

浅谈文化因素在观光休闲农业中的地位及应用

王广宇, 陈亮明

(中南林业科技大学 环境与艺术设计学院 湖南 长沙 410004)

摘要: 随着工业化和城市化进程的加快, 生态环境每况愈下, 人们产生了“回归大自然”的愿望, 渴望在乡村环境中放松身心, 享受优美的田园风光。随之, 城市周边旅游产业快速发展, 观光休闲农业因此而兴起。和谐的自然环境是观光休闲农业得以开展的前提, 而民俗文化和田园生态文化则是农家乐的核心精髓。观光休闲农业与二者的结合代表了农家乐的未来发展方向。因此, 也只有二者紧密结合, 才能使观光休闲农业得到可持续发展。现着重论述了文化因素在观光休闲农业中的重要地位及其具体的应用, 希望能对相关人士起到一定的指导作用。

关键词: 文化因素; 观光休闲农业

中图分类号: S—0 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001—0009(2008)05—0247—03

1 观光休闲农业的发展概况

我国是世界上最古老的农业国家之一, 有着 5 000 年的文明历史, 古迹繁多, 地大物博, 农业自然资源雄厚, 这些都为发展观光休闲农业打下了坚实的基础。而另一方面, 农业长期以来处于经济基础地位, 以农业为旅游对象进行开发的意识较弱, 因此我国观光休闲农业发展的较晚。近年来, 随着农业、旅游业的发展和农村环境的日益改善, 观光农业的开发条件日益成熟, 各国观光农业发展的成功经验也触发了我国观光农业的迅速发展。在 20 世纪 80 年代后期, 深圳首先开办了荔枝

节, 随后又开办采摘园, 取得了良好的经济效益。于是各地纷纷效仿, 在我国沿海一些经济发展较快的地区以及大中城市和著名景区的周边地带, 出现一些以观光果园、采摘节、农业大观园等形式为主的农业园。进入 90 年代, 家庭农庄应运而生。近年来我国农业旅游迅速发展, 全国各地具有代表性的特色农业观光园如雨后春笋一般涌现, 例如: 北京的锦绣大地农业观光园、浙江金花石门农场、上海浦东的孙桥现代农业开发区、厦门华夏神农大观园、广西柳州水乡观光农业区等等, 这些不仅开拓了旅游业的市場, 而且为农民以及政府带来了可观的经济效益。

然而, 观光休闲农业的发展还存在一些问题, 如: 科学规划重视不够; 档次不高、品位偏低; 内容不够丰富; 生态、文化内涵不高; 社会影响力不大; 管理不够规范; 服务水平不高; 服务人员缺少培训、素质还不高; 政策扶

第一作者简介: 王广宇(1982—), 女, 辽宁鞍山人, 在读硕士, 研究方向为园林植物与观赏园艺。E-mail: happyrain1206@163.com。
通讯作者: 陈亮明。
收稿日期: 2008—01—12

所谓创新就是知识的创新和技术创新, 广义上讲, 它包括思想观念的创新、组织与管理制度的创新、科学知识与创新、工艺与产品的创新、市场与营销的创新等等。要让创新的思维深入到我们的思想领域, 制定创新的体制, 这样才能有效增强科研人员的创新能力和创造性。

3.2 树立市场为导向的农业科研观念

农业科研单位的各项科技活动最终只能以占领市场和取得最大的市场效益为目的。必须牢固树立以市场为导向的思维模式, 要对科研、开发、管理重新定位。把那些低水平重复研究的项目坚决撤掉, 把没有市场竞争力的研究课题停下来, 集中精力、财力搞一些具有发展前景、市场潜力巨大、科技含量高、能形成新的经济增长点的科研项目上来。

3.3 创新技术水平, 提高农业技术

通过发挥科研人员的创造性, 在土壤肥力上尽量采取以秸秆还田为重点, 增加有机肥施用的培肥技术; 中低产田改造技术; 旱作节水技术和平衡施肥技术; 在品种选育上, 采用先进的育种手段培育高产、优质、抗病的优良品种; 在园艺作物上则大力提倡复种技术、设施栽培技术、长季节栽培技术; 滴灌技术等。

总之, 知识经济是以知识为基础, 经济增长直接依赖于知识、信息的生产、传播和使用, 知识经济中的高新技术能够指导人们科学合理、综合、高效地利用现有资源, 实现经济效益最大化。

参考文献

[1] 洪绶曾. 农业结构调整与农业产业化[M]. 北京: 中国农业科技出版社, 2000.

持力度不够等等。而这其中,缺少文化内涵是一个很重要的因素。

2 文化因素在观光休闲农业中的重要地位

文化是一种社会资源。文化所具有的教化、激励和导向等功能,在振奋民族精神、增强民族的凝聚力这一面有着极为重要的作用。文化既是民族精神的结晶,也是其劳动力的源泉所在。文化产品和文化设施所承载的文化精神和文化传统,产生了巨大的精神财富,也构成了推动社会向前发展的独特的、重要的资源——文化资源。

随着现代社会的飞速发展,文化旅游正成为一种备受青睐、生机盎然的旅游形式。文化是一个国家旅游业保持自身特色的决定因素;文化蕴藏着巨大的经济潜能;文化是提高人的素质、提高管理水平的关键;文化是中国旅游业不可缺少的底蕴和灵魂,是中国旅游业保持中国特色、提高国际竞争力的关键。文化因素对现代旅游活动的影响,将会更加深刻和深远。

观光休闲农业赖以生存的土壤便是田园生态文化和民俗文化。田园生态文化实质是指我国特有的农耕文化生态理念。包含北麦南稻、旱地水田、红壤绿洲、牧场果园、梯田平川以及相应的农牧方式、作业周期、除病防灾等等农事表现和过程。祈盼风调雨顺、五谷丰登、六畜兴旺的态度与心情。中国农业文化不仅具有各地分异的农业形态,还有与之相匹配的祭祀、崇拜、禁忌传统,所有这些构成了田园生态文化特色。作为古老的农业大国,几千年的自然调适,从村落建筑到农田果园,从生产力方式到生活习俗,从传统意识到行为准则均构成具有浓郁地方色彩的旅游资源。这种资源本身的文化含量较高,转化为旅游产品必然具有其突出的、鲜明的文化特性。民俗是民间文化中带有集体性、传承性和模式性的现象,形成于过去,影响表现到现实生活。将民俗文化作为观光休闲农业产品的底蕴,无疑会使此类产品的档次和品位大大提高。民俗文化的丰富性和鲜活性是观光休闲农业旅游产品推陈出新的源泉。民俗文化的大众性和传统性是观光休闲农业旅游产品市场竞争的动力。

观光休闲农业无论是其外形还是内涵,只有突出各种不同的文化特点,才能吸引广大旅游者。对每个进入园区的人来说,不仅仅是享受和观光,而且是在接受某种文化的熏陶与影响。因此,文化在观光休闲农业中的作用不容忽视,注重旅游文化建设,深入挖掘观光休闲农业的文化内涵,营造旅游文化氛围,建立一套具有特色的旅游文化体系,研究观光休闲农业的文化特征显得尤为重要。

3 观光休闲农业建设中对文化因素的总体要求

观光休闲农业所涉及的文化是以农事文化为主旋律、存在着明显地域差异、带有朴实乡村气息的村野文化,它是村野之民所创造的物质财富和精神财富的总和,包含有丰富的历史、经济、科学、民俗、文学等文化内涵。其具体运用表现为:

3.1 注意所在的民俗文化

观光休闲农业包涵农、林、牧、副、渔及其经营内容,有粗犷、有精细,涉及自然环境、历史地理、文学艺术和多种知识。观光休闲农业要在有依托的情况下逐步发展,避免“一窝蜂”,强调“特色化”,单纯的以自然田园风光为主的观光休闲方式,是无法满足观光休闲农业市场的需求的,观光休闲农业的经济效益和内在的文化品味成正比,只有注重观光休闲农业的文化内涵的挖掘,才可能提高观光休闲农业旅游的附加值。要注意所在民俗的文化,建立在民俗文化基础上的观光休闲农业具有深性厚性,它表现为:①民俗审美在观光休闲农业“食、住、行、游、娱、购”6个环节中的渗透;②民俗文化知识贯穿于观光休闲农业活动的全过程;③民俗文化效应是产生观光休闲农业旅游动机的主要诱导因素,同时也是观光休闲农业旅游消费的主题。同时将自然景观与人文景观相结合,定能使观光休闲农业得到良性的发展。

3.2 加强软环境建设

观光休闲农业要建设餐厅雅座、茅亭草舍,理所当然;交通通讯,亦需注意;但软环境的建设更为重要。洁净卫生、优雅休闲、生活情趣,是观光休闲农业的追求,文化层次的不断升级不可忽略。一切旅游都是文化的旅游,文化含量高,才能吸引“回头客”。通过“软开发”,才使游客发现自然美,经过探索和寻觅满足求知欲,透过艳花硕果激起人们对生命的追求,从“真境”进入“神境”。

观光休闲农业的经营者既要富有文化修养,精通农业技能,更要和游客融洽,善于经营和创新。导游有纽带、桥梁和宣传作用,通过生动讲解、精心指点,把琳琅满目的农副产品变为农业艺术品,令人目不暇接、爱不释手。从文学题材、历史角度、农耕起源、艺术美学……各个角度引导游客,造成“绿色联动”效应。把观光休闲拓展为“购物游”、“赏花游”、“林趣游”、“家庭乐”、“家政热”……。此外,要注重农业旅游文化的创新,主要有三种途径:①纵向把已经绝迹甚至失传的古民间文化挖掘出来,赋予新的生命;②横向把当今世界各地的最新文化娱乐项目直接引进,刺激园区的发展;③开动脑筋,动员设计、管理、投资、游客等各方的智慧,自力更生,科学大胆地创造新的功能项目。

3.3 产品要综合开发

观光休闲农业一旦进入市场, 不可避免的要和经济效益联系起来。观光休闲农业要以一流的设施、一流的品种、一流的技术, 提供一流的产品和服务。产品包装要新颖, 品种要有特色, 货真价实、“名特优”的品牌意识铭刻经营者心上。同时要注意产品的综合开发, 照顾不同年龄层次: 都市居民求“超脱”, 中年人对价廉物美农副产品感兴趣, 青少年对“新奇”景点乐意, 老年人爱休闲和静疗, 外国人热衷探索民俗风情, 过一过“中国农家生活”, 白领阶层追求幽雅度假, 专家学者修学和研究, 外地农户学习先进农村和参观设施……, 要各得其所。

3.4 加强文化资源的保护

传统文化旅游资源是我国发展旅游业的重要基础, 但中国传统文化是大自然长期造化和人类历史长期积淀的宝贵财富, 它不仅具有旅游价值, 还有其他许多更为人类所重视的价值。由各民族灿烂多姿的文化构成的人文景观, 既是人类历史的见证, 也是人类聪明智慧的见证, 更是人类文化多样性的体现。所以, 这些资源不仅对旅游业有意义, 而且对人类生活的各个方面都有意义。因此, 我们既应该对其进行全面的开发和利用, 但也绝不能忽视对它们的保护。

总之, 旅游业的灵魂是文化, 没有文化内涵的旅游

业是苍白的、缺乏持续动力的。深入发掘观光休闲农业的文化内涵和积淀, 改善并充实文化品位, 才有可能增强观光休闲农业的发展后劲, 促进观光休闲农业的可持续发展。将生态旅游、文化旅游这两方面内容和发展观光休闲农业紧密结合起来, 相互补充、相互融合, 走“乡村一生态一文化”模式, 才能满足旅游者深层次的需要从而推动我国观光休闲农业的健康、持续发展。

参考文献

[1] 邹德秀. 中国农业文化[M]. 西安: 陕西人民教育出版社, 1992.
[2] 闻作祥. 文化休闲产业有巨大发展空间[J]. 中外企业文化 2002 (10): 54-55.
[3] 柴寿升. 论中国传统文化的旅游价值及其开发与保护[J]. 烟台教育学院学报, 2003 9(3): 78-81.
[4] 郭焕成, 郑健雄. 海峡两岸观光休闲农业与乡村旅游发展[M]. 1 版. 徐州: 中国矿业大学出版社, 2004.
[5] 张岱年, 方克立. 中国文化概论[M]. 北京: 北京师范大学出版社, 2004.
[6] 崔山, 冯丽, 杨其长. 农业旅游文化及其景观的开拓[J]. 中国供销商情, 2004(10): 19.
[7] 曹启富. 成都市文化旅游综合开发研究[J]. 社会科学研究, 2005(1): 185-189.
[8] 李敏. 论旅游文化建设的意义及其举措[J]. 吉林广播电视大学学报, 2006(1): 57-59.

Discussing the Important Role and the Application of the Cultural Factors in Tourism Leisure Agriculture

WANG Guang-yu, CHEN Liang-ming

(Environment and Art Design Institute, Central South University of Forestry and Technology, Changsha, Hunan 410004, China)

Abstract: With the accelerated process of industrialization and urbanization, the ecological environment becomes worse and worse. So people had a desire of “return back to the nature”, they want to relax the body and mind in the village environment, enjoy the beautiful scenery of the countryside. In such situation, city—peripheral—traveling industry has been developed rapidly. Tourism leisure agriculture therefore emerges. Harmonious natural environment is the premise of the development of Tourism leisure agriculture, and the folk custom culture and the countryside ecologically—conscious culture is its core essence. The combination between them is the future development direction of Tourism leisure agriculture. So, only the two has in close integration with each other, the Tourism leisure agriculture can be sustainable developed. This paper emphasized to discuss the important role and the application of the Cultural factors in Tourism leisure agriculture, and hoped could do some help to someone who relates to.

Key words: Cultural factor; Tourism leisure agriculture