

农家乐发展下地方审美文化变迁程度的实证分析

王祖良¹, 陆诤岚², 王小英²

(1. 浙江天目山国家级自然保护区 管理局, 浙江 临安 311311; 2. 浙江工商大学 旅游与城市管理学院, 浙江 杭州 310018)

摘要: 农家乐的发展给中国许多乡村带来了经济收益, 但是, 在发展的过程中, 农家乐本应呈现的乡村文化逐渐发生变化, 这对农家乐的持续发展是不利的。选择乡村地方审美文化的变迁程度作为研究对象, 试图揭示地方文化是如何发生变化以及这种变化如何衡量。采用实证分析的方法, 以浙江省临安市西天目乡的 11 个乡村的农家乐为调查对象, 通过建立衡量地方审美文化“乡村性”测评指标体系进行了相应的分析。分析表明: 当前, 西天目农家乐的发展对地方审美文化影响有利有弊, 当地审美文化乡村性力量和城市性力量处于相互博弈状态, 城市性力量略占据上风。在未来, 农家乐经营主体的年龄结构会主导审美文化的变迁方向。表 7 参 17

关键词: 农家乐; 乡村性; 文化变迁; 审美文化; 天目山

中图分类号: S7-98; F224

文献标志码: A

文章编号: 2095-0756(2014)06-0974-09

Empirical analysis of degree of local aesthetic cultural changes under development of agritainment

WANG Zuliang¹, LU Zhenglan², WANG Xiaoying²

(1. Management Office, National Nature Reserve of Mount Tianmu, Lin'an 311311, Zhejiang, China; 2. School of Tourism and City Administration, Zhejiang Gongshang University, Hangzhou 310018, Zhejiang, China)

Abstract: The development of agritainment has brought economic benefits to many villages in China. However, the rural culture which is supposed to be presented in the process of agritainment development has undergone some changes, which is not good for the sustainable development of agritainment. The paper studied the change degree of local rural aesthetic culture to explore how the changes have happened and should be measured. The research took all the agritainments in 11 villages of Xitianmu township, Lin'an City, Zhejiang Province as examples, established a set of rurality measurement index system to analyze local aesthetic culture. The research indicated that the development of agritainment in Xitianmu had both positive and negative impact on its local culture. In local culture, the tendency of rurality and the tendency of urbanity were in a state of game with the latter being slightly more obvious. In the future, the agritainments owners' age cohorts will lead the direction of changes in aesthetic culture. [Ch, 7 tab. 17 ref.]

Key words: agritainment; rurality; cultural change; aesthetic culture; Mount Tianmu

农家乐的快速发展给当地居民带来了较好的经济效益, 成为改变中国乡村农民生存状态的重要途径。农家乐的发展也极大地改变着当地的社会文化, 尤其是审美文化。审美文化是人类审美活动的物化产品、观念体系和行为方式的总和^[1]。审美文化的变化会对乡村文化内涵产生重大影响^[2]。农家乐旅游开发打破了当地乡村封闭、单一的社会文化环境, 促进当地社区的文明进步。另一方面, 旅游开发加快当地乡村的城市化进程以及消费文化的流行, 使得当地原有的传统文化丧失和变异, 取而代之的是更加多样的文化艺术现象。因此, 客观判断农家乐发展下地方审美文化的变迁程度, 将有助于农家乐旅游的

收稿日期: 2014-03-20; 修回日期: 2014-06-27

作者简介: 王祖良, 高级工程师, 从事自然保护区管理研究。E-mail: wzuliang@sina.com

相关利益者做出科学决策,从而有助于实现乡村旅游的可持续发展。本研究尝试从“乡村性”入手,建立地方审美文化评价体系,并选取案例进行实证分析。

1 旅游社会影响研究的主要观点

1.1 以定量方法为主的传统研究视角

旅游开发对当地社区社会文化影响的研究具有实质性和持续性特点,虽然已取得较大进步,但仍有许多尚未解决的深层次问题。国外有关旅游社会文化影响的最新研究大部分都采用定量研究方法,并专注于某一个特定影响研究,如博彩。也有些研究专门针对某一个方法的应用,如结构方程建模(SEM)的用途。虽然这方面的研究内容十分丰富,但是部分研究中所涉及到的定义还存在很大争议,如I-Yin等^[3]关于旅游影响、居民态度和行为意图三者关系的研究。同时,关于旅游社会文化影响的研究还需考虑测量哪些因素。在许多案例研究中,研究者大多都会考虑旅游对当地居民生活质量的影响,无论是个人生活质量的影响还是社区整体生活质量的影响^[4]。在这些研究中,关于文化影响的共性问题被重点关注。

1.2 批判性的研究视角

Deery等^[5]提供了一个批判性的旅游社会影响研究视角:认为以前在社会影响力研究方面过度依赖定量研究方法已经导致了对周围社会影响问题的狭隘理解,我们需要开始重新思考旅游研究的社会影响。他们认为,鉴于许多旅游目的地居民是旅游“产品”的一个基本组成部分,居民的态度和行为对旅游目的地发展成功与否有相当大的影响。居民自身对地方文化的改变也有会形成一定防御机制。因此,旅游开发对当地社区文化的影响机制十分复杂。

以上研究,给了我们一个启示:旅游影响的社会文化研究存在许多难点以及创新点,过度依赖定量分析或是固定的理论,容易造成思维僵化,掉入伪命题陷阱中。

1.3 旅游社会文化影响结构

旅游开发对社会文化影响的研究经常会用到一种特定的结构。第1种结构类型包含居民对当地旅游社会文化影响感知的变量,如离旅游活动地的距离^[6]。这类变量在社会文化影响研究中被作为干扰变量。第2种结构类型包含对居民或是社区本身的影响变量,如过度拥挤、乡村特征等^[7]。简单来说,本研究称这2种结构为:①影响居民对社会文化影响感知的干扰性变量;②在以往研究中的具体社会影响变量。干扰性变量对于测量旅游开发对当地社会文化影响十分重要。它又可分为2种:一种是影响居民对旅游业看法的外部变量,重点落实在居民的个人信息上,比如性别、年龄、职业、离旅游地的距离、与游客交流程度和收入与旅游活动的相关度等;另外一种是影响居民对旅游业看法的观念变量。对于观念变量,Easterling^[8]从过去其他研究者发表的相关文献中,进行整理、归纳,提出社区亲密度和社会、政治、环境观两大类。具体的社会影响变量,Deery在其一篇文献中,进行了系统的整理,涵盖了从2000年到2010年相关文献中的变量名。他认为,经过系统化地整理变量后,接下来的重点应该放在探索新的方式来处理旅游对社会文化影响。

通过对旅游社会文化影响结构文献的梳理,我们对于社会文化影响研究中涉及到的变量有了更多了解。同时,也促使我们在思考,如何进行社会文化影响研究的创新。最关键的一点是,这些文献对于本研究接下来的地方审美文化乡村性测评指标的选取将提供巨大的帮助作用。

2 地方审美文化评价因子选取的理论分析

2.1 对“乡村性”的理解

乡村之所以能吸引城市居民,最主要的原因在于乡村地区拥有明显的“乡村性”,即乡村地区独有的田园风光、民风民俗、生活形态等,这些是城市所不具备的特点。国内外学者大多对“乡村性”是乡村旅游的本质特征这一观点表示赞同,但是对“乡村性”的理解,因为不同的学科背景,存在不同的看法。Brohman^[9]认为,保持乡村性的关键是小规模经营、本地人所有、社区参与、文化和环境的可持续。刘德谦^[10]指出:乡村旅游的核心内容是乡村的风土人情,它包括风土、风物、风俗、风景4个方面。冯淑华等^[11]两位学者在总结国内外学者观点的基础上,将“乡村性”的内涵归纳为以下几个方面:①地域条件;②旅游资源特性;③社区参与;④旅游产业本地化;④可持续发展。同时,这2位学者还建立了

乡村性测评指标体系和乡村性特许金融分析师(CFA)测评模型。但是不足的是,模型的检验尚未考虑游客的认知情况。

2.2 地方审美文化的基本原则

地方审美文化评价指标的选取除了把握“乡村性”这一核心外,还应兼顾到审美文化的基本原则。庄志民^[12]和王柯平^[13]从生态审美、艺术审美、社会审美、消费审美等4个方面思考如何选取指标。它能涵盖美学中各种主体关系,人与自然、人与社会、人与人。同时,本研究把握“日常生活审美化”“诗意栖居”“和谐”审美、“休闲”审美^[14]等原则,力图从多个理论维度来表现“农家乐”的审美内涵。

3 地方审美文化“乡村性”测评指标体系构建

通过上述的理论分析,本研究将生态环境、居住环境、日常生活习惯、归属感、社区参与、旅游产业本地化作为地方审美文化乡村性测评体系的6大因素。这6大因素不仅包含了“乡村性”的内涵,还反映了审美文化的基本原则和旅游社会影响的居民感知。地方审美文化乡村性测评指标体系包括上述6大因素和20个可观测因子,然后依据这些观测因子设计问卷问题,通过抽样调查获得分析数据,构成由目标层、一级指标、二级指标和展开层4个层次组成的指标体系(表1)。

表1 地方审美文化“乡村性”测评指标体系

Table 1 System of rurality measurement index on local aesthetic culture

目标层	一级指标	二级指标	展开层
地方审美文化的乡村性(ξ ₁)	生态环境(η ₁)	水体质量(y ₁)	展开层 为抽 样调 查问 卷上 的问 题
		空气质量(y ₂)	
		地貌形态(y ₃)	
		建筑物的地方性(y ₄)	
		乡村特色的道路(y ₅)	
		安静的居住环境(y ₆)	
	居住环境(η ₂)	干净的居住环境(y ₇)	
		友好的社区氛围(y ₈)	
		农事活动(y ₉)	
		民俗节庆活动(y ₁₀)	
	日常生活习惯(η ₃)	拉家常的习惯(y ₁₁)	
		方言的保留(y ₁₂)	
		社区居民参与决策(y ₁₃)	
		社区居民自我管理(y ₁₄)	
	社区参与(η ₄)	社区居民与投资者利益共享(y ₁₅)	
		重土观念(y ₁₆)	
		身份认同(y ₁₇)	
	归属感(η ₅)	当地发展潜力(y ₁₈)	
		资源为本地人所有(y ₁₉)	
		经营本地化(y ₂₀)	
旅游产业本地化(η ₆)			

4 研究对象与问卷分析

4.1 西天目农家乐概况

本次研究选取的案例地是浙江省临安市西天目(现已与藻溪镇合并成立天目山镇,但其仍然存在独立的地域性,毗邻天目山自然保护区,产业结构以旅游服务业为主)。该地处于浙江省西北部,幅员135 km²,辖11个村(现已合并为8个村,本研究仍然采用原有的11个村的行政区划范围进行研究),160个村民小组,1 194户,人口13 538人。西天目生态环境优越,辖区内的西天目山植被覆盖率达95%以上,而且气候宜人,夏季清凉无比。西天目农家乐凭借着如此得天独厚的生态资源优势,吸引着

众多游客前来度假休闲。自天目自然村一居民于 1998 年率先经营农家乐以来, 该地目前已有 286 家农户从事农家乐经营。这些农家乐经营时间长短不一, 最长的已经 15 a 经营时间, 短的还不到 1 a。同时, 该乡的农家乐发展已形成一定接待规模, 目前总床位达 6 000 张, 接待游客超 10 万人次·a⁻¹。高、中、低档的农家乐经营格局也逐渐开始显现^[15-16]。

选择这样一个样本多样化的案例地作为研究对象, 将有利于提高我们数据采集的完整性和数据分析的可靠性。同时, 通过不同样本之间数据的比较, 将有助于我们发现新的问题, 从而对本研究提出的假设进行补充和修正。

4.2 调查与样本

本次调查主要针对地方审美文化评价指标体系中的 25 项观测因子展开形成的问题。根据调查内容, 本次调查主要在西天目管辖下的月亮桥、天目、张庄、大有、武山、九狮、西游、告岭等 8 个村庄社区以及天目石谷景区内开展。调查方式为问卷调查法以及实地观察法。调查分 2 次进行: 第 1 次为预调查, 时间为 2012 年 12 月期间; 第 2 次为正式调查, 从 2013 年 5 月 14 日至 23 日。根据研究需要, 调查对象分为 3 部分: 非从事农家乐经营的居民、农家乐经营户、农家乐度假游客。因为这三大利益相关主体对于当地审美文化变迁关系最为密切。

本次调查分时段、地点、年龄结构对农家乐经营户、当地普通居民、农家乐度假游客开展抽样调查。共发放问卷为 300 份, 其中游客问卷 100 份, 非从事农家乐经营户居民和农家乐经营户问卷共 200 份。其中有效问卷为 297 份, 有效率为 99%。

4.3 样本构成

4.3.1 西天目农家乐经营户及居民样本构成 ①各村庄样本分布。本次针对农家乐经营户和居民的调查问卷发放, 覆盖西天目辖区内的所有村庄, 各村调查样本数量分布与实际情况相符合, 其中有个别被调查者来自其他地方, 如杭州、北京、上海等地, 具体村庄样本分布如表 2 所示。大有、西游、告岭、天目等 4 个村从事农家乐经营的居民相对比较多, 因此, 抽取的样本数也比其他村庄多。抽样过程中, 仅有 5 位被调查者来自其他地方, 其余的居民都来自西天目。这 5 位调查者中, 3 位是农家乐经营者, 2 位是打工者。由此可见, 当地农家乐基本上是本地人经营, 外来人口比例较小。②调查对象的样本构成。我们对当地居民的性别、年龄、受教育程度、职业、收入等个人情况进行了调查, 具体调查信息见表 3。由表 3 中可以看出: 在性别上, 男、女比例较为平衡。在年龄结构上, 以 41~60 岁的中老年为主, 留在村里的年轻人很少。在文化程度上, 当地村民基本是初中及以下学历, 很多人都没受过教育。在职业分布上, 当地村民主要从事务农和农家乐经营, 一部分群体从事打工, 少部分人自己办厂, 也有一些退休老人。在收入方面, 主要集中在 1 000~5 499.00 元·月⁻¹, 1 000 元·月⁻¹ 以下的主要是被访学生和老人。在调查中, 我们发现, 农家乐经营户的收入水平普遍高于单纯从事农活的居民。

表 2 各村庄样本数量分布

Table 2 Number of samples distributed to villages

村庄名称	样本数量	比例/%	村庄名称	样本数量	比例/%
天目	28	14.0	九狮	18	9.0
张庄	14	7.0	西游	29	14.5
大有	37	18.5	告岭	28	14.0
武山	27	13.5	其他	5	2.5
月亮桥	14	7.0			

4.3.2 游客样本构成 此次游客问卷的发放, 主要是在西天目各个村的农家乐经营户家中和天目石谷景区内, 选取的样本具有代表性。游客的具体个人信息见表 4。由表 4 可以看出: 在性别上, 男性比例略高于女性, 自驾车游客以男性居多。在年龄结构方面, 各个年龄层的群体均有, 但以 31~40 岁、61 岁以上 2 个层次的游客为主。这样的样本分布也比较合理, 31~40 岁年龄段的群体不仅收入有保障, 最重要的是他们愿意把钱花在休闲度假上。而 61 岁以上的群体主要是来西天目农家乐度假养生的退休老人。在文化水平上, 我们可以看到, 游客的受教育程度远高于当地居民。初中及以下文化水平的比例很小, 本科学历的占据了大半。在收入方面, 样本明显呈现正态分布, 其中 2 500~3 999 元·月⁻¹、

4 000~5 499 元·月⁻¹、5 500~6 999 元·月⁻¹这3个收入层次的人数分布比较均衡。

表3 样本的基本资料

Table 3 Summary of the sample

年龄情况			学历情况			职业情况			收入情况		
年龄/岁	人数/人	比率/%	学历	人数/人	比率/%	职业	人数/人	比率/%	收入/ (元·月 ⁻¹)	人数/人	比率/%
18~23	6	3.0	初中及以下	117	58.5	农家乐经营者	125	62.5	<1 000	18	9.0
24~30	12	6.0	高中	65	32.5	务农	43	21.5	1 000~ 2 499	54	27.0
31~40	31	15.5	大专	10	5.0	个体	10	5.0	2 500~ 3 999	43	21.5
41~50	68	34.0	本科	8	4.0	打工者	11	5.5	4 000~ 5 499	49	24.5
51~60	59	29.5	硕士及以上	无	无	学生	7	3.5	>5 000	36	18.0
≥61	24	12.0				退休	4	2.0			

说明：调查游客为200人，其中男性102人(51.0%)，女性98人(49.0%)。

表4 游客的基本资料

Table 4 Summary of the tourists

年龄情况			学历情况			客源情况			收入情况		
年龄/岁	人数/人	比率/%	学历	人数/人	比率/%	客源	人数/人	比率/%	收入/ (元·月 ⁻¹)	人数/人	比率/%
18~23	8	8.2	初中及以下	7	7.2	江浙沪	82	84.5	<2 500	18	13.4
24~30	13	13.4	高中	22	22.7	港澳台	0	0	2 500~ 3 999	22	22.7
31~40	22	22.7	大专	15	15.5	全国其他地方	15	15.5	4 000~ 5 499	26	26.8
41~50	16	16.5	本科	49	50.5	外国	0	0	5 500~ 6 999	21	21.6
51~60	10	10.3	硕士及以上	4	4.1				>7 000	15	15.5
≥61	28	28.9						2.0			

说明：调查游客为97人，其中男性55人(56.7%)，女性42人(43.3%)。

5 地方审美文化乡村性测评指标体系应用

5.1 数据处理

地方审美文化评价指标体系作为测评当地审美文化乡村性力量的程度，需要进行指标量化。大多数人认为，定量分析能使研究结果更具说服性和客观性。但是本研究赞同一些学者的观点：过度依赖定量研究方法将导致对社会影响问题的狭隘理解，尤其是在探索性问题方面。因此，本研究对于指标处理上，采取定性和定量相结合的方法。对于“日常生活习惯”和“旅游产业本地化”指标，笔者采取实地观察、调查问卷的形式，直接反映真实情况，不进行指标量化。其他观测因子展开成问卷中的问题，尽量使用居民和游客容易理解的语言，设计成李克特五级量表形式，并对问卷选项进行赋值“1, 2, 3, 4, 5”，得分越高说明“乡村性”力量越强。最后根据问卷调查计算各因子的平均值。对于不能直接用李克特量表指标度量的一级潜在变量，可通过求各潜变量所对应指标的均值实现量化^[17]。

对于回收的297份问卷，本研究用SPSS 17.0软件进行数据处理。对于问卷中缺失的数据采用样本均值替代法处理，删除异常数据，用样本均值替代。然后对数据进行信度检测。经过处理后的调查数据和信度检验结果，具体见表5。表5中，各项观测变量的Alpha系数均大于0.700，说明样本具有内部一致性，数据可靠，可以进行分析。

表 5 观测变量平均值和信度检测结果

Table 5 Observed variables mean and result of reliability analysis

变量	平均值	Alpha 系数	变量	平均值	Alpha 系数
生态环境	4.38	0.946	社区参与	2.87	0.836
水体质量(y ₁)	4.21		居民参与决策(y ₁₅)	2.85	
空气质量(y ₂)	4.79		居民自主管理(y ₁₆)	2.63	
地貌形态(y ₃)	4.13		居民与投资者利益共享(y ₁₇)	3.14	
居住环境	3.45	0.720	归属感	4.27	0.771
建筑物的地方性(y ₄)	2.46		重土观念(y ₁₈)	4.50	
乡村特色的道路(y ₆)	2.57		身份认同(y ₁₉)	4.21	
安静的居住环境(y ₇)	4.48		当地发展潜力(y ₂₀)	4.10	
干净的居住环境(y ₈)	4.14				
友好的社区氛围(y ₉)	4.41				

5.2 各指标调查结果分析

5.2.1 生态环境分析 表 5 中，“生态环境”因子的平均值为 4.38。由此可见，当地居民对西天目生态环境的总体认可度非常高。这是西天目发展农家乐得天独厚的优势。“空气质量”这一项的平均分达到 4.79，说明当地各村的空气质量都非常不错。不过相比“空气质量”这一指标因子，“水体质量”和“地貌形态”这 2 项指标因子的平均值略低。各村的统计数据显示，九狮村“水体质量”这一项的平均值为 2.48，远远低于其他村的得分。而天目村和大有村“地貌形态”的平均值分别为 3.48 和 3.79，明显低于其他村。九狮村村里的一湖泊存在严重污染，湖面上飘着生活垃圾，还不时散发着臭味。据当地居民反映，他们村近年来从事农家乐经营的人越来越多，但是村里还未建立统一的污水处理设施和垃圾处理设施。有些经营户会把废水以及一些生活垃圾直接排入河流。天目村和大有村在生态环境各指标上，出现的问题是“地貌形态”得分过低。这两个村庄农家乐数量众多，经营年数相对比较长，许多农家乐沿着藻溪线分布。近年来，藻溪沿线农家乐数量不断增多，沿线许多土地被用作住房建设。目前，正在建设中的产权出租房以及酒店式农家乐等楼层数较高的建筑严重破坏了当地的自然景观。同时，当地存在“山上造田”的行为。由于耕地被越来越多地用作建筑用地或是其他投资用途，当地耕地数量减少。为了完成耕地面积指标，部分林地被开垦成耕地。

5.2.2 居住环境分析 当地“居住环境”因子的调查，是基于对游客的抽样调查展开的。表 5 显示：当地“居住环境”这一项因子的平均值为 3.45。由此可见：游客对于当地的居住环境认可度一般。进一步分析各项观测因子，可以发现，“建筑物地方性”“乡村特色的道路”这 2 项指标的平均值非常低，“安静的居住环境”“干净的居住环境”“友好的社区氛围”的平均值都比较高。“建筑物地方性”这一指标，由“建筑物的整体特色”“民居庭院风格”“住房建筑间间距”等 3 个问题组成，其中当地住房建筑物彼此间距离比较远，尤其是海拔位置更高的村庄，这符合乡村建筑物的间距特点。而游客对当地“建筑物的整体特色”和“民居庭院风格”认可度不高。许多游客认为，当地的建筑普遍缺少地方特色，居民庭院的布置也缺少审美情趣和乡野特色。当地有些农家乐经营户的房间数高达四五十间，看起来非常像经济型酒店。而一般的农家乐经营者也缺乏建筑审美意识，没有在自家房屋的建筑设计和庭院布局上花很多心思。“乡村特色的道路”这一项指标的平均值只有 2.57，这说明游客并没有觉得当地的道路具有特殊的乡村气息。一到农家乐旅游旺季时，进入西天目的旅游大巴和私家车非常多，因此当地的主干道修建得非常宽阔。道路通达性和道路乡村特色这两方面确实存在着矛盾。但是在保证道路通达性的前提下，可以在道路沿线景观设计和步行道设计上体现更多的乡村元素。游客对于“安静的居住环境”“干净的居住环境”“友好的社区氛围”等 3 项指标的认可度较高。当地安静的居住环境和居民友好、热情的态度能够满足部分游客暂时远离纷扰的都市生活，获得片刻安宁。不过也有游客反映，当地的环境还不够干净，突出问题是垃圾随意乱丢。还有长时间住在当地的度假者反映，当地有些农家乐经营户之间存在利益矛盾，关系很不友好。

5.2.3 社区参与分析 当地“社区参与”指标的平均值比较低，只有 2.87。“居民参与决策”“居民自

主管理”“居民与投资者利益共享”这3项二级指标的平均值都不高。这说明当地居民的社区参与度不高。调查统计显示,西天目各村居民参与决策的机会并不多,基本上许多事务都是由村委会直接决定。而且居民自主管理意识淡薄,很少会自发组织人员起来商讨村里事务。目前,西天目实行“村组合并”这一政策更加增加了村民自主管理的难度。这两项指标的偏低与西天目的宗族关系不强以及村规民约淡薄有关。西天目的原住居民比例非常少,大多数都是以前抗战的时候从外地迁过来的。而从“居民与投资者利益共享”这一指标统计结果来看,当地大多数村的居民与投资者利益冲突并不十分明显,但是也未达到完全利益共享的关系。而大有村和告岭村在这项指标得分上低于其他村。大有村部分土地被大华公司征用,因土地征用费等问题与大华公司产生某些利益纠纷。告岭村靠近天目石谷景区,居民与景区也存在一定矛盾。主要也是土地征用费以及景区门前环境等问题。而各村农家乐经营户普遍反映的一个问题是景区门票上涨,导致来农家乐旅游的游客数量减少。

5.2.4 归属感分析 表6中:“归属感”指标平均值为4.27,这说明当地居民还是具有较强的归属感。“重土观念”指的是居民对当地乡村这片土地的热爱程度,“身份认同”指的是居民对自身农民身份的认同程度,“当地发展潜力”指居民对当地发展潜力的认同程度。通过分析不同样本的统计数据,不难发现,职业和收入这两项因素影响着居民的归属感。具体数据见表6和表7。表6显示:相比其他职业,农家乐经营户的“归属感”均值最高,而且其二级指标各项均值也都很高。而学生群体和打工者群体对于归属感的认同度很低。学生群体的“归属感”均值低,主要是因为年轻一代喜欢去城市发展。而打工者的“归属感”均值低很大一部分原因在于收入偏低。表7显示:收入高的群体,其归属感各项指标均值高于收入低的群体。农家乐经营者的收入在当地居民中较高,抽样样本中,农家乐经营者的收入多数分布于2 500~3 999元·月⁻¹。打工者群体的平均收入在1 000~2 499元·月⁻¹,与务农群体收入差不多。但是打工者群体的平均年龄一般小于务农群体,这也是打工者群体归属感低的原因之一。其次,务农群体中包括平常从事务农,旺季的时候去农家乐帮忙的居民,他们的收入也较可观,这类群体的归属感也较高。因此,从一定程度上来说,农家乐旅游的发展提高了当地居民的归属感。

表6 不同职业样本的“归属感”分值

Table 6 “Belonging” mean in samples of different occupation

职业指标	重土观念	身份认同	当地发展潜力	归属感均值
打工者	3.27	3.18	3.18	3.21
务农	4.49	4.05	3.47	4.00
个体户	4.30	4.20	4.50	4.33
农家乐	4.66	4.41	4.46	4.51
离退休	4.75	4.25	4.25	4.41
学生	3.71	3.43	2.43	3.19

表7 不同收入样本的“归属感”分值

Table 7 “Income” mean in samples of different occupation

收入指标/(元·月 ⁻¹)	重土观念	身份认同	当地发展潜力	归属感均值
<1 000	4.28	3.94	3.11	3.77
1 000~2 499	4.50	4.06	3.80	4.12
2 500~3 999	4.40	4.07	3.95	4.14
4 000~5 499	4.58	4.40	4.58	4.52
>5 500	4.62	4.53	4.62	4.59

5.2.5 日常生活习惯分析 对于居民“日常生活习惯”的调查,本研究从“农事活动的保留”“民俗节庆活动的保留”“拉家常习惯”“方言的保留”等4个方面开展。西天目主要以林地为主,耕地资源并不多。近些年,旅游开发在一定程度上又减少了耕地面积。留在当地发展的居民,一般以中老年为主,他们大多数都仍从事农活。但主要是上山挖笋,也有部分在山上种植山核桃、茶叶等,常年在田地里干农活的人很少。大多数农家乐经营户,也会在旅游淡季的时候,干一些农活。西天目历来就不是文化气息浓重的乡村,当地并没有规模较大的传统民俗活动或是节庆活动。但是每逢传统节日,基本上每户人家都会有相应的祭祀活动或是制作一些特色食物。部分农家乐经营户表示,如果正好遇上传统节日,有游客住在自己家中,他们会邀请游客一起跟他们过节,比如端午裹粽子,清明吃清明果等。当地农家乐经营户和从事务农的居民,在拉家常习惯的保留上存在明显的差异。大多数从事务农的居民在邻里间串门频率的问题上,选择最多的是“一星期去两次或以上”的选项,其次是“一星期去一次”;而农家乐经营户反映,开农家乐后,每天忙的事情比较多,尤其是有客人入住的时候,所以串门拉家常的次数开始变少了。即使有,很多时候都是聚在一起打麻将。至于方言保留程度的调查,在被问到的人当中,只有1个人表示,已经不太使用方言交流了。其余的居民都表示,一般与当地人交流都使用方言。由此可见,农家乐旅游开发对当地方言的保留程度并没有造成多少影响,语言的改变是一个漫长的过程。

5.2.6 旅游产业本地化 对于旅游产业本地化指标,本研究从“资源为本地人所有”“经营本地化”两方面进行衡量。“资源为本地人所有”的调查,本研究主要考虑以下3种资源:耕地资源、林地资源以及宅基地。目前西天目大有村、告岭村、天目村的耕地资源有所减少,有些耕地被政府征用,部分卖给了旅游开发公司。其他耕地大多数还是属于本地人所有。当地的林地资源一部分属于国家、集体所有,一部分属于景区,剩下的归居民个人所有。居民只有对个人所有的林地资源才有使用权。近年来,当地开发旅游后,居民能够使用的林地资源有所减少。许多林地被政府划入了保护的范畴,任何人不得开采使用。留在当地的居民,大多数仍会从事农活,主要就是上山挖笋,也有部分会上山采茶、打山核桃。即使是从事农家乐经营的居民,在农家乐淡季也是会从事农活的。西天目的宅基地使用,相比其他地区,有其特殊性。联众公司与当地一些村民合作,帮助村民在其自家宅基地上建造新房,其中一层给居民使用,其他楼层使用权归公司,使用期限为30 a。联众公司再将这些房屋的使用权长期出租给买家,或者作为“农家乐”度假使用。目前,联众公司虽然在西天目山拥有浮玉山庄、九狮湖畔、西坑云海、大有桂谷等度假品牌,但是总体上,还是当地居民自己建造经营的农家乐数量多。因此,调查结果反映,西天目的资源大多数为当地人所有。“经营本地化”的调查,本研究主要从本地农家乐经营者数量所占比例和外来打工者所在比例考虑。根据抽样调查的结果显示,本地农家乐经营者人数所占比例为94%。同时,在调查中发现,在当地农家乐打工的人也以本村人为主,外来打工者所占比例很少。当地的外来者以盖房子的建筑工人为主。因此,我们可以得出结论,西天目农家乐旅游以本地化经营为主。

6 结论与讨论

从以上各指标的分析结果来看,西天目农家乐旅游开发对当地审美文化造成的影响,主要体现在以下几点:①当地生态环境总体良好,但是个别村庄出现了河水污染、破坏山地风貌的情况。当地许多农家乐经营户还未认识到这种破坏生态行为对当地农家乐发展的致命性打击。这说明当地农家乐旅游开发并没有提高当地居民对自然环境的审美能力,反而使得农家乐经营者将生态环境作为获利的资源。②目前,西天目农家乐发展并没有使当地居民失去淳朴好客的特点,当地社区氛围很友好。但是,游客一些不文明的行为对当地的生活环境产生了一些负面影响,虽然还不是很明显。当地只有部分居民会有意识去抵制游客的这种行为。这说明游客的审美文化一定程度上改变了乡村的原生态文化,只有部分居民意识到当地原生态文化的魅力。但是另一方面,农家乐发展也促使当地居民更加注重自身院落环境的卫生状况。不过,当地居民还十分欠缺建筑方面的审美意识。当地的建筑已经显现出城市化烙印。③农家乐经营户之间相互竞争、自营自收,淡漠了群体意识。农家乐旅游的开发会进一步加剧居民和其他利益相关者的利益冲突,从而可能促使当地居民提高社区参与度的意识。④农家乐旅游开发提高了农家乐经营者的收入水平,同时也让一部分闲置劳动力有机会去农家乐经营户家中帮忙赚钱。居民收入水平的提高,一定程度上增加了居民的归属感。强烈的归属感有助于当地居民发现和认同乡村文化的独特,这是农家乐旅游开发的积极意义。⑤农家乐旅游的开发,使得当地耕地资源减少,又因为从事蔬菜、粮食种植的经济收入不高,当地很少有人下田地干活,务农的主要收入来源于笋干销售。同时,因为从事农家乐经营,居民减少了串门拉家常的习惯。这会淡化传统乡村文化中浓厚的族群关系。虽然地方方言的使用率还是相当普遍,不过农家乐旅游的开发使得当地居民普通话水平有所提高。⑥目前当地农家乐市场,旅游产业本地化现象明显,旅游“飞地化”现象并未出现。但是当地农家乐发展方式的转型不能只依靠当地人,还需要依靠外来人才。因此,如何平衡好外来者和当地人的利益关系,避免旅游“飞地化”现象是西天目农家乐旅游实现可持续化发展的关键之一。从上述各影响结果可以看出:当地农家乐旅游活动对地方审美文化影响有利有弊,当地审美文化乡村性力量和城市性力量处于相互博弈状态,城市性力量略占据上风。

基于目前西天目农家乐经营者和游客的年龄构成,未来不管是经营者群体还是游客群体都会发生代际变化。伴随着经营者、消费者主体中“40后”“50后”人数的减少,“60后”“70后”甚至是“80后”群体将成为地方审美文化的主体。他们相比“40后”“50后”,学历普遍有所提高,个人见识也更丰富。对于经营者来说,他们更懂得如何营造高品质的度假环境;对于游客来说,他们愿意花更多的钱追求高品质的休闲生活。因此,可以预见的是,如果当地农家乐未来能实现可持续发展,那么当地审美

文化将朝着“审美文化乡村性”方向变迁。

参考文献:

- [1] 叶朗. 现代美学体系[M]. 北京: 北京大学出版社, 1988: 258.
- [2] 克洛德·阿莱格尔. 城市生态, 乡村生态[M]. 陆亚东, 译. 北京: 商务印书馆, 2003: 122 - 128.
- [3] I-YIN Y, DEBORAH K. Residents' view of expected tourism impact, attitude, and behavioral intention [J]. *Tour Anal*, 2008, **13**(5/6): 545 - 564.
- [4] SHARMA B, DYER P, CARTER J, *et al.* Exploring residents' perceptions of the social impacts of tourism on the Sunshine Coast, Australia [J]. *Int J Hosp Tour Admin*, 2008, **9**(3): 288 - 311.
- [5] DEERY M, JAGO L, FREDLINE L. Rethinking social impacts of tourism research: a new research agenda [J]. *Tour Manage*, 2012, **33**(1): 64 - 73.
- [6] JAGO L, FREDLINE L, DEERY M. Tourism in small communities: risk and benefits [J]. *Tour Review Int*, 2006, **10**(1/2): 91 - 101.
- [7] PARK M, STOKOWSKI P A. Social disruption theory and crime in rural communities: comparisons across three levels of tourism growth [J]. *Tour Manage*, 2009, **30**(6): 905 - 915.
- [8] EASTERLING D S. The residents' perspective in tourism research: a review and synthesis [J]. *J Trav & Tour Mark*, 2004, **17**(4): 45 - 62.
- [9] BROHMAN J. New direction in tourism for third world development [J]. *Annals Tour Res*, 1996, **23**(1): 48 - 70.
- [10] 刘德谦. 关于乡村旅游、农业旅游与民俗旅游的几点辨析[J]. 旅游学刊, 2006, **21**(3): 12 - 19.
LIU Deqian. Several discriminations in rural tourism, agriculture tourism and folklore tourism [J]. *Tour Tribune*, 2006, **21**(3): 12 - 19.
- [11] 冯淑华, 沙润. 乡村旅游的乡村性测评模型: 以江西婺源为例[J]. 地理研究, 2007, **26**(3): 616 - 618.
FENG Shuhua, SHA Run. Evaluation model of countryside tourism's rural feature: a case study of Wuyuan in Jiangxi Province [J]. *Geograph Res*, 2007, **26**(3): 616 - 618.
- [12] 庄志明. 旅游美学新编[M]. 上海: 上海人民出版社, 2011: 215.
- [13] 王柯平. 旅游美学导论[M]. 北京: 旅游教育出版社, 2011: 121 - 126.
- [14] 杨果. “农家乐”的文化与审美研究[D]. 成都: 四川师范大学, 2009.
YANG Guo. *A Culture and Aesthetic Study of "Farm-holidays"* [D]. Chengdu: Sichuan Normal University, 2009.
- [15] 王祖良, 常艳新, 陆森宏, 等. 基于社区参与的景区依托型农家乐发展研究[J]. 浙江农林大学学报, 2011, **28**(1): 127 - 131.
WANG Zuliang, CHANG Yanxin, LU Senhong, *et al.* Research on development of scenic-spot-based agritainment with community participation [J]. *J Zhejiang A & F Univ*, 2011, **28**(1): 127 - 131.
- [16] 王祖良, 常艳新, 童娇娇. 临安天目村农家乐发展现状的调查与思考[J]. 新农村, 2010(10): 15 - 16.
WANG Zuliang, CHANG Yanxin, TONG Jiaojiao. The research and investigation on agritainment in Lin'an Tianmu Village [J]. *Xin Nongcun*, 2010(10): 15 - 16.
- [17] 王群, 丁祖荣, 章锦河, 等. 旅游环境游客满意度的指数测评模型: 以黄山风景区为例[J]. 地理研究, 2006, **25**(1): 171 - 181.
WANG Qun, DING Zurong, ZHANG Jinhe, *et al.* Study on the model of tourist satisfaction index about tourism environment: a case study of Huangshan Mountain [J]. *Geograph Res*, 2006, **25**(1): 171 - 181.