

# 社区型文化遗产地的 旅游空间生产与形态转向

## ——基于惠山古镇案例的分析

郭 文

(南京农业大学 人文与社会发展学院, 南京 210095)

**摘要:**采用田野调查法和访谈法,对惠山古镇旅游空间生产及其形态转向进行了研究。结果表明:惠山古镇传统空间形态表现为物质空间的自然性、文化空间的自洽性和社会空间的地域性;旅游后古镇基于地方性的空间凝视、以政府为主导模式的社区改造与资本介入,以及资本与异质文化对新空间的跟进是空间生产的主要动因;惠山古镇旅游空间产生的绅士化现象盛行,在一定程度上引发了传统空间形态和特色的消亡,物理空间的产品化和商品化使其难以响应地方文化,文化空间的异质化致使地方转为真实与现象的第三空间,社会空间的契约化割裂了传统社区人际关系调节的感性模式;未来空间形态优化,需要新的空间调控理念作为引导,融入而非替代是空间自我的前提,均衡而非失衡是空间正义的根本。

**关键词:**社区型文化遗产旅游地;旅游空间生产;形态转向;惠山古镇

**中图分类号:**F592.3 **文献标志码:**A **文章编号:**1000-5315(2019)02-0075-08

随着改革开放步伐的推进和社会主义市场经济的深入,中国江南地区的社区型文化古镇旅游进入了快速发展阶段。2000—2018年,本研究案例地惠山古镇在通过一系列前期探测、论证和开发后,逐步形成了以“政府主导”为特色的旅游经济开发模式,古镇原住民全部异地迁出古镇社区。古镇借用传统文化“古为今用”,并伴随空间形态转变的过程,成为一种空间商品化,古镇生活空间置换和空间被开发、设计、使用和生产的实践过程<sup>[1]27-31</sup>,也是夹杂复杂社会空间生产、意义和价值体系解构和新的空间地方性形成的过程。面对古镇旅游开发带来的诸多新现象和新问题,极有必要从一个合理的新视角切入,重新审视和优化古镇旅游开发的空间转向问题。

在理论研究中,通过中国学术期刊全文数据库和 Web of Science 引文数据库,对“社区型古镇”“空间生产”等知识进行搜集、鉴别和整理,发现国外对古镇方面的传统研究,侧重在建筑保护<sup>[2]</sup>和文化形态<sup>[3]</sup>等领域。国内倾向于物理空间形态<sup>[4-5]</sup>、规划开发<sup>[6-7]</sup>、感知与形态<sup>[8-10]</sup>、游客重游意愿<sup>[10]</sup>、文化保护<sup>[11]</sup>等方面。在古镇社会空间和遗产开发方面,国外学者较早总结了旅游发展及主客体相互作用对社会文化的影响<sup>[3]</sup>,认为只有充分考虑旅游地传统文化和历史发展过程中的各种社会关系,才能更好地推进文化经济的运作<sup>[12]</sup>。在遗产旅游发展策略研究中,参与性融入地方发展<sup>[13]</sup>、协同管理等被认为是良性发展的重要途径<sup>[2]</sup>。还有研究表明,在旅游文化商业化对传统文化影响背景下<sup>[14]</sup>,原住民对旅游

收稿日期:2018-10-20

基金项目:国家社会科学基金项目“江南社区型文化古镇旅游空间生产研究”(13CGL076)。

作者简介:郭文(1978—),男,山西汾西人,理学博士,博士后,南京农业大学人文与社会发展学院副教授、硕士生导师,主要研究方向为马克思主义地理学、旅游空间生产及社会文化地理。

发展带来的损益度影响着对旅游发展的支持度<sup>[13]</sup>,而理解文化遗产旅游社区的历史和结构,有助于更好地理解如何参与社区旅游发展<sup>[15]</sup>。近年来,国内少部分文献结合古镇对社会空间问题进行了探索。例如,文化身份脆弱性的社会建构和旅游影响空间分异得到部分学者关注<sup>[16-17]</sup>。旅游规划空间生产的本土化<sup>[18]</sup>、新空间转型、空间生产的理论构建<sup>[19]</sup>,以及基于空间生产视角的民族文化旅游理性开发<sup>[20]</sup>也得到了部分重视。但是,无论国内还是国外,对古镇作为文化遗产旅游地的空间实践引发的社会空间问题,还缺少生产内涵挖掘、机制诠释和空间反思等必要的学术跟进,这在一定程度降低了把古镇空间本身作为一个重要对象分析的尝试,也阻碍了对古镇空间生产和形态变迁的深刻认知。

作为特殊类型的文化遗产旅游地,惠山古镇既是社区原住民的生活区,又是旅游开发的具体实践区。面对古镇旅游空间实践和特色消亡与文化重构现象,未来古镇旅游理性与可持续发展有待深入思考和回答下列问题。其一,惠山古镇传统空间的地方性有何特征?对“地方”的营造意义何在?其二,旅游介入下,哪些因素推动了古镇的空间生产?其机理又是什么?其三,新时代背景下,惠山古镇空间生产给我们带来什么启发和反思?从空间视角切入,对惠山古镇旅游空间多维生产状况进行剖析,在理论上将拓展学界传统对古镇“空间中的研究”为“空间本身的研究”,丰富和拓展古镇空间生产理论;在实践上,可为改革开放后我国类似社区型文化遗产古镇的地方性重塑、合理保护利用和化解现有空间矛盾作出有益探索和借鉴。

## 一 案例地概况、调研过程及概念界定

### (一)案例地及调研过程

惠山古镇地处江苏省无锡市,是国家级重点文物保护单位和世界文化遗产预备名单。惠山古镇最具价值的是汇集了自唐代至民国时期 80 个姓氏和 180 个历史名人,以及 118 处历代祠堂建筑和重要文化遗迹。祠堂文化、孝文化、泥人文化、农耕文化是其引起外界关注和文化旅游资本化的重要介质。在大规模旅游开发前,惠山古镇是聚集上百户原住民的传统社区,社区关系以血缘、文化和地缘特征结成联系纽带。20 世纪 90 年代以来,惠山古镇旅游产业逐步介入,新世纪后旅游经济加速发展,古镇空间因此经历了从相对“封闭空间”“流动空间”再到“社会空间”的多维形态转向。

针对本次惠山古镇社会空间生产和形态转向,笔者进行了为期 7 个月的案例地调研。第一次为 2017 年 4 月份,主要为观察、记录、收集信息;第二次在 2018 年 2—6 月份,地点为惠山古镇横街、直街和原住民搬迁区。

2017 年 4 月和 2018 年 2 月,主要任务是通过访谈和话语分析,了解古镇开发模式和外迁原住民生活生产变化,分析古镇物理、文化空间变迁情况。在相关访谈中,首先选择古镇原住民,在轻松、平等的气氛中进行访谈。其中,18 位属于“探索性/饱和”人员(20 分钟/人),22 位作为“验证性/认同”人员(18 分钟/人),访谈后进行编码,再根据访谈文本出现认同概率低于平均概率的临界点,进行二次编码,以此确立“编码本”,建立正式分析的“文本库”。在此基础上,寻找码号类型和码号之间的联系,对浓缩以后具有意义分布和相互关系的资料进行研究,再依据“类属分析”和“情境分析”法抽取信息。最后正式采用的访谈编号规则如下:FT——访谈资料;01——被访谈者序号;A/B/C——访谈次数,两者之间大写字母表示被访谈者代号。如“FT01—MTR—A”表示该资料来自第一位访谈者 MTR 的第一次访谈记录。第三次在 2018 年 7 月,对前期获得第一手资料进行补充调研。第四次在 2018 年 10 月,对古镇地方性特征和空间生产再次进行调研。

### (二)相关概念界定

“社区”最初由德国社会学家斐迪南·滕尼斯提出<sup>[21]48-76</sup>。在滕尼斯那里,社区是以熟悉、同情、信任、相互依赖和社会粘着为特征的社会共同体组织,成员之间属于“关系的组合”,具有强烈的“我们感”。本研究中,“社区型”提法主要是凸显案例地的“社区性质”,指聚集在一定的时空范围内,成员之间具有共同归属感和结合感的社会生活共同体。20 世纪 20 年代后,遗产内涵经历了从“特殊的”遗产走向“一般的”遗产的理解,含义与“继承”相连,意指“从祖先那里继承下来的东西”。“文化遗产地”则强调“从祖先那里继承的具有文化遗产性质的案例地”。因此,从纵向角度分析,本研究提出的“社区型文化遗产地”概念具有“历时发展性”,强调“空间形态”,侧重因原住民聚集,生成古镇聚落,并形成古镇共同体空间形态的过程;从横向角度分析,强调古镇“空间形态的类型”,主要用来指区别于现代一些因资本利润驱动,或因其他目的构造而形成的主题公园型古镇社区。

### 二 空间研究的社会性浮现及空间生产内涵

20 世纪之前,被普遍认为是属于空间观念相对湮没的历史时期<sup>[22][23]16[24]29-33</sup>。20 世纪后半叶,空间转向思潮兴起,主旨是更加突出空间的社会属性。受后现代主义思潮影响,后现代地理学认为社会存在、社会关系的空间形态与特定社会价值、社会符号和社会意义相对应,许多被压制、排斥甚至不公正的地理空间景观成为人们竞先谈论的话题。21 世纪以来,地理学社会空间观

得到了比以往任何时期更加重视的程度,空间的社会性也由此成为广泛关注的焦点。

在这场“空间转向”中,列斐伏尔认为社会生产无处不在,空间是带有意图和目的、被策略性和政治性地生产出来的。之后,研究者对空间的生产机理进行了各种解析。哈维等直接将资本主义经济发展和空间改造联系起来<sup>[25]1-39[26]120-151</sup>,认为新自由主义致使地理不均衡造成资本累积出现社会问题<sup>[27]90[28]</sup>。福柯提出空间会创造出独特个体或新的主体类型,权力在其中起了很大作用<sup>[29]104</sup>。苏贾等认为是政治权力和意识形态对空间生产产生了影响,资本在此背景下会将空间当作社会生产力运行的材料,消费和控制的商品<sup>[30]56[31]364-365</sup>。在具体逻辑上,哈维的“资本积累三回路之间结构性关系”是最具有解释性的工具<sup>[32]</sup>,即资本投资于一般生产资料 and 消费资料的初级循环,投资于建成环境的第二级循环和投资于科教和社会领域的第三级循环。三次循环实质论述了空间社会性矛盾的出现其实是因为空间的“使用价值”让位于“交换价值”的结果。

在空间生产效应方面,资本空间化把一切要素纳入其生产运作体系,促进了生产力的极大发展;从生产关系的角度看,空间的资本化必然促使空间产生广泛的社会交往,进而造就日益丰富的社会关系。此外,资本的狭隘性也会导致空间生产异化。资本过度生产背离人的需求,以致日常生活出现“去生活化”景象。这正是列斐伏尔三元理论中“空间再现”的一个侧面,也契合了苏贾“第三空间”概念的内涵。

通过上述分析可知,空间化既不同于传统物理空间,也不是静态的社会结构,而是以从物质生产到社会关系生产为核心的一个基本视野。在对“空间的生产”机理及影响因素研究方面,可以将上述零零碎碎的论述概括如下,即资本、权力和阶层等政治、经济社会要素对具体空间的塑造过程,并形成空间的社会化结构和空间性关系过程。

### 三 旅游与惠山古镇的空间生产

#### (一)惠山古镇的原生空间形态

在历史上,惠山古镇由于受自然环境、政治、经济、文化等要素制约,物质空间布局是一个集集体活动、邻里互动和特殊合作的共同生活体。从小尺度来讲,古镇生活空间基于社区型物理空间建构,原住民和商店作坊比邻而建,依靠历史积淀和人文传承的街道和河流构成古镇空间基本脉络,以古镇原住民行为活动为主线的“私人空间—灰空间—公共空间”层次递进格局,属于最易识别且最具生存性的空间形态。

传统物理空间造就了古镇文化空间性质的自然生

产。例如,无论在古镇建筑,还是民俗节庆方面,“宗法礼制”“天人合一”“修身克己”和“环境生态观”的表征,都凸显了文化空间的特质以及对人际关系的规制;在古镇原生空间自组织体系下,由传统文化主体组成的古镇精神空间形成了自洽性的空间关系。

传统古镇属于宗族聚落,无论在居住形态、景观特点还是文化构成方面,都有着丰富的特性和内涵。这些可以从宗祠的文化空间看出来,不同层面的文化思想具有内在循环性。——FT01—MTR—A(男,社区文化精英)

可以看出,社区精英 MTR 的访谈证实了古镇文化空间具有的自洽性。相对于物理和文化空间,惠山古镇的社会空间属于特定地域中原住民生活连接而成的社会经济空间网络。从经济活动域来讲,虽然无锡自古就是全国重要的“米市”和“布码头”,但传统古镇内部的主要社会经济活动,仍然是以小农为主体的高度分散的自然经济,顺应自然的小农经济致使古镇经济活动空间的地域性相对明显。从社会活动域来讲,原住民日常生活中基本强调以族群及宗族孝悌关系为本,追求人与环境、人与人之间和睦相处,古镇社会结合的纽带、方式及其功能,以地缘或血缘为主,社会经济活动对外关系交往总体有限。直到 20 世纪 80 年代以来,惠山古镇原住民依然将惠山泥人和紫砂茶壶经济收入作为重要生活来源之一,这些社会经济活动也与惠山祠堂、地方文化等高度融合在一起。

传统经济生活主要有渔业、惠山泥人和紫砂壶纪念品出售等,基本上是以家庭为单位进行生产。原住民日常生活交往很注重传统文化(的遗存),对外交往不如现在(旅游开发后)多。——FT07—KUY—B(男,古镇原住民)

总体来看,历史视域中惠山古镇空间形态的地域性根植于地方物质空间和文化空间。传统古镇空间是适合自身内在运作逻辑形成的内在性结构形态,表现为物质空间的自然性、文化空间的自洽性和社会空间的地域性。

#### (二)旅游背景下惠山古镇的空间生产

##### 1. 基于地方性的空间凝视

英国学者厄里提出的“旅游凝视”理论为我们提供了揭示空间被重构的切入点,该理论本质上是现代性背景下一种重要的“发现形式”和权力关系<sup>[33]156-167</sup>。2000 年以来,惠山古镇作为一种“被观看的方式”,主要表现为古镇爱好者用照片、摄影等将其空间有形化(摄影表达、图片展示等)、进行绘画展示(如文化博览会画家对惠山空间的专业写生)、文学书刊描述(如名人诗词展)

以及口耳相传(如民间对孝文化和传说的演绎)等。

我很早就关注惠山古镇,泥人文化和祠堂文化在全国具有代表性,这次来主要是对祠堂文化的调研,每次结束后都会在媒体向朋友分享照片和体会。——FT09—GRT—A(女,湖北游客)

惠山古镇素材多,具有江南建筑的典型特征,也有自身文化优势,进行绘画创作,是较好的案例地。——FT012—KYE—A(男,北京游客,画家)

以上充分说明,以地方文化为基底旅游凝视作为一种力量,促进了惠山古镇作为旅游消费地的建构与传播,并且推动了古镇空间消费的现代性。

## 2.以政府为主导模式的社区改造与资本介入

2000年,无锡市将惠山古镇上报国家建设部,申报“全国100个著名古镇(历史文化街区)”称号。2004年前,政府完成景区保护性修建工程,将整个惠山文物古迹区申报“国家级重要文物保护单位”。2006年,《惠山古镇历史文化街区保护规划》通过。在我国城市历史文化空间逐渐成为人们消费需求,以及无锡迈向区域性中心城市转型发展的大背景下,地方政府意识到文化资源作为不动产的动产业化运作对城市发展带来的潜在价值,充分利用古镇历史文化资源优势,这将是旅游带动传统文化复兴,并推动城市内涵发展的新路径之一。

传统文化保护不是静态保护,要走入现代生活中。传统文化需要时尚符号来传承,像各类博物馆、遗址等,都可以成为地方发展和推动现代城市建设的核心资源。——FT016—DTY—C(男,古镇管理工作人员)

2000—2018年间,在“政府主导”开发模式下,惠山古镇空间生产利用土地级差原理重新配置空间用地,向原住民征地并集中安置,再进行补偿分配的方式,完成了古镇社区的空间置换,实现了旧空间再生和新空间的生产,这一阶段是古镇旧空间开始实质分化的阶段。改造后的古镇主要以政府招租形式进行旅游商业活动,旅游成为获取经济利益的空间生产和商品化过程。古镇社区在形态上变为以围绕旅游为主体的市场经济交易场所,空间功能由以往以生活为主转变为以“经济增值”为目的的商品活动。

## 3.资本与异质文化对新空间的跟进

从2006年开始,地方政府不断加快对古镇社区空间的改造。近几年,惠山古镇同质化的商业空间在不断涌现,地方传统非物质文化遗产如全国著名的泥人文化等开始出现“舞台化”倾向,地方传统物质文化也按照指定区域“集中化再现”。

以前很多原住民从事传统文化产品的制作和

销售,泥人文化内涵都是经过精心设计,原住民是文化的传承人;现在都集中统一生产,个体传承看不见了。——FT05—HIU—C(女,当地原住民)

与此同时,一种有别于传统古镇的外部异质文化逐步进入核心空间,如时尚生活馆、现代饮食坊、旅游服务企业,以旅游为主的商业文化与市井文化和城市文化有意识地杂糅共处。原有社区性文化空间中的传统物质、制度和精神文化形态,不断改变着传统古镇存在的方式;在利益驱使下,新的空间形态也在不断重塑着古镇传统空间形态。

从游客消费角度来说,现代性的消费空间可能更方便些,但是传统的气息看不到了,也没有地方特色了,感受不到地方性的文化。——FT011—SWE—A(男,广州游客)

对本地人来说,旅游文化就是商业文化,变化一定会发生。我是搬迁者,搬迁后人们的交往方式和关系也在不断变化,什么都在这个不大的空间发生着。——FT19—LOU—C(女,古镇原住民)

不难看出,新空间主导者主要是政府、商户和游客。以政府为代表的权力与以商户为代表的资本等政治经济要素和力量的联结对惠山旅游空间进行了重新塑造。政府对旧空间的改造以古镇社区为载体,既实现了面貌的改观,又实现了经济的增长。商户是古镇空间生产的资本提供者和文化符号商品化的推动者。游客成为新空间文化符号消费的享用者。作为古镇主人的原住民成为新空间参与开发权利的主要让渡者,原先具有主体性的社区主人则变为空间的边缘者。

## (三)惠山古镇旅游空间生产的机理

作为重要的社区型文化遗产地,惠山古镇从相对“封闭空间”到“流动空间”的转变,经历了“被发现”“被开发”“被挤占”和“被分化”四重作用。其中,资本、权力等政治、经济社会要素对空间的塑造具有决定作用。旅游凝视与“地方”被关注是惠山古镇被发现的先在力量,产业优化与文化彰显是惠山古镇被开发的转型介质,资本循环周期中的“自利性”是古镇空间被挤占的资本因素,旅游开发背后的政治力量博弈是古镇空间被分化的权力因素(图1)。

### 1.旅游凝视与“空间”被发现

从深层机理分析,“凝视”首先确立了我们周围的世界,个体的“观看”往往会成为“集体凝视”(游客驱动、官方打造、舆论造势等)“地方”的前置条件。旅游欲求、动机和行为的融合,以获得愉悦、怀旧等体验并抽象化的结果,本质是旅游者施加于旅游地的一种凝视力。20世纪90年代,惠山古镇作为具有不同于城市景观基因的

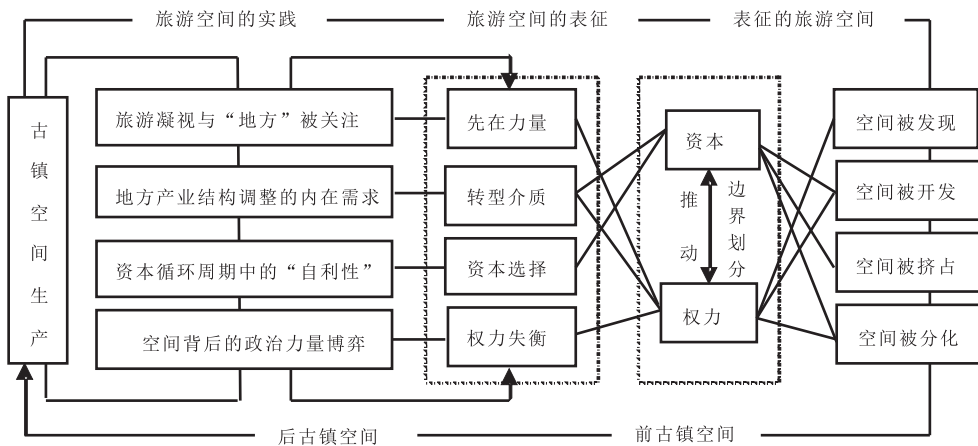


图1 惠山古镇旅游空间生产机理

地方消费空间,契合了游客发现和凝视“地方”的先在基础条件,在“反向的生活性”驱使和旅游凝视力的作用下,古镇最初爱好者如“驴友”、摄影家、探奇者、文化爱好者等,通过对原生文化符号的选取、抽离、改造等不同建构方式,推动了古镇从“地方”向大众凝视地的转向。

### 2. 产业优化、文化彰显与“空间”被开发

2000年后,旅游业逐步介入惠山古镇,古镇不断在物理、文化和社会方面,被融入城市大尺度产业优化和城市文化彰显为大背景的空间生产范畴中。之后加速期主要集中在2010年前后,资本投资主要以古镇周边土地整理和工厂企业建设为主,镇内主要以原住民利用宅基地经营传统手工艺(油酥、泥人、字画)、非物质文化遗产为主;2010年开发旅游后,原住民迁出社区,古镇主要以政府招租方式进行商业活动,内容更为丰富,传统手工艺生成方式大多消失。旅游空间生产作为一个特殊的经济部门,被看作新的经济发展方式,这正是利用了旅游具有空间消费特性和产业关联度高,带动系数强,综合效益好的特点,旅游综合功能是政府在地方产业结构调整 and 扩大内需中考量的重要因素,这也是惠山古镇得以生产和空间形态转型,并从传统社区转向现代社会空间的代因素。

### 3. 资本循环周期中的“自利性”与“空间”被挤占

在惠山古镇被开发过程中,另一大特色是旅游空间生产改变了古镇空间主体间的社会关系。政府不断借用资本,从流通领域进入古镇空间生产过程,再进入古镇商品流通领域,以实现空间的价值增值。在此过程中,资本循环一是采用“时间转移”,投资以基于社区性的众多项目或原住民本身,以最终在下一轮循环中服务于资本自身;二是“空间转移”,投资旅游资源配套项目。与资本急速聚集的天性相比,这两种转移具有一定程度

的局限性,旅游空间生产中偏向于古镇社区的公共福利性行为的削弱和限制原住民资本进入的原因正是基于上述原理产生,这是惠山古镇在深层次上造成空间关系和利益格局非均衡性,并使原住民处于边缘性的经济原因。

### 4. 空间权力的博弈与“空间”被分化

惠山古镇空间生产造就了空间的地理差异。如前所述,政府、商户和游客是新空间的受益者,原住民被排斥在外围空间,成为新空间的让渡者。也正是这种空间生产背后的政治力量博弈,在空间生产的辩证性过程中,更使空间生产主导者有力量携带优势资本,更有力量将空间本身而非空间中的事物作为生产工具,主宰空间主导权,形成了新的空间生产关系,并以此支配着惠山社区空间变迁的方向。

综上所述,惠山古镇旅游空间生产是资本、权力等诸多要素和力量对古镇旅游空间重新塑造和社会化的过程。基于地方性的空间凝视、以政府为主导模式的社区改造与资本介入,资本循环周期中的“自利性”,以及空间权力的博弈,是古镇旅游空间生产的综合动因,相互之间辩证性地呈现出了惠山古镇旅游空间实践、旅游空间表征和表征的旅游空间形态之间的复杂关系。

## 四 旅游空间生产背景下惠山古镇传统空间形态和特色的消亡

### (一) 古镇物理空间的产品化和商品化使其难以响应传统空间文化

在惠山古镇旅游开发过程中,旅游经济推动下古镇外形(建筑、街区等)的修旧如旧并非完全根植于传统。诚然,一定程度的地方重构越来越认为具有接受性和合理性,但许多基于商业特征的空间外观,则体现了刻意生产、拼贴的痕迹,甚至有些“不合时宜”。例如,古镇部

分祠堂建筑外观属于复古,内部神圣空间则完全屈从于现代旅游发展之需,这本质上是一种商业的、流行的和大众文化对传统神圣文化的侵占。此外,在商业驱使下,一些光鲜炫耀的、具有现代连锁品牌的“标志”符号,也可以正当出现在古镇街区,一些传统文化馆如民间泥人作坊、地方餐饮建筑却受到挤压,古镇部分空间和建筑沦为新贵养生和炫耀身份的“名片”,这使古镇肌理从特殊(地方性)滑向了普遍(大众化)。

(二)文化空间的异质化致使传统空间转为真实与现象的“第三空间”

2010年以来,惠山古镇在资本选择性投资下,新的娱乐设施、风雅陶笛、田玉会馆、写意生活馆、丝绸工艺、古月琴坊、中药养生坊、旅游中介企业、流行音乐等逐步进入核心空间,古镇原本承载的历史文化空间容器被打破,这些融合了前现代、现代和后现代主义的空间特质,既不同于一般大众文化,也有别于古镇社区传统文化,而是一种“自我”与“他者”的互动杂糅。旅游介入古镇在消解传统空间文化边界的同时,又生成了一个“嵌入”大于传统特色的第三文化空间形态<sup>[34-35]</sup>。

(三)社会空间的契约化割裂了传统社区人际关系空间调节的感性模式

如前所述,历史视域中的惠山古镇是一种具有栖居特征的社区型文化遗产地。旅游背景下,原住民的外迁割裂了传统社区人际关系调节的感性模式,取而代之的是以流动性和网络社会空间为形态的人际交往的契约化,传统以熟悉、同情、信任、相互依赖和社会粘着为特征,以及基于社区最具价值,也是现代社会倡导的情感、温暖、亲密、共性、参与和聚集等,被旅游经济背景下的“契约、对等和分裂性”所替代。这给我们暗示,新的地方性的空间形态是多元利益分化和异常复杂的差异性关系主体所建构的文化、制度共同促使和形成的空间再现与地方表征。

## 五 结论、反思与讨论

(1)传统惠山古镇空间形态表现为物质空间的自然性、文化空间的自治性和社会空间的地域性。惠山古镇从相对“封闭空间”到“流动空间”再到“社会空间”,经历了基于地方性的旅游凝视、以政府为主导模式的社区改造与资本介入以及资本与异质文化对新空间跟进三重不同性质的旅游空间生产过程,背后潜藏的逻辑是经济和权力渗透到地方生活世界的过程。

(2)惠山古镇旅游空间生产隐含着复杂且具有联结性的网络推动结构。旅游凝视与“地方”被发现是惠山古镇被构建的原生力量,产业结构调整的内生需求是其被生产的转型介质,资本循环周期中的“自利性”是空间

被挤占的资本因素,政治力量博弈是空间被分化的权力因素。上述因素的共同作用,致使古镇空间呈现多元化空间状态,这在本质上是资本、权力和利益等政治经济要素和力量对古镇旅游空间重新塑造,并形成空间的社会化结构和社会的空间性关系过程。

(3)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。政府主导旅游开发模式,因具有资本、权力优势以及极强的社会资源整合能力,有利于古镇旅游开发和经济有效增长。但其旅游空间生产使物理空间的商品化难以响应地方文化,文化空间的异质化致使地方转为暂不确定的第三空间,社会空间的契约化割裂了传统人际关系调节的感性存在。惠山古镇案例说明,社区型文化遗产地应该是一个结构性的存在,经济、政治、文化和社会是复杂而有机的统一体。

惠山古镇旅游空间生产引发了人们如何利用古镇社区的反思。旅游背景下,资本、权力政治要素的推动,使惠山古镇重新组织进入类似形象拼贴的功能网络里,这说明消费主义与工具理性接管的旅游空间生产,使古镇异化为符号性的存在。与此同时,弱势原住民的空间权益被挤占,出现不同于以往空间的“区隔现象”和“中心—边缘”问题,形成了新的社区社会关系纽带,随之而来的是地方传统价值观、文化基因、地方感以及地方性在与现代中西价值观念混杂中失去了自身优势。

在旅游开发过程中,谁是空间的主体,谁是空间的客体,关系着传统社区文化景观和符号意义的调适方向。如何更加充分而有效地发挥传统资源的文化价值,正确处理传统文化的资本化和资本异化,如何形成包括原住民在内的主体间良性互动及社区治理创新,这使我们认识到外来文化如何与地方秩序有机相连,如何保持地方性与地方感的存在,融入而非被替代是空间自我的前提,空间均衡而非失衡是空间实现正义的根本,这也是社区型文化古镇旅游空间生产最应提倡的基本逻辑。

新时代背景下,惠山古镇旅游空间生产也带来了进一步的学术讨论。作为我国不折不扣的社区型文化遗产地,惠山古镇旅游开发使古镇的旧空间不断消解,新空间不断生产与重构,需要注意的是,这一过程始终与古镇空间原住民日常生活紧密联系在一起。马克思主义地理学认为,人类的一切诉求是随人类由自我意识向意识自我的演进,以及生产方式的进步。社区型文化古镇之内涵,不在于基于文化景观价值之上的达尔文主义的空间竞争<sup>[36]30-31</sup>,而在于其文化基因、优秀制度传承和社区的包容性发展。也就是说,古镇生存发展逻辑和与空间生产的历史逻辑具有内在统一性,古镇空间如何自

洽不取决于消费主义文化,而要看旅游作为古镇日常生活是否包含社会、经济、文化和政治等多维因素,以及能否将其内嵌于古镇空间生产过程之中。基于此,未来古镇空间实践应基于社区发展,或有效兼顾社区发展,这不仅是一个涉及旅游空间实践中工具理性和价值理性统一的问题,也是关涉旅游空间生产的伦理性问题<sup>[37][116]</sup>。事实上,惠山古镇案例在我国并非孤案,在中国改革开放和社会主义现代化建设进入新的历史时期,

反思和讨论社区型文化遗产地的旅游开发具有一定历史意义和现实意义,旅游空间生产方式决定着社区空间实践模式及其“空间再现”的形态,旅游空间生产的终极指向应该强调空间正义与生态弥合,在空间资源、空间产品、空间占有和空间分配方面,需要创新利用和合理协调,这是社区型文化遗产地旅游开发应该引起的关注点。

#### 参考文献:

- [1]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.
- [2]COCHRANE J. Tourism, Partnership and a Bunch of Old Fossils: Management for Tourism at the Jurassic Coast World Heritage Site[J]. *Journal of Heritage Tourism*, 2008,2(3):156-167.
- [3]BRUNT P, COURTNEY P. Host Perceptions of Sociocultural Impacts[J]. *Annals of Tourism Research*, 1999,26(3):493-515.
- [4]李建伟,朱菁,尹怀庭,等.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.
- [5]刘俊,袁红.1998—2009年重庆市磁器口古镇旅游用地空间结构演变[J].地理科学进展,2010,29(6):657-662.
- [6]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.
- [7]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.
- [8]朱桃杏,陆林,李占平.传统村镇旅游发展比较——以徽州古村落群与江南六大古镇为例[J].经济地理,2007,27(5):842-846.
- [9]刘炳献,潘夏宁,周永博.旅游地居民对旅游影响的感知——广西扬美古镇的个案研究[J].社会科学家,2005,(7):131-133.
- [10]唐小飞,黄兴,夏秋馨,等.中国传统古村镇品牌个性特征对游客重游意愿的影响研究——以东河古镇、周庄古镇、阆中古镇和平遥古镇为例[J].旅游学刊,2011,26(9):53-59.
- [11]刘婷,张阳生,高连海,等.古镇非物质文化遗产的搜救保护与活力复兴——以山西大阳古镇为例[J].人文地理,2009,24(3):97-100.
- [12]KNEAFSEY M. Rural Cultural Economy: Tourism and Social Relations[J]. *Annals of Tourism Research*, 2001,28(3):762-783.
- [13]GURSOY D, JUROWSKI C, UYSAL M. Resident Attitudes: A structural Modeling Approach[J]. *Annals of Tourism Research*, 2002,29(1):79-105.
- [14]MEDIAN L K. Commoditiing Culture: Tourism and Maya Identity[J]. *Annals of Tourism Research*, 2003,30(2):353-368.
- [15]HORN C, SIMMONS D. Community Adaptation to Tourism: Comparisons Between Rotorua and Kaikoura, New Zealand [J]. *Tourism Management*, 2002,23(2):133-143.
- [16]姜辽,苏勤.古镇文化身份脆弱性的社会建构及其意义——多元话语分析模式的尝试[J].地理科学,2014,34(7):840-847.
- [17]李东和,张捷,赵玉宗,等.基于旅游地居民感知和态度的旅游影响空间分异研究——以安徽省三河镇为例[J].地理科学,2007,27(4):602-608.
- [18]李琼.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.
- [19]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.
- [20]桂榕,吕宛青.民族文化旅游空间生产刍议[J].人文地理,2013,28(3):154-160.
- [21]斐迪南·滕尼斯.共同体与社会:纯粹社会学的基本概念[M].林荣远,译.北京:北京大学出版社,2010.
- [22]HARTSHORNE R. The Concept of Geography as a Science of Space, from Kant and Humboldt to Hettner[J]. *Annals of the Association of American Geographers*, 1958,48(2):97-108.
- [23]理查德·哈特向.地理学性质的透视[M].黎樵,译.北京:商务印书馆,1963.
- [24]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.

- [25] HARVEY D. *The Limits to Capital* [M]. Oxford: Blackwell, 1982.
- [26] HARVEY D. *A Brief History of Neoliberalism* [M]. London: Oxford Press, 2005.
- [27] SMITH N. *Uneven Development: Nature, Capital and the Production of Space* [M]. Oxford: Blackwell, 1984.
- [28] BRENNER N, THEODORE N. Cities and the Geographies of “Actually Existing Neoliberalism”[J]. *Antipode*, 2001, 3(34): 349-379.
- [29] 汪民安. 身体、空间与后现代性[M]. 南京: 江苏人民出版社, 2006.
- [30] 苏贾. 后现代地理学——重申批判社会理论中的空间[M]. 王文斌, 译. 北京: 商务印书馆, 2004.
- [31] LUXEMBURG. *The Accumulation of Capital Theory* [M]. Shanghai: SDX Joint Publishing Company, 1959.
- [32] 郭文. “空间的生产”内涵、逻辑体系及对中国新型城镇化实践的思考[J]. *经济地理*, 2014, 34(6): 33-39.
- [33] URRY J. *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies* [M]. London: SAGE Publications Ltd, 1990.
- [34] 胡田. 旅游“第三空间”的审美意蕴——基于哲学和美学的视角[J]. *四川师范大学学报(社会科学版)*, 2013, 40(2): 46-50.
- [35] 阳宁东, 杨振之. 第三空间: 旅游凝视下文化表演的意义重解——以九寨沟藏羌歌舞表演《高原红》为例[J]. *四川师范大学学报(社会科学版)*, 2014, 41(1): 68-74.
- [36] LEFEBVRE H. *The production of space* [M]. Oxford: Blackwell, 1991.
- [37] FOUCAULT M. *The Essential Foucault: Selections from the Essential Works of(3)Foucault 1954 — 1984* [M]. New York: The New Press, 2003.

## Tourism Space Production and Form Transformation in Community-based Cultural Heritage Sites

——Based on the Investigation of Huishan Ancient Town in Jiangsu Province

GUO Wen

(College of Humanities and Social Development, Nanjing Agricultural University, Nanjing, Jiangsu 210095, China)

**Abstract:** The field survey method and interview method are used to study the tourism space production and shape transformation of Huishan ancient Town. Results show that traditional spatial form of Huishan ancient town is characterized by the naturalness of material space, the self-consistency of cultural space and the regionality of social space. After tourism development, local spatial gaze, government-led community transformation, investment, and the follow-up of capital and heterogeneous culture to the new space are the main motives of space production. The popularity of gentrification in the tourism space of Huishan ancient town has, to a certain extent, triggered the extinction of traditional spatial forms and features. Productization and commoditization of its physical space make it difficult to respond to local culture. The heterogeneity of cultural space leads to the transformation of locality into the third space of reality and phenomena. The contractualization of social space separates the perceptual mode of traditional interpersonal relationship adjustment. The optimization of future spatial form asks for a new concept of space regulation as a guide. Integration rather than substitution is the premise of space self. Balance rather than imbalance is the foundation of space justice.

**Key words:** community-based cultural heritage site; production of tourism space; form transformation; Huishan ancient town

[责任编辑: 钟秋波]