

基于“乡村性”的乡村旅游及其社会意义

李开宇^{1,2}

(1.西安外国语学院 人文地理研究所,陕西 西安 710061;2.中山大学 城市与区域研究中心,广东 广州 510275)

【摘要】目前国内乡村旅游开发中存在的种种问题与对乡村、乡村性的认识的分歧有关。本文结合国内学者对乡村、乡村性概念的认识,提出基于“乡村性”的乡村旅游概念,在此基础上分析了乡村旅游的空间、资源与产品特征,并分析了乡村旅游的供需空间、生态容量、社区管理等方面的特点与乡村旅游开发的社会意义。

【关键词】乡村性;乡村旅游;社区

【中图分类号】F592.3 **【文献标识码】**A **【文章编号】**1004-2768(2005)06-0107-02

一、“乡村性”与乡村旅游的概念

目前国内外学者关于乡村旅游的界定并不完全一致,关于乡村旅游的分歧主要表现在对乡村旅游开发的对象范围的争议,其根源在于对“乡村”这一概念的模糊认识。乡村作为一个有机整体,是一个极其复杂的特大系统,它包含着生态、经济、社会等多方面的极其丰富的内容,在每一个侧面又包括着各种不同的层次和诸多的因素,从职业、生态、场所和地域、社会-文化等方面对乡村的定义,均有其局限性,难以准确把握乡村的本质。

(一)“乡村性”的涵义

一般而言,人们常将乡村与农村并列,认为农村和乡村是与城市在景观上对立的区域空间单元。然而,不仅从产业特征、社区特性或地域空间特征上来看,乡村与农村在概念上还是存在差别的。^[1]在当代乡村已纳入了诸多的城市特征,存在着大量的城乡混合体,简单的将乡村作为城市在景观上对立的区域单元是不严谨的。随着社会生产力的发展,在传统乡村从经济结构、社会构成、聚落形态、乡村文化等多方面出现转型的时期,在难以对乡村从某一个或几个要素方面进行定义时,“乡村”应让位于“乡村性”这一概念。^[2]“乡村性”的概念对我们理解乡村和界定乡村旅游具有重要意义。^[3]

有国内学者通过乡村性与城市性指数的比较^[4]来认识乡村,即在一定地域内考察城乡性质的强弱,乡村性强的地区就是乡村地域。有国外学者利用不同变量指标的统计分析,通过乡村性指数确定乡村发展的水平^[5]来认识乡村。显而易见的是,以上所谓的“乡村性”的概念存在差别,但是它们的共同特征是都在从不同的侧面将所谓“乡村性”指向了有别于城市的、专属于乡村的本质属性。基于此,在本文中的“乡村性”指属于乡村的本质特征

(二)基于“乡村性”的乡村旅游

根据旅游活动是在特定空间对特定对象感知过程这一特

点,笔者认为面向旅游和旅游者的“乡村性”,可以来空间与景观内容两个方面,即通过“乡村性”空间和“乡村性”景观意象来认知。

从空间上来看,“乡村性”空间是城市之外,与乡村社区有密切联系的地域空间单元。它既不同于人口高度密集的城市空间,也有别于人迹罕至的自然空间。在城市—乡村—自然的连续空间中,“乡村性”空间由部分城郊空间、乡村生活社区和主要生产空间、乡村向自然空间延伸空间等组成。从景观上来看,乡村景观主要由乡村聚落形态、乡村建筑和乡村自然与社会文化环境所构成。传统的乡村景观特征表现为粗放的和以农林业景观为主的景观格局,低高度与低密度的聚落空间以及相对封闭的聚落环境与周围环境背景的有机融合构成了乡村景观的主要特色,闲逸的生活节奏与以面对面交流为主的生活方式构成了乡村特有的生活文化景观。“乡村性”景观意象包括乡村景观意象和乡村文化意象两部分。乡村景观意象就是人们对“乡村性”空间中的实物景观的认知印象,是对“乡村性”空间的一种直接性和表层性的认识。乡村文化意象是人们对“乡村性”空间中的文化与文化“氛围”的感知印象,是对“乡村性”空间的间接性和深层性的感知。

从旅游者的感知印象来看,“乡村性”旅游资源由表层和深层两部分构成,其构成包括“乡村性”空间中的自然风景、农业生产活动与产品、聚落、村民农事活动与日常活动等表层资源和“乡村性”空间的景观美学价值、环境生态价值、历史文化价值和地方文化价值等深层资源。旅游者感知的差异性构成“乡村性”的个性特征和乡村旅游资源的多元化,旅游资源的层次性决定了乡村旅游产品的层次性。因此,乡村旅游可以认为是,根据旅游者对“乡村性”空间和“乡村性”意象感知而形成的“乡村性”旅游资源进行开发的基础上,进行旅游活动的一种旅游方式。从共性特征和旅游开发的经济性来看,乡村旅游具有相对确定的空间范围和独特的资源基础。

【收稿日期】2004-07-16

【基金项目】陕西省教育厅专项科研基金资助项目(04JK172)

【作者简介】李开宇(1969-),男,陕西汉中,西安外国语学院人文地理研究所讲师,中山大学城市与区域研究中心博士研究生,研究方向:城市与区域规划、旅游经济。

二、“乡村性”与乡村旅游的空间、资源和产品构成

目前对乡村旅游开发空间的界定有三种:农场、乡村社区以及城市以外的空间。^[56]从“乡村性”空间的组成来分析,以上三种空间界定都有不足。农场的空间范围太狭小,城市以外的空间范围太泛,乡村社区的空间也较为含糊。因此,基于“乡村性”空间的特征,乡村旅游开发的空間指能给旅游者以典型乡村性意象的、以乡村社区为主的“乡村性”空间。

乡村旅游资源在多数情况下是泛指存在于乡村的旅游资源。但是,随着我国乡村的发展和乡村所处的不同发展阶段,存在于乡村的资源可能并不都具有独特的“乡村性”特征。例如,乡村建筑在经济较发达的乡村已具有明显的城市化的特点,传统的建筑景观可能已荡然无存;多数乡村居民的服饰已与城市居民的服饰同化,传统服饰或具有乡村特色的服饰在日常生活中也鲜为多见。这种乡村景观的非“乡村性”使乡村景观的旅游资源意义发生分异,具有吸引力、能成为旅游开发资源的景观必须是具有典型“乡村性”的景观。因此,乡村旅游资源的景观构成是具有显著指向性的,而不能仅仅从存在于某种空间范围内的景观形态来确定。

在我国乡村旅游产品的开发实践中,存在的一个显著误区是忽视乡村旅游的“乡村性”的本质要求,大兴土木,建园造景,破坏乡村原有的良好自然生态环境。乡村旅游产品应该具有乡土性、知识性、娱乐性、参与性、高效益性、低风险性以及能满足游客回归自然的需求性等特点,其“乡村性”本质表现为:(1)农业本质;(2)生态本质;(3)乡村规模本质,乡村规模指的是无论乡村聚落空间、人口规模,还是乡村旅游开发规模、乡村旅游容量都是小规模的。^[7]因此,具有“乡村性”的乡村旅游产品主要包括:(1)展现独特田园风光的乡村旅游产品;(2)以开展各种参与性农事活动和土特产品的产品;(3)具有典型“乡村性”和文化传统的民居建筑、民俗风情的文化旅游产品;(4)具有典型区域文化特征与生态特征的传统农业生产技术类和高新技术类乡村旅游产品;(5)充分利用自然原料和“乡村性”设施开发的乡村度假旅游产品。

三、“乡村性”与乡村旅游的供需空间结构

(一)“乡村性”与乡村旅游的供给空间

可进入性是乡村旅游的关键性制约因素。国内外经验表明,乡村旅游的空间位置,最好是在在两小时车程以内的城市近郊和道路条件良好风景名胜区的周边地带。如果将旅游区与大城市的四种空间关系^[56]和三种主要供给空间结合起来分析,乡村旅游的供给空间实际可以简化为大城市郊区、城市周边地区与远离大城市的地区两类。这两类供给空间各具特色,大城市郊区与城市周边地区具有显著的区位优势,旅游进入性高;而远离大城市的地区距离障碍是最大的不便,克服距离障碍的最主要因素是资源优势——即最大可能的发挥具有典型乡村性和传统文化特色的资源优势。在旅游供给空间的布局上,可结合中国城乡一体化的发展,实施城乡旅游开发一体化战略,构建大区域旅游网络系统,将乡村旅游景区融入到大区域旅游开发体系中,进行高度的协调和整合。

(二)“乡村性”与乡村旅游的需求空间

在多数情况下,“乡村性”空间缺少鲜明、精确的旅游感知意象,表现出较强的认知同一形象;没有典型“乡村性”和高等级质量的传统文化内涵的资源,是不能在地域空间的等级层次中占据有利的认知链位置的,容易产生替代效应,^[9]这就要求乡村旅游开发必须具有资源的空间聚集性和一定的质量等级“门坎”。乡村旅游的区位依附性与较强的认知同一性的特

点,决定了乡村旅游的主要需求空间是以本区域的城市游客为主,区域中心城市的部分外地游客和国外游客是乡村旅游的潜在客源之一。需要注意的是,这部分潜在客源的旅游活动具有大尺度空间旅游的行为特征,对旅游资源的质量等级要求较高,并不是所有的乡村旅游景区都具有吸引这部分客源的资源基础。选择具有良好的区位条件与资源优势的乡村区域,整合传统文化旅游资源,突出“异域性”文化景观特色,才能在实质上形成对国外旅游者的吸引力;对外地游客而言,文化的社会历史“同源性”使具有区域特色的乡村景观才会具有吸引力。

此外,乡村旅游市场还有一个重要的,但目前被忽视的客源——乡村游客。原因有二:其一,随着我国乡村经济的发展和人民生活水平的提高,乡村居民的日常游憩与旅游需求显著提高,目前国内关于乡村游客的调查显示,2002年全国农村农民旅游总人次达4.93亿人次,出游率为52.8%,总旅游花费为1030.27亿元,因此乡村游客不容忽视;其二,乡村居民的人均收入水平目前还较低,以满足其日常游憩与旅游需求的短程旅游活动具有较广泛的适应性和实现性,而乡村旅游符合这种需求的特征。

综上所述,对于多数乡村旅游景区来看,主要的需求空间是本区域城市居民和乡村居民;对于具有最典型的乡村景观的景区来看,需求空间应包括本区域城市居民、乡村居民和外地游客及国外游客四部分,外地游客和国外游客也是其应积极拓展的市场空间。

四、“乡村性”与乡村旅游社区

“乡村性”空间与城市空间中的社会交往与交换模式不同。在“乡村性”空间的社会交往与交换关系具有强烈的血缘、亲缘、地缘倾向,是按“差序格局”构成的一个同心圆式的网络性关系。而乡村旅游活动的实质是景区内居民构成的网络内部与旅游者构成的网络外部之间交往与交换的非网络关系。此外,“乡村性”空间在地理空间上具有相对独立性,外界干扰小,社区景观与客源地(城市)景观的差异显著,社区环境、社会、经济功能简单,社区居民与旅游者的行为规律也易了解,具有开展乡村社区旅游的基础。因此,乡村旅游本质上具有社区旅游的特征。

在乡村社区参与旅游开发中,需要注意以下几个问题:(1)注意全过程参与和广泛参与的结合;(2)在积极鼓励当地居民参与旅游开发中,要切实保障当地居民利益,并逐步完善利益分配机制;(3)乡村旅游开发应以当地社区的价值观和文化为基础,充分重视对当地社会文化景观的保护;(4)要建立适当的社区参与旅游开发的风险规避机制,注意当地居民参与的适当程度。

五、“乡村性”与乡村旅游的容量

乡村旅游的“乡村性”本质决定了乡村旅游具有生态旅游的特征,较为严格的旅游容量是其必然要求。乡村旅游的容量需要根据乡村的旅游接待能力、基础设施的容量、生活活动容量、民俗文化容量等多方面因素的评价来确定。现代乡村旅游,需要实现生态与文化的结合,农业与科技的结合。要在保护好原有自然生态环境的基础上,系统、深入地发掘当地的民俗文化和风土人情,并通过引进现代农业科技,提高旅游产品的科技含量,提高旅游开发与旅游行为的生态内涵。

六、“乡村性”与乡村旅游的社会意义

在我国城市发展过程中,协调城市发展与城市历史文化景观保护的关系一直是一个突出问题,乡村的发展同样面临乡村发展与乡村历史文化景观保护的关系。(下转第169页)

例远低于世界平均水平。这说明我国财政教育经费在基础教育和高等教育之间的配置不尽合理。高等教育产业化后,我国财政性教育经费支出可以主要用于基础教育事业。这样就可以改进国家财政性教育经费的配置效率,可以缓解我国基础教育所面临的经费紧张问题。这将有助于我国经济的长远发展。

(二)可以提高我国高等教育现有资源的利用效率

目前我国高等教育的资源没有得到充分有效的利用。专业重复建设,师生比例偏高等现象都是我国高等教育资源的配置不佳的表现。20世纪90年代初的一项研究就显示了哈尔滨工业大学和美国加州洛杉矶分校之间的对比,两校教师数量相仿,均为1300人,职工人数哈工大3200人,洛杉矶分校1600人,学校建筑面积哈工大65万平方米,洛杉矶分校25万平方米,藏书量哈工大65万册,洛杉矶分校70万册,哈工大年招生量仅4000人(含研究生200人),洛杉矶分校则招生25000人(含研究生8000人)。这些年来尤其是1999年扩招后,哈工大招生的数量上有了很大的增长,但如果与洛杉矶分校对比,其差距和潜力仍将显而易见。因此,在高等教育产业化后,高等教育的资源将通过市场来配置。这将改进我国高等教育资源的配置效率。

五、高等教育产业化发展有助于高等教育更好地适应劳动力市场的需要和成为我国经济的新增长点

高等教育的一大特点是它具有较强的应用性,因此,高等教育应当与劳动力市场的需求相适应。目前我国高等院校的毕

业生就业市场呈现出某种类似于“蛛网效应”的特征,主要表现为当前热门专业的毕业生供不应求,而过去一度成为热门专业的毕业生供大于求。出现这一状况的直接原因在于相当一部分高等院校在专业设置和招生上存在着“赶时髦”的短期行为。而更深层次的原因在于在传统的高等教育体制下,国家教育部门和各高等院校之间的委托——代理关系无法得到有效的实施。而高等教育产业化有助于这一问题的解决。如同市场经济中的企业一样,产业化的高等院校将面临着优胜劣汰的挑战。

只有那些适应劳动力市场需求的高等院校才会获得良好的声誉,在市场中生存并得到发展。自SCHULTZ(1961)以来的大量研究告诉我们,经济发展的关键因素是人力资源,进入知识经济时代后更是如此。而与劳动力市场需求相适应的高等教育产业化也有助于我们整个国民经济的发展。

1997年以来,我国进入了需求约束型经济时代。在收入持续增长的同时,居民消费增长却趋于停滞。目前,寻找新的经济增长点已经成为保证我国经济持续快速增长的首要任务。高等教育产业化可以提高居民对教育的消费,促进我国消费增长,并通过乘数效应,带动我国整个国民经济的快速增长。

【参考文献】

- [1] 王兴成.知识经济[M].北京:中国经济出版社,1999.
 - [2] 罗肇鸿.高科技与产业结构升级[M].上海:上海远东出版社,1998.
- (责任编辑:X 校对:Q)

(上接第108页)实践证明,只有在确定合理的开发规模与模式的前提下,将历史文化景观作为资源合理利用,通过旅游开发来促进发展与历史文化景观的保护是一条有效的途径。

乡村旅游与农村经济互动持续发展,对解决我国某些地区目前面临的“三农”问题和全面建设小康社会,具有较强的现实意义和参考价值。旅游业发展的规律是前期高投入、低产出,中期高投入、高产出,后期低投入、高产出。贫困地区乡村旅游业发展多处于起步阶段,激活投资、加大投入是关键。因此,我国各级政府在农村旅游决策规划、资金投入、技术等方面应给予扶持。

乡村聚落中的公共空间是村民参与乡村文化建设的重要场所,也是乡村旅游活动的主要场所之一。在中国社会经济转型时期,随着乡村社会生活的深刻变化,乡村公共空间也在发生变化。^[10]通过乡村旅游的开发,促进乡村公共空间建设,是实现乡村经济、社会与文化共同发展,提高乡村居民生活质量和建设小康乡村社区的重要方法。

通过乡村旅游,促进城乡之间的物质和文化交流,促进城乡差别缩小,从而达到城市带动农村的目的;通过城乡旅游地域空间体系的建立与统一规划,促进城乡旅游协调发展;通过城市空间的发展与乡村城市化的发展以及在此基础上导致的乡村旅游游客与旅游地的更新,随着“乡村^[11]乡村城市化

的过程,^[11]促进城乡一体化的发展。

【参考文献】

- [1] 王浩钢.农村、乡村概念比较的社会学意义[J].学术论坛,2001,(2).
- [2] 张小林.乡村概念辨析[J].地理学报,1998,(4).
- [3] 何景明.国外乡村旅游研究述评[J].旅游学刊,2003,(1).
- [4] 王云才.21世纪我国乡村发展的八大趋势[J].广西经济管理干部学院学报,2000,(2).
- [5] 杨雁.中外乡村旅游发展的现状对比[J].兰州学刊,2003,(3).
- [6] 王兵.从中外乡村旅游的现状对比看我国乡村旅游的未来[J].旅游学刊,1999,(2).
- [7] John Swarbrooke.景点开发与管理[M].张文等译.北京:中国旅游出版社,2001.
- [8] 牛亚非.旅游供给与需求的空间关系研究[J].地理学报,1996,(1).
- [9] 李蕾蕾.旅游目的地形象的空间认知过程与规律[J].地理科学,2000,(6).
- [10] 周尚意,龙君.乡村公共空间与乡村文化建设——以河北唐山乡村公共空间为例[J].河北学刊,2003,(2).
- [11] 陈绍友.发展乡村旅游与重庆大城市带大农村战略[J].重庆师范学院学报(自然科学版),2003,(1).

(责任编辑:X 校对:T)