

## 从“乡土情结”角度谈乡村旅游开发

黄 洁

(复旦大学旅游学系, 上海, 200433)

**摘 要:**“情结”是引发乡村旅游者的根本动机, 具体表现在中国人身上就是“土地情结”和“家情结”, 它们共同对乡村旅游需求市场和旅游供给提出了相应的要求。研究情结理论, 对乡村旅游的开发规划以及整合营销具有一定的启发价值。

**关键词:** 乡村旅游; 旅游动机; 土地情结; 家情结

**中图分类号:** F590 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-778X (2003) 05-0024-03

### Soil Complex, Family Complex and Agritourism Development

HUANG Jie

(Department of Tourism, Fudan University, Shanghai, 200433, China)

**Abstract:** The Complex has induced the initial motivation of Agritourists. In China, it is embodied by Soil Complex and Family Complex which propose new demands for the market and supply of Agritourism. Study of the Complex theory will be of enlightening significance to the development and plan of Agritourism and marketing integration.

**Key words:** Agritourism; tourism motivation; Soil Complex; Family Complex

#### “乡土情结”是乡村旅游需求的根本动机

“乡村旅游”是在人类环境保护意识增强的时代背景下产生的。工业革命在给人类带来丰富的物质享受的同时, 也使城市失去了人类不可或缺的自然环境。于是, 人类在迷惘、失落之中对自己原始家园的爱护与珍惜之情油然而生, 保护生态平衡成为人类的共识。[1] (P43) 乡村旅游正是在人类意识到人类环境恶化将使人类失去栖息地之后, 开始成为城市居民青睐和追求的方向, 它切合了近几年兴起的“生态旅游”、“绿色旅游”以及“可持续发展”的巨大潮流, 具有不可抵御的独特魅力。

乡村旅游的兴起和发展原因固然有消费引导和旅游者从众心理的因素, 但其根本动机是人类对自然的一种回归, 是人类从心理上否定了逃离自然的行为后所产生的寻求心灵归宿的特殊情结。人类用

了很长时间完成了从乡村到城市这一逃离自然的过程, 但可悲的是人们发现自己借以征服自然的理性世界正逐步凸现对人的心理及生产力产生束缚的反作用力。[1] (P100) 因而, 在生态主义与环境保护观念的催动下, “深蓝运动”, “反城市化”浪潮悄然兴起, 城市生态化、乡村化趋势逐渐鲜明, 而离开拥挤、喧闹的居住环境, 回归原始的精神家园, 前往乡村去旅游成为了后现代社会中的又一追求。这种现象说明, 当人类经历了逃离自然的过程后, 希望能够进入一种“返璞归真”的状态是人性的本能。那么这种自然回归的情结又是如何产生的呢?

根据心理学家荣格的“情结理论”, 可知导致人形成情结的真正原因是“集体无意识”。荣格认为人的心理是通过进化预先确定的, 个人因而总是和往昔联系在一起, 不仅与自己的童年往昔, 更重要的是与种族的往昔联结, 甚至在那以前还有与有机

收稿日期: 2003-05-26

作者简介: 黄洁 (1979-), 女, 浙江金华人, 复旦大学旅游学系硕士研究生, 主要从事旅游社会学和旅游心理学研究。

界进化的漫长过程联结在一起。如此联结的结果就是“集体无意识”，这是一种“人从他的祖先那儿继承来的意象”，亦即是一种种族化的原始意象。[2] (P2) 而中国人的“乡土情结”正是中华民族的集体无意识在个体心理上的表现。

中国的传统文化在其本性上是乡村文化类型，中国人的乡土情结正是在这样一个传统文化背景下造成的一种心理定势、行为准则和精神信仰。它不仅体现在今天的乡村人身上，同时也潜伏在上一代、这一代以及下一代中国人身上。殊不知正是由于这种人类所共有的强烈的原始意象的客观存在，以及由此产生的“乡土情结”才是中国乡村旅游市场得以发展的根本原因。只不过中国城市人在近代化商品经济入侵后，尤其在 20 世纪 80 年代加快城市化进程后，对“乡村旅游”这一“舶来概念”更多的是从经济、环境的角度来进行分析而忽略了文化心理因素。

“乡土情结”究其内容包含两方面：一是“土地情结”；二是“家情结”。

“土地情结”在中国人身上体现得尤其明显，追寻中国人的往昔，我们会发现乡村人与他们耕作的庄稼一样，深深根植于土地之上，这并非一般意义上的依附土地，而是与土地有着生命之源式的关联。由于当时生产力十分低下，这种对土地的亲缘情感不仅仅局限于土地这个对象本身，而是扩展到了整个自然界。在远古的乡村人看来，自然界是一个充满神秘色彩，让人敬畏的世界，由此产生了对自然界的崇拜之情和“天人合一”的观念。后来随着城市的形成和发展，越来越多的乡村人迁移到城市，居住在“第二自然”中。城市人开始把土地和空间仅仅作为居住、加工和交换的场所，不再直接利用自然、接触自然，城市生存演变成为一种相对于乡村自然生存的“人为生存”。20 世纪后半叶，随着现代化城市进程的加快，开始出现了种种城市生存危机，于是城市人一方面开始修复城市生存，力图把城市变成具有乡村化自然的生存环境，另一方面，希望通过参加乡村旅游暂时逃离喧嚣的生活环境，寻求一种回归自然的感觉，以满足自己对土地、对自然的特殊情结。

再来看“家情结”，中国人是最有家庭观念，最爱家，最具家族意识的民族，而最典型的代表着中华民族家庭文化的是汉民族的家庭及家族观念。汉民族是一个较早采用田间耕作的农业定居民族，这种安定的农耕生存使汉民族始终生活在固定的地域和固定的血缘关系中。由此使得地缘组织和血缘组织相互重叠的地域观念和血缘观念融合生长，形成了以家庭血缘为内核，以固定地域为形式的家乡观念，不管漂泊到何处，家乡山水、家族至亲总是每个中国人魂牵梦绕的对象，地域文化在每个人身上都留下了深深的烙印。

### “乡土情结”对乡村旅游需求的市场影响

乡村旅游是以农业文化景观、农业生存环境、

农事生产活动以及传统的民族习俗为资源，融观赏、考察、学习、参与、娱乐、购物、度假于一体的旅游活动。[3]

从“乡土情结”角度来看，观赏田园风光、体验乡村野趣是城市人选择乡村旅游的基本需求，他们几乎都有了解自己祖先生活和追缅往昔的潜在动机，希望通过对农村、农事和大自然的基本了解以求扩大知识视野、陶冶情操和释怀情感。但城市居民对农业自然景观和农业文化景观的选择倾向又会表现出差异性，单纯的以自然田园风光为主的观光方式，是无法满足乡村旅游市场的需求的，因此，必须对乡村旅游市场进行细分。

#### 1. “土地情结”驱动下的乡村旅游细分市场

前文已经指出，人类对土地的情结已超越了土地本身，扩展到对整个自然界，因此，从广义上来讲，“土地情结”是指对乡村自然生态环境下的“第一自然”的情结。在这一情结驱动下的乡村旅游细分市场主要有二种：工薪阶层周末度假市场和学生修学市场。据北京、上海、南京等市民出行意向显示，领略田园风光是出行的首选动机，因为乡村在选址上讲究因借自然，[5] 地景比较丰富，人化的自然于自然本身处于一种和谐的生态平衡，清新的空气、安静的环境、空旷的田野和绿色环境组成的大自然氛围对久居喧嚣都市的市民来说是非常有吸引力的。他们希望能够体验到与城市生活截然不同的乡村生活，贴近自然与泥土、感受淳朴、恬静与悠闲，领略乡村的自然美和田园美。在观光的同时，他们还希望能亲近原始的劳作形态，品尝土生的农副产品，感受古朴的民风民俗，从而了解自己祖先的生活方式。所以针对这一市场群体的需求，应开发包括观光、考察、参与、娱乐、购物等在内的多功能复合型旅游活动。乡村旅游重在体验，要满足游客在主体行为上具有很大程度的参与性特点。对于城市学生而言，乡村还是一个接触自然、认识自然、认识人类进步的历史的大课堂，所以乡村旅游还要针对性地开发修学需求地旅游项目，做到寓教育于审美，寓教育于娱乐。

#### 2. “家情结”驱动下的乡村旅游细分市场

对于“家”，我们不能把它仅仅理解为狭隘的家庭观念，而应是一个宽泛的概念，“家情结”的实质是一种对同源性地域文化的认同。另外，“第二家乡观念”也值得引起我们的关注，因为在“家情结”的影响下，人们往往还会对自己曾经生活过、工作过的土地产生一种特殊情感。所以在“家情结”驱动下的乡村旅游细分市场主要有两种：中老年市场和知青市场。在中国，商业意义上的城市还只有十分年轻的历史，城市中的绝大部分居民，尤其是中老年人大都来自农村，他们对农村有一种特殊的情结，各个阶层的人都与农村、农民发生直接或者间接的关系。而知青市场则是对 20 世纪 60 年代以来“上山下乡”、“干部下乡劳动”、“五七道路”等历史事件所形成的潜在旅游市场的统称。[6] 现在，那些有幸回城的知青也已步入中年，他们不断地怀念

往昔,关注曾经洒下汗水的“第二家乡”的发展。这一市场群体在怀念清新的空气,绿色的田野的同时,更希望了解当地农业发展的状况,参观现代农业庄园的旅游项目和寻找当年的乡村建筑,感受古朴的民风民俗,唤起他们美好的回忆。

### “乡土情结”对乡村旅游开发的启示

既然“乡土情结”在深层次上影响了乡村旅游需求的形式,那么它也必将对乡村旅游的供给提出内在的要求,因此我们在开发乡村旅游的过程中,必须澄清几个认识:

#### 1. 乡村审美活动不等于乡村生存

乡村旅游是一种满足精神需求的文化活动和审美活动,这种“返回乡村”的现象,其实质是一种更高的城市化生存趋向,而绝非乡村人的自然生存。对于城市人来说,乡村仅仅是他们的消费和享受之地,而非生存的来源,他们只是用乡村的一部分自然来代替和弥补城市生存的不足,这是城市生存的审美化,而非乡村生存。所以在开发乡村旅游的过程中要十分注意旅游环境和接待旅游设施的卫生标准、配套设施的完善和服务水平。虽然旅游者通过实物实地来了解往昔,体验农家生活,但这并不等于说不要开发,越原始越好。如果不注重旅游接待设施建设又如何满足旅游者的审美需求、卫生需求?面对纷至沓来的城市旅游者,不住重乡村旅游环境的规划,又怎么去实现可持续性发展呢?

#### 2. 文化载体不等于文化内核

越来越多的乡村旅游开发者认识到乡村旅游的经济效益和内在的文化品味是成正比的,只有注重乡村文化内涵的挖掘才可能提高乡村旅游的附加值。但是由于乡村文化和城市文化价值观的分歧,导致了文化观察、文化理解上的偏差,在开发过程中,重文化载体、轻文化内核,重有形文化、轻无形文化的现象比比皆是,主要集中表现在各种类型的休闲农场和观光果园等项目上,通常忽视了乡村文化传统和民风民俗资源的开发。不过让乡村人从自己的视野来理解自己的文化确实会“不识庐山真面目”,有些勉为其难,因为世代代的生活环境,使得他们永远停留在“生存”角度来理解乡村文化,而无法着眼于城市人的“休闲”角度,尽管他们也试图这么去做。但这种认识观念的转变不是内生的,它需要一定的外在力量。为此,乡村旅游的开发工作不能小觑,一定要先规划后实施,一定要请专家做,不能自行盲目开发,否则容易造成建设性的破坏。只有高立意、高起点才能最大限度地保护人类的“第一自然”,实现乡村的可持续性发展。

### 3. 崇尚现代不等同于抛弃传统

城市文化和乡村文化的另一重大区别在于科学主义和传统主义的对立。城市人崇尚科学,热衷于追求新的真理,敢于抛弃过时的传统,因而乡村旅游开发过程中要抛弃那些愚昧、落后的文化,发扬那些健康向上,富有地方民族特色的传统文化,形成以地域乡土文化为核心的高品质旅游产品。当然我们在注重科学精神的同时,应该始终把握乡村旅游消费需求的实质,确保乡村旅游产品的乡土气息。任何乡村旅游活动的开展都必须维护乡村的自然状态,切不可引人与该地传统文化不和谐的“异域文化”,如在古村落中修建星级宾馆,将有特色的传统民居拆迁,整修成洋房,又如在乡村民俗活动中加入KTV等现代化的项目等。这些必然会导致乡土气息的浓郁性和真实性受到破坏,甚至消失,从而也就从根本上破了乡村的旅游资源,断了自身发展的道路。

综上所述,乡村旅游的心理实质是对特定地域的向往,是对与自己的往昔存在必然关联的地域文化的一种特殊情感。乡村旅游开发成败关键在于是否和生态旅游、文化旅游相结合。在这方面,波兰的“乡村一生态”模式和匈牙利的“乡村一文化”模式为我们提供了借鉴意义。[7]而笔者认为在中国这样一个有着深厚“乡土情结”的国度里,应该把由“乡土情结”支配下的生态旅游、文化旅游这两方面内容和乡村旅游紧密结合起来,相互补充、相互融合,走“乡村一生态一文化”模式,以满足中国旅游者深层次的需要,从而推动我国乡村旅游事业的健康、持续发展。

#### 参考文献:

- [1] 任平.时尚与冲突——城市文化结构与功能新论[M].南京:东南大学出版社,2000.
- [2] 常若松.人类的心灵神话:荣格的心理学分析[M].香港:果实出版社,2000.
- [3] 明庆忠,李松志.论乡村旅游的概念和类型[J].旅游科学,2001,(3).
- [4] 潘秋玲.现阶段我国乡村旅游产品的供需特征及开发[J].地域研究与开发,1999,(2).
- [5] 熊凯.乡村意象与乡村旅游开发刍议[J].桂林旅游高等专科学校学报,1999,(3).
- [6] 谢彦君.以旅游城市作为旅游客源市场的乡村开发[J].财经问题研究,1999,(10).
- [7] 王兵.从中外乡村旅游的对比看我国乡村旅游的未来[J].旅游学刊,1999,(2).

(责任编辑 甘万莲)