

吉根宝,郭 凌,韩 丰. 旅游空间生产视角下的乡村文化变迁——以四川省成都市三圣乡红砂村乡村旅游社区居民体验为例[J]. 江苏农业科学,2016,44(10):528-533.

doi:10.15889/j.issn.1002-1302.2016.10.150

旅游空间生产视角下的乡村文化变迁 ——以四川省成都市三圣乡红砂村乡村旅游社区居民体验为例

吉根宝¹, 郭 凌², 韩 丰³

(1. 江苏农林职业技术学院, 江苏南京 212400; 2. 四川农业大学旅游学院, 四川都江堰 611830)

摘要:乡村中极富乡村气息的文化对延续乡村的历史命脉有着重要意义。伴随着乡村旅游开发,文化空间所根植的社会环境发生剧烈变化,乡村文化正在经历着快速变迁。在文献回顾和问卷调查的基础上,通过对文化变迁理论与旅游空间生产理论的阐述,结合红砂村乡村旅游发展的实际,运用 SPSS 处理数据后,采用 CoPlot 方法分析社区居民对旅游空间生产中乡村文化在表层文化、中层文化、核心文化 3 个层面的变迁的实际感知、期望与差异。进而研究旅游空间主体在乡村文化变迁中的相互关系,探讨以可持续发展观为指导的旅游空间生产的行为准则。

关键词:旅游空间生产;文化变迁;旅游空间体验;乡村旅游社区;四川省;红砂村

中图分类号: F590.75 **文献标志码:** A **文章编号:** 1002-1302(2016)10-0528-05

当前,我国正处于经济发展与社会转型的历史时期,由于社会机制转变与社会结构调整,加上我国长期重城轻乡的二元发展战略,致使城乡差距不断拉大,城乡社会几乎分裂为 2 个不同的世界。这种断裂的含义既是空间的,也是时间的,既是经济层面的,也是社会结构层面的^[1]。我国乡村旅游快速发展于这一特殊时期,旅游市场经济的导入交织城乡社会的断裂形成了结构性力量,极大改变了乡村文化所根植的经济、社会环境。社区居民、游客、政府等多方行动主体以旅游发展为纽带,在乡村地域空间内发生着社会交往;旅游发展带来乡村的建筑聚落、乡村的生产生活方式、居民的亲属关系等文化要素发生变化,乡村文化在旅游发展中被重新生产。旅游发展中的乡村社会成为“空间生产”与“文化变迁”问题的交汇点,折射出旅游开发与经济、政治、文化、权力结构等复杂问题的交互作用。在乡村旅游发展中,社区居民是乡村的主人,是乡村文化的拥有者,社区居民不仅直接面临旅游开发所带来的文化冲击,并且最终承担着旅游发展导致的文化影响。因此,以乡村旅游发展中社区居民的体验为视角,关注旅游空间生产语境下乡村文化的变迁问题,既是对乡村旅游发展中的现实问题的关注,也凸显了旅游研究对社区居民的人文关怀,更体现了旅游学、社会学等多学科交叉的学术思考。

红砂村旅游区隶属四川省成都市锦江区三圣街道办事处,是成都市最早开发的乡村旅游目的地之一,也是我国第一批获得 AAAA 级称号的乡村旅游景区之一。本研究以旅游的空间生产为理论框架,以三圣乡红砂村乡村旅游开发视域

下的空间生产实践为分析对象,揭示旅游开发带来的红砂村旅游目的地乡村文化变迁、居民空间体验及以提升未来乡村旅游空间质量为核心的可持续发展导向问题,以期在三圣乡红砂村及其他乡村旅游目的地保护、合理开发与利用乡村文化、维护乡村文化多样性、实现乡村旅游可持续发展提供参考。

1 研究背景

乡村旅游是指在乡村范围内,利用乡村自然环境与人文风情等旅游资源,通过科学规划与开发设计,为游客提供观光、休闲、度假、体验、娱乐等多项需求的旅游经营活动^[2]。在我国,乡村旅游发展进入调适期后,过热的旅游业对乡村旅游目的地社会文化造成的负面影响日益显露^[3],乡村旅游发展带来的文化变迁问题日益受到国内学术界的重视。从文献报道可知,相关研究成果的介绍和翻译性论著颇为丰富,理论创见较少。然而,作为验证与回应,涵化^[4]、文化再生产^[5]、文化变迁^[6]等理论被引入乡村旅游文化变迁的个案研究中,开始理论工具与研究方法本土化过程。在诸多研究中,乡村旅游开发对目的地文化变迁影响的具体表现的观测性成为我国学者较为关注的领域^[7]。对乡村旅游目的地居民旅游的态度研究体现了我国学者对乡村旅游发展所伴随的社会文化负面效应的深刻反思^[8]。人类学对乡村旅游发展中的文化变迁研究的介入是近年来国内研究的新趋势^[9],人类学者侧重于对乡村旅游发展带来的乡村生活习俗^[10]、婚姻家庭^[11]、女性地位^[12]、阶层结构^[13]、乡村制度^[14]等某一方面变迁的微观观测。在上述研究中,乡村旅游开发对旅游目的地社会文化的消极影响研究成果居多,大多数国内学者在此方面已达成了一些基本共识^[15],并开始在发展乡村旅游的同时,关注对乡村文化重构路径的探索^[16]。部分学者对此有不同看法,认可乡村旅游资源开发在促进乡村文化保护^[17]、推动乡村治理发展^[18]、传承乡村文化^[19]、唤起乡村文化自觉^[20]方面的积极影响。

收稿日期:2016-05-13

基金项目:国家自然科学基金(编号:41271149);国家社会科学基金青年项目(编号:14CSH049);国家旅游局项目(旅游业青年专家培养计划)(编号:TYETP201455);江苏省自然科学基金(编号: BK20151324);2014 年江苏省“青蓝工程优秀骨干教师”项目。

作者简介:吉根宝(1976—),男,江苏滨海人,硕士,副教授,主要从事乡村旅游、智慧旅游研究。E-mail:940448317@qq.com。

上述成果为乡村旅游发展中乡村文化变迁的后续研究提供了重要铺垫。然而进一步研究发现,从研究方法上看,已有研究多采用定性分析方法对案例展开分析,由于缺少定量数据支撑,在一定程度上使研究结论的科学性与适用性很难得到保证。并且从研究的视角上看,已有研究多数沿袭了传统的涵化、文化再生产等理论视角,在一定程度上局限了学者们的研究视野,这无疑为本研究的展开提供了足够的空间。

2 相关理论与研究方法

2.1 相关理论

文化变迁是人类学上经常使用的含义广泛的名词,其基本含义即文化是发展的动态过程,任何文化从其诞生之日起就开始了变化的历程。文化变迁理论包含以下重要观点:(1)文化变迁是人类所有文化固有的特性,是不可阻挡的文化现象。(2)文化变迁的原因既有内部的、也有外部的。外部原因包括人口和自然环境的变化、社会关系和结构的变动等;内部原因包括文化的接触和传播、新的发明和发现、价值观的冲突等^[21]。(3)文化变迁关注的文化类型包括 3 类,分别是有形的、具有物态实体的表层文化,以社会的行为、规范与制度为主要内容的中层文化,以及体现为价值观、认同观的核心文化。

马克思主义哲学将“空间”界定为“多方主体在各种位置之间存在的客观关系的网络”^[22],旅游空间生产由此被定义为“旅游发展中,通过资本与权力为主的经济与社会要素与旅游空间不断‘联姻’,对旅游空间的结构、形态与关系不断重新塑造的过程”。在乡村旅游开发中,旅游空间是文化变迁的场所,文化变迁的本质是一种乡村文化在旅游空间实践中的再生产;而乡村文化的再生产反过来作为社会实践的一种具体表达与动态过程,蕴含乡村文化变迁的动力。因此,分析乡村旅游发展过程中的文化变迁现象,旅游空间生产理论是一种有效的分析方法。

旅游体验即游客在旅游活动中,希望获得的一种愉悦的心理感受^[23]。与旅游体验相比,旅游空间体验有着更加深刻的内涵和更为广泛的外延。首先表现为旅游空间体验的主体比旅游体验的主体更宽泛,旅游空间体验的主体包括政府、旅游社区居民、游客、旅游开发商等,而旅游体验的主体是游客。其次表现为旅游空间体验的内容比旅游体验的内容更深刻,旅游体验的内容是旅游资源和旅游产品,而旅游空间体验的内容不仅是旅游资源、旅游产品,还包括对作为生产生活的空间、作为生命的空间感知。

2.2 研究方法

本研究采用结构性问卷调查方法收集原始资料,问卷指标设计按照李克特 5 点量表分析法,将社区居民的体验程度分为完全不同意、不太同意、不知道、比较同意、完全同意 5 个量度,受调查的社区居民选择他们认为最适合自己的唯一选项即可。对原始数据的处理包括 2 个步骤:首先,采用 SPSS 17.0 进行原始数据统计;然后,使用 CoPlot 6.4 绘图软件对所得数据进行分析。CoPlot 别称合图法,是专门用于多元分析的二维图形显示技术。实践证明,CoPlot 在多因素问题的解决与图形表达方面有着优越性。在本研究中,CoPlot 的主要特点在于能够以简单的方式同时分析居民在不同维度的感知

与期望之间的关系,并以直观的图形方式将 3 个维度属性同时置于 1 个二维空间进行直观展示。

3 指标设计与数据获取

3.1 指标设计

恩格斯将空间与时间视为一切存在的基本形式,时间变化是连续的,因此旅游空间生产的时间结构具有连续性,文化伴随旅游开发不断变迁。在旅游空间生产中,文化的空间结构在横向上可以被分为上、中、下 3 种层次,分别对应表层文化、中层文化、核心文化 3 种文化层次^[24]。本研究根据成都市三圣乡红砂村乡村旅游发展的具体情况,通过对文化变迁理论与旅游空间生产理论的阐述,将旅游空间生产语境下的文化划分为表层文化、中层文化、核心文化 3 项隐形指标(维度),在 3 项隐形指标下面又细分为 11 项二级隐形指标、37 项三级显性指标,37 项三级显性指标即为调查问卷的认知项。认知项的设计包括对社区居民的实际感知与期望 2 个部分,通过对同一问卷主体 37 个认知项的实际感知与期望的问卷调查,试图克服传统问卷设计只能揭示问卷主体对旅游空间生产中红砂村文化变迁的真实态度、无法同时反映问卷主体实际期望的弊端。

3.2 数据获取与处理

为了完成调查研究,通过 1 个月的前期调查准备后,于 2014 年 7 月 1 日至 2014 年 11 月 1 日组织调研小组前往红砂村,进行历时 4 个月的问卷调查。问卷的发放主要采取街上随机拦截、上门调查的方式,问卷共发放 350 份,收回有效问卷 307 份,问卷有效率为 87.7%。在获得研究所需的原始资料之后,采用 SPSS 软件对数据进行统计,并用 CoPlot 方法进行数据处理,以分析旅游发展背景下红砂村社区居民对文化变迁的体验情况。CoPlot 数据处理的具体步骤如下:(1)为了统一数据,将数据进行标准化处理: $Z_{ij} = (X_{ij} - \bar{X}_{ij}) / S_j$,式中: Z_{ij} 为标准化后矩阵中第 i 行第 j 列元素, X_{ij} 为原矩阵第 i 行第 j 列元素, \bar{X}_{ij} 为原矩阵第 j 列元素的平均数, S_j 为原矩阵第 j 列元素的标准差;(2)测量每对检测的相异度,此处采用绝对偏差的总和作为显示相似的度: $S_{ii} = \sum_{j=1}^k |Z_{ij} - Z_{ij}| \geq (1 \leq i, 1 \leq n)$;(3)将矩阵映射到 1 个多维标度中,最小空间分析法(SSA)演示出成对对象的关系,通过疏离指数 θ 判断数据拟合的准确性,在此阶段会产生 $2n$ 个 $X_{1i}, X_{2i} (i=1, 2, \dots, n)$,每行 $Z = (Z_{1i}, \dots, Z_{ki})$ 被映射到二维空间中,表示为点 (X_{1i}, X_{2i}) ;(4) k 箭头 $(X_j, j=1, \dots, k)$ 表示第(3)步中获得的欧氏空间,每个属性的实际值和箭头上的投影相关程度最大,因此高度相关的属性在图形上与箭头的方向一致。采用 CoPlot 方法处理的数据是通过 2 个系数检验拟合程度,1 个是疏离指数 θ ,另 1 个是每个属性最大相关关系 r_j^* ;当属性的相关关系 r_j 较低时会被剔除,其中在疏离指数 $\theta \leq 0.15$ 或某属性的最大相关关系 $r_j^* > 0.4$ 时表示拟合程度好。

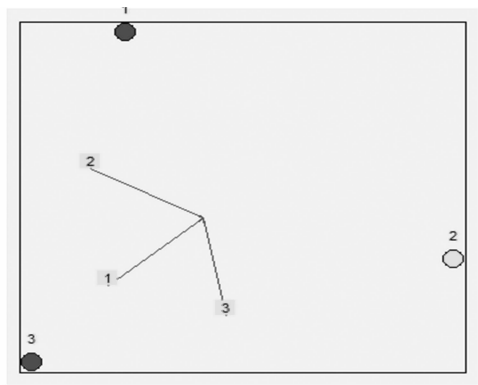
4 旅游空间生产语境下红砂村社区居民对文化变迁的体验分析

空间体验分析需要检测数据的有效性。首先,采用 SPSS 17.0 统计软件包中专门的信度分析模块 Reliability Analysis

对问卷进行信度分析,调查问卷的信度系数 α 值为0.893,大于0.7,从总体来看量表的信度是可靠的;分半信度为0.838,在0.65以上,说明本问卷的测量结果稳定。其次,采用Co-Plot软件测量问卷所构建的一级隐形标,即表层文化、中层文化与核心文化整体的 θ 、 r_j^* ,测量结果显示 θ 、 r_j^* 值分别为0.03、1.00;测量表层文化、中层文化、核心文化三分项的 θ 、 r_j^* ,分别为0.03、1、0.04、1、0、1。疏离指数 $\theta \leq 0.15$,最大相关关系 $r_j^* > 0.4$,数据拟合程度良好,均可进行分析。

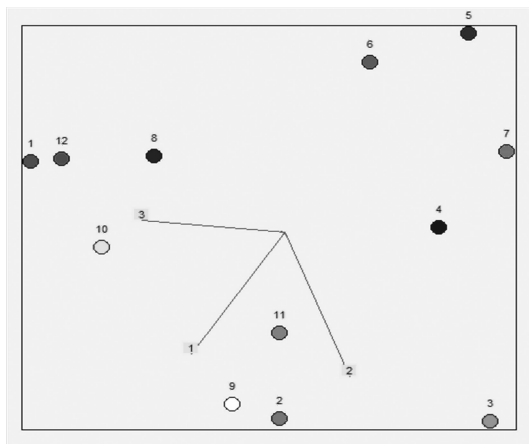
4.1 社区居民对文化变迁的空间体验整体分析

空间体验整体分析旨在反映社区居民对文化变迁的旅游空间生产3大项要素整体认知状况。由图1可见,社区居民体验“感知最大、差异最小”的是表层文化,“感知一般、差异一般”的是中层文化,“感知最小、差异最大”的是核心文化。社区居民对表层文化、中层文化、核心文化变迁的实际感知均大于期望,说明红砂村旅游空间生产使乡村文化发生了较大改变,居民对旅游空间生产中文化变迁的体验较深。



1—表层文化; 2—中层文化; 3—核心文化。方向1为实际感知值, 方向2为期望值, 方向3为极差(实际感知值与期望值的差异), 感知度的高低用该点到对应轴线的垂直距离表征; 图2、图3同

图1 表层文化、中层文化和核心文化3要素空间体验整体分析



a. 表层文化

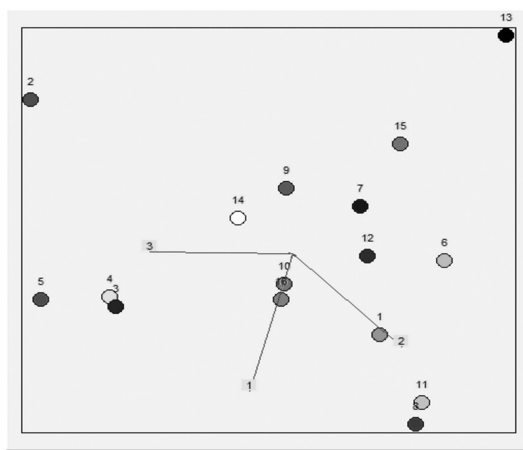
a: 1—买菜吃; 2—不以种植为生; 3—参与旅游发展; 4—收入来自旅游; 5—不在本村居住的本地居民; 6—外出打工; 7—回村参与旅游发展; 8—讲客家话人数减少; 9—城乡关系; 10—欢迎陌生人到红砂村; 11—喜欢现在的房屋样式; 12—到乡村居住的外来人口数。b: 1—交友范围; 2—离婚率; 3—女性独立自信; 4—女性地位; 5—找对象区域; 6—邻里关系亲密密度; 7—亲戚关系亲密密度; 8—自由恋爱; 9—共同生活家庭成员; 10—三口之家; 11—相信法律; 12—乡村习惯、乡约、家法等; 13—村委会组织活动; 14—村委会作用; 15—求神拜佛; 16—举行集体娱乐活动

4.2 社区居民对文化变迁的空间体验维度分析

表层文化是通过外在物品表现出来的文化,是有形的、具有物态实体的文化事物。表层文化涉及人口、语言、建筑、饮食方式、居住习惯、节庆活动、生产生活方式等认知项。图2-a表明,在对旅游空间生产的表层文化体验中,社区居民对村民买菜吃、种地为生、城乡关系更密切、欢迎陌生人到乡村、喜欢现在的房屋样式、到乡村居住的外来人口增多的实际感知较高,对本地人在乡村居住、年轻人回村参与旅游的实际感知较低,对参与旅游经营、收入来自旅游、本村居民不在本村居住的实际感知一般,对参与旅游发展、收入来自旅游、本地人在乡村居住、年轻人回村参与旅游的期望大于实际感知。说明社区居民认同旅游开发带来建筑、聚落、人口、语言、生计方式等文化要素的变迁,从而最终推动表层文化的变迁;社区居民对深入参与旅游发展、增加旅游收入方面有着更大期望,并希望旅游发展能够进一步提高乡村的生活质量、带动乡村生产生活方式的变迁。

中层文化是一个社会的规范和价值观,中层文化在内容上对应制度文化与由此形成的行为文化,涉及婚姻、家庭、邻里关系、交往圈、宗教、信仰、道德、法律等认知项。由图2-b可见,在对旅游空间生产的中层文化体验中,社区居民对女性独立自信、女性地位、找对象区域、自由恋爱结婚、法律权威的实际感知较高,对离婚率、邻里关系、家庭关系、共同生活家庭成员人数、村里组织活动、村委会权威的实际感知较低,对交友范围、三口之家数、举行集体娱乐活动、乡村习惯、乡规乡约及家法权威的实际感知一般,对邻里关系、亲戚关系、村里组织活动、村委会权威的期望大于实际感知。说明社区居民认可旅游空间生产引发了乡村婚恋、亲属关系、邻里关系与乡村制度等中层文化要素的变迁,也同时对旅游发展后人际关系的淡漠化、村集体的权威与实际能力的弱化感到不安,分析数据也进一步体现了伴随着旅游发展,乡村“共同体社会”进一步被瓦解,乡村空间公共权威的来源与实施机制有外化现象。

核心文化是一个社会共同的、关于人为什么存在的假设,



b. 中层文化

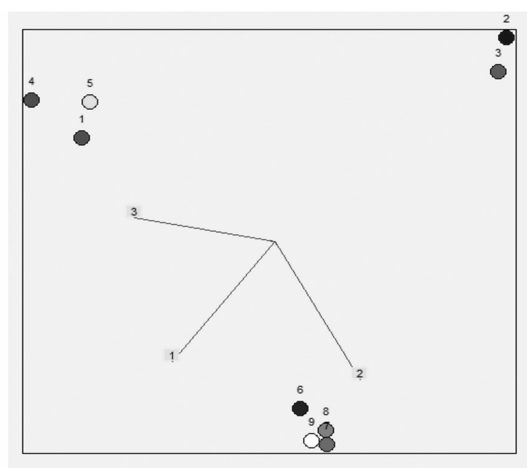
图2 表层文化、中层文化空间体验的整体分析

它触及该社会中人们最根深蒂固与不容质疑的东西。核心文化对应着观念、归属与认同等认知项。图 3-a 表明,在对旅游空间生产的核心文化体验中,社区居民对旅游改变了生活氛围、乡村商业化、乡村生活比城市好、对乡村旅游发展现状感到满意、为乡村旅游发展感到自豪、为是乡村居民或旅游从业者感到自豪的实际感知较高;对城乡差别感知一般;对收入分配、乡村旅游带来的各种利益感知较低。对当前收入分配、旅游收益、乡村旅游发展现状等满意情况,以及乡村旅游发展的自豪感、乡村居民或旅游从业者身份的自豪感的期望大于感知。数据分析说明,社区居民认为旅游开发引发了乡村氛围、乡村环境、乡村经济收益、城乡差距等核心文化变迁,但同

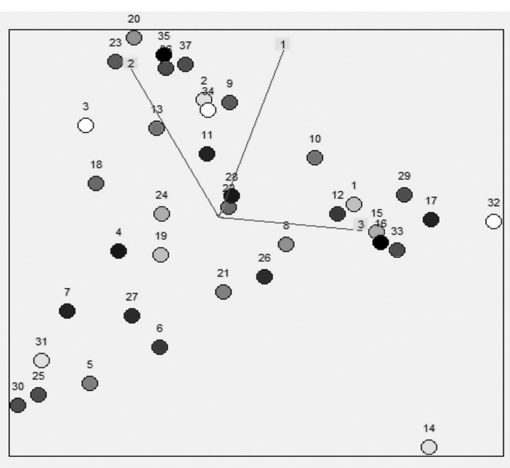
时也在一定程度上反映居民对旅游空间主体间的生产关系的认可度不高,尤其是对空间占有、空间流通及空间消费的诉求有所期待,对旅游发展后的商业化现象、社会依恋的忧虑程度大于认同程度等现象。

4.3 乡村旅游空间体验的综合分析

乡村旅游空间体验综合分析是在打破表层文化、中层文化与核心文化 3 个维度基础上,在空间体验的全要素(图 1、图 3-b)之间寻求一系列相互关联,并试图运用旅游空间生产理论解释乡村文化在旅游空间生产的主体行动过程、空间生产动因及主体之间的相互关系,揭示文化的旅游空间生产中存在的问题,达到分析清晰化的目的。



a. 核心文化 CoPlot 结果



b. 全要素 CoPlot 结果

- a: 1—改变生活氛围; 2—满意收入分配方式; 3—旅游带来各种利益; 4—旅游导致乡村商业化; 5—旅游导致城乡差别; 6—乡村生活比城市生活好; 7—对乡村旅游发展现状感到满意; 8—为乡村旅游发展感到自豪; 9—为是乡村居民、旅游从业者而自豪。
- b: 1—买菜吃; 2—不以种植为生; 3—参与旅游发展; 4—收入来自旅游; 5—不在本村居住的本地居民; 6—外出打工; 7—回村参与旅游发展; 8—讲客家话人数减少; 9—城乡关系; 10—欢迎陌生人到红砂村; 11—喜欢现在的房屋样式; 12—到乡村居住的外来人口; 13—交友范围; 14—离婚率; 15—女性独立自信; 16—女性地位; 17—找对象区域; 18—邻里关系亲密度; 19—亲戚关系亲密度; 20—自由恋爱; 21—共同生活家庭成员; 22—三口之家; 23—相信法律; 24—乡村习惯、乡约、家法等; 25—村委会组织活动; 26—村委会作用; 27—求神拜佛; 28—举行集体娱乐; 29—改变生活氛围; 30—满意收入分配方式; 31—旅游带来各种利益; 32—旅游导致乡村商业化; 33—旅游导致城乡差别; 34—乡村生活比城市生活好; 35—对乡村旅游发展现状感到满意; 36—为乡村旅游发展感到自豪; 37—为是乡村居民、旅游从业者自豪

图3 核心文化与全要素空间体验的 CoPlot 结果

乡村旅游开发是红砂村乡村文化变迁的动因,对表层文化、中层文化与核心文化的空间体验整体分析能够说明 3 个问题。首先,红砂村旅游开发带来了表层文化、中层文化与核心文化的变迁,并且社区居民对乡村旅游在文化方面的空间生产能力较为认同。其次,旅游发展中的表层文化、中层文化与核心文化变迁具有非均衡性。表层文化具有外显性,因此表层文化的变迁最明显,社区居民对旅游发展带来的表层文化变迁的实际感知也最强烈;与表层文化相比,作为“场景中人”的社区居民更难感知中层文化与核心文化的变迁;核心文化是文化的内核,社区居民对表层文化的实际感知弱于对核心文化的实际感知。最后,旅游发展中的表层文化变迁涵盖建筑、语言、收入来源等文化要素,乡村旅游直接改善了社区居民的物质环境、提高了生产生活质量,因此与中层与核心文化相比,社区居民对表层文化变迁的整体满意度是最高的。核心文化变迁涵盖观念、归属与认同等要素,核心文化的变迁会逐步动摇传统乡村社会存在的文化基础,因此与表层文化和中层文化相比,社区居民对核心文化变迁的整体满意度是

最低的。

政府、外来经营者、社区居民是旅游空间生产的主要行动主体。政府计划主导、外来经营者资金投入、社区居民参与的红砂村旅游开发模式无疑提高了旅游空间生产的效率,带来旅游的经济效益。然而伴随着旅游开发,政府、外来经营者逐步介入到乡村生活的方方面面,深入到乡村社会内部。政府、外来经营者在旅游发展中依照市场经济规则分享了以往由社区居民独享的对空间资源占有、消费、分配的权力,这在一定程度上引发了社区居民对旅游发展后村集体的权威与实际能力的弱化的不安。因此,多方行动主体对空间生产权力的分享是乡村“共同体社会”进一步瓦解、乡村空间公共权威来源与实施机制外化的根本原因^[25]。

尽管我们一般都承认,乡村的社区居民是旅游资源拥有者,理应成为旅游空间生产的决策主体。但在旅游实践中,村民的决策权力却常常由于得不到外部力量支持而难以被保障^[20]。这也是红砂村乡村旅游发展中,社区居民对空间的生产关系的认可度不高,对空间占有、空间流通及空间消费的诉

求有所期待的重要原因。乡村是社区居民的共同家园,无论旅游发展到何种程度,社区居民对乡村传统文化都有依恋的情节。在旅游的商业化开发过程中,由于过分突出乡村文化的商业价值,在一定程度上忽略对乡村文化的保护与合理利用,旅游发展逐渐改变了乡村的价值观念及氛围,割裂了乡村文化的命脉,最终导致社区居民对乡村旅游发展后商业化现象、社会依恋的忧虑大于认同程度的现象。

5 优化乡村发展中旅游空间生产的对策

5.1 确定可持续发展观为乡村文化指导变迁的策略

指导变迁也称计划变迁,是个人或群体主动地或有目的地介入另一个群体的技术、社会和思想的习俗^[26]。在清晰乡村旅游空间生产中乡村文化变迁的空间关系与存在问题基础上,寻求对乡村文化的“指导变迁”策略,有利于避免旅游发展导致的乡村文化断裂。这不仅关乎乡村旅游发展的方向与未来,也关系中国乡村城市化途径的创新,因此意义重大。可持续旅游发展是在保护和增强未来机会的同时,满足当前旅游者和东道主社区的需要^[27]。实践证明,乡村要在旅游发展中延续文化命脉,就应当在旅游发展的同时对乡村文化进行指导变迁,主要应注意以下几点:(1)以可持续旅游发展为指导思想,将乡村产业结构调整、经济增长方式转变、文化保护有机结合起来,以实现乡村的永续发展;(2)政府要将经济建设、文化传承与保护的总体布局融入到乡村旅游开发与乡村建设的顶层设计之中,秉承保护乡村文化、实现城乡文化差异化、推动乡村文化多样化发展的历史责任;(3)旅游经营者应当转变盈利至上的思想,正确处理好旅游开发与文化传承、社会利益与经济利益之间的关系,主动承担在乡村文化保护与传承中应当承担的社会责任。

5.2 充分保障乡村社区居民的旅游参与权利

在“空间的生产理论”中,生产是一种物质过程,也是一种精神过程;历史与现实的交融、文化与经济的契合、行动主体间的资本角逐与多元利益博弈一直都是文化生产中不可避免的考量要素。因此,乡村旅游空间的再生产,是一个物质条件与社会关系生产的过程,也是一个各种资本力量博弈的过程,发展乡村旅游必须把保障乡村社区居民的旅游参与权力提到重要议事日程,具体要注意以下几点:(1)要从可持续发展的高度充分认识公民参与对保护乡村文化的重要性,无论是政府部门还是开发商都必须把社区居民的参与作为保护乡村文化的重要力量;(2)要在乡村发展中通过进行乡村基层民主建设、发展乡村治理、推行乡村社区参与等多种途径,构建乡村发展中不同利益群体的交流渠道,赋予乡村居民对自身发展的话语权,重塑乡村空间中各资本力量的博弈格局;(3)要建立健全的乡村旅游社区的参与机制,尤其是建立社区参与旅游发展的保障机制、合理的利益分配机制、反映社情民意的咨询机制以及提高参与能力的培训机制,以提高居民的参与能力、参与水平。

5.3 在旅游开发中努力实现乡村文化自觉

文化自觉是生活在一定文化中的人对明白自身文化的来历、形成过程、所具有的特色与发展趋向,不带任何文化回归的意思,不是要复旧,也非全盘西化^[28]。在旅游发展中实现乡村文化自觉,主要应注意以下几点。(1)相关政府要帮助

社区居民与旅游投资商清晰地认识到乡村文化的内核,通过村落的文化教育促进东道主的文化自觉。在乡村旅游发展中,不但要尊重乡村既有的生产生活方式、建筑景观、乡村习俗等文化传统,也要教导社区居民对自我文化传统的尊重,帮助乡村融入文化变迁的大环境,降低乡村文化变迁的代价。(2)旅游规划中既不能通过单纯的“保存”文化样本来留住乡村文化,也不能不顾文化形态的传承性和不可复制性,单方面追逐经济利益。而是要在透彻理解乡村文化的基础上,准确把握乡村的历史文脉。在守住传统文化、满足市民文化消费心理的情况下,对本土经过几千年文化沉淀所形成的乡村生产生活方式进行嵌入式的创新;要赋予乡村文化以时代气息,在创造新的文化形态中不至于因为简单地挽留文化的记忆而失去与时俱进的文化光彩。

6 结论

随着我国乡村旅游的蓬勃发展,旅游对乡村经济、政治、社会与文化等带来的冲击引起越来越多的学术关注,理解乡村旅游也成为理解当代乡村社会文化变迁的重要途径。在旅游空间生产视角下展开对乡村旅游开发中文化变迁现象的研究,无疑是用一种较新的思维重新理解乡村的发展问题,审视乡村文化的变迁问题。面对旅游空间生产引发的诸多文化变迁现象,我们在乡村旅游发展中应当明确原则,即坚持社会公平与正义的价值理念,在尊重文化持有者的基础上作出影响乡村文化走向的旅游发展决策。然而,从乡村旅游发展的实践来看,中国的大多数乡村旅游启动于国家计划性指导,国家权力与外来经营者的资本联姻所形成的强大力量,往往是乡村社区居民的忧虑所在;因此,在乡村旅游开发中,以文化的自觉、自信、自强为代表的传统力量如何在旅游空间生产中得以彰显?应采取何种策略,在文化自觉的基础上,保障文化持有者的参与能力与话语权,消除其忧虑、提高其体验,让他们在旅游发展中不仅获得经济利益,也收获愉悦与幸福?一系列问题需要在旅游空间生产关系框架下继续得到关注与探讨。

参考文献:

- [1] 孙立平. 断裂——20世纪90年代以来的中国社会[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2009: 3-7.
- [2] 郭凌, 黄国庆, 王志章. 乡村旅游开发中土地流转问题研究[J]. 西北农林科技大学学报: 社会科学版, 2009, 9(5): 85-91.
- [3] 刘安全. 旅游与民族地区社会文化变迁研究评述[J]. 贵州民族研究, 2011(1): 65-69.
- [4] 余兵. 基于“涵化”理论的乡村旅游文化内涵建设探析[J]. 内蒙古农业大学学报: 社会科学版, 2012, 14(2): 403-405.
- [5] 张志亮. 旅游开发背景下大寨的文化资本及其再生产[J]. 旅游学刊, 2009, 24(12): 36-41.
- [6] 郭凌, 杨启智. 乡村旅游开发与乡村文化变迁[M]. 成都: 西南财经大学出版社, 2013.
- [7] 孙亚辉. 旅游视角下古村落的文化变迁与拯救[J]. 河南社会科学, 2013, 21(3): 104-106.
- [8] 王小辉. 旅游社区居民对乡村旅游社会文化影响研究——以焦作云台山景区居民感知分析为例[J]. 西安邮电学院学报, 2011, 16(6): 99-102.
- [9] 宗晓莲. 旅游人类学与旅游的社会文化变迁研究[J]. 旅游学

唐明霞,程玉静,顾卫兵,等.日韩“第六产业”经验对南通现代农业发展的启示[J].江苏农业科学,2016,44(10):533-539.

doi:10.15889/j.issn.1002-1302.2016.10.151

日韩“第六产业”经验对南通现代农业发展的启示

唐明霞^{1,2},程玉静¹,顾卫兵^{2,3},陈惠^{1,2},袁春新^{1,2}

(1.江苏沿江地区农业科学研究所,江苏如皋 226541;2.江苏省南通市农副产品加工技术协会,江苏南通 226000;

3.南通科技职业学院,江苏南通 226000)

摘要:“第六产业”是指通过延长农业产业链,提高农业附加值,实现一、二、三产业的融合互动,从而使农业成为贯穿一、二、三产业的综合性产业。“第六产业”打破了三大产业并列分割的局面,跨越了产业边界,是产业结构的最高形态,其核心是发展一、二、三产业,融合互联网及创意产业,形成六次产业;且使农民能够分享到产业链延伸的价值。日韩通过提高产品产地附加值,实行多元化经营、农工商合作、技术革新、开拓消费需求、发展农协、培养复合型人才实现了产业融合,给江苏南通带来了做好顶层设计、培育多元人才、调整政府职能、加强联合协调、应用高新技术、利用当地资源等发展“第六产业”的多重启示。指出南通发展“第六产业”是转变经营方式、实现产业融合和农业现代化的必然趋势;提出了以“第六产业”思路发展现代农业,必须发展农产品加工,提高产品的附加值;发展现代服务业,缩短产品流通周期;发展多元文化,促各产业深度融合;发展农业高科技,以科技创新促融合;发展农业新主体,拓展农业产业链。

关键词:南通;第六产业;日韩经验;现代农业;发展对策

中图分类号: F327 **文献标志码:** A **文章编号:** 1002-1302(2016)10-0533-07

目前,随着城镇化的逐步推进,人口逐步向城市集中,农村出现了人口老龄化和农业“过疏化”现象;农业生产投入大、风险高、收益低,耕地面积逐步减少,土地抛荒渐多,农产

品自给率持续下降,进口数量持续走高;农业从业者不仅表现数量下降,而且素质也不容乐观,年轻人宁愿打工、不愿种地,谁来种地成为一个非常现实的问题。如何解决这些问题,日本和韩国发展“第六产业”的思路、经验和做法值得借鉴。

收稿日期:2016-08-31

基金项目:江苏省南通市软科学研究计划(编号:AR2015011)。

作者简介:唐明霞(1972—),女,江苏南通人,研究员,主要从事农产品加工技术研究和科研管理工作。E-mail:782641021@qq.com。
通信作者:袁春新,研究员,主要从事农产品加工技术和宏观农业研究。E-mail:448725005@qq.com。

刊,2013,28(11):7-8.

[10]吴亚平.天龙屯堡乡村旅游兴起与民俗文化变迁研究——一个利益相关者的视角[J].贵州师范学院学报,2010,26(11):50-54.

[11]王伯承,吴晓萍.民族旅游与目的地婚姻家庭习俗变迁调查研究——以贵州省郎德上寨为个案[J].原生态民族文化学刊,2011,3(3):55-61.

[12]卢昌泰,郭凌,申凯,等.乡村旅游对农村妇女非农化的影响研究[J].林业经济,2013(4):89-91.

[13]尹戟.乡村旅游中的农民阶层分化研究[J].北京第二外国语学院学报,2006(7):7-11.

[14]吕宛青.旅游产业引致的旅游地制度文化变迁[J].西南边疆民族研究,2012(2):192-200.

[15]左晓斯.乡村旅游批判——基于社会学的视角[J].广东社会科学,2013(3):196-205.

[16]刘冰.乡村旅游背景下的乡村社会资本变迁与乡土重建路径选择[D].重庆:西南大学,2013.

[17]王德刚,史云.传承与变异——传统文化对旅游开发的应答[J].旅游科学,2006,20(4):1-6.

[18]郭凌.重构与互动:乡村旅游发展背景下的乡村治理[J].四川师范大学学报:社会科学版,2008,35(3):16-22.

1 “第六产业”的概念和内涵

1.1 概念

传统观念认为,第一产业是农林水产业,主要完成初级产品或原始产品的生产任务;第二产业是加工制造业,主要完成

[19]朱丹丹.旅游对乡村文化传承的影响研究——以夔底下古村为例[D].北京:北京林业大学,2008.

[20]郭凌.乡村旅游发展与乡土文化自觉——旅游人类学视野中的文化结构与解构[J].贵州民族研究,2008,28(1):44-50.

[21]姬安龙.山地民族文化记忆——下寨苗族文化变迁研究[J].贵州民族研究,2012(1):69-74.

[22]向云驹.论“文化空间”[J].中央民族大学学报:哲学社会科学版,2008,35(3):81-88.

[23]谢彦君,彭丹.旅游、旅游体验和符号——对相关研究的一个评述[J].旅游科学,2005,19(4):1-6.

[24]郭凌,阳宁东,王志章.民族旅游开发与民族文化的空间生产研究——基于对四川省凉山彝族自治州盐源县泸沽湖的个案研究[J].西南民族大学学报,2014(2):144-149.

[25]郭凌,黄国庆,王志章.乡村旅游开发中土地流转问题研究[J].西北农林科技大学学报:社会科学版,2009,9(5):85-91.

[26]克莱德·伍兹.文化变迁[M].何瑞福,译.石家庄:河北人民出版社,1989:65.

[27]黄娅,严兴.乡村旅游社区参与主体培育研究[J].农业经济,2009(8):29-30.

[28]黄淑婷.费孝通先生对中国人类学的理论贡献[J].中央民族大学学报:哲学社会科学版,2007(4):22-31.