

## 少数民族地区经济发展的文化路径研究

马 妮<sup>①</sup>

(中国石油大学—华东 马克思主义学院 山东 青岛 266580)

**摘 要:** 少数民族文化,作为少数民族劳动者价值观念、生活方式、风俗习惯、心理特征、审美情趣等方面的总和,是影响少数民族地区经济发展的重要因素。对于少数民族地区而言,经济发展的文化路径就是对少数民族文化资源进行开发、生产和经营,大力发展少数民族文化产业,实现其经济价值与经济效益,从而更好地保护和发展少数民族文化,并由此带动和促进地方经济社会全面发展。发展少数民族地区文化经济,不仅体现了少数民族文化在少数民族地区经济发展中的重要作用和地位,而且是保护、发展和创新少数民族文化的内生方式与途径。

**关键词:** 少数民族文化 经济发展 文化产业

随着科学文化的发展和社会经济的进步,文化与经济相互制约、相互推动、相互交融的态势日益显著。在现实经济活动中,文化已成为经济发展的深厚底蕴、持久动力,成为影响区域经济发展的巨大力量,从一定意义上讲,现代经济就是“文化经济”。少数民族地区经济要形成特色并健康发展,就必须立足文化和经济的密切联系,挖掘、传承和发展民族地区特色文化,让文化进入市场、形成产业,从而促进区域经济发展,最终实现经济与文化的共赢。

### 一、少数民族地区文化与经济发展的关系

文化的发展与经济有着极为密切的关系。一方面,经济是文化产生和发展的基础,繁荣的经济,能够形成和造就文化的繁荣;落后的经济,则限制文化的发展,文化也往往落后甚至衰亡;另一方面,文化虽然受制于经济发展,但它对经济发展也有能动作用,既可以起先导作用,促进经济改革和发展,也能产生滞后作用,延缓或阻碍经济变革和发展。因此,实现经济和文化二者协调、和谐发展,形成经济社会发展的合力,能够加快推进少数民族地区经济社会发展。

少数民族文化,作为少数民族劳动者价值观念、生活方式、风俗习惯、心理特征、审美情趣等方面的总和,是影响少数民族地区经济发展的重要因素。少数民族文化在少数民族地区经济中的存在和作用现实的,它不仅存在于少数民族地区劳动者的经济意识与经济观念,作用于他们的日常经济行为,而且存在于包含着丰富文化内涵的物质财富和经济成果。文化对少数民族地区经济发展的影响主要体现在两方面:

1. 对少数民族地区经济活动主体的影响。在少数民族地区经济发展过程中,少数民族文化影响着少数民族地区劳动者的价值观念、思维方式和经济活动方式。不同特征的民族文化,孕育着具有不同价值观念、思维方式和经济活动方式的劳动者。比如,在以农耕文化为主要特征的民族文化里,人们敬重土地,崇尚勤劳致富,希望通过“日出而作、日落而归”的劳作换取年年的丰收、安康与幸福,并遵循农业生产的节气来安排自己的生产生活;而在以游牧文化为主要特征的民族文化中,人们则敬畏大自然以及一切生灵,以保护大自然,维护人类、牲畜与大自然之间的和谐统一为不可违背的准则,为此人们愿意选择放弃安定舒适的生活,不断四处迁徙。

<sup>①</sup> 马妮,女,中国石油大学(华东)马克思主义学院马克思主义中国化研究专业2012级博士研究生,中共日照市东港区纪委书记。

2. 对少数民族地区经济活动客体的影响。少数民族文化能够扩大经济活动客体的范围和内 容, 并为原来存在的物质生产或服务增加新的内涵与意义。以少数民族地区旅游景观为例, 游客所游览到的自然或人文景观能够满足他的精神需求, 而在观光的同时, 如果有文化元素的加入, 则能使人获得比单纯通过视觉看到更多的内容和感受。<sup>[1]</sup>例如, 人们在游览云南丽江古城时, 通过导游的介绍和讲解, 不仅可以观赏到古朴秀丽的古城风貌, 还可以了解和感受到古城厚重的历史、独特的文化和淳朴的民风, 如: 纳西古乐、马帮文化等, 从而大大丰富了旅游的内容与内涵。

## 二、少数民族地区发展文化产业的资源基础

### (一) 少数民族文化具有不可比拟的鲜明特征

在我国, 少数民族文化除了具有中华民族文化的一般特征, 如文化的民族性、地域性、阶级性、环境适应性、相对稳定性与变迁性等, 还具有一些鲜明特征:

1. 形态多样性。我国有 55 个少数民族, 每个少数民族都创造了本民族独特的文化, 共同组成了特色鲜明、丰富多彩的少数民族文化资源, 其成就表现在衣食住行、宗教、伦理、哲学、文学、艺术、医药、建筑、服饰、风俗等诸多方面。例如, 少数民族艺术种类繁多, 仅演唱艺术就有蒙古族的长调、维吾尔族的十二木卡姆、哈萨克族的阿肯弹唱、侗族的大歌、回族等民族的花儿、壮族的山歌等几十种。舞蹈艺术有维吾尔族的手鼓舞、蒙古族的安代舞、土家族的八宝铜铃舞、朝鲜族的长鼓舞等数百种。另外, 各少数民族都有代表本民族特色的服饰, 没有哪两个少数民族的传统服饰是完全相同的, 甚至同一民族不同支系之间的服饰也相异甚远。如苗族分为红苗、黑苗、白苗、青苗、花苗五大类, 其中的花苗又包括了大头苗、独角苗、蒙纱苗、花脚苗等, 皆以不同的服饰划分。同时, 不同少数民族服饰中的文化内涵、审美情趣也迥然不同, 如东北的朝鲜族以白为美, 以白为高贵, 而西南的彝族则以黑为美, 以黑为高贵。

2. 分布立体性。占全国人口不到 10% 的 55 个少数民族, 以大杂居、小聚居的格局分布在中国 70% 的疆土上, 且主要分布在中西部地区和边疆地区。伴随着中国地势西北高东南低走势的特征, 少数民族及其文化的分布也呈现出立体性的分布特征。从生产生活方式看, 分布在海拔较低地带的民族, 如傣、水、布依、壮、黎族等, 主要种植水稻, 其文化具有浓郁的稻耕文化特征, 饮食以稻米为主, 水在这些民族的物质和精神文化中居于显要位置, 住房和穿戴体现出适应低海拔热带地区的特征; 而分布在海拔较高地带的藏、珞巴、门巴等少数民族, 主要以种植低温干旱的青稞为主, 兼以放牧牛羊, 其文化具有浓厚的游牧文化特征, 饮食以耐饥寒的青稞面、牛羊肉为主; 山在其物质和精神文化中居于显要位置, 住房及穿戴厚重而保暖, 体现出适应高寒地区的特征。其他少数民族则分布在这两头的中间地带, 内部也呈现出立体性的特征。

3. 认同全民性。民族传统文化不仅表现为一个民族的外在风貌, 而且是它内在的“灵魂”。<sup>[2]</sup>对于民族整体而言, 少数民族文化是一个民族的精神坐标, 是一个民族的价值体系; 对于各个少数民族个体成员而言, 少数民族文化则是其必须遵从的原则、规范和守则。因此, 各少数民族对本民族文化的认同具有全民特征, 尤其是全民信教的民族, 往往以是否信仰本民族的宗教作为衡量一个人是不是自己人的标准。是否信奉某宗教, 是否遵循该种宗教的教规, 成为全民信教的民族内部相互认同的标志。比如, 西藏的藏族全民信仰藏传佛教, 而云南的傣族则全民信仰小乘佛教。正是由于这些少数民族全民信教, 宗教文化也由此影响到其文化的方方面面。

### (二) 少数民族文化资源开发具有比较优势

21 世纪全球化经济结构下, 文化产业已成为极具潜力的主导产业, 并在未来有不可预期的

稳定发展趋势。最为关键的是,全球化与地方化不是互相对立,而是相互依赖发展,越具有地域性、本土性的文化产业,越能突出地方的象征色彩,以其地域性吸引全球观光人潮,带动地方经济发展。<sup>[3]</sup>发展文化产业对少数民族地区经济结构调整、实现农业劳动力转移、增加人民收入都有非常重要的作用。

1. 少数民族文化资源开发投入少、收益大、见效快。少数民族地区经济发展基础薄弱,缺乏资金、人才、技术等,在经济发展的起步阶段一般无法以传统的第一产业或第二产业为龙头,而大多以第三产业为突破口寻求经济的发展。故少数民族地区经济发展在起步阶段大多以特色文化资源的开发为重点,即所谓的“文化搭台,经济唱戏”模式。在文化资源的开发中,由于少数民族文化具有鲜明的民族特征,导致少数民族文化具有独特性,这是其他任何地区和企业都无法拥有和模仿的。因此少数民族地区文化资源的开发多以旅游业的形式,既能满足旅游者所追求的原始、自然、新奇和刺激的需求,而且无须投入较多资金就可以投入运行,投资成本小、收益大、见效快。

2. 少数民族文化资源开发辐射作用好。文化资源与普通自然资源相比,属于无形资产。一方面,这种资源可以重复使用,产生无穷的经济效益;另一方面,少数民族文化不仅可以融合在商品和服务中,而且还可以融合在政府和企业的经济活动及经济理念中。既可以形成文化产业并使文化产业与其他产业紧密联系起来,推动其他相关产业的发展,也可以使经济发展更具有“文化”理念,提升经济发展的质量。如云南楚雄彝族自治州的“火把节”、西双版纳傣族自治州的“泼水节”、德宏傣族景颇族自治州的“目瑙纵歌”、大理白族的“三月街”等民族文化,已经成为广为人知的文化旅游活动,形成了独具特色的少数民族节庆经济。

3. 少数民族文化资源开发是少数民族地区脱贫致富、建设小康社会的最好途径。少数民族地区多属贫困地区,呈现出经济贫困而文化富足的显著特点。随着文化资源的开发,文化产业小散灵、涉及面广、参与面大、投资见效快等特点就能够充分发挥出来,可以加速少数民族贫困地区对歌舞、餐饮、服饰、民俗、民族民间工艺、民族节庆等特色文化资源的开发利用,一村一品、一乡一业、一镇一节的乡村特色区域民族文化产业就能迅速形成特色,大量的农村富余劳动力就能被充分聚合利用起来,最终为少数民族地区贫困人口找到一条脱贫致富奔小康的捷径。近年来,少数民族地区文化旅游的发展,让少数民族群众初步尝到了发展文化经济的甜头,当地干部、群众信心增强,积极性高涨,已形成上下联动、共同参与的可喜局面。

### 三、少数民族地区经济发展的文化路径设计

对于少数民族地区而言,经济发展的文化路径就是对少数民族文化资源进行开发、生产和经营,大力发展少数民族文化产业,实现其经济价值与经济效益,从而更好地保护和发展少数民族文化,并由此带动和促进地方经济社会全面发展。发展少数民族地区文化经济,不仅体现了少数民族文化在少数民族地区经济发展中的重要作用和地位,而且是保护、发展和创新少数民族文化的内生方式与途径。当前,少数民族地区发展文化经济,可以考虑从以下几方面着手:

(一) 解放思想、转换观念,把文化产业作为重要产业乃至支柱产业加以培育与发展。在实际工作中,有的地方政府重视招商引资,而忽视少数民族文化资源的开发及其产业化经营。或者至多是文化搭台,经济唱戏,文化只是一个引子。其实,随着生活水平的不断提高,人们对精神文化产品的消费需求大幅度增长,用于教育、娱乐、旅游等方面的支出大大增加,可以直接拉动经济的增长。目前,部分少数民族地区已经意识到文化对地区经济发展的重要作用。以广西的旅游业为例,2011年旅游总收入突破千亿元,预计达1235亿元,增长28%,2012年

全年接待游客总人数 2.08 亿人次, 同比增长 18.4%, 旅游总收入 1628 亿元, 同比增长 27.4%,<sup>[4]</sup>旅游业已成为广西国民经济的重要支柱产业。又如, 云南省提出: 大力弘扬“云南精神”, 加快民族文化强省建设, 并将其作为今后五年的目标任务写入《政府工作报告》, 这为少数民族文化产业的发展提供了良好的基础条件。因此, 利用文化来发展少数民族地区经济, 关键在于把少数民族文化的开发、保护与发展作为一种产业来抓, 这样才能获得良好的经济效益和社会效益。

(二) 把少数民族文化产品变为商品, 走向大众市场。千百年来, 少数民族创造了颇具经济价值的民俗文化, 比如茶文化、酒文化、饮食文化、工艺文化等等, 这些文化是利用当地特产或生活习俗形成的。过去, 受时代限制、环境局限和文化落后的制约, 少数民族并没有把它们赋予文化内涵, 也没有把它们当奇珍异货赋予商品经济的价值。如民族刺绣、竹木工艺、医药、野味食品的调配制作、烧酒调药的配制等等, 长期自产自销, 没有把它变成商品推向市场。现在, 随着少数民族地区经济、文化、文明建设日新月异, 旅游业和商品经济的不断发展, 少数民族文化产品越来越受到大众的欢迎。应利用文化产品的个性化和特色化来形成市场吸引力, 在不改变文化产品个性化和特色的基础上, 通过融入新的、时尚的元素, 进入大众的生活, 使其由民族的产品转变为大众的产品。这对发展民族文化产业, 具有强大的生命力和竞争力。

(三) 注意塑造文化品牌, 打造名牌少数民族文化产品。在经济全球化和文化多元化的环境中, 一个地区文化产业的发展前景如何, 固然与其自然环境和人文环境等因素密不可分, 但制胜的关键在于能否根据本地实际塑造具有特色的文化品牌。可以说, 文化产品的竞争力、文化产业的竞争力甚至文化竞争力, 最终都体现在文化品牌的竞争力上。为此, 在开发少数民族文化资源时, 也要注意选取内涵丰富又有市场需求的少数民族名牌文化产品, 并着力进行精心培育与开发。要实施精品发展战略, 扶持具有民族特色的原创性作品, 通过提高民族文化品牌的竞争力来提高文化产业竞争力, 带动相关产业发展, 从而最终提高当地的可持续发展力。例如, 广西充分利用“刘三姐”这个艺术形象树起的品牌“刘三姐”, 一些企业以“刘三姐”文化为基础, 开发特色旅游产品, 取得了良好的经济效益与社会效益。<sup>[5]</sup>

(四) 建立多元投资机制, 鼓励社会各界参与文化产业建设。在社会主义市场经济条件下, 少数民族地区文化产业的培育和发展与其他经济产业一样, 也要讲经济效益。有竞争才有效益, 才能推进少数民族文化资源的开发、保护和再创造, 才能营造繁荣的文化市场。为此, 应当建立多元化的投资机制, 鼓励社会各界共同参与少数民族文化产业的投资, 加入竞争行列, 尤其要鼓励本地区一些经营业绩好、市场开拓能力强的民营企业投资文化产业, 加大对文化产业的投入。积极组建和培育文化企业或集团, 运用现代企业的经营理念进行管理, 使之实现规范化发展。也可以采取各种优惠政策和措施, 吸引全国其他地区以及国际市场的资本, 投入少数民族地区文化产业, 从而促进少数民族地区文化产业的发展壮大。

(五) 加强少数民族地区政府的规划、领导和组织作用。文化产业是市场经济发展到一定阶段的产物, 但文化产业赖以生存和发展的市场却不是天然的, 它需要人们不断地培育、不断地开拓。因此, 必须把培育市场、激活消费作为发展文化产业的第一要务, 否则, 一切都只能是空谈。<sup>[6]</sup>发展少数民族文化产业时, 少数民族地区政府要正确发挥整体规划、领导和组织作用。由于少数民族地区很多经济基础较为薄弱, 资金、技术缺乏, 信息相对闭塞, 少数民族文化与经济结合的渠道及方式存在诸多困难, 这就需要各级政府加以引导, 并给予大力支持。要合理利用扶贫基金, 帮助少数民族贫困乡镇开发当地的文化资源, 寻求脱贫致富的新门路; 要在扶贫攻坚的过程中, 通过教育和文化扶贫, 向贫困地区输入新思想、新观念、新知识和技术,

同时,努力挖掘少数民族文化资源,做好文化资源的调查以及文化产业发展的规划,有选择地扶持和培育特色文化产品,并通过市场机制转化为经济优势,使之成为推动经济发展的重要力量。

**[参考文献]**

- [1]甘霖:浪漫选择—民族地区文化经济发展研究,南宁:广西人民出版社,2005。
- [2]邹丽娟:云南少数民族传统哲学与文化解释,贵州民族研究,2007,(5)。
- [3]郭鉴:吾地与吾民—地方文化产业研究,杭州:浙江大学出版社,2008:17。
- [4]广西农业信息网, <http://www.gxny.gov.cn/web/2013-11/400736.htm>
- [5]覃萍:梁培林.解读民族文化品牌—以刘三姐文化品牌为例,广西社会科学,2006,(4):187-190。
- [6]丹增:文化产业发展论,北京:人民出版社,2005:127。