

文化遗产旅游地的空间生产与认同研究 ——以无锡惠山古镇为例

郭 文^{1,2}, 王 丽³

(1.浙江工商大学旅游与城市管理学院, 浙江 杭州 310018; 2.云南大学工商管理一级学科博士后
科研流动站, 云南 昆明 650091; 3.无锡商业职业技术学院 旅游管理学院, 江苏 无锡 214153)

摘要: 旅游开发下的文化遗产旅游地无锡惠山古镇经历着“地方传统”和“现代发展”的冲突与融合。基于文献信息分析法,对空间生产、认同及其在古镇研究中的应用情况进行了梳理;采用参与观察法、深度访谈话语分析法以及影视人类学摄影法对古镇物理、社会和文化多维空间的生产情况进行了调查,并对多元主体认同倾向进行了分析。结果表明,在这场空间转变过程中,古镇物理空间出现资本的空间化形态,社会空间呈现非共同体化、联接业缘化、流动性增强、主体泛化下功能和交往的社会性,文化空间出现混合文化嵌套并存结构。针对多维空间的生产,居民、社会精英和部分游客表现出人本主义认同倾向,侧重主观性构建内生认同;空间开发主导者、开发商和另一部分游客出现结构主义认同倾向,侧重从一种再生产视角观察问题,强调以过程和建构为主。在对社区居民调研中发现,居民对旅游开发表达出“不要无感增长,需要有感发展”的认同倾向,根本上反映了旅游开发成果能否反馈于居民并能共同分享的问题,值得引起关注。认同从根本上说是关涉文化的,而文化总是表现出流变性,如何使生产出来的文化既开放又多元,既让居民和游客无感疑惑,又不心生迷惘,需要保持古镇先进文化的独立性、传承性和生产的方向性,积极营造“第三空间”之上的文化平衡。

关 键 词: 空间生产; 第三空间; 认同倾向; 文化安全; 惠山古镇

中图分类号: K901 **文献标识码:** A **文章编号:** 1000-0690(2015)06-0708-09

在经济全球化背景下,社区型文化遗产旅游地因其满足人们符号化消费之需,往往受到资本青睐而进入空间的生产过程中。旅游开发使资本的空间化、社会空间的非共同体化和公共空间的异化、文化空间混合嵌套、认同的多元化成为空间深化的结果。传统空间形态的变迁及其带来的结果引发了人们对旅游开发中一些问题的价值思考,成为需要关注的热点问题。

在理论界,20世纪之前的空间概念具有形而上学性质。例如,Aristoteles的“有限空间”、Newton的“力学绝对空间”和Kant的“纯直观形式空间”是典型代表^[1,2]。空间在以往被看作是死亡和静止的东西。20世纪60年代后,空间认知和研究突破线性的历史时间束缚,成为后现代显学^[3]。空

间的批判性语境和后现代思潮的兴起,极大地推动了思想家们重新思考空间在社会理论以及构建日常生活中所起的作用,人们认为空间时代的到来预示着人们正处于一个同时性和并置性的时代,空间意义重大成为共识,空间作为叙事方式成为共谋。在这场空间转向中,Lefebvre当属翘楚,他提出“空间实践-空间表征—表征空间”三元一体论和“(社会)空间是(社会的)产物”的论述意在倡导学界要从关心“空间中的生产”转为关心“空间本身的生产”,将空间的科学研究转向对“空间本身的研究”^[4]。空间的生产理论提出后,一些与此观点类似的“社会空间批判”理论^[5]和“第三空间”(混杂化的/被统治的、被动的空间)概念^[6,7]被相继提出,大大突破了以往人们把空间视为一种中立

收稿日期: 2014-03-26; **修订日期:** 2014-06-03

基金项目: 国家社会科学基金项目(13CGL076)、教育部人文社会科学研究青年基金项目(11YJCZH047)、江苏省高校“青蓝工程”优秀青年骨干教师培养计划基金项目、中国博士后科学基金资助项目(2015M570800)、浙江工商大学高层次人才启动基金项目(1040XJ2314008)和浙江省高校人文社科重点研究基地项目(JYTYjj20130105)资助。

作者简介: 郭 文(1978-),男,山西临汾人,博士,讲师,主要从事旅游空间生产、社会文化地理和社区旅游研究。E-mail: guowen@mail.zjgsu.edu.cn

的认识。空间的生产理论在20世纪90年代传入中国后,日常生活批判的空间化转向和空间的权力场所问题^[8]、中国发展中的均质化和差异化难题以及差异性正义^[9]等成为研究热点,这些研究从不同角度对空间生产理论作了引介或案例实证,在一定程度上提供了一种针对复杂社会问题空间转向的研究范式和方法,补充了中国社会转向时期空间理论的知识谱系。

在空间形态转型过程中,空间会成为一个注入社会情感和特定社会组织形式的投射空间^[10]。基于认识的不同,人们会呈现出不同的认同倾向。从现象学哲学视角看,地方与自我会在不断互动过程中形成一种亲密的相互联系^[11]。对于任何地方来说,人们不会仅有单一的认同建构方式,也会充满认同分异乃至冲突^[12]。在一个流动的世界里,人们所面对的可能是一个权力与社会关系造就的无地方空间形态^[13]。不同社会群体如绅士与本地居民对于地方意义就有着截然不同的诉求,他们对地方认同有着明显的断裂^[14]。地方经由主观性重建成为一种充满意义的社会与文化实体,而地方认同正是一系列社会文化符号和隐喻共同作用下产生的结果^[15]。在特定社会关系与经济结构关系中形成的地方传统文化,会因与外界文化的交流互动而不断进行调适与重构,地方文化认同的内涵与特质也将会发生变化^[16]。从根本上讲,认同是自身建立的一种文化理念^[17]。

“空间生产”和“认同”在古镇旅游研究方面的状况如何?笔者借助中国期刊全文数据库(CNKI)进行了检索(时间为1980~2013年),结果发现与“古镇”有关的文献、报道等共有3 297项,但是与“生产”和“认同”相关的文献较少,总结归纳并剔除重复、质量较低的一些文献,在锁定的464篇文献中进行分析,发现涉及空间研究的内容大致分为物理空间^[18,19]、空间开发^[20,21]、社会空间^[22,23]和文化空间^[24,25]4个领域。其中,大部分学者以围绕“开发”与“保护”、环境论、产品论和利益关系论展开的居多,侧重在宏观层面上的原则性和策略性指导。部分学者运用空间生产理论对古镇空间生产进行了分析,认为旅游空间生产是资本、权力和利益等政治经济要素和力量对旅游空间重新塑造,并以其作为底板、介质或产物,形成旅游空间的社会化结构和社会的空间性关系过程^[26]。这

一现象引起了人们对空间生产本土化的重视^[27]。总体看来,针对古镇空间生产及其认同的研究还比较薄弱,尤其是针对古镇旅游开发中出现的“脱嵌”(去传统化)和“再嵌入”(新联结)过程以及不同群体的认同研究,缺少必要回应和探讨。作为典型的社区型文化遗产地,旅游开发背景下的惠山古镇空间进行了怎样的生产?不同主体对此有何认同?给我们带来了哪些思考?带着这些问题,本文以惠山古镇物理-社会-文化多维空间生产及认同为切入点,探讨了空间生产形态和多主体认同倾向,以期丰富古镇空间理论的微观研究成果,并为惠山古镇旅游可持续开发提供启发。

1 案例地及研究设计

1.1 案例地选择

惠山古镇地处江苏省无锡市。该案例地汇集了自唐至民国时期80个姓氏和180个历史名人,具有118处祠堂建筑和重要遗迹,国内罕见。2006年,经国务院批准,古镇祠堂群成为国家级重点文物保护单位。在大规模旅游开发之前,惠山古镇是一个居住有上百户居民生活的传统社区,旅游开发后形成“政府主导,下设旅游开发公司”的模式,居民被分批次外迁,社区物理、社会和文化空间形态发生了剧烈变化。随着旅游开发的深化,惠山古镇面临新的挑战,传统社区和文化景观正处于地方认同和消解的双重形态之中。

1.2 研究方法与调查过程

研究方法之一是文献信息分析。通过搜集、鉴别、整理文献,对获取的信息进行研究,主要对目前空间生产、认同以及古镇相关研究文献进行梳理。二是微观地域调查。主要采用:① 参与观察法。在实际参与案例地居民日常生活中进行观察。② 深度访谈及话语分析法。深入案例地与研究对象面对面交谈获得深度事实。在此基础上再采用“话语分析”^①,此方法可以发现“人们在特定时刻同特定方式所说的话和所不说的话,可以发现日常话语的规则和程序及其背后的社会秩序”^[28]。③ 影视人类学摄影法。通过镜头建构图像,寻找对古镇空间变迁的另一种理解形式。

调研时间集中在2012年3月至2013年5月,课题组成员曾多次赴惠山古镇进行空间多维生产的

① 1952年,美国结构主义语言学家哈里斯首先使用了“话语分析”这个术语。后来话语分析从语言学进入人文社会科学研究等领域。

调研,共访谈社区工作人员6人,社区居民43人,游客35人,获得访谈录音文稿2.2万字,拍摄照片233张。2013年11月,再次赴古镇进行了补充调查。

2 惠山古镇的多维空间生产

在以往研究中,对空间如何分类并无统一标准。本文根据Lefebvre空间生产的内涵,将惠山古镇空间形态分为“物理-社会-文化”分析框架。物理空间主要以古镇实在自然空间为基础,侧重地理景观形态;社会空间为古镇各种关系的重组或转换;文化空间是空间实践的表征,属于构念和精神的空間。3种类型空间之间两两互为动态辩证关系,这一分类方式将古镇“原生性”和“建构性”多维空间形态融为一体,内涵上体现了“时间、空间和时空属性”的研究体系和空间生产从“空间中的生产”到“空间的生产”的变化特征。旅游介入古镇后的空间形态类似一个“多棱镜”组合而成的复杂空间,整体既是多维空间的融合,每一侧面又反映了不同属性的空间形态,从传统社区到现代社区呈现了从“私密”到“公共”的过度(图1)。

2.1 物理空间

2.1.1 资本对空间的嵌入

任何空间形态在任何时空背景下都有其特殊的结构模式。在城市消费文化兴起、空间主导者协调和资本的推动下,惠山古镇旅游介入后的物理空间被进行了“保持外形样态、重新包装内容”为特征的加工、生产和型塑。在2010年前,资本对空间的利用以古镇周边企业为主,镇内商业活动主要以居民利用宅基地经营传统手工艺(如惠山油酥、老豆腐、泥人)和非物质文化遗产为主。2010年政府主导开发旅游后,居民逐步迁出古镇,政府以招租方式进行商业活动,古镇空间更具商业化,传统手工艺以社区居民经营为主变为微企业经营为主。

2.1.2 空间功能属性的变化

历史上惠山古镇的物理空间与处于自身社会结构中的经济基础与上层建筑融为一个自洽的实体。随着旅游的介入,惠山古镇原本以生活为主的物理空间(如以聚居、祭祖、祭祀为主的点空间和通勤为主的线空间)转换成充满意义的(游憩、休闲、旅游的公共领域)社会空间(表1)。

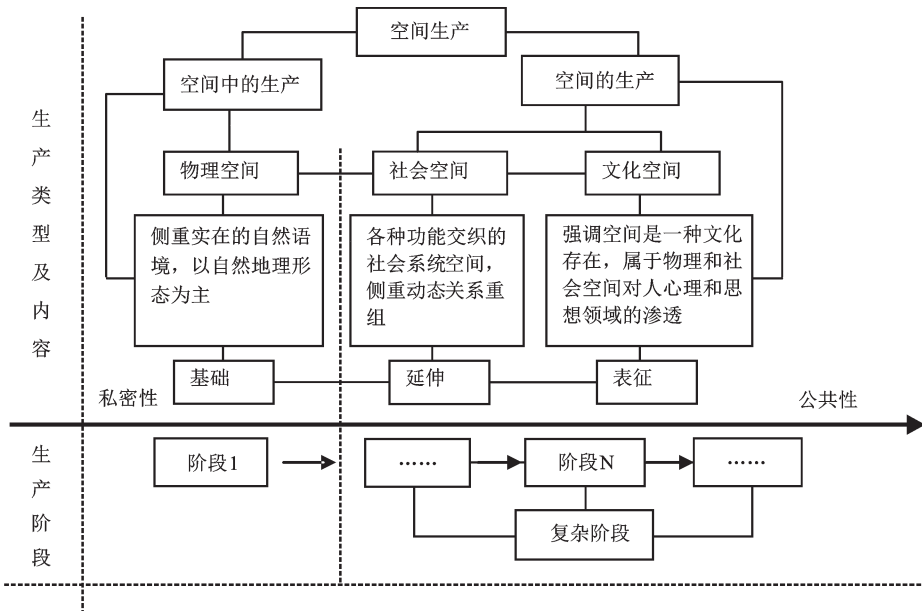


图1 惠山古镇空间生产层次
Fig.1 Production level of space in Huishan ancient town

表1 惠山古镇空间属性变化

Table 1 Change of spatial properties in Huishan ancient town

维度	物理属性	社会属性	功能属性
以“点”和“线”为代表 的物质空间	在“直街”和“横街”构成的自然空间场所,环境依赖性较强。	社会链接的纽带,人际交往的平台,具有聚合性。	从通勤、生产、生活辅助设施到旅游景观。

资料来源:实地调查整理。

2.2 社会空间

2.2.1 非共同化化和社区联结的业缘化

多主体格局显现。Lefebvre认为“(社会)空间是(社会的)产物”^[4]。惠山古镇从一种形态转变到另一种形态时伴随了多主体空间格局的生产。与传统以居民居住和生活空间为主相比,旅游介入下形成了地方政府、开发商、游客等多主体并存格局,社区主人居民成为新空间权力的主要让渡者,由原先的“主体性地位”变为“空间的依附者”。

社区联结业缘化。古镇旅游空间生产使古镇社会空间在经历解构的同时,也在不断“再地方化”(non-places)。调查发现,旅游介入传统社区使其社会空间出现替换和填充现象,原先社区居民与居民之间联接的“血缘、亲情、权威”等核心要素逐步解体,政府、企业、游客、居民等多主体之间以“业缘、友情、合作”等新要素发挥效能,并用公共理性来塑造个体的公共行为。

“以前交往方便,邻居之间都认识,外迁后进入了安置房,来往比较少了,原来熟悉的关系也渐渐变得大不如前,现在联系主要是以旅游业为主吧,做些旅游工艺品(泥人)的加工。”——FT02-PXU-A^①,2011年11月。

2.2.2 社区社会流动性增强

旅游空间生产使资本、信息、人流等成为古镇活动的经常性要素。2008年以后,外来游客和商户在经历“初期凝视—现代性守望—大规模游客涌现”渐进逻辑后成为古镇的常客,古镇成为权力、资本以及游客寻找传统文化和历史底蕴、逐利和游憩的流动性场所。其次,表现为外来从业者进驻古镇。资本、外来商和游客流动为古镇带来了“新移民”。资本和信息聚集在吸引投资商集聚的同时,使旅游投资者和旅游从业者(2010~2012年)嵌入到古镇社区的商业活动中(表2)。

表2 惠山古镇外来旅游从业者社会空间

Table 2 Social space of foreign tourism practitioners in Huishan ancient town

	2000年	2010年	2012年
外来旅游经商者(户)	—	2	17
外来旅游务工者(户)	—	18	27

资料来源:田野调查整理。

2.2.3 主体泛化下功能和交往的社会性

主体泛化。政府、开发商等介入古镇社区使公共空间的主体不再以居民为主,由于旅游需求,大部分公共空间变为游客参观的场所和活动舞台。居民沦为被动的、消极的客体,原有特性、主体创造性“理所当然”地被旅游空间生产过程的理性原则所排斥,实现了主体的客体化。

功能和交往的社会性。旅游介入前的古祠堂、弄堂、河边、场院周围以及街道是居民“聚集”、“交流感情”、“开展传统活动”、“吃饭聊天”、“谈论政事”的地方,甚至是社区的“节庆娱乐中心”。由于属于“熟人社会”,人们之间较为平等,观念和习俗基本趋同,地方性鲜明。旅游介入下的空间生产使原来以居住和祭祀为主的功能转换为以旅游和商业功能为基础的社会空间(表3、图2)。

在社会空间中,居民的一些“必须性活动”变为“选择性活动”,如“聊天”(实质为信息交流)以前基于生活背景和经历的相似性,较为自然和随意;现因社会空间主体的泛化,似乎变得谨慎起来,人员之间交往联系变得更具有“社会性”,不同主体在进行不同旅游商业活动且明显多于以前,这说明“异化”不仅表现为结果上,而且进入了人们“日常行为中”。

2.3 文化空间

2.3.1 传统文化渐进衰微

旅游空间生产的加剧使地方文化形态如“清

表3 惠山古镇公共空间功能的异化

Table 3 The functional alienation of public space function in Huishan ancient town

空间类型	街、弄	社区祠堂、居室	古戏台	河道	直街与横街交叉的广场
传统公共空间	生活功能	祭祀、社区活动	居民主要生活空间之一、情感交流地	洗衣、淘米(菜)、情感交流地点	传统民俗活动聚集地、节庆聚集地
构建中的社会空间	游客“线上运行、点上驻足”的地方	游客活动和微企业经营地点	舞台化社会展演地方	游览线路	游客聚集地

资料来源:田野调查整理。

① 访谈资料编号说明:FT—访谈,ZS—自述;01—被访谈者序号;A/B/C—访谈次数,两者之间的大写字母(论文中人名按照学术惯例做技术性处理的一种方法)表示被访谈者代号。



图2 惠山古镇空间功能的转换

Fig. 2 Transformation of spatial function in Huishan ancient town

孝”、“百善孝为先”、“诚信则立”等以及心理机制、社区性格无法内化于社区政治、经济、社会多重维度文化图式中。一些文化载体和传统文化形式,在手持政治、经济和新兴媒介的住持下,需要面对“他者”审视,附和游客的口味和媒体的要求,变为“依附性”极强的表演形式和时代符号。如“祭祀文化”原本以居民日常活动方式传承本地历史文化的共同记忆,现在变为游客参观的空间。

2.3.2 新兴文化强势侵入

旅游文化空间生产是以物质空间为媒介,以精神符号为介质,通过文化编码组构,创造生成具有符号性的表征性空间构建过程。为了迎合商业的需要,资本嵌入古镇旅游空间生产衍生出文化权势,新的如风雅陶笛、海南椰子、潮汕饮食、i-coffee、中药养生坊等异质文化,渗透进古镇社区,传统文化的主体性受到挑战。

“文化流动是一种必然,原来以祠堂文化为主,还有孝文化、泉茶文化、人文民俗文化等,现在更加多元化了。”——FT06-YXX-A, 2012年10月

为了迎合游客需要,传统文化不断包装成游客需要的形式。如古镇中出现的旅游企业、音乐厅等。这正如Cohen认为的那样,为了吸引游客而在传统文化中加入新的元素,被新元素修饰的文化旅游产品是对当地传统文化的一种演示^[29]。

2.3.3 混合文化嵌套并存

作为文化对接(cultural docking)的产物,混合文化嵌套性并存是文化对接的结果。从机理上分析,现代市场和经济作为一种脱嵌力量对传统社区构成了冲击^[30]。案例地传统文化在渐进衰微现状下并非完全被外来文化取代,新兴混合文化嵌套性并存也“并非同比或等差简单排列”(表4)。说明在这些传统文化领域,被采用“传统文化为基,新兴文化为表”的模式进行了“文化再生产”,不可避免地呈现出文化符号融合的痕迹。

惠山古镇在物理、环境氛围和文化符号、多元主体间社会关系复合型的多维空间生产,突出表现了模式上采用“主(居民)客(居民之外的主体)不同位”、形式上“再地方化”和内容上“去地方化”的生产特点,本质上说明传统空间本身在旅游背景下属于新的生产资料,具有使用价值和交换价值,反映了古镇社区旅游化过程中空间政治、经济和文化生活多层面的现实意义。

3 多主体对惠山古镇空间生产的认同

3.1 空间生产主导者的生产认同

3.1.1 空间成为资本增值的工具

在全球化和市场化语境中,利用传统文化资源复兴地方文化,增加经济收入成为地方政府利用空间进行资本表达的重要场所。古镇在以资本

表4 惠山古镇混合文化嵌套并存现状和结构

Table 4 The present situation and structure of mixed culture's coexisting and nesting in Huishan ancient town

初源文化(典型分析)	嵌入文化	比列结构
祠堂文化、泥人文化等	(1)被建构后的祠堂空间变为“舞台化”展列地点;(2)被“统一规划和聚集的泥人文化”截断了自然生存的可能;受外来文化的影响,制作样式也在改变着一成不变的外在形态;(3)大量游憩、休闲商业文化出现取代居民营造的初源文化空间。	嵌入>初源

资料来源:田野调查整理。

逻辑为内在动力的空间再造和生产过程中,古镇空间成为增值的重要工具就会不断被构建和生产出来。在对管理者访谈中证实了上述观点:

“旅游开发可以增加地方收入,文化景观通过商业模式转化,文化得到了继承,(旅游)产业也得到了发展。”——FT02-LH-A,2012年10月。

3.1.2 旅游促使空间形成级差利益

资本逐利是其本性,而逐利的方式就是获取级差利益。调查发现,资本介入古镇后的旅游空间生产具有二重性,一方面生产出具有使用价值的旅游空间产品;另一方面是旅游空间本身变成了具有交换属性的空间。

“(古镇)通过旅游规划,可以供游客和市民休闲娱乐;通过资本和产业融合,可以拉动产业创造税收,派生上下游很多岗位,缓解当地就业危机……”——FT02-WT-A,2012年10月。

在一次调研中,笔者证实了上述论述的逻辑,一位不愿透露姓名的管理者认为:

“单纯搞旅游只聚人气不赚钱,政府需要借助开发商力量,推行‘土地财政’,扩大‘公共利益’边界,这样既能达到旅游开发目的,又能在城乡建设中显出效果。”——ZS02-TTR-B,2012年10月。

对于以外迁居民并引入企业的方式进行旅游开发,一位古镇经营者认为:

“单一产权结构,所有权、剩余控制权和剩余索取权高度统一,有利于利用权威配置资源。开发商作为自利的经济人需要通过产权配置减少冲突。”——FT02-GRE-B,2012年11月。

从上述话语分析可知,空间生产主导者的认同主要是利用了古镇旅游空间的使用价值和交换价值,空间使用价值和交换价值的存在是古镇旅游开发的先决条件,旅游空间的文化资本化是资本和权力利用文化价值再生性产生的结果。

3.2 社区居民视角下的生产认同

3.2.1 集体记忆与地方

集体记忆是对过去累积性的建构,地方通过集体记忆成为地方。在居民记忆中,最熟悉的是古镇祠堂中的圣神氛围,匾额楹联、宗族历史建构了集体记忆的表征体系,这种集体记忆也是居民用最普通的方式在强化自身对地方的认同。

“以前宗族性活动多,强化了自己对古镇(地

方)的认同,具有特殊的集体感。下一代慢慢减少了这些记忆和感受。现在古镇历史遗迹如祠堂、石刻、匾额楹联等成为旅游吸引物供游客观赏,用途变化了。”——ZS02-HYL-B,2012年4月。

说明居民日常体验成为建构地方最重要的特征,是提高认同感的途径。这种基于主观意识的建构具有稳定性,是维系社区重要的因素。

3.2.2 “古镇是文化遗产的载体”

居民HTZ把“惠山泥人”、“二泉水”和“酥油饼”看作是惠山古镇的三宝。他坚持自己的看法:

“紫砂壶、字画和泥人工艺等只有与古镇结合才能显出古镇的地方文化,是古镇原来特有的东西,这些一旦脱离古镇,地方特色变得没有了。”——ZS02-HTZ-A,2012年5月。

3.2.3 “让死的活起来”的同时,不能让“活的死去”^①

在谈到古镇历史文化老街荣获“中国历史文化名街”称号的同时,居民ZD谈了自己的看法:

“2008年开始的保护性修复和居民外迁,对文化遗产的传承是危险的!古镇泥人融合‘搓、揉、挑、捏、印、拍、剪、色、压、贴、镶、划、扳、插、推、揩、糊、装’等技艺,已进入非物质文化遗产名录,原来的工艺师放弃了继续从事该行业;而且没有居民的古镇不就是文化空壳吗?居民(活的人)走了‘会所’来了,谁来传承?谁还能传承?”——FT02-ZD-B,2012年5月。

“以只有建筑没有居民来体现文化的做法本身是肤浅的,这样是把古镇完全变为了一个消费场所,里面已经没有了古镇本身的味道。”——FT01-DER-B,2012年4月。

“其实应该适当让居民从事一些活动。通过有历史的建筑和居住在里面的人才能体现出古镇原有的空间形态,文化才能更好传承。”——ZS02-KOU-A,2012年5月。

3.2.4 不要“无感增长”,需要“有感发展”

“无感增长”是近代以来开始盛行的发展主义(developmentalism)意识形态走到极端的必然结果。其内涵主要强调老百姓感受不到经济高速增长的好处和快乐,或者出现似乎经济增长与自己无关的感觉^[31]。而改变此结果的理想目标是必须要让老百姓感受到有感发展,增强幸福感,人文关怀

① 居民把开发主导者将传统地方文化翻新并用于古镇开发比喻为“让死的活起来”;而把为了旅游开发让居民搬出古镇比喻为“让活的(人)死去”。

和社会帮助。在调研中发现,部分居民的话语体现并印证了上述观点。

“旅游开发是文化的传承载体”;“有利于游客在猎奇经历中对话‘他文化’”;“会增加古镇旅游活动的‘文化化’,呈现集时空、地方、景物和古镇社会叙事等多重边界的‘文化地图’”;“资本、企业进来对地方保护有好处”;“但是,(我们)并没有从古镇开发中得到参与和获利机会。”——ZS01-TI-B,ZS01-HGF-C,2012年11月、FT02-BNX-B,FT02-XINHUA-B,2012年12月。

这说明居民对旅游开发存在认同中的忧虑,认同是因为旅游介入给古镇带来了机会和变化;而忧虑于是因为自身对旅游开发存在一种无感增长。对未来,居民FR说出了大部分人的看法:

“居民的参与和权能分享也应成为主要考核内容,毕竟古镇社区不同于其它景区,居民因旅游获得利益的增长,我们作为弱势者,也需要被关怀和 帮 助。”——FT01-FR-B,2012年10月;FT02-ZENGPENG-A,2012年6月。

3.3 游客视角下的空间生产认同

对地方空间变迁的支持者认为,任何将地方看成是稳定不变的文化现象都是退步的,文化的构建是一个不可能避免的普世文化渗透的资本过程^[32]。作为一种“进步的地方感”(a progressive sense of place),社会群体应该积极地承认一个由多样化的地方认同构成的地方^[12]。笔者在对一部分游客的调研中得到了与上述一致性的知识认同。部分观点摘录如下:

“古镇与外来文化的交流和空间变迁是不可避免的,混合文化能达到我的目的^①,其他不在意。”——FT01-NX-A,2012年8月。

文化的发展我感觉是动态的,古文化古到什么时候算古?要动态去看。”——FT02-HXX-A,2013年8月。

但是,在对另一部分游客的调查中,表现出了与上述观点截然不同的看法:

“惠山古镇的传统文化是被现代人从过去古镇遗韵中精选出来的,‘传统’承载了某些习俗方式和集体记忆,应该最大程度保留。”——FT01-HY-A,2013年10月。

“一个地方要有一个地方的个性,都一样了还谈什么旅游?太商业化本质上变成了文化空壳,

我不太喜欢。”——FT02-SSK-A,2013年11月。

3.4 社会精英对空间生产的认同

全国第三次文物普查专家RZ先生认为:

“保护确实应该慎重,居民外迁不就是把文化也外迁了吗?外来文化肯定对传统文化造成冲击。”——ZS02-RZ-A,2012年5月。

无锡祠堂文化研究会的JY认为:

“国内外绝无仅有的独特的‘祠堂群’景观,是挖掘古镇文化的重要原因。”——ZS02-JY-B,2012年6月。

而当地文化名人KTI认为:

“祠堂本是祭祀用的,开发没有重视居民本身也具有地域文化性,惠山泥人惠山地区文化与历史有传统联系,失去这个紧密关联,什么也不是了。”——ZS02-KTI-B,2012年8月。

由此可见,旅游开发下惠山古镇“空间的实践”导致了内容复杂的“表征的空间”,不同主体对空间生产认同也差别较大,这一结论印证了May^[14]关于“不同社会群体对于地方意义有着截然不同诉求”的观点,反映了人们在消费古镇空间的同时,正以不同的认同形式重构着地方。

4 结论与讨论

惠山古镇旅游开发是地方政府借古镇复兴传统文化,实现文化经济化的过程,本质上是传统空间作为生产资料被开发、设计、使用和改造的过程。随着古镇空间的生产,人们以认同差异的方式在重构着地方。本文通过对多维空间的生产和多主体话语分析,得出如下结论:

在消费文化兴起、资本及权力对维空间介入下,惠山古镇旅游开发使物理空间由传统居民占用为主变为地方政府、企业和游客等多主体共同使用的空间,并在权力推动下以资本进入、与其他产业融合等方式对旅游空间进行了加工、生产和型塑,生产出了新的空间形态。在社会空间方面,古镇非共同体化凸显,社会流动性增强,公共空间出现异化。在文化空间方面,传统文化出现渐进式衰微,与此同时新型文化逐渐嵌入,新旧文化出现混合并存格局。古镇多维空间的生产不仅说明古镇空间具有Lefebvre所阐述的空间的基本属性和层次^[4],而且证明空间从一种形态转变为一个开放的、实践的“第三空间”,空间在生产的同时

① 这实质上反映了游客的一种“存在主义原真性”,即旅游者对自身真实性感受的关注。

时也是古镇作为地方(place)在现代化背景下的再造过程。

对于惠山古镇多维空间的生产,空间主导者、居民、社会精英、游客等不同主体表现出了主客不同的认同边界。归纳起来可以分为两种类型:一是基于人本主义的认知,另一种是基于结构主义的认知。前者包括居民、社会精英和部分游客,侧重主观性构建的内生认同;后者包括空间开发主导者、开发商和另一部分游客,认同不具有领域性,更侧重从一种再生产的视角观察问题,强调以过程和建构为主。从深层次角度分析,不同的认同洞察出了不同群体对空间生产真实的心理和状态,差异的主要原因是基于各主体从自身利益(本质上隐藏着的是“经济理性”,还是“伦理理性”之争)、社会情感、地方性、旅游吸引力等因素所致。认同的本质是个体对地方作为社会角色的自我感知,这种感知对地方的建构和传播起着重要作用。如何消除认同壁垒,从割裂走向融合,需要在“主体间性”的实践中达成和谐的“第三空间”。

社区居民认同出现“不要无感增长,需要有感发展”的倾向,应该引起高度重视。从根本上分析,出现这一结果的原因是旅游发展中采用旧式现代性的必然产物,实质反映了旅游开发的成果能否反馈于居民并能共同分享的问题。长期的“无感增长”会使社区居民感觉到无法分享旅游开发带来的成果,由此会削弱居民对旅游开发的认同感和信任感,带来负的旅游开发效应,最终造成旅游开发的不可持续。走出“无感增长”困境的目标是“有感发展”,需要摒弃旅游开发中的旧式现代性及其相对应的发展主义意识形态,合理完善旅游开发模式,调节空间生产关系。

空间认同从根本上说是关涉文化的。多元文化不可避免地融入惠山古镇已经成为不争的事实,外来文化更青睐商业利润,本土文化由于缺乏有效的表达和展示,致使两种文化除了外在的合作外并无交流。惠山古镇传统文化积淀着过去的文化创造和文化成果,蕴含着未来可持续发展的文化基因。在旅游经济开发背景下,传统文化又在旅游化过程中不断发生解构与重构,如何使生产出来的文化既开放又多元,既让居民和游客无感疑惑,又不心生迷惘,需要保持古镇先进文化的独立性、传承性和传播的方向性,积极营造和谐的“第三空间”,并使文化得到平衡发展。

参考文献:

- [1] 冯雷.理解空间:现代空间观念的批判与重构[M].北京:中央编译出版社,2008.29~33.
- [2] 康德.康德著作全集(第九卷):逻辑学、自然地理学、教育学[M].李秋零主编.北京:中国人民大学出版社,2010:157~160,161~164.
- [3] 郭文,王丽,黄震方.旅游空间生产及社区居民体验研究——江南水乡周庄古镇案例[J].旅游学刊,2012,27(4):28~38.
- [4] Lefebvre.The production of space[M].Oxford:Blackwell,1991:30-45.
- [5] 谢纳.空间生产与文化表征——空间转向视阈中的文学研究[M].北京:中国人民大学出版社,2010:4~5.
- [6] Bhabha Homi K.The Location of culture[M].London and New York:Routledge,1994.
- [7] 齐美尔.社会学——关于社会化形式的研究[M].北京:华夏出版社,2002.459~460.
- [8] 刘怀玉.现代性的平庸与神奇——列斐伏尔日常生活批判哲学的文本学解读[M].北京:中央编译出版社,2006.399~418.
- [9] 陈忠,爱德华·索亚.空间与城市正义:理论张力和现实可能[J].苏州大学学报,2012,(1):1~6.
- [10] 苏贾.后现代地理学——重申批判社会理论中的空间[M].北京:商务印书馆,2007:116~120.
- [11] Casey E S.Between Geography and philosophy:What does it mean to be in a place-world?[J].Annals of the Association of American Geographers,1997,87(3):509-531.
- [12] Massey D.Space,Place and gender [M]. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1994:146-156.
- [13] Castells M.The Rise of the network society [M].Oxford: Brasil Blackwell,1996:407-460.
- [14] May J.Globalization and the politics of place: Place and identity in an Inner London neighbourhood [J].Transaction of the Institute of British Geographers, NS, 1996,21(1):194-215.
- [15] 朱竑,钱俊希,吕旭萍.城市空间变迁背景下的地方感知与身份认同研究——以广州小洲村为例[J].地理科学,2012,32(1):18~19.
- [16] 唐雪琼,钱俊希,陈岚雪.旅游影响下少数民族节日的文化适应与重构——基于哈尼族长街宴演变分析[J].地理研究,2011,30(5):835~843.
- [17] 胡大平.地方认同与文化发展[J].苏州大学学报(哲学社会科学版),2012,(3):15~16.
- [18] 李建伟,朱菁,尹怀庭.历史古镇空间格局的解读与再生——以华阳古镇为例[J].人文地理,2008,23(1):43~47.
- [19] 马秋穗.符号想像与表征:消费理论视阈下的古镇景观生产[J].社会科学家,2010,(10):85~87.
- [20] 黄江平.上海古镇文化保护与开发的宏观思考[J].社会科学,2003,(9):120~128.
- [21] 孙艺惠,陈田,张萌.乡村景观遗产地保护性旅游开发模式研究——以浙江龙门古镇为例[J].地理科学,2009,29(6):840~845.
- [22] 韦祖庆,陈才佳,黄姚古镇旅游开发现状分析与保护对策[J].广

- 西社会科学, 2009, (1): 10~14.
- [23] 李 倩, 吴小根, 汤澍. 古镇旅游开发及其商业化现象初探[J]. 旅游学刊, 2006, 21(12): 52~57.
- [24] 农兴强, 杨荣翰, 韦祖庆. 古镇旅游发展与生态文化理念——以贺州黄姚古镇为例[J]. 广西社会科学, 2007, (4): 21~25.
- [25] 王 林. “原真性”民俗文化之于古镇旅游的价值——以广西大圩古镇为例[J]. 青海民族研究, 2008, 19(1): 40~43.
- [26] 郭 文. 旅游空间生产: 理论探索与古镇实践[M]. 北京: 科学出版社, 2015: 52.
- [27] 李 琮. 政治经济学视角下的旅游空间生产——消费模式[J]. 湖北经济学院学报(人文社会科学版), 2009, 6(1): 39~40.
- [28] Sacks H. Lectures on conversation[M]. Oxford: Basil Blackwell, 1992: 3~11.
- [29] Cohen E. Authenticity and commoditization in tourism[J]. Annals of Tourism Research, 1988, 15(3): 371~386.
- [30] Polanyi K. The Great Transformation[M]. Boston: Beacon Press, 1957: 35~113.
- [31] 郑杭生, 黄家亮. 从社会成员“无感增长”转向“有感发展”——中国社会转型新命题及其破解[J]. 社会科学家, 2012, (1): 7~11.
- [32] Harvey D. From Space to place and back again: reflections on the condition of postmodernity[C]// Bird J, Mapping the Futures: Local cultures, Global Changes. London: Routledge, 1992: 2~29.

The Production of Space and Identity in Cultural Heritage Tourism Destination: A Case Study of Huishan Ancient Town in Wuxi, China

GUO Wen^{1,2}, WANG Li³

(1. College of Tourism and Urban Management, Zhejiang Gongshang University, Hangzhou, Zhejiang 310018, China;

2. First Grade Post Doctor Mobile Research Station of Business Administration, Yunnan University, Kunming Yunnan 650091, China;

3. School of Tourism Management, Wuxi Institute of Commerce, Wuxi, Jiangsu 214153, China)

Abstract: Under the background of tourism developing, Huishan ancient town, a cultural heritage and tourist destination, is experiencing the conflict and integration between local tradition and modern development. Based on documental analysis, the thesis teased out the documents on space production, space identity and the application of them in ancient town research. Applying the method of participant observation, in-depth interview content analysis and tomography of anthropological film, it also made a survey on the production of the physical, social and multi-cultural space in Huishan ancient town as well as analyzed the tendency of the multi-body identity. During the transformation, the physical space of the ancient town tends to be capitalized; social space tends to be a non-community with connection of business and industry relation. The Greater liquidity of it is increasing. The function and association of it tend to be socialized with the main body generalizing. Different culture appears to be mixed and coexists in cultural space. The residents, elites and some tourists show the tendency of humanistic identity and focus on the internal identity formed subjectively. Space developing leaders, developers and some tourists show the tendency of structuralistic identity and focus on observing problems with a perspective of regeneration. They emphasize the process and construction. Study shows the identity tendency that the residents prefer tangible development to intangible increase. This basically reflects that it is remarkable whether the result of tourism development can meet the needs of the residents and be shared with them. Identity is basically culture related. But culture always tends to be rheologic. In order to keep the culture produced open and multiple, make the residents and tourists not be doubted or confused, the independence, inheritance and orientation of production in ancient town should be maintained. Culture balance based on the third space should be constructed actively.

Key words: the production of space; the third space; identification tendency; cultural security; Huishan ancient town