

从审美心理学的对立原则谈乡村旅游服务设施建设

——以贵阳市乡村旅游为例

薛丽华

(贵州师范大学 地理与生物科学学院, 贵州 贵阳 550001)

摘要:旅游从其本质意义上看,是一项综合性的审美心理活动。在这一活动过程中,人们总是自觉不自觉地遵循着一些具有普遍性的原则,对立原则是其中最主要的一个。为满足游客的心理需要,留客留心,必须提高旅游地的形象,提高市场竞争力。本文从审美心理学的对立原则探讨乡村旅游建设中餐饮应反映地方文化、住宿应符合本地建筑风格、旅游商品的开发应立足本地特色等方面的设计问题。

关键词:对立原则;乡村旅游;服务设施

中图分类号:F59 文献标识码:A 文章编号:1009-8666(2006)08-0121-03

近年来,乡村旅游从南到北遍地开花,呈迅猛发展之势。乡村旅游作为一种新型的旅游形式,呈现出旺盛的生命力。但在其发展中,出现了旅舍建筑、餐饮等城市化现象,违背了游客向往原汁原味的乡野生活、回归自然的心理需求。

一、审美心理学的对立原则

审美对立原则较早由美国博物学家达尔文提出,他主要从美感与利害感的关系上论述对立原则。19世纪末,俄国普列汉诺夫在《没有地址的信中》进一步论述了对立原则。他认为审美中的对立原则就是矛盾原则、相反原则,又称“对比原则”。指出某些社会习俗、审美趣味的发生、发展就是在这种对立原则的影响下进行的。审美对立原则不仅仅表现于审美趣味的矛盾,也不仅仅表现于审美有无利害感之间的矛盾、对立。对立原则是审美心理运动中具有极大普遍性的原则,是探求、确立审美客体之间,审美主体与客体之间,主体审美心理要素、功能之间的差异、矛盾、对立又有内在统一性的原则。对立原则最为集中、最为具体的表现是求异心理。^[1]

二、从审美心理学的对立原则谈乡村旅游服务设施建设的必要性

(一)符合游客旅游审美心理活动的特殊规律

旅游活动实质上是一种游客的审美心理活动,这种审美心理活动遵循一般心理活动、意识活动的普遍规律,同时又有其特殊的规律。审美既是对客体美的认识、接纳过程,又是展开形象思维进行能动创造的过程。在这一系列的审美心理活动过程中,人们总是自觉不自觉地遵循着一些具有普遍性的原则,对立原则是其中最主要的一个。

对立原则贯穿于整个审美心理活动过程中,它无处不在,无时不有。人们审美探究反射、探究思维活动的客观基础是客体与主体之间客观存在着的分立、矛盾、对立。只有当对象信息系统在内容、形式上具有新颖性、奇特性、陌生性、变换性、复杂性或具有朦胧性、空灵性等特性,对人形成了强刺激,并同原有的审美心理结构、审美经验发生矛盾、对立,打破了原有的心理平衡状态,才激发起与客体发生审美关系的主体的好奇心、求知欲和探究冲动,使主体在好奇驱力的策动下将注意力集中于该对象,发生指向的、控制的探究反射、探究思维活动。所以,对立原则决定了审美探究活动的发生。^[1]

(二)符合乡村游客的心理需要,留客留心

乡村旅游的游客是城市居民,他们看惯了城里的高楼大厦、宽阔的泊油马路,吃腻了大鱼大肉,厌烦了城里的车水马龙、嘈杂喧嚣。他们想往乡村的具有独特风格的居民建筑、乡间小道、民间野味、清静秀美的环境、憨厚淳朴的民风。

收稿日期:2005-12-08

作者简介:薛丽华(1968-),女,山东茌平人,贵州师范大学地理与生物科学学院研究生,研究方向:旅游资源开发与规划。

三、贵阳市乡村旅游游客审美偏好分析

为了更好地分析贵阳市乡村旅游需求市场的发展趋势,采用随机抽样问卷调查法对贵阳市乡村旅游的需求要素进行了全面调查,调查地点选择在风景区、旅行社、旅馆和典型的民族村寨,共收回有效问卷 150 份。

根据乡村旅游需求市场抽样调查资料,运用 SPSS 社会科学统计软件包和 EXCEL 工具对游客样本进行数据处理和数据分析。

(1) 餐饮消费趋向民间特色饮食、绿色食品。贵阳市乡村旅游游客饮食偏好中,民间特色饮食所占比重最大为 48%,家常饭菜、山野风味分别占 42%、40%(如图 1),与全省乡村旅游游客饮食偏好非常相近。乡村旅游游客因为看惯、吃惯了城里高档餐馆的餐饮,因此看好具有民间特色、价位适中绿色食品。

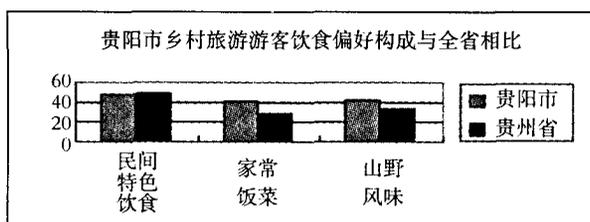


图 1 贵阳市乡村旅游游客饮食偏好构成(%)

(2) 贵阳市乡村旅游游客追求旅游社区中的园林化、乡村化设计。乡村旅游社区设计中,贵阳市乡村旅游游客主要追求园林化(50.2%)、乡村化(42.3%)(如图 2),与全省乡村旅游游客旅游社区偏好非常相近。

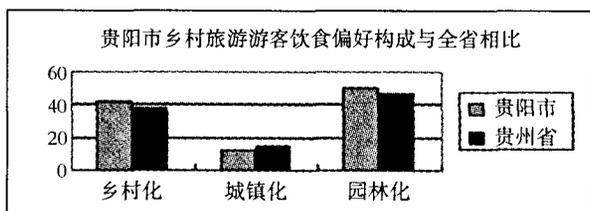


图 2 旅游社区设计偏好构成(%)

(3) 贵阳市乡村旅游游客喜欢符合本地特色的建筑。乡村旅游地的建筑偏好调查中,喜欢符合本地特色的建筑所占比重最大(40%),其次为木楼、竹楼(如图 3),与全省相近。因为他们不希望站在高楼大厦上欣赏乡村景色。

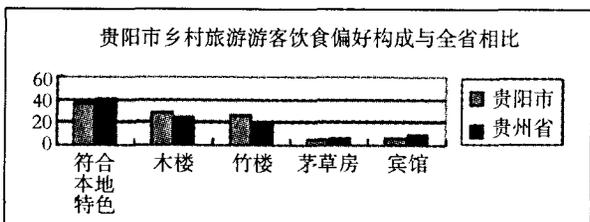


图 3 建筑偏好构成(%)

四、对贵阳市乡村旅游服务设施建设的几点建议

(1) 餐饮设计体现地方特色,反映地方文化。村寨的餐饮要生态化、绿色化,主要是民族饮食(主要是布依族、苗族、特别是高坡苗族)。村寨的餐饮在开发上一定要突出乡村旅游特色。首先必须农字当头,充分体现农家文化、田园风光,充满农村乡土气息;其次要让游客有家的感觉,参与中寻找乐趣,而非农民办的城市化餐馆;消费上价廉物美,菜品上应尽量体现农家风味,服务上应向星级酒店靠近。

村寨的餐饮要尽量采用农家烹饪原料。村寨的餐饮要立足农村,就地取材,尽量采用农家特有的、城里难以见到的烹饪原料。除了农村特有的土鸡、土鸭、老辣肉、黄腊丁以及各种时令蔬菜外,还应广泛采用各种当地土特产,如鲜竹笋、鲜菌、厚皮菜、苕菜、红苕藤、南瓜尖以及各种野菜,如侧耳根、芥菜、干油菜、蕨菜,等等。另外,像农家自制的萝卜干、盐菜、冲菜、干豆鼓、海辣、家常豆瓣以及农家自己的豆花、自己做的米凉粉等,都是很好的烹饪原料或调料。

村寨的餐饮应以民间菜和农家菜为主。村寨餐饮要突出自己的民间、农家的特色,并且要在此基础上有所发展和创新。贵州民间菜和农家菜很多,应该很好地开发和利用。例如,有名的“回锅肉”就可以开发出“盐菜回锅肉”、“泡菜回锅肉”、“红苕豆鼓回锅肉”、“侧耳根回锅肉”等许多品种;传统的“红烧肉”可以开发出“芋儿烧肉”、米凉粉烧肉“等许多品种。

在主食方面,村寨餐饮也应该充分体现出农家的特色。例如,村寨餐饮的米饭就不应该是纯粹的大米饭,而应该做成诸如“玉米粒焖饭”(俗称“金裹银”)、“腊肉豌豆焖饭”、“萝卜丝焖饭”等等。其实,这些饭既有农家特色,又好吃,而且成本不高。村寨餐饮的小吃和面点应当突出农家特色,搞一些诸如凉粉、凉面、锅摊(薄煎饼)、发糕、叶儿粑、粽子、土豆饼、红苕饼、玉米饼以及煮玉米、煮红苕、煮土豆之类的小吃和面点。

(2) 住宿设施应符合本地建筑风格。住宿设施应与环境相协调。乡村旅游住宿设施是在乡村建设的适合城里人居住而又不失乡土特色住宿设施。因此,一定要保持原汁原味的乡土建筑特色,适合所在地的人文、地理、气候、民俗、民居等追求回归自然、文化内涵丰富。不提倡贴金镶银,金碧辉煌,讲究淳朴简洁,清新淡雅,赏心悦目,就地取材,其颜色的选择和建筑风格模式应与周围环境相协调、融洽,相映成趣。贵州民居是基于独特的喀斯特基础上的建筑,如:

在贵州西部,从贵阳开始,在平坝、安顺、普定、镇宁、关岭一带,有一种与众不同的与独特的喀斯特地貌有直接关系的独特的居民建筑石板房——以石为基,以石砌墙,以石板盖顶。除了几根梁柱而外,几乎都是石头的,甚至门前的石凳,屋后的石缸及院落的石地板都是石料做成的。用岩石修建和装饰的房屋不但结实且富有美感。再是这种房屋具有冬暖夏凉的特点,在国内其他地方少见[2]。石板房与周围环境之协调,可以这样描述:看过石板房再去

周围的大山,简直觉得这大山就是人工垒起的;看过周围的大山再去看看石板房,那石板房简直就是宛如天开。这石板房民居建筑,给人一种天人合一的感觉,让人回味无穷。

在贵州黔东南、黔南等地苗族民居中,有种颇具特色的楼房,木柱木墙木楼板,楼皆建于数米高的石堡坎上,房架高6至7米,为歇山顶穿斗挑梁木架干栏式楼房,青瓦或杉木皮盖顶。楼分三层,因其二三层楼和前檐用挑梁伸出屋基外坎,形成悬空吊脚,故称“吊脚楼”。楼底层为牲畜圈舍;二层为人居住,二楼正中为堂屋,是祭祀、就餐、待客等重要活动场所,堂屋两侧是起居室、客房、储物间;顶层用于贮粮、堆置杂物。在堂屋向外一边的两柱中间,做一个曲栏长靠椅,这就是有着浪漫美丽名字的“美人靠”,这块位置,居于楼房正中,多不做窗封墙,使整幢楼通风透气,人居住舒适。

吊脚楼多依高坡而建,由若干吊脚楼组成的村寨则是依山势铺开,显得错落有致,千百户以上苗寨,就更为壮观了。位于黔东南州雷山县的西江千户苗寨,是中国乃至世界最大的苗族村寨。

侗族的民居建筑为干栏式吊脚楼建筑,是南方的干栏式建筑与山地智慧结合的产物;侗族建筑的杰作——鼓楼是侗族文化的核心,它高度的建筑美学、文化内涵和社会功用使之成为侗族文化中最有代表性、最具象征意义的符号。

(3)旅游购物商品的开发。旅游购物商品是指旅游者在旅游活动过程中所购买的、以物质形态存在的物品,主要包括各种工艺美术品、文物古玩与复制产品、土物产品、旅游纪念品、旅游日用品及各种零星用品。旅游购物是旅游六要素中的重要环节,是游客旅游消费结构中重要的组成部分,开发旅游商品,可以带来可观的收入,是提高旅游业经济效益的重要途径。

一个成熟的旅游区(旅游目的地),其旅游收入中有40%~60%的来自于旅游购物商品销售收入,可见旅游购物商品的生产和销售在旅游发展中的重要。因此,在贵阳市乡村旅游发展进程中要加快旅游购物商品的生产和销售。

第一,建立贵阳市乡村旅游商品、工艺品生产、加工、销售体系;

第二,生产贵阳市乡村旅游区较为特色的旅游商品、工艺品,旅游商品的类型主要包括:

民族工艺品:挖掘各民族的民间特色工艺品。山林特色工艺品:就地取材,设计精美,突出山林特色。如树皮工艺品、原木工艺品、木雕、竹制品、草编、藤编和香纸沟风景名胜区的簸箕画、竹编工艺品、镇山-康寨村的石板工艺品等;现已开发较成熟的有蜡染,还可考虑开发的有扎染、刺绣、挑花、簸箕画、乌当草席、布依贴画、剪纸和民族服饰、银饰品等,特别应注意样式的设计与制作的精良;其他工艺品:如纪念章、钥匙链等,切忌雷同、粗制滥造^[1]。

特色饮食(软包装化,如干果的包装):对贵阳市的各种高维果品(如猕猴桃、刺梨、杨梅等)、特色野菜(鱼腥草等)、食用菌(木耳、银耳、香菇、竹荪等)、芳香油(木姜子油、樟油等)进行精加工,提高档次,制成干鲜果类、饮料等,真空包装或瓶装、罐装后出售,务必标明“绿色食品”字样。开阳出产的富硒茶、富硒米、富硒水果等系列富硒产品,开发民间特色饮食系列,对其进行加工包装。大石乡回水村的六广河鲢鱼、银鱼、楼上菜、野豆菜、芥窝头、桐叶粑、玉米粑、粽粑等。

花卉开发:强化乌当区、白云区 and 花溪区的花卉苗木基地建设,特别是白云麦架镇的玫瑰、马蹄莲;东风镇的非洲菊、香水百合、情人玫瑰、康乃馨、郁金香、剑兰等鲜切花;新添寨镇的丽格海棠、新几内亚凤仙、千日红、仙客来等盆花及观叶植物;水田镇的桂花、樱花、雪松、玉兰等绿化苗木;花溪区小碧乡的兰花、白墨、宋梅、小雪素等,要上规模和档次,成为全省重要的花卉生产、销售基地。

文化商品:开发文化商品,如名人书画及著作:王阳明古代阳明理学的书籍,杨虎城与张学良的书画,陈白秋原木艺术,徐良贵京戏脸谱艺术等名人书画作品副本,关于夜郎文化,民族文化的书籍、画刊等;少数民族山歌等可制成磁带,歌舞芦笙等表演可制成光盘出售给游人留念。

第三,旅游商品、工艺品统一管理分散经营,以便保证其质量和品牌;

第四,增设各种旅游商品购物服务设施。

特别提醒的是:服务设施的建设要与环境相协调,要控制建筑物的体量、密度、色彩,特别是在民族村寨要与原有的建筑风格相吻合,杜绝瓷砖。

(鸣谢贵州师范大学地理与生物科学学院殷红梅教授的悉心指导)

参考文献:

- [1]邱明正. 审美心理学[M]. 上海:复旦大学出版社, 1993. 92-96.
- [3]黎国玉, 熊康宁, 殷红梅. 现代旅游者意念中的夜郎形象及其构筑邹议[J]. 中国岩溶, 2004, 第23卷(第2期):3.
- [4]王蕾. 论贵阳市旅游商品开发[J]. 中共贵州省委党校学报, 2004, (3):1