

# 社区增权视角下景区周边村落公共空间 形态演变的主体与动力研究

——以国家5A级景区神仙居周边村落为例

王凯元

(中共仙居县委党校 教研室,浙江 仙居 317300)

**摘要:**景区周边村落作为一种相对特殊的地理聚落,其发展受旅游的影响较为明显。仙居县近年来实施了“景区旅游”向“全域旅游”转变的策略,一系列来自政府和资本的项目如火如荼地在景区周边上演。从景区周边村落公共空间的结构转型出发,归纳出山岳型景区村落空间演变涉及社会秩序重构和社区资源的整合过程,并从演变形态的主体及动力角度加以阐述。在多赢目标导向下,村庄公共空间的形态转化成为增加游客体验感和丰富其旅游内容的必要措施,各利益主体包括地方政府、村民、村干部、乡贤、设计者和开发企业趋向于实施旅游开发,更新乡村公共空间的形态,增加其功能和价值,从而实现景区周边村落村民在经济、政治、心理、环境、文化以及社会增权。然而,农民参与公共环境整治和空间改造的旅游社区建设是一种被动的过程,部分村民始终没有参与社区公共环境和空间的决策,也不能充分享受旅游发展带来的利益,同时还要遭受游客带来的种种不便。此外,部分村落还遭受了优质公共空间、资源和公共服务被资本挤压。

**关键词:**社区增权;景区周边村落;公共空间;形态演变;主体;动力

**中图分类号:**C912 **文献标识码:**A **文章编号:**1008-7192(2022)03-0068-08

## 一、问题的提出

空间是一种辩证交互的关系,社会形塑了空间,反过来又被空间所塑造,以空间生产作为理论基础来研究乡村公共空间,有利于丰富该理论在乡村研究中的实践应用。景区周边村落作为一种相对特殊的地理聚落,其发展受旅游的影响较为明显。仙居县近年来实施了“景区旅游”向“全域旅游”转变的策略,一系列来自政府和资本的项目如火如荼地在景区周边上演。笔者曾在先后五年的时间里带领数十批人员前往神仙居景区周边村落调研、考察、参观,也曾参加一些村落公共空间改造的探讨,帮助不同的农家乐介绍客源、出谋划策、改造提升。因此,本文的研究方法为参与观察法、访谈以及案例比较。笔者见证了几个村在旅游开发

前后的巨大变化,也体验了村民们开办农家乐后收入增加的喜悦。在此过程中,也出现了一些旅游发展、村庄环境整治和公共空间改造中的不和谐因素。笔者将从山岳型景区周边村落空间形态演变机别角度进行阐释。

## 二、文献回顾

齐美尔认为,空间中的社会关系和相互作用应成为社会学研究的重点。列斐伏尔认为,空间在资本主义社会里不是生产的地方,而是社会关系的动态生产实践过程,空间本身已经成为商品。大卫·哈维认为资本积累造就了城市空间的生产和创造。爱德华·苏贾<sup>[1]162</sup>认为第三空间是空间形态的本体论前提,是政治和社会斗争的场域,包含了社会公正、参与性民主及公民权利意识。国内学者将空间

收稿日期:2021-10-29

基金项目:2020年度浙江省哲学社会科学规划“马克思主义理论研究和建设工程”理论宣传专项课题“两山理论视角下农村环境治理‘四位一体’模式研究”(20LLXC10YB);浙江省党校系统规划课题“景区周边村落公共空间形态演变机制研究——以神仙居景区为例”(ZX22283)

作者简介:王凯元(1982-),男,仙居县委党校讲师,法学硕士,研究方向为环境社会学、政治社会学。Email:123249647@qq.com

生产领域应用于以下三个方面:一是城市空间扩张研究。如李路路认为,城市居民的居住格局具有强烈的阶层分化色彩,这导致了阶层之间的封闭性<sup>[2]</sup>。二是农村社区空间构造研究。如范颖<sup>[3]</sup>分析了四川省宜宾市西部第一“香”村的建构过程,认为原有的村民集体决策空间使用权被资本的力量所代替,乡村空间也呈现资本化倾向。三是分析作为旅游景区空间的再生产现象。如宗晓莲<sup>[4]</sup>分析了丽江古城在开发后的商品化现象,认为应从社会性、历史性和空间性的角度寻找延续古城镇文化风貌的平衡点。

增权理论首先在社会工作领域得以应用,用于提高弱势群体的权力和增强社会参与。自1985年墨菲将社区参与引入旅游研究,后被学界质疑对于社区参与旅游的有效性,从而引发了社区增权的诞生。阿克马<sup>[5]</sup>通过对肯尼亚生态旅游的研究最早提出了“对社区居民增权是旅游发展的关键”。这一论断引发了学界的普遍共鸣。此后,斯彻文斯<sup>[6]</sup>认为旅游增权的核心在于旅游目的地社区的增权,他提出了经济、心理、社会和政治增权的四维框架,并对相应的去权也做了界定。在国内,左冰等<sup>[7]</sup>最早将社区增权理论引入,并指出这有利于推动旅游发展的公平性。孙九霞<sup>[8]</sup>认为旅游实现了云南雨崩村的经济和心理增权,以及部分政治增权,但还要从制度上确立社区权力,进行制度增权。

综上,国内学界以空间生产理论和社区增权理论为范式,对城乡空间以及景区空间的动力与变迁等进行研究。从研究层次而言,空间生产和社区增权理论多用于解决中观与宏观的问题,对于微观层面研究的应用性解释较少;从研究视角来看,相关研究缺乏本土实践的案例提炼,较少考量地方社会文化和基层制度和政策环境等深层因素;从研究内容上看,现有的研究更多的是把景区范围内的空间位移、变迁、形态和置换作为研究对象,而对景区和周边村落关系则涉及不多,对其公共空间的变化少有关关注,这给本研究提供了研究方向。

### 三、神仙居景区周边村落公共空间的形态演变

#### 1. 村落基本情况

国家级5A级景区神仙居位于仙居县白塔镇和淡竹乡境内,在仙居旅游业中占据举足轻重的地

位。随着2015年成功创建国家5A级景区,2016年被列入首批国家全域旅游示范区创建单位,仙居县开始由“景区旅游”向“全域旅游”转变。加上老牌4A级景区景星岩和近年新创成的两个4A级景区永安溪绿道和神仙居氧吧小镇的衬托,以及下叶、上横街等村3A级景区的挂牌,仙居形成了以神仙居为统领,其他A级景区围绕的“众星拱月、星月同辉”格局。本文之所以选择这三个典型村落,不仅在于它们位于景区不同方位,更在于它们经历了从环境脏乱差到美丽乡村精品村的蝶变。

下叶村曾由于陈旧意识和破败的村庄面貌,一度面临发展停滞的局面。乡党委政府通过发展乡村旅游带动环境整治和空间改造,使得该村的样态发生了翻天覆地的变化。在中国美院专家的指导下,下叶村依托现有的山水脉络和民居格局进行空间改造,让建筑变得既有个性又兼具情怀。上横街村自然和区位条件优越,却因为环境问题而迟迟得不到发展。该村在不搞大拆大建的前提下进行了乡土建筑的有机更新。镇党委邀请中国美院设计团队参与村庄设计,遵循以人为本理念,通过创新设计手法展示传统建筑空间。东鲍村原本是一个没有特色旅游资源的普通村,通过挖掘传统文化、技艺,恢复古窑文化,推出陶艺文化体验基地,盘活土地和房屋资产,以陶艺产业和荷莲文化带动乡村旅游发展。

#### 2. 村落公共空间的形态演变

学术界对村落公共空间的讨论多来自社会学和规划学者。社会学者倾向于从实体和非实体的角度阐释其内涵,如朱海龙认为,“农村公共空间并不仅是一个拥有相对固定边界的实体空间,同时还是一个被附加了许多外在属性的文化范畴”<sup>[9]</sup>。另一些社会学者对村落公共空间的非实体性更为关注,认为村落公共空间发端于乡村社会,具有草根属性,是介于农民私人空间和国家公共权力中间的公共领域。如曹海林<sup>[10]</sup>关注村落公共空间与村庄秩序重构、社区整合的关系。而建筑规划学者更多的是从实体性角度考虑村落公共空间,他们将乡村公共空间的形态分为点状、线状、面状,按其功能分为休闲空间、道路空间、交易空间、生产空间等<sup>[11]</sup>。本文从实体性空间角度,讨论神仙居景区周边村落公共空间区的形态划分。

(1)街巷。上横街的田园生态绿道全长2 000

米,在原有机耕路的基础上改造而成。施工者以石子和胶凝材料拌和,中间形成较大孔隙,具有较强的透水能力。对照全域景区化要求,上横街村在主要街巷都埋设了排污管,而铺设管道时留下坑道则以卵石镶嵌的形式重新铺设,增加了村子的人文因素。

东鲍村的3D景观村道由中国美院学生团队创作完成,其主要元素是各色荷花、莲叶以及大小鱼儿、蜻蜓、青蛙等。3D彩绘村道景观的立体感强,人踩在上面犹如进入了荷花池的真实意境,串起村内莲荷文化园和古窑、陶艺展示馆等民俗体验区。

在淡竹乡,部分车牌号为浙G的车友喜欢周末组团来淡竹烧烤和露营,造成下叶村堵车,导致旅游大巴和本地车辆无法正常通行。淡竹乡党委看到这一现状后,决定把原来穿村而过的白龙线挪到村外,沿溪重新铺设柏油道路。此前的村道则被改为民宿一条街,供村民和游客停车,大大缓解了村里的交通压力。

(2)河道水系。上横街村开展了河道、沟渠、池塘清理行动,着力把水系都打造成细水长流、整洁干净的小景观,并从附近的韦羌溪引入活水,养上了景观鱼,形成了“水穿村过、鱼翔水底”的美丽画面。而淡竹乡疏浚了河道,在韦羌溪靠山一侧铺设了绿道,供游人散步、骑行和跑步。由民宿经营者组成了“河小二”队伍自发保护河道生态环境,而由当地退伍军人组成的6位护溪员则每天巡河,排查非法捕捞和挖砂行为。

(3)立面空间。淡竹乡、村干部通过自行设计,加强对村内老物件的重新利用,把拆除危旧房留下的横梁、瓦片、木窗等物件作为点缀墙体和美化新村的小品装饰,展示了古村变迁的回忆。该村在装饰中避免大拆大建,把乡村整理成走得进、留得住、愿意看的地方,形成粉墙黛瓦、移步见景的村容村貌。

上横街村完成了8万多平方米的黄皮屋粉刷,并与县城一家艺术公司合作,在白墙上描绘艺术画,营造了水墨丹青的田园画卷。村民们将农家磨盘、缸瓦、斗笠等传统用具进行创意摆设,土木、石木结构的老屋外墙挂着“乡里乡亲”“又见炊烟”等招牌,质朴的乡土气息扑面而来。

(4)休憩性空间。五方亭原为上横街村“三改一拆”时拆除的猪舍,为增加村民及游客公共休憩场所,村里建造了五个钢结构的小凉亭,形成高低

错落、富有层次的透视效果。同时,在现代设计中融入传统元素,用青砖、青瓦铺地,同时布局花草、树木等植被,最大程度地保留了村庄植被、水渠和地形地貌,让留住乡愁成为现实。

“歇把起”原为上横街的空地,因通风好而成为村民茶余饭后纳凉的场所,但会受到风吹日晒的影响。为提升村民公共活动区域品质,设计者设计了一个钢结构的顶棚,与原有的肌理形成一新一旧、一静一动的对比,打造时空对话的和谐空间。“歇把起”源自仙居方言,意思是“累了就歇一会儿”,令人倍感亲切。

“三棵树”茶吧原为上横街碾米厂,秉承建筑原有肌理,设计者引入现代钢、玻璃结构设计,为老建筑注入新活力。此处被打造成供村民和游客休闲用的茶吧,配以点缀营造温馨的氛围。“三棵树”的名字源于门前三棵几人才能合围的大枫树,是村民共同的记忆。

“研磨时光”咖啡馆的前身是淡竹乡供销社,随着市场浪潮的冲击,供销社逐渐废弃。如今,该地被改造成占地150平方米的休闲吧。内部设计以钢结构体现工业风,吧台、墙体等由鹅卵石、裸露的青砖建构。游客可以在此休闲小坐,增加闲情雅致,弥补了原本只能赏景、住宿的单一曲调。

(5)政治性空间。下叶村的党建文化广场占地2200多平方米,地面铺装的是在农房改造过程中收集来的青石板。广场中间的四面墙用淡竹传统建筑的四种元素:泥墙、石墙、砖墙及条石堆砌而成。在不改变休闲功能的基础上,外围建设了围廊,涵盖了村史村情、村务公开、特色党建、廉政文化、国防教育、慈孝文化和重点工作等七个方面的党建元素,打造成了“党建记忆”广场。广场一边还搭建了活动舞台,不定期举行传统婚俗等展演活动,让游客体验热闹喜庆的气氛。

上横街村在祠堂改建文化礼堂的过程中,十分重视“耕读传家”精神的传承。礼堂可作“两堂一室”使用:一是文化礼堂。礼堂具备展示村庄风采、传承村庄文化、传播现代文明和主流价值等功能。二是耕读讲堂。与农家书屋相结合,村里购置了大量的图书,方便村民阅读,还可以开展各类讲座、会议等活动。一室为村会议室。村里购置了电脑、投影仪等设备,便于开展政策宣讲、知识学习、技能培训等。

蒙正书院是清朝仙居八大书院之一,原为祠

堂。书院旁设置了供老人休憩的凉亭,旁边则是孩子学习的天地,一老一少的呼应关系体现了“源于生活、用于生活”的设计理念,简单的功能分区让书院成为充满人气之所。

(6)生产性空间。东鲍村村历史上曾有3座大型古窑,因修建水库等原因现已不复存在。为了传承古窑文化,村两委讨论后决定重建古窑,取名龙窑。古窑分窑头、窑床、窑尾三部分,一次可以烧几百件胚品。

花香猪舍位于上横街村,总占地面积800平方米,栏舍20间,可饲养60~80头家畜,配套1座50立方米的沼气池。该地实行单元式饲养,合理控制家禽家畜的密度。每天清洗圈养场地,采取机械通风等措施,保持舍内空气新鲜。

(7)消费性空间。青村货栈原为木制及泥筑的四间屋子,是具有六七十年代仙居农村建筑特色的房屋,设计者在保持原有建筑机理的基础上,打造了一个保留乡村记忆的公共活动空间。货栈配备了两台电脑,主要用于销售农产品和特产,帮助村民创业创收。

“淡竹记忆”农家大院为下叶村最大的农家乐,共有60个房间,100多个床位,还有一个能同时容纳150人的会议室和200人就餐的餐厅。村里很多农家乐不提供餐饮,游客可以到农家大院吃饭。大院旁还建有超市,出售特色农产品、工艺品以及各类生活用品。

(8)接待型空间。下叶游客中心的前身是小学,后来逐渐废弃。2015年,借着乡村旅游的东风,小学被改造成游客服务中心,总投资近300万。游客服务接待中心一楼设有贵宾接待厅、会客厅、设备室、多功能厅,承载接待游客、兑换绿币、管理民宿、售票等功能,提供神仙居、淡竹原始森林景区门票销售服务。二楼设妇女儿童工作室,三楼是文化礼堂和会议室。

上横街的游客接待中心位于九品莲庄酒店,为村集体出资建造,由台州红太阳旅行社经营管理。酒店有床位200多张,能容纳1000多人同时就餐,并设有服务咨询中心,统一接待游客,居住环境干净舒适,农家菜色健康美味。便捷的交通、清幽的环境再加上“一站式”的吃住服务,让游客享受宾至如归的感觉。

(9)展示型空间。猪栏工坊原为上横街村民的

猪栏,设计者将其改造为创作和展示艺术品的空间,用于展示仙居针刺无骨花灯、根雕等非物质文化遗产。目前展示的是杭州老鹰画室学生画笔下的美丽乡村作品。

陶艺展示馆位于东鲍村,村里将一座台门改造为“古窑淳风”陶艺文化体验基地。基地布置了东鲍村生产的缸、坛、瓶、罐等日常生活用具。还购置了制坯机和烘干机,并安排老制陶师傅现场制作。

## 四、社区增权:景区周边村落公共空间形态演变的主体和动力

在景区开发和运行过程中,必然少不了地方政府、村民、村干部等主体的参与,他们在旅游发展中如何参与其中,扩大自身的各方面权益。神仙居景区周边村落公共空间形态演变包含政府“自上而下”的村庄环境整治行动和村庄“自下而上”自我动员和行动机制,村落公共空间演变是多元主体参与环境治理的共同结果,演变过程涉及村庄环境秩序的重构和村落资源的整合。

### 1. 景区周边村落公共空间形态演变的主体

(1)地方政府。2015年,仙居成为浙江省唯一的“县域绿色化发展改革”试点县,进行了一系列绿色化发展体制机制改革。白塔镇按照全镇景区化要求,以神仙居绿道串点成片,重点建设新35省道以南、环景公路以北的11个美丽乡村精品村。而淡竹乡政府组建了由乡村两级干部为主的“乡村建设实验室”,利用白天下乡、晚上讨论的方式为乡村发展出谋划策,最大程度地节约了建设成本。乡村干部建立了“绿色公约、绿色货币和绿色资产”的“三绿”机制,不断完善美丽乡村的治理模式,将乡村治理转化为接地气、可操作的实际行动。

(2)村民。在下叶村推行垃圾分类的初期,很多村民不接受,认为太麻烦。村两委就免费送垃圾袋、垃圾桶,并且定时检查打分,给表现好的家庭送热水壶和毛巾,村民的意识也逐渐提高了,乱扔垃圾的现象明显减少。正如比约·克伦所言,当社区居民不理解或反感旅游开发行为时,他们会采取反对、沉默接受或调适性接受等方式(图1)。上横街村民目睹大量客人前来参观和入住,方才调动了积极性,这是一个调适性接受的过程。当许子兵到神仙居游客中心发放“相约上横街”传单时,村民对他的称谓变成了“拉客”书记,表明对村支书的逐渐认可。

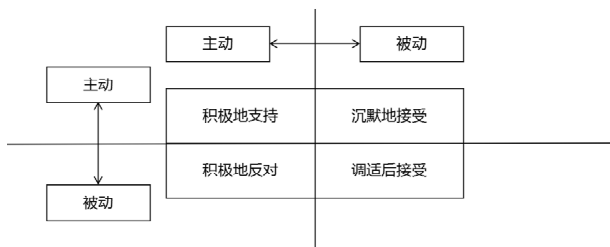


图1 社区居民对待旅游的态度特点<sup>[12]</sup>

(3)村干部。东鲍村主任王建原先在民政局工作10年,后回乡竞选村主任。作为土生土长的东鲍人,王建对村子充满感情。东鲍没有列入“神仙居党建示范带”,并不具备发展旅游的优势。王建挖掘了古窑文化资源,成为撬动东鲍发展的支点,他派专人赴景德镇学习造窑技术,并在村口恢复了古龙窑。此外,村里从居民手里租用房屋并改造成陶艺展示馆,还联系了中国美院的陶艺老师教学,组织小学生现场学习制陶,体验传统手工艺的魅力。村两委还抓住一位县委常委联系该村的契机,争取到了中国绿色化发展论坛的现场参观点资格。

(4)艺术家。来自中国美院的教师任天希望他的设计能够让村民们对家乡多一份留恋和自信。任天发现,村民们喜欢将室外作为活动空间,端着碗筷坐在门前屋后吃饭、和路对面的邻居聊天;或在村子凉快的地方休息,或支起小桌子,打打牌搓搓麻将。于是,他开辟了“歇把起”和三角亭的公共休憩空间。享受到休憩便利的村民们也纷纷参与公共空间改造的讨论,和同学们一起探讨当地建筑传统的构造方法,并对问题作出解答。

(5)游客。在乡村设计中,人们往往忽视游客的作用,认为是纯粹的旅游资源和活动吸引了游客。约翰·厄里认为,游客的凝视与旅游地的建造、设计、修复等工程是相辅相成的。“无论是凝视者或被凝视者,双方皆置身在一组从未间断的社会关系中。”<sup>[13]20</sup>实际上,游客对景区周边村落的公共空间演变产生了重要作用。例如,原先下叶村的游客基本上只住一两天就走了。当村干部问起原因时,游客说:“村里没有配套基础设施,除了住农家乐,连个公共吃饭的地方都没有;想买一瓶饮料,连个超市都找不着。”孙九霞认为,“游客通过寻求与自己想象的意境相一致的旅游目的地而成为传统村落的社区空间主体”<sup>[14]</sup>。因此,游客也通过自己的方式参与旅游目的地的公共空间建设。在采纳了游客的意见之后,下叶的公共空间改造付诸实践。

(6)乡贤。淡竹乡得天独厚的旅游资源和近几年巨大的变化吸引了大批乡贤回归。在外闯荡多年的余文武在2015年春节看到乡里农家乐经营的政策便利,决定停掉在外的生意,选择紧邻村游客中心的黄金地段,投资千余万元建设了淡竹记忆农家大院。他还聘请了村里的赋闲劳动力前来务工,解决了10余人的就业问题。在余文武的带动下,越来越多的淡竹乡贤返乡,农家乐产业不断壮大,带来了可观的经济收益。

## 2. 社区增权:景区周边村落公共空间形态演变的动力

背靠神仙居这个国家5A级景区,周边村居开展了环境整治,我们发现部分村民收入的确增加了。当然,村庄居民的利益诉求也日趋多元化,部分村民自觉参与到公共空间的升级改造。然而,他们参与旅游的能力和权力是否得到了提升,村庄资源是通过什么方式进行了整合,境秩序如何得以改善。笔者试图引入社区增权理论,对旅游发展对于相关居民的增权效应进行分析。

斯彻文斯(Scheyvens)的四维旅游增权框架适合分析西方社区增权模式。然而,“由于中西方在产权制度、民主化方式和旅游发展中存在差异,因此需要结合中国实际情况构建起相对完整的旅游增权理论体系”<sup>[15]27</sup>。结合地方实际,笔者增设了环境增权和文化增权的分析尺度。

(1)经济增权:市场力量带动。上横街村引入台州市红太阳旅行社,实施了两大举措:首先,建成地标性建筑神仙居九品莲庄精品主题民宿酒店,成为许多来神仙居游客的首选。其次,打造了百亩精品荷花种养基地。酒店作为龙头,带领村民抱团发展农家乐及民宿经济,完成了18户村民的房屋改造,由旅行社、酒店、村集体共同经营管理,带动农户共同致富。村里的产业结构也得到了优化,村民还可以通过向游客兜售铁皮石斛、番薯条、杨梅等农产品得到收益,村民们对于村庄环境的维护也变得积极起来。

(2)政治增权:社会政策推动。2017年,仙居县集中打造了“神仙居党建示范带”,围绕“红色引领、绿色发展”的主题打造基层党建示范点。2020年,仙居县实施了“环神仙居大花园建设示范带”工程,对景区周边村庄的景观风貌、人居环境进行优化提升。而淡竹乡就实施了“绿色公约”和“绿色货币”

政策,前者通过制定生态、生产、生活等可量化的十条公约,后者是一项激励村民和游客绿色生活方式的积分奖励制度。丁元竹指出,“民众是社会政策运行的主体和主要参与者,社会政策的执行需要施政者与施行对象间的密切合作”<sup>[16]</sup>。在制定“绿色公约”过程中,各村充分听取民意,将公约和推进乡风文明、美丽乡村、垃圾分类等工作结合,建立互学互比机制,从源头上激发各主体主动参与环境整治。

(3)心理增权:社区情感驱动。随着各种项目在农村的实施,以及市场化机制对于乡村的影响和社会流动的加剧,社区的地域性和人文地理要素被逐渐弱化,被很多学者称为“脱域共同体”。文军借用乔治·里兹著名的“麦当劳化”概念,称这一现象为社区治理的“麦当劳化”。“社区治理实践很大程度上忽略了人及其情感的维度”<sup>[17]</sup>。其实,村庄公共空间演变中存在许多情感要素。如果不是对小时候在古窑游玩经历的怀念,王建不会去重新修建古窑和陶艺展示馆;如果不是对石子路的共同回忆,仅有800人口的上横街村不会有300多人前去捡石子美化村道;如果没有家乡情结,淡竹的诸多乡贤也不会丢下生意回家竞选村干部和开办民宿。“情感要素是社会秩序建构的重要力量”<sup>[18]</sup>,在农村,对于本地传统、习俗和建筑景观的共同记忆可以唤起社区居民的共同情感。

(4)环境增权:村民愿望发动。笔者曾陪同许多游客前往上横街参观,部分游客在听到村里垃圾分类的介绍后,不太相信村民能够做得这么好,就好奇地打开垃圾箱的盖子,看到垃圾分类果然规范,感叹道:“想不到这里的农民垃圾分类比我们城市还认真!”村干部王国华说,“游客不管什么时候来我们村,看到的路面都是干干净净的,游客的感受对我们也是鞭策”<sup>①</sup>。正如廖军华所言,“优美的自然环境与传统文化是社区旅游发展的基础,村民环境增权与旅游发展互为动力”<sup>[19]74</sup>。旅游发展促使村民整治村庄环境,而游客的到来又增加了村民的环保意识,因为良好的环境资源是发展旅游的基础。

(5)社会增权:民宿行业联动。淡竹乡农家乐遍地开花,却也引发了无序竞争、安全隐患等问题。该乡成立了民宿产业发展协会,通过引导和监督来规范经营行为,促使全乡的民宿和农家乐实行标准服务。同时,以升降星级的方式对各农家乐实行动

态星级考评,扣分并降星处罚对农家乐经营户具有实质性的压力导向,因为这关系到客流的走向,从而有效避免了恶性竞争。行业培训可以提升信息获取能力,有助于团体成员节约资源,以便获取更大效益。

(6)文化增权:保护意识催动。设计注重细节方能打动人,设计师和村民共同探讨设计细节,让村民感受到老房子和传统的价值,重拾了文化自信。“三棵树”的取名让村民很自然地回忆起原本立在门前的大树;而猪栏工坊中展示的传统手工艺品,可以让人明白传统文化的价值和制作工艺的繁琐,从而增加价值认同。下叶村的蒙正书院在屋内设立天井,以小见大,让人们感受“天地”的概念。东鲍村恢复古窑和新建陶艺展示馆的行为,可以让村民增加文化自豪感,向外人展示从唐朝延续至今的窑器制作和烧制文化。

## 五、社区居民的去权:乡村公共空间形态演变中的阻滞因素分析

从主体权利的角度而言,去权即“受体在形式或本质上没有被赋予权利或者不具备维护自身权利的能力或资本”<sup>[20]</sup>。我们发现,部分村民在参与旅游和环境治理中,因为各种原因而遭遇去权。

### 1. 村民对村庄环境整治的参与意识薄弱

目前,农村环境和空间建设的主体依然是政府,而广大农民对于农村公共空间和环境的改造虽然有所关心,但由于受生活习惯和认知水平、参与能力的限制,往往参与意识薄弱。按照奥斯丁的“公民参与阶梯”论,农民的环境参与以事后参与为主,无法从根本上解决农村环境的治理问题。农民、村委会和地方政府间的互动不是主体间性的,农民容易被边缘化,包含了社会参与权的削弱、社会资源分配权的缺失。虽然有部分农民从乡村旅游发展中受益,然而,更多的农户依然延续自己的生产生活方式,对游客态度漠然,他们没有从发展旅游中得到利益,却因为信息的闭塞、知情权的缺失和对风险不确定性的担忧而加重对旅游的反感,引发冲突和对立。

### 2. 本地村民与外地游客间的磨合造成公共区间的挤压

随着“清水淡竹、江南九寨”品牌的打响,越来越多的游客涌入淡竹,产生了一系列社会空间问

题。由于淡竹为台州市面积最大的乡镇,经常出现局域性天气。当上游出现暴雨时,乡政府组织人员对下游露营者进行劝离时,游客误以为要他们到当地农家乐住宿消费,引发了许多对立情绪。部分不明始末的游客还将此事发到网上,引发了仙居人和浙G军团的骂战。后来,淡竹乡政府采取了以下措施:一是改造道路,增设停车场。白龙线实施了道路挪建工程,有效解决了堵车问题,并增加了停车位。二是开设露营基地。免费开放Wi-Fi,提供更好服务。三是实施限流。每逢周末节假日高峰,当游客达到一定数量,将启动限流措施,缓解了人流车辆无序的状况。

### 3. 工商资本与本地农家乐抢占优质公共资源

景区周边的乡镇出于发展需要,往往通过招商引资吸引客商前来建设高端民宿产业。对于景区周边的招商引资企业,秉持“生态立县”理念的仙居县政府非常审慎,县政府将生态文明列入县对部门和乡镇考核。淡竹乡对投资企业的资源利用、环境保护和 production 方式进行了充分考量。目前,该乡已经引入了HJT、RM等近10家全国知名的民宿落户。引进工商资本、实现以城带乡的初衷是好的,但精品民宿会挤占淡竹本土农家乐产业的发展空间,占用优质地理资源。高端民宿虽然雇佣少量当地农民,但与其他村民的互动少,难以带动农民脱贫致富。由于工商资本在营销手段、预订方式和住宿体验等方面远优于本地农家乐,导致截留了大部分中高端客源,反而挤压了本地中低端农家乐的发展。

### 4. 财政供给有限性与社区公共服务无限性的冲突

景区外围村落吸引了大量民间资本前来投资民宿,但村庄原有的公共服务对象为本地居民,并没有因主体的变化而调整。除了道路等基础设施的投入有所增加外,基本公共服务范围并没有扩展。仙居是浙江26个加快发展县之一,总体财力有限,虽然景区周边地区的发展和人口集聚较快,但基本公共服务仍处于供给不足状态。“地方政府财政支出首选的是保稳定、保运行、保工资,其财政自给率是不断下降的,而行政运作成本则不断增加”<sup>[21]</sup>。随着时间的推移,财政能力与公共服务的供需矛盾越来越明显。由于供给效率缺失、供给方式单一、人口的多样性等原因,部分景区周边村落成为公共服务供给的矛盾地区。

## 六、结 论

研究中我们发现了一个地方政府、乡贤、村民、外来资本与游客互相增权与利益交织的个案,神仙居景区周边村落公共空间形态的演变是各主体共同作用的结果。首先,乡镇和政府部门通过各种社会政策和政治运作,实现了对神仙居景区的空间增权,它是政府公益功能的表现,如保护自然资源、提高地方知名度、保护人居环境、增加地方特色,其结果是提高了神仙居景区及其周边村落的空间价值,使神仙居从纯粹的山岳型旅游景区向全域旅游区转型,让这些村从普通村落向旅游空间转化。其次,社区增权产生了巨大的经济和社会利益。在多赢的目标导向下,村民、村干部、乡贤、设计者和开发企业趋向于更新乡村公共空间,增加其功能和价值,从而实现多元主体的经济、政治、心理、环境以及社会增权。然而,部分村民参与公共环境和空间建设是被动的,他们无法左右社区公共环境和空间的决策,也不能充分享受旅游发展带来的利益,同时还要遭受游客带来的种种不方便,增加生产生活之外的人力物力资本。此外,部分村落还遭受了优质公共空间、资源和服务被资本挤压。因此,要实现景区周边村民的增权,必须让更多的人享受环境治理和公共空间改造的福利,提高他们参与旅游和公共环境和空间建设的意愿和能力,创造出更多的行为主体,并为社区参与旅游发展建立一种适合当地历史地理和现实状况的权力体系和利益机制。

## 参 考 文 献

- [1] 爱德华·苏贾. 第三空间[M]. 上海:上海教育出版社,2005.
- [2] 刘精明,李路路. 阶层化:居住空间、生活方式、社会交往与阶层认同[J]. 社会学研究,2005(3):52-81.
- [3] 范颖. 基于空间生产理论的四川乡村建设理想空间发展探寻[J]. 农村经济,2017(2):77-82.
- [4] 宗晓莲. 旅游地空间商品化的形式与影响研究[J]. 旅游学刊,2005(7):30-36.
- [5] AKAMA J. Western environmental values and nature-based tourism in Kenya[J]. Tourism Management, 1996(8):567-574.
- [6] SCHEYVENS R. Ecotourism and the empowerment of local communities[J]. Tourism Management, 1999, 20(2):245-249.



- [7] 左冰,保继刚. “社区参与”走向“社区增权”——西方旅游增权理论研究综述[J]. 旅游学刊,2008(4):58-63.
- [8] 孙九霞. 雨崩村社区旅游:社区参与方式及其增权意义[J]. 旅游论坛,2008(8):58-65.
- [9] 朱海龙. 哈贝马斯的公共领域与中国农村公共空间[J]. 科技创业月刊,2005(5):133-135.
- [10] 曹海林. 村落公共空间与秩序基础的生成——兼论改革前后乡村社会秩序演变轨迹[J]. 人文杂志,2004(6):164-168.
- [11] 王东,王勇,李广斌. 功能与形式视角下的乡村公共空间演变及其特征研究[J]. 国际城市规划,2013,28(2):57-63.
- [12] BJORKLUND E. Spatial configurations of mental processes[J]. Quebec: Lwal University, 1972:157-159.
- [13] 约翰·厄里. 游客的凝视[M]. 上海:上海人民出版社,2016.
- [14] 孙九霞. 旅游影响下传统社区空间变迁的理论探讨[J]. 旅游学刊,2014(5):78-86.
- [15] 修新田. 参与式森林旅游发展中的社区增权机制和路径研究[M]. 北京:中国林业出版社,2016.
- [16] 丁元竹. 完善社会政策 提高执政能力[J]. 科学咨询,2004(11):25-26.
- [17] 文军. 社区情感治理:何以可能? 何以可为? [J]. 华东师范大学学报,2017(6):28-36.
- [18] 成伯清. 社会建设的情感维度[J]. 南京社会科学,2011(1):70-76.
- [19] 廖军华. 社区增权视角下的民族村寨旅游发展研究[M]. 成都:西南交通大学出版社,2012.
- [20] 韩国圣. 山地旅游发展对社区居民的去权与形成机制[J]. 地理研究,2013(10):48-63.
- [21] 孙友祥. 城乡基本公共服务均等化价值、困境与路径[J]. 中国行政管理,2009(7):45-47.

## A Research on the Main Body and Motive Force in the Morphological Evolution of Public Space of the Villages around the Scenic Spot from the Perspective of Community Empowerment

——A case study of villages around Shenxianjue, the national 5A scenic spot

WANG Kai-yuan

(Scientific Research Office, Party School of Xianju County CPC Committee, Xianju 317300, China)

**Abstract:** As a relatively special geographical settlement, villages around the scenic spot are obviously influenced by tourism in their development. Because of the strategy transforming from “the scenic spot tourism” to “the all-for-one tourism” which was implemented in Xianju County in recent years, a series of projects from the government and the investment have been launched in full swing around the scenic spots. Starting from the structural transformation of village public space around scenic spots, this paper summarizes the reconstruction of social order and the integration of community resources involved in the village space evolution of mountain scenic spot and makes an elaboration from the perspective of the main body and the motive force of the evolution morphology. Under the multi-win goal orientation, the form transformation of village public space becomes a necessary approach to enhance tourists’ sense of experience and enrich the tourism content. Various benefit agents, including the local governments, villagers, village cadres, county sages, designers and development enterprises, tend to implement tourism development, update the form of rural public space and increase its functionality and value, so as to empower villages around scenic spots economically, politically, psychologically, environmentally, culturally and socially. However, it is passive for villagers to participate in the improvement of public environment and space transformation in tourist community construction. Some of them have never been involved in the decision-making of public environment and space in the community, nor can they fully enjoy the benefits from tourism development. At the same time, they are also subjected to all kinds of inconvenience brought by tourists. In addition, some villages are crowded out of high-quality public space, resources and public services by capital investment.

**Key words:** community empowerment; village around the scenic spot; public space; morphological evolution; main body; motive force

【编辑 高婉炯】

注释:

① 资料来源:上横街村的田野调查,访谈时间为2018年4月5日,访谈对象为王国华。