

引用格式:王新歌,虞虎,陈田. 旅游视角下的地域乡愁文化元素识别及维度构建:以古徽州文化旅游区为例[J]. 资源科学, 2019, 41(12): 2237-2247. [Wang X G, Yu H, Chen T. Identifying elements of nostalgia culture from a tourism perspective: Taking the Ancient Huizhou cultural tourism area as case study[J]. Resources Science, 2019, 41(12): 2237-2247.] DOI: 10.18402/resci.2019.12.08

旅游视角下的地域乡愁文化元素识别及维度构建 ——以古徽州文化旅游区为例

王新歌¹, 虞虎^{2,3}, 陈田^{2,3}

(1. 住房和城乡建设部城乡规划管理中心, 北京 100835; 2. 中国科学院地理科学与资源研究所, 北京 100101; 3. 中国科学院区域可持续发展分析与模拟重点实验室, 北京 100101)

摘要:地方“失忆、错忆、残忆、断忆”危机背景下,探究“留得住乡愁”的发展模式、传承和保护城乡记忆对实现新型城镇化发展有重要意义。旅游发展被认为是“留住乡愁”的一种有效途径,凝结着本地居民集体记忆的地域乡愁文化元素有较大的旅游资源开发价值。然而,目前鲜有学者对地域乡愁文化元素进行系统梳理。基于此,本文以古徽州文化旅游区为案例,结合蚂蜂窝、携程网平台发布的古徽州文化旅游区相关游记文本,采用ROST CM6软件的词频分析、情感分析以及扎根理论等分析方法,对旅游视角下的地域乡愁文化元素进行了识别,并构建其维度。研究发现:地域乡愁文化元素是吸引游客的重要载体,游客视角下乡愁文化元素可归结为自然景观映像、建筑风貌格局、社区生活氛围、劳作场景遗存、乡土故事人物、传承技艺表达、地方节庆展演7个维度,不同维度相应地包含了多个范畴;游客对乡愁文化元素持有强烈的个人情感,自然景观、劳作场景、传承技艺类元素表现出普遍的欣赏和赞叹,而对于建筑风貌、社区生活、乡土故事、地方节庆,则存在不少争议。本文丰富了旅游地理学领域文化旅游资源的内容,有利于推动旅游地“留住乡愁”地方旅游文化资源挖掘和利用。

关键词:旅游视角;地域乡愁文化元素;ROST CM6;扎根理论;古徽州文化旅游区

DOI :10.18402/resci.2019.12.08

1 引言

改革开放以来,中国城镇化水平不断提高,城镇化率从1978年的17.90%增长到2017年的58.52%。但与此同时,城镇化质量低、资源粗放型利用、缺乏文化特色等矛盾突出,大拆大建隔断历史文脉、千篇一律追求高楼大厦的城镇建设活动,使得城镇面貌、文化日趋同质,地方面临“失忆、错忆、残忆、断忆”的危机^[1]。在此背景下,“留住乡愁”的新型城镇化发展模式探讨成为政府和学界关注焦点。早在2013年中央城镇化工作会议上,“留住乡愁”即作为提高城镇建设水平的重要举措被提出:“要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”。这在政府文件层面明确了“留住乡愁”的重要性及其指导地位。此后,不少地方开展了“留住乡愁”的实践,如山东省乡愁记忆工程、陕西省方言语音建档、重庆合川区文化遗产保护工程等。在学术界,近年来对“留住乡愁”发展模式的探讨也成为研究热点。自2013年来,发表在核心刊物上的“留住乡愁”相关文献逐年增多,涉及地理学、建筑学、社会学、民俗学等学科,涵盖概念辨析、理论构建、案例分析等内容^[2-4]。探究“留住乡愁”的发展模式、传承和保护城乡记忆是实现新型城镇化发展不可忽视的课题。

旅游发展被认为是“留住乡愁”的一种有效途径^[5]。基于旅游休闲和观光体验的基本属性,旅游

收稿日期:2019-06-19 修订日期:2019-08-21

基金项目:国家自然科学基金项目(41701164)。

作者简介:王新歌,女,河南宝丰人,博士,助理研究员,研究方向为城乡规划、旅游地理和旅游规划。E-mail: wangxingge2018@163.com

通讯作者:虞虎,男,安徽太和人,博士,副研究员,研究方向为城市旅游与遗产旅游。E-mail: yuhuashd@126.com

发展方式能够实现在不进行历史文化环境破坏和明显环境改造的情况下对地方文化的旅游价值和潜力的开发,不仅能够保护地方文化,还能够通过完善旅游地产业链、带动当地居民就业、推动就地城镇化等进一步活化地方文化^[5-8]。目前,依托地方文化的旅游地发展势头强劲,包括乡村游、古村落游、古城镇游,因其特色的乡土文化、传统文化特质吸引了大量游客。2016年,全国乡村旅游接待游客达21亿人次,约占全国接待游客人数的一半,乡村旅游消费规模超过1.1万亿元,约占全国旅游总收入的1/4,带动直接从业人员达845万。作为新型旅游文化资源,极具地方特色的地域乡愁文化对游客有很强的吸引力,民俗游已经发展成为固定的旅游类型。然而,除民俗外,地域乡愁文化有很多构成元素,涵盖当地衣、食、住、行等方面,目前鲜有学者对其进行总结。基于此,本文从旅游视角出发,以地域乡愁文化为研究对象,以地域乡愁文化元素的旅游资源挖掘为切入点,对旅游视角下的地域乡愁文化元素进行系统梳理,并构建其维度,以期在理论层面拓展文化旅游资源研究内容,在现实层面推动旅游地“留住乡愁”地方旅游文化资源挖掘和利用。

2 概念界定

2.1 乡愁文化

乡愁,新华词典的解释是怀念家乡忧伤的心情。新语境下,学界对乡愁的概念尚未达成共识,很多学者认为,“乡愁”特指目前乡村快速消失背景下,人们对过去日子的记忆和怀念。但更多学者认为,不只是乡村,在中国快速城镇化阶段,城镇居民曾经生活和经历过的街区和场景也在不断更替并逐步消失,城镇居民同样面临曾经习惯的生产生活方式的模糊和远去^[9]。本文采用后一种对乡愁内涵的理解,认为无论在城镇还是农村,留住居民对家乡亲切的记忆使得居民能够在相对熟悉的环境中亲切愉快地生活是新语境下探讨乡愁的现实意义所在,即乡愁的主体是居民,客体是家乡,其属性是对曾经习惯的生产生活方式的记忆,并以此为出发点探讨乡愁文化的概念。广义上说,文化是指人类在社会历史实践中所创造的物质财富和精神财富的总和。蔡建明等^[10]结合新时期中国新愿景重新探

讨了文化的本质,认为文化具有:①科技认知局限下的时代局限性,“任何文化基于当时人们所掌握的最新科技知识和人类对世界的最好认知”;②整体社会普遍认同的可表征性,“价值体系、道德规范、文学艺术、礼仪风俗、建筑符号、生活方式、管理制度等”表征维度已经内化为社会群体认同;③自然演化进程中不断强化的内生性,文化包含了社会“不断改善人与自然、人与人之间关系的群体判断、行为、反思等”。基于此,结合乡愁的内涵定义,本文认为,乡愁文化是指能够激发居民怀乡记忆的家乡过往特定时期的文化,包含了价值体系、道德规范、文学艺术、礼仪风俗、建筑符号、生活方式、管理制度等可表征维度,凝结着特定时期人们对外部空间环境的感知,是改善特定时期人与自然、人与人之间关系的群体判断、行为、反思等的基石。本文的乡愁文化元素特指构成乡愁文化的基本内容。

2.2 旅游视角

乡愁文化是基于当地社区居民的集体记忆而衍生的特殊地域文化,传统的乡愁文化研究暗含当地社区居民视角。然而,随着乡愁文化上升为重要的文化旅游资源,乡愁文化进入游客视野,成为游客体验的重要对象。本文的旅游视角,即从游客体验角度,对作为“他在”的能够吸引游客的乡愁文化元素进行系统梳理。游客身处“他乡”,但通过对当地乡愁文化的体验,可产生对“故乡”的怀念、对旅游地乡愁文化的体验性认同和情感共鸣。与当地社区居民耳濡目染的地域乡愁文化元素相比,游客对乡愁文化元素的认知存在以下特点(图1):

(1)外来者身份。从与乡愁文化的相对身份来看,当地社区居民是乡愁文化的身体实践者,他们一出生便开始接受乡愁文化的浸润和熏陶,乡愁文化已经成为一种习惯融入在日常生活中。如西双版纳的傣族习惯性借助酸辣的蘸水生吃刺五加、茴香、萝卜、芫荽、白菜等蔬菜;上海人在任何菜肴里都放上甜料;云南彝族常常两三个人就可轻易喝掉五六斤白酒,吃掉一头肥羊;山东人偏向于将每个菜盘子都做得较大;而广东人每家每户的饭碗都偏小,像碟子。而对于游客来讲,异地社区居民习惯了的乡愁文化是他们旅行的动机之一,与当地社区居民不同,游客相对于乡愁文化,是外来审视者身

2019年12月

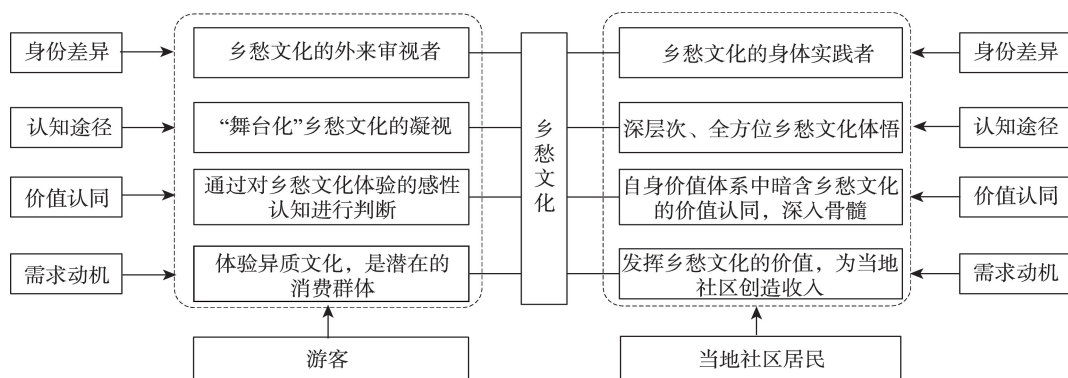


图1 游客对地域乡愁文化认知的特点

Figure 1 Different perspectives on nostalgia culture between tourists and local residents

份。根据美国学者罗伯特·麦金托什等^[11]的旅游动机理论,文化动机是一种重要的旅游动机类型。该理论指出,人们普遍具有求知的欲望,渴望能够了解和欣赏异地文化、艺术、风格、语言和宗教等。乡愁文化能够满足游客对原汁原味的地域特色文化体验的需求。然而,只有能对自身产生刺激、可以引发自身体验期待的乡愁文化才能够被游客认同。因此,游客对于乡愁文化,带有强烈的外来审视者印痕。

(2)舞台化凝视。根据英国社会学家约翰·厄里提出的“游客凝视”(Tourist Gaze)理论,旅游地是在时间上和空间上被社会性地构建的舞台场所。游客的异地旅行充满对与自身熟知的日常生活完全不同的独特事物与景观符号的舞台化凝视^[12]。就对乡愁文化的体验而言,游客同样表现出舞台化凝视的特征,这在游客出发前就已经开始。受旅游广告、网络游记、电视杂志的影响,通常游客对乡愁文化的想象和了解在概念层面已经形成。汪天颖等^[13]对徽州村落凝视行为的研究表明,97%的游客在旅游行为开始之前就认识到徽州村落“白墙黑瓦”“马头墙”“山清水秀风景好”的乡愁文化特征。进入旅游地之后,游客对乡愁文化的体验也主要来自于旅游地各种形式的舞台化场景,包括景区景点、节目表演、纪念品出售等,并不断在舞台化凝视的过程中收集标志性符号、完成对异地特色乡愁文化的体验。这与本地居民对乡愁文化是深层次、全方位体悟的过程有较大差别。

(3)体验性认同。乡愁文化是地域文化的重要

组成部分,当地社区居民的价值认同体系中暗含对乡愁文化的深度认同。与当地社区居民相比,游客对乡愁文化的价值认同是通过其在旅游地以体验为中心的综合感知获得的,游客的肉体感官(眼、耳、鼻、舌、身)接触旅游地所引起的感觉,直接决定了游客对乡愁文化的价值认同。对于游客而言,充盈、美好的体验感受是游客产生价值认同的基础,他们并不倾向于深究所体验的对象本身^[14]。有关游客视角与本土视角下的“真实性”探讨即是对游客体验性认同的最好诠释。有学者指出,旅游地整体上是一个被布置得很美但却并非完全真实的前台,游客大多只能看到前台的演出,但对于游客而言,只要这种前台演出能够引起游客共鸣、符合游客想象,游客就能够产生对这种“舞台化真实”的价值认同^[15]。游客对于乡愁文化体验性认同的特征,为乡愁文化的旅游资源化提供了广阔的发展空间,同时也为乡愁文化的旅游发展指明了道路。除此之外,游客视角与当地社区居民视角的不同之处还在于,游客是乡愁文化的潜在消费者,而当地社区居民则希望通过发挥乡愁文化的价值,为当地社区创造收入。两者之间存在对乡愁文化价值判断标准的博弈,也决定了乡愁文化传承和发展的走向。本文采用游客视角,以期丰富乡愁文化的审视视角,进一步挖掘乡愁文化的发展空间,从而为更好地“留住乡愁”提供理论支撑。

2 研究区概况、数据来源和研究方法

2.1 研究区概况

古徽州文化旅游区,位于安徽省黄山市,北依

黄山,南接千岛湖,包含徽州古城、棠樾牌坊群·鲍家花园、唐模、潜口民宅、呈坎5个精品景区,面积9.5 km²,2014年11月被评为国家5A级景区,居住有大量当地居民,是“自然+人文”原生态的文化旅游区典范。交通方面,以黄山市重要交通枢纽高铁站黄山北站为参照点,唐模景区距离最近,只有11.6 km²,徽州古城最远,距离20.2 km;公共交通便利,黄山北站设有直接开往呈坎景区、唐模景区的旅游专用公交以及城市普通公交,黄山市游客集散中心2号线贯通黄山市旅游集散中心、潜口游客中心、潜口民宅、唐模、棠樾牌坊群·鲍家花园、徽州古城,3号线连接黄山市旅游集散中心潜口游客中心、潜口民宅、呈坎,基本实现全域旅游(图2)。

本文以古徽州文化旅游区为案例,主要基于以下原因:①古徽州文化旅游区是中国目前鲜明地以地域乡愁文化为主题的综合旅游区。徽州文化是中国三大典型地域文化之一,也是黄山市乡愁文化的重要载体。然而,由于地理上的古徽州目前已被分割,古徽州文化的文化载体长期缺失。古徽州文化旅游区的打造弥补了这一缺失,作为古徽州文化在实体地理上的浓缩,完整鲜活地再现了徽文化,与本文研究主题相契合。②古徽州文化旅游区较全面地覆盖了乡愁文化元素。古徽州文化旅游区中徽州古城是原徽州府治所在地,也是中国保存最为完好的四大古城之一;棠樾牌坊群是中国最大的

牌坊群落,由明清7座紧紧相连的石坊组成,虽然建造年代不同,但风格浑然一体;唐模被称为“中国水口园林第一村”,田园风光突出;呈坎被誉为“中国风水第一村”,其布局采用《易经》八卦风水理论,深刻诠释天地万物相生相克的先哲理论;潜口民宅荟萃明清时期徽州最经典、最具代表性的徽州民居,有中国明清民间建筑艺术的活专著之称。总体上,古徽州文化旅游区集古城生活、宗祠文化、牌坊文化、徽商文化、村落文化、民居文化于一体,涵盖较为全面的乡愁文化元素。③古徽州文化旅游区自创建以来游客增长迅猛。2014年,古徽州文化旅游区接待游客354.8万人次,同比增长9.27%;2015年,古徽州文化旅游区接待游客391.06万人次,同比增长10.3%。2015年“五一”黄金周期间,游客接待量为4.16万人次,在全省位列第四,比相邻热点旅游景区黄山风景区多出近一倍;“十一”黄金周,游客数量超过36万人次,超越黄山和九华山成为安徽省游客最多的景区,古徽州文化旅游区是迎合当下游客需求的乡愁文化开发的典范。

2.2 数据来源与处理

本文依托相关旅游网络平台开展古徽州文化旅游区的资料收集。由于网络游记和网络点评都是旅游网络平台上游客常用的以第一人称对旅游地进行真实感受刻画的方式,但网络点评多是对旅游地零星、简短的评价,网络游记则多侧重对旅游

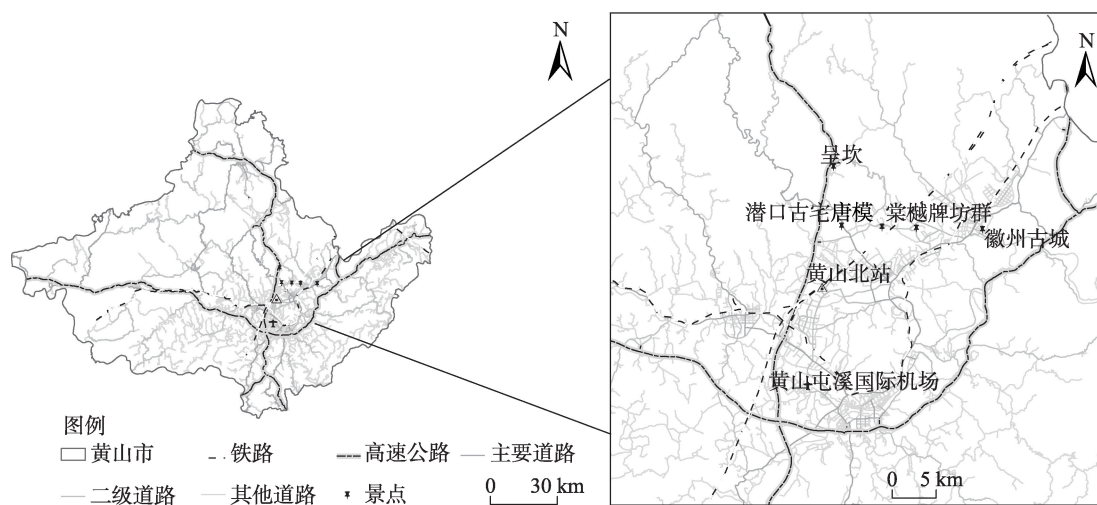


图2 研究区域区位图

Figure 2 Location of the study area

2019年12月

行程的完整呈现^[16],因此,本文选择网络游记作为研究资料。具体资料收集过程为:

(1)确定主题词及搜集平台。游客对古徽州文化旅游区的认知,可以通过对徽州古城、棠樾牌坊群·鲍家花园、唐模、潜口民宅、呈坎5个具体景区的综合认知获取,其中潜口民宅要素单一(均为徽州民宅),且该要素在其他几个景区已经涉及,故最终进行游记筛选的主题词为“徽州古城”“棠樾牌坊群”“唐模”“呈坎”;目前,国内各旅游网络平台以携程(<http://www.ctrip.com>)、蚂蜂窝(<https://www.mafengwo.cn>)、驴妈妈(<http://www.lv mama.com>)、百度旅游(<https://lvyou.baidu.com>)注册用户最多,本文选择前2个侧重游记的网络平台进行搜索(表1)。

(2)提取重点网络游记。基于八爪鱼爬虫软件,通过构建爬虫规则,分别爬取2个网站4个主题词下所有游记的“名称”“时间”“字数”列表信息,在此基础上,对网络游记进行重点筛选。主要遵循2个原则:①字数大于500,以确保记录内容的丰富性;②样本游记的时间在2014年4月到2017年11月间,体现提升为徽州文化旅游区的最新定位。经过筛选,确定了210篇游记作为研究样本,总字数为282491个,含照片3427张。

(3)对游记文本进行初步“清洗”。具体步骤包括:①删除存在明显复制、粘贴,并不具备任何参考价值的段落;②逐一提取核心记录段落。网络游记通常是游客基于整个游览活动所做的感性记录,因此包含除研究区域外记录的其他游览地的干扰信息,需要对全文进行人工识别,提取对研究区域进行描述的核心段落。③进行游记内容的标准化整理。包括替换同义词,如将“宅院”统一替换为“民居”,将“本地人”统一替换为“当地居民”,将“老街”“古街”统一替换为“街巷”等;将去除噪音的游记文

字统一整理到*.txt文档中,以备处理。

2.3 研究方法

(1)词频分析

本文运用ROST CM6软件对游记文本进行词频分析。ROST CM6由武汉大学ROST虚拟学习团队研发,是包含字频统计、分词、汉语词频统计、情感分析等多项分析功能的内容分析软件,自引进旅游类网络文本分析以来,在旅游地形象感知、旅游体验等方面得到了广泛应用。本文首先对存储在txt中的游记文本进行分词,考虑到旅游活动的“非惯常状态”^[17],在分词开始前,对ROST CM6软件中自定义分词词库进行了修正,添加了诸如“徽州古城”“唐模”“棠樾牌坊群”等旅游地专有名词。然后,运用ROST CM6对分词后的文本文档进行词频分析,以获得有意义的高频词及其词频。本文按照词频从高到低选取了与主题相关的60个高频词,作为研究古徽州文化旅游区乡愁文化元素的基础数据。

(2)扎根理论

扎根理论(Grounded Theory)由Glaser等^[18]于1967年提出,是结合数据收集和分析,使用一套系统性应用的方法去形成一个关于某一实质领域的归纳性理论的过程^[19],它以理论建构为宗旨,通过编码寻找反映社会现象的核心概念以及概念间的联系,从下往上建立实质理论^[20]。扎根理论在许多学科领域得到了广泛的应用,如健康科学、教育学、心理学、社会学、管理学以及性别研究等,其研究程序包括:编码、不断比较、理论性采样、理论性饱和、理论性编码、写备忘录和手工整理备忘录7个方面。其中编码分为开放性编码、主轴编码和选择性编码,是对原始资料逐渐进行概念化、范畴化和理论化的过程,是扎根理论的核心环节。本文按照扎根

表1 蚂蜂窝、携程旅游网络平台相关游记数量及最终采纳篇数

Table 1 The number of relevant travel notes and final adopted ones on Mafengwo and Ctrip Travel

关键词	蚂蜂窝		携程旅游		共计	
	初步搜索/篇	采纳/篇	初步搜索/篇	采纳/篇	采纳/篇	字数
徽州古城	789	45	184	22	67	76918
呈坎	984	37	332	31	68	87308
唐模	445	26	198	21	47	73065
棠樾牌坊群	401	19	159	9	28	45200

理论架设的系统分析程序,构建游客乡愁文化元素识别的维度。

3 结果与分析

3.1 游客样本分析

蚂蜂窝、携程旅行网的游记标题中,包含游客样本基本特征数据,如出游时间、游玩天数、旅行方式、人均消费等数据,对这些数据进行统计分析,可总结旅游目的地游客的基本游览特征。综合古徽州文化旅游区徽州古城、呈坎、唐模、棠樾牌坊的210篇游记,得到古徽州文化旅游区游客的游览特点如下:从出游时间来看,旅行时间集中在一年中的5—11月,其中10月最多,比例为21.5%,其次是8月,比例为11.3%;游玩天数大多为3~4天,比例为80.3%,其次是一日游,比例为9.4%;旅行方式上,主要为和家人共同游玩,比例为74.6%,其次是和朋友以及独自旅行,比例分别为12.6%、7.7%;人均消费大都在801~1500元之间,比例为61.3%,有6.7%的游客提到其人均消费超过2000元(表2)。可见,古徽州文化旅游区是游客携家人短期休闲的重要旅游目的地。

3.2 高频元素提取

通过对4个样点游记的词频分析,可得出不同样点的高频词,进而能够提取样点地的高频元素,构建古徽州文化旅游区的高频元素词库。通过分析ROST CM6软件得到的4个样点高频元素发现,各样点词频排名在20位以前的词汇集中体现了游

客对4个样点体验既统一又各有差异的特征。统一之处表现为4个样点的高频词中都包含“徽州”“徽派”等高屋建瓴表达样点文化地域从属的词汇,不同之处体现在4个样点的高频词也深刻揭示4个样点表征异质性文化载体的属性。其中徽州古城表现为以“徽州府衙”为高频词汇的城镇文化中心,呈坎表现为“八卦”“村落”为高频词汇的乡村聚居意象,唐模表现为以“小西湖”“村落”为高频词汇的田园风光环境,棠樾牌坊群表现为以“牌坊”“祠堂”为高频词汇的民间礼仪传承。可见,融合游客对4个样点的乡愁元素识别是获取游客对古徽州文化旅游区乡愁文化元素识别的充要条件。

进一步,从词性来看,4个样点高频词包括名词、形容词、介词3种词性,其中以名词为主,占总词数的90%以上;形容词主要为“古代的”“精美的”等用于修饰样点的词语,介词则主要为“建于”“位于”等用以描述样点在时空中定位的词汇。基于此,围绕“游客游览古徽州文化旅游区关注的元素是什么?”这一核心研究问题,对4个样点乡愁文化元素进行筛选。最终得到能够反映乡愁文化元素的74个名词词汇(表3)。其中“建筑”“祠堂”“八卦”“民居”“小西湖”“徽商”“徽州府衙”“水口”“故事”“园林”等总频数超过100。

3.3 维度构建

对高频词进一步编码,构建特定高频词的维度,是扎根理论的应用方式之一^[19]。采用此种方法,

表2 样本基本特征

Table 2 Basic characteristics of the samples

基本属性	类型	所占比例/%	基本属性	类型	所占比例/%
出游时间	1月	4.5	游玩天数	1天	9.4
	2月	3.6		2~3天	6.3
	3月	2.2		4~5天	80.3
	4月	5.7		大于5天	4.0
	5月	8.6	旅行方式	一个人	7.7
	6月	9.3		和朋友	12.6
	7月	10.9		和家人	74.6
	8月	11.3		情侣游	5.1
	9月	9.7	人均消费	800元以下	20.6
	10月	21.5		≥800元且<1500元	61.3
	11月	8.3		≥1500元且<2000元	11.4
	12月	4.4		2000元及以上	6.7

2019年12月

表3 游客视角下古徽州文化旅游区高频元素及其总频数

Table 3 High-frequency cultural elements of Ancient Huizhou cultural tourism area from the tourists' perspective

元素	频数	元素	频数	元素	频数	元素	频数	元素	频数
建筑	425	盆景	71	作坊	40	阳和门	27	徽州人家	17
牌坊	405	毛豆腐	70	许国	39	知府	26	鲍漱芳	17
祠堂	273	斗山街	68	法国旅馆	38	老街	25	鲍启运	17
八卦	228	木雕	64	鲍灿	37	老宅	25	碑刻	17
民居	187	女人	62	新安江	36	美人靠	25	徽菜	16
小西湖	158	古建筑	57	孝子	33	宅院	25	表演	16
徽商	152	粉墙黛瓦	49	银杏树	32	城墙	24	臭鳃鱼	15
徽州府衙	119	小巷	49	依山傍水	31	鲍逢昌	24	绣球	15
水口园林	105	老人	48	山水画	30	朱熹	23	黄梅戏	15
园林	102	客栈	47	田园	30	鲍文龄	23	茶园	13
许国石坊	97	砖雕	45	鲍文渊	30	跳钟馗	23	图案	13
翰林	93	陶行知	44	小溪	29	书法	23	青石板	10
晒秋	92	许承尧	43	马头墙	29	贞节	21	古亭	9
高阳桥	74	石雕	42	荷花	28	居民	20	狮子	9
天井	73	城门	40	孝行	28	小吃	18		

对4个样点高频词中筛选出的能够反映乡愁文化元素的74个高频词进行分析,构建游客对古徽州文化旅游区乡愁文化元素的识别维度。游记本身暗含游客对游览事物概念化表达的特征,因此提取反映古徽州文化旅游区乡愁文化元素的高频词的过程也是一般意义上的“开放性编码”过程,即“围绕核心研究问题—分析字段内容—提炼本土概念”的过程。基于此,以筛选出的74个高频词作为概念群,根据概念之间所存在的逻辑关系,将与同一现象有关的概念聚拢成一类,对同类聚拢进行范畴化。从表4可以看出,74个高频词范畴化后可形成13个范畴。

进一步,将范畴放回原始资料,紧紧围绕“游客游览古徽州文化旅游区关注的元素包含哪几个维

度?”,对13个范畴进行主轴译码以发现和建立概念/范畴之间的联系,构建资料中各部分之间的关联,对13个范畴进行进一步简化。通过反复比较,按照一定的逻辑关系把相关的范畴联结起来,13个意义广泛的范畴最终形成了7个主范畴(表5),从而完成了游客对旅游地乡愁文化元素感知的维度构建(图3)。

其中,自然景观映像贯穿游客游览过程的始终。游客进入旅游地,地形地貌条件带给游客深刻的地域印象,不少游客在游览呈坎、唐模等景区时指出,“像一副山水画”、整体环境“依山傍水”;随着游览的深入,水体景观、绿植风光也逐渐进入游客视线,唐模的水街、小西湖、水口园林,呈坎的荷塘、

表4 乡愁文化元素高频词的范畴化

Table 4 Dimensions and scope of tourists' memory of traditional Huizhou cultural elements

范畴	高频词	范畴	高频词
地形地貌	山水画、依山傍水	街巷纹理	八卦、斗山街、老街、小巷、青石板
水体景观	新安江、小西湖、小溪	当地美食	毛豆腐、小吃、徽菜、臭鳃鱼、
绿植风光	荷花、银杏树、田园、园林、盆景、水口园林	劳动场景	晒秋、茶园
当地民居	民居、宅院、老宅、祠堂、天井、马头墙、粉墙黛瓦	名人故事	徽商、陶行知、许国、朱熹、翰林、许承尧、鲍灿、
当地居民	居民、徽州人家、老人	传统手工艺	木雕、石雕、砖雕、图案、书法、碑刻
民间文化	女人、贞节、孝子、孝行	节庆表演	跳钟馗、表演、绣球、黄梅戏
独特建筑	建筑、许国石坊、城门、阳和门、知府、城墙、客栈、古建筑、高阳桥、牌坊、美人靠、古亭、狮子、徽州府衙、作坊、法国旅馆		

表5 游客对古徽州文化旅游区乡愁文化元素描述的逐级编码

Table 5 Dimensions and scope of tourists' memory of traditional Huizhou cultural elements

维度	范畴	总频数/次
自然景观映像	地形地貌、水体景观、绿植风光	652
建筑风貌格局	当地民居、独特建筑、街巷纹理	1821
社区生活氛围	当地居民、民间文化、当地美食	969
劳作场景遗存	劳动场景	105
乡土故事人物	名人故事	721
传承技艺表达	传统手工艺	227
地方节庆展演	节庆表演	46

荷花,鲍家花园各式各样的盆景等,都不断丰富着游客对徽州地区自然景观的认知。建筑风貌格局奠定了游客对游览地乡愁文化元素的整体基调,作为凝固的音乐,别具一格的“宅院”“天井”“马头墙”民居构造,独特的“粉墙黛瓦”的建筑色彩,独特的“许国石坊”“牌坊”“古亭”等建筑,是乡愁文化元素的重要载体,也让游客对徽州地区的乡愁文化有初步感知。除此之外,社区生活氛围、劳作场景遗存、乡土故事人物、传承技艺表达、地方节庆展演都在不同方面深化了游客对乡愁文化的体验,从而给游客留下深刻印象,如“居民”的生活形态、“小吃”等当地美食、“孝”的文化、“晒秋”展示、“徽商”故事、“绣球”表演等。

3.4 情感倾向测度

高频元素的提取回答了“游客关注旅游地什么

元素”问题。然而,对于“游客觉得这些元素怎么样”仍需要作进一步探讨。一方面,这将拓宽游客视角下的乡愁文化元素识别层次;另一方面,也可为旅游地针对性地进行元素优化提升提供参考。基于此,将各高频元素放入游记文本,从而提取游客表达对古徽州乡愁文化元素的情感语句,并采用ROST CM6软件的情感分析功能,分析游客对古徽州文化旅游区乡愁元素的情感倾向。

结合图4可知,游客对其识别到的乡愁文化元素,带有强烈的感情倾向,且大多持积极态度,尤其是自然景观、劳作场景、传承技艺类元素,有关积极表达超过总语句数量的95.00%,通过节选的代表性语句,可体会游客游览时的愉悦心情。而对于建筑风貌、社区生活、乡土故事、地方节庆,则因游客个人旅途中感受到内容有差异,部分游客表达出对其元素的不满,争议最大的为建筑风貌,如典型的乡愁文化元素牌坊群,不少游客认为“雄伟壮观,全国罕见”,也有游客认为“自己对牌坊群无感,总感觉那是封建迷信的耻辱碑……”;而对于节庆表演,因其演出时间固定,并不是所有游客在游览过程中都能体验到,相关情感语句数量较少且情感倾向不一。

4 结论和讨论

4.1 结论

本文以古徽州文化旅游区为例,从旅游视角对地域乡愁文化元素进行了识别。研究发现:

(1)地域乡愁文化元素是吸引游客的重要载

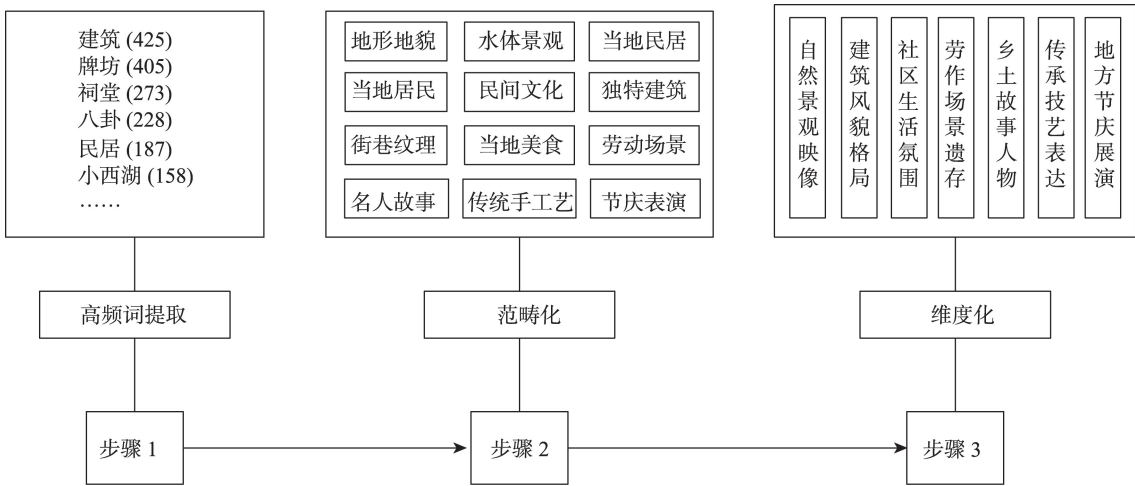


图3 基于扎根理论的旅游视角下旅游地乡愁文化元素维度构建

Figure 3 Dimensionality analysis of the nostalgia cultural elements from the tourism perspective based on the grounded theory

2019年12月

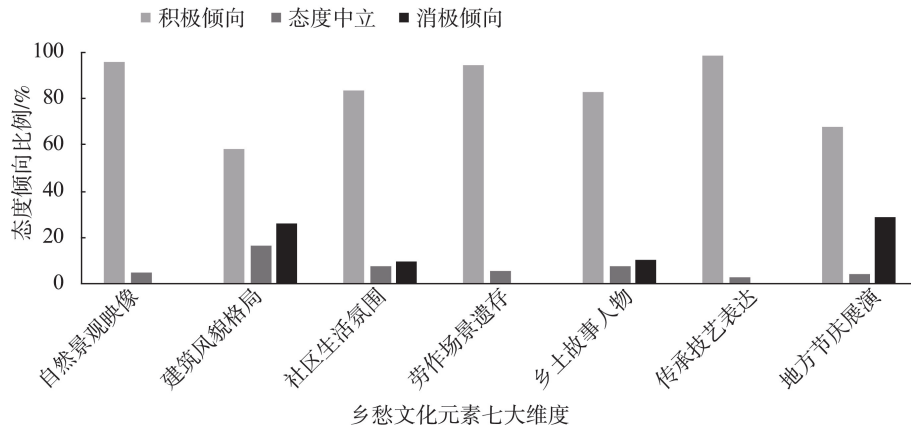


图4 游客视角下乡愁文化元素情感倾向测度

Figure 4 Measurement of tourists' emotional tendency of nostalgia cultural elements

体。4个样点地同属古徽州文化旅游区,但各自又有特点。基于游客体验的网络游记高频词分析也呈现出同样的特征,徽州古城的“徽州府衙”,呈坎的“八卦”,唐模的“小西湖”,唐越牌坊的“牌坊”、“祠堂”,是各自样点最吸引游客的元素,而这些元素集中体现了徽州文化的各个方面。可见,地域文化元素对于游客有较强的吸引力。

(2)旅游视角下乡愁文化元素可归结为自然景观映像、建筑风貌格局、社区生活氛围、劳作场景遗存、乡土故事人物、传承技艺表达、地方节庆展演7个维度,不同维度相应地包含了多个范畴。在本文案例研究中自然景观映像包含地形地貌、水体景观、绿植风光等范畴,建筑风貌格局包含当地民居、独特建筑、街巷纹理等,社区生活氛围包含当地居民、民间文化、当地美食。

(3)不同乡愁文化元素吸引游客的程度不同。在古徽州文化旅游区,游客对于自然景观、劳作场景、传承技艺类元素表现出普遍的欣赏和赞叹,而对于建筑风貌、社区生活、乡土故事、地方节庆,则存在不少争议。

4.2 讨论

围绕“对于旅游地,游客感兴趣的乡愁文化元素有哪些?”这一问题,本文开展了基于游客游记文本的内容分析,并在元素构成、识别维度构建、情感倾向测度等方面形成了一些结论。与以往地理学领域开展的有关乡愁的研究相比,本文从旅游地理学科出发,在案例实证、视角构建方面具有一定的创新性,对于丰富乡愁理论内涵、助力新型城镇化

有重要意义。基于本文的研究,可得到以下启示:

(1)旅游是乡愁文化元素活化的一种有效途径。刘沛林指出,“以旅游为导引的特色小城镇建设是(留住乡愁)重要途径”^[3]。从本文也可以看出,古徽州文化旅游区内大量的凝聚着当地居民共同记忆的乡愁文化元素对于游客有较强的吸引力。随着时代变迁,一些乡愁文化元素因功能衰退、样式陈旧退出历史舞台,并面临消失的危机,但是旅游功能的重新赋予能够带给这些乡愁文化元素新的生命力,使得在保留当地居民记忆的同时促进地区经济的可持续平稳发展。

(2)深度游背景下,只关注遗产保护的 mode 需要得到改善。遗产,尤其是被收入名册的社会精英层面的物质(非物质)文化遗产是区域重要的乡愁文化资源,具有较大的旅游开发价值^[21]。但从本文来看,游客在进入游览地之后,除关注精英层面的遗产类吸引物之外,对于游览地的朴实自然风光、一般民宅、平凡社区生活等饱含大众群体记忆的集体记忆也有较高的热情。因而,从社会文化价值角度,深度挖掘“高、大、上”文物之外有文化故事的“普通”地方事物,保留更多承载大众记忆的场所也不失为地方文化资源挖掘的方向和模式。基于本文的研究,后续研究可从影响游客乡愁文化元素识别的因素、旅游地乡愁文化空间重构理论构建等方面展开。

本文也存在一些不足,表现在:第一,数据仅来自网络游记,对乡愁文化元素的提炼有限。由于游记本身是游客对游览活动的深入加工,虽然能够过

滤掉游客印象薄弱的内容,但同时加大了游览信息遗漏的风险,不利于对旅游视角下的地域乡愁文化元素进行全面梳理;第二,构建的乡愁文化元素维度有一定的局限性。本文从古徽州文化旅游区个案出发,基于高频元素,运用扎根理论,对乡愁文化元素进行了梳理,构建了相应维度,但从“个别”到“一般”的过程,需要通过更多的案例实践进行验证,以完善乡愁文化元素维度。第三,论文构建的乡愁文化元素的7个维度,仍局限于乡愁文化载体的角度,然而,从乡愁的概念可知,乡愁文化与记忆、情感维度及时空维度均有密切的关联,相关研究需进一步深化和完善。

参考文献(References):

- [1] 汪芳,吕舟,张兵,等. 迁移中的记忆与乡愁: 城乡记忆的演变机制和空间逻辑[J]. 地理研究, 2017, 36(1): 3-25. [Wang F, Lv Z, Zhang B, et al. Memory and homesickness in transition: Evolution mechanism and spatial logic of urban and rural memory[J]. Geographical Research, 2017, 36(1): 3-25.]
- [2] 周尚意,成志芬. 关于“乡愁”的空间道德和地方道德评价[J]. 人文地理, 2015, 30(6): 1-6. [Zhou S Y, Cheng Z F. On the morality of nostalgia[J]. Human Geography, 2015, 30(6): 1-6.]
- [3] 刘沛林. 新型城镇化建设中“留住乡愁”的理论与实践探索[J]. 地理研究, 2015, 34(7): 1205-1212. [Liu P L. The theory and practice exploration of “remembering nostalgia” in the construction of new urbanization[J]. Geographical Research, 2015, 34(7): 1205-1212.]
- [4] 叶强,谭怡恬,张森. 寄托乡愁的中国乡建模式解析与路径探索[J]. 地理研究, 2015, 34(7): 1213-1221. [Ye Q, Tan Y T, Zhang S. The analysis and exploration of Chinese rural construction methods to carry nostalgia[J]. Geographical Research, 2015, 34(7): 1213-1221.]
- [5] 方创琳. 传承文化基因、打造特色小镇:《读刘沛林新著<留住乡愁>有感》[J]. 地理研究, 2017, 36(9): 2-3. [Fang C L. Inheriting cultural genes and building characteristic towns: Book review on <Remember Nostalgia> by Liu Peilin[J]. Geographical Research, 2017, 36(9): 2-3.]
- [6] 程堂明,卢凯,陶冠军. 记忆传承乡愁文化保护发展传统村落:以龙潭肖村保护发展方法探索为例[J]. 小城镇建设, 2016, (7): 33-38. [Cheng T M, Lu K, Tao G J. Inheriting homesickness culture, protecting and developing traditional villages: A case study on protection and development method of Longtanxiao Village[J]. Development of Small Cities & Towns, 2016, (7): 33-38.]
- [7] 胡家镜,万秋,吕兴洋,等. 古镇慢旅游特质要素识别与分析:基于游客体验的视角[J]. 资源科学, 2019, 41(3): 467-474. [Hu J J, Wang Q, Lv X Y, et al. Characteristic elements of ancient town slow tourism: Based on tourist experiences[J]. Resources Science, 2019, 41(3): 467-474.]
- [8] 陆邵明. 乡愁的时空意象及其对城镇人文复兴的启示[J]. 现代城市研究, 2016, (8): 2-10. [Lu S M. Temporal and spatial image of Chinese Xiangchou and its urban humanistic renaissance[J]. Modern Urban Research, 2016, (8): 2-10.]
- [9] 陆大道. 留住乡愁是以人为中心的新型城镇化的显著特色:评刘沛林新著《留住乡愁》[J]. 地理学报, 2017, 72(10): 1920-1920. [Lu D D. Retaining homesickness is a distinctive feature of the new people-centered urbanization: Book review on <Remember Nostalgia> by Liu Peilin[J]. Acta Geographica Sinica, 2017, 72(10): 1920-1920.]
- [10] 蔡建明,林静. 中国新愿景下的文化与空间有机融合的地理途径与机遇[J]. 地理研究, 2016, 35(11): 2001-2014. [Cai J M, Lin J. New marriage of culture and space under China's new vision: Approach and opportunities from geographical perspective[J]. Geographical Research, 2016, 35(11): 2001-2014.]
- [11] 罗伯特·麦金托什,沙西肯特·格普. 旅游的原理、体制和哲学[M]. 顾铮,译. 杭州: 杭州大学出版社, 1983. [Robert M, Shashkent G. The Principle, System and Philosophy of Tourism[M]. Gu Z, Trans. Hangzhou: Hangzhou University Press, 1983.]
- [12] 刘丹萍. 旅游凝视:从福柯到厄里[J]. 旅游学刊, 2007, 22(6): 91-95. [Liu D P. Tourist gaze: From Foucault to Urry[J]. Tourism Tribune, 2007, 22(6): 91-95.]
- [13] 汪颖,陆林,路幸福. 徽州村落旅游中游客及东道主的凝视行为[J]. 旅游学刊, 2015, 30(4): 23-32. [Wang T Y, Lu L, Lu X F. The behavior of tourists and hosts by gazing the Huizhou Villages[J]. Tourism Tribune, 2015, 30(4): 23-32.]
- [14] 魏雷,钱俊希,朱竑. 谁的真实? 泸沽湖的旅游凝视与本土认同[J]. 旅游学刊, 2015, 30(8): 66-76. [Wei L, Qian J X, Zhu H. Whose authenticity? Tourist gaze and local identities in Lugu Lake[J]. Tourism Tribune, 2015, 30(8): 66-76.]
- [15] 胡海霞. 凝视,还是对话? 对游客凝视理论的反思[J]. 旅游学刊, 2010, 25(10): 72-76. [Hu H X. Gazing or dialogue? Rethinking about the theory of tourists' gaze[J]. Tourism Tribune, 2010, 25(10): 72-76.]
- [16] 王蓉,黄朋涛,胡静,等. 基于网络游记的婺源乡村旅游体验研究[J]. 资源科学, 2019, 41(2): 372-380. [Wang R, Huang P T, Hu J, et al. Study on rural tourism experience of Wuyuan County based on online travel notes[J]. Resources Science, 2019, 41(2): 372-380.]
- [17] 刘逸,保继刚,朱毅玲. 基于大数据的旅游目的地情感评价方法探究[J]. 地理研究, 2017, 36(6): 1091-1105. [Liu Y, Bao J G, Zhu Y L. Exploring emotion methods of tourism destination evaluation: A big-data approach[J]. Geographical Research, 2017, 36(6): 1091-1105.]
- [18] Glaser B G, Strauss A L. Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research[M]. Chicago: Routledge, 2017.
- [19] Glaser B G. Doing Grounded Theory: Issues and Discussions[M]. Mill Valley: Sociology Press, 1998.
- [20] 王欣,邹统钎,杨文华. 遗产文化价值的创意构建与体验[J]. 资

源科学, 2013, 35(12): 2352–2358. [Wang X, Zou T Q, Yang W H. Creative building and experience of heritage cultural values[J]. Resources Science, 2013, 35(12): 2352–2358.]

[21] 张希月, 虞虎, 陈田, 等. 非物质文化遗产资源旅游开发价值评

价体系与应用: 以苏州市为例[J]. 地理科学进展, 2016, 35(8): 997–1007. [Zhang X Y, Yu H, Chen T, et al. Evaluation of tourism development value of intangible culture heritage resources: A case study of Suzhou City[J]. Progress in Geography, 2016, 35(8): 997–1007.]

Identifying elements of nostalgia culture from a tourism perspective : Taking the Ancient Huizhou cultural tourism area as case study

WANG Xinge¹, YU Hu^{2,3}, CHEN Tian^{2,3}

(1. Urban-Rural Planning Administration Center, MOHURD, Beijing 100835, China; 2. Institute of Geographic Sciences and Natural Resources Research, CAS, Beijing 100101, China; 3. Key Laboratory of Regional Sustainable Development Modeling, CAS, Beijing 100101, China)

Abstract: Under the background of local crisis of “losing memory, wrong memory, fragmented memory, and broken memory” it is necessary to explore the development mode, inheritance, and protection of urban and rural memories of “staying homesick” for achieving a new type of urbanization. Tourism development is regarded as an effective way to “retain homesickness,” and the regional nostalgia cultural elements that condense the collective memory of local residents are of great value in the development of tourism resources. However, few scholars have systematically examined the elements of local nostalgia culture. Therefore, taking the Ancient Huizhou culture tourism area as case study, combining with online travel notes on “Ancient Huizhou City” “Chengkan Village” “Tangmo Village” “Tangyue Memorial Arch Group” released on Internet platforms, and using the ROST CM6 software and grounded theory, this study identified high-frequency nostalgia culture elements based on the perspective of tourists, analyzed the dimensions of the tourists’ recognition of nostalgia culture elements, and finally measured tourists’ emotional tendencies. The study found that, the high frequency elements of the nostalgia culture were characterized by their unique characteristics. Visitors’ view of the nostalgia culture elements can be attributed to seven dimensions, including natural landscape image, architectural style and pattern, community life atmosphere, remaining labor scene, local story characters, inheritance art expression, and local festival performance; Tourists hold strong personal feelings of nostalgia culture elements, with common appreciation and praise in natural landscape, labor scene, and passing on skills, but controversies with regard to building style and features, community life, local stories, and local festivals.

Key words: tourism perspective; elements of local nostalgia culture; ROST CM6; grounded theory; ancient Huizhou cultural tourism zone