

乡村旅游纪念品的可持续发展原则与思路

彭琬琰

(广州美术学院, 广东 广州 510260)

摘要: 从乡土社会到旅游目的地的转变中合理开发乡村旅游纪念品, 在开发过程中应遵循可持续发展的原则, 保有乡土性、地域性与多元性, 以获得环保品牌的增值空间和多层次的旅游体验, 从而避免同质产品恶性竞争的局面; 在乡土工艺的基础上应考虑旅游纪念品商业化、跨域流通以及旅游服务等特性, 使得乡土工艺等乡土要素在保护承袭的同时, 通过旅游纪念品的开发获得生存和盈利的空间。

关键词: 乡村旅游; 旅游纪念品; 可持续性; 乡土性

中图分类号: F590.8

文献标识码: A

文章编号: 1674-117X(2011)03-0015-05

The Principle and Thought of Sustainable Development for Rural Tourism Souvenir

PENG Wanyan

(Guangzhou Academic of Fine Art, Guangzhou, 510260, China)

Abstract: The rural tourism souvenirs have reasonable development in the transformation from rural society to tourist destination. On the one hand, we should comply with the sustainable principles during the development process like keeping its rurality, regionality and plurality, in order to get value-added space of the eco-brand and multi-level tourism experience, as well as avoid vicious competition from homogeneous product. On the other hand, we should consider commercialization, cross-domain circulation and tourism service of tourism souvenir based on folk craft. Though this way, it could protect and inherit the rural element like folk craft and also get a survivable and profitable space for the tourism souvenir.

Key words: rural tourism; tourism souvenir; sustainability; rurality

在都市人逃避城市高压趋向田园的怀旧情节、旅游消费的多元化追求以及自驾车配套条件提升诸多推动力的共同作用下, 近十年来, 乡村旅游在规模上得到了较大的扩张。然而, 相对于成熟的大众旅游, 我国乡村旅游的发展尚处于初级阶段, 相关的乡村旅游纪念品开发更没有得到相应的重视。在乡村旅游纪念品的开发中, 如何将乡土传统的民俗工艺转化为对乡村旅游者具有消费吸引力, 并同时在文化上保有地域性与乡村性的旅游纪念品, 是我们应该重视的一个课题。

一 乡村旅游纪念品的可持续性开发原则

乡村旅游中对乡村与乡村性的定位偏重于非

都市的原生态乡土文明, 保有相对原生态的乡土生活的地域更能满足乡村旅游者逃避都市压力及满足怀旧情节的旅游消费需求。因此无论是何种的旅游开发主体, 乡土原生性与生态可持续性都是乡村旅游资源保值的核心要素。也只有在可持续乡村旅游开发的整体思路与乡土原生态保护意识的大背景下, 乡村旅游纪念品的可持续性开发才具有更大的可操作性以及进一步发展的可能。

1. 生态可持续性原则。生态的可持续性, 在乡村旅游的开发中是一项重要的可持续指标, 但在乡村旅游纪念品的开发中却常常被忽视。旅游开发所带来的更为便捷的交通和物流系统, 让其他地域的材料大批量进入乡村地区, 传统的受限于本地材

收稿日期: 2011-02-13

作者简介: 彭琬琰(1985-), 女, 湖南长沙人, 广州美术学院工业设计专业2008级研究生, 主要从事产品设计研究。

料的乡土工艺特征被消减,很多工艺制作传统材料被取代。当本地的材料不再成为必须,材料更迭可能引发当地作为工艺必须的作物资源的替换,从而间接影响到本地植被和生物圈。另一方面,很多乡村旅游工艺品为追求效率与成本,大量使用化工用剂,以替代传统的天然提取剂或工艺结构。如化工染料染成的蓝印花布和漂白防腐剂处理过的草编工艺品就充斥乡村旅游消费市场,而化学黏合剂的普遍使用让传统工艺中大量的契合结构在旅游工艺品上荡然无存。

这些在旅游纪念品制作中所使用的现代化工制剂构成了对乡村的生态环境和居民身体健康的极大隐患。而我国乡村对于个体或家族的工艺制作者的环保教育和管理机制基本欠缺;制作乡村旅游纪念品的化工废弃物被直接丢弃和排放到田间地头的空气、地表水及土壤中,有的甚至渗透到地下饮用水源,对乡土生命圈造成难以弥补的直接伤害,并通过食物链被人体吸收而造成间接伤害。

传统乡土工艺在长久的乡土生活中秉承着地域性的取材模式并保持着与自然相协调的制作模式和开发哲学。乡村旅游纪念品的开发基础——原生的乡土工艺就是生态可持续的。然而,我们不能认为仅仅靠保护乡土的传统手工制作方式,并在乡村旅游纪念品开发中使用传统的工艺模式和制作哲学便能达到环保要求,因为乡土工艺作为乡土生活不可分的元素,不可能脱离乡土社会的变迁而独立存在。在乡村旅游纪念品开发过程中的生态可持续应该注重于乡村旅游开发的环境统筹和管理。旅游开发者一方面应对乡村工艺制作者进行必要的培训,使他们了解生态可持续与旅游收益可持续发展的关联性;另一方面应该将旅游生态环境认证的机制带入旅游纪念品开发制作流程中,从而使乡村旅游纪念品工艺贴上乡村生态品牌的标签。这样既有利于乡村旅游纪念品开发和制作过程中的生态环境管理,也使通过认证而标有生态品牌标签的旅游工艺品具有更高的环境理念附加值和增值空间,以改变大众旅游纪念品那种通过盲目提高效率降低成本的盈利模式。

2. 文化可持续性原则。随着旅游产业的发展和现代市场的逼近,乡土文化与乡土工艺的文化要素受到了极大的冲击,“外来文化打破了以地域为主题的小型社会的自我认同,相对清晰的地域文化边界迅速消解,作为乡村地域文化表征的乡土手工艺开始迅速进入跨地域、甚至是跨国界的旅游消费者

市场中。”^[1]基于乡土生活并传承了文化传统的乡土工艺的“套路”,在现代性的市场冲击下逐步被打破,异文化因子的造型、图形、影像涌入乡村并在一定程度上影响着乡土工艺品。如我国北方的乡村旅游地常常不乏傣族少女和藏族牛头等造型的工艺品。这些被泛化的符号与乡土的生活意义已经相去甚远。乡土工艺人所拥有的因历史传承与生存背景所给予的“地方性知识”,使他们具有“通过其次序中所处的环节而获得自己的身份感和归属感”,^[2]决定着工艺本身区别于其他地域、民族和国家的文化特征和个性特征。这种特征如果在开发中无以体现或表现模糊,乡村旅游工艺品便不再具有地方性,而在全球化现代化的大背景下迷失其乡土性而向大众市场趋同。

在乡村旅游纪念品的开发中,除了在旅游纪念品的开发中保护乡土工艺的乡土性,保护工匠人的手工创作模式也是维护乡土工艺文化可持续的重要前提。受现代工业生产和符号性旅游纪念品开发观念的影响,各地在景区特色手工艺行业引入机械化的大批量生产。而大批量生产纪念品无论在生产效率还是成本控制上,均较传统的乡土工艺制作具有绝对优势,从而在价格上吸引旅游者消费,严重冲击到本已式微的乡土手工艺。手工是乡土工艺的特质。虽然是具有一定“套路”的乡土工艺制作,制作者个体情趣和审美的差异也能在一定程度上对地方性知识的解读起着举足轻重的作用。一代代乡土工艺制作者在传承中创新,同一工艺、同一地域不同的制作人也会有不同的创作,乡土工艺的非凝固的活性与多元性便在手工制作中得以体现。也只有来自手工而非大机械生产的乡土旅游纪念品,才能承袭乡土工艺的特质,也因其每件工艺品上的“唯一性”而得到消费者在后现代和高情感消费追求方面的青睐。

3. 经济可持续性原则。乡村工艺人并非全无创新开发意识,而是常常缺乏市场有效引导,众多乡村旅游工艺制作者按照最简单的比照法,看到热销的纪念品便一哄而上进行复制仿造,从而造成具有特色卖点的纪念品迅速泛滥的局面。同质商品竞争的结果往往是迅速降价,劣质产品很快取代优质产品的品质优势,因为只要便宜就好卖。^[3]于是价位越压越低,制作品质越来越差,“卖点”最终蜕变为“滞销点”。在缺乏有效引导和相应知识保护机制的乡村市场,这种恶性循环对手艺人的创新热情无疑是一大挑战。

与传统乡土工艺依靠“在地”不同,乡村旅游纪念品的生存有赖于乡村旅游者的消费,与乡村旅游开发是否得以在经济上可持续发展息息相关。把握市场具有地域特色的乡村旅游纪念品与乡村旅游互动,在乡村旅游的开发系统上需要将开发地的工艺资源进行梳理与市场细分,类似的目的地呈现出乡土性的多样工艺,从而使得乡村旅游在开发上更加具有体验层次,让旅游纪念品的经济可持续为乡村旅游资源开发的升值服务。

4. 社区可持续性原则

乡村旅游使得乡土工艺成为一种旅游资本而具有了开发盈利的空间,乡村旅游纪念品的开发为乡土工艺开辟了另一条生存渠道。这无疑使以个体家庭为单位的乡土手工生产得到继承与发展。但如何将城市回流的年轻人有效地留在乡村,不光是承袭乡土的工艺传统,同时使他们具有旅游的服务意识和从乡土工艺出发开发旅游纪念品的商业意识,这显得更重要。传统的乡土匠人没有旅游开发意识的训练;外来开发者对乡土工艺以及乡村纪念品的开发要素缺乏深入了解。乡村旅游纪念品的特殊性决定了其沿袭传统到合理开发的过程需要社区与旅游开发者的共同参与。乡村社区参与性越高,乡村旅游开发的可持续性以及乡村旅游纪念品的可持续性开发都将得到更好的效果与反馈。“社区参与旅游发展既是促进农村可持续发展的手段,又是发展的目标本身”。^[4] 乡土工艺或乡村旅游商品的制作者作为乡村可持续旅游开发整体中的一部分,在旅游项目与纪念品开发上更多应是对等的合作者而非从属者,开发者也只有尊重工艺者个体创作才能在商业引导的同时保有乡土社区工艺的多元化。而这种多元化开发不仅仅具有文化资源上的意义,对缓和社区中手工艺者间的恶性竞争亦有一定帮助,对旅游以外的社区生活也能产生持续影响。

二 乡村旅游纪念品的可持续发展思路

(一) 乡土要素的商业挖掘与旅游推广相结合

乡村旅游工艺品的开发广义上依托其形成的乡土背景,以及乡土背景内的一切相关要素。落实到具体开发上主要依托的是乡土情景下的自然要素及人文要素,包括乡土间的原材料、乡土工艺以及当地的神话传说、历史名人及事件、文化习俗等等。这些依托物具有“在地”的乡土文化特质,是产品开发中地域特征形成的核心要素。乡土旅游纪

念品可以说是在乡土手工工艺的制作背景下,以突出乡土要素为主要目的,集聚了一些相关的自然要素及人文要素的象征物。

乡村旅游工艺品开发作为乡村旅游开发的一环属于一种乡村资源商业化的过程,针对乡村旅游者对乡村文化的不同解读和来自自身背景的多元文化需求。乡村旅游工艺开发依托乡土要素,通过挖掘、强调和整合等手法诞生出不同于传统乡土工艺的新产品;但前提是开发依托的核心要素应保证其乡土性和地域性,以确保其象征意义上地域识别的市场竞争力。在利用乡土的自然与人文要素进行开发时,根据选材的不同,开发思路可以有一定的侧重方向:主要依靠人文要素的开发往往需要一定的符号提炼和文化功能的转化。如秘鲁的 Taquile 岛上的村民提炼出传统民俗历的图案和符号,与民间传统织物结合,开发出针对旅游者的民俗历装饰编织挂件。^[5] 主要依托自然要素的开发则更多的将自然材料的特性转化为实用或装饰功能。如武当山地区旅游工艺开发者与村民合作将武当练功鞋的消费需求与当地所产的山棕丝、丝瓜络等自然纤维材料相结合,开发出符合吸汗抗菌等练功需求的武当练功鞋。^{[6]217} 这种在传统旅游人文资源上整合乡土自然资源的开发,不光满足当地游人的需求而广开销路,也因其自身不同于大工业胶鞋特有的环保性而获得大量国外订单。

不论依托的主要是人文要素还是自然要素,在乡村旅游纪念品的开发过程中很难将两者完全独立进行考量。乡土生活更多的依赖并服从于自然的节律,人文要素如 Taquile 岛上的村民的农业历等往往取材于自然的所得;而自然要素得以作为旅游纪念品并呈现其地域乡土性,又离不开乡土的人文特质和文化工具,武当山取材自然材料开发练功鞋有赖于武当武术这一极具地域人文特色的消费需求。对于人文和自然无法分割的乡土社会,乡村旅游纪念品也只有将两方面有机结合,其地域性与乡土性才能得以最大程度地发挥。

(二) 与乡村旅游体验服务相结合

乡村旅游纪念品的开发不光能够凭工艺品出售获得更多的收益,与乡村旅游体验的层次化和多元化亦有相互提升的关联。作为乡土生活情景密不可分的一部分,乡土工艺的制作和使用的保护与乡村旅游资源的增值也可构成可持续的良性互动。

很多民俗村将民间工艺作表演性展示的开发,或将传统工艺与工艺制作工具搜罗进民俗博物馆

作为一种民俗旅游吸引物。受此影响,乡村旅游开发也逐步引入将传统乡土工艺表演化、展览化的概念,并在展览之后兜售所展现的工艺旅游纪念品。但乡村旅游开发中无论表演性还是博物性的展览只是片断性的向旅游者展现乡土“地方性知识”,其抽象化、舞台化、程式化的表演无法替代真实乡土工艺创作情景上的多元与立体。具有更强开放意识和学习意识的乡村旅游者近年日益增多,并形成一种新的旅游潮流。这种从乡土生存背景中被抽离出来的乡土工艺呈现方式已经无法满足当下乡村旅游者参与体验的需求。

随着乡土工艺被日益重视,以及民众对民间工艺等非物质文化遗产保护意识的觉醒,更强的教育功能近年来在生态旅游、乡村旅游等替代性旅游开发过程中被凸显。教育旅游的服务概念也可引入乡土旅游工艺的相关开发中。旅游者不再仅仅停留于表演性观光体验,而是作为主体,由乡土手艺人指导,参与到从乡土工艺的材料选择和加工,到工艺品制作和使用的全过程中。通过这种参与体验,达到学习认识乡土工艺以及农耕文化的旅游目的。这种方式在欧洲很多夏令营的民间工艺作坊中已经初见成效。学生(旅游者)的相关观念同时也能反馈到乡村旅游工艺的创作过程中,成为乡村旅游工艺创新的重要源泉,乡村旅游工艺在这类教育活动中获得经济效益与创新观念的双重收获。由此可见,乡土旅游工艺不仅仅能提供最终的工艺产品,同时也能提供一种教育观摩的体验式旅游服务。将教育功能附着在旅游工艺的制作过程中,不仅使服务过程具有创造价值的空间,而且将文化价值注入旅游品牌,进而促进旅游工艺的可持续发展。

(三)满足从“在地”到“异域”的跨域游客需求

旅游是一种跨域体验过程,乡村旅游工艺在“在地”到“异域”的空间转换过程中应该满足游客的多元需求,并形成新的开发思路。这种跨域游客的多元需求有如下几种:

1.“在地”需求。旅游纪念品的消费需要考虑旅游体验的需求。虽然旅游纪念品并不像其他功能性旅游商品那样注重实用的需求,而是更多地满足游客的文化或审美的需求。但乡村旅游者从都市来到乡村,为适应该地气候、地理等条件或其他在地游览需要而购置的具有功能性的本地工艺或日常实用品,则同时包含实用功能与乡土文化体验的双重意义。很多乡村旅游纪念品最开始便是本地人的日常用品,如斗笠、蒲扇等。由于其在旅游

过程中也能满足游客在目的地遮阳和散热等功能性需求,同时具有浓郁的乡土气息,游客在使用过程中形成了一种对乡土文化的参与体验。这种体验情感依附于工艺品本身,使其在离开旅游目的地后具有对乡土生活的回溯提示以及乡土工艺文化的符号性。

乡村旅游消费者结构的特殊性也为挖掘乡村旅游纪念品的实用性提出了有别于大众旅游消费市场的另一种开发思路。不同于大众旅游的组团游,乡村旅游以个体或自发结团等自助游为主;而旅行方式也呈现了从自驾汽车、单车出行到背包徒步的不同层次。相对于大众旅游,自助游在出行方面更有赖于与乡村目的地的沟通与互动;在食宿等安排上与乡土生活有更近接触的可能;也更具有在体验乡土生活的同时利用乡土工艺和乡土实用工具满足“在地”生活的意愿。为满足自助游者在出行上的多层次需求,在乡村提供小规模个性化的旅游服务,在乡土旅游设施的配套服务如食宿交通中更多的使用乡土工艺和乡土工具,可以为旅游者增加体验情趣的同时,为旅游者更多了解乡土工艺和进行乡土审美提供了机会。

2.“在地”到“异域”的空间转变需求。在旅游工艺品消费行为后,从旅游目的地到旅游者所居客源地的空间转化过程是传统乡土工艺所少有的,这也极大的影响了旅游工艺品的开发。旅游工艺品一般都要具备小型、轻型、便携等外在特征。这既有从运输便利方面考虑的因素,更有在空间转变后,将实用工具转变为装饰符号考虑的因素。近年出现的湘西迷你杆秤和咸丰县花背篓的旅游工艺推广案例,都是把原有的乡土使用工具根据旅游产品的便携特征缩小了尺寸。并且缩小版的乡土工具在保留原型结构特征的同时增加了精细工艺特征,在保留乡土性的同时也提升了工艺品附加值。

为方便携带而设计的旅游纪念品的包装也是传统乡土工艺极少有的。有别于大众旅游纪念品,乡土旅游纪念品的包装材料应服从乡土工艺的一贯原则,就地取材,就地加工。考虑到成本与体量,植物的叶子及表皮是极好的包装材料。天然材料作为包装在我国乡土民俗中早有传统,如蔑编的安化黑茶包装,竹衣包装的福建茶叶等。但作为旅游工艺品的外包装极少使用。这些天然乡土材料的包装将既具有地域文化的内涵,又与具有地域象征性的造型、工艺、材料结合在一起,付诸于视觉形象,可以快速地刺激消费者的审美认同感和消费动

机;同时更能满足游客从“在地”到“异域”的空间转换需求。

3. 异域需求。“异域”功能需求的转变:从“在地”到“异域”,除了空间的转变,往往也是社会生活的转变。乡村旅游工艺品由乡村旅游者消费带入城市生活空间,其工艺品除了由过去乡土的实用性转变为装饰性或符号性,还在城市空间中创造另一种适应现代城市生活的实用功能。这也变为一种开发的可能途径。特别是在家居需求呈现高情感化的今天,乡土工艺的异域特征、手工内涵以及可循环的生命周期,都具有当下都市人在工业品的包围下所青睐并追逐的潮流特质。对都市压力的躲避情结不只表现在乡村旅游,同时也表现在都市人对居住空间田园情调的营造上。乡村旅游工艺品在这种空间中就有了除装饰性以外的实用价值;只是这种实用性的背景由乡土社会场景进入了现代都市场景,并与之发生碰撞。与经过现代工业处理的自然材料工艺不同,乡土旅游工艺由于其限于乡土的取材、制作和个体规模,有其一定局限性,亦无严格的加工标准保证,很大程度上不一定具有针对电器等现代场景的适用性;但对于都市人的衣食住行等基本需求却可能有着别于现代都市性的另一种乡土智慧解决方式。

“异域”文化意义的转变:地域空间的变化常常带来人文空间的变化。在不同的文化语境中,同一事物可能产生不同的文化解读。这种通过旅行者作为中介,连接乡村旅游客源地和目的地两个文化空间的交流,常常能够引发旅游工艺品文化意义的转变。山东聂家村的泥老虎手艺,本是农闲时村民为小孩制作的泥塑玩具,却被台湾游客挖掘其镇宅虎的文化意义,并迎合东南亚对中国民俗的兴趣和购买镇宅虎的消费习惯转销到东南亚地区。于是,山东泥老虎跨越地域完成了文化意义的转变。聂家村的泥老虎也改名为“镇宅虎”,并因这种异域文化价值的附着提升了工艺品的盈利空间。^{[6]135}这类跨地域文化的开发有赖于游客的联想和客源地的文化接受程度。两种文化固然通过工艺品这一载体得到沟通与碰撞,但是这种碰撞是否会对旅游目的

地和客源地两地的文化原生性产生影响并引发一系列的文化变迁,这是在跨地域文化开发的同时要慎重考虑的。

虽然当下乡村旅游开发已经开始注重旅游中更加深刻和立体的参与性体验,但作为都市游客从生活习惯到审美情趣与真正的乡土社会还是有着隔阂与距离。体验乡土生活只是他们躲避都市压力满足田园情结的暂时休憩方式。完全融入乡土社会,并接受乡土生活方式在短期的旅游中是很难实现的。旅游者的生活与审美情趣因现代大工业社会的训练,大多已经根深蒂固,他们成长的环境为大工业生产的产品所包围,生存为大众消费所服务,因而常常会无意识地将现代都市的功能要求带入乡土生活,并以工业产品所训练的工业美学判断乡土工艺。因此,如何在承袭乡土工艺特征和地域特色的同时,在配套设施中满足游客的都市性需求;如何让乡村旅游工艺在从“在地”的旅游体验到“异域”的使用体验中,达到游客需求和地域乡土性的平衡,是旅游工艺所要研究的重要思路。

参考文献:

- [1] 李炎.再显与重构——传统民族民间工艺的当下性[M].昆明:云南大学出版社,2009:102.
- [2] 吴玉军.走出自我认同困境[N].中国教育报,2005-11-1(4).
- [3] 许平.试论旅游工艺品开发的文化经济特征[J].南京:南京艺术学院学报(美术及设计版),2001(1):58-60.
- [4] 周玲强,黄祖辉.我国乡村旅游可持续发展问题与对策研究[J].经济地理,2004(4):572-576.
- [5] Elayne Zorn. *Weaving a Future: Tourism, Cloth, and Culture on an Andean Island* [M]. University of Iowa Press, 2004:97-104.
- [6] CCTV《致富经》栏目.专家指点乡土工艺制品[M].上海:科学技术文献出版社,2007.

责任编辑:骆晓会