体验游’、‘生态环境游’等项目，游客到此既能采摘山菜、野果，还能下河抓鱼、熬鱼汤。村长告诉记者，去年全村的年收入翻了一番，旅游收入占到了总收入的 40%。全村各家各户都有了电脑，通过网络，村民们不仅掌握了农副产品的供求信息，还开展了网络销售和旅游推介活动（韩国‘一社一村’运动指一家企业自愿与一个村庄建立‘姊妹关系’，对其进行‘一帮一’的支援）。” [10] 在生态文化旅游开发领域，蒙古国有自己的一套办法。“随着蒙古旅游业的发展，蒙古包作为野外度假商品深受各国游客的青睐。人们非常喜欢这种原汁原味的游牧生活方式，而作为接待方也节省了经营成本，是一举两得的好事。” [11] 如果一个牧人把他牧场改成天然、清静、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策略，那么，他为草原文化做出的贡献和为己创造的经济收入是一举两得的。包头市西拉木仁草原旅游区在这方面做得较好，也较典型。

西拉木仁草原旅游区“位于包头市达尔罕茂明安联合旗。南距呼和浩特市 80 公里，又名‘召河’。依山傍水，景色秀丽，气候宜人，是蜚声中外的草原旅游胜地。始建于清康熙四十二年（1703 年）的普会寺也在其境。” [12] 每年夏季 6—8 月，这里游客不断，热闹非凡。牧民们把各自草场围成小型旅游点，并出资搭建几座蒙古包，宰自己羊群中的肥羊，请牧村年轻姑娘做服务员，自己或者找位城市大学生做向导，以草原人独特热情和独具魅力的风俗款待远方的客人。这样做，一不破坏环境；二易增加收入。即能达到“就地取材，降低成本，环保致富”的目的。

(二)牧区还要建设由诸多小规模生态文化旅游浩特连成一片的、系统化的大规模草原生态文化旅游特区。

从自然生态环境角度来说，内蒙古具有由四大牧业旗组成的呼伦贝尔温带草原生态文化旅游区、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生态文化旅游风景区和锡林郭勒盟南部浑善达克沙地生态文化旅游区、赤峰市克什克腾北部游牧文化旅游区、鄂尔多斯高原和阿拉善高原荒漠沙漠风景区等。目前为止，这些牧区的众多生态文化旅游点还没形成专门化、系统化、大规模、一体化的生态文化旅游风景区。不仅如此，如果条件允许，还可以鼓励当地牧民暂时放弃畜牧业生产，以保证全力投入到生态文化旅游行业上来。即按照游牧经济的基本规律，夏半年经营旅游产业，冬半年修整总结。就这样，他们有时间参加了体力和脑力劳动，草原生态环境和民俗风情又得到了保护。

除了夏季旅游之外，牧区和小城镇也可以举办冬季旅游和其它娱乐活动。冬天的牧区看起来似乎没有多大吸引力，其实不然。对牧民来说，冬天是一年四季的最后一环，是全年总结期。这时的牧民比平时更多地具备参加各种文化活动的机会和时间，故冬季举办的文化娱乐活动，包括祭火神、过年、正月、探亲访友、小型那达慕会在内的各种活动都特别集中。这些文化艺术活动完全可以由单个家庭承担举办。它具有小型、家庭式、经济型的特点。同时也可以通过各种渠道，使大城市的观光者和旅游群体参与到这些活动中来，从而创造旅游收入。离草原不远的小城镇则可以发挥交通便利等优势，搞一些集传统与现代于一体的，譬如，滑雪、滑冰、骑马、赛橇等各项冬季草原旅游活动。

（三）发达国家在生态文化旅游方面的一些经验值得我们作为参考。

美国阿拉斯加州（Alaska）是个纯净的、天然的生态民俗旅游风景区。因纽特人文化与阿拉斯加风景融为一体，极具特色。这种专门的生态文化旅游区既能解决了经济发展问题，又有效地保护了寒带生态环境和古老文明。

西欧发达国家关于生态旅游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，尽可能地将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。”^[13]生态和文化就如手心和手背，互不分离的。生态环境是文化习俗的基础和保证，文化习俗是生态环境的保护者和改善者。欧洲的生态旅游景点与笔者提倡的生态文化旅游是一致的。“生态旅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，保证与当地建筑风格协调。”^[13]蒙古包是典型的环保型、低成本、绿色建筑。在旅游活动当中，“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”，与其形成了鲜明对照。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”（Oco-Plus）等都是知名度很高的标签。“入乡随俗，因地制宜”，显然是搞好草原生态文化旅游业的理论基础和管理基准。

四、草原生态文化旅游业发展所解决的问题

（一）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生存和发展需要。草原生态文化旅游也应面对现实，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，扩大经营范围。这是符合“经济全球化，文化多样化”的倡议。现阶段，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，也是整个草原文化被介绍到全世界的有效途径之一。对于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其知识盲区，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的。同时这又是缓解蒙古族大学毕业生失业压力的一种办法。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，也是草原生态文化旅游的前提和基础，因此鼓励做好科学环保的草原交通建设。

加大对草原生态文化的宣传是另一个不可忽视的大事。从全国旅游业整体角度来看也是至关重要。“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。”^[14]中国驻洛山矶旅游办事处主任张新红曾说过：“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。”^[14]所指的是，2004 年 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、推广草原文化、加强沟通和合作的良好契机。

中央人民广播电台新闻和报纸摘要节目 2004 年 10 月 4 日早间播报中曾有记者这样报道：10·1 黄金周期间每天去内蒙古鄂尔多斯市成吉思汗陵墓旅游的游客已超过 5000 人，现场热闹非凡，喜气洋洋。有家长对记者说，旅游成陵的目的是为了让孩子了解历史和名人。游客多了，成陵旅游局的

旅游收入也随即增多了。这种现象可能与中央一台于近期黄金时段播放的 28 集电视连续剧《成吉思汗》有一定联系。像中央一台这样在国内具有非凡影响力的电视频道在黄金时段播放以历史名人为主内容的连续剧，本身就是对蒙古族历史文化所做的力度大、范围广的媒体宣传。

（二）开展有关理论研究工作。

要搞好草原生态文化旅游，必须做好关于民族学、民俗学、旅游心理学、现代经营管理学、消费社会学、文化地理学、生态人类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” [15]。如果能创建以实践为基础的草原生态文化旅游的管理模式和与此相结合的理论体系，其它问题就能迎刃而解。

（三）要培养高素质的少数民族管理人才。

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。西班牙、意大利等国的旅游收入已占到 GDP 的 10%。在这种情况下，笔者提到的草原生态文化旅游工程竞争压力也会日益增大。因此，经营模式和资源分配应趋多样化、规模化、科学化。这就要求我们培养素质高、能力强的当地少数民族专业管理人才，并使其成为竞争浪潮中的中心力量。只有这样，才能站稳脚跟，走自己路，适应环境，与时俱进。另外，要防止“东道社会的文化被不正当的商品化” [16] 趋势。

（四）加强对生态环境和游牧文化的保护工作。

“目前，危及人类生存和发展的环境问题可以概括为自然灾害、生态破坏、资源耗竭、环境污染、人口剧增五类。这些问题主要是在人类与环境相互作用的过程中产生的，也有一些是自然环境原生的（如自然灾害），但是人类与环境相互作用的过程中其效应被放大了。” [17]

据调查，内蒙古有许多牧区仍然存在垦荒种地、乱开矿藏的不合理现象，它将造成经济和环境建设“双败”的尴尬局面。温带干旱高原牧区自然规律不允许搞非科学开发。而且有些管理体制还不健全，许多生态民俗文物不受重视，对传统优秀文化的认识和研究能力都不足，工作效率低下等因素直接影响着生态民俗文化遗产的大规模征集工作的全面展开。蒙古族在其传统文化当中表现出浓厚的环保意识。在传统游牧文化当中环境、民俗、文学三个重要因素总是融合在一起的。因此在不少蒙古民间文学作品，包括祝颂词里都能看到蒙古族敏锐的环保意识和生态文化精髓。假如能把这些文化资源合理而科学地开发，也可以创造较可观的旅游财富。“除了在祭敖包、婚礼等大众娱乐活动中，蒙古族通常用诗歌语言赞颂好马与出色的摔跤手，使之娱乐活动热闹非凡之外，还有在剪羊毛、做毡、套母马、修剪马鬃等大众集会上也邀请才华出众的民间艺人念祝赞词，以便大家兴致勃勃，欢天喜地地欣赏和参与各种活动。” [18] 少数民族传统文化是中国文化生态系统中的重要环节，是文化多样性的具体表现，极具特色的精神财富。发达国家在保护传统民俗文化和文化多样性工作方面，又走在了前头。在捍卫文化多样性方面，法国别具一格。“从‘文化例外’的口号转为‘文化多样性’口号，以贸易领域转到外交领域，从市场之争提升到价值观之争。……当多数国家还没有意识到经济全球化有可能带来文化全球化的危险时，法国已大胆站出来。2003 年 10 月，联合国教科文组织第 32 届大会上，法国和加拿大联合提议，就文化多样性起草一个国际公约。该提议得到 60 多个会员国的支持，联合国教科文组织秘书比松蒲晃一郎已经启动公约的起草工作，估计 2005 年可能拿出草案文本。它标志着捍卫文化多样性的战斗取得了阶段性胜利。” [18] 包括法国在内的发达国家有关生态旅游文化方面的发展思路和政策是值得我们学习和借鉴。“从民俗文化本身讲，它内容宏富，其中有些还是人类文化宝库中的优秀部分。它们在民族长期的生活中，发挥过广泛、巨大的作用；有许多在社会主义新社会中仍在发挥积极作用，成为祖国新文化的一部分。” [20]

内蒙古是草原生态文化旅游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，从樟子松到梭梭林和胡杨林，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，从巴林葛萨儿故事到鄂尔多斯歌舞海洋，几乎到处都是生态文化旅游资源。民俗风情不能离开地理风景，二者应建立起互动而互补关系。我们要立足本地，面向世界，面对现实，积极保护和发挥资源优势，积极参与自治区文化大区工程的各项建设，并以自己特色的草原生态文化占据世界民族之林一席。

参考文献

- [1] 黎德化著. 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] 包庆德编. 生态哲学导论 [M]. 呼和浩特: 内蒙古大学出版社, 1998.
- [4] 仇学琴主编. 现代旅游美学 [M]. 昆明: 云南大学出版社, 2002. 184-185.
- [5] 邓永进, 薛群慧, 赵伯乐著. 俗风情旅游 [M]. 昆明: 云南大学出版社, 1998. 13.
- [6] 安旭编著. 旅游文物艺术 [M]. 天津: 南开大学出版社, 2001. 1.
- [7] 内蒙古大辞典 [M]. 呼和浩特: 内蒙古人民出版社, 1991. 3.
- [8] 刘振礼, 王兵. 中国旅游地理 [M]. 天津: 南开大学出版社, 1999. 21-22.
- [9] 王忻. 美国小农场主过得很辛苦 [N]. 环球时报, 2005-2-4 (14).
- [10] 徐宝康. 韩国农村看不出城乡差别 [N]. 环境时报, 2005-11-9 (19).
- [11] 霍文. 蒙古包两个小时搭一个 [N]. 环球时报, 2005-11-7 (21).
- [12] 邢野主编. 内蒙古旅游资源通志 [M]. 呼和浩特: 内蒙古人民出版社, 2002. 8.
- [13] 陈攀峰. 欧洲搞生态旅游办法多 [N]. 环球时报, 2004-5-7 (12).
- [14] 李文云. 我国旅游广告走进美影院 [N]. 环球时报, 2004-9-8 (122).
- [15] 王宁著. 消费社会学 [M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2001. 9.
- [16] 田里主编. 旅游学概论 [M]. 天津: 南开大学出版社, 1998. 224.
- [17] 左玉辉编著. 环境学 [M]. 北京: 高等教育出版社, 2002. 14.
- [18] 祝颂词 [M]. 蒙古文, 呼和浩特市: 内蒙古人民出版社. 1959. 1.
- [19] 郑园园. 法国捍卫文化多样性 [N]. 环球时报, 2004-10-11 (18).
- [20] 钟敬文. 民俗文化学: 梗概与兴起 [M]. 北京: 中华书局, 1996. 16.

The thought about constructing grass land Cultural Tourism

O.Chahilul

(College of Mongolian studies, Inner Mongolia University, Huhhot, 010021 China)

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 culturalhot 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 words: traditional Mongolian folk culture; the building of the culturalhorts; Globalization; Modernization

收稿日期: 2006-04-15;

基金项目: 国家社科基金特别委托项目《草原文化区域分布研究》(04@BM06);

作者简介: 敖·查赫轮(1973年—), 原名孟和乌力吉, 内蒙古大学蒙古学学院博士。研究方向为民族生态艺术、民族政治学、文化地理。