

徽州村落旅游中游客及东道主的凝视行为

汪天颖¹, 陆林², 路幸福¹

(1. 安徽师范大学历史与社会学院, 安徽 芜湖 241002; 2. 安徽师范大学国土资源与旅游学院, 安徽 芜湖 241002)

[摘要] Urry提出的“游客凝视”是旅游社会学、旅游文化学研究的重要理论分析工具,“凝视”是一个多利益主体参与互动的复杂系统。徽州村落是徽文化的符号和标志,徽州村落旅游凝视的主体是游客和东道主,客体和核心是物质指向与精神指向的文化符号,两主体依托文化符号产生互动,而对文化符号的认识层次较浅。安徽黟县的西递、宏村、南屏具有丰富的徽文化特征吸引物。在案例地采用定量的问卷调查、定性参与式观察和访谈方法收集资料,分析相关定量和定性资料,并对相关网络文本及图片进行内容分析,探讨徽州村落旅游中的游客凝视行为及东道主凝视行为,梳理游客凝视行为和东道主凝视行为共同作用的过程。研究发现,徽文化的内涵、徽文化的精神内蕴在旅游过程中鲜有彰显。游客对文化符号需求层次较浅,东道主对文化符号认识层次较浅。

[关键词] 徽州村落; 旅游凝视; 游客凝视行为; 东道主凝视行为

[中图分类号] F59

[文献标识码] A

[文章编号] 1002-5006(2015)04-0023-10

Doi:10.3969/j.issn.1002-5006.2015.04.003

引言

英国社会学家Urry提出的“游客凝视”(tourist gaze)是旅游社会学、旅游文化学研究的重要理论分析工具,从旅游的视角考察整个社会^[1]。Urry把“游客凝视”看作同现代性相联系的、社会地组织和系

统化了的观察世界的方式,是现代与文化实践“培训”和建构的产物^[2]。McGregor认为,游客凝视和体验旅游地的方式往往受到既成文本的规制,旅游过程所产生的体验受到这些既成文本的影响^[3]。McIntosh的研究将“凝视”作为游客体验的一个维度,指出游客寻求的是不同于往常生活的体验,且游客更愿意通过“看”去感受当地文化^[4]。Maoz指出,旅游中的“凝视”是一个多利益主体参与互动的复杂系统,并不只是单向的“游客凝视”^[5],也包括“东道主凝视”和“双向凝视”^[6]。旅游的主客互动中,不同行为主体因凝视而产生、协调、构建出多重想象的空间,使地方文化借旅游活动得以展现与传播,并持续向前发展^[7]。“游客凝视”不单纯是“观看”,而是将旅游欲求、旅游动机和旅游行为融合并抽象化的结果,代表旅游者对“地方”的作用力,在此作用力下,旅游地将会迎合游客的欣赏口味,以获得经济效益^[8]。

国内学者借鉴“游客凝视”,有以下方面研究:

(1)主客关系及东道主社会文化研究。胡泽黎分析了近年来乡村旅游发展中乡村文化弱化的原因^[9]。曹莉丽将“游客凝视”引入乡村旅游研究,总结出乡村游客倾向的“凝视”类别,讨论“凝视”对乡村社会生存环境、民风民俗、村民日常生活的消极影响^[10]。王金玲从旅游中的东道主、游客、旅游地等方面对涵化理论予以观照,指出游客对东道主社会的凝视是一把双刃剑^[11]。刘润对旅游凝视需求驱动下的藏区城镇社会空间结构演变进行了研究^[12]。

(2)民族文化影响研究。孙九霞认为“游客凝视”的权力下,族群文化进一步符号化、刻板化,族群原生地的文化传承方向受到影响,并解读了民俗村族群文化的移植现象^[12]。把多勋等建构了游客凝视与民族地区传统文化变迁的作用模型,指出外来游客对民族文化进行“凝视”,促使当地政府、居民、旅游生产商、市场对这种“凝视”作出反应,从而影响着当地民族文化的发展,使游客的凝视成为民族地区文化变迁的源动力^[13]。魏美仙认为游客凝视穿

[基金项目] 本研究受国家社会科学基金项目“‘十二五’时期区域文化生态保护与旅游开发跟踪研究”(10CSH018)资助。

[This study was supported by a grant from the Social Science Foundation of China (to LU Xingfu) (No.10CSH018).]

[收稿日期] 2014-04-02; **[修订日期]** 2014-06-03

[作者简介] 汪天颖(1988—),女,安徽合肥人,硕士,主要研究方向为旅游社会学, E-mail: ijennyijenny@qq.com; 陆林(1962—),男,安徽芜湖人,博士,教授,博士生导师,主要从事人文地理教学与科研工作, E-mail: llin@263.com; 路幸福(1980—),男,安徽寿县人,博士研究生,讲师,研究方向为旅游社会学、文化生态。

越文化边界,建构着新的异文化,具有生产性动力;为适应旅游需求,民族村寨旅游中建构起文化展演这种新的文化样式^[14]。张秀娟以广南县“世外桃源”风景区为例,进行了“旅游凝视”视角下的民族文化建构研究^[15]。

(3)旅游地形成及文化变迁研究。刘丹萍采用“凝视”这一概念作为理论分析工具,以摄影作为研究路径,从历时态、共时态、精神与文化动因3个方面总结了元阳梯田旅游地的发育过程^[16]。杜聪贤借用“游客凝视”阐释了旅游地民俗文化变迁的机理,提出了民俗文化保护的思路^[17]。

(4)游客体验研究。周宪指出景观和凝视之间的互动具有辩证关系,完整的旅游过程包括“前凝视”“凝视”“旅游记忆”或“凝视记忆”,旅游在游客的记忆中延续,旅游体验在游客与他人的互动中被表达和重现^[18]。陈才通过对游记文本中呈现出的游客的凝视进行深度分析,指出凝视是旅游体验的核心元素之一,与目的地相联系^[19]。

(5)游客动机、游客行为及旅游地形象研究。崔红红研究并解读分析凝视主客体之间的话语,指出图文信息对游客行为动机和旅游目的地形象建设产生影响^[20]。徐琦从游客的角度出发,以“游客凝视”为工具,考察了游客凝视的层级、消费社会中游客凝视的自我认同作用,指出不同的游客处于不同的凝视层次,游客凝视是一种情感消费行为,游客通过消费景观所具有的符号意义达到自我认同的目的^[21]。杨冬梅对旅游凝视视角下798艺术区旅游行为进行了阐释^[22]。叶如瑾对基于Web 2.0照片交互平台的国际游客眼中的上海旅游意向进行了研究^[23]。

本研究将“游客凝视”与“东道主凝视”统称为“旅游凝视”,以旅游凝视作为理论基础和研究工具,综合考察徽州村落旅游凝视过程。

1 研究资料获取

徽文化是南宋至清末在徽州境内崛起的一种地域文化,内涵丰富,体系完备,徽州村落中物质、精神、制度文化并存,被称为“中国封建社会后期社会文化的标本”^[24]。安徽黟县的西递、宏村历史遗存保留较完整,旅游开发具有体系性,2000年被列入世界文化遗产名录;南屏有“中国古祠堂建筑博物馆”之称。笔者在现有研究的基础上^[25-31],将西递、宏村、南屏作为案例地。

2012年8月中下旬,在案例地黟县展开问卷调查,以具有徽州村落旅游经历的游客和当地居民为调查对象。调查共发放游客问卷410份、居民问卷310份,实际回收有效游客问卷407份、有效居民问卷303份,有效率分别为99.27%和97.74%。运用SPSS软件对问卷进行信度分析,游客问卷、居民问卷总量表的alpha系数分别达到了0.8966和0.9285,可靠性高。同时,选取职业特征差异性较大的样本,主要包括饭店经营者、旅游商品经营者、手工艺人等,进行结构式访谈,将参与观察和非参与观察方式结合,进行了实地研究。对大众旅游网站蚂蜂窝刊载的旅游游记、旅游照片等进行了内容分析。

2 游客的凝视行为

2.1 旅游前,游客凝视初步形成

调查可知,旅游前,游客对旅游地的印象已经初步形成,即风光美、远离尘嚣。传播媒介尤其是网络在旅游地信息获取和游客凝视建构过程中发挥重要作用,27.27%的游客为“网络”所影响,21.62%的游客表示“电视”影响了他们。白墙黑瓦、马头墙作为徽派建筑的代表,是游览前最重要的徽州村落形象符号,56.51%的游客将之视为旅游前对当地的第一印象;另外,40.79%的游客选择了“山清水秀风景好”作为旅游前的印象,选择“水墨之乡”“画里乡村”“宁静”“古朴”的游客也均超过了30.00%。图片加文字是游客所获取旅游信息的主要表现形式。游客根据已然形成的印象,凝视目标按感兴趣程度递减分别是:当地自然山水田园风光;徽派古民居、古建筑类人文景观,以及传统村落的宁静氛围;徽州独特的历史文化以及徽州传统生活方式;游客对徽州的传统手工制作技艺和特色民俗活动。前两者是物质文化范畴,后两者属于精神文化范畴。

2.2 旅游时,游客对徽州村落的凝视

游客对徽州村落的凝视通过其对徽州村落景观的感受程度来研究,游客问卷中的专项调查量表共有19个指标(表1)。19个指标分为3大类,结合现有的徽州古村落景观特征及机理研究进行设计,即人居环境景观的体现方面、宗法观念的体现方面、文化氛围的体现方面^[27]。回答者对19个指标的陈述的回答分为非常深刻、深刻、一般、不深刻、非常不深刻5类,分别赋值为5、4、3、2、1。

表1 有关徽州村落特征的印象程度/了解程度
Tab. 1 Impression/comprehension about Huizhou villages' characteristic

类别 Category	指标 Indicators	游客 Tourist		东道主 Host	
		印象程度均值	类别均值	了解程度均值	类别均值
		Avg.	Category avg.	Avg.	Category avg.
人居环境的空间体现 Human settlement environment	村落四周环山,村中有水,山水相间	4.47	4.26	4.4	4.28
	村落浓墨淡彩,如水墨画般诗情画意	4.28		4.27	
	民居变化多样,但总体和谐有序	3.90		4.04	
	白墙黑瓦马头墙是徽派建筑的代表	4.41		4.43	
宗法观念的体现 Regional culture	徽州是“牌坊之乡”,牌坊数量众多	3.81	3.80	3.94	3.89
	徽州牌坊高大雄伟,气势不凡,富有震撼力	3.80		4.01	
	徽州人讲究忠孝节烈	3.71		3.94	
	祠堂数目多,规模大	3.91		3.98	
	祠堂使人有肃穆、敬畏之感	3.86		3.82	
	祠堂是举行祭祖大典、宣扬族规家法的重要场所	3.78		3.84	
	感到古时徽州的宗族势力和宗族观念十分坚固	3.76		3.67	
	村落中古门楣题额、古匾额、古楹联数目众多	4.16	4.05	4.06	3.97
文化氛围的体现 Cultural atmosphere	古匾额、古楹联内容丰富	4.07		4.00	
	石雕、木雕、砖雕等数量多、形式美	4.27		4.21	
	“徽州三雕”题材众多,含义丰富	3.95		4.05	
	书院、私塾众多,书香气息洋溢(如南湖书院)	3.96		3.84	
	徽州崇尚儒学、读书重教的氛围浓厚	3.93		3.83	
	村落水系构造精巧(如宏村月沼)	4.21		3.95	
所有指标均值 Avg.			4.04		4.05

人居环境的空间体现方面有4个指标,按游客印象深刻程度的均值由高到低排列,分别是“村落四周环山,村中有水,山水相间”“白墙黑瓦马头墙是徽派建筑的代表”“村落浓墨淡彩,如水墨画般诗情画意”“民居变化多样,但总体和谐有序”,前3项指标的得分达到4分以上,4项指标的综合均值得分为4.26分,表明游客对村落的凝视多注重于园林情调的直观的物质形态表现,而非形成这种物质形态景观的自然的或历史人文的条件。

宗法观念的体现方面指标有7项,得分均值为3.80分,表明游客对徽州村落宗法观念的景观体现印象相对并不深刻。徽州是中国正统宗法制度传承的典型地区,牌坊、祠堂恰是徽州村落景观的典型代表,游客较忽略这一宗法制度的文化特征。

文化氛围的体现方面有8个指标,综合印象均值达到4.05分,表明游客对之印象较为深刻。“村落中古门楣题额、古匾额、古楹联数目众多”“古匾额、古楹联内容丰富”“石雕、木雕、砖雕等数量多、形式美”“村落水系构造精巧”4项指标得分在4分以上,表明游客对此4种事物印象深刻,其中对徽州三雕

的数量与造型印象最深,而游客对门楣、匾额等的文化内涵却不甚了解。在旅游过程中参观民居时,导游常常向游客细致地介绍民居中的雕梁画栋,包括各种含义丰富的门楣题额、匾额、石雕、砖雕等,这些直观的物质景观加之导游的语言介绍,加强着游客对徽州村落景观的凝视。

2.3 主客关系中的游客凝视

旅游本质上是不同主体打交道并互为他者的过程^[32]。游客与东道主“我者”和“他者”身份互动过程中,通过调查可知,案例地29.0%的游客是参加旅行团,27.5%的游客由工作单位组织出游,团队旅游的大众游客占游客总量一半以上。受访游客普遍表示,旅游过程中只是通过导游讲解而感受当地文化,持此观点的受访者占有所有受访游客的71.01%,其中旅行社组织的游客中,50.85%对此陈述表示同意,31.36%选择了非常同意;单位组织而来的游客中,49.11%对之表示同意,15.18%认为非常同意;而出游方式为“与朋友或家人乘坐交通工具”的游客中,53.23%认为“只是通过导游讲解而感受当地文

化”,30.65%选择了非常同意。包价旅游使旅游罩产生,游客与当地居民的接触很少,65.85%的游客认为自己几乎没有机会与当地的居民交往。游客实际上是被笼罩在旅游罩中,东道主与游客的互动往往通过旅游产品连接,在旅游地购买纪念品、服务是游客与当地居民较为直接、距离较近的交往方式,又以购买旅游纪念品为主要形式。在案例地,旅游纪念品的地方特色、文化特色表现得并不鲜明,鲜有异域风情。64.62%的游客认为,案例地的许多旅游纪念品在其他旅游地也可以买到;60.69%的受访者把旅游纪念品销售看作是当地居民的重要收入来源;54.30%的受访者感到案例地居民比较注重商业收益。

2.4 旅游后的凝视

旅游后,游客通过文本或图片的方式建构、表达和传播旅游地的信息和形象,可以通过网络文本材料分析、网络图片材料分析进行研究。

笔者对选自蚂蜂窝网站的游记文本材料采用 ROST WordParser 软件进行分析,获得文本中出现的高频特征词及其频数(表 2)。提取宏村高频关键词 55 个,西递高频关键词 41 个,南屏高频关键词 20 个。高频词主要集中在景物、景点、感受等几个方面。景物方面的高频词,包括宏村的“民居”“祠堂”“木雕”“水系”等,西递的“村落”“建筑”“牌坊”“民居”等,南屏的“祠堂”“建筑”“匾额”等,能够反映出游客在徽州古村落旅游过程中凝视的焦点景物类

表 2 选取样本的高频词特征

Tab. 2 High-frequency words from text

地点	序号	关键词	词频	序号	关键词	词频	序号	关键词	词频	序号	关键词	词频
Case	No.	Key word	Word frequency	No.	Key word	Word frequency	No.	Key word	Word frequency	No.	Key word	Word frequency
宏村 Hongcun	h1	南湖	100	h15	徽派建筑	25	h29	古镇	14	h43	和谐	8
	h2	月沼	94	h16	鹅	22	h30	山水	13	h44	敬德堂	8
	h3	导游	81	h17	书院	20	h31	水圳	13	h45	鸭腿	8
	h4	徽州	53	h18	家族	19	h32	巷子	13	h46	徽菜	7
	h5	牛形	41	h19	雕刻	18	h33	读书	13	h47	世界文化遗产	7
	h6	历史	38	h20	古老	18	h34	老宅	13	h48	皖南	7
	h7	写生	38	h21	黛瓦	18	h35	天井	12	h49	宗祠	7
	h8	民居	36	h22	桥	17	h36	徽商	12	h50	茶叶	6
	h9	摄影	34	h23	青石板	15	h37	宁静	12	h51	牌位	6
	h10	祠堂	31	h24	水墨画	15	h38	古树	11	h52	商业化	6
	h11	木雕	31	h25	卧虎藏龙	15	h39	粉墙	10	h53	烧饼	6
	h12	水系	31	h26	马头墙	15	h40	精致	10	h54	油菜花	6
	h13	承志堂	30	h27	梦	14	h41	传统	9	h55	砖雕	6
	h14	村口	29	h28	小巷	14	h42	明清	9			
西递 Xidi	x1	村落	23	x12	村口	7	x23	古朴	4	x34	俯瞰	3
	x2	建筑	23	x13	雨天	7	x24	胡文光	4	x35	古老	3
	x3	徽州	19	x14	窗	5	x25	徽派建筑	4	x36	徽派	3
	x4	牌坊	17	x15	街巷	5	x26	家族	4	x37	精巧	3
	x5	民居	15	x16	明清	5	x27	马头墙	4	x38	聚居	3
	x6	祠堂	14	x17	木雕	5	x28	石雕	4	x39	宁静	3
	x7	青石板	11	x18	朴实	5	x29	庭院	4	x40	油菜花	3
	x8	导游	10	x19	巷子	5	x30	砖雕	4	x41	青瓦	2
	x9	宅院	10	x20	艺术	5	x31	宗族	3			
	x10	小巷	9	x21	宗祠	4	x32	布局	3			
	x11	楹联	8	x22	错落有致	4	x33	淡雅	3			
南屏 Nanping	n1	祠堂	24	n6	油菜花	4	n11	商业化	3	n16	祭祀	3
	n2	徽州	14	n7	染坊	4	n12	菊豆	3	n17	写生	2
	n3	叶氏	8	n8	村子	4	n13	家族	3	n18	民居	2
	n4	建筑	5	n9	迷宫	4	n14	导游	3	n19	古村落	2
	n5	匾额	5	n10	历史	4	n15	雕刻	3	n20	影视	2

别;景点方面的高频词体现游客游览的景点名称,如宏村的“南湖”“月沼”等;感受方面的高频词诸如“古老”“梦”“精致”“淡雅”等。所提取的关键词体现了徽州村落景观特征,如粉墙、黛(青)瓦、马头墙;反映游客游览过程中的聚焦对象,如青石板、木雕等;表达了游客的旅游中所感受到的当地古朴、宁静的村落氛围。此外,“导游”“商业化”也出现在高频词中,说明导游在游客旅游过程中起到重要作用,游客眼中徽州村落已经具有商业化的印痕;南屏的高频词中有“菊豆”,可以表明其影视村的旅游效应。

视觉经验是观光旅游的重要方面,视觉信息主要是图片信息,研究针对抽样自蚂蜂窝网的242张视觉图片进行分析,采用S-S分析(space-subject)法,即按照图片场景所在地以及图片中人物主体进行内容分析^[33]。空间场景方面得到167张遗产和物质文化图,71张改造的自然旅游景观图,旅游产品图和自然旅游景观图各2张;人物主体方面得到没有人物出现的图片221张,14张有游客的图和7张有东道主的图,并没有得到主客互动的图片,进而将图片分成16类。从表3可以看出,这16种旅游地照片表征分类里,所占比例最大的是没有人物出现的遗产和物质景观图片,其次是没有人物出现的改造的自然景观图,再次是有游客出现的遗产和物质景观图片,3类图片的比例分别是61.16%、28.93%、4.96%。图片内容分析表明游客关注的焦点主要是

徽州村落的物质文化景观遗存以及依附的自然山水环境,游客欣赏徽州村落的自然山水田园风光,徽派古民居、古建筑类人文景观以及徽州传统村落的宁静氛围,对徽州独特的历史文化、徽州传统生活方式、徽州的传统手工制作技艺和特色民俗活动的关注程度较低。

3 东道主的凝视行为

3.1 主客关系中的东道主凝视

旅游发展初期,居民认为本地的人、事、物是普通的、无特别之处的,当地的风土民情、自然人文景观只是各自生活的一部分,不足为奇;当地居民也同时认为,如果可以获得经济收益,那么自己愿意支持旅游业发展,居民也往往因游客的到来而重新审视村落,并能在与游客交往互动的过程中,表现出较为积极的态度。

在南屏,旅游发展尚在探索阶段,就旅游与当地居民自身生活关系而言,主要分为3种情况:第一种情况,关系不密切,居民生活鲜受旅游影响。第二种情况,经济收益是东道主凝视中重要焦点,如果可以获得经济收益,那么居民愿意支持旅游业开展和游客到来。游客来到当地,主要是观赏徽式老房子,旅游公司在住户中选取地理位置较好的房屋,设为开放户,供游客随意入户参观,开发户每年可以从旅游公司获得2 000元的收益。42岁的陈女

表3 网络图片表征
Tab. 3 Characteristics of internet image

空间 Space	人物主体 Subject-space	照片张数(占小类比例) Quantity (proportion)	照片张数(占全部比例) Quantity (proportion in total)
自然旅游景观 Natural landscapes 2(0.83%)	没有人物出现	2(100%)	2(0.83%)
	游客	0(0.00%)	0(0.00%)
	东道主	0(0.00%)	0(0.00%)
	主客	0(0.00%)	0(0.00%)
改造的自然景观 Cultivated landscapes 71(29.33%)	没有人物出现	70(98.59%)	70(28.93%)
	游客	1(1.41%)	1(0.41%)
	东道主	0(0.00%)	0(0.00%)
	主客	0(0.00%)	0(0.00%)
遗产和物质文化 Heritage & material culture 167(69.01%)	没有人物出现	148(88.62%)	148(61.16%)
	游客	12(7.19%)	12(4.96%)
	东道主	7(4.19%)	7(2.89%)
	主客	0(0.00%)	0(0.00%)
旅游产品 Tourism product 2(0.83%)	没有人物出现	1(50%)	1(0.41%)
	游客	1(50%)	1(0.41%)
	东道主	0(0.00%)	0(0.00%)
	主客	0(0.00%)	0(0.00%)
合计 Total 242		242(100%)	242(100%)

士从事农家乐经营,她表示:“居住在村里的地理位置很重要。房子地理位置好的人家能做游客生意,他们有的自己做,有的把房子租给别人做。我们家也有老房子。但是旅游公司会选一些好房子做开放户,好房子就是上面有好的雕刻,房子本身是有故事的、有意思的,比如学校、做生意的人家。旅游线路上的也是好房子。如果旅游公司给我钱,我倒是愿意做开放户,当然做开放户有好处也有坏处,不过我觉得好处要多一点。”45岁的蒋女士并非南屏本地人,2010年到南屏开店,经营旅游纪念品生意,蒋女士前来南屏是受到当地旅游业的吸引,然而,游客数量稀少的情况使之计划近期离开。朱先生是一位旅社老板,“本来开的是饭店,但是游客少,没什么生意,就改成旅社了。做做写生学生的生意。游客到这里来,一般看看就走了,南屏知名度也不是很大。”朱先生的家庭收入“靠种稻子和开旅社。自己种不完的田,也雇别人来种。旅社规模小,有五六间客房,能住四五十人,有空调、卫生间。”朱先生表示“很欢迎有游客来的,有些游客想住在农家,体验和感受当地生活。游客来的话,可以增加自己的收入。”第三种情况,居民因游客的到来而重新审视村落。当地居民原本认为本地的人、事、物并没有特别之处,很少关注作为生活一部分的各种风土民情、自然人文景观,但是当看到愈来愈多游客前来旅游,居民往往重新审视这些物质景观,他们发现,游客到这里来主要是看马头墙。于是,原先为了安全、防风和美观的马头墙,其初始功能被逐渐淡化,吸引游客、标志地方的新功能诞生。当地人建造新式住房时,也都在平房上面多加盖一道马头墙。地方风景、徽式风情被当地人逐渐发掘,居民随之亦产生自豪感。有居民表示,在观看游客的摄影作品、写生作品后,当地人逐渐体会这些景物、风光的美感。

在西递、宏村,旅游处于参与发展阶段。以西递为例,笔者观察发现,西递景区主要旅游路线南北向的有4条,东西向的有3条,景点较为集中。各景点本身是当地居民的居所,这些徽式老宅子通常是敞开式的,供游客参观,由于旅游线路上的游客较多,宅子的主人利用屋宅中有限的空间,支起货摊向游客贩卖旅游纪念品。在调查访问中,部分当地居民告诉笔者,他们是否投身到当地旅游行业当中去,其住房在村里的位置有极其重要的影响。同时,居民在与游客交往互动的过程中,大都表现出较为积极的态度。问卷调查结果显示:66.7%的受

访居民感到能够受游客的尊重;乐意向游客介绍当地祠堂、牌坊、书院等富有徽文化内质的物质景观,乐意为游客展示自己居住的屋宅,乐意为游客介绍本地山水自然风光,乐意向游客介绍徽州三雕、竹刻、茶叶等地方特产的受访者均达到70.0%以上;80.8%的受访者表示游客的到来能够是自己家庭收入增多、生活质量变好。

旅游行业能给当地居民迅速带来经济效益,旅游收入当场即可兑现,并在某种程度上吸引大量农村剩余劳动力^[34]。主客关系中东道主凝视能够体现居民对经济效益的诉求。当地居民参与旅游业的人数较多,受访者中仅有11.6%没有参与过旅游相关工作。调查发现,旅游纪念品销售是居民参与旅游业的最主要形式,参与其中的人数比例最大,受访者中有39.9%参与或正在参与旅游纪念品的销售。旅馆、饭店的经营与服务也是重要的参与形式,27.7%的受访者参加过此项工作。参与手工艺品制作的受访者也达到18.2%,比例较大。调查中,66.3%的被调查者表示家庭收入主要或部分来自旅游业,而收入不来自旅游业的只占16.2%。调查显示,参与旅游业的所得是当地居民的重要收入来源。同时,是否地处旅游线路被居民视为参与旅游业的重要条件。

3.2 东道主对游客的凝视

笔者通过调查发现,东道主普遍认为,游客感兴趣于徽州村落的自然山水田园风光,徽派古民居、古建筑类人文景观,徽州传统村落的宁静氛围以及徽州独特的历史文化等,尤以自然山水田园风光为最;认为游客对特色民俗活动、手工艺制作技艺、当地传统生活方式等事物的兴趣程度并不高,而民俗活动可能是游客最不感兴趣的活动。居民也通过游客的摄影及写生作品观察游客旅游过程中关注的焦点。居民认为,当地自然山水风光、徽式建筑风格的民居住宅是游客倾目光的重点,而居民原本对这些“风光”“古民居”习以为常。

受访居民中有58.4%认为游客“最感兴趣”“感兴趣”于徽州村落的自然山水田园风光,73.6%认为游客“最感兴趣”“感兴趣”于徽派古民居、古建筑类人文景观,居民认为,游客也感兴趣于徽州传统村落的宁静氛围(26.1%)以及徽州独特的历史文化(11.8%)等;受访居民认为,游客对特色民俗活动、手工艺制作技艺、当地传统生活方式等事物“最不感兴趣”“不感兴趣”,而民俗活动可能是游客最不

感兴趣的活动(表4)。

3.3 东道主对徽州村落的凝视

为了便于比较研究,关于东道主对古村落了解程度的探究,笔者利用与游客问卷相同的19个指标进行测量(表1)。指标利用李克特量表进行测量,回答者对23个指标所陈述的事物的回答分为非常了解、了解、一般、不了解、非常不了解5类,分别赋值为5、4、3、2、1。

3类指标中,居民了解程度最高的类别是“人居环境的空间体现”,其综合了解程度均值达到4.28分,而又以“白墙黑瓦马头墙是徽派的代表”这一指标的均值得分为最高(4.43分);其余两个类别的指标综合均值得分都在3.7分以上而未达到4分。表明居民眼中的徽州村落富有园林情调,村落孕育于自然山水之中的和谐美是居民最为清晰的徽州村落景观。

虽然当地居民对村落空间渗透出的文化氛围并没有深刻的认识和了解,但是村落中数目众多的古门楣题额、匾额、楹联以及徽州三雕仍为当地人熟知,有关这些内容的指标均值得分都在4分以上。同样,徽州牌坊高大雄伟、极具震撼力的形象也是当地人比较了解的事物。

东道主对人居环境的空间体现、宗法观念的体现,略高于游客在这两个方面的印象程度得分;而文化氛围的体现方面,东道主得分较游客略低,但得分差异不大。

4 结论与讨论

4.1 徽州村落旅游中游客与东道主凝视行为的核心

徽州村落文化符号是凝视行为的核心,体现为:村落所依附的山水自然风光;古祠堂、古民居、

古牌坊等具有典型徽文化特色的历史文化符号;徽州地区宗法观念、尊儒重教、讲究风水等历史传统的沿袭以及由此形成的村落风貌,旅游地居民从事旅游业的行为。前两者指向物质文化,后者指向精神文化。这几个方面构成统一的符号表征系统,相互影响,相互印证,能够较为充分地反映旅游地文化的不同层次和深度。游客与东道主所关注的符号和对符号关注的深度都不尽相同。

调查结果表明,游客更关注人居环境和文化氛围的体现,对宗法观念的体现并不深刻。东道主对徽州人居环境方面的特征了解程度相对较高,对宗法观念的体现的了解程度略低。游客凝视和东道主凝视都注重物质指向文化符号,较忽视精神指向文化符号。由此可见,徽文化的内涵、徽文化的精神内蕴在旅游过程中鲜有彰显,其传承和发扬在旅游过程中没有得到体现。

4.2 徽州村落旅游凝视的主体、客体及过程

旅游凝视过程中,主体是游客和东道主。客体正是村落所依附的山水自然环境,典型徽文化特色的历史文化符号、伦理道德文化符号、民俗文化符号等。主体与客体之间的关系具有3个方面的特点:

(1)文化符号是构建两主体需求与供给关系的基础。游客前往旅游地,意图观看独一无二的目标,观看当地具有代表性的特殊标志,观看不同于自身所在的寻常场景的人们的社会生活的普通层面,游客的目标是寻找旅游地的物质指向的文化符号。旅游地东道主发现游客的需求,并利用当地的文化符号能指向游客提供某种供给,在一定程度上满足游客的需求。

(2)游客对文化符号需求层次较浅。游客凝视在旅游行为发生前就已经初步建构,围绕着徽州村落山水自然风光、历史文化符号。传播媒介尤其是

表4 居民认为游客感兴趣/不感兴趣的事物

Tab. 4 Hosts' views of tourists

(%)

选项 Option	指标 Quote	徽州村落的自然 山水、田园风光 Natural scenery	徽派古民居、古建 筑等人文景观 Humanities scenery	徽州传统古村落 的宁静氛围 Environment	徽州独特的 历史文化 History & culture	徽州传统 生活方式 Traditional life style	徽州传统手工 艺制作技艺 Traditional handiwork	徽州特色 民俗活动 Folk activity
游客最不感兴趣的 No interest		0.7	1.3	4.6	1.7	10.9	11.9	18.2
游客不感兴趣的 Little interest		3.6	2.6	13.2	4.6	15.2	13.9	9.9
一般的 Common		16.5	10.2	20.5	14.5	16.5	12.5	11.6
游客感兴趣的 Interested		23.1	28.7	17.8	26.1	9.2	6.6	5.9
游客最感兴趣的 Most interested		35.3	44.8	8.3	22.1	2.6	2.6	4.3

- 乡村文化保护研究[J]. 广西大学学报: 哲学社会科学版, 2009, 31(S1): 241-242.]
- [10] Hu Haixia. Gazing or dialogue: Rethinking about the theory of tourists gaze[J]. *Tourism Tribune*, 2010, 25(10): 72-76. [胡海霞. 凝视, 还是对话? ——对游客凝视理论的反思[J]. 旅游学刊, 2010, 25(10): 72-76.]
- [11] Wang Jinling. Acculturation: A theoretical study[J]. *Journal of Guizhou University for Nationalities: Philosophy and Social Sciences*, 2011, (1): 164-168. [王金玲. 旅游中的涵化: 一种理论概观[J]. 贵州民族学院学报: 哲学社会科学版, 2011, (1): 164-168.]
- [12] Sun Jiuxia. Research of ethnic groups culture transplantation based on tourist gaze[J]. *Thinking*, 2009, 35(4): 37-42. [孙九霞. 族群文化的移植: “旅游者凝视”视角下的解读[J]. 思想战线, 2009, 35(4): 37-42.]
- [13] Ba Duoxun, Wang Jun, Lan Hai. Tourism gaze and cultural changes in minority areas[J]. *Journal of Jiangxi University of Finance and Economics*, 2009, (2): 112-116. [把多勋, 王俊, 兰海. 旅游凝视与民族地区文化变迁[J]. 江西财经大学学报, 2009, (2): 112-116.]
- [14] Wei Meixian. On artistic generation in the other's staring: Anthropological review on artistic construction in tourism shows in the Mu Village[J]. *Journal of Guangxi University for Nationalities: Philosophy and Social Science Edition*, 2009, 31 (1): 43-47. [魏美仙. 他者凝视中的艺术生成——沐村旅游展演艺术建构的人类学考察[J]. 广西民族大学学报: 哲学社会科学版, 2009, 31(1): 43-47.]
- [15] Zhang Xiujuan. *Research of Ethnic Culture Construction Based on Tourist Gaze*[D]. Kunming: Yunnan University, 2013. [张秀娟. “旅游凝视”视角下的民族文化建构研究[D]. 昆明: 云南大学, 2013.]
- [16] Liu Danping. *Tourism Gaze: A Domestic Study*[M]. Tianjin: Nankai University Press, 2008: 231-240. [刘丹萍. 旅游凝视——中国本土研究[M]. 天津: 南开大学出版社, 2008: 231-240.]
- [17] Du Congxian. Research of folk cultural changes based on tourism gaze[J]. *Economic Vision*, 2011, (8): 181-182. [杜聪贤. 基于旅游凝视理论的民俗文化变迁研究[J]. 经济视角, 2011, (8): 181-182.]
- [18] Zhou Xian. Modernity and the tourism gaze in visual culture[J]. *Tianjin Social Science*, 2008, (1): 111-118. [周宪. 现代性与视觉文化中的旅游凝视[J]. 天津社会科学, 2008, (1): 111-118.]
- [19] Chen Cai. *Image, Gaze and Identity: A Qualitative Research on Tourism Experience of BLOG in Dalian*[D]. Dalian: Dongbei University of Finance and Economics, 2009. [陈才. 意象·凝视·认同——对旅游博客中有关大连旅游体验的质性研究[D]. 大连: 东北财经大学, 2009.]
- [20] Cui Honghong. *A Study on Tourism Destination Image under Photography Gaze*[D]. Shanghai: East China Normal University, 2010. [崔红红. 旅游图文凝视下的目的地形象研究[D]. 上海: 华东师范大学, 2010.]
- [21] Xu Qi. *Research on the Tourism Gaze under the Consumer Society Based on Interviews and Analysis of Photography*[D]. Dalian: Dongbei University of Finance and Economics, 2010. [徐琦. 消费社会中的旅游凝视行为研究[D]. 大连: 东北财经大学, 2010.]
- [22] Yang Dongmei. *The Interpretation of Tourist Behavior about 798 Art Zone under the Perspective of Tourist Gaze*[D]. Dalian: Dongbei University of Finance and Economics, 2010. [杨冬梅. 旅游凝视视角下798艺术区旅游行为的深度阐释[D]. 大连: 东北财经大学, 2010.]
- [23] Ye Rujin. *Research of the Image of Shanghai from the International Tourists' Sight Based on the Web 2.0 Interaction Technology*[D]. Shanghai: Shanghai Normal University, 2013. [叶如瑾. 基于Web 2.0照片交互平台的国际游客眼中的上海旅游意象研究[D]. 上海: 上海师范大学, 2013.]
- [24] Huang Chenglin, Feng Xuegang. A study on the development of tourist about Huizhou culture[J]. *Human Geography*, 1999, 14 (1): 58-60. [黄成林, 冯学钢. 徽州文化旅游开发研究[J]. 人文地理, 1999, 14(1): 58-60.]
- [25] Lu Lin, Ling Shanjin, Jiao Huafu, et al. Landscape features and mechanism of Huizhou Ancient Village[J]. *Scientia Geographica Sinica*, 2004, 24(6): 660-665. [陆林, 凌善金, 焦华富, 等. 徽州古村落的景观特征及机理研究[J]. 地理科学, 2004, 24(6): 660-665.]
- [26] Ding Yulian, Lu Lin, Huang Liang. A study on the symbol of cultural leisure tourism: Taking Lijiang Ancient Town and Huizhou Ancient Village as examples[J]. *Tourism Tribune*, 2006, 21(7): 12-16. [丁雨莲, 陆林, 黄亮. 文化休闲旅游符号的思考——以丽江大研古城和徽州古村落为例[J]. 旅游学刊, 2006, 21(7): 12-16.]
- [27] Lu Lin, Ling Shanjin, Jiao Huafu, et al. Study on evolution process and mechanism of Huizhou Ancient Village[J]. *Geographical Research*, 2004, 23(5): 686-694. [陆林, 凌善金, 焦华富, 等. 徽州古村落的演化过程及其机理[J]. 地理研究, 2004, 23(5): 686-694.]
- [28] Lu Lin, Ge Jingbing. Research on geographical environment of the formation and development of Huizhou Ancient Village[J]. *Journal of Anhui Normal University: Natural Science*, 2007, 30 (3): 377-382. [陆林, 葛敬炳. 徽州古村落形成与发展的地理环境研究[J]. 安徽师范大学学报: 自然科学版, 2007, 30(3): 377-382.]
- [29] Lu Lin, Jiao Huafu. The culture content of Huizhou architecture [J]. *Journal of Nanjing University: Philosophy, Humanities and Social Sciences*, 1995, (2): 163-171. [陆林, 焦华富. 徽派建筑的文化含量[J]. 南京大学学报: 哲学·人文·社会科学, 1995, (2): 163-171.]
- [31] Zheng Yuyu, Lu Xingfu, Lu Lin. A research on cultural awareness of cultural subjects: A case of residents in Yixian[J]. *Human Geography*, 2013, 28(4): 41-46. [郑玉玉, 路幸福, 陆林. 文化主体的文化自觉研究——以黟县居民为例[J]. 人文地理, 2013, 28(4): 41-46.]
- [32] Yang Minghua. Research on the media between host and guest: A case study of Tibetan villages in Danba county[J]. *Tourism Science*, 2009, 23(5): 8-14. [杨明华. 东道主与游客关系中的中介力量作用探析——以丹巴县甲居藏寨为例[J]. 旅游科学, 2009, 23(5): 8-14.]
- [33] Ma Qiufang. *Analysis of Tourism Destination Brand Based on Communicating Semeiology: Taking Shaanxi as an Example*[D]. Xi'an: Shaanxi Normal University, 2010. [马秋芳. 基于符号传播学的区域旅游地品牌构建分析——以陕西为例[D]. 西安: 陕西师范大学学位论文, 2010.]
- [34] Sun Jiuxia. Land-watching and participation in village tourism: A study of the farmers' participation in communal tourism and its causes[J]. *Thinking*, 2006, 32 (5): 59-64. [孙九霞. 守土与乡村社区旅游参与——农民在社区旅游中的参与状态及成因[J]. 思想战线, 2006, 32 (5): 59-64.]

The Behavior of Tourists and Hosts by Gazing the Huizhou Villages

WANG Tianying¹, LU Lin², LU Xingfu¹

(1. College of History and Sociology, Anhui Normal University, Wuhu 241000, China;

2. College of Territorial Resources and Tourism, Anhui Normal University, Wuhu 241000, China)

Abstract: The “tourist gaze” proposed by John Urry is an important theoretical analysis tool applied in the fields of tourism sociology and tourism culture research. The tourism gaze concept, which includes both the tourist gaze and host gaze, is a complex system of diverse factors with numerous interactions between the beneficiaries like tourists and hosts. This study briefly analyzes both international and domestic Chinese trends in tourism gaze research and summarizes the current hot topics in the area. There is a current domestic focus on tourism gaze. Chinese researchers use this theoretical tool to study aspects such as tourist-host interactions, cultural changes in minority areas, the shaping of tourism destinations, tourism image, tourist behavior, and tourist experience.

The Huizhou culture has rich connotations and complete systems. Xidi, Hongcun and Nanping of Yixian are famous for their traditional culture, while Xidi and Hongcun are listed as United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) world heritage sites. There are many tourism attractions in these three villages, which are the example sites for this study. A questionnaire survey was used to gather data and information during August 2012. A total of 410 tourist questionnaires and 310 host questionnaires were distributed to the respondents. Completed and valid responses were received from 407 tourist questionnaires and 303 host questionnaires. The alpha coefficients are 0.8966 and 0.9285, respectively. The 19 questionnaire indicators are classified into three categories to measure the behavior of both tourists and hosts. SPSS 11.5 software was used to order and to analyze the data. It was used to analyze the tourists’ impression and the hosts’ comprehension about Huizhou villages’ characteristics. Further ancillary investigation methods were used, such as constructed interviews, participant observations and non-participant observations. Such methods were added to study the hosts’ impression of the Huizhou villages’ characteristics and the hosts’ views of tourists. Text and photographs from Mafengwo—a tourism website with over 50 million users—were also conditionally collected for content analysis. High-frequency words from the texts were picked up using ROST WordParser. Space-subject method was used to study the image characteristics.

Ancient villages are regarded as symbols and markers of Huizhou culture. The main subjects of tourism gaze in the Huizhou villages are the tourists and the hosts. The objects are the culture signals, also considered as the core of tourism gaze, and include the material and spiritual forms of the culture. The tourists and hosts interact based on gazing at the relevant culture symbol. They reflect the natural scenery, the man-made environment, the traditional culture and the hosts’ lifestyle. However, both the tourists and the hosts have only a shallow understanding of these culture signals.

This research discusses the behaviors of tourists and hosts in Huizhou’s ancient villages while gazing at the cultural symbol. The interaction process between the tourist gaze and the host gaze are analyzed. It is found that the connotation and inner spirit of Huizhou’s culture are neglected in tourism by both the tourists and the hosts. The level of the tourists’ demand for and the hosts’ understanding of the culture symbols are superficial. Tourism gaze can be considered as a force that helps to build links between tourists and hosts based on different needs. The symbols and marks of Huizhou culture that are considered to be its core seem to be built, strengthened and even rebuilt during the interaction process.

Keywords: Huizhou villages; tourism gaze; the behavior of tourist gaze; the behavior of host gaze

[责任编辑:吴巧红;责任校对:魏云洁]