

文化为魂：乡村文旅融合中的空间重构^{*}

罗大蒙 吴理财

摘要 文化和旅游的空间区隔是制约文旅融合发展的瓶颈。只有进行空间重组,才能推进乡村文旅深度融合,以文化支撑旅游,以旅游带动文化。展示空间、体验空间和情感空间是乡村文旅融合发展的三维空间体系。乡村文旅融合空间重构需要遵循在地性、情景化、数字化和产业化的路径,进行场景设计、项目运营和技术赋能,将乡村打造为乡村文化的展示空间、乡村生活的体验空间和乡村情感的生成空间,从而推动乡村文化旅游深度融合,以文塑旅,以旅彰文,为乡村振兴添翼铸魂。

关键词 文旅融合;空间重构;展示空间;体验空间;情感空间

中图分类号 G124 **文献标识码** A **文章编号** 1001-8263(2023)03-0143-08

DOI:10.15937/j.cnki.issn 1001-8263.2023.03.015

作者简介 罗大蒙,安徽大学社会与政治学院博士生、副教授 合肥 230601;吴理财,安徽大学社会与政治学院教授、博导 合肥 230601

党的二十大报告明确提出,要“坚持以文塑旅、以旅彰文,推进文化和旅游深度融合发展”。文化和旅游具有天然的内在联系,文化是旅游的灵魂,旅游是对文化的活化。但是,长期以来,由于我国文旅部门分立、利益相悖、政策相驳等现象的存在,造成文化和旅游的空间区隔,文化沦为躺在博物馆里的“遗产”,高雅却难以亲近;旅游唯剩“观光”,休闲有余却略显孤寂。文化和旅游部门合并及其一系列政策创制,开启了文旅融合发展新进程。乡村既拥有原生态的自然风光,也具有深厚的文化历史底蕴,乡村旅游逐渐成为我国旅游业的新宠,“到乡村去”感受文化、愉悦身心、留住乡愁,是现代人新的生活方式。随着由“美丽风景”向“美好生活”的旅游需求转变,在乡村旅游中挖掘与植入更多的文化元素,使乡村之旅变成文化之旅、体验之旅、记忆之旅,既是助推乡

村文化和旅游高质量融合发展的必然要求,也是推动农业农村振兴发展的新动能。文旅融合并非是要以文化来包装旅游,而是要借旅游的传播力发展与弘扬优秀传统文化。但在现实中往往本末倒置,旅游成了目标,文化反而沦为陪衬品。由此便导致融合流于形式、融于表面,同质化严重,既远离了文化根基,又弱化了旅游吸引力。那么,如何打造乡村旅游吸引物,以助推乡村文旅融合发展呢?

乡村文化和旅游融合发展既是政策之变、观念之变,更是对乡村的空间重构。从空间的视角理解文旅融合,既有利于激活与重构乡村文化空间,打开乡村振兴的新想象,也有利于发挥乡村“文化磁场”性能,筑巢引凤,吸引更多游客。涂尔干曾指出,空间的意义,不仅体现在物理层面,更重要的是它被注入了人类社会的集体情感,具

^{*} 本文是国家社科基金重大项目“实施数字乡村建设行动研究”(21ZDA057)的阶段性成果。

有情感价值^①。西美尔认为,空间具有较强的社会性,人与人之间的相互作用赋予空间以意义^②。就此而言,文旅融合的空间价值便不仅在于文化和旅游资源的整合与集聚,更在于它打开了社会互动的想象,具有了心灵共鸣、社会交往和情感生成的意义。学界已将空间视角引入乡村旅游发展研究,分析了旅游社区的空间生产,但既有成果并不是在文旅融合的总框架下做的探讨,忽视了旅游空间的文化生产以及文化对旅游空间的建构意义。虽有学者基于场景理论和空间生产理论搭建了乡村文旅融合的分析框架^③,将研究进程向前推进了一步,但其研究侧重于文旅融合的“价值表达”而非“空间生产”。

文化和旅游犹如相互咬合的齿轮,理应是互融互促的。但若没有文化和旅游的空间整合,那么融合也只能流于形式,是相脱钩的而非互融的,是浮于表面的而非啮合互促的。因而,我们探讨乡村文旅深度融合问题,在根本上而言,就是要研究如何推进文旅融合中的空间重构问题。本文基于DW村的文旅融合空间生产实践,探讨了文旅融合的空间逻辑及其建构路径,从而助推乡村文旅深度融合,推进乡村振兴进程。

一、展示、体验与情感:乡村文旅融合发展的三维空间

列斐伏尔认为,空间具有三种属性,即自然、精神和社会,由此便形成了三种空间类型,即物质空间、精神空间与社会空间^④。根据列斐伏尔的空间划分,结合乡村文旅融合的特殊形态,本文将构建集“展示—体验—情感”于一体的空间分析框架(见图1),其中,展示空间,体现空间的自然属性,属于物质空间层面,着重于“可参观性”的文化生产;体验空间,体现空间的社会属性,属于社会空间层面,突出“可参与性”的场景设计;情感空间,体现空间的精神属性,属于精神空间层面,注重“可回忆性”的符号表达。通过三个相互交融的空间,既达到了以文塑旅的目的,也营造了新的旅游业态,既塑造了乡村旅游中的文化之魂,又在乡村文化传承发展中释放出持久的旅游动力。

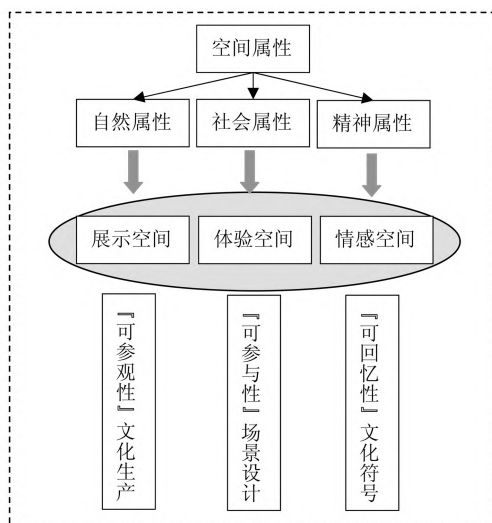


图1 乡村文旅融合“展示—体验—情感”三维一体空间分析框架

(一)展示空间是体验空间与情感空间的生成场域

乡村旅游业的发展,其实就是要将乡村建设成为一个可观赏的去处,从而将乡村社会中的自然山水、人文景观等借助一定的载体和机制展现给前来休闲的游客。乡村的一景、一物、一人、一言、一行等均是乡村文化的展示载体,关系到游客对乡村的感官与情感,影响对乡村旅游价值的判断。作为展示空间的乡村,不仅存在于精心设计的农耕博物馆、民俗文化馆等场馆装置中,而且更深刻的体现在乡村的景、物、人的全域互动中。乡村,犹如一个文旅融合集装器,每一处场景设计,都应是对游客情感的唤醒和延伸;每一个文化符号,都应是对游客的“长情告白”。游客在乡村展示空间中,既是观众,又是演员,作为观众的游客处于“台下”尽情饱览着乡村风光和人文生态,而处于“台上”的游客则时而扮演着演员的角色以更好的体验“农人”的乐趣。乡村展示空间为游客的身份连接“提供了平台和实践通道,旅游不仅使游客获得知识体验,还能激起游客的怀旧、想象、回忆和避世的情感体验”^⑤。因而,一方面,展示空间必是一个“可体验”的空间,乡村社会中的构成要件均是游客的体验物,物质与非物质文化遗产被重新编码而具有了文化消费意义。另一方面,展示空间也必是一个情感空间,是激发游客情

感和记忆的“触发器”。文旅展示空间被赋予了情感价值,以满足游客“追忆”与“认同”的归属需要。脱离了展示空间的时空场域,体验便缺少了吸引物,情感也无所依附。

(二)体验空间是展示空间与情感空间的链接网络

文化旅游中,旅游吸引物的价值取决于旅游者本身的解读能力和参与(卷入)程度^⑥。文化体验要求游客对乡村生活的深度参与,体验建构了主客体之间的关联,将文化展示与游客的内心情感联结起来。通过体验空间建构,静态的文化展示便被活化,既拉近了游客与乡村文化遗产的距离,使其绽放出独特魅力,也给游客带来了文化感,让其沉浸于文化体验中,使乡村旅游变成一场有故事的、有情感的、有体验的旅游新形态。展示空间中注入体验元素,文化就成为可触摸的、可感知的及可参与的,隐藏的文化遗产转化为游客的日常生活场景,游客不再是被动的观光客,而是化身乡村文化的主动建构者。反之,没有体验感的文旅空间,既难以带来新的消费潜力,也难以展示乡村文化吸引力。同样,乡村的情感空间也需要借助体验空间予以激活,体验是一种情感唤醒机制,文化体验活动既能够松动游客潜藏于心的记忆阀门,也可以植入新的记忆元素,从而激发与强化游客的情感意识,形成文化身份认同。体验具有意义传递的功能,它既赋予展示空间情感意义,也赋予情感空间展示的价值。体验空间链接了展示空间与情感空间,展示空间因具有体验感而催生了情感生成,情感空间因体验化设计而具有了深刻的文化展示功能。因而,体验空间是展示空间与情感空间之间的转码通道,乡村文旅融合的价值被创造出来,并成为可消费的旅游新业态。

(三)情感空间是展示空间与体验空间的贯穿主线

城市人来到乡村往往带有一种“回望”情节,即他们希望在宁静的乡村中追寻过往的生活记忆。乡村旅游具有很强的仪式性,他们“通过参观传统民居、体验乡风民俗等,使自己的精神和心理状态达到一个神圣的‘高点’,并借助这种神圣

旅程的仪式感缓解身份焦虑,寻求社会认同”^⑦。乡村游既是观光,更是回望与回归,是对过往自我的追寻以及对田园牧歌的期许。城市来的游客怀揣着一种情绪和感官兴奋在凝视乡村,每一个物件、每一处景观、每一次互动均带有深刻的情感意义,都是情感表达的符码。因而,能够在旅游目的地与乡愁间建立起情感关联的乡村文旅设计,会更具有消费价值和吸引游客的能力。乡村社会的展示空间和体验空间要能够联通游客的情感,唤起内心深处的情愫,满足游客的乡愁表达。情感的元素应贯穿于乡村的每一个角落,用于展示的物件与文化,用于体验的项目与场景均能够述说乡村的意象,并投射于游客的内心深处,让游客深深眷恋,并满怀对乡村文化遗产的尊重与敬畏。因此,情感空间应是贯穿展示空间与体验空间的主线,游客被置身于充盈着情感、记忆和乡愁的场域,重塑或唤醒着游客的记忆空间,个体的记忆被重新编码,乡村的展示空间与体验空间成为自我观照之镜像,乡村文化符号的象征意义和情感意义被激发出来,文化旅游装置与情感空间相互渲染,乡村找到了出路,游客也找到了身份认同。

二、乡村文旅融合中的空间重构实践:以 DW 村为个案

贝拉·迪克斯认为,“文化是一个可观赏的去处”,只有将文化变成“可参观的”和“可读的”,文化才能变成大众的而在世界范围内广泛传播。文化只有赋予环境和空间“丰富意义的体验”,才能“积极召唤和吸引游客的注意力”,从而产生“消费主义空间”,带来巨大的经济和社会效益^⑧。将乡村变成“展示—体验—情感”空间,利于激活乡村文化基因,让乡村及其文化成为可参观的、可参与的及可追忆的,让游客对乡村充满向往并流连忘返,并形成特定的文化身份意识。

DW 村位于四川东部,古属巴国,境内文化和旅游资源丰富。DW 村是一个少数民族村寨,土家族人口占全村人口总数的 86%,具有独特的土家族文化和巴人文化特色。境属喀斯特地貌,大巴山连绵起伏、巍峨耸立。温带季风气候加之 800 至 2400 米的海拔落差,使其成为炎炎夏日的

避暑胜地,而冬季则大雪覆盖,积雪期长,展现出独特的雪景魅力。但是长期以来,由于山高林密、地薄人稀,DW村却显得闭塞冷清,村民深陷贫困之苦,一度成为X县深度贫困的典型代表。2015年,X县启动了重点旅游扶贫综合开发项目,DW村正是被开发的重点区域。DW村紧抓历史机遇,深度挖掘土家文化和巴人文化资源,将其深嵌于旅游开发项目中,文化带动旅游、旅游繁荣文化,不仅村庄旧貌换新颜,而且村民也一跃而富,过上了好日子。2018年该村便实现了全面脱贫,如今DW村已由原来的“穷窝窝”变成了“富窝窝”,先后获得全国乡村旅游重点村、中国美丽休闲乡村、天府旅游名村等荣誉。

(一)展示空间重构:“可参观性”的文化生产

希拉里·迪克罗等认为,所有离开自己家园而去其它地方的旅行都包含了某些文化元素,有一部分人是专门为了对某一目的地的文化或遗产获得更深刻的理解而去旅行的,文化旅游已经发展成为一种主流的大众产品^⑨。乡村是一个复合有序的空间,乡村的功能不仅限于生产与生活,乡村的魅力也不在于其所拥有的原生态的自然环境。乡村是中华文化的根柢,是传统文化的根基所在,乡村原生性的农耕文化、宗族文化、自然文化、节庆文化,及其生活方式、交往模式、习惯、习俗等具有独特的文化魅力。相对城市文明而言,乡村文明更具有回归本质、感悟生命的意义。

乡村要成为旅游目的地,乡村文化不应是隐蔽的,而应具备“可参观性”,只有让乡村文化成为一个“可观赏的去处”,乡村旅游才能在文化旅游拼图中占有一席之地。反之,无法被参观的文化,既无法带来经济效益,也不利于文化的传播、教育与传承。“可参观性取决于对文化的展示……文化是生产可参观性的核心,因为它使某一场所成为可被观赏的去处”^⑩,可参观性的乡村文化空间可以让乡村变成可识别的且亲近游客的。文化旅游的活力取决于旅游目的地是否能够将文化资源转化为文化产品,文化展示空间就是要将乡村文化用特定的主题和意象包装起来,变成旅游吸引物和消费的载体。因而,应加强乡村文化展示空间建设,推动乡村文化资源活化运用。为

了发挥文化的旅游功能,开发项目部在DW村打造了巴人部落、巴人风情小镇、梦回巴国剧场、文旅扶贫展览馆、土家文物陈列馆等文化展示空间,“薅草锣鼓”“摆手舞”“哭嫁歌”“六口茶”等民俗文化以及土家刺绣等民间工艺有了集中展示的平台。DW村还组建了巴乡情演艺公司、巴人刺绣协会等巴文化传承组织,既培育了非遗传人,也推动了文化展演。

在旅游活动由少数精英向普通大众扩散的过程中,旅游动机也由追求宏大叙事向草根叙事转变^⑪,意味着具有普通民众生活气息的文化展示更能吸引游客的注意。外地游客来到乡村会期待看到更多有趣而浓缩的文化展示,乡村故事、民俗活动、民间工艺、婚丧嫁娶、民居、信仰、农事、农谚、山水等均构成了乡村的文化符号,乡村的传统建筑、祠堂、农田、集市等都可以成为文化展示的舞台。文化展示就是对乡村文化遗产的重新编码和多维叙事,DW村的诸多特色文化展示空间就是运用主题化的情景再现构建出具体可感的文化氛围,在特定情节的烘托下,乡村文化的魅力被全景呈现,乡村文化遗产由资源走向产品,乡村也就发展成为可参观的文旅消费空间。

(二)体验空间重构:“可参与性”的场景设计

文化旅游的本质是一种文化体验活动,任何一个人只要访问一个地方并获得了文化体验,他便是一位深度的文化旅游者^⑫。传统旅游是单向度的,是游客对旅游目的地的“闯入”,当地居民是旅游行为的被动接受者,旅游者作为观光客对当地人文缺乏深度参与和理解。而文化旅游是可参与的与可互动的,是旅游者对当地人文的深度体验,游客的旅游行为带有强烈的文化体验和文化感知的目的。游客对乡村文化遗产的凝视,不再仅限于观看物件或演出,而是切身体会到了文化的内在隐喻及其在乡村生产生活中的作用。遗产实体也不再是静态的、沉默的,而是主动与游客发生着互动。

在乡村文化空间中,这种体验空间的重构,通过“可参与性”的场景设计得以达成。带有文化具身意义的旅游场所,在某种意义上也可以成为一个综合性的文化产品或文化体验项目^⑬。DW

村文化和旅游紧密结合的艺术典范——《梦回巴国》大型巴文化情景剧,集中展示了古老巴国文明的自然景象、历史文化、人文风情和巴人精神,剧场的内部空间为270°半包围式观演关系,使观众沉浸其中,带来了极致的视觉体验。重要节庆日,舞台演员也会走进景区,以各种酷炫快闪舞台表演吸引游客加入其中,共同演艺巴文化风情。DW村还深挖地方文化元素,建设土家文化体验基地,举行各种特色民俗活动,如土家歌舞篝火晚会、穿巴人服、唱巴山歌、跳巴人舞等,以群众传唱的形式,提高游客参与度。DW村的特色演艺活动,如“千人钱棍舞”“薅草锣鼓”等吸引了大量游客加入。最受游客欢迎的“薅草锣鼓”是土家人在薅草(用锄头给地里的庄稼除草)季节边打锣鼓边演唱的独特艺术形式,游客(特别是带小孩的游客)不仅体验到了集体劳作的辛苦,达到劳动教育的目的,而且在民歌传唱中也体会到了不一样的乐趣。

文化体验是文化旅游的核心,也是乡村旅游的未来。体验式文化消费是正在崛起的文化消费新业态,借助技术赋能,乡村文化资源转化为场景、故事,游客深入其中,带来感官、情感与行为的直观刺激。通过文化体验活动,游客沉浸于乡村文化空间,于游客而言,乡村的文化符号和形象,不再是遥远的和虚无缥缈的,而是具有了真实感,是可以触摸和感知的。乡村文化体验是游客感知乡村生活的最直接方式,重构乡村文化体验空间便是在游客和地方文化之间搭建了共情和连接的纽带。

(三)情感空间重构:“可回忆性”的文化符号

约翰·厄里等指出,我们从来不只是在看一个事物,我们看到的始终是事物与我们之间的联系,当我们在凝视特定景致时,会受制于个人的经验和记忆^⑭。记忆是植根于内心深处的情感,它虽然在时间和世事的变迁中被暂时搁置和遗忘,但它也会在特定情景中重生。记忆能够重塑身份认同,建构我们的情感机制。记忆并不会自动生成,作为已经被遗忘的过去,需要借助于某种媒介和符号将我们的情感拉回已经逝去的生活世界。记忆是可以被重构的,它被放置在某个地方,既等

着我们去挖掘和发现,也需要我们去建构和重塑。如阿莱达·阿斯曼所说,支撑记忆的媒介依赖于“像纪念碑、纪念场所、博物馆和档案馆等物质的载体”^⑮,个人需要借助外部的存储媒介和文化实践来组织记忆。媒介对记忆起到扶持的作用,每种媒介都会打开通往记忆的通道,记忆的小匣子被打开,情感的力量得以加强。

乡村既述说着我们过往生活的深刻记忆,也承载着城市人对乡村生活的美好想象。乡村是集体记忆的源泉,城市越现代,我们越具有“回望”乡村的强烈心理渴求。耕地的黄牛、院落的篱笆、烧饭时的袅袅炊烟、儿时的玩具、老屋、老井等旧时物件,以及民俗、民谚、民歌、方言等,均是乡村生活的记忆符号,它们叙说和表达着过往的人文和关系。“富有乡愁记忆的真实场景,构成乡村记忆的文化符号”^⑯,乡村文旅融合就是要运用这些充满记忆的乡村意象建构情感的生成空间,通过物件展示、情景再造、沉浸体验等模式,将游客引向过去或充满美好想象的未来。游客对乡村社会的每一次造访,都会打开记忆匣门,让埋藏在内心的情感在情景的渲染下奔涌而出。无论是DW村沉浸式体验剧《梦回巴国》,还是民俗活动展演、乡村文化体验等项目,甚至是庭院里的菜园和路边的农作物等都具有记忆回望和情感生成的功能。一位来自成都的游客在参观文旅扶贫展览馆时,其中展现的DW村过去行路难、上学难、就医难、住房难等日常生活场景便勾起了他对自己过往生活的回忆,感叹今日生活的来之不易,并告诫年仅八岁的儿子要珍惜生活、好好学习。另一位来自重庆的游客特别喜欢具有土家风情的篝火晚会,她说小时候在村子里邻居间经常会点起一堆篝火,大家围在一起“摆龙门阵”,其乐融融,而这种情景已再难见到。还有一位游客看到村民庭院里的菜园兴奋不已,希望自己退休后也能回归田园生活。

记忆既是乡村文化的发展纽带,也是保存文化印痕的虚拟空间,只有让乡村成为记忆和情感的存储器,乡村旅游才具有可持续性。“现代游客追求文化旅游体验的时候其实在寻找某种身份认同”^⑰,建构乡村情感空间,唤醒游客的文化记

忆,激起乡愁的涟漪,游客不再是“闯入”的“他者”,而是在寻找自我。乡村之行,或是对过往自我的探访,或是对“桃花源”的追寻。乡村具有较强现场感的文化渲染,将形成强烈的感染力,游客被带入其中,对乡村的身份认同随着记忆片段的摘取,游客的情愫得以生成。

三、乡村文旅融合中的空间重构路径

展示空间、体验空间和情感空间具有内在统一性,它们相互交织、相互型构,共同构成了乡村文旅融合的三维一体空间体系。因而,乡村文旅融合空间建设,应将展示、体验和情感三个空间一体推进,在乡村文旅展示中,增强体验感知和情感触动;在沉浸体验的同时,也向游客展示出文旅特色,并激发情感共鸣;同时,将情感空间寓于展示空间和体验空间之中,进而使整个文旅空间充溢着情感元素。地方性是乡村文旅融合的空间场域,情景化是其运营模式,数字化是其技术支撑,产业化是其驱动力量,乡村文旅“展示—体验—情感”三维空间重构应注重场所“在地性”表达、项目“情景化”展示、技术“数字化”赋能、资源“产业化”运营,将乡村建设成为文化展示的舞台、深度体验的场域和情感唤醒的媒介,进而提升乡村文旅的附加值,为乡村振兴提质增效。

(一)以“在地性”表达为原则,增强文旅融合空间中的地方特色

“在地性”是空间设计的重要原则,它注重地方知识与空间规划的结合。乡村文旅发展应避免陷入“麦当劳化”困境,麦当劳式的旅游景点打造,“就像巨无霸汉堡,不管走到哪里,味道完全一样”^⑩。这种“套装式”“包办式”的旅游形态越来越难以满足游客的个性化需求及其对特色文化的体验需要。“依葫芦画瓢”的文旅同质化空间开发,只会“千村一面”,既会给游客带来审美疲劳,也不利于乡村价值的差异展现。“在地性”场所营造,就是要植根于地方文化背景和资源禀赋,充分考虑当地的风貌、人文、生态、生活等,挖掘和利用地方元素和文化符号,因地制宜进行场景打造和景观设计。乡村旅游的生命力在于,游客在乡村中可以体验到不一样的文化、触动非理性的

情感。不一样的乡村要有不一样的味道,同质化的空间打造及粗制滥造、不切地方风情的文化模仿,不仅难以激起游客的情愫,反而会让人产生迷失感,找不到归属,有了上当受骗的感觉,毁坏了名声,丢掉了长远发展的资本。重构乡村文旅空间应注重挖掘地方特色文化,充分利用乡土风情,打造别具一格的旅游景观。只有以地方特色文化为基座,将民俗文化、建筑文化、家族文化、邻里文化、耕种文化等集中展示出来,才能绘制出乡村社会的“富春山居图”,为游客提供不一样的体验。因而,乡村文旅的“在地性”表达,需要在特色挖掘上有所突破。乡村文旅场所的发展方向、建筑样态等,从形态设计到空间规划要充分应答当地的气候条件、地势地貌、人文风情、现实需要,在约束性条件中开发出最具乡土风情的场馆、景观。乡村文旅场所要具有可读性,将乡村的文化元素、历史传承、生活传统有机融入到乡村文旅“展示—体验—情感”三维空间体系。乡村文旅的“在地性”,是场所与村落文化的交流对话,是建筑与历史的接续传承,是物质空间与人文空间的交互融接。“在地性”不仅在乡村文化元素获得在地表达的同时,输出了乡村价值,而且让游客获得了深度的场所体验、文化感知和情感触动。“在地性”让乡村更富有魅力,乡村的文化因子也得以传承和延续。

(二)以“情景化”营造为重点,加强文旅融合空间中的互动体验

乡村文旅产业的“情景化”运营,就是以游客需求为中心,将文化、消费与场景紧密结合在一起,打造集功能性、情感化、精神化于一体的全方位文旅消费新业态,通过情景的转化功能,让乡村文旅的“内容产品化,产品活动化”。文旅中的情景,是展示与表达的媒介,讲述的一个故事、描绘的一个画面、展现的一个情节、参与的一次活动等均会被刻入游客的记忆,产生情感上的共鸣和心灵上的归属。情景化的乡村,为游客的极致体验创造了故事空间,为文旅深度融合提供了突破口,满足了游客体验乡村和感悟乡村的情感需要。体验式的生活场景是情感沟通最有效的途径。游客来到乡村就是要体验具有差异性和乡土特色的生

活形态,并在这种特色场景中触动乡愁和获得精神上的满足。因而,乡村文旅应注重情景化营造,将乡村民俗、历史传统、生活形态等挖掘出来,打造基于时间、空间、人文、业态的情景化项目,实现人与空间、游客与在地居民的互动、共鸣和认同。情感是情景营造的主线,善于利用老物件、民俗活动、耕种文化、民间故事、民间传说等营造文旅新场景,将情绪与情感融入其中,通过情景模拟和互动,将游客带入乡村的时空场域,提升对乡村文旅场景和乡村文化的认同感。

(三)以“数字化”赋能为抓手,加强文旅融合空间中的技术支撑

大数据、云计算、人工智能、5G等数字化技术的广泛应用,为乡村文旅高质量融合发展提供了新动能和新可能,它能够有效破解资源难以替代、体验难以复制、需求难以预判等发展难题,重构文旅产业供应链和生态链,提升公共服务质量,唤醒沉睡资源,激活乡村消费空间。乡村文旅的数字化升级是文旅融合发展的“关口”,数字化能够有效打破时空限制,将乡村文旅景象以可视化的形式呈现给游客,VR、AR、全息投影等技术将提升游客的沉浸式体验感。数字化提升了乡村文化的附加值,是激活乡村文旅资源的抓手和载体。因而,要构建乡村文旅融合中的展示空间、体验空间和情感空间,应着重加大数字化应用水平,提升消费能级和消费体验。通过数字化管理、数字化运营、数字化服务,促进乡村文旅“展示—体验—情感”空间的再生产;开发数字化创意产品,打通线上销售渠道,建立“云端”文旅市场,推动乡村文旅营销由线下空间向云上空间拓展;通过数字化为游客画像,打造更精准、更个性化的乡村文旅服务。数字化是乡村文旅融合空间重构的关键力量,以数智赋能为抓手,将促进乡村“沉睡的资源”走向“诗和远方”,为乡村振兴赋予新活力。

(四)以“产业化”运作为动能,强化文旅融合空间中的驱动元素

乡村,既不乏绝色的美景,也不缺少原生性的特色文化,缺少的是将乡村的文化和旅游资源向资本转化的理念、技术及途径。如若资源不能转化为可以直接变现的资本,再丰富的资源也只能

是沉睡的、死寂的、没有活力的;只有推动资源走向产业,才能真正激活资源的价值,进而为体验、展示、情感三个空间体系建设提供依托和增值载体。在我国诸多乡村中,我们均可看到让人惊叹的文化遗产、令人沉醉的山水林田,然而它们却只能孤芳自赏,鲜有外来游客的脚印留痕。这样的村落在大市场化的大潮中暗自孤寂,在城市化的洪流中走向颓败,老屋面临坍塌,文化逐渐没落,传统被抛弃不顾,当地居民空守着这份遗产却不得不向城市“讨生活”。人口外流,留下的是更加衰败的乡村,更加没落的文化。旅游有两大驱动元素,即吸引物和可进入性^⑨,吸引物是需求发生器,可进入性是到达目的地的方式,没有旅游吸引物,并使游客长时间逗留,那么目的地便难以获得成功;可进入性程度低,或进入成本高,游客也难以成行。因而,重构乡村文旅融合空间,一方面应深挖乡村文化和旅游资源,做好文化资产管理和创意设计,将乡村手工艺品、传统民俗、节庆活动等乡村资源开发成旅游吸引物,提高目的地产品对游客吸引力的广度和深度,激起消费的欲望和冲动。另一方面要做好公共服务和基础设施建设,降低游客到达成本,提升访问便捷性。但在文化产业化过程中,也应避免把文化作为招牌和幌子,以掩盖追逐资本红利的投机性,实现赚快钱的功利性意图,这些恰是文化旅游健康持续发展的拦路虎和绊脚石。

四、结语

文化和旅游具有天然的内在联系,但也面临着人为的割裂。要么文化发展未能以旅游的形式予以带动,文化成了“养在深闺人未识”的“小家碧玉”;要么旅游的发展脱离了文化支撑,旅游成为无根的浮萍。割裂了文化和旅游,既不利于文化传播传承,也不利于旅游产业可持续发展,更难以担当起促进乡村振兴的重任。乡村文旅空间重构,就是要打造文化和旅游融合的空间体系,以文化支撑旅游,以旅游带动文化,将二者建设成为互为支撑、互为依赖的利益共同体。文旅空间融合,可以让文化更有活力,旅游更有魅力。旅游因有了文化加持,其品质将得以大幅提升,文化以旅游

为载体,文化也会得到更好的传播。对于以文化体验和记忆追寻为目的的游客而言,他们的乡村之行才不是唯有好山好水相伴的孤寂之行,而是有了更多的文化对话、心灵体悟、情感升华。

本文基于文旅融合空间重构的视域,构建了一个集“展示—体验—情感”于一体的乡村文旅融合空间构造分析框架。认为乡村文旅融合发展就是要将乡村打造为乡村文化的展示空间、乡村生活的体验空间和乡村情感的生成空间。作为乡村文旅融合空间重构的重要维度,三者并不是相互割离、截然分开的,而是统合于乡村空间体系,并互为涵摄、交互共生。其中,展示空间是体验空间与情感空间的生成场域,体验空间是展示空间与情感空间的链接网络,情感空间则是展示空间与体验空间的贯穿主线。三个空间是你中有我、我中有你的关系,构成了乡村文旅融合空间建设的整体框架。乡村文旅融合空间重构要遵循在地性、情景化、数字化和产业化的路径,进行场景设计、项目运营和技术赋能,提升乡村文旅的文化感、体验感及游客的认同感。乡村文旅融合是复活乡村文化、助推乡村振兴的新引擎,空间重构就是要重组和融合乡村的时空、地理、人文、生态、生活,将乡村建设成为一个复合型的展示、体验和情感空间,从而推动乡村旅游向乡村文化旅游的方向转变,以文塑旅,以旅彰文,为乡村振兴添翼铸魂。

注:

- ①【法】涂尔干:《宗教生活的基本形式》,渠东、汲喆译,上海人民出版社1999年版,第12页。
- ②【德】盖奥尔格·西美尔:《社会学:关于社会化形式的研究》,林荣远译,华夏出版社2002年版,第459—466页。
- ③陈波、刘彤瑶:《场景理论下乡村文旅融合的价值表达及其强化路径》,《南京社会科学》2022年第8期。
- ④【法】亨利·列斐伏尔:《空间的生产》,刘怀玉等译,商务印书馆2021年版,第18—21页。
- ⑤⑥傅才武:《论文化和旅游融合的内在逻辑》,《武汉大学学报(哲学社会科学版)》2020年第3期。
- ⑦⑧张朝枝:《文化与旅游何以融合:基于身份认同的视角》,《南京社会科学》2018年第12期。
- ⑨⑩【英】贝拉·迪克斯:《被展示的文化:当代“可参观性”的生产》,冯悦译,北京大学出版社2012年版,第1—2页。
- ⑪⑫⑬【澳】希拉里·迪克罗、【加】鲍勃·麦克彻:《文化旅游》,朱路平译,商务印书馆2017年版,第3—7、193页。
- ⑭樊友猛、谢彦君:《记忆、展示与凝视:乡村文化遗产保护与旅游发展协同研究》,《旅游科学》2015年第1期。
- ⑮王秀伟:《从交互到共生:文旅融合的结构维度、演进逻辑和发展趋势》,《西南民族大学学报(人文社会科学版)》2021年第5期。
- ⑯⑰【英】约翰·厄里、乔纳斯·拉森:《游客的凝视》,黄宛瑜译,格致出版社2016年版,第2—3、63页。
- ⑱【德】阿莱达·阿斯曼:《回忆空间:文化记忆的形成与变迁》,潘璐译,北京大学出版社2016年版,第12、13页。
- ⑲孟祥林:《乡村文化记忆空间发展的向度、瓶颈与对策》,《盐城师范学院学报(人文社会科学版)》2021年第2期。

〔责任编辑:丁 远〕

(下转第160页)

The Protection Mechanism and Activation Path of Intangible Cultural Heritage

Lin Yan & Li Huifen

Abstract: Intangible cultural heritage carries the genes and blood of the Chinese nation. Based on the analysis framework of value inheritance of intangible cultural heritage from historical, cultural and economic dimensions, this paper analyzes the current situation of intangible cultural heritage development. It found that China's intangible cultural heritage has problems such as excessive commercial development, insufficient internal vitality of digitalization, "lack of successors" in project inheritance, as well as poor dissemination and inheritance. To improve the sustainability of intangible heritage in a high-quality way, we should improve the scientific collaborative work mechanism of intangible heritage, improve the precise protection policy mechanism of intangible heritage, establish a dynamic assessment and evaluation mechanism of intangible heritage, find the balance between protection and development, grasp the trend of science and technology and innovation, strengthen the combination of traditional and modern cultivation methods, focus on the transformation from creation of items to creation of field, and constantly open a new situation for the protection and inheritance of intangible heritage in the new period.

Key words: intangible cultural heritage; value function; protection mechanism; activation path

(上接第 150 页)

Culture as Soul: Spatial Reconstruction in the Fusion of Rural Culture and Tourism

Luo Dameng & Wu Licai

Abstract: The spatial separation between culture and tourism is the bottleneck that restricts the integrated development of culture and tourism. Only through spatial reorganization can we promote the deep integration of rural culture and tourism, support tourism with culture and drive culture with tourism. Display space, experience space and emotional space are the three-dimensional space system of the integrated development of rural culture and tourism. The spatial reconstruction of the integration of rural culture and tourism needs to follow the path of localism, contextualization, digitalization and industrialization, carry out scene design, project operation and technical empowerment, and transform rural tourism into the display space of rural culture, the experience space of rural life and the generation space of rural emotion, so as to promote the transformation of rural tourism to the direction of rural culture tourism. Add wings and cast soul to rural revitalization.

Key words: cultural and tourism integration; spatial reconstruction; exhibition space; experience space; emotion space