

主持人

农民日报·中国农网记者
程天赐

眼下正值春季踏青旅游时节。五一将至,就近就便亲近自然、体验民俗、愉悦身心的乡村游,成为疫情防控常态化背景下城乡群众出游的首选,也是最早迎来生机的文旅业态。乡村游更成为促进城乡交流互动、增强农民文化自豪感、拉动乡村经济社会全面发展的重要引擎。乡村游魅力何在?乡村文化旅游产业在乡村振兴中将发挥怎样的重要作用?如何通过政策驱动和观念引领,支持乡村旅游产业进一步复苏并繁荣发展?如何更好地为游客提供美好体验?本期对话邀请孙若风研究员,就乡村游文化产业的内涵、意义、策略等进行深入探讨和分析。

乡村是中国文化的故乡,依托乡村生态文化发展起来的乡村旅游,具有恒久的魅力

主持人:乡村游成为疫情防控背景下最早迎来生机的文旅业态。请您谈谈乡村生态文化的突出特点,依托这些特点发展乡村游的魅力体现在哪里?

孙若风:乡村是离自然最近的地方,乡村生态文化也是从农耕文明中走来的中华民族文化的原点,乡土气息是人们最熟悉、最亲切的气息。生态文化是几乎所有国家旅游的滥觞,也是长盛不衰的“保留剧目”。20世纪旅行家、诗人、摄影师尼古拉·布维耶说:“世界就像股水流,从你身上穿过,有一段时间会把你染成它的颜色,然后离开,把你留在原地。”乡村生态就能给游客留下乡村的颜色,让游客把心灵“留在原地”。乡村山水是乡愁的载体,乡村生态是我们中国人精神原乡的基点。乡村文化,就是一代代农人在天地山水间劳作和生活中形成的令人亲切的价值取向、行为规范、交往方式,还有魅力独具的风土人情和民间艺术。依托乡村生态和文化发展起来的乡村旅游,具有恒久的魅力。

主持人:中国人对乡土有着特殊的情结,其根何在?乡村游是否自古就是中国人的诗意生活内容?

孙若风:孔子是面向乡村的,所以说他“礼失而求诸野”。老子、庄子的核心语汇,比如山、水、自然,都在乡间。中国传统美学是开在乡村的花朵。中国古典文学源自乡土,也强化了乡土情结。中国最早的诗歌总集《诗经》分为“风、雅、颂”三类,置于首位的“风”即“十五国风”,基本上是不同区域的乡土文化。东晋陶渊明在长江边的乡村写下了《归园田居》等一系列作品,是后来的田园诗、今天的周边游和乡村游等旅游文化的重要源头。

我注意到,当前政府、社会组织、企业、农民、新农人、设计师和艺术家在乡村文化建设方面,共同语言最多,最容易形成共识,就是因为有着共同的审美追求。当然,这方面还有进一步改进的空间。比如,要多了解一点传统文化中以自然为核心理念的哲学观、艺术观、生活观,把它们与当代审美结合起来,融入文化产品、服务之中;可以直接借鉴、使用一些相关的传统术语,比如天人合一、道法自然等,也可以化用一些已经融入当代审美生活的概念,比如意境。这样会更符合中国人的审美接受心理和习惯,击中怀有乡土情结的游客心中柔软之处。

我们是农民的后代,乡土文化深植于我们的体内。回归这样的现场,就会感到回家般的温暖,于是触景生情、心领神会,于心戚戚,然后有所发现、有所创造。轻抚这里的草木,一草一木皆关情;与这里的百姓交流,乡言乡音有共鸣。

乡村游是游客的返乡之旅,也是旅游业自身的返乡之旅,更能唤起消费者的归属感

主持人:随着工业化、城镇化加速,与自然隔离状态下快节奏生活的现代人难免孤独焦虑,乡愁何处纾解与安放成为乡村旅游业发展的契机。您认为目前我国乡村游产业发展的态势如何?

孙若风:在这样的需求下发展乡村游,实际上是将人文精神召唤到旅游前沿。其中体现的人文关怀,与当前旅游消费中已经出现的追求人的全面发展、追求生活品质提升、追求中国式审美的潮流相互促进,能从内在动力上有效促进旅游业高质量发展。从本质上看,乡村游是游客的返乡之旅,也是旅游业自身的返乡之旅。乡村是中国美学的故乡,可以唤醒在城市中已经沉睡的审美感知。以人文关怀为特征的乡村旅游,源自中国传统审美,又以与今天相适应的方式进入旅游,更能唤起消费者的归属感。数据显示,2021年1至5月,乡村游客规模累计达到8.67亿人次,较2020年同比增长55.5%。

主持人:目前,本地游、近郊游是国内游主力,乡村成为游客主要流入地。疫情常态化防控下,乡村旅游业态有哪些独特优势?

孙若风:乡村游让我们贴近大地。疫情期间,周边游、乡村游固然是因为无法去“远方”。但是,诗意也未必只有远方才有,关键就是能做到陶渊明所说

乡村旅游产业

催生新型城乡文化关系

对话孙若风

的“心远地自偏”,这样即使面对附近的乡村场景,也能实现“诗与远方”的追求。早在先秦时期,我们的先哲就提出世界的本质是气,不同的地方有不同的“地之气”“气动谓之风”,所以才会有“一方水土养一方人”“十里不同风,百里不同俗”的认识,才会有不同的乡土文化和独特的审美价值。古人写的风景诗、田园诗并不都是名山大川。敬亭山位于安徽省宣城市,唐代诗人李白在《独坐敬亭山》中写道:“众鸟高飞尽,孤云独去闲。相看两不厌,只有敬亭山。”他把敬亭山视为最最近的知音。

没有长得一模一样的树叶,也没有一模一样的乡村。乡村自有青山绿水、农事生活、风土人情、传统技艺、故事传说,关键在于游客的观察和体验。唐代刘禹锡在《陋室铭》中写道,“山不在高,有仙则名。水不在深,有龙则灵。斯是陋室,惟吾德馨。”乡村有山有水有德,就有吸引游客的馨香。

疫情终将过去,应该抓住可能随之而来的审美心态变化,使之成为有利于乡村文旅产业发展的新趋势

主持人:尽管乡村游具有人流相对分散、不扎堆的特点,但也难免受到疫情带来的诸多不利影响。该如何破局?如何树立信心走出低谷?

孙若风:新冠肺炎疫情发生后,作为一种代偿效应,有关生命哲学、生活美学方面的内容进一步回归,强化了一个时期以来人们对美好生活的需求、对审美活动的渴望,也由此给今天的文旅产业,特别是乡村游带来了新的机遇。疫情发生之后的旅游业,在乡村最早得到复苏。但是我们更应该把它看作是一种集体无意识的文化选择。疫情之下,千百年来一直庇护中国人的乡村,让我们又一次在它的温暖怀抱里体会到生命、生活、自然的美好。疫情终将过去,应该抓住可能随之而来的审美心态变化,并在政策上予以推动,从而进一步唤醒和强化这样的心态,使之成为一种有利于社会进步、文化发展、人民幸福的社会心理和大众潮流,也成为有利于文旅发展特别是乡村文旅产业发展的新趋势。

主持人:您对乡村旅游业经营者包括民宿、农家乐、旅游合作社、古村落、田园综合体、文旅小镇等,有何建议?如何为游客提供更好的消费体验?

孙若风:发展乡村文旅产业,要有细浪冲沙的定力。我们当然期盼乡村文旅能大规模、快速地发展,依托现代市场、科技的力量也完全有可能出现这样

孙若风,武汉大学人文社会科学院驻院研究员、博士生导师,中国人民大学文化产业研究院特聘研究员,全国旅游标准化技术委员会主任,《蓝皮书:中国乡村振兴发展报告》主编。曾任文化和旅游部科技教育司司长,中共兰州市委常委、副市长(挂职),中国文化报社总编辑,陕西师范大学教师。



从长远看,疫情带来的变化将在乡村旅游产业中得到集中体现。消费者会更加注重旅游的精神价值和人文品格。为此,要以创造审美生活作为促进旅游业高质量发展的定位。



乡村稻田一景。

农民日报·中国农网记者 程天赐 摄

的发展。但是,绝大多数情况下,这个产业的规律一是渐进,不能都求快。要防止一蹴而就,急于求成的想法,不要有急功近利的想法。二是分散,不能都求大。文旅产业满足人的个性化需求,需求的分散性导致了产业的分散性,又决定了文化企业的体量不大,大多数文化企业和旅游企业是小而美。三是内容产业,不能都求易。创意得失决定了项目的价值,而且存在政治、市场风险。这些短处如果处理得好,又未尝不是长处。尊重乡村文旅产业的规律,才能够成长效、长尾、长链效应。

从长远看,疫情带来的变化将在乡村旅游产业中得到集中体现。消费者会更加注重旅游的精神价值和人文品格,在旅游目的地的选择上,会更注重个人喜好,而不一定选择贵的,也不会总是从众选择;面对审美客体,会更注重精神交流,而不是走马观花。

为此,乡村旅游管理者要以创造审美生活作为促进旅游业高质量发展的定位,以抚慰心灵、促进人的全面发展为旅游目标,以此支持和引导各类创新。经营者也需要更加主动地创新,往远处走,与相关行业相向而行,带动乡村整体发展;往深处走,丰富文化内涵,增加产品和服务的精神附加值;往细处走,在细分游客上深耕细作。

乡土文化一方面坚守自己的特质,一方面不断融入新的文化,这种融合是赢得市场、赢得消费者的规律

主持人:近年来,各地大力推动乡村旅游发展,打造了一批有特色、有内涵、有品位的乡村旅游精品线路,吸引更多游客选择乡村旅游、体验乡村旅游、爱上乡村旅游。您认为,如何帮助城乡游客提升对乡村文化旅游的内涵及意义的理解?

孙若风:乡村是保存文化的载体和容器,文化肌理则是指引的路标。近年来,“肌理”一词越来越频繁地出现在专业领域。这个概念能够反映文化积累、传承的基本特征,表达中国人自古以来关于“文统”、文脉的认识,应该进一步扩大其应用范围,并为社会大众所熟知。所谓城市肌理,是城市在长期演进中,由地域环境与人文历史交互作用形成的积淀,主要体现在功能布局、道路交通、建筑样式、街区风格等方面,储存着不同时期人们生产生活的信息,以及他们的理念、理想,是后人寻找故乡的路径,也是破解这块土地“密码”的线索。其实,乡村也有肌理。无论是城市肌理还是乡村肌理,都具有文化的特征,是城乡生活在物质空间的重重累积,也是城乡

文化的层层叠加。

城乡游客可从“肌理”的角度去了解乡土文化。乡土文化依照自身内在规律组织、排列、构造,也接受外在力量的镌刻、浸润、冲蚀、锻打。这种文化构造运动,看似羚羊挂角、无迹可求,在平常日子里感觉不到它的发生,但只要从“肌理”角度去寻绎,便会有鲜活的视觉传达扑面而来,还有生机勃勃的触觉、听觉、嗅觉等综合性审美感受。乡村肌理的这种整体性、生态性,会给游客带来立体式、沉浸式的审美创造与体验。

主持人:在您看来,乡村游能够满足讲究个性、品位的游客多样化的需求吗?

孙若风:当今中国的乡创美学满足的就是这种需求。乡创美学是将乡土文化资源与生产生活相结合形成的审美创造与审美体验活动。从城市来到乡村的创业者、游客及其他消费者,是带着情怀和乡愁来的,而且还带来了现代文化、时尚文化,乡创人员是把这些文化融入到自己的产品和服务之中,游客则是通过消费需求的方式引导进行这样的融合。

乡土文化在历史上就是变动不居的,一方面坚守着自己的特质,一方面不断融入新的文化。在社会主义市场经济体制下,这种融合是赢得市场、赢得消费者的规律,也是乡土文化在原汁原味保护、博物馆式保护之外开辟的另一种保护、传承渠道。当今中国乡创美学实践体现在依托乡土文化开展的所有活动,与乡村文化和旅游发展的方方面面都有着直接或间接的关系,而且它着力凸显主动性、选择性、差异性三方面特征。一次次乡村游,就是游客与村民共创共享的一场场“乡间小游戏”。这种既“旧”又“潮”的审美产品和服务,当然能满足游客多样化的需求。

当前,乡村文旅产业的“电路板”上最需要政策导线。强化政策支持,最终要落在带动市场驱动力上

主持人:今年中央一号文件提出,实施乡村休闲旅游提升计划。支持农民直接经营或参与经营的乡村民宿、农家乐特色村(点)发展。您认为,如何通过政策驱动,支持疫情下和疫情后的乡村游产业复苏?

孙若风:政策驱动与市场驱动,是任何一个新兴行业发展都需要的力量。乡村文旅产业发展同样需要这两种驱动力,尤其在初期阶段,在欠发达地区、在特殊时期更需要政策支持。而当前,乡村文旅产

业的“电路板”上,最需要政策导线。但要注意的是,乡村文旅产业属于产业,离不开市场驱动力。强化政策支持的驱动力和有效性,最终要落在带动市场驱动力上。

乡村文旅发展,要坚持改革方向,注意防止两种倾向:一种是固守计划经济思维,政府部门用“计划”代替规划,企业和创业者过度依赖政府。另一种是缺乏产业思维,没有把情怀、艺术理想和热情转化为可以落地的文旅产品和服务。

主持人:乡村旅游不仅是一个产业发展议题,同时也与农村居民就业增收、人居环境建设、生态与文化保护、乡村治理、城乡融合发展等诸多国家战略所关注的重要领域息息相关,具有多种功能优势。请您谈谈乡村文化旅游产业在乡村振兴中的作用和意义。

孙若风:乡村文旅产业对于乡风文明建设有着重要的促进作用,而且与乡村公共文化服务、非物质文化遗产保护传承等文化振兴任务相互配合。不仅如此,乡村文旅产业还能整体促进乡村振兴。乡村振兴的五大振兴之间本是声气相通、彼此呼应的。而文化更因其特殊功能,在其中可以全面发力:在产业振兴方面,乡村文旅产业自身就是现代产业组成部分,而且对相关产业有带动作用,能催生新业态;在人才振兴方面,本土人才是建设乡村文化的主体力量,乡村文旅产业发展优化了乡村人文环境,吸引更多新农人、设计师、艺术家、建筑师等纷纷参与美丽乡村建设;在生态振兴方面,绿水青山就是金山银山,有相当一部分地区是通过乡村文旅实现了这样的转换;在组织振兴方面,乡村文旅工程也是民生工程、民心工程,乡村组织能通过这样的工程给农民带来实惠,就能赢得村民支持,增强基层组织凝聚力。

构建新型城乡文化关系,实现乡土文化与现代文化、时尚文化、流行文化对接

主持人:产业融合以及互联网信息平台在乡村旅游中发挥着重要作用。您认为,乡村游产业如何创新、拓展新业态,比如康养、文体健身等文体旅融合模式是否可行?

孙若风:目前围绕“文化+”形成了由内而外、由近及远三个圈层的融合,这种融合在乡村表现最突出。一是文旅融合。文化和旅游二者都用情、意感知和体验对象,都具有爱自然、爱生命、爱生活、爱艺术的特征。文旅融合又增强了共同向外融合的能力。二是文体康旅融合。近年来,文化、旅游、体育、康养(卫生)等部门联手出台了一系列文件,这是顺应了全社会对延伸生命长度、加大生命宽度和提高生命质量的要求。中国哲学历来认为心身合一、形神合一,主张养形必先养心,养形必先养神。因此,今天的男女老少参加文体康旅活动,目的往往是综合式的。三是文化与相关产业融合。国务院印发的《关于推动文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》,就是要在国家经济转型中,实现科技创新与文化创意双轮驱动的局面。

乡村文旅中可以看到文化与旅游相互赋能,还有文旅行业与农业以及乡村其他产业的融合。比如乡村民宿,本是旅游载体,但是游客吃住的是文化,体验的是文化,而且在一些民宿发展较好的地方,出现了“三光”(住光、吃光、买光)的旅游消费带动乡村经济发展和农民增收现象。创造在基层,希望在民间,乡村从来就是创新创造的沃土,只要气候适合,这里还会不断生长出新的模式、业态和产业。

主持人:《乡村振兴促进法》提出要建立新型城乡关系,城市更新与乡村振兴中又同样贯穿着文化旋律,您认为应怎样建立新型城乡文化关系?

孙若风:改革开放以来,在文化上,城市对于乡村经历了四个阶段。开始是送戏下乡等“送文化”活动;之后又提出既要“送文化”也要“种文化”,让送来的文化在当地扎下根;随着非物质文化遗产受到重视,社会大众更多地将目光投向乡村,寻找文化,接续文化根脉,可称为“求文化”。在当前乡村振兴中,文化振兴是其中的重要组成部分,可称为“兴文化”。所以我认为,目前准确的说法应该是,不仅要“送文化”“种文化”,更要“求文化”“兴文化”。

每个地方的文化都是城乡文化综合体,乡村是经度,城市是纬度,构成了当地的文化版图和精神磁场。新型城乡文化关系应该有三层意思。一是“前店后厂”,城市是“店”,乡村是“厂”。二是“前沿后方”,城市是“前沿”,乡村是“后方”,城市引领潮流与风尚,乡村则是本土文化的源泉和蓄水池。三是“前呼后应”。在很长的一个时期里,文化关系是城市“呼”、乡村“应”,在全面推进乡村振兴的背景下,则已经演变成了城乡相互呼应。

在城乡关系中融入文旅内容,可用“三针”。第一针“插针”,即所谓见缝插针,善于利用小的空间。第二针“扎针”,找准位置,拿捏方法,激活文化资源。第三针“绣针”,针要细,不能粗针大线,毁了传统城乡风貌;针要巧,遵循文旅规律,巧用科技、金融、市场等各种手段;针要活,要有好的创意和表现方法,实现乡土文化与现代文化、时尚文化、流行文化对接。

主持人:乡村之美,更在安放心灵。进入新发展阶段,推动乡村旅游持续发展,已成为实施乡村振兴战略背景下拓展现代乡村服务业和关联产业的重要议题。乡村旅游不仅能给农村居民带来就业机会,增加收入,还有利于改善农村基础设施和生活环境,全面推进乡村振兴。感谢孙老师做客对话栏目,分享精彩观点!