

民族文化旅游真实性评价体系的构建与实证

吴晓山 余阳

(广西师范大学历史文化与旅游学院, 广西 桂林, 541001)

摘要: 民族文化旅游快速发展的过程中, 在经济效益突出获得赞许的同时, 也因其文化真实性饱受质疑。如何就其真实性进行评价, 当不应只停留于定性分析, 而应该结合定量研究方法进行科学评价。在理解民族文化旅游真实性实质的基础上, 利用因子分析等方法, 从主客观两个方面构建起民族文化真实性的评价体系, 其中主客观方面各包括六大基本指标。在此基础上, 以黑衣壮民族文化旅游真实性为实证, 对所构建的评价体系进行实践验证。

关键词: 民族文化旅游; 真实性; 评价体系; 因子分析法; 黑衣壮

中图分类号: C95 **文献标识码:** A

针对当今民族文化旅游飞速发展, 其中的真实性成为日益突出的问题。就当前学界在该领域的研究现状而言, 主要还处于定性研究层面。为了实现民族文化旅游的可持续发展, 其真实性问题依然成为社会关注的焦点。笔者在此以民族文化旅游真实性为研究核心, 从主体和客体两个视角下展开了调查, 对于可能会影响民族文化旅游真实性的一系列因子都进行了详细的剖析, 以期从详细的解析中探究影响真实性程度较高的因子, 组成一个较为科学完整的综合性的评价指标体系; 并以广西那坡黑衣壮民族文化为实证进行分析。

一、民族文化旅游真实性问题的实质理解

早在 1977 年 Smith 就已提出了民族文化旅游 (Ethnic Tourism) 的概念, 在国外也被称为 Aboriginal Tourism 或 Indigenous Tourism。我国近年来, 社会经济飞速发展, 旅游业蓬勃兴起、全面发展, 旅游者的旅游层次不断提高, 一般性的观光旅游面对日益提高的需求层次, 明显显得有些力不从心, 由此民族文化旅游应运而生, 成为旅游者趋之若鹜的目标。

当今民族文化旅游产业迅速发展, 大量的民族文化经过商业化的包装得以出售, 成为民族文化旅游产品, 然而经过加工、包装的各民族旅游胜地的民族文化旅游产品在一定程度上大大小小的相似, 这一系列雷同的文化现象引起了大家的关注: 民族文化的包装出售会不会破坏民族文化的真实面貌? 民族文化的商品化对于文化价值的独特性到底有没有影响? 民族文化的普遍商品化是否会使得文化真实性走向消散? 因许多民族文化不能以其真是原本的面貌出现在旅游大众的面前, 旅游文化的飞速发展中不可避免地出现了这样一个问题: 民族文化旅游的真实性问题; 即在民族文化资源开发为旅游产品的过程中, 民族传统文化的内涵及其表现形式逐渐偏离其本来形态, 并造成其原真性的异化。¹

民族文化旅游的真实性的保持, 其意义是显而易见的。从民族文化角度看, 明确民族文化的真实性, 改变当前一些低俗旅游现象, 利于民族文化遗产; 从旅游角度看, 其真实性的

¹吕群超, 谢新丽, 郑立文, 谢新暎: 《旅游节庆活动中的文化失真研究》, 《旅游研究》2010 年第 1 期。

确保,是实现其旅游产品差异化的有效途径,从而实现其市场优势以及可持续发展。但是在当前显得十分热闹的民族文化旅游开发中,一味迎合市场,过于追求经济利益,造成失真现象甚为普遍。西双版纳的曼春满早非本来面目;刘三姐大观园内充斥着现代化科技产品;泸沽湖摩梭族的习俗旅游产品引发的质疑可谓此起彼伏;南宁国际民歌艺术节中原生态民歌严重缺失早已引来不少批评。凡此种种,不胜枚举。

然而同时也应该看到其真实性是相对的。其一,从旅游客体(民族文化本身)来看,正如马林诺斯基所说:“社会变动是社会的存在状况,包括社会精神和物质的文化,从一种形式向另一种转变的过程……过程是不论什么地方、什么时间在人类文化中经常发生。”¹因此,民族文化本身存在演变过程,即使不存在商品化行为,也不可能存在没有变化的民族文化。其二,从旅游主体(旅游者)来看,他们的旅游动机多数是为体验异地独特民族特色文化,但是由于他们的文化背景不同,则对民族文化旅游产品真实性的感知自然不同,例如国内外旅游者对我国民族文化旅游产品的真实性的认知程度就存在不同。

由此可知,民族文化旅游真实性是一个相对的概念,但是即使如此,从旅游者的动机可知,对民族文化过度的商品化、庸俗化甚至歪曲其本来面目,这不仅人为外力破坏其民族文化本身的发展规律,也不会真正的吸引旅游者的注意力,这只会产生一时的经济效益,而无法实现可持续发展。而从民族文化发展本身来看,既然作为一种经济资源进行开发利用,如果其真实性不能满足旅游消费者的需求,是为无法符合时代发展、缺乏创新活力的元素,则固执的以“保护与传承”的理由来束缚民族文化的进步发展,显然也非民族文化旅游真实性的正确理解,因为这些文化元素被时代潮流所淘汰是早晚之事。

二、民族文化旅游真实性评价体系构建

基于对民族文化以及民族文化旅游真实性问题的理解,本文试图综合民族文化旅游的主客体,利用特尔菲法和层次分析法对其真实性评价体系进行研究并构建,同时采用相关实例就其因子进行分析,如此以利于在正确、客观、可度量标准的基础上,甄别其真实性。

(一) 客体视角下的民族文化旅游真实性评价及其因子分析

1. 客体视角下的评价指标体系构建

严格按照评价数据的综合性、全面性、科学性、代表性和相关性等原则,广泛听取了来自旅游文化产业、民族文化研究、旅游业界、旅游政府部门和旅游高等院校等各方面的专家的建议和意见,同时参考前人相关研究成果,如高燕对“复杂综合体”中的11大文化要素的解读,²又如林龙飞在《基于因子分析的民族文化旅游产品真实性评价体系研究》中的观点,³同样从建筑及遗迹、服饰、饮食、工具及工艺品、语言及口承文化、节庆及礼俗信仰

¹Bronislaw Malinowski, 1945. The Dynamics of culture change: An Inquiry into Relations in Africa. Yale university Press, pp, 9—11.

²高燕:《旅游者对黑衣壮民族文化的真实性感知差异与满意度》,《旅游学刊》2007年第11期。

³林龙飞等:《基于因子分析的民族文化旅游产品真实性评价体系研究》,《人文地理》2010年第1期。

等6个方面（表1），共选取了28个原始指标，构建出了一个包含6个二级指标、28个三级指标的较为综合全面、具有科学代表性的民族文化旅游真实性综合评价指标体系（图1）。

表1：民族文化旅游真实性评价指标体系

系	子系统	评价因子
民族文化旅游真实性评价指标	建筑及遗迹	原有建筑数量，原有建筑保护程度，新修建筑民族文化元素
	服饰	生产原料，生产工具，加工方法，穿戴人数，穿戴者年龄分布，穿戴时间与场所
	饮食	种类，口味，制作方法
	语言及口承文化	使用频率，传承内容，使用或传承人数及其年龄分布
	节庆及礼俗信仰	当地人参与程度，开展内容，举办场所，举办时间，开展程序，盛行程度，展现时间，展现场所
	工具及工艺品	原有用品及工艺品数量，原有用品及工艺品运用状况，新制品加工方法，新制品民族特色

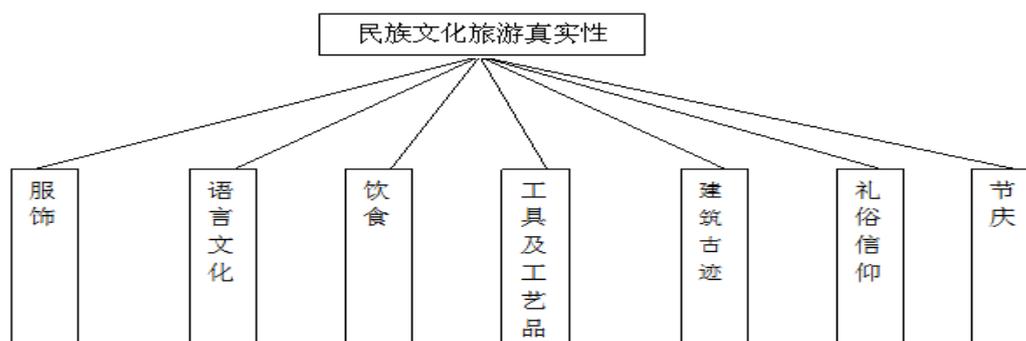


图1：评价指标层次结构

旅游商品化是当前旅游开发的主要手段，为了满足旅游者对异域文化的追求，旅游开发者将民族文化进行商品化的包装加工以便出售，而上文提到的建筑及遗迹、服饰、饮食、语言及口承文化、节庆及礼俗信仰、工具及工艺品等6大方面的要素，正是游客在旅游过程中更为直观的感知对象，因而，笔者认为，民族文化旅游的开发必定会涉及这六大方面的要素，并且多多少少通过这六大方面中的一面或几面向旅游者展示民族文化的特殊性、原生性与神秘性，从而抓住旅游者的眼球，不断将越来越多的旅游者吸引到民族文化旅游中来。因此，民族文化旅游真实性的评价指标体系，也是由这六方面的文化要素构成，选择旅游者更易感知的对象。

2. 客体视角下的评价因子剖析

(1) 建筑及遗迹。即指古代建筑民居、公共设施、历史文物遗迹。建筑及遗迹等地面设施，是最能代表一个地方的标志。就像进了城市，人们就会想到高楼，进了乡村，人们就会想到平房。旅游者走进旅游景区，周围的建筑一定是第一眼就进入了游客的感官之中，建筑、遗迹等大型的地面设施都会体现和透露出一个景区的氛围和特色，旅游者在举手投足间

就能感受到不一样的民族文化。

原生的民族建筑，其建筑材料不是现代建材，而是木材、石头、草、泥等，多以干栏式建筑为主，但这种原始的干栏式建筑在难易程度、耐用性、安全性遗迹成本上，远远比不上用钢筋水泥浇灌的现代建筑划算，因而，大多数旅游开发方为了经济实用，同时保证民族建筑的真实性和民族式样相结合，用现代建材架砌起房屋，同时不忘在建筑表面加钉上没有经过精细加工的木材，为旅游者营造出一种仍在古式建筑中行走的真实感。也有的旅游开发商为了美化环境，满足旅游者寻求生活“情趣”，在村中铺设了石子小路，蔬果菜园及现代版的古式样小桥等非纯天然的景观。

考虑到以上种种人为打造的“真实”，笔者在建筑及遗迹这一文化要素下划分了3个三级指标，即原有建筑数量、原有建筑保护程度以及新修建筑的民族文化元素。

其一，原有建筑数量。原有建筑的数量直接影响民族文化旅游景区的真实度，原有建筑的数量越大，民族文化旅游的真实性就越大，一个房屋建筑大多都进行过翻新的景区，虽然可能会给人耳目一新的视觉冲击，但是经过历史沉淀下来的民族文化是不能作假的。

其二，原有物保护程度。常年受到风吹日晒的建筑或遗迹等，或多或少的都会受到影响而磨损、风化，一个善于保护修葺的民族旅游景点，能够最大限度地保留下民族特色，试问原有建筑等设施都遭到损坏而坍塌废弃了，旅游者还能从哪些地方去最近地感受地方民族的真实文化。所以，对于原有物的保护程度，也在相当程度上影响着民族文化旅游的真实性。

其三，新修建筑文化元素。当然，旅游开发方不可能仅仅依托原有建筑的古味来吸引游客，一些新的仿古、仿民族的现代建筑必定会建造起来。这些经过新修、新建起来的建筑中所含有的民族文化元素是否与原来的民族文化元素相一致，经过时间的飞跃、社会的发展，民族间的交流不断增多，民族文化元素也逐渐增多，这些新增的民族文化元素是否也会对民族文化旅游真实性产生一定的影响，因而，笔者把新修建筑民族文化元素也列入了建筑及遗迹这一大的文化要素之下。

(2) 服饰。即指服装、饰品。服饰是各民族日常生活中必不可少的必需品。衣服是人类物质生活的基本内容之一，民族服饰是一个民族的传统服饰，不同民族基于生存环境、习俗文化等的差异，其服饰的发展变化也不尽相同。服饰是民族文化的重要组成部分，人类的服饰的产生与形成，与各民族的所居住的环境、自然物产、人们的生产、生活方式，以及文化观念等都有关系。服饰不仅仅是物质生活的重要组成部分，同时也是民族文化的重要组成部分，就服饰与文化两者而言，服饰是流，文化是源；服饰是子，文化是母。服饰是文化这一母系统中的一个子系统，人们是按照一定的文化模式来构建相应的服饰生活方式。因此，一定的服饰必然会反映它所属的母文化的总体特征¹。服饰能在很大程度上反映出民族文化的真实性，对民族文化真实性的影响是不容忽视的。

¹ 刘道超：《中国古代社会生活史》，广西师范大学出版社，2004：21。

民族服装是其民族文化民族特征的最直接表达,也是民族价值民族地位民族形象的直接表达。尊重研究保护民族服饰,就是尊重和保护民族文化的具体方式,也是使民族文化遗产的可行方式。服饰对民族文化的影响通过生产资料、生产工具、加工方法、穿戴人数、穿戴者年龄分布、穿戴时间与场所等六个指标所体现出来的。

其一,生产资料。服饰的生产原料,用来制作服装的材料。不仅指制作衣服的材料,还包括制作其他配件所用的材料。全国各地均不尽相同,广西亦是如此。从广西少数民族中的侗族为例,服饰原料多是自纺自织自染的侗布,绸缎和机织布多做盛装配饰。服饰的配件也使用不同的原料,服饰的配饰主要有:头饰、耳饰、颈饰、肩饰和胸饰、腰饰、手饰和脚饰。生产资料是制造服饰最基本的成分,没有原料很难制造出精美的服饰来。研究民族文化旅游的真实性,从服饰因素方面来研究,追踪其民族服饰的生产资料是非常重要的。

其二,生产工具。没有工具即使有再好的生产原料也难制造出精美的服饰来。如广西壮族、侗族的早期民族服饰的生产工具大致分为纺纱工具和织布工具,此两种工具几乎都是手动完成,速度较慢,但制造出来的服饰却极其精美。但随着时代的发展,手织已经逐渐被机织所取代,所制造出来的服饰其精细度已大大降低,可以说是严重流失了其原本所特有的特色,民族文化旅游所展示的服饰生产工具也有待考究其是否真为当地民族所有。

其三,加工方法。即指制造服饰所用的方法,早期服饰的加工方法多为手动织布然后进行加工完成。如侗族亮布是民族服饰中较为出名的,其加工方法为:将宽约一尺,长三四文的布,放到蓝靛桶里浸泡,反复清洗、晒干。这样一两个月后,布料由白变蓝,由蓝变青黑色,再浆上薯莨、牛胶,反复捶打,使布料由粗变平,由厚变薄,由紫红继而发亮,可算完成。由此我们也可以看出,民族原生的服饰加工方法是如此的臃肿繁杂,在十分注重效率的今天,加上少数民族地区逐步被同化,究竟是否还有人真正能按此种原始的方法进行加工生产。即使有,其成本又该有多高,民族地区所卖的传统服饰是否真为本民族特色更是值得商榷。通过了解服饰的加工方法可进一步了解民族文化旅游的真实性。

其四,穿戴人数。顾名思义,穿戴人数就是在现在本族人依然穿戴本民族特有服饰的人数。穿戴本民族服饰是突出体现本民族服饰特色的一种表现形式。许多民族地区被同化的现象是十分严重的,几乎已经不再穿本民族款式复杂的服饰,尤其是年轻人。如壮族服饰已经有很大改变,首先在衣料上,男女老少多穿工厂加工的机织布。在服式上,除中老年妇女仍保持无领对襟衣外,中青年妇女已经很少穿百褶裙,劳动、赶集、上坡会都穿裤子,佩戴银饰也很少了。中青年男子多数穿时兴服装,包头巾的也很少,西服在壮族地区也逐渐盛行。由此可见,穿戴民族服饰的人数越来越少。

其五,穿戴者年龄分布。服饰穿戴者年龄分布,主要是本民族服饰在当地居民不同年龄阶层穿戴分布情况。穿戴者年龄大致分为儿童、少年、青年、中老年,由于民族间的不断融合,少数民族不断被同化,许多民族服饰的穿戴人数不断减少,且大多只是分布在中老年阶层。从服饰的穿戴者年龄分布我们可以观察出一个民族的服饰文化元素有多浓重。在考究民

族文化旅游真实性过程中探究服饰的穿戴者年龄分布也是必不可少的。

其六，穿戴时间及场所。民族服饰的穿戴时间及场所也是体现一个民族的服饰在本民族生产生活中的重要地位，突出其民族文化的重要性。而现在由于民族服饰的制作和穿戴没有市场上的一般轻便，拥有专门的民族服饰的人越来越少了，而且穿戴的时间和场所也并不如以前一般频繁，主要仅仅集中在本民族的传统节日里。更多的是在本民族地区旅游业发展起来，为了迎合旅客需求为了适应市场需要而专门穿戴民族服饰。

(3) 饮食。是指饭菜、酒水、饮料、糖果点心等。俗话说得好：民以食为天。还有句古语为，“食色性也”。从中我们不难看出，饮食，其实是人类的一种天性。为了庆贺刚满周岁的孩子，要吃红鸡蛋；为了庆贺喜结良缘，要“吃酒”；为了庆贺大寿，更要在桌面上觥筹交错一番。种种“吃”，从表面上看只是一种生理上的满足，而深入看去，往往“醉翁之意不在酒”，我们只是通过吃的形式来表达一种丰富的文化内涵。吃的文化超越了“吃”本身，饮食，在我国土壤上获得了更为深刻的文化内涵。当然，我国的饮食文化具有地域性与民族性。《黄帝内经·素问》中说，东方之民食鱼而嗜咸，西方之民华食而脂肥，北方之民乐野处而乳食，中央者，其民杂食。饮食，因时而异，因地制宜，因人而异。民族地区的饮食文化，具有历史悠久、种类繁多、工艺独特、味道新奇等特色。饮食，能够直观的作用于人的味觉器官，旅游者在观光后总会想品尝当地的特色饮食，进一步感受一下民族地区的别样风情。湖南凤凰的血粑鸭，侗族出名的酸食、北方内蒙地区的羊奶，饮食，作为民族文化的典型代表之一，它对于民族文化旅游真实性的影响也是不容小觑的。我们在饮食这个大的文化要素下分设了3个三级指标，即饮食种类、口味和制作方法。

其一，饮食种类。在民族旅游地区，多为少数民族，受到地理限制和气候约束，饮食构成和种类都较为传统，大多以大米为主，小米、红薯、包谷、小麦等为辅粮。沿河地带多食粳米，副食有猪、牛、鸡、鸭、鹅、鱼等。若是在南方民族地区，奶制品频频出现，那就很难不让游客置疑了。同时，民族间的长期交往，当地常常受汉族影响，与汉族一样，元宵节吃元宵，端午节吃粽子，中秋节赏月吃月饼，重阳节吃糍粑，酿重阳酒等，饮食的种类日益丰富，当然这就不能考虑到民族文化旅游的真实性当中，这只是民族在发展过程中不可避免遇到的文化交流。

其二，饮食口味。民族地区的饮食口味也各异。壮族饮食口味清淡，侗族饮食喜好酸味，“酸肉”、“酸鱼”都是侗族的招牌特色菜系，更有前人用“侗不离酸”“无酸不成宴”来概括了侗族饮食的最大特点。饮食的口味，在味觉的体验上最大程度地展现了民族文化的异质性，能够在一定程度上帮助我们鉴别民族文化旅游的真伪。

其三，制作方法。民族地区对于自己特色菜肴也有着自己独特的制作加工方法。再拿侗家的一美味佳肴“鱼鲊”为例，制作鱼鲊时，将把鱼除去内脏，涂上一层薄盐，烘干之后，即用酒糟一同存放入坛内，也有存入大瓮桶内，这种贮存法，少则五六年，多则一、二十年之久。正如酸肉、酸鱼的加工制作过程一般，反复而耗时，但是侗民却乐此不疲。每当招待

贵客或庆祝喜事时，这腌制、存放了长达五六年，甚至一、二十年的菜肴就会被摆上桌面。独特的饮食制作方法，吸引了大量研究者，也吸引了不少游客，成为了民族文化旅游地区一个与众不同的体现，对于我们的真实性探究也是能起到相当的作用的。

(4) 语言及口承文化。语言及口承文化涵盖面较为宽广，既包括口头与书面的民族语言，也包括各种经过整理而定型于书面的口头作品和较原始而未定型的民间“说法”的总和，具体是指口口相传的民间神话故事、传说、民间故事、歌谣、叙事诗、谚语、戏曲等。就读于中央民族大学哈萨克文学语言系的哈萨克学生阿里曼·哈力说过，“语言承载了一个民族的精神内涵，要了解一个民族，必须学会他的语言”¹。语言承载的是一个民族的精神文化，我国作为一个拥有 56 个少数民族的多民族国家，民族语言呈现出多样性的特点，而保护少数民族的语言正是保护了多种多样的民族文化。然而，随着社会发展的趋势，很多民族打破固步自封的僵面，主动要求与外界进行交流，在交流过程中，需要迈出的最重要的一步就是如何解决语言沟通的问题，在使用其它语言的同时，艰涩而少用的民族语言极有可能被搁置，因而，民族语言或多或少都不再是最初的面貌。还有新兴词汇的引入和运用，在影响民族文化旅游的真实性上也是需要我们去考虑进去的。

而所谓口承文化，是一个民族传承下来的民族社会活动和精神活动的总和，其中融会了往昔人类社会原始的哲学思考和科学认知、传统的伦常规范和信仰观念、古老的民俗意识和历史记忆，²其中所承载的社会文化信息之庞杂、厚重，是我们难以想象的。值得强调的是，口承文化传统在各个民族的早期历史上，在文字还没出现之前，曾经是其社会的全部文化成果的唯一理论形式，而由于地理环境、实践能力、认识水平等因素的不同限制，人类各个民族的先民们所接触到并加以把握的万千世界，事实上是大不相同的，因而，他们对世间的万千现象的认识和解释也各有其独到的特色。各民族的口承文化包容了人类社会最古老、最丰富的文化信息。同时，无论一个民族现今的发展程度如何，从他们代代相传的口承文化中，我们或多或少总能在一定程度上看到以往时代陈旧的经济结构、政治制度、法律准则、道德规范、习俗信仰等等诸方面的残痕。总之，作为一种最基本的文化功能，口承文化传统对于我们了解古老的民族历史、陈旧的民族文化是有相当的作用的。

本文在语言及口承文化这个大的文化因素下，设置了 4 个三级指标，是使用频率、传承内容、使用或传承者人数和使用或传承者年龄分布。

其一，使用频率。不管当地民众是出于自愿或是被迫地与外界接触，语言作为人与人相互关系时的中介，当地居民除了需要掌握本民族的语言外，熟练地运用普通话与外界人士沟通似乎也已经成为一种必要。当然，很多民族地区由于地处多方交界或是旅游开发较早、旅游业较为发达，当地的原著居民掌握的语言就不仅仅是本族语言和普通话两种，比如调查走访柳州侗族地区过程发现，当地的居民既保留了本族间用侗话交流的传统，与外地游客也能

¹袁训会，肖康慧：《少数民族语言：在保护中发展》，《人民日报·海外版》，2009-06-13-4。

²王亚南：《口承文化与文化的定义》，《云南社会科学》2010 年第 10 期。

通过普通话交谈，更有甚者，桂柳话也能运用自如。在这众多语言同时并行的情况下，当地居民使用本族语言的频率就会日趋下降，同时，使用非本族语言的频率就会相对提高，语言是一个民族的重要特征之一，语言使用频率的变化与民族的发展变化息息相关，所以，语言的使用频率能够成为影响民族文化旅游开发真实性的一个重要指标之一。

其二，传承内容。民族口承文化中的传承内容，大多都会描述一个民族的发生发展的情况，或是民族独具特色的各种民俗礼仪的由来。在缺乏明晰的历史记载，缺乏准确的历史考证的情况时，口承文化这一传统就会将古老的神话和历史当作确有其事的史实晓以后人。当然，其中不乏一些娱乐大众或是夸大其词的内容。但这些传承内容都是当地民族的社会生活精神文化内容的一种体现。而现今的一些旅游开发者，为了增加民族的神秘感，吸引更多游客，人为地捏造了许多神话故事作为“传承内容”，更加可笑的是他们为了提高“神话故事”的真实性，大费周章地去修庙建寺，人为地仿古造旧，对民族文化造成了极大的破坏，严重影响了民族文化旅游的真实性。

其三，使用或传承人数。使用或是传承的人数是最能够直接体现语言和口承文化这个因子的指标之一。使用语言人数的多少或是戏曲、神话、歌谣等传承人数的多少，直接关系到民族语言和古老文化的普及程度。民族语言应该在民族地区普及，做到小范围集中内的大众化，当一个民族大多数人连自己本族的语言都无法掌握时，这个民族又怎么能传承延续下去，这一个地区的民族资源的开发也会日益走向贫乏。因而，使用或传承的人数越多，一定程度上就能够表示民族语言这一方面的民族文化在当地保留和延续得较为完整，民族文化的真实性就相对地要高。

其四，使用或传承者年龄分布。每个年龄阶段的人群特点不同，角色不同，大家使用民族语言的时间、场所也各不相同。毕竟当今的民族不再是守旧的民族，发展了旅游业的当地居民需要与外界交流，这就需要有对外交流要求的居民掌握普通话，使用普通话。但是并不代表所有的当地民众都要学会并运用普通话。上了年纪的老年人大多学习能力较差，对于非本民族的语言很难掌握和运用。笔者在民族文化旅游区进行调查时就发现了一个很奇怪却很常见的现象。旅游区中所见到的当地居民多为老人、和儿童，而二三十岁，正值身强力壮的青年人大多没见着。经询问才知道，原来当地的青年人多是外出打工了。因而，使用或传承者的年龄大多分布极端，不是老人，就是孩子。从中我们不难看出，使用本民族语言或传承者的年龄分布是具有一定的规律的，不得不说，这样的规律性对于我们研究民族文化旅游地区的真实性是有相当大的帮助的。

(5) 节庆与礼俗信仰。节庆是有周期性、群众性和相对稳定的活动内容的特殊日子。民族节日的产生与形成、大多与宗教、生产有关，而且多带有季节性、纪念性和祭祀性¹。众所周知我国的传统节日及礼俗信仰时丰富多样的，如广西各民族更是拥有本民族特有的节

¹ 丹增：《中国少数民族节日》，中国画报出版社，2004：1。

庆与礼俗信仰。民族节庆真正的内涵，不仅仅是一种娱乐活动，而且作为一种文化现象，世代传承。每个盛大的民族传统节庆，是每个民族的物质文化和精神文化的集中体现。众多的节日，闪现着不同的文化内涵，在新时期，这些富有民族特色的节庆，越来越绚丽、越来越引人瞩目，尤其是民族旅游地区。而在这些节庆的绚丽背后是否夹杂着许多包装或模仿其他地区节庆特色的成分，其真实性程度同样是十分值得考究的。旅游节庆通常是指一些含有多种旅游项目的事件，包括节日、庆典、地方特色产品展览、交易会、博览会、体育比赛等具有旅游特色的活动或非日常发生的特殊事件。而在这些节庆的绚丽背后是否夹杂着许多包装或模仿其他地区节庆特色的成分，其真实性程度同样是十分值得考究的。

信仰，是指对圣贤的主张、主义、或对神的信服和尊崇、对鬼、妖、魔或天然气象的恐惧，并把它奉为自己的行为准则¹。从物质和意识的领域来理解，信仰就是一种意识，是贯穿在人的世界观之中的一种意识规范。信仰还包括社会信仰和宗教信仰。社会信仰活动是在长期的历史发展进程中，在民众中自发产生的一套神灵崇拜观念、行为习惯和相应的仪式制度。社会信仰的内容及其丰富，种类繁多。包括灵魂、自然神、图腾、生育神、祖先神、行业神等。社会信仰不就有特有的思想活动，还伴有行业方式，从事预知、祭祀、巫术等活动。随着社会信仰的发展，后来产生了具有系统神学理论和固定宗教戒律的宗教²。

节庆和礼俗信仰是息息相关紧密联系在一起，举办每个节庆都是民族信仰的一种表达方式。传统节日和礼俗信仰影响着民族地区人民的社会生活、生产的每一个细节，影响着民族地区人民的生存状态，它贯穿于民族地区的历史、文化、政治、经济发展的进程，并深深影响着民族的发展。节庆与礼俗信仰是一个民族思想观念及其价值观的集中体现，其具体来说是传统指传统节日、民族歌舞、体育竞技、民间信仰、婚葬礼仪、宗教信仰、祭祖。节庆与礼俗信仰通过：关于节庆的当地人参与程度、开展内容、举办场所、举办时间、开展程序，和礼俗信仰的盛行程度、展现时期、展现场所来体现民族文化旅游的真实性。

其一，当地人参与程度。举办节庆时，当地人的参与程度就是所参与该节日所占当地人口的比例大小。当地人对本民族的节日越是重视则参与的人数会越多，在民族旅游区所能参与到的民族节庆看其是否真实，可通过观察当地人所参与到其中的积极性的发现。如果仅仅是为了迎合旅游市场需求而编制出些非本民族所特有的节日，当地人的参与程度会大大缩小。

其二，开展内容。节庆的内容主要包括：新年节日、生产节日、纪念节日、习俗节日、宗教节日。在旅游区向游客展示的一般多为习俗节日和宗教节日的内容，这些节日更能深刻地体现出本民族的特色来。在特色节日所开展的内容又更是成为考究民族文化旅游真实性的一个重要因素。在节庆日所开展的内容应为本民族节庆日所特有的内容，而不是为了迎合旅客口味而无故添加一些非原有的元素。

¹引自中国共产党新闻网：《信仰的力量缘何这般强大？》。

²刘道超：《中国古代社会生活史》，广西师范大学出版社，2004：121。

其三，举办场所。节庆的举办场所即是指在节日当天族人所进行庆祝的场所，每个民族节庆时所庆祝的场所都是很有讲究的。如侗族人民节庆时都是族民们集中在鼓楼前的小广场进行庆祝。民族旅游区举办节庆不该为了市场需求而肆意变换本民族节庆的举办场所，那将是大大改变了其真实性。

其四，举办时间。每个民族的节庆都有其举办的固定时间。如三江侗族的芦笙节，侗族人民一般在春节和中秋节举行，但是随着三江旅游业的发展，黄金周旅游人口较多，为了吸引更多游客，芦笙节逐步改到国庆节是举行。这确实是一定程度上失去了其原有的真实性。没有让游客在时间上真正感知当地民族文化的真实性。

其五，开展程序。在庆祝节庆过程中都有其特定的程序。如若打破了庆祝节庆的传统程序，不论在时间还是空间上打破了，都是对本民族文化的不尊重，其原生性更是会遭到疑虑与猜测。可以吸收借鉴他人精华，却万万不可丢失了其本源。

其六，盛行程度。所谓礼俗信仰，宗教信仰是最典型的代表。盛行程度指本民族还有多大比例的人数保持这种礼俗信仰。。每个民族都有其特定的宗教信仰，都有其所信奉的神明。在举办宗教祭祀活动中，一个民族的参与人数比例体现了该信仰在本民族中的盛行程度。

其七，展现时期、展现场所。礼俗信仰的展现时期，就是本族人民在表达本民族信仰而举办活动的时期。其实礼俗信仰所展现的时期多数为本民族节庆日时，而非在国家的一些法定节假日里。展现场所，是举办活动的固定场所。如果为了抢占旅游市场而颠覆了因信仰而举办的活动时期和场所，就失去了本民族信仰的真实性。

(6) 工具及工艺品。其一，工具。即人在生产过程中用来加工制造产品的能够方便人们完成工作的器具。工艺品，手工艺的产品，即通过手工将原料或半成品加工而成的产品，是对一组价值艺术品的总称。它包括的种类很多，有漆器，陶器，瓷器，民间工艺，木雕工艺品，桦树皮工艺品，麦秸工艺品，石湾公仔等。工艺品来源与生活，却又创造了高于生活的价值。它是人民智慧的结晶，充分体现了人类的创造性和艺术性，是人类的无价之宝。工具和工艺品对于民族旅游地区意义是非常非凡的，一直贯穿着人们的生产生活，在人们生产生活中起着十分重要的作用。没有工具和工艺品，就不会存在现在如此丰富多彩的民族文化资源。工具及工艺品有利于扩展扩散式的传播本地的旅游文化，旅游工艺品的销售推广了当地特色的旅游文化。但是必须认识到工具和工艺品作为民族文化的六大因子之一，需要深入探究其真实性。工具及工艺品包含：原有用品及工艺品数量、原有用品及工艺品运用状况、新制品加工方法、新制品民族特色等四个指标。

其二，原有用品及工艺品数量。原有用品及工艺品数量指民族生产、生活用品及民族工艺品的类别与数目的多少。现在旅游区贩卖有许多工艺品，而似乎这些工艺品并不是仅仅在一个旅游区能看到，特别是在一些古镇。到过不同古镇的旅客都可发现似乎每一个古镇展示出来的工艺品都大同小异。而究竟这些工艺品有多少是真正属于本旅游区所特有的呢？

其三，原有用品及工艺品运用状况。原有用品及工艺品运用状况则指本民族对原有的工

具、物品的使用情况。一地区的工具及工艺品是一地区民族文化遗产的重要载体，对其民族文化真实性的评价起着十分关键的作用。对本民族的工具和工艺品的使用情况越频繁，其民族文化的真实性程度越乐观。织锦是侗族人民手工艺品中的杰出代表，在侗族村寨，几乎家家户户都有织机，姑娘从十三四岁开始学织锦，每个姑娘几乎都有母亲准备好的一套服饰¹。但是随着时代的发展，工作压力等因素的影响，纯手工的织锦越来越少了。在民族旅游区所看到的织锦，看起来十分粗糙，多数都是从工厂大批量生产出来。这不能不引起对民族工艺品传承问题的忧心。

其四，新制品加工方法。即指新工艺品的加工制造方法。新制品如若依然使用其传统的加工制作方法，制造出来的工艺品则不失其真。但如果所谓新制品是从其他地方而来或者是如从手工精细加工变成机器大批量生产等，则其民族文化元素的真实性就值得进一步探究了。加工新制品可以借鉴其他地区的加工方法，但是不应该一味照抄照搬而失去了本民族的特色。

其五，新制品民族特色。即指各种物品所体现的民族文化元素。现在旅游区的新式民族工艺品越来越多，但很多旅游区的工艺品却已大同小异，已很多程度上失去了其特有的民族特色。对民族工艺品的开发不能急功近利，只求经济的一时发展，而忽视民族文化的独特意义，同时也不能墨守成规，不思进取。在开发过程要以民族文化为基础，在传统文化的基础上加上现代工艺制作方法，真正处理好文化真实性和文化商品性之间的关系。商家为了一时利益而放弃了传统文化，这样只会破坏自身的文化价值。如果在原有的文化基础上，在保护传统文化的前提下吸收外部一些文化精华加以利用，这不但给当地人带来可观的经济利益，也对当地传统文化的复兴有着影响。

（二）主体视角下的民族文化旅游真实性评价及其因子分析

1. 主体视角下的评价指标体系构建

根据对民族文化旅游真实性的理解，这里所探究的民族文化旅游的真实性，是要以其资源本身为基础，向旅游者展示民族文化景观本身或者经过加工包装后的面貌，使得旅游者在主观认识和印象上得到真实性的体验。因而，本研究对象并不仅仅局限于资源或是民族文化本身，旅游者在体验民族文化旅游过程中的感受，也应该列入考虑之列。

王宁将“真实性”引入国内，并将其划定为客体真实、构建真实和存在本真。而近年来的学者们更是从不同的视角发展了对“真实性”的理解。学者们探究了客观主义、构建主义、后现代主义和存在主义四种视角的“真实性”。前三种是针对旅游客体，也可以说是旅游文化的真实性，最后一种存在主义，是指旅游主体（旅游者）旅游经历的本真性。²

存在主义强调的是旅游者的主体感受对于民族文化旅游真实性的影响。不同的旅游者对

¹崔进：《旅游文化纵览》，中国旅游出版社，2000：3。

²WANG N. Rethinking authenticity in tourism experience .Annals of Tourism ,1999 (2) :349.

于旅游经历的感受也是各不相同的，而民族文化旅游，说穿了就仅仅是一种仿真性的旅游，所以，民族文化旅游的“真实性”很大程度上取决于旅游者对于旅游经历的“真实体验”，就像平时大家看电影，即使电影中的时间、地点、情节，乃至人物都是虚构的，这也不妨碍观众的观看，观众仍会将自身带入电影情境，获得痛苦、愉悦、感动等一系列“真实的感受”。即“你即使‘蒙骗’我们，也没关系，只要能让我们开心就可以”。¹

此外，还有众多学者从不同的角度和方面对民族文化旅游真实性进行了探究，如利益的相关者、旅游者的感知等。从越来越多的研究材料和文献中，我们不难发现，其实很多旅游者更多关注的还是自身的“真实体验”，而非旅游地区文化的本真性，而与之同时，越来越多的研究视角也投向了旅游主体的感知，毕竟，旅游者对于真实性的评价是一种经过了他们主观整合的对于客观文化的综合反应，是一种主客观相融合的产物，旅游者才是民族文化旅游真实性的最终评判者。因而，笔者在本研究中并不仅仅将视角局限于客体文化的真实性上，主体感知的“真实性体验”与民族文化旅游的真实性的关系，笔者也没有忽视。我们基于前人的研究成果，翻找大量文献资料，通过揣摩旅游者的心理动态，在老师的指导下，确定了从旅游者的社会特征、旅游需求、游客类型、了解渠道、旅游经历以及期望值和满意度等六大方面去探究主体对于民族文化旅游的真实性的影响（见图2）。从另一个方面说，这六大方面的因素会影响旅游者对于民族文化旅游真实性的感受和评价，而旅游者对于民族文化的感受也会反过来体现民族文化的真实性，同时不断加深民族文化真实性的内涵，所以，要想探究民族文化旅游的真实性就不得不考虑到旅游者的主观体验和感受。

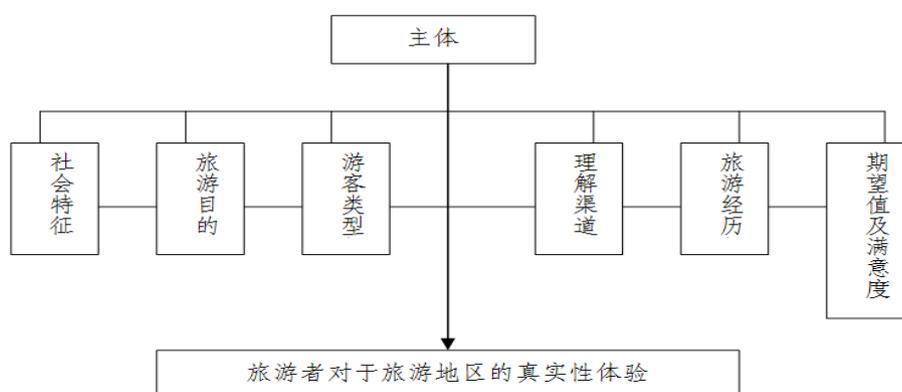


图2：影响主体真实性体验的六大因素

2. 主体视角下的评价因子剖析

(1) 社会特征。社会特征是指人在社会的年龄阶段、收入水平以及学历和职业。不同的文化层次、职业经历及文化背景的旅游者对对旅游经历和旅游体验的要求是千差万别的，对旅游过程中所领略的民族文化旅游的的真实性的内涵也是因人而异的。游客的年龄一定程度上影响其对民族文化旅游真实性的判断，年龄大经历的多，见识会更广些，对真实性的认识会更深。游客学历、文化水平、审美能力不同，对目的地文化真实性的感受也不同。游客

¹彭兆荣：《旅游人类学》，民族出版社，2004：158.

的文化水平越高,审美能力越高,对真实性就有越高的鉴别欣赏能力,不同的文化层次以及不同文化背景的游客对旅游经历和旅游体验的要求是千差万别的。职业和收入水平的差异,也是影响游客对真实性判断的重要因素,收入越高可以支付其到更多的地方旅游,观看到更丰富的民族文化,丰富的阅历使其对民族文化真实性会有更高的鉴赏识别能力。

(2) 旅游目的。游客的旅游目的不同,对文化真实性的要求不同,对民族文化旅游真实性与否的认识也不相同。那些以追求本体意义上真实的文化为目的的游客对民族文化旅游的真实性的要求更强烈些,这些游客不仅仅满足与旅游过程中短暂的体验,如若在旅游过程中感受不到旅游目的地文化的真实性,则是没有达到其真正的旅游目的,会对旅游区的民族旅游文化作出否定结论。而有些游客外出旅游并不是为了追求“真实性”,一些创造的商业化的活动足以满足游客的要求,“乘兴而来,尽兴而归”才是他们的最终旅游目的。出游主要只是寻求快乐与愉悦,“不真实”,“真实性”及其旅游目的比起来就显得微不足道了。所以,这类游客一般对真实性不感兴趣,更不会在意旅游文化是否真实。追求感知真实性和追求身心娱乐两种不同的旅游目的,对民族文化旅游的真实性需求会产生不同的结果来。

(3) 游客类型。游客主要分为现实型、经验型、实验型、转移型和娱乐型5种类型。游客类型不同,对旅游目的地文化真实性的要求也会不同。其中现实型、经验型和试验型的游客旅游经历比较丰富,拥有比一般旅游者更高水平的鉴赏能力和对旅游期望值有更高的需求,他们更多是要追求美感、认同感这些难以名状的东西,因此这三种旅游者对旅游体验的真实性的标准比一般旅游者要高,对民族文化旅游具有一定识别真实性的能力。而转移型和娱乐型游客仅仅是抱着娱乐或者放松身心的心态出门旅游,对旅游区的民族文化的了解本身就十分缺乏,他们旅游主要只是为了享受、休息或者是通过旅游渠道转移自己的注意力以忘却以前的事,其更是没有多余的心力去考察其是否真实。当然,如果更深入地细分游客类型,不同游客对真实性的欣赏角度是不同的。

(4) 理解渠道。游客对旅游区的信息通过不同的渠道获取,游客对民族文化旅游地区的认识主要通过以下渠道来理解:旅行社、报纸杂志、旅游宣传手册、电视广播、互联网、亲友介绍、大型活动或博览会、相关旅游书籍等。其中除亲友介绍的方式外,其他宣传方式直接在第一印象上影响了游客对真实性的评价,因旅游宣传者为了吸引更多游客,不仅在表现形式上花样百出,甚至在内容和形式上也进行了离谱的渲染。游客抱着所获取的信息来到旅游区旅游,但在旅游活动中,如果游客觉得亲身的旅程和广告宣传上的相差甚远,没有达到最初的期望。这就有可能造成游客对整个旅游区的负面印象和评价,对真实性的评价会持否定的态度。

(5) 旅游经历。其广义是指在旅游过程中的亲身体验的事情,此处我们强调的旅游经历,是指旅游的经验、次数等,旅游的经历不同带给旅游者对于民族文化真实性的感受也会不同。一般说来,旅游经验少的游客对于旅游地区的文化真实性要求不高,他们以“求新、求异、求知”为旅游的主要目的,只要满足了他们对于民族文化的神秘性的探究与好奇,他

们大多不会对旅游地区的民族文化的真实性产生质疑。而对于那些外出旅游经历丰富的“旅友”来说，他们对于民族旅游地区的文化真实性要求就会高很多了，仅仅的娱乐性并不能满足他们对于旅游的需求，因而，不同旅游者的旅游经历能够影响到他们对于民族文化旅游真实性的评价。

(6) 期望值及满意度。期望值和满意度并不是同一概念。期望值，是指旅游者在还未进行旅游过程前，通过各种途径了解到旅游地区的基本情况，而对民族旅游地区产生的期盼和希望。满意度，则是指旅游者在体验了整个旅游过程后对于整个旅游经历的一个评价和感受。期望值与满意度，一个产生在旅游前，一个产生于旅游后，时间上的错开使得二者看似毫无关系。然而，此处笔者特意将他们摆在一起，是因为在旅游者对于民族文化真实性在乎程度高的前提下，只有当期期望值和满意度的契合度高的时候，旅游者对于民族文化旅游的真实性的评价才会高。也就是说期望值和满意度的相互作用，共同影响着旅游者对于民族旅游地区文化真实性的感受（图3）。

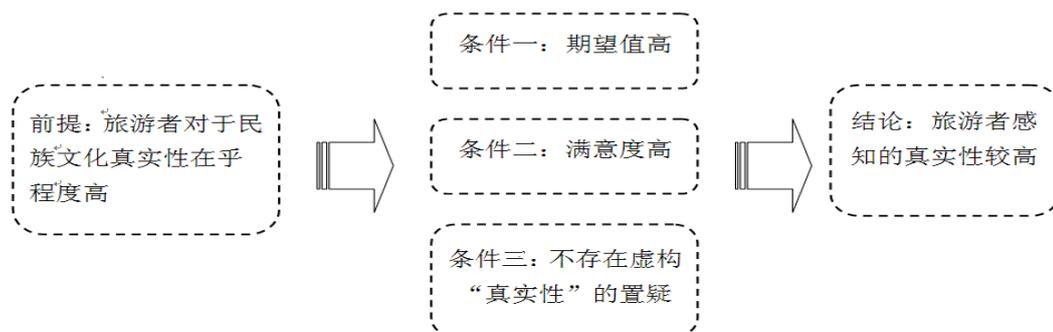


图3：期望值、满意度与旅游者感知真实性的关系

三、实证：黑衣壮民族文化旅游真实性研究

广西那坡黑衣壮地区是民族文化旅游发展较为完善的地区，笔者依托其资源丰富的民族文化旅游为基础，以在黑衣壮文化旅游地区采集的调查问卷为基本信息，运用因子分析、层次分析和频数分析等各种科学多元的分析统计方法，对于客体、主体问卷的数据进行了量化的分析，从评价指标体系中的因素入手，高度概括和反映出了各项指标对于民族文化旅游真实性的影响程度，为构建科学的民族文化旅游的发展模式提供了有力的实例论证

（一）基本数据采集

本次统计分析采用问卷调查法，通过向那坡当地居民和专家以及旅客发放调查问卷的方式，获得原始数据。面向的对象主要为那坡原住民和来到那坡进行民族旅游的游客，由于软指标本身具有的较大不稳定性，笔者还邀请了黑衣壮文化研究者、那坡县文化产业办和旅游局的负责人以及黑衣壮文化开发商等群众参与问卷调查。要求受访者结合那坡黑衣壮民族文化旅游开发和发展的实际情况对其民族旅游的真实性或自身体验感受勾选回答。本次调查各发放主、客体问卷200份，其中客体问卷有效回收150份，回收有效率为75%，主体问卷有效回收170份，回收有效率为85%（表2）。

表2: 主体、客体调查问卷发放回收情况

	发放份数。	回收份数。	回收率。
主体问卷。	200 份。	170 份。	85%。
客体问卷。	200 份。	150 份。	75%。

(二) 具体分析方法

本文采用的分析方法有因子分析法、层次分析法和频数分析法。运用因子分析法和频数分析法分别对客体和主体所填问卷得到的原始数据进行分析。因子分析法利用降维的思想,在尽可能不损失或少损失信息的情况下,将众多指标转化为少数几个可以高度概括数据中包含信息的潜在因子的多元统计方法。在客体指标体系中指标数量多,各指标间可能存在相关关系,数据包含的一部分信息可能重复,所以在对客体指标的分析中我们选择使用因子分析法。之后,我们又采用层次分析对所得的主因子的重要性进行比较分析。而在针对旅游调查问卷中有较多的多项选择题,所以本文利用统计软件 SPSS 的多重二分法对答案进行标准记录。

(三) 客体视角下那坡民族文化旅游真实性分析

1. 分析过程

我们应用SPSS18.0统计分析软件中的因子分析法,采用主成分分析法提取公因子,计算出相关系数阵的特征值、贡献率、累计贡献率,因子载荷矩阵,旋转后的因子载荷矩阵等,最终求得综合评价值。具体过程如下。

(1) 利用SPSS18.0对原始数据进行计算,得出关系数矩阵,根据所得的矩阵可知28个指标之间存在较强的相关关系。

(2) 在 SPSS18.0 的运行中,选择以主成分法作为因子提取方法,选定因子提取标准是:特征值 ≥ 1 。如表3所示,有7个满足条件的特征值,他们对样本方差的累计贡献率达到了91.021%,代表了绝大部分信息。这个数据分析结果说明,原指标体系中6个方面的28个指标分别属于7个主因子,7因子结构能够充分反映28个指标所代表的评价信息。

表3: 特征值和方差贡献率

成份	解释的总方差								
	初始特征值			提取平方和载入			旋转平方和载入		
	合计	方差的 %	累积 %	合计	方差的 %	累积 %	合计	方差的 %	累积 %
1	8.356	29.844	29.844	8.356	29.844	29.844	5.790	20.678	20.678
2	5.687	20.309	50.153	5.687	20.309	50.153	3.584	12.802	33.480
3	3.632	12.971	63.125	3.632	12.971	63.125	3.532	12.613	46.092
4	2.935	10.481	73.606	2.935	10.481	73.606	3.524	12.585	58.677
5	1.933	6.902	80.508	1.933	6.902	80.508	3.187	11.383	70.059
6	1.550	5.535	86.044	1.550	5.535	86.044	3.113	11.116	81.176
7	1.394	4.978	91.021	1.394	4.978	91.021	2.757	9.845	91.021
8	.893	3.188	94.210						

9	.701	2.502	96.712						
10	.517	1.847	98.559						
11	.404	1.441	100.000						
12	8.607E-16	3.074E-15	100.000						
13	5.555E-16	1.984E-15	100.000						
14	5.085E-16	1.816E-15	100.000						
15	3.694E-16	1.319E-15	100.000						
16	3.193E-16	1.140E-15	100.000						
17	2.776E-16	9.913E-16	100.000						
18	1.703E-16	6.083E-16	100.000						
19	1.255E-16	4.481E-16	100.000						
20	8.185E-17	2.923E-16	100.000						
21	1.199E-17	4.283E-17	100.000						
22	-1.282E-1 7	-4.577E-1 7	100.000						
23	-5.587E-1 7	-1.995E-1 6	100.000						
24	-1.240E-1 6	-4.430E-1 6	100.000						
25	-1.777E-1 6	-6.345E-1 6	100.000						
26	-2.724E-1 6	-9.728E-1 6	100.000						
27	-3.825E-1 6	-1.366E-1 5	100.000						
28	-4.569E-1 6	-1.632E-1 5	100.000						

(3) 采用主成分分析法计算因子载荷矩阵。同样利用 SPSS18.0 求得初始因子载荷矩阵,从表 4 可以看出,各公共因子的典型代表变量不是很突出,各指标前几个公共因子上均有相当程度的载荷值,难以合理解释其实际意义,所以要进一步进行旋转。选择方差最大化方法进行因子旋转,得到旋转后的因子载荷矩阵(如表 5)。

表 4: 因子载荷矩阵

成份矩阵 ^a							
	成份						
	1	2	3	4	5	6	7
穿戴时间与场所	0.947	0.068	0.022	0.087	-0.208	-0.023	0.065
穿戴人数	0.920	0.086	-0.006	-0.250	0.059	0.042	-0.024
生产原料	0.893	-0.107	-0.058	-0.220	0.245	0.114	-0.167
生产工具	0.806	-0.051	0.073	0.091	0.378	-0.320	-0.067
使用频率	0.769	-0.343	-0.078	-0.291	-0.066	0.338	0.043

当地人参与程度	0.729	0.309	-0.314	0.232	-0.189	0.191	0.201
穿戴者年龄分布	-0.714	0.405	-0.260	-0.112	-0.031	-0.050	0.439
举办时间	0.711	-0.211	-0.148	0.242	0.208	0.371	0.376
举办场所	0.700	0.568	0.022	0.074	0.210	-0.077	-0.296
开展程度	0.584	-0.491	0.304	0.487	-0.125	0.043	0.153
原有用品或工艺品数量	-0.432	0.802	-0.046	0.034	-0.059	0.260	0.035
新制品民族特色	0.331	0.767	-0.213	-0.055	0.272	0.063	-0.330
种类	0.277	0.672	0.159	-0.107	-0.302	0.252	0.406
新加工方法	0.286	0.648	0.206	0.433	-0.331	0.138	-0.223
使用或传承者人数	-0.388	0.626	0.161	0.458	0.316	0.009	-0.007
原有用品及工艺品运用状况	-0.144	0.625	-0.220	0.398	-0.421	0.215	-0.384
新修建筑民族文化元素	0.426	0.593	0.370	0.069	-0.120	-0.327	0.316
原有建筑数量	0.352	-0.249	0.782	0.174	-0.111	-0.342	0.037
原有物保护程度	0.044	0.422	0.725	0.040	-0.248	-0.193	0.093
加工方法	0.392	-0.128	0.578	0.216	0.423	0.270	0.000
展现场所	0.491	0.559	-0.572	0.110	0.250	-0.138	-0.026
盛行程度	0.237	0.319	-0.570	-0.004	0.064	-0.396	0.437
展现时机	0.514	-0.002	-0.540	0.325	-0.254	-0.455	-0.049
开展内容	0.107	-0.428	-0.468	0.427	-0.049	0.381	0.182
制作方法	0.010	0.463	0.188	-0.814	-0.070	0.167	0.026
开展内容	0.470	0.439	0.273	-0.651	0.089	0.076	0.103
使用者年龄分布	-0.279	0.263	0.509	0.544	0.267	0.189	0.152
传承内容	-0.488	0.328	-0.071	0.138	0.706	-0.039	0.159

表 5: 旋转后的因子载荷矩阵

旋转成份矩阵 ^a							
	成份						
	1	2	3	4	5	6	7
生产原料	0.866	-0.304	0.162	-0.107	-0.082	0.048	0.266
生产工具	0.855	-0.032	-0.125	-0.193	0.247	0.248	0.096
穿戴人数	0.761	-0.349	0.304	0.000	0.111	0.187	0.287
穿戴者年龄分布	-0.742	0.414	0.284	0.028	-0.144	0.339	-0.111

穿戴时间与场所	0.622	-0.426	0.041	0.175	0.336	0.261	0.420
加工方法	0.521	0.273	-0.041	-0.141	0.307	-0.479	0.334
传承内容	-0.101	0.890	0.044	-0.129	-0.205	0.107	-0.144
使用或传承人数量	-0.118	0.809	-0.033	0.412	0.146	0.017	-0.129
穿戴者年龄分布	-0.124	0.698	-0.142	0.191	0.371	-0.330	0.167
使用频率	0.516	-0.560	0.185	-0.176	-0.123	-0.076	0.505
制作方法	-0.002	-0.102	0.945	0.031	-0.004	-0.065	-0.193
口味	0.410	-0.089	0.845	-0.034	0.205	0.051	0.017
种类	-0.058	0.032	0.618	0.422	0.362	0.210	0.382
原有用品及工艺品运用状况	-0.161	0.057	-0.063	0.966	-0.088	0.078	-0.094
新加工方法	0.187	0.069	0.033	0.844	0.384	0.013	0.094
原有用品或工艺品数量	-0.361	0.475	0.420	0.596	-0.068	0.077	-0.085
新制品民族特色	0.535	0.289	0.370	0.543	-0.171	0.285	-0.144
原有建筑数量	0.268	-0.157	-0.193	-0.224	0.832	-0.284	-0.023
原有物保护程度	-0.040	0.101	0.272	0.223	0.799	-0.150	-0.141
新修建筑民族文化元素	0.222	0.120	0.318	0.214	0.739	0.366	0.073
盛行程度	0.040	0.074	0.081	-0.047	-0.043	0.896	0.118
展现场所	0.504	0.181	0.101	0.347	-0.220	0.708	0.088
展现时机	0.288	-0.366	-0.434	0.200	0.028	0.698	0.046
举办时间	0.461	-0.050	-0.096	-0.124	-0.040	0.114	0.836
举办场所	0.101	0.202	-0.431	-0.17	0.248	0.163	0.794
开展内容	-0.091	-0.118	-0.481	0.004	-0.390	0.048	0.607
当地人参与程度	0.380	-0.193	0.066	0.410	0.059	0.442	0.583
开展程序	0.328	-0.271	-0.497	-0.126	0.437	-0.173	0.536

根据旋转后的因子载荷矩阵(表5),可将指标集分为7个主因子,第一个主因子在生产原料,生产工具,加工方法,穿戴人数,穿戴者年龄分布,穿戴时间与场所上具有很大的载荷,都与服饰有关,所以定义为服饰真实性;第二主因子在使用频率,传承内容,使用或传承人数量,使用或传承人年龄分布上有较大的载荷,被定义为语言文化真实性;第三主因子在种类,口味,制作方法上具有较大的载荷,将其定义为饮食真实性;第四主因子在原有用品及工艺品数量,原有工艺品及工艺品运用状况,新制品加工方法,新制品民族特色上具有较大载荷,将其定义为工具及工艺品真实性;第五主因子在原有建筑数量,原有物保护程度,新修建筑民族文化元素上载荷较大,定义为建筑古迹真实性;第六主因子在盛行程度,展现

时机, 展现场所上有较大的载荷, 定义为礼俗信仰真实性; 第七主因子在当地人参与程度, 开展内容、举办场所、举办时间, 开展程序具有较大的载荷, 将其定义为节庆真实性。

④利用层次分析法计算权重。为了确定两两主因子的相对重要性, 我们采用了层次分析法。层次分析法 (Analytic Hierarchy Process, 简称 AHP) 是美国运筹学家 T. L. Saaty 教授于上世纪 70 年代初期提出的一种简便、灵活而又实用的多准则决策方法。它把复杂问题分解成组成因素, 并按支配关系形成层次结构, 然后用两两比较的方法确定决策方案的相对重要性。层次分析法在经济、科技、文化、军事、环境乃至社会发展等方面的管理决策中都有广泛的应用。常用来解决诸如综合评价、选择决策方案、估计和预测、投入量的分配等问题。层次分析法具体过程如下:

首先, 建立递阶层次结构。我们已从服饰真实性、语言文化真实性、饮食真实性、工具及工艺品真实性、建筑古迹真实性、礼俗信仰真实性、节庆真实性七方面的综合表现评价民族文化旅游真实性, 并建立了评价指标的层次结构。

其次, 构造两两比较判断矩阵。根据因子分析的结果, 再使用 1-9 的比例标度 (表 6)。

表 6: 标度的意义

1	表示两个元素相比, 具有同样的重要性
3	表示两个元素相比, 一个元素比另一个元素稍微重要
5	表示两个元素相比, 一个元素比另一个元素明显重要
7	表示两个元素相比, 一个元素比另一个元素强烈重要
9	表示两个元素相比, 一个元素比另一个元素极端重要
2, 4, 6, 8 为上述相邻判断的中值	

例如, 如果认为服饰真实性比节庆真实性强烈重要, 它们的比例标度取 6, 而节庆真实性对于服饰真实性的比例标度则取 1/6。对于 7 大主因子来说, 从左到右 (上到下) 对应的元素为服饰真实性、语言文化真实性、饮食真实性、工具及工艺品真实性、建筑古迹真实性、礼俗信仰真实性、节庆真实性, 通过两两比较, 得到两两比较判断矩阵 A: $A = (a_{ij})_{7 \times 7}$

$$\begin{pmatrix} 1 & 2 & 3 & 3 & 4 & 5 & 6 \\ 1/2 & 1 & 2 & 2 & 3 & 4 & 4 \\ 1/3 & 1/2 & 1 & 1 & 2 & 2 & 3 \\ 1/3 & 1/2 & 1 & 1 & 1 & 2 & 2 \\ 1/4 & 1/3 & 1/2 & 1 & 1 & 1 & 1 \\ 1/5 & 1/4 & 1/2 & 1/2 & 1 & 1 & 1 \\ 1/6 & 1/4 & 1/3 & 1/2 & 1 & 1 & 1 \end{pmatrix}$$

判断矩阵 A 具有如下性质: A. $a_{ij} > 0$; B. $a_{ij} = 1/a_{ji}$; C. $a_{ii} = 1$

第三, 由判断矩阵 A 计算比较主因子的相对权重。对于服饰真实性、语言文化真实性、

饮食真实性、工具及工艺品真实性、建筑古迹真实性、礼俗信仰真实性、节庆真实性，通过两两比较得到判断矩阵 A，解特征根问题：

$$A\omega = \lambda_{\max}\omega$$

所得到的 ω 经归一化后作为服饰真实性、语言文化真实性、饮食真实性、工具及工艺品真实性、建筑古迹真实性、礼俗信仰真实性、节庆真实性，在准则 Ck 下的排序权重，这种方法称为计算排序向量的特征根法。

用 Matlab 软件计算特征根方法中的最大特征根 λ_{\max} 和特征向量 w 。相应的 Matlab 程序见附录。

从输出的结果上看，最大特征根 λ_{\max} 为 7.0797 和七大因子的特征向量分别为 -0.7555、-0.4835、-0.2797、-0.2391、-0.1625、-0.1346、-0.1245。对所求的特征向量进行归一化处理后，得到对应的权重分别为 0.3467、0.2218、0.1283、0.1097、0.0746、0.0618、0.0571。

一般地，我们并不要求判断具有这种传递性和一致性，这是由客观事物的复杂性与人的认识的多样性所决定的。但在构造两两判断矩阵时，要求判断大体上的一致是应该的。例如可能会出现甲比乙极端重要，乙比丙极端重要，而丙又比甲极端重要的判断，一般是违反常识的。一个混乱的经不起推敲的判断矩阵有可能导致决策的失误，而且当判断矩阵过于偏离一致性时，用特征根方法计算的排序权重作为决策依据，其可靠程度也值得怀疑。因而必须对判断矩阵的一致性进行检验。

第四，一致性检验。为了特征根方法计算权重的可靠性，我们进行一致性检验。一致性检验的步骤如下：

A. 计算一致性指标 C. I. (Consistency Index)：

$$C.I. = \frac{\lambda_{\max} - n}{n - 1}$$

其中 n 为判断矩阵的阶数；由以上公式可知，将所得的数据对应代入，得到一致性指标 C.I.=0.01328。

B. 查找平均随机一致性指标 R. I. (Random Index)：平均随机一致性指标是多次（500 次以上）重复进行随机判断矩阵特征根计算之后取算术平均得到的。龚木森、许树柏 1986 年得出的 1—15 阶判断矩阵重复计算 1000 次的平均随机一致性指标如表 7：

表 7：平均随机一致性指标

阶数	1	2	3	4	5	6	7	8
R. I.	0	0	0.52	0.89	1.12	1.26	1.36	1.41
阶数	9	10	11	12	13	14	15	
R. I.	1.46	1.49	1.52	1.54	1.56	1.58	1.59	

C. 计算一致性比例 C. R. (Consistency Ratio)：

$$C.R. = \frac{C.I.}{R.I.}$$

当 $C.R. < 0.1$ 时, 一般认为判断矩阵的一致性是可以接受的。否则应该对判断矩阵作出适当的修正。根据上面的说明, 我们就可以计算出一致性比例 $C.R.=0.0098 < 0.1$, 故判断矩阵的一致性是可以接受的。从一致性检验的结果可知, 利用特征根方法计算权重是可靠的。

最后, 构建综合评价模型。根据各个主因子与指标之间的数量关系, 我们可利用以下公式计算各个主因子的得分:

$$F_i = b_{i1}X_1 + b_{i2}X_2 + \dots + b_{i28}X_{28} \quad (1)$$

其中, F_i 为第 i 个主因子的得分, b_{i1}, b_{i2}, \dots 表示 28 个指标在第 i 个主因子上的载荷。再用层次分析法计算出的权重进行加权平均, 得出民族文化旅游真实性综合评价模型如下:

$$F = 0.3467F_1 + 0.2218F_2 + 0.1283F_3 + 0.1097F_4 + 0.0746F_5 + 0.0618F_6 + 0.00571F_7 \quad (2)$$

F 表示民族文化真实性综合得分, $F_1—F_7$ 表示由公式 (1) 计算得到的 7 个主因子得分。 F 值得分越高, 说明民族文化真实度越高。

(2) 基本结论

主成分分析显示, 7 个主因子的方差贡献率分别为 29.844%、20.309%、12.971%、10.481%、6.902%、5.535%、4.978%, 从数据中可以看出服饰、语言及口承文化真实性是影响民族文化真实性的最重要因素, 决定某地区民族文化真实性的最主要方面。服饰具有深刻的民族文化内涵, 有些民族没有文字, 民族服饰的图案就起着记述历史的作用, 所以服饰是游客看到民族文化的非常重要因素。而从我们所得的数据和在那坡所观察到的情况可以知道黑衣壮族服饰的现状是: 穿戴人数少, 穿戴人数大多分布在一些比较守旧的老人及需要进行表演的侗族年轻人, 而其他人在一些比较传统的节日时才身着侗族服饰。在服饰生产的方面, 随着时代的发展, 人们逐渐放弃了效率较低的手动的纺织工具, 而使用速度较快的现代机器进行加工生产, 这样所创造出来的服饰的精细度将大大的降低。语言在旅游中很容易感知到, 是能使游客产生第一印象的民族文化现象, 而根据调查可以知道, 几乎每一个居民人都会说当地的方言, 且在日常生活中都会使用。古语有“民以食为天”, 吃是人生一大乐事, 旅客在旅游时肯定会品尝当地的特色的小吃, 所以饮食对民族文化真实性也有重要的影响。旅游时, 旅客总会希望买一些独一无二具有当地民族文化特色的纪念品, 而不是到处都可以买到的工艺品, 所以工具及工艺品也是影响民族文化旅游真实性的重要因素。而就我到的数据和在调查中看到的一些纪念品, 不难发现, 很多纪念品在其他的旅游景区也可以看到, 当然也有一些侗族特有的纪念品, 比如壮族特色建筑的模型, 图案精美的壮锦等。建筑是文化的传承, 一个地方的建筑可以体现出当地人的生活习俗, 可以让旅客更深入的了解当地生活。而由那坡当地居民反映, 当地的建筑既继承了当地传统建筑的特点, 也添加了城市建筑的特点。虽然礼俗信仰和节庆真实性因子的方差贡献率比较小, 但是可以帮助旅客更加深入的了解当地民族神秘的一面, 进一步了解当地民族风情, 所以这也是民族文化旅游产品真实性影响的重要因素。根据调查得到的资料可以了解到, 在传统节日当天大多数当地人都参加。

层次分析法将定量和定性有机地结合起来，能够正确的反应出在各个主因子在民族文化旅游真实性中所占的比重。层次分析结果表明：服饰真实性、语言文化真实性、饮食真实性、工具及工艺品真实性、建筑古迹真实性、礼俗信仰真实性、节庆真实性的权重分别为 0.3467、0.2218、0.1283、0.1097、0.0746、0.0618、0.0571。权重计算的结果表明，服饰真实性对民族文化旅游真实性的影响权重高达 0.3467，明显高于其他主因子，说明服饰真实性是民族文化旅游真实性最大的影响，故要注重服饰真实性对民族文化旅游真实性的影响，排在第二的语言文化真实性的权重为 0.2218，因此，要次侧重语言文化真实性的影响，虽然其他各主因子的权重所占的比例较少，但其影响也不容忽视，各个主因子从强到弱的排列顺序为服饰真实性>语言文化真实性>饮食真实性>工具及工艺品真实性>建筑古迹真实性>礼俗信仰真实性>节庆真实性，从此顺序看，可见应该从服饰真实性、语言文化真实性、饮食真实性着手，在这些方面加大强度，从而构建更好地保护模式。

(四) 主体视角下那坡民族文化旅游真实性分析

1. 分析过程

本文采用频数分析法对主体原始数据进行分析。由于使用的问卷调查的问题为多选题，本文我们利用数学软件 SPSS 的多重二分法对答案进行标准记录。多重二分法即把本道多选题的每次候选答案均看作一个变量来定义，0 代表没有被选中，1 代表被选中。再用描述统计计算相关的百分比。采用 SPSS18.0 统计分析软件，对原始数据进行原始分析，具体过程如下：

(1) 数据的录入。每个选项看作一个变量来定义，用对理解渠道这个指标而设计的问题进行加以说明。

例：您本次出行前主要通过何种渠道了解那坡黑衣壮相关的信息？

A、旅行社；B、报纸杂志；C、互联网；D、旅游宣传手册；E、电视广播；F、亲朋介绍；G、大型活动或博览会。

本例可设定变量 A1、A2、A3、A4、A5、A6、A7，共 7 个变量，它们分别代表 A、B 到 F 共 7 个备选选项。如果被试者的选择为 ABC，则在 A1、A2、A3 中输入 1，其他变量输入 0。

(2) 计算百分比。完成对录入的数据进行录入处理，再使用 SPSS 中的分析——描述统计——频数分析命令，来对多选题进行频数统计，计算其百分比、有效百分比、累计百分比。分别针对社会特征、旅游需求、理解渠道、旅游行为、期望值、旅游体验、满意度 7 个指标所设的问题进行一一的处理分析。得到的结果如表 8 所示：

表 8：关于问卷数据的频数分析

A1					
		频率	百分比	有效百分比	累积百分比
有效	0	110	64.7	64.7	64.7
	1	60	35.3	35.3	100.0
	合计	170	100.0	100.0	

社会特征通过性别、年龄、职业、月收入、文化程度这5个小指标来反应。由调查中可知,从性别上看,女游客有64.7%,男游客有35.3%,女游客比男游客的比例大,女游客比男游客多;从年龄上看,20~30岁的人占52.9%,30到40岁的占29.4%,40到50岁的占11.8%,20岁到30岁的人占很大的比重;从职业上看,工人占23.5%,农民占5.9%;学生占17.6%,公务员占5.9%,军人占0%;教师占29.4%,其他的占17.7%,教师占最多比重,游客中教师最多;从文化程度看,小学及以下的占0%,初中的占17.6%,高中或中专的占29.4%,大专的占5.9%,本科的占41.2%,研究生的占5.9%,研究生以上的占0%,本科学历的人占稍微大的比重,游客中本科学历的最多;从月收入看,500元以下的占5.9%,500到999元的占17.6%,1000到2999元得占47.1%,3000到4999元的占17.6%,5000到9999元得占5.9%,10000元以上的占5.9%,月收入在1000到2999元的占较大比重,游客中此段收入的人最多。

表9: 理解途径频数分析表

	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7
有效百分比	9.5%	9.5%	19.0%	4.8%	4.8%	57.1%	0%

A1表示旅行社,A2表示报纸杂志,A3表示互联网,A4表示旅游宣传手册,A5表示电视广播,A6表示亲友介绍,A7表示大型活动或博览会,从上表中可以看出,游客了解那坡黑衣壮相关信息是通过旅行社、报纸杂志、互联网、旅游宣传手册、电视广播、亲朋介绍、大型活动或博览会的比例分别为9.5%、9.5%、19.0%、4.8%、4.8%、57.1%、0%,由此可看出,游客来三那坡旅游主要是通过亲朋好友介绍的,其次为互联网的宣传,在大型活动上还存在较大的欠缺。

从数据分析中可以得出,游客选择自助游、跟团旅游、自驾游、其他的比例分别为52.9%、23.5%、41.2%、0%,由此可见,游客更偏向自助游,而跟团旅游这种旅游行为相对减少,导游服务没有发挥很大的作用。

从游客关注要素分布情况来看,游客在出游中最关注的服务要素是住宿、餐饮、交通工具、导游服务、购物、景点安排、娱乐的比例分别为64.7%、52.9%、23.5%、29.4%、5.9%、52.9%、11.8%,游客比较关注的是住宿、景点安排、餐饮,相关人员可在这3个方面着手,更好地为旅客服务,也应该加大在交通工具、导游服务、购物、娱乐方面的关注度,带动其发展。

从调查过程中发现,游客来那坡旅游目的为纯粹的玩、了解当地文化、两者兼有的比例分别为23.5%、29.4%、47.1%,更多的游客既想游玩,又想了解当地的文化。由此可知,很多游客的旅游目的并非单一的,仅仅的娱乐性,或是单一的文化,都不能满足旅游者的需求,因而旅游开发方可以考虑以开发民族文化为主导,同时辅以表演等节目以增加旅游娱乐性。只有兼具多样性的旅游才是最受游客欢迎的旅游。

从数据分析中可看出,游客来那坡之前希望能见到真实文化、风景优美的比例分别为76.5%、23.5%,游客更想见到真实文化,由此我们可以看出,旅游者的旅游目的还是十分明

确的，具有相当的指向性，对于民族文化旅游也有一定的期待。

从调查中也发现，游客觉得在建筑、管理、文化真实度、其他方面需要改进的比例分别为 35.3%、29.4%、47.1%、5.9%。由此可知，游客觉得在建筑、管理、文化真实度都应要改进，而其中，在文化真实性上需要整改所占的比例最高，说明当前那坡民族旅游的发展中，对于民族文化真实性的开发还是欠合理的，那坡民族文化旅游的发展需要建立在继承真实传统的民族文化之上，而去创新。当然，那坡整个民族旅游发展的还不是很完善，建筑、管理等多方面都应重新规划，进行整理和完善。

从游客的期望调查情况来看，游客觉得那坡旅游后与期望值的相符程度是完全没有、有一点、比较多的比例为 11.8%、64.7%、23.5%，由此可得，游客对那坡旅游的满意度还是挺高的，当然，那坡黑衣壮民族文化旅游还有相当大的发展。

(2) 基本结论

从问卷调查、走访以及查阅资料的结果看，在社会特征方面，从性别、年龄、职业、文化程度、月收入角度分别分析可知，女游客比男游客多；从年龄方面，年龄在 20 到 30 岁的人身体好、精力充沛、旅游欲望强等原因使其占据旅游人数的一半，其他年龄段的旅游人数比例较少；而从职业上看，教师的时间安排中有周末和较多的节假日，自由时间较多，在旅游人数中有较多的比例，而军人有固定的时间安排和严格的纪律，出游的人数少之又少；具有本科学历的人更可能会到那坡旅游；在月收入方面，旅游是一种需要花费金钱和时间的行为，只有这两种基本条件同时满足，才会实现，月收入集中在 1000 到 2999 元最可能满足，这部分的人数占总旅游人数的 47.1%，而月收入在 500 元以下的、5000 到 9999 元的以及 10000 元以上的都各占 5.9%，因此，可根据以上的分析，从不同的特征，因地制宜，制定相应的策略。而游客更多的通过亲朋介绍这种理解渠道来了解那坡黑衣壮的相关信息，这可能与游客的信任对象有密切的关系，所以，要加强其他理解渠道的宣传，让更多的游客也能通过其他的渠道了解旅游地点的信息。自助游方便、自由、省钱等原因使得游客更喜欢选择这种旅游行为，故要提高其他的旅游行为的条件，使其更能吸引游客。衣食住行，无论是在平时的生活中，还是在旅途中，都是人们关注的焦点，在出游过程中，游客更关注住宿、餐饮、交通工具，所以，要提高服务质量，以能够满足游客的需求。旅游地点的文化是吸引游客眼球的元素之一，而旅游又是放松心情的方式，更多的游客希望能够见到当地真实的文化，大多游客的旅游需求既为了解当地的文化，又有游玩。在经过旅游体验后，大部分游客对那坡是比较满意，旅游者表现出满意的态度占主导地位，但还是希望在建筑、管理、文化程度上有所改进，总而言之，那坡民族旅游开发中确实存在民族文化流失的情况，那坡的民族文化旅游还有很大的发展空间和前景。

四、研究总结与启示

本研究全面考虑了旅游主体、客体两个方面的因素，基于普遍意义提出和构建民族文化旅游真实性评价体系，同时采用了定性与定量研究方法的结合，探索

性的利用德尔菲法、因子分析法以及层次分析法,较为合理。可见构建的民族文化旅游真实性评价体系是具有一定意义的。但是各区域民族文化各有其特点,其民族文化旅游发展也必然具有不同的特色,因此在实际应用中可能根据不同区域民族文化旅游的特点而有所不同。但是,本研究的主要目的是为民族文化在旅游开发中如何保持优良传统提供一定的理论依据,并达到民族文化旅游可持续发展。于是观之,本研究的基本目的已然达到。

同时,作为一次尝试性研究,主要通过德尔菲法以专家打分的方式获取数据,并在此基础上进行指标的分析,因此带有一定的主观性,与客观实际是否完全一致还需要进一步的验证。同时实证资料主要以广西一地的黑衣壮民族文化旅游为样本,而由于地理条件等不同,不同民族文化有着各自的特色,因而数据资料有限,今后还必须扩大选择样本的范围,方可检验所构建的真实性评价体系是否具有普遍性。

参考文献

- [1] 杨慧,陈志明,张展鸿.旅游、人类学与中国社会[M].昆明:云南大学出版社,2001.
- [2] 张晓萍等.民族旅游的人类学透视——中西旅游人类学研究论丛[M].昆明:云南大学出版社,2004.
- [3] 徐万邦,祁庆福.中国少数民族文化通论[M].北京:中央民族大学出版社,1996.
- [4] 周炳群 主编.中国黑衣壮[M].百色:中共广西百色市委宣传部编印,2003.
- [5] 杨振之.前台、帷幕、后台——民族文化保护与旅游开发的新模式探索[J].民族研究,2006,(2).
- [6] 吴晓山.少数民族节庆旅游中重游者行为研究[J].贵州民族研究,2013,(6).
- [7] 吴晓山.民族文化旅游产品文化失真对消费者行为影响的实证检验[J].统计与决策,2012,(22).
- [8] 吴晓山.旅游者对民族文化旅游真实性的意识与实践[C].中国文化产业评论,2012,第16卷.
- [9] 吴晓山.民族传统节庆文化开发价值的综合评价体系构建[J].商业时代,2012,(17).
- [10] 吴晓山.民族文化旅游产品创新机理研究[J].原生态民族化学刊,2013,(2).
- [11] 吴晓山.民族文化旅游吸引力的评价体系与营造策略研究[J].开发研究,2014,(1).
- [12] 黄颖华,黄福才.旅游者感知价值模型、测度与实证研究[J].旅游学刊,2007,(8).
- [13] 张晓萍.旅游开发中的文化价值 [J].民族艺术研究,2006,(2).

Building and proving an Authenticity Evaluation System for Ethnic Culture Tourism

Wu Xiaoshan

(College of History Culture & Tourism, Guangxi Normal University, Guilin 541001,China)

Abstract: In recent Years the Ethnic Culture Tourism has developed on the fast lane. Though its economic prominence has earned much praise, its cultural authenticity was challenged. To evaluating its culture authenticity, it cannot only stay in qualitative analysis. The quantitative research methods should be combined with scientific evaluation. Basing on the deep understanding of the authenticity of ethnic cultural tourism and using factor analysis, the evaluation system of ethnic cultural authenticity has built up from subjective and objective aspects. It includes six basic indicators. Then it takes Hei Yi Zhuang as an example to inspect such evaluation system.

Keywords: Ethnic Cultural Tourism; authenticity; evaluation system; factor analysis; Hei Yi Zhuang

作者简介:

吴晓山 (1976-) , 男, 汉族, 湖南新化人, 广西师范大学历史文化与旅游学院副教授, 硕士研究生导师, 主要研究方向: 民族文化产业战略与管理, 区域旅游经济与文化。

余阳 (1899-) , 女, 汉族, 广西柳州人, 广西师范大学历史文化与旅游学院硕士研究生。

基金项目:

广西哲学社会科学规划 2013 年度项目“ 旅游产业背景下壮族传统社区文化创新研究” (批准号: 13FMZ004); 广西人文社会发展研究中心“ ‘ 人文强桂’ 社会服务行动工程” 项目“ 旅游产业与广西 ‘ 兴边富民行动’ 互动发展调查研究” (FW2014005) .