

【经济管理】

乡村旅游的扬弃与后工业化主题产品设计*

杨 梅

(重庆工学院 工商管理学院 400050)

摘要: 后工业化的乡村旅游是在乡村环境基础之上,以“原汁原味”为表象符号,现代生活为本质的新型旅游产品。通过理论辨析和实例分析,提出了以“生态旅游”、“文化旅游”为开发宗旨,通过主题化开发,在品味自然山水中建立起与现代人类情感相关的文化模式,实现乡村旅游的真、善、美境界。

关键词: 乡村旅游;扬弃;后工业化;主题产品

中图分类号: F590

文献标识码: A

文章编号: 1671-0924(2005)09-0033-04

Development of the Useful and Discarding of the Useless in Countryside Tourism and the Design of Post Industrialization Theme Products

YANG Mei

(School of Business Administration, Chongqing Institute of Technology, Chongqing 400050, China)

Abstract: Post industrialization country tourism is a new-type of tourist product, which takes “original juice with original taste” as symbol and is based on countryside surroundings. By means of theoretical discrimination and example analysis, this paper puts forward taking “biological tourism”, “cultural tourism” as developing aim to realize the realm of “truth, goodness and beauty” in countryside tourism through developing theme product development and establishing a cultural model related to modern human feelings when tasting natural sceneries.

Key words: countryside tourism; developing the useful and discarding the useless; post industrialization; theme product

乡村旅游迎合了21世纪全球人居与旅游回归自然的生活质量意识。当人们亲临那些贴近自然与历史的乡村风景之中时,往往能找到心灵的情感共鸣。后工业化的乡村旅游是人与自然在高层面上的回归和谐,是农耕文明、工业文明天衣无缝地交织融汇,是在乡村环境基础之上,以“原汁原味”为表象符号,现代生活为本质的新型旅游产

品。环城市旅游度假带的乡村资源在乡土性受到减损的情况下,通过后工业化主题产品开发,在突出景区真、善、美形与核的同时强调“原汁原味”,实现“天地人和”的共生、共享、共美^[1]。

1 乡村旅游真的本质:不是原始,而是自然的人化

* 收稿日期:2005-03-14,修回日期:2005-05-08

作者简介:杨梅(1972-),女,四川人,副教授,主要从事旅游规划和旅游文化研究。

欧洲联盟(EU)和世界经济合作与发展组织(OECD)认为“乡村性(Rurality)是乡村旅游整体推销的核心和独特买点”^[2]。而环城市度假带的乡村因与城市的近距离“接触”,文化与生态系统薄弱。如何满足人亲近自然、复归田园、康体养生、生态认知、文化体验等旅游需要,关键在于一个真字。要保护大自然的原生韵味,要保护当地特有的传统文化,提供原汁原味的“真品”和“精品”,突出真景、真趣、真情,为每一个都市居民和家庭提供自由舒畅的全新的天然空间。但这种真的本质:不是原始,而是自然的人化。

乡村的自然景观是一种显露生态的语言,是原生态的自然界所呈现的一种美的形态。同时乡村的自然景观作为一种与人类历史发展及实践活动密切相关的社会现象,人的本质力量直接展示和凝固在物态化的自然外观上。而乡村民俗文化是以人为直接载体的景观样式,构成以社会交际为主要形态的直接性情感交流关系,具有鲜活的人生形象内容。所以,乡村旅游的“原汁原味”只是表象符号,乡村的实体建设以及无形氛围的营造,都是自然为“人”所“化”的结果,是“自然的人化”。

乡村生态的稳定性受人类活动的影响较大,要注意景观生态系统的人工调控。旅游规划必须注重自然优先、设计融于自然的准则,“展现自然”而非“改装自然”。乡村旅游本身就是一种追求自然的过程,不能为了满足现代人的需求而牺牲环境。但必须克服原生自然的粗糙、简陋、不洁与不便,让游客能接受乡村的生活方式。

乡村居民与旅游者的交流接触实际上就是城乡文化的“借用”过程,文化互动的结果常常是传统的民俗文化逐渐被同化、冲淡以至消亡。在开发和保护民俗文化之间要找到一个最佳的平衡点,注意文化的哲学因素制衡,重塑原生文化的形骸和精神,防止民俗文化商品化和戏剧化。要通过旅游开发者、当地居民和旅游者三方努力,构建富有实质意义的旅游生态文化根基,抑制旅游过程中非理智因素的蔓延,防止文化淡化。

2 生态与文化——乡村旅游的扬弃与归真

乡村旅游的返璞归真通过外在的形和内在的核表现。形即是指乡村景观与文化的外在表象,如自然风光、环境、民居等等。核则是内隐于乡村

现象背后的、人与自然、人与人和谐、友善、共美的理想与境界,是乡村景观内涵延伸和升华,乡村文化及无形氛围的营造,是真、善、美的最高境界。在哲学层面上,返朴归真其实就是扬弃,是一个去伪存真、去粗取精,弃其糟粕、取其精华的过程,绝对不是完全意义上的保留。

无论从何种角度或层面探讨乡村旅游,有两点是共同的:其一,乡村旅游资源丰富,主要包括乡村自然风光及人文景观、乡村民俗及乡村生产形态3种类型^[3]。由此,乡村旅游的特点可以概括为景观的原生性、文化的乡土性、产品的实践性和体验性。其二,乡村旅游以周边城市居民为主要目标客源市场,乡村旅游是一种以满足旅游者娱乐求知、回归自然和寻求情感认同为目的的旅游方式^[3]。两者之间的契合点就在于:绿色的乡村生态环境以及原汁原味的乡土原生文化,这是乡村旅游兴起的根基和发展的依托,是乡村旅游本质的体现,也是世界旅游业发展的大势所趋。

只有贴近自然的才是永久属于人类的,只有民族的才是大众的和世界的。从美学和文化的层面,真、善、美是乡村旅游开发的总目标和最高境界,也就是以真、善、美作为精神内核,让游客返朴归真,体验自然真谛,感受人与自然、人与人之间的和谐相处,享受“天人合一”的美妙意境,实现“天地人和”的共生、共享、共美。真、善、美是结合于一体的,是相互依存,逐层发展的。乡村旅游不能只停留在观赏、采摘的表象繁荣和浅层开发上,要注重产品层次的提升,注重游客的亲身体验,坚持真、善、美的主题化原则,走与生态、文化相结合的道路,营造良好的生态环境,挖掘民族文化中丰富的营养,满足人们的精神和心理方面的需求,使乡村旅游健康、持久的发展下去。

3 主题策划后工业化乡村旅游,营造天地人和意境美

旅游发展动力因素的创造应由旅游规划的主题来体现,境界的提升也是必然。所谓旅游主题就是将旅游资源要素“有理念、有线索、有格局、有层次”地体现出来,是旅游者容易辨认的特质和游玩线索^[1]。要想实现乡村旅游的真、善、美境界,产品的主题化开发是重要的突破口,以主题作为创新的切入点,在品味自然山水中建立起与现代人类情感相关的文化模式。

3.1 乡村旅游产品的后工业化标准。后工业化标准产品是人与自然在高层面上的回归和谐;是农耕文明、工业文明天衣无缝地交织融汇;是在乡村环境基础之上,以“原汁原味”为表象符号,现代生活为本质的新型旅游产品。后工业化标准的体现在以下方面。

3.1.1 原汁原味。现代人对这个世界有着天生的好奇,他们渴望了解自己所不熟悉的事物,远离都市的乡村,仍保留了奇异的民风民俗,在城市人的眼中,既落后,又稀奇。于是就有了现代人的寻“根”意识,就需要营造“第二自然”,但必须克服原生自然的粗糙、简陋、不洁与不便。人居环境的设计上,坚持不破坏环境并给游客以舒适的享受,不是完全的保留乡村本色,而是在一定的基础上加以改进,让游客能接受乡村的人们和乡村的生活方式。

3.1.2 生态化建设。旅游业与生态保护、生态化建设有着天然的联系。运用生态化建筑技术规划生态屋、生态园,而后发展成生态农庄、生态湖。可使乡村的旅游业保持旺盛的生命力和永久的亲和力。

3.1.3 民居文化。本土意境的再现,民间建筑以其浓郁的地域特征而构成乡土文化,民间文化是作为一种情感意念被接受,并不在于与民居功能的一致性,而更多地表现在民居文化的外延的更新。应尽量减少钢筋混凝土加瓷砖贴墙的建筑装修习惯,而借助旅游建筑以挽救日益散失的乡土文化,不失为民居更新并再生的良好契机。

3.1.4 空间分隔。用新的空间分隔、组合概念来设计有助于游客与农民共同活动交际的新型住宅单元。充满人间真情的自然生活和新型经营方式统一,从高技术(硬件)和回归自然的人性需求(软件)中感悟到两者之间的妙不可言的诗化哲理,由此开创有发展可能性的商业未来。

3.2 色、形、传、俗主题策划乡村旅游产品。我们可以把乡村旅游资源概括为色、形、传、俗4个方面,并以此去把握乡村旅游的主题。色,即是指直接以乡村景致的色调为主题,或提炼色彩的深层涵义去演示乡村旅游的个性主题。形,即外形,就是乡村旅游资源的组成实体,以形为主题依据。传、俗即农村当地的神话传说和风俗习惯,在开发时可以追寻当地的历史脉络,以此为主题,让城市人领略别样的风情。

3.2.1 色的四季风景。自然景观的美态虽然不

完全一样,但具有一个共同特点,即在一定的地形范围内,利用并改造自然地形地貌或者人为开辟和美化地形地貌,综合植物栽植或艺术加工,从而构成一个供人们观赏、游憩的具有一定特定主题的环境。

重庆市九龙坡区海兰云天景区采用抽象手法,通过农作物的大面积种植来构图“大地艺术海洋”。^①充分利用乡村景致色调的四季变化,通过人工设计开辟出别树一帜的主题景观,引导游客欣赏自然、发现自然、感受自然,形成氛围,达到人与自然高层面的和谐。这样一来,自然资源的初级吸引力转变为更高的吸引力,产品的特色逐渐显示出来。而九凤山寨子坡千亩梨园、李园则以春花、夏果、秋叶、冬枝为主题。春赏花漫山野,夏品果熟田间,秋观红叶枝头,冬思枝横影疏,四季皆成美景。

3.2.2 形的意义升华。主题创造不能只依据其表象,这样很容易使旅游产品缺乏区分度,特色不显,降低主题景区吸引力。主题的塑造不仅要立足与景观实体,还要通过充实深化、添加附会、联想延伸、剪裁组合等方法,提炼景观内涵更深层的理念。

重庆市江津笋溪河景区桃李村,因遍植桃树、李树而得名。春季花开,桃红李白煞是好看。夏季果熟,桃李满园着实喜人。观花赏果是浅层面的旅游主题,我们把“桃李芬芳”,“桃李无言,下自成蹊”这两句成语的象征意义逐层展开,设计了以学子谢师和教师度假为主题的乡村旅游产品。学业有成,学子难忘恩师情怀。中考、高考之后,倡导学子谢师来旅游的新风尚,住桃李村,谢老师情,品农家状元饭。平时则吸引文教系统的员工前来休闲度假旅游。

笋溪河另有荷塘村,村口河道右岸有一支流长约1公里,因为遍植荷花,形成掩映在竹林深处的荷花走廊。笋溪河历年护士节都有医护人员前来度假休闲。医护人员被称为“白衣天使”,荷花,亭亭玉立,出淤泥而不染,可喻示医护人员品质高洁,以此为主题开展“白衣天使游”。同时荷花又称莲花,利用莲与廉的同音,以周敦颐的《爱莲说》为文化主题,针对公务人员开展“爱莲(廉)之旅”。其实一种事物的延伸底线是不可估量的,关

^① 重庆工学院旅游研究所《江津笋溪河生态文化旅游憩长廊旅游规划》、《重庆海兰云天主题景区旅游规划》。

键看开发者的挖掘度、想象力,只要合情合理,别具一格,受人欢迎即为一个好的主题。

3.2.3 传说的现代演绎 乡村流传着许多动人的传说故事,由于历史久远,其中的真伪难辨。乡民们过度的渲染和鬼神的庸俗附会,让人以为是乡言野语,荒唐又荒谬。不论真假,有一点是肯定的,这些神话传说寄托着当地百姓美好理想和追求,饱含对家乡山水的赞誉。点染或借用这些传说故事,以此为主题,旅游项目会具有更为原生的地域文化特色。在江津筲溪河两岔古镇太公沱大路边有圣旨碑,相传莘启贵之妻刘氏因夫早死,含辛茹苦抚养孤子,终身未嫁,受到皇帝的赞赏,立碑表彰其贞洁和操行。和全国各地水乡一样,每年两岔古镇都要举行端午龙舟赛,源于纪念伟大的爱国诗人屈原,现已成为乡间的群众性文体活动。两个原来看上去毫不相干的事物,因主题策划而成为筲溪河极具特色的名牌旅游产品。以圣旨碑命名的龙舟赛每周举行小规模比赛,主要是游客参与组队比赛。每年举行一次大规模的龙舟赛,邀请附近村社和市镇组队参加。在比赛时,人们唱山歌,吼号子,盛况空前。比赛结束,在圣旨碑举行仿古发奖仪式,赛会组织者着清朝官服颁奖,奖状为仿古圣旨,可作为旅游纪念品收藏。

3.2.4 民俗的文化粘贴 乡村民俗开发有几个问题值得注意:第一,乡村旅游主题可以沿用和继承当地原生民俗,也可借用或移植异地、异族民俗,如何选择和嫁接,也就是说要考虑民俗文化 with 旅游活动项目成功粘贴的问题。第二,民俗作为一种世代相传的文化形态,其本身就是鲜活的现实生活的一部分,可以触摸和感悟,问题是如何集中展现和活化民俗。第三,民俗旅游满足的是一种高层次文化需求,旅游者正是通过民俗活动,咀嚼和体会乡村居民的生活方式与思想意识,在追求文化差异或文化认同的过程中实现审美与自我完善。那么活动项目如何以生动活泼、强调参与的方式,深层次挖掘文化内涵,充分显示民俗旅游的“增智性”?重庆四面山乡村民俗旅游开发为我们找到了答案。

民俗文化主题的选择,国内景区大多借用少数民族民俗做文章,而四面山旅游开发却另辟蹊径,以“西南汉民族民俗旅游活动”为表现民俗形象的主要内容。其实,川东汉民族民俗和民间艺术特色鲜明,他们的婚丧、节庆、农耕、劳动、情爱、

生产、山歌、民谣、故事、戏曲、游戏等等,其内容博大精深。如“薅秧歌”歌舞系列,同一主题的就七八种曲调和表演形式,是不难借用为旅游产品的。春有“踏青节”:以踏青、赏花、观瀑、荡舟(画舫)、野炊为主要内容。民俗安排情歌对唱、栽秧歌表演、竹制鸟鸣器等传统娱乐,祈婚求子祭拜仪式等。夏有“欢乐节”:以游泳、戏水、瀑降、溪降、龙舟、洗礼为主要内容。民俗安排薅秧歌、薅草锣鼓(打闹草)、诙谐歌(扯谎歌)、劳动号子竞赛。秋有“丰收节”:登高、赏月、赏桂、采果、尝新、赏秋,唱打谷歌、丰收歌,祭庙还愿。冬有“闹春节”:贴春联、挂灯笼、杀年猪、赶场、守岁、压岁、拜年、祭祖、闹元宵、龙灯、狮子、猜灯谜、祭灶、祈福、敬财神等。通过旅游者的参与,巧妙串联特色民俗活动,文化性、知识性、生态性、趣味性、观光性相结合,超越了一般的猎奇揽胜,达到启迪美感,提高修养的文化高度。

4 结束语

现代社会的乡村越来越难以摆脱城市背景和城市建设的影响,乡土资源受到一定程度的减损,乡村文化日渐淡化,乡村旅游开发需要深入地探索。后工业化的乡村主题旅游在迎合个性化需求的同时,比现阶段时兴的“专题”旅游更专业,不是完全的保留乡村本色,而是在不破坏环境并影响游客舒适享受的基础上加以改进,让游客能接受乡村的人们和乡村的生活方式。从高技术(硬件)和回归自然的人性需求(软件)中感悟到两者之间的妙不可言的诗化哲理,完成情感和需求的多次攀升。

参考文献:

- [1] 吴必虎. 区域规划原理[M]. 北京:高等教育出版社, 2001.
- [2] 何景明. 国外乡村旅游研究评述[J]. 旅游学刊, 2003, (1): 77-79.
- [3] 肖佑兴. 论乡村旅游的概念和类型[J]. 旅游科学, 2001, (3): 64-67.

(责任编辑 张佑法)