

基于乡愁文化理念的旅游目的地发展研究

窦志萍¹, 杨芬², 和旭²

(1. 昆明学院《旅游研究》编辑部, 云南昆明 650214; 2. 昆明学院外国语学院, 云南昆明 650214)

摘要:“乡愁”凝聚着对故土的眷恋, 对故人的怀念, 对往事的回眸以及对人生的回味。“乡愁”是一种情愫, 也可以说是岁月的痕迹。文章从乡愁的产生、乡愁文化的内涵出发, 提出了乡愁文化构成的四个维度——地理、历史(时间)、文化和心理维度。并基于此研究了不同类型旅游目的地发展乡愁旅游的路径。

关键词: 乡愁文化; 旅游创新; 旅游目的地

中图分类号: F59 **文献标识码:** A **文章编号:** 1674-5841(2016)01-0015-04

社会经济快速发展的今天, 很多人由于种种原因离开了自己的家乡。但是, 无论离家有多远, 对家乡的眷恋却根植于内心并形成一种理念和文化, 即乡愁。人们渴望“乡愁”中的“愁”能有机会填补和消除, 于是不断寻找机会, 希望这种对家乡的情感及记忆有机会去实践, 回到梦中的“老家”^[1]。人们希望通过旅行目的地的选择, 找回自己特定时空条件下的物质与非物质的记忆——乡愁。在此条件和背景下, 一种新型的旅游需求——乡愁文化旅游, 出现在旅游者的旅游需求动机中。寻找乡愁、发现乡愁、留住乡愁、享受乡愁成为现阶段的一种旅游时尚。

旅游是一定社会经济条件下的产物, 是一种在文化引领下的具有时代特征的消费行为。要满足旅游者新兴的旅游需求, 与消费市场对应。市场有对“乡愁文化”的需求, 就需要有满足旅游消费需求的产品供给市场和供旅游者选择的旅游目的地。

那么, 基于乡愁理念的旅游目的地该如何发展, 其发展路径何在? 本文主要从乡愁文化的内涵出发, 分析研究基于乡愁理念的旅游目的地发展路径。

一、“乡愁”与“乡愁文化”

研究满足旅游者乡愁文化需求的旅游目的地发展路径, 首先要从乡愁说起。

(一)“乡愁”的出现

关于乡愁, 目前没有确切的解释。《辞海》关于“乡”的解释是: 乡是我国农村的基层行政区域。相传, 乡制始于周代, 秦、汉时期, 乡属于县, 以后历代相沿, 乡泛指城市以外的地区, 如回乡、下乡, 也解释为处所、地方, 出生地和家乡; 对“愁”则是如此解释: 愁为忧愁, 形容景象的惨淡。“乡愁”二字在《辞海》中未做解释。

乡愁一词最早出现在文学作品中。最著名的文学作品当属余光中的抒情诗《乡愁》。何谓乡愁, 余光中如此解释: “所谓乡愁并不仅是地理的, 也是历史的。并不是说回到你的乡, 回到那一村一寨就可以解愁的, 乡愁往往是历史的沧桑感和时间的沧桑感在其中。小时候的游伴散掉了, 屋前屋后的树可能不见了, 也是一种乡愁。有一种乡愁因为离开故乡而愁; 有一种乡愁是因为故乡改变了而愁。时间的乡愁是每个人都避免不了的。‘乡愁’, 凝聚着对故土的眷恋, 对故人的怀念, 对往事的回眸, 对人生的回味。‘乡愁’是一种情愫, 也可以说是岁月的痕迹。所以, 人人有‘乡愁’, 长久都会有‘乡愁’。”^[2]

一个人离开一个地方, 不管时间长短, 往往对所处过的环境, 接触过的人, 经历过的事, 都会不经意地回想或重现。乡愁对于古人或许是“暧暧远人村, 依依墟里烟”, 是“绿树村边合, 青山郭外斜”, 是“久在樊笼里, 复得返自然”。

基金项目: 昆明市社科基金《2015年昆明市社科基金农旅双链模式下昆明市都市农业发展研究》阶段性成果。

作者简介: 窦志萍(1966-), 女, 教授, 主编, 研究方向为旅游目的地建设、旅游策划及旅游教育; 杨芬(1983-), 女, 讲师, 研究方向为城市旅游公共服务体系; 和旭(1983-), 女, 助教, 研究方向为国际导游业务。

对现代人,乡愁,可能是村旁小河中活泼的鱼虾,是青葱山冈上酸甜的野枣,是小巷中延伸的青石板,是老屋顶勾勒的翘角檐,是儿时的玩伴及游戏,是浓浓的乡音,是一本“小人书”……^[3]。故乡的一切,如一棵树、一口井、一拱桥、一片瓦、一个传说、乡音、小调等都会在不经意间激发起人们的乡愁。乡愁不仅与故乡风物有关,和儿时的亲情友情有关,若从文学的角度看,乡愁可以追溯到遥远的古代,甚至远至天涯。

(二) 乡愁文化的内涵

乡愁的“乡”,本身就是一个地理概念。乡愁的物质承载客体,如山川植被、老屋邻里不仅依托地理空间,同时还打上了时间的烙印,在特定时空条件下形成特定记忆——乡愁。乡愁的“愁”,是在物质基础上形成的一种精神感受,一种文化。乡愁,是文化的乡愁。因此,乡愁是物质的,更是精神的,是精神文化层面的情感代码^[4]。基于此,笔者认为,乡愁文化构成涉及四个维度:地理、历史(时间)、文化和心理维度。

乡愁因乡土而生,乡愁有个人的乡愁、有群体的乡愁,还有整个民族的乡愁。乡愁是忧伤的,也是温暖的;是怀旧的,也是美丽的。乡愁根植于人的内心,最为明显地反映在故土情怀上,甚至可以指向某个时段脑海中某一道难以抹去的印记。乡愁可以细分为“异域乡愁”“乡村乡愁”“故土乡愁”和“历史乡愁”。乡愁浓缩了一个地方的生活,是人的家园意识的具体体现,是文化认同的情感投射,是铭刻历史的精神坐标,是人们复返童真的心灵慰藉。乡愁是传统的,又是时尚的,具有传承性,又具有现代性。

二、乡愁与旅游

(一) 乡愁文化促发旅游动机

旅游活动在一定意义上是一项综合性审美活动,旅游者的审美需求和审美行为受到地理环境、社会情景、文化生活和心理距离等方面的影响,这与乡愁涉及的地理、历史(时间)、文化和心理四个维度高度融合。

形成乡愁的文化因子来自自然空间、生活空间和交际空间,并以自然山川河流、环境景观、建筑民居、田园风物、地域美食、故土乡音、地方小调、作物特产、节庆祭祀、乡里民俗等形式表现出来。乡愁所蕴含的物质文化与精神文化内涵是促发旅游者产生旅游动机的源泉和直接吸引

物。可以说,旅游者对乡愁及乡愁文化的渴求,是旅游者追求品质生活的深层需要。把握乡愁文化内涵,挖掘共性与个性的乡愁文化,对开拓旅游市场、引导旅游者旅游消费行为具有重要的意义。

(二) 乡愁文化是旅游目的地重要的发展要素

从乡愁文化构成的四个维度分析,乡愁及乡愁文化天然地与旅游活动发生着联系。地理、历史(时间)、文化和心理四维度和与之对应的旅游环境、旅游资源、旅游吸引物及旅游者,成为旅游目的地重要的组合要素,也是旅游目的地的空间发展要素。

1. 乡愁文化是旅游目的地空间环境的重要组成部分

乡愁是一种记忆,这种记忆源自人们的眼睛、嘴巴、耳朵等感觉与知觉层面,根源于精神层面的感受,是人们情感代码及记忆形成的主要途径。这些感觉、知觉及情感活动是旅游消费者产生旅游动机的源泉,也是旅游消费者在旅游消费过程中的期望所在。乡愁是一种情愫,是对故乡的思念产生的既甜蜜而又忧伤的复杂心理表现。乡愁文化在一定意义上意味着依赖、回归和保护。乡愁文化既有地域空间的范畴,同时又涵盖精神空间层面。因此,旅游目的地空间中无论是物质层面还是精神层面,都充满着乡愁文化。如何建设乡愁地域空间、挖掘乡愁文化、营造乡愁文化空间、打造乡愁文化旅游产品,是旅游目的地建设的重要任务之一。

2. 乡愁文化是旅游目的地发展的重要资源

旅游资源包含了物质、文化和精神三个层面的吸引要素。乡愁文化的四个维度同样包含了旅游资源的三个层面,是物质、文化与精神的融合。乡愁的可见、可品、可听、可触、可体验,体现了其物质属性;乡愁的可忆、可想、可追溯,体现了乡愁文化的文化属性。乡愁是动态发展的,有诱发、保留、延续、再现与升华的过程,这体现了乡愁文化的精神属性。因此,乡愁文化为旅游目的地建设、旅游产品“生产”和旅游活动设计提供了丰富“原料”,为目的文化旅游创意奠定了基础。为了在旅游目的地发展乡愁旅游,就必须对能凸显乡愁、品味乡愁、体验乡愁、讲述乡愁的乡愁类旅游资源在保护的基础上合理利用。乡愁文化资源的挖掘和利用对旅游市场开拓、培育忠诚消费者具有特殊的意义。

乡愁是地域特色文化凝聚的结晶, 乡愁文化具有一定的可移动性, 其文化要素精髓与特殊承载物结合。可以将乡愁文化要素凝聚在可移动的“物”上, 在乡愁文化上叠加物化创意, 如开发特色旅游吸引物, 或与旅游商品的设计生产结合起来, 为旅游产业创造延伸产业链。

三、旅游目的地发展“乡愁旅游”的路径

(一) 乡愁文化旅游资源的有效利用

旅游目的地发展乡愁旅游, 首先要有依托的“资源”, 也就是要依托乡愁文化资源拓展吸引力要素, 提升乡愁文化对旅游的吸引力。根据旅游消费者的需求, 深度挖掘、利用乡愁文化资源, 打造乡愁旅游产品。

由于乡愁是基于人的情感而产生的, 一百个人有一百种乡愁。旅游目的地发展乡愁旅游可利用的资源极为丰富, 如前所述, 乡愁涉及四个维度, 基于乡愁理念所形成的乡愁文化旅游资源同样涉及四个维度。因此, 旅游目的地要基于乡愁理念发展乡愁旅游, 在挖掘利用乡愁文化资源时要超越传统旅游资源的概念。根据乡愁涉及的四个维度有针对性地梳理资源。从旅游目的地发展可利用的资源角度来看, 乡愁旅游资源可分为四大类: 自然地理要素类、历史(时间)要素类、文化要素类和心理要素类。每一个大类下根据发展的需要分为若干亚类, 每个亚类还可根据地域特色分为若干小类, 每个小类有不同的承载或传承方式。这样划分, 有别于传统旅游资源的分类, 更有利于对区域旅游资源进行系统分析, 并在乡愁承载及传承方式上做深入研究, 分析其吸引要素, 进而提出有效利用及保护途径。

(二) 旅游目的建设中融入乡愁要素

2013年12月的中央城镇化工作会议上, 在谈到提高城镇建设水平时, 习总书记指出, 要体现尊重自然、顺应自然、天人合一的理念, 依托现有山水脉络等独特风光, 让城市融入大自然, 让居民望得见山、看得见水、记得住乡愁^{[5]22}。2015年1月20日, 习总书记在云南洱海边的古生村调研时强调, 新农村建设一定要走符合农村实际的路子, 遵循乡村自身发展规律, 充分体现农村特点, 注意乡土味道, 保留乡村风貌, 留得住青山绿水, 记得住乡愁^{[5]21}。

乡愁旅游中的“乡”可做乡村解, 也可作故乡解, 因此, 乡愁文化可融入不同类型旅游目的

地的建设发展中。

1. 城市旅游目的地发展中的乡愁文化

城市的乡愁在哪里? 其实就在整个城市中。首先是传统的街道。老街深处的传统民居、老民居中的故事、地域特色的路面、街边的店铺及小吃店、店铺中售卖的地方特色的商品、小吃店中弥漫出的地方小吃味道、街道上行驶的传统交通工具, 以及路边的行道树、路灯、小花, 甚至行人发出的乡音等, 都是留住乡愁和引发乡愁的重要空间及载体, 都能引起人们的乡愁。其次是传统社区。城市传统社区也是承载城市文化的重要空间, 是了解城市乡土文化的重要基地, 是乡愁旅游中体验“人情乡愁”的重要空间。

欧洲国家在其城市发展中很注意对老城的保护和利用。瑞士、德国、法国、西班牙的旅游城市都有特色老城区, 这些老城区在一定程度上就是城市乡愁的载体。它们不仅吸引着本地人, 同样吸引着远道而来的客人。我国旅游城市建设中也不乏成功例子。福州的三坊七巷、上海的田子坊、成都的宽窄巷子等都是能让人忆起乡愁、见到乡愁、品味乡愁的地方。

基于乡愁文化理念的城市型旅游目的地建设发展, 首要就是保护好承载乡愁文化的空间及环境, 包括物质环境和氛围环境; 其次是挖掘利用好能引发乡愁的物化资源, 尽可能保持其原有风貌及特征, 并挖掘出物化资源背后的精神内涵; 再次就是要讲好乡愁的故事, 延伸乡愁文化, 发挥乡愁文化对城市文化形象塑造的作用; 最后是设计好城市乡愁旅游产品和乡愁旅游商品, 让游客因乡愁而来、回味乡愁、体验乡愁、留住乡愁、带走乡愁。

2. 乡村旅游目的地发展中的乡愁文化

基于乡愁文化的乡村旅游目的地建设发展, 首要的是依托村庄和小镇。历史悠久特色鲜明的小镇, 留有青山绿水的村庄最能勾起人们的乡愁。乡村旅游目的地发展中乡愁文化的运用, 需要突显真实、质朴、生态的环境, 乡景、乡风、乡情的意境。在城镇化建设过程中, 稍不注意, 为数不多的能引发人们“乡愁”的吸引物就容易被遗失。现代乡村旅游的核心吸引力要素之一就是乡愁要素。因此, 在乡村旅游目的地建设中, 应遵循乡村自身发展规律, 注意乡土味道, 尽量保留乡村风貌, 要让旅游者看得见山、看得见水、看得见乡亲。所以, 基于乡愁的乡村旅游目

的地发展应以景村、景镇建设一体化为指导思想,以地域乡村文化为核心支柱,以乡愁载体如村镇标志建筑、古老树木、祠堂等为可见吸引物,以乡土情怀为精神吸引物,把乡愁融入旅游活动要素中,讲好乡愁故事,使小镇和村落发展成为“舍不得乡愁旅游”的乡村旅游目的地。

其次是依托特色农庄、传统民俗、农业公园建设发展。随着城镇化进程及当地居民生活的变迁,很多记忆中的乡村意境消失,一些传统、古老的乡愁文化资源,如不同时期的传统建筑及其陈设、各色古老的农具、古老的孩童游戏、传统手工美食等在现代村庄建设中已难保留。为了让这些传统乡愁要素得以保留并发挥其游憩功能,在乡村旅游目的地建设中,可借助特色农庄、传统民宿、农业公园等形式再现乡愁文化,形成以农耕乡愁为吸引要素的乡愁旅游目的地。

(三) 基于乡愁文化理念的旅游产品及活动设计

基于乡愁理念的旅游目的的发展,需要有满足旅游者乡愁文化体验的旅游产品和活动——乡愁旅游产品。没有产品及活动设计,丰富的乡愁文化资源及吸引要素可能只能停留在物化的展示上。因此,基于乡愁理念的旅游目的的发展,要在认真分析乡愁文化及旅游消费需求的基础上,借助现代观光、体验、休闲旅游的成功经验,设计地域乡愁旅游产品、组织乡愁旅游活动。

乡愁旅游产品及活动设计,要紧扣“乡”,

提升“愁”。基于乡愁文化理念的旅游产品及活动设计要围绕乡愁涉及的地理、历史(时间)、文化和心理四个维度来展开。产品内涵要具有鲜明的层次性和地域性,活动不仅要可参与,更要体现思想性,要注重品牌化及系列化,呈现及体验方式重视轻松、愉快、便捷、可重复。让旅游者看见乡愁、体验乡愁,再产生新的乡愁。

四、结语

基于乡愁理念的旅游目的的发展,为旅游目的地建设发展注入了传统而又时尚的要素。不同类型旅游目的地的乡愁旅游,是一种基于乡愁及乡愁文化而出现的既传统又新兴的旅游形式,在发展中面临诸多需要探索的理论问题和实践难题,需要人们从不同的视角、不同的领域进行深层研究。同时,基于乡愁理念的旅游目的的发展,也为旅游目的地发展特色旅游提供了更多的理论支撑和实践成果。

[参考文献]

- [1] 李景端. 余光中再谈《乡愁》[N]. 中华读书报, 2014-01-22(05).
- [2] 刘化迪. 让我们记得住乡愁[N]. 解放军报, 2015-01-23(03).
- [3] 张孝德. “记得住乡愁”的城镇化与有根的中国梦[J]. 绿叶, 2014(12): 5-11.
- [4] 姚远. 文化之根何处寻?[J]. 当代贵州, 2015(2): 18.
- [5] 董颖. 习近平总书记的别样乡愁[J]. 中华儿女, 2015(8): 21-22.

Developmental study of travel destination based on nostalgic culture

DOU Zhiping¹, YANG Fen², HE Xu²

(1. “Tourism Research” Editorial Department, Kunming University, Kunming 650214, Yunnan, China;

2. Foreign Language Institute of Kunming University, Kunming 650214, Yunnan, China)

Abstract: “Nostalgia” is the reminiscence of homeland, memories of old friends, retrospect of the past and aftertaste of life. It is some kind of sincerity and also the mark of years. This essay puts forward four dimensional constitutions of nostalgic culture as well as analyzes and researches on the ways to develop nostalgic tourism for distinct types of travel destinations based on the following four dimensions: geographical, historical, cultural and psychological dimensions.

Key words: nostalgic culture; tourism innovation; travel destination

[责任编辑: 幸 岭 责任校对: 王文静]