

后现代旅游理念下的乡村旅游产品开发

——以长沙县开慧镇为例

杨金华^{1, 2} 章锦河¹ 陆佩雯² 胡欢¹ 李克强²¹

(1. 南京大学 地理与海洋科学学院, 江苏 南京 210023;

2. 衡阳师范学院 城市与旅游学院, 湖南 衡阳 421002)

【摘要】: 后现代旅游理念源于后现代主义思潮, 是一种新型的旅游观。在回顾国内外相关文献基础上, 采用实地研究与问卷调查方法, 以长沙县开慧镇为例进行了实证研究。研究发现: (1) 后现代旅游是对现代旅游的继承性发展, 后现代旅游需求是多样、复杂、甚至矛盾的, 目前很难统一界定; (2) 总体来看, 后现代旅游产品开发应该秉持绿色自然、情感体验、个性本我、健康公平等理念; (3) 开慧镇乡村旅游资源丰富, 但现有产品开发存在游客参与度不高, 消费水平偏低, 产品认知程度不一, 新媒体营销收效甚微等问题; (4) 探索性地设立了由 13 个影响因子组成的指标体系, 依据对游客的重要性程度将权重划分为高、中、低 3 个层级, 并以此作为产品开发的参照; (5) 提出了加强“大地艺术类”“儿童旅游类”“农家体验类”“户外休闲类”4 类后现代乡村旅游产品开发的建议。今后, 有必要加强对“后现代”或“跨现代”背景下的乡村旅游研究。

【关键词】: 后现代主义 新旅游 乡村旅游 旅游产品 开慧镇

【中图分类号】: K901 **【文献标识码】:** A **【文章编号】:** 1004-8227(2019)06-1287-09

近年来, 我国乡村旅游发展迅速, 受到学术界和业界的广泛关注, 以及政府的高度重视。国内学者已在乡村旅游的概念、乡村旅游资源与产品开发、乡村旅游规划、乡村旅游者行为、乡村旅游影响、乡村旅游文化保护、乡村旅游发展路径与模式、乡村旅游可持续发展等方面取得了较为丰富的理论成果^[1]。实践证明, 乡村旅游也是新时代助推乡村振兴、新型城镇化和脱贫致富的一种有效途径。然而, 在全球化、工业化、城镇化的大背景下, 乡村旅游的发展也导致了生态环境破坏、旅游产品同质竞争、乡村文化受损、运营模式僵化等问题, 严重影响了乡村旅游的持续健康发展。在茫然与惶恐中, 后现代旅游的登场恰逢其时。作为一种新理念的后现代旅游与作为一种行动的乡村旅游之间存在着一种内在的密切联系, 皆是对“现代性”不合理性的揭示^[2]。随着我国部分地区由现代向后现代社会的转型, 人们的消费需求开始排斥单调、固定、大众、主流的现代旅游方式, 希望通过回归田园牧歌式的乡村家园, 寻求个性、多元、流动、小众、自然的后现代乡村旅游体验来找回真我与本我。

后现代旅游理念源于后现代主义(post-modernism)思潮。后现代主义思潮起源于欧美, 形成于 20 世纪 60 年代, 80 年代达到鼎盛^[3]。后现代主义本质上是社会经济发展到一定阶段的产物, 对应着消费型社会的新型思维方式^[4]。1985 年, 国外学者 Feifer 首次提出了“post-tourism”一词, 用以强调一种新的、具有象征意义的旅行方式^[5]。这些新的方式引发了人们对是否存在新旅

作者简介: 杨金华(1981-), 男, 博士, 副教授, 主要研究方向为旅游地理与旅游规划。E-mail: yangjinhua@smail.nju.edu.cn; 章锦河, E-mail: zhangjinhe@nju.edu.cn。

基金项目: 国家自然科学基金(41771147); 湖南省社科基金(14YBA060); 衡阳师范学院省级平台开放基金(RJ15K01)。

游业(newtourism)^[6]和新旅游者(newttourist)^[7]的思考。之后,国内外学者对后现代社会背景下旅游发展进行了密切关注。国外学者主要围绕后现代社会旅游人类学研究^[7,8]、后现代旅游产业^[9]、遗产与后现代旅游^[10]、现代与后现代旅游的理论^[11]、后现代旅游者的细分^[12]、真实性与忠诚度^[13]、社交媒体与后旅游^[14]、朝圣旅游^[15]等问题进行了研究。国内学者除运用旅游学科知识外,还分别从哲学^[16]、社会学^[17]、人类学^[18]、地理学^[19]、建筑学^[20]等多学科视角,围绕后现代主义的内涵^[21]、真实性^[22]、生态旅游^[23]、乡村旅游^[24]、旅游行为^[25,26]、旅游符号^[27]、旅游规划^[28]等问题进行了探讨。早期研究以定性方法为主,定量方法相对少见。近来,定量方法、定性与定量相结合的方法应用逐渐增多。

乡村旅游产品是国务院发布的《“十三五”旅游业发展规划》8大创新产品之一。当前基于后现代旅游视角,对乡村旅游及其产品开发进行研究的成果数量有限,理论与实证两方面均有待深入。基于此,笔者采用实地研究和问卷调查法,围绕后现代旅游理念进行实证研究。旨在进一步厘清后现代旅游理念的内涵及特点,分析后现代乡村旅游产品开发的潜力、探讨后现代旅游理念下的乡村旅游产品开发类型等问题,试图丰富后现代旅游的理论及实证研究成果并指导实践。

1 研究设计

1.1 理论依据

所谓后现代旅游并不是一种学理性和知识性的探究,更多的是对现代旅游在休闲、交往和审美中表现出来的工具理性和功利主义的批判,一种新型旅游观^[29],是建立在现代旅游的基础之上,对其不合理成分的扬弃,同时也是对现代旅游的继承性发展^[30]。其核心意识是由商业化的旅游向生命体验的回归,是从以“享乐主义”为主的现代旅游到以探索性、体验性、求知性为基本诉求的新型旅游转向,强调“人与自然和谐共处”的生态理念。它不仅关注旅游产品和服务,更多的是对情感的追求,希望通过旅游能引起心灵的共鸣,体现旅游者的情感化、个性化、体验化、主动化、表征化、生态化方面的内在需求^[31]。像国内外的背包旅游、探险旅游、骑行旅游、志愿者旅游、沙发旅行(couchsurfing)、无景点旅游等都属于后现代旅游的表现形式。可见,后现代旅游是客观存在的一种新的旅游方式。

旅游业从根本上来讲是需求推动型产业。换言之,旅游需求决定旅游供给,旅游产品开发要顺应时下旅游消费的潮流与风向,满足后现代旅游者的需求。后现代主义的旅游需求是多样、复杂、甚至矛盾的,集诸多特征于一身,目前很难统一界定。他们有诗意的一面,也有物质的一面;有个性异质化的一面,也有去差异同质化的一面;有原始本我的一面,也有浪漫时尚的一面。尽管如此,我们还是可以对后现代旅游者的形象进行大体描述,如他们是有意识的人性解放者,是现代社会的反叛者,是回归自然的坚定实践者。基于上述旅游需求特点,就现阶段而言,笔者认为后现代旅游产品开发应该以生活化的心灵共鸣为导向,秉持绿色自然、情感体验、个性本我、健康公平等理念(图1)。

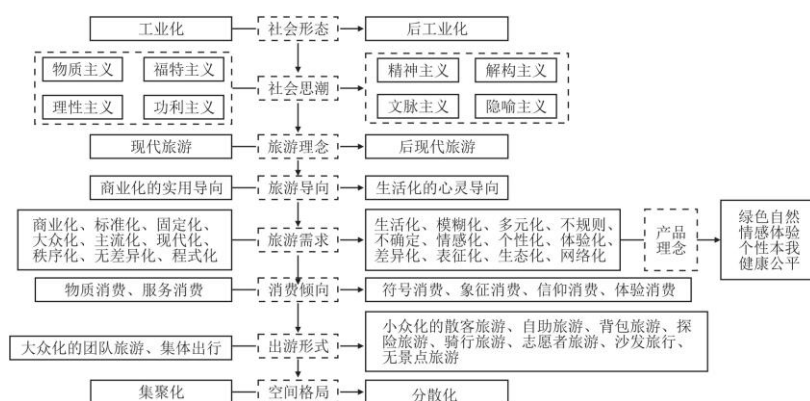


图1 现代旅游与后现代旅游理念的特征比较

1.4 问卷设计与样本描述

该问卷主要分为 2 大部分:第一部分是关于性别、年龄、学历、职业、重游率、消费水平、知名度、信息获取渠道等方面的调查,其描述性统计结果如下(表 1);第二部分是关于旅游产品开发潜力的量表。参照刘沙提出的旅游吸引物要素类别(自然景观环境、乡村景观的风貌、居住、饮食、农业生产、文化民俗、乡村制作、乡村土特产、乡村文体活动等)^[33],根据开慧镇旅游产品现状,构建了 13 个旅游体验影响因子(表 3),调查各因子对游客的重要性程度。经检验,Cronbach' s Alpha 系数为 8.28,KMO 值为 0.856,Bartlett 球形检验 P 值为 0.000,问卷信度和效度符合统计学的要求。

2 结果分析

2.1 开慧镇乡村旅游发展现状分析

2.1.1 乡村旅游资源概况

开慧镇拥有革命色彩浓郁的人文旅游资源和充满乡土气息的自然旅游资源。著名景区有杨开慧纪念馆(4A 级景区)。拥有长沙市文物保护单位缪伯英故居、彭励将军墓、湖南第一个农村党支部杨柳坡党支部旧址、明末清初古塔飘峰塔、古寺湘峰寺、上华山庙等文物古迹。镇内有全国特色景观旅游名村白沙村,还有团结水库、飘峰水库、竹山水库、罗王寨、开慧有机生态茶园等良好的自然生态景观。其旅游资源大致可以分为红色遗迹、生态农庄、乡村民宿、风情小镇、户外运动等 5 种类型。

表 1 样本基本信息描述

项目	选项	频数	频率(%)	项目	选项	频数	频率(%)
性别	男	107	41.98	学历	初中及以下	52	19.85
	女	154	58.02		高中	100	38.17
年龄	20 岁及以下	6	2.29		专科	32	12.21
	21~30 岁	66	25.19		本科	70	26.72
	31~40 岁	44	16.79		硕士及以上	8	3.05
	41~50 岁	54	20.61	单次消费	500 元以下	214	81.83
	51 岁及以上	92	35.11		500~1000 元	34	13.08
职业	学生	68	25.95		1001~1500 元	8	3.19
	自由职业者	42	16.03		1501~2000 元	3	1.1
	企事业单位员工	38	14.5		2000 元以上	2	0.8
	科教文卫人员	20	7.63	重游率	1 次	220	84.26
	退休人员	92	35.11		2~3 次	21	7.93
	其他	2	0.76		4~5 次	12	4.7

产品知名度	开慧故里	137	52.63	信息获取渠道	5 次以上	8	3.11
	农园采摘	65	24.88		报纸杂志	8	3.05
	乡村民宿	40	15.31		电视媒体	18	6.87
	露营基地	5	1.91		网络平台	34	12.98
	房车基地	4	1.44		旅行社	70	26.72
	公路骑行	4	1.44		亲友推荐	104	39.69
	其它	6	2.39		其它	28	10.69

2.1.2 乡村旅游经营现状

目前,开慧镇旅游产品以红色文化与绿色农业为特色,以杨开慧纪念馆、飘峰山庄、板仓山庄、田茂农庄、润慧乡村酒店(含民宿)5个景点为主要依托。从收集到的相关统计资料来看,自2012~2017年,开慧镇旅游人次和旅游收入总体增速明显。在旅游收入方面,排除免费景区杨开慧纪念馆,其余4个景点(飘峰山庄、田茂农庄、板仓山庄、慧润乡村酒店)营业收入除2016年略有下滑外,总体上均呈增长态势。其中,飘峰山庄收入最多,增长最显著。营业收入总和从2012年的519万元增加到2017年的1703万元,增长了3.3倍(见图3)。在旅游总人次方面,游客数量逐年攀升,从2012年的114的万人次增加到2017年的411万人次,增长了3.6倍,尤其是近3年增速最为显著。其中,杨开慧纪念馆到客最多(图4)。

2.1.3 乡村旅游发展存在的主要问题

根据问卷统计结果及政府部门、当地居民反馈的意见,发现开慧镇在乡村旅游发展方面主要存在2个问题:一是游客参与体验浅尝辄止,产品消费水平偏低;二是产品认知程度相去甚远,新媒体营销收效甚微。这些问题很大程度上制约着开慧镇乡村旅游的高水平发展,需在深入剖析的基础上采取有针对性的解决措施。

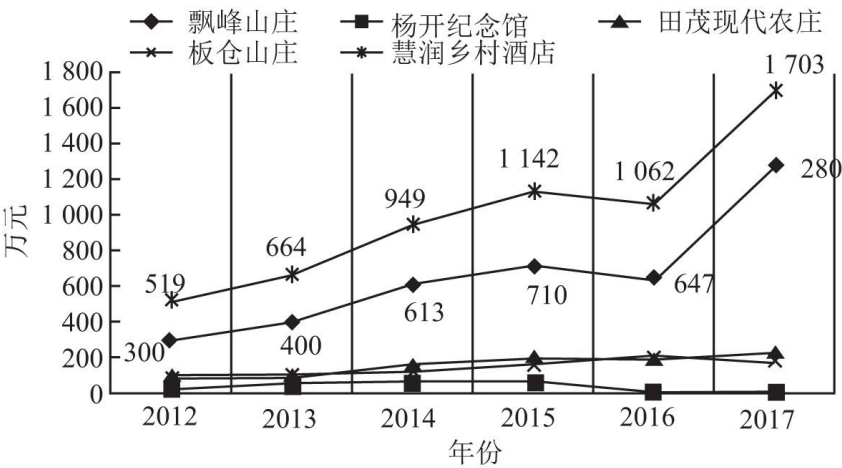


图3 开慧镇部分旅游景点收入统计

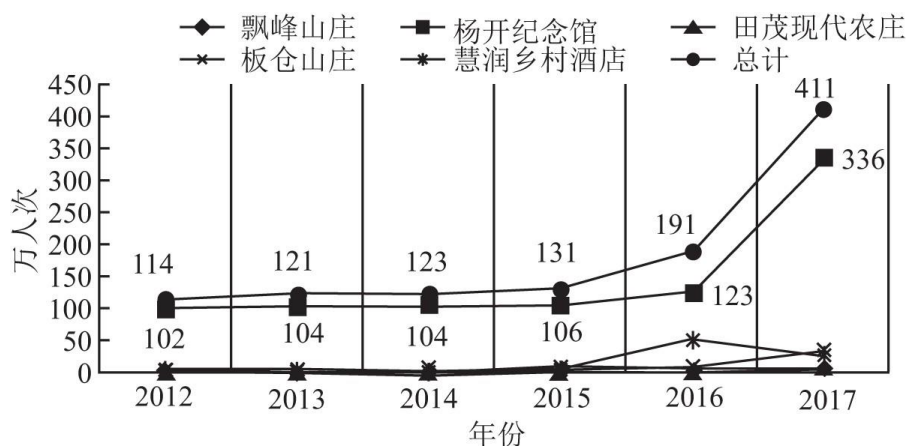


图 4 开慧镇部分旅游景点人次统计

(1) 游客参与体验浅尝辄止, 产品重游率偏低

实地调查发现, 开慧镇旅游产品类型尽管较为丰富, 但是产品品质不高, 如存在稻田景观变得审美“疲劳”, 乡村民宿立面改造缺少“野趣”, 景观小品摆设和氛围营造“生硬”、现代农庄缺乏文创“生气”等现象, 未能充分满足游客回归自然、返璞归真、绿色环保、寄托乡愁、个性体验等后现代的生活主张。大部分游客参观完杨开纪念馆和故居之后, 对下一个游览项目没有清晰的目标指向, 现场也缺乏有效的解说和指示引导。如果是果蔬成熟季节, 相对而言还会有较多游客参与采摘活动。但各采摘基地分布在不同的乡村, 存在同质化竞争现象, 资源整合效果不是很理想。再加上农副产品受到季节性的限制, 在非收获季节, 游客参与的消费项目非常受限, 造成多数为非过夜的一日游游客。问卷调查发现, 游客的重游率偏低, 首次到访的占 84.26%, 2 次及以上的仅为 15.74%。总的来看, 旅游产品开发还处于观光向深度体验的过渡阶段。

(2) 产品认知程度相去甚远, 新媒体营销收效甚微

开慧镇作为一个历史文化底蕴深厚的特色小镇, 随着近几年媒体报道的增多, 在湖南省已形成一定的知名度, 但影响力和美誉度还不是太高。从问卷第二部分的分析结果来看, 游客对开慧镇镇域的旅游产品认知程度不一。认知程度最高的是开慧故里, 比重达到 52.63%, 其次是农园采摘占到 24.88%, 再次是乡村民宿占到 15.31%。相反, 针对最近几年开慧镇新开发的房车基地、露营地、公路骑行等符合后现代理念的旅游产品, 调查对象的了解程度普遍偏低, 这在一定程度上说明开慧镇新开发的旅游产品知名度、认可度不高。在新媒体营销方面, 尽管开慧镇借助微信公众号“板仓小镇”提供了信息推送、旅游查询等服务。但从实际游客信息获取渠道来看, 发现亲友推荐及旅行社仍为主要信息途径, 分别为 39.69% 和 26.72%, 二者比重相加达到了 66.41%, 占比超过一半以上。而较受欢迎的微信营销、网络营销等媒介占比并不算高, 说明新媒体营销还有待加强, 没有真正抓住后现代旅游者趣味性、便利性、虚拟化、信息化的特点。

2.2 后现代旅游理念下的开慧镇乡村旅游产品开发

2.2.1 产品开发潜力分析

根据问卷第二部分产品开发潜力量表, 以 13 个影响因子对游客的重要性程度为基础, 计算出各因子的权重, 以此来分析产品开发潜力。权重值越高, 表示该因子对游客的重要性程度越大, 即该旅游产品开发潜力大, 反之则开发潜力小。量表的重要性评价等级分为 5 级, 由 1 到 5 分别为非常不重要、不重要、一般、很重要、非常重要。运用 SPSS19.0 进行统计分析, 可计算出各因子在不同重要性程度上的频率 (表 2)。

表 2 不同影响因子对游客的重要性频率统计

影响因子 (C _j)	重要性程度比重 α _i (%)				
	非常不重要 α ₁	不重要 α ₂	一般 α ₃	很重要 α ₄	非常重要 α ₅
名人的功勋事迹 C1	0	1.53	21.37	45.8	31.30
旅游的教育价值 C2	0	3.82	26.72	51.91	17.56
体验项目类型价格 C3	0	3.05	19.85	58.02	19.08
民宿的品质与安全 C4	0	2.29	19.08	44.27	34.35
乡土气息浓郁美 C5	0	1.85	15.46	27.43	55.26
交通的便利性 C6	0	1.53	18.32	54.2	25.95
当地美食与特产 C7	0.76	12.21	39.69	38.17	9.16
骑行路线的选择 C8	0.76	4.58	16.79	61.07	16.79
骑行工具的质量 C9	0	3.05	28.24	45.8	22.90
骑行沿途风景 C10	0.76	5.34	16.03	64.89	13.74
活动地点的选择 C11	0	6.87	22.9	51.91	18.32
活动参与的人数 C12	0.76	12.98	40.46	34.35	11.45
活动的新颖度 C13	0	1.53	9.92	50.38	38.17

接着,选择“很重要”和“非常重要”作为判断标准。分别计算这两项的权重,α₄“很重要”的权重为 4/(4+5)=0.44, α₅“非常重要”的权重为 5/(4+5)=0.56。然后,通过下式计算,得出每个因子的权重值:

$$\beta_j = (C_j\alpha_4 * 0.44 + C_j\alpha_5 * 0.56) / \sum (C_j\alpha_4 * 0.44 + C_j\alpha_5 * 0.56) \quad (j = 1, 2, \dots, 13) \quad (1)$$

式中:C_jα₄表示第 j 个因子在“很重要”所对应的频率;C_jα₅表示第 j 个因子在“非常重要”所对应的频率;β_j表示各因子权重值。

用 100 分按权重赋予各因子分值,计算得出该地乡村旅游发展的定量评价权重(表 3)。

表 3 影响因子指标权重

重要性影响程度	影响因子	权重排序
---------	------	------

高度影响	活动的新颖度 C13	9.63
	乡村气息浓郁 C5	9.51
中度影响	民宿的品质与安全 C4	8.56
	交通的便利性 C6	8.49
	名人的功勋事迹 C1	8.33
	骑行路线的选择 C8	8.02
	体验项目类型价格 C3	8.01
	骑行沿途风景 C10	8.01
低度影响	活动地点的选择 C11	7.32
	骑行工具的质量 C9	7.29
	旅游的教育价值 C2	7.22
	当地美食与特产 C7	4.85
	活动参与的人数 C12	4.76

根据表 4 的权重值,可按大小将影响因子分为 3 类:(1)高度影响:活动的新颖度、乡村气息浓郁 2 项的权重值大于 9,游客最为看重。(2)中度影响:民宿的品质与安全、交通的便利性、名人的功勋事迹、骑行路线的选择、体验项目类型价格、骑行沿途风景 6 项的权重值都大于 8 小于 9,说明游客比较看重。(3)低度影响:活动地点的选择、骑行工具的质量、旅游的教育价值、当地美食与特产、活动参与人数 5 项的权重值小于 8,说明游客不太在意。从总的权重分布来看(图 5),来开慧镇进行乡村旅游消费的游客带有后现代新旅游者(newtourist)的某些特征,如探新求异、返璞归真、亲近自然、自由个性等。户外休闲、农家体验、乡村风光等类型是较受欢迎的产品类型。

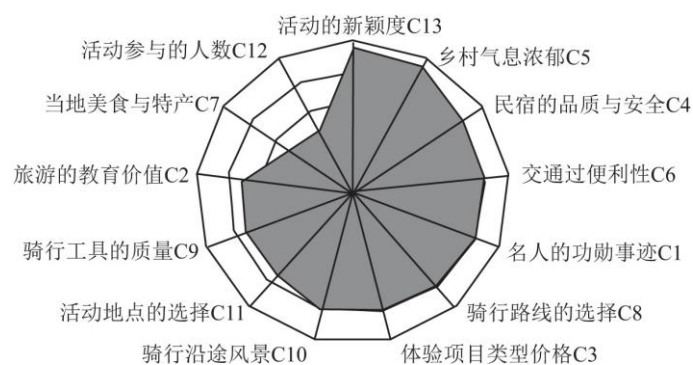


图 5 影响因子的重要性程度分布

2.2.2 产品开发类型建议

(1) 大地艺术类旅游产品

大地艺术(Earth Art)又称“地景艺术”,起源于 20 世纪 60 年代的西方,有着反工业化、反城市化的后现代主义倾向,是把艺术与大自然有机的结合所创造出的一种富有艺术整体性情景的视觉化艺术形式。后现代概念最早出现于艺术与文学,它将社会形态看成是一个由“符号”(signs)和“象征”(symbols)构造的系统,后现代旅游的一个突出标志是“形象和象征的增殖与扩大”^[34]。后现代旅游者的参与性审美特征呼唤“人景同构”的新旅游场。开慧镇风光秀美,有成片的菜地、稻田、花园、庄园、果园、茶园、水库等自然地块,同时还拥有全国首批“中国乡村旅游创客示范基地”的品牌和人才优势。早在 2014 年,为营造“初恋小镇”的主题形象,开慧镇曾进行过稻田艺术创作的尝试,形成了一对长 50m、宽 35m 的湖南省最大的“起舞情侣”图案,在当时引起了广泛关注。但因历时久远,加上后期缺乏打理,如今正日渐淡出人们视野。因此,今后要充分利用“资源”“人才”与“平台”的优势,发挥艺术家和农户的创造力,倾力打造一批充满乡土气息,令人赏心悦目的大地艺术作品。

(2) 儿童旅游类旅游产品

儿童不仅是直接消费者,还是影响消费的消费者和未来消费者。1989 年联合国《儿童权利公约》将儿童定义为 0~18 岁的未成年人,之后的《世界青年报告》将 15 岁以上的未成年人定义为青年。因此,一般将 15 岁以下的未成年人认定为儿童。儿童旅游包括“仅儿童的旅游”(child-only holiday)和“家庭旅游”(family holiday)两大类,具有即社会性、教育性、情感性和康复性 4 大积极功能,越来越受关注^[35]。开慧镇作为一个有着深厚文化积淀的乡镇,可以围绕杨开慧纪念馆,增设一些带有后现代主义色彩且又符合当地特色的主题活动。例如在纪念馆周边乡村,建立一些农业博览园、农产品展览馆和乡村博物馆等设施,让儿童及其家长在接受杨开慧同志革命精神教育的同时,了解农业历史、学习农业技艺、认知生活常识。还可让儿童直接深入田间地头、乡间小道,与大自然亲密接触。这些儿童旅游型产品,在满足孩子们的童趣的同时也可让家长们释放自我,增进家庭感情。由于这一阶段的儿童大多是学生身份,这类产品可以很好地对接研学旅行,让乡村成为学生们的户外课堂。

(3) 农家体验类旅游产品

中国是一个拥有数千年农耕文明传统的国家,土地是根,乡土是命,家园是魂^[36]。乡土家园是远离喧嚣,体验生活的绝好去处,具备“差异性”“情感性”“怀旧性”的客观环境。通过“农家体验型”产品的开发,可为老人抹去心中的一丝“乡愁”,勾画心中的“老家”,也可让孩子探明来路,不惧将来,传承文化。开慧镇目前有 533.33hm² 水果基地,主要品种有梨、板栗、西瓜、香瓜、杨梅、桃子、火龙果、葡萄、蓝莓等,1000 户特色农家餐饮,近 90 户乡村民宿。根据后现代游客追求的个性化、自主性、体验性旅游要求,可开发众多体验项目。在乡村农事方面,可举行以“鲜果采摘”“市民农园”“周末农夫”“共享厨房”等为主题的体验项目,开展蔬果种植、除草施肥、收割喂养等生活化的活动,满足游客的自助、归真的旅游需求。依托乡村民宿,可开发“民风、民俗、民情”等体验活动项目,与当地居民共同生活,体验草木染、棕编、糖画、打糍粑、剪窗花、写春联、磨豆浆等乡村习俗。

(4) 户外休闲类旅游产品

未来学家格雷厄姆·莫利托预测,人类将在走过信息时代的高峰期之后而进入休闲时代。户外休闲是以乡野空间和荒野空间为主要活动场所,以非竞技性的形式而进行的户外休闲活动^[37]。户外运动是户外休闲的主要形式。户外运动起源于英国,现已成为欧美、日韩等发达国家和地区十分普及的一项休闲项目。开慧镇基础设施良好,景色怡人,适合开展户外休闲旅游。目前,开慧镇乡村公路总长度达到 640hm²,沥青路面有 50.22hm²,硬化路面高达 589.78hm²,硬化率达到 92%,途中遍布茶园、艺术稻田、花草基地等,能给游客带来美好享受。早在 2013 年,开慧镇便建成了长沙县首条骑行绿道。目前,当地政府正在推进公共自行车系统,届时游客可以通过智能手机的扫码功能,直接租赁当地自行车。2017 年,在开慧镇政府主办的“开慧镇最美乡村公路评选暨手机摄影大赛”中,公布了 13 条“最美乡村公路”,主要包括环形公路、观景公路和入园公路 3 种类型。除此之外,还可利用“板仓国际露营基地”“房车营地”举办户外节庆活动,满足游客自主、互助、环保、交际的后现代旅游需要。

3 结论与讨论

3.1 结论

后现代旅游是一种新的旅游理念。本文在梳理国内外后现代主义、后现代旅游相关研究基础上,选取长沙县开慧镇为研究对象,采用实地研究和问卷调查方法,对后现代旅游理念下的开慧镇乡村旅游产品开发进行了研究,主要结论如下:

(1)分析了现代向后现代旅游理念的演化过程及特点,指出后现代旅游产品开发应该秉持绿色自然、情感体验、个性本我、健康公平等理念。

(2)开慧镇的人文与自然旅游资源交相辉映,种类较为丰富。主要包括红色遗迹、生态农庄、乡村民宿、风情小镇、户外运动等5种类型,初步形成“全域化、特色化、精品化”的格局。

(3)开慧镇乡村旅游现阶段主要存在游客参与体验程度不高,产品重游率偏低,产品认知程度不一,新媒体营销收效甚微等问题,需要整合资源,凸显特色,加强营销。

(4)根据旅游体验项目对游客的重要性影响程度,评价了开慧镇乡村旅游产品开发潜力,并证实当地旅游者带有探新求异、返璞归真、亲近自然、自由个性等后现代旅游特征,户外休闲、农家体验、乡村风光等类型是较受欢迎的产品类型。

(5)提出了加强“大地艺术型”“儿童旅游型”“农家体验型”“户外休闲型”4种后现代旅游产品的开发建议。

3.2 讨论

20世纪90年代以来,西方乡村经历了从生产主义到后生产主义、从工业化到后工业化、从生产空间到消费空间的转变。我国区域发展不平衡,当前很多地方是前现代、现代和后现代相互交织的“跨现代”(trans-modern)矛盾统一体,不好区分。这便要求在开展后现代旅游研究时,要慎重选取研究对象。同时,后现代主义旅游者的需求表现也是复杂的,在解析时要加以判别。如对“游客消费水平偏低”这一现象的解读,有可能是游客可自由支配收入有限,也可能是后现代旅游者凸显低消费、自主随性的真实写照,还有可能是现有产品根本不符合其后现代旅游者的消费需求。总之,今后应加强后现代主义的社会形态和旅游需求研究。

有学者指出,后现代也是现代化的一部分,是对后现代的继承和发展。旅游目的地的发展,如果刻意追求后现代的形式,往往会掉入形式的陷阱中。因此,在乡村旅游发展过程中,对旅游决策者和目的地居民来说,给游客带来“身心愉悦和自由”,让当地人拥有更多“获得感”才是后现代的意义,从而实现“生活旅游化,旅游生活化”的更高境界。

参考文献:

[1]黄震方,陆林,苏勤,等.新型城镇化背景下的乡村旅游发展——理论反思与困境突破[J].地理研究,2015,34(8):1409-1421.

[2]左晓斯.现代性、后现代性与乡村旅游[J].广东社会科学,2005(1):179-184.

[3]冯捷蕴.《旅游话语研究:理论与实践》述评[J].旅游学刊,2014,29(1):127-128.

-
- [4]钟士恩,章锦河.从古镇旅游消费看传统性与现代性、后现代性的关系[J].旅游学刊,2014,29(7):5-7.
- [5]FEIFER M. Going places:The ways of the tourist from imperial rome to the present day[M]. London:Macmillan, 1985.
- [6]POON A. The ' new tourism' revolution[J]. Tourism Management, 1994, 15(2):91-92.
- [7]ERRINGTON F, GEWERTZ D. Tourism and anthropology in post-modern world[J]. Oceania, 1989, 60(1):37-54.
- [8]FUNARI P P A, MANZATO F, ALFONSO L P. Tourism and archaeology in brazil:Postmodern epistemology in two case studies[J]. International Journal of Historical Archaeology, 2013, 17(2):261-274.
- [9]PRETES M. Postmodern tourism:The santa claus industry[J]. Annals of Tourism Research, 1995, 22(1):1-15.
- [10]NURYANTI W. Heritage and postmodern tourism[J]. Annals of Tourism Research, 1996, 23(2):249-260.
- [11]URIELY N. Theories of modern and postmodern tourism[J]. Annals of Tourism Research, 1997, 24(4):982-985.
- [12]D'URSO P, DISEGNA M, MASSARI R, et al. Fuzzy segmentation of postmodern tourists[J]. Tourism Management, 2016, 55:297-308.
- [13]YI X, FU X, YU L, et al. Authenticity and loyalty at heritage sites:The moderation effect of postmodern authenticity[J]. Tourism Management, 2018, 67(8):411-424.
- [14]JANSSON A. Rethinking post-tourism in the age of social media[J]. Annals of Tourism Research, 2018, 69(3):101-110.
- [15]THOMAS S, WHITE G R T, SAMUEL A. To pray and to play:Post-postmodern pilgrimage at Lourdes[J]. Tourism Management, 2018, 68(10):412-422.
- [16]王扬. 后语言哲学“三观”理论在视频传播中的运用——以《重庆旅游形象宣传片》为例[J]. 南通大学学报(社会科学版), 2017, 33(6):144-149.
- [17]埃里克·科恩,赵红梅. 旅游研究中的“真实性”:纷争之后[J]. 广西民族研究, 2013(1):173-181.
- [18]彭兆荣. 旅游人类学视野下的“乡村旅游”[J]. 广西民族学院学报(哲学社会科学版), 2005, 27(4):2-7.
- [19]马凌,孙九霞,朱竑. 流动、旅游与后现代——一个研究视角与一种精神转向[J]. 人文地理, 2017, 32(3):146-151.
- [20]刘会远. 浅析德国工业旅游的人文内涵[J]. 现代城市研究, 2008, 17(1):70-78.
- [21]白光润,李仙德. 后现代旅游探析[J]. 旅游科学, 2007, 21(3):32-36.
- [22]赵红梅,李庆雷. 回望“真实性”(authenticity)(上)——一个旅游研究的热点[J]. 旅游学刊, 2012, 27(4):11-20.

-
- [23] 兰措卓玛. 后现代主义视角下的生态旅游内涵阐释——以青海玉树地区为个案地研究[J]. 青海社会科学, 2014(6): 196-199.
- [24] 吴巧红. 后现代视角下的乡村旅游[J]. 旅游学刊, 2014, 29(8): 7-9.
- [25] 黄晨晨. 后现代主义视角下旅游目的地选择行为的解读[J]. 旅游学刊, 2014, 29(7): 3-5.
- [26] 齐飞. 旅游消费者行为: 后现代主义下的趋同与分化[J]. 旅游学刊, 2014, 29(7): 11-12.
- [27] 彭丹. 旅游符号学的理论述评和研究内容[J]. 旅游科学, 2014, 29(5): 79-94.
- [28] 王兴中, 吴茜, 吴菁, 等. 基于后现代旅游消费文化理念下规划项目市场门槛探讨——以景区旅游项目为例[J]. 人文地理, 2010, 25(6): 93-97.
- [29] 曹国新. 中国与西方旅游的古代、现代和后现代特征[J]. 旅游学刊, 2006, 21(6): 11-15.
- [30] 侯满平, 尹红坤, 张美丽. 后现代视角启示下的旅游发展探析[J]. 生态经济, 2009(9): 120-122.
- [31] 杨阿莉. 沙发旅行消费中的中西文化碰撞与融合: 基于后现代视角的分析[J]. 旅游学刊, 2014, 29(7): 7-9.
- [32] 风笑天. 社会研究方法[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2013: 137.
- [33] 刘沙. 乡村旅游吸引物体系的构建研究[J]. 中国农学通报, 2012, 28(9): 312-316.
- [34] 彭兆荣. “遗产旅游”与“家园遗产”: 一种后现代的讨论[J]. 中南民族大学学报(人文社会科学版), 2007, 27(5): 16-20.
- [35] 冯晓虹, 李咪咪. 儿童旅游研究综述[J]. 旅游学刊, 2016, 31(9): 61-71.
- [36] 彭兆荣. 找回老家: 乡土社会之家园景观[J]. 贵州社会科学, 2018, 338(2): 24-30.
- [37] 梁强, 李伟. 我国户外休闲产业发展环境与成长路径的分析研究[J]. 南京体育学院学报(社会科学版), 2015, 29(5): 1-10.