

论和谐旅游目标下乡村旅游文化的挖掘

梁 滨 (湖北经济学院 旅游与酒店管理学院,湖北 武汉 430205)

摘 要:在新农村建设背景下,“2007 中国和谐城乡游”和“2006 中国乡村游”两大旅游主题催热乡村旅游。乡村旅游的本质是和谐,和谐旅游是乡村旅游的发展目标。文化和谐掣肘是乡村旅游和谐发展的硬伤,缺乏文化内涵的乡村旅游现状成为和谐旅游可持续发展的瓶颈。本文探讨在和谐旅游目标下,挖掘乡村旅游文化的相关思路。

关键词:乡村旅游;和谐旅游;乡村旅游文化;和谐城乡游

中图分类号:F590.7;G127 **文献标识码:**A **文章编号:**1672-626X(2007)02-0112-04

一、和谐旅游是乡村旅游的发展目标

构建和谐社会是当今中国“又好又快”发展目标的重中之重。和谐发展推动和谐社会建设。作为世界第一产业的旅游业,其发展程度对一国经济、社会的影响力显而易见,这是由旅游业巨大的乘数效应决定的。在中国,大力发展和谐旅游是构建和谐社会的有效途径。旅游的本质是和谐,和谐旅游就是“通过对旅游资源的和谐利用和旅游主客体之间的和谐运行,最终实现旅游的和谐价值及和谐目标”。^[1]和谐旅游由三方面组成,即人与自然之间的和谐(自然和谐)、人与人之间的和谐(社会和谐)以及人与文化、不同文化之间的和谐(文化和谐)。乡村旅游是通过人与自然、人与人以及人与文化的互动实现和谐的一种途径。乡村旅游是“让城镇居民为主的旅游者欣赏田园风光、体验农家生活、感受乡土文化、品尝乡村美食并从中获得愉悦的娱乐和审美活动”。^[2]乡村旅游的主体是城镇居民,因而乡村旅游比任何一种旅游形式更能体现城乡居民之间在旅游活动中是否和谐的相互关系。此外,人与自然的和谐状况、人与文化以及文化之间的和谐程度既显现乡村旅游的品质,也衡量乡村旅游可持续发展的潜力。在全社会注重和谐发展的新形势下,旅游业也要注重和谐发展,和谐旅游也应是我国乡村旅游的发展目标。

在 2006 年我国各地区旅游经济实践中,大力发展乡村旅游已经成为各地落实构建和谐社会的有效途径。国家旅游局和各级旅游部门采取有效措施,积极推出多种乡村旅游产品,加大宣传促销力度。各地发挥资源优势,将传统的乡村旅游资源和新开发的乡村旅游项目优化组合,推出各种乡村旅游活动,极大地促进了乡村旅游的推广。以 2006 年国庆黄金周为例,据国家旅游局信息中心公布的数据显示,“十一”期间,全国城市居民出游选择农村旅游的约占到 70%,形成了大约 7000 万人次规模的农村旅游市场。北京、四川、贵州、浙江、江苏等农村旅游较发达地区,很多农民家庭仅一个黄金周的旅游纯收入就达万元。^[3]在地区旅游经济飞速发展的过程中,人与自然、人与人以及人与文化之间的和谐受到不同程度的挑战。例如,在乡村旅游发展进程中,人对自然的破坏性开发、以城镇居民为主的旅游者与乡村旅游目的地当地居民之间的异质文化冲突以及游客与当地旅游业经营者共同践踏原生态乡村旅游文化所造成的一系列“不和谐”的现实问题已经威胁到和谐旅游目标的实现。文化是乡村旅游的灵魂,文化和谐与否正是决定乡村旅游能否和谐发展的关键所在。

二、文化和谐掣肘是乡村旅游和谐发展的硬伤 在发展和谐旅游过程中,自然和谐、社会和谐

收稿日期:2007-02-22

作者简介:梁滨(1968-),男,江苏南京人,湖北经济学院旅游与酒店管理学院教师,经济学硕士,主要从事区域经济、旅游经济研究。

得到地方政府的日益关注,而文化和谐则受到不同程度的忽视。从我国乡村旅游存在的实际问题来看,主要表现为不注重乡村旅游文化培育和挖掘。正如一位学者所言:“当前旅游界的一个突出问题是片面追求旅游业的经济效益,旅游的文化熏陶功能被忽视了”。^[4]

从总体上看,目前我国乡村旅游多半停留在粗放式格局,多数乡村旅游产品存在片面强调乡村自然资源的开发,忽视本地乡土文化内涵挖掘利用的现象。所推出的乡村旅游服务项目,往往停留在提供餐饮和食宿的低层次服务上,对于乡村文化传统和乡土民俗资源的挖掘十分不够。当前乡村旅游的形式仍以传统的“吃农家饭、住农家屋、学农家活、享农家乐”的“农家乐”旅游产品为主,不注重乡村旅游文化的深度挖掘,缺乏乡村旅游可持续发展的根基。“农家乐”旅游项目文化底蕴不足,缺少休闲文化气息。有些地方的农家乐简单模仿、生搬硬套,忽视当地旅游资源优势和风土人情特色,搞得不伦不类。各地千篇一律,难以满足多层次游客的需求,成为一种粗放式、低层次的乡村旅游。有些地方甚至采取一些低级庸俗的形式吸引游客,远远偏离新农村建设的精神内涵。乡村旅游由当前的粗放式向精细型转变的前提是充分挖掘文化内涵,提升其吸引价值,以实现乡村旅游的可持续发展。

国家旅游局局长邵琪伟指出,“乡村传统文化是乡村旅游的灵魂。要深入挖掘优秀的民族民俗文化,不断提升乡村传统文化的魅力和旅游吸引力,推进乡村传统文化的产品化,变文化优势和资源优势为经济优势。同时,注重对乡村传统文化的保护,在实践中摸索继承和发扬乡村优秀传统文化的新路子,使乡村旅游成为弘扬优秀乡村传统文化的重要渠道。要防止将优秀的传统乡村文化庸俗化”。^[5]文化不和谐是乡村旅游实现和谐旅游目标的硬伤。综观我国乡村旅游经济现状,这种文化和谐掣肘主要表现在以下三方面:

(一)现代旅游主体与传统旅游文化之间的不和谐

“人类生存和文化孕育离不开自然环境,但是自然环境与人的活动并不是单向的。文化的基本特征固然受制于外部的自然环境,但也离不开人类社会内部各种因素的相互作用。旅游文化也是如此。”^[6]乡村旅游的主体是城镇居民,从整体上来看,我国的乡村旅游者缺乏旅游文化意识。其出游动机简单

地停留在消遣、热闹、美食等表层方面,乡村旅游中文化消费动机淡薄。乡村旅游文化消费动机源于旅游者追求精神享受和发展需要的文化需求,这种需求在我国社会主义初级阶段伴随着城镇居民物质生活水平提高而逐步增强,但目前阶段总体而言依然表现为乡村旅游的文化需求偏弱,追求观光、美食等感官需求动机仍然占据主导地位。一些有着浓重民族、民俗历史文化的乡村旅游地以其极为古老、传统的文化特色作为吸引游客的乡村旅游资源,但由于游客旅游文化意识不足,在实践中呈现出曲高和寡的局面,造成了旅游产品与现代旅游主体文化意识之间的不和谐。

(二)文化模仿秀引发的不和谐

文化模仿秀是我国现实乡村旅游领域比较常见的一种文化不和谐的现象。这种现象的出现反映了地方政府和乡村旅游经营者片面追求旅游经济效益而忽略了旅游的社会和文化影响力。文化模仿秀当前存在两种表现:其一,本身有一定文化特色,但却片面追求经济利益和盲目追求时髦,在眼前利益和长远发展关系处理方面出现短视,急功近利,丢弃当地文化特色,一味模仿异质文化。在文化模仿过程中,本地传统文化丢失殆尽,其结果是邯郸学步,不伦不类。其二,本身欠缺文化底蕴,不是切合自身实际打造文化元素,营造文化旅游氛围,而是对城镇饮食文化、娱乐文化采取“东施效颦”式的模仿,其结果可想而知。以城镇居民为主体的旅游者来到乡村旅游,面对的不是乡村风味的民俗、饮食和娱乐方式,而是城里随处可见的饮食品种和娱乐方式(如将“卡拉OK”引入到乡村旅游娱乐布局中),乡村旅游持续性的吸引力从何而来?

在文化模仿秀过程中,容易引发乡村旅游地的城镇化倾向。当地政府和乡村旅游经营者为了扩大经营规模,赚取更多利润,不断完善各类基础设施,修建酒楼、宾馆,使得乡村旅游地越来越类似于城镇,呈现城镇化倾向。

(三)强势文化与弱势文化间的不和谐

文化具有时代差异,由于各地域、各民族发展的不平衡性,而使得文化在发展程度上产生差异。对同一时代不同文化的横向比较,就产生了先进文化和落后文化的对比。在乡村旅游中,我们把处于先进地位的城市文化视作强势文化,把处于落后地位的乡村文化视作弱势文化。乡村旅游过程是不同文化相互碰撞的过程,既有中外文化的鲜明对比,

也有阳春白雪(雅文化)和下里巴人(俗文化)的相互排斥,更有城乡文化的冲突。在这个过程中不同性质的文化因素相互接触、碰撞、融合。从我国乡村旅游现状来看,最主要的依然是城乡文化的碰撞、冲突和交融。乡村旅游的游客多数是城市居民,在乡村旅游活动过程中,游客本身所携带和展示的强势文化对作为弱势文化的乡村旅游文化产生巨大冲击。由于弱势文化群体本能地会对强势文化产生价值趋向性,从较长的时间周期分析,随着城市游客的不断造访,乡村旅游目的地会不知不觉地接受了旅游者的外来文化,从而失去了本土文化的原汁原味,沦为城乡文化的混血儿,而失去乡村旅游的原始韵味和文化魅力。

本土文化受到外来文化冲击的过程,也是本土文化在继承、弘扬自身悠久文化传统的前提下,不断进行文化创新的过程。本土弱势文化和外来强势文化都有其民族性和时代感,本土文化只有在传承的基础上创新,把民族性和时代感结合起来,才能顺应时代发展的需要。“传承”对于本土文化而言是至关重要的,否则弱势文化就会成为强势文化的附庸。

三、挖掘乡村旅游文化,推动和谐城乡游

文化和谐是和谐社会的重要组成部分。应让传统文化与现代文化、本土文化与外来文化、雅文化与俗文化和谐相处,各领风骚,不断推进社会主义文化和谐的生成和发展。

为贯彻落实党的十六届六中全会精神和党中央、国务院的有关工作部署,发挥旅游业在构建社会主义和谐社会、促进社会主义新农村建设中的作用,推动农村旅游深入发展,形成城市和农村旅游协调发展的局面,国家旅游局已将2007年全国旅游宣传主题确定为“2007中国和谐城乡游”,宣传口号为“魅力乡村、活力城市、和谐中国”。和谐城乡游的内涵全面囊括了“自然和谐、社会和谐和文化和谐”,这预示着乡村旅游的文化和谐将在“和谐城乡游”主题中面临前所未有的关注和挑战。要使乡村旅游早日向和谐旅游目标靠拢,就必须注重乡村旅游文化的传承、发扬和创新。

乡村旅游的灵魂表现为依托传统文化,深入挖掘乡村旅游的文化内涵,保持和弘扬地方特色,形成丰富多彩、特色鲜明、富于品位的乡村旅游产品体系。乡村旅游文化内涵丰富,包括乡村旅游活动中蕴涵的饮食文化、传统节令文化(如元宵节观灯、

舞狮子、舞龙灯、踩高跷等以及少数民族所在乡村休闲旅游地的各种传统节日文化)、民居文化(以皖南古村落西递、宏村以及周庄、同里、乌镇、西塘等江南水乡民居文化为代表)、礼仪文化、竞技文化(赛龙舟、中华武术、风筝竞技等)、农耕文化(以水车、石磨等为代表的传统特色的农业形态以及与农作匹配的祭祀、崇拜、禁忌等传统文化元素)以及服饰文化(穿着打扮方面的文化习俗)等。深度挖掘乡村旅游文化可以从以下几方面入手:

(一)将传统文化优势打造成乡村旅游产业优势,走文化品牌之路

该发展思路适合于丰富的传统文化资源优势还没有完全转化为产业优势的地区。要使乡村旅游资源优势得到完全的释放,挖掘文化、提升品位极其重要。乡村旅游要想做大做强,必须树立品牌意识,走品牌发展之路。以阳朔乡村旅游为例,多年来,阳朔始终把树立品牌意识作为发展乡村旅游的突破口,采取多种形式,创建精品和名牌,取得了显著成效。对西街采取保护性开发措施,以明清时期桂北民居小青瓦、坡屋面、吊阳台的建筑特色为蓝本,强调“保存历史信息”、“整旧如故”、“凸现地方特色”,使西街成为“中国最值得外国人去的50个地方”之一。根据漓江山水和“刘三姐”传说,以方圆两公里水域和12座背景山峰为实景剧场,创作编排的锦绣漓江——《印象·刘三姐》大型文艺表演充分显现了当地的乡土文化特色。开业仅两年,接待游客已达50万人次,旅游收入达5000多万元。^[7]此外,云南的古朴小镇、山西的民俗宅院、江浙的水乡古镇等,都已成为在国内外有较大影响的乡村旅游品牌。山西大院文化的产业化始于祁县的乔家大院。乔家大院率先把晋商文化作为品牌推向市场,并转化成乡村旅游产业优势。2005年,乔家大院共接待中外游客60多万人次,门票收入达到1270万元人民币。

(二)以特色文化提升乡村旅游含金量,走体验经济之路

乡村旅游项目普遍面临“起步容易,提升艰难”的困境。之所以“提升艰难”,其实是和旅游项目本身缺乏文化传承、形成文化断层或文化空洞紧密相关。乡村休闲旅游作为一种体验经济,其典型特征是:旅游者从体验乡土生活与感受乡村情境出发,塑造感官体验及心理认同。在乡村旅游活动及消费过程中,旅游者通过体验式消费获取愉悦感受和美

好回味。除了身临其境的切身体验外,记忆也将长久保存对过程的“体验”。体验经济的最高追求就是消费者的“个性化体验”。这里所说的个性化体验并非停留在餐饮住宿层面,更多地应该表现在对于一种特定文化的参与和因此所获得的精神愉悦。而这里所指的“特定文化”,站在乡村旅游的角度是指具备强烈的乡村旅游吸引力、有悠久的历史传统和底蕴的特色文化旅游资源。以民族文化为例,特色文化如傣族的竹楼文化、藏族的雪域文化、蒙古族的马背文化、赫哲族的渔猎文化等。特色文化满足了乡村旅游者的个性体验需求。

乡村旅游走体验经济之路,要重点挖掘原生态古村落、民族村寨和民俗风情的文化内涵,要让民族村寨成为展示民族生产生活习俗和民族风情的窗口。要把民族风俗以及原汁原味的生产生活特色纳入到乡村旅游吸引力的范畴,选择符合当地实际的发展模式。要充分挖掘民间历史文化,重点开发古民居、民族歌舞、节庆文化等,营造浓郁的民族文化旅游氛围。要在乡村旅游产品的参与性方面花大力气,以乡土文化含量高、游客参与性强、满足个性化体验、民风纯朴的多样化的旅游产品和项目来满足体验经济需求。

(三)避免“千村一面”,走饮食文化、农耕文化、旅游商品文化之路

很多缺少古建筑、古文化的乡村在搞乡村旅游过程中先天不足,其有限的民俗遗俗难以产业化。由于缺乏特色,面临“千村一面”的尴尬。在这些地方发展乡村旅游,提倡走饮食文化、农耕文化、旅游商品文化之路。在乡村农耕文化意识突出的地方,

开辟生态型农业观光园,让游客参与农作劳动,体验农事之趣。注重乡土特色饮食文化的挖掘,在餐饮上力求做到“一村一个特色,一户一种品味”。要注重搜集饮食文化资源的文化背景、历史渊源、民间传说、神话故事、风土人情、文物特产等资料,让游客边听故事、边观赏原料和烹饪工艺、边品尝美味佳肴,重视游客的精神享受,提升乡村餐饮的文化内涵。积极推进乡土旅游商品的创新开发和精工制作,保持特色工艺品、民族服饰及传统工艺的乡土气息,做出品种多样、独具地方特色的旅游商品。充分利用当地自然资源,发展剪纸、刺绣、年画、泥人、布艺、盆景、雕刻雕塑、奇石、陶瓷漆器等旅游纪念品和手工艺品产业,让民族文化、民间技艺在文化挖掘中得到弘扬,从而增加乡村旅游的内涵,推动乡村旅游的持续发展。

参考文献:

- [1] 谢清溪. 和谐社会背景下和谐旅游的构建及其实现[J]. 人文地理, 2006, (4).
- [2] 梁滨. 乡村休闲旅游口碑营销[N]. 中国旅游报, 2006-02-06.
- [3] 国家旅游局信息中心. “十一”黄金周顺利结束 旅游市场平稳有序[EB/OL]. http://www.cnta.gov.cn/news_detail/newsshow.asp, 2006-10-08.
- [4] 夏林根. 小议“和谐旅游”[J]. 旅游学刊, 2005, (5).
- [5] 邵琪伟. 发展乡村旅游, 促进新农村建设[J]. 求是, 2007, (1).
- [6] 王恩重, 陈来生. 徽商旅游文化对传统旅游文化的突破及其局限[J]. 学术界, 2005, (6).
- [7] 莫朔. 阳朔倾力打造精品名牌吸引八方游客[EB/OL]. <http://www.yangshuo.gov.cn/tour/zhenwu/dongtai>, 2006-12-30.

(责任编辑:王麓怡)

On Rural Tourism Cultural Development Based on the Goal of Harmonious Tourism

LIANG Bin

(Hubei University of Economics, Wuhan 430205, China)

Abstract: In the context of new socialist countryside construction, the twin tour themes of “2007 China Harmonious Urban and Rural Tourism” and “2006 Rural Tourism in China” have fired people’s enthusiasm about rural tourism. The essence of rural tourism is harmony, and a harmonious tourism is the goal of the rural tourism development. Cultural disharmony is a barrier in the harmonious development of rural tourism, and the current rural tourism, which presents itself by a lack of cultural connotation, may handicap the sustainable development of the harmonious tourism. This paper aims to find the methods of developing the rural tourism culture based on the goal of harmonious tourism.

Key words: rural tourism; harmonious tourism; rural tourism culture; harmonious urban and rural tourism