

乡村振兴背景下乡村旅游空间生产研究

——以句容市西冯村为例¹

李 涛 姚培君

(江苏农林职业技术学院, 江苏 句容 212400)

【摘要】 基于列斐伏尔的空间生产的分析框架,以乡村旅游地的空间生产为研究对象,对句容市西冯村的空间生产过程和生产机制进行研究,认为西冯村的空间生产的主导者是当地政府权力和社会资本,居民和旅游者在西冯村的空间生产系统中处于被支配地位,当地的文化空间生产是其乡村旅游空间生产的核心,也是其可持续发展的基础。

【关键词】 乡村振兴;乡村旅游地;空间生产;西冯村

【中图分类号】 F592.7 **【文献标识码】** A

乡村建设是实现乡村振兴的重要任务。旅游业的发展对乡村地区的经济发展有着巨大的推动作用,但也带来了乡村地区经济发展的不均衡性。研究表明,乡村地区的空间、权力与资本的实践是影响地区发展的重要因素。本研究立足空间生产的视角,对乡村旅游发展过程中的空间变迁与空间生产的特征与机制进行分析,试图揭示乡村旅游发展的内生动力机制。

1 乡村振兴背景下乡村旅游空间生产研究现状

2018年1月,中共中央、国务院发布《中共中央、国务院关于实施乡村振兴战略的意见》,对统筹推进农村经济建设、政治建设、文化建设、社会建设、生态文明建设和党的建设作出全面部署,全面实施乡村振兴战略。《意见》提出统筹城乡发展空间,优化乡村发展布局,夯实农业生产能力基础,加快农业转型升级,推动农村产业深度融合等措施。因此,在乡村振兴过程中需要缩小城乡差距,延长农村产业链,发展新业态,增加农民收入,振兴乡村文化,改善农村生活环境,完善农村基础设施和社会保障体系等。

空间生产的理论是20世纪60年代伴随欧洲城市化进程而兴起的。法国思想家亨利·列斐伏尔运用日常生活批判理论,在马克思主义的空间理论和异化理论的基础上提出了空间生产理论,他认为“社会空间就其本身而言,既是作品又是产品——是‘社会存在’的物质化”^[1]。列氏建构了集空间实践(城市的社会生产与再生产以及日常生活)、空间的表征(概念化的空间,科学家、规划者、社会工程师等的知识和意识形态所支配的空间)和表征的空间(“居民”和“使用者”的空间,它处于被支配和消极地体验的地位)于一体的三元一体动态展现城市空间生产过程的理论框架^[1]。米歇尔·福柯从权力-权力的形态、实践、活动机制入手,创造性地将现代社会描述为规训社会^[2],探讨权利如何在空间构型中影响人们的生活,而空间又是如何展开权利的实践,认

¹ 收稿日期: 2022-05-18

基金项目: 江苏农林职业技术学院科技项目“空间生产视角下乡村文化与旅游产业协同发展模式研究”(编号:2021kj86)。

作者简介: 李涛(1979—),男,江苏句容人,讲师,硕士,研究方向:乡村旅游;姚培君(1993—),女,江苏泰州人,讲师,硕士,研究方向:乡村旅游。

为规训的权利是其思想体系中的核心概念之一。

近几年，国内学者对于空间生产的研究逐步增多，研究可以分为两类：一类是对空间生产的理论的研究，集中在哲学、社会学、文学。一类是对空间生产的实践的研究，主要集中在城市化、城市问题、建筑等问题的研究。对于旅游地的空间生产研究主要是实践的研究，集中在对古镇、民族村寨与乡村、社区和历史街区、世界遗产地 4 个方面，此外还有少量旅游空间生产的理论及其他方面的研究。目前，国内学者在旅游空间生产方面主要注重现象研究，范围广、角度多，缺少对理论方面的研究。同时对于乡村旅游的研究相对较少，因此，本研究对乡村旅游空间生产的过程和动力机制进行研究。

2 研究方法与研究对象

2.1 研究方法

通过文献法、直接观察法、访谈法、案例研究法获得相关数据，构建乡村旅游地空间生产模型并分析其驱动机制，以期指导乡村旅游地空间生产。

2.2 研究对象

西冯村位于句容市后白镇，占地 12.8 km²，下辖 5 个自然村、14 个村民小组、农户 563 户、人口 2 100 多。2000 年开始大力发展草坪产业，2020 年农业农村部推介西冯村为全国乡村特色产业亿元村。通过草坪产业取得经济效益后，西冯村又开始发展旅游业，先后获得“江苏省最美乡村”“江苏绿色生态种植基地”等多项荣誉。目前，西冯村的产业发展模式正在从以第一产业为主导向第一产业和第三产业融合发展转型。

3 西冯村空间生产形态分析

3.1 空间的实践

一个社会的空间实践是通过对其空间进行破解才展现出来的[1]。空间的实践是可被村民和旅游者感知的空间。西冯村属于典型的丘陵地形，2000 年前主要种植稻麦等传统农作物，40%土地抛荒。2000 年以后，西冯村大力发展草坪产业，以花海路万亩草坪示范带为核心区，带动周边 8 个乡村种植草坪超过 2667 hm²，逐步形成国内最大的草坪集聚区。同时借助 2006 年国家实施的“大中型水库移民后期扶持政策”，并对发展草坪业积累的资金及其他项目资金进行整合，西冯村对基础设施和民生设施进行建设和改造，修建道路、桥梁和灌溉水渠。对全村整体建筑外观进行了翻新，绘制乡村文化墙，修建了村民健身广场、篮球场、公共厕所以及多处停车场，对主要道路进行了集中治理并建立多个垃圾站点。建成了环村 86 km 长的绿道、游客接待中心和驿站，配备了电动车和自行车。在基础设施完善后，西冯村开始着力发展旅游业，以“茅山大观园”为核心，建起集餐饮、垂钓、休闲、住宿、采摘等为一体的西冯村农业生态园。

3.2 空间的表征

空间的表征是“构想的空间”，是由政府、企业、开发商、规划师等构建出的空间^[1]。一方面，西冯村通过发展草坪经济，同时借助国家“后扶政策”，改造了村庄的基础设施，美化了环境。村委会请设计人员专门为村内的景观进行了设计，对村中的老旧房屋进行改造和出新，对道路进行重新铺设，对重点节点(如村口等)进行绿化和亮化，对村庄水域进行整治和改造，疏通河道，打造“十个荡”景点，体现出江南水乡和村落的生态和文化元素。另一方面，西冯村对草坪生产场所进行了不断的升级、合并和改造，在单纯地种植草坪基础上，提升产业的知识含量，成立了南京农业大学句容草坪研究院，从而形成了草坪生产行业知识和权利的符号。这些元素和符号共同构成了西冯村的空间表征，空间是权力实践的重要机制(如学校、军营、工厂、医院)，空间既是任何公共生活形式的基础，同时也是任何权力运作的基础^[3]。此外，在村口位置的党群服务中心，张贴党徽符

号，设置“八荣八耻”宣传栏，每家每户悬挂的国旗等。政党的意识形态和权利实践完全融入到了旅游地的各级空间中。

3.3 表征的空间

表征空间可以说是人们生活的空间或直接经历的空间，是一种被支配的空间，是与社会生产、消费和生活相联系的空间。

3.3.1 居民的生产空间

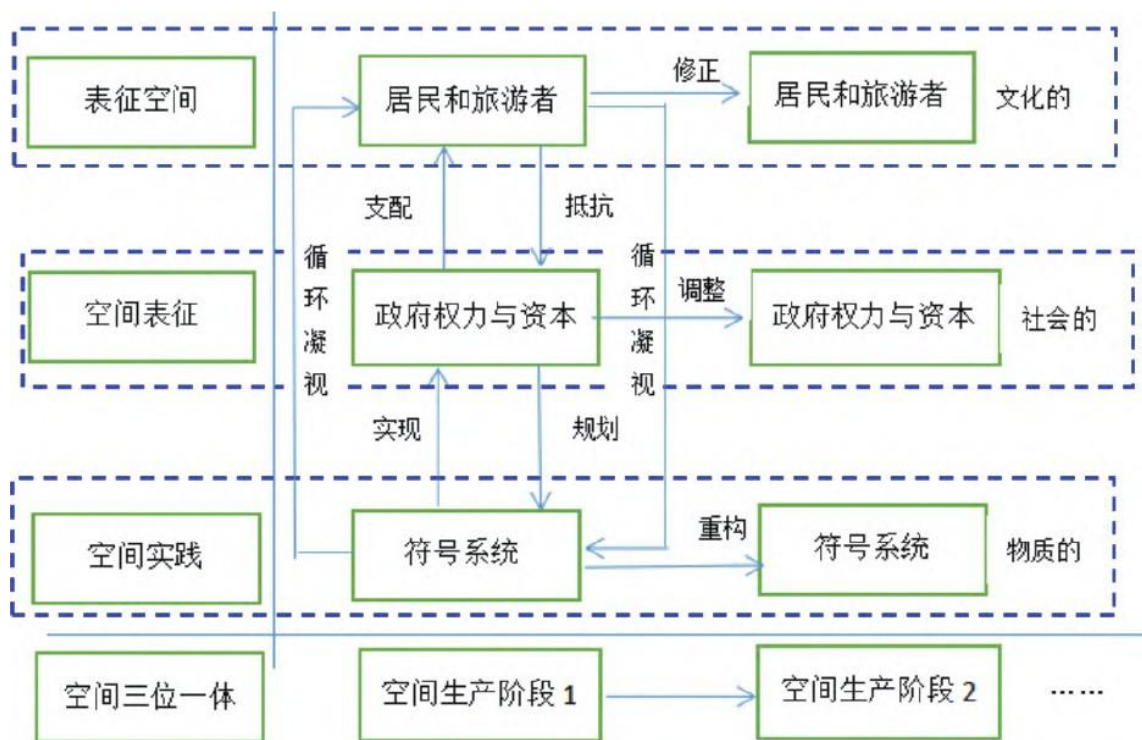
相对于空间的表征，旅游者和当地居民成为“表征的空间”的被支配对象。在乡村振兴的背景下，权利和资本等要素介入乡村的空间生产，西冯村被打造成为“最美乡村”“魅力休闲乡村”和“特色产业村”等符号。当地居民原先的生产空间被打破。原先单纯的生活-生产空间转变为生产-生活-消费空间，大部分村民将用于生产粮食的农田用于生产草坪作物。旅游活动与日常活动不再被明显的区分开来^[4]。居民的生产空间和生活空间与游客的消费空间互相重叠，在此空间内，乡村文化元素被旅游地的居民生产和生活空间生产出来，成为乡村旅游地最主要的旅游吸引物。

3.3.2 旅游者的消费空间

由资本和权利支配的乡村旅游地空间包含了消费空间、娱乐空间、公共空间和怀旧空间等，旅游凝视下的“风景”被包装成各种符号将人们包围起来，刺激人们消费，旅游者成为“表征的空间”中被支配的对象，消费空间成为其核心空间^[5]。旅游者把“风景”符号作为对象进行消费，进而促使空间中物的消费转变为空间自身的消费。旅游者对“风景”（由自然景观和人文景观显露出来的景象）的观看表现为一种文化消费行为^[6]。

4 西冯村空间生产机制

空间生产在很大程度上是空间关系的生产与再生产^[7]。空间结构是以权力为中心构建的^[8]。在西冯村的空间生产中，政府在旅游系统中各个层面发挥作用，主导着本地区的旅游发展方向。同时，资本表现为异化的、独立化了的社会权力^[9]，它也成为空间生产的主体之一。政府通过规划和资本投入在乡村形成风景的符号，提供就业机会，吸引旅游者消费，实现资本的增值进而实现政权对抽象空间的统治（图 1）。政府权力与社区权力之间、社区权力各主体内部之间在乡村空间展开博弈，导致社区权力空间和旅游利益分配非均衡发展^[10]。



旅游者通过对以文化为内核的乡村旅游目的地的循环凝视发生社会性重构,从关注浅层文化表象逐渐深化为文化认同[11]。而居民通过对旅游者、自身、文化符号以及城市等的循环凝视,不断修正其文化价值观,从而确立新的文化内核,更新其文化形态,并创造出新的文化表征。

空间实践、空间表征和表征空间通过空间中的物质的、社会的和文化的各元素相互作用与博弈形成三位一体的空间生产系统。当生产力提高而生产关系不适应新的生产力时,就会产生新的生产关系,进而生产出新的空间,因此每个生产方式都有其特定的生产空间,从一个生产方式到另一个生产方式的变化一定会产生出新的空间。

5 小结

西冯村的发展是典型的政府主导型发展模式,在各地的乡村旅游发展中具有代表性。本研究以列斐伏尔的空间生产理论为基础,对西冯村的空间生产过程和机制进行了研究,得出以下结论:①政府主导型发展模式下的乡村旅游地的空间生产是由政府权力和资本主导的,权力通过空间生产实现空间的统治和资本的增殖,权利和资本结成紧密同盟。空间生产中需要的人、权力、资本等多元力量关系需要协调发展,当力量关系失衡时,会导致空间失衡,空间生产会发生停滞。②居民和旅游者在空间生产系统处于被支配地位。居民和旅游者在空间生产中通过循环凝视对自身进行界定、反思并直接或间接地对乡村旅游符号系统进行修复和更新。③乡村旅游地的消费空间是空间生产的核心,消费空间的生产主要目的是实现资本的增殖。消费空间的内核是文化空间,旅游者对乡村旅游地的认同本质是文化的认同。消费主义与生存无意义感在当代乡村滋生,当下乡村的问题主要是文化建设问题^[12]。因此,乡村旅游地的生产要以乡村文化为核心。

总体而言,西冯村在政府主导的旅游发展模式下的空间生产目前达到一种较为平衡的状态,政府、居民和旅游者都基本满足了各自利益诉求。但在其空间生产中仍存在许多问题,譬如空间正义问题、权利粘性问题、人和消费的异化问题等,这些都是未来的旅游地空间生产研究中值得研究的问题。

参考文献

- [1] 亨利·列斐伏尔. 空间的生产[M]. 刘怀玉, 译. 北京: 商务印书馆, 2022.
- [2] 汪民安. 空间生产的政治经济学[J]. 国外理论动态, 2006(1):46-52.
- [3] 米歇尔·福柯、保罗·雷比诺. 空间、知识、权力——福柯访谈录[A]. 包亚明. 后现代型与地理学的政治[M]. 上海: 上海教育出版社, 2001.
- [4] 潘秋玲, 丁蕾. 后现代社会下的旅游新趋势[J]. 人文地理, 2007(5):24-28.
- [5] 让·鲍德里亚. 消费社会[M]. 刘成富, 全志刚, 译. 南京: 南京大学出版社, 2014. 5.
- [6] 郭文. 空间的生产与分析: 旅游空间实践和研究的新视角[J]. 旅游学刊, 2016, 31(8):29-39.
- [7] 黄爱莲. 空间正义与中越跨境旅游合作[J]. 旅游学刊, 2017, 32(4):5-6.
- [8] BAMEY W F. Review of the production of space[J]. Journal of regional science, 1993, 33(1):111-112.
- [9] 马克思. 资本论[M]. 第3卷, 北京: 人民出版社, 2004. 293-294.
- [10] 景秀艳. 权力关系、社区空间与乡村旅游利益获取——基于福建省泰宁县五个乡村社区的实证研究[J]. 旅游科学, 2012, 26(5):20-29.
- [11] 孙九霞. 旅游循环凝视与乡村文化修复[J]. 旅游学刊, 2019, 34(6):1-4.
- [12] 贺雪峰. 乡村建设的重点是文化建设[J]. 广西大学学报(哲学社会科学版), 2017, 39(4):87-95.