

嵌入性理论视域下文旅融合的数字化 实践与创新驱动研究

刘国强

(合肥师范学院 文学院, 安徽 合肥 230061)

摘 要: 数字化加速了文化与旅游融合发展的深度、力度和强度, 智能化推动了文旅资源开发的界域、空间与秩序重构, 本文通过采用嵌入性理论中结构性和关系性两种分析框架对于数字化时代文旅融合本质特征、实践范式和策略导向进行探讨, 指出流动性场域是数字化时代文旅融合的本质所在, 它推动地方文化空间通过旅游为媒介向流动性场域延伸转化, 也形成了文旅融合提质增效的实践范式规定, 在此基础上, 立足于“全域化”的空间生产与实践的视角, 构建从融合到耦合的策略导向, 为文旅产业在物理世界和数字世界之间搭建更多“创造性转化”的实践路径, 为新时期中国文旅产业更高质量发展探索更多潜力空间。

关键词: 嵌入性; 文旅融合; 场域; 创新驱动; 耦合

中图分类号: F592.7 **文献标识码:** A **文章编号:** 2095-4824(2021)05-0090-07

2020 年新冠疫情全球大流行冲击着国际政治、经济、科技、文化、安全等多个领域, 人类社会迎来了百年未有之大变局, 以人工智能、大数据、区块链、5G 网络、机器人技术、量子科技等现代信息技术为核心的新一轮科技革命和产业变革正在深度影响和改变人类的生产和生活方式, 当前数字技术正处于系统创新、深度融合、集成优化的重大变革期, 数字技术与其他领域的融合正在产生多领域、多维度、系统性的变革, 产业数字化已经成为数字经济发展的主战场, 随着我国在新一代数字通讯网络、大数据中心、区块链、工业互联网等数字化新基建领域持续发力, 数字新基建已经成为文旅深度融合的重要载体, 以数字化为核心的数字经济带来的新技术、新业态、新产品、新服务已成为驱动和引领经济高质量发展的新动力, 也是推动文旅产业实现高质量发展的重要支撑。^[1]

数字化技术作为一种常态化的存在物, 其发挥作用的场域并没有局限在工业、农业、服务业等产业领域, 而是以无所不在的存在方式介入到生

活的方方面面, 进而影响人类的衣食住行等各个生活角落, 传播形态、商业模式、企业运营、组织管理等各个方面都在加速升级和蜕变, 在这种背景下, 数字化作为一种“认知、文化、社会结构和政治制度”变革的关键力量, 自然与当下文旅产业融合发展之间呈现出一种很强的正相关关系, 数字化技术将会驱动文旅产业融合走向一种“新常态”。

一、嵌入性理论概念缘起、 演化与分析框架

1944 年社会学家 Polanyi 首次提出“经济的社会嵌入”这一关键概念, 将嵌入性概念的基本内涵概括为“社会结构影响经济行为”, 即经济行为是必须要嵌入在所在的社会网络中, 并且受社会网络的影响, 该理论的第二代代表人物 Granovetter 则将嵌入性理论细分为关系性嵌入 (Relational Embeddedness) 与结构性嵌入 (Structural Embeddedness), 所谓关系性嵌入是指经济行为者总是嵌入在与他人的二元交往关系中, 其彼此交往的行为特征, 受所在地域的文化传统、制度的影

收稿日期: 2021-07-03

作者简介: 刘国强 (1987-), 男, 山东潍坊人, 合肥师范学院文学院副教授, 硕士。

响,结构性嵌入是指经济行为者总是嵌入各种正式和非正式联系交织形成的网络,其行为受网络结构和自身在网络中位置的影响。^[2]之后,Zukin与Dimaggio(1990)在此基础上对这个概念进行了拓展,提出嵌入性是经济行为中有关“认知、文化、社会结构和政治制度”等因素共同作用的,那么与之对应的嵌入性维度就包括了社会结构嵌入性、制度嵌入性、文化嵌入性与认知嵌入性。^[3]由此,嵌入性理论内涵不断延展,形成完整的理论体系并且在产业集群、经济地理学、社会网络分析等领域得到应用,本文采用嵌入性理论作为分析视角关照当下数字化时代文旅产业深度融合这一现实问题,是由于文旅产业本身具有文化与产业经济形态双重特征,其融合发展有赖于其社会场域的共同制度、文化环境以及各市场主体之间的互动关系,这与嵌入性理论的基本主张不谋而合,即“嵌入性的本质在于组织的经济行为与社会体系间的相互引导、促进与限制的错综复杂的关系。”^[4]当前,数字化加速了文化与旅游融合发展的深度、力度和强度,数字化作为一种“无所不在、无所不能”的中介变量正在推动文旅资源开发的界域、空间与秩序重构,本文将主要采用Granovetter提出的“结构+关系”嵌入性理论分析框架,并且融入“认知、文化、制度”嵌入的相关理论知识从一种多维关系互动的视角对文旅产业融合进行审视。

二、结构嵌入性理论视角下构建文旅融合新分析框架体系

结构嵌入性理论立足于网络参与者(节点)之间相互联系的总体性结构,它一方面侧重网络的整体结构所形成的功能性,同时也侧重网络节点的位置的重要性,这种重要性主要体现为掌握信息的便利性与相应控制优势,而这种重要性主要跟关系的结构属性,如网络密度、中心度与网络规模等有关。这与社会学领域当中的“场域”理论有相似的内涵,法国社会学家皮埃尔·布尔迪厄提出的“场域”指“各种位置之间存在的客观关系的一个网络或构型”^[5]。他指出关系性存在和互动机制是“场域”运行机制的关键所在,目前,我国加速建设的以5G网络为主、以数字技术为支撑的新基建,正在为文旅融合的提质增量注入新动能,而数字技术所构建的“数字空间”相对于文旅产业的“现实空间”而言无疑是一种流动性的场域存在。

所谓流动性场域是指数字技术本身成为当今社会空间场域中一种支配性力量后,场域内的位置关系、互动机制、权力模式等构成要素演变为一种动态化的内部存在。场域内运行机制的动态化驱动了场域外部物理边界的消融和延展,由此形成社会外在空间场域的流动性,正是这种流动性助推了文旅产业发展从一种封闭的物理空间载体转向开放的“数字空间”,在全新的“场域”中形成新发展模式。

1. 从地方性空间到流动性场域:数字化时代文旅融合的“新尺度”。文旅产业数字化是利用数字技术对文旅产业进行全方位、多角度、全链条的改造过程,旨在打破文化和旅游产业的边界,实现文旅产业深度融合发展。^[6]新冠疫情的爆发,让中国社会各个领域的数字化“配置”实现了加速与升级,云看展、云看剧、云娱乐、云直播等成为了传媒和大众在数字空间中的新常态活动,这种新常态的本质即是地方性空间中的展演活动借助数字技术的支持,融入互联网技术搭建的以“身体不在场”为特征的信息流动空间,它将公众从剧场、商场、音乐厅、展览馆等地方性空间抽离,嵌入互联网无边际、流动性的数字空间中,这种“脱域—嵌域”的运行方式正是社会空间面向数字化转型的逻辑所在。由此也会形成新的空间分野即物理意义上的地方(地理)空间和文化表征意义上的数字空间。值得注意的是,两种运作逻辑截然不同的空间场域并非只是一种抽离和对立关系,相反,正是这两种空间场域的并存和互动才为文旅产业融合确立了新的尺度,由此也开启了文旅融合更广阔的空间视野。

尺度本质上是一种新的运行逻辑和支配关系的量化,在数字空间已经成为大众与文旅活动之间进行互动的无形载体和重要场域的前提下,新的尺度确立意味着文旅融合的运行逻辑和实践范式既要与时俱进“破旧立新”,同时也要把握新尺度所孕育出的新机遇,文旅融合作为一种社会实践活动,其实践价值的实现,固然要重视时空、情境、条件等事实因素,但依然必须同规律相结合,由此才能建构先进的实践理念,引出高效的实施方案。^[7]这也需要我们从传统的“文化—旅游”的二元逻辑转向“文化—数字—旅游”的三元逻辑来进行全局把握,从三者的互动关系及其派生关系中找到文旅产业深度融合的触点和融点。从而在物理性的地方性空间和流动性的数字空间之间搭

建实践路径。只有这样才能真正实现文旅产业的质量变革、效率变革和动力变革,推动文旅产业发展进入资源驱动迈向科技创新驱动、从粗放式增长迈向效率型增长的新阶段。

2. 空间叠写——面向“全域化”的数字化时代文旅产业的空间化实践。如果说界域的消弭与重构是侧重于文旅产业内部结构中要素的重组和耦合,那么空间叠写则是文旅产业空间的象限延展和边际的动态性调整,它是侧重于描述文旅产业原生空间在数字技术的支持下完成的一种空间再造和空间再现关系,郭文、朱竑两位学者指出“空间的叠写是指在空间实践中生产出不同于原生空间的行为与过程”^[8]。参照列斐伏尔的“空间表征”、“空间实践”、“表征空间”的空间生产理论的三元辩证法逻辑框架,本文认为以数字化为代表的技术体系将从多个层面推动文旅产业空间的生产和叠写进入一个新阶段,在详细阐述这个新阶段的基本特征之前,首先需要明确一个基本前提,空间叠写及生产并非是空泛的物理场域中单一作用力所形成的从量变到质变的过程,更需要视作在社会总体性空间中由经济、文化、政治等多重力量所影响而形成的一种新的场境存在,它是内嵌于社会总体性活动的日常实践当中,通过数字技术的高容量性和旅游活动的强流动性而重塑的一种空间态势和格局。数字化时代的文旅产业空间叠写将呈现出以下几个方面的特点:

(1) 空间表征的复合性。传统文化空间理论研究倾向于将其划分为物质空间、精神空间和社会生活空间(朴松爱),文旅融合可以视作一种糅合了文化静态传播和旅游动态体验的一种空间生产行为,以旅游为媒介的人员游历和异地消费成为改变三者空间秩序的糅合力量。有学者研究指出“旅游效率存在显著的空间溢出效应和空间关联效应”^[9]。旅游作为一种实践活动所规定的物理性地域空间必然会和精神空间以及社会生活空间实现多元互动,由此文化旅游(文旅)空间得以形成和发展,当下的文旅空间正在经历数字技术的介入后所产生的多重化合作用,既定的泾渭分明、分门别类的空间秩序和空间结构正在转变为一种复合性空间层次,这种空间层次的复合性最直接的体现即是空间生产能力的提升,前提是多重空间整合带来的更多要素被纳入生产运作体系,例如山东省淄博市博山区池上镇泉子村是坐落在齐长城脚下的一个小山村,借助国家乡村振

兴战略和文旅融合的扶贫模式,泉子村除了立足实际发展特色农业之外,充分挖掘齐文化资源特色,借助现代互联网技术将星空民宿、露营基地、空中索桥、千层石崖等景点打造成“网红景点”,既突破了原始山区村落的地域空间限制,同时依托网红景点的文化特色将村落的物理空间与文化空间实现了叠合,使人们在领略鲁中地区山村风貌的同时,更能受到齐文化的洗礼,由此物理空间、精神空间、社会空间经由旅游活动的展开达成了一种空间溢出效应,即由原乡空间的地方性转化为共享空间的开放性。

(2) 空间实践从主体到共同体。中国文旅产业伴随着 40 多年的改革开放的探索历程已经确立了以市场为主体以产业化为发展方向的基本格局,文旅产业的独特属性决定了其既是大产业,也是大民生,文旅产业融合发展必然是一种多主体构成的空间实践过程,“空间实践是在空间表征影响下对一种物质性空间的生产建构,是对社会构成物进行生产的一个过程与结果”。^[6]与以往政府主导、企业参与的“政府+企业”二元主体构成不同,数字化时代文旅融合的参与主体已经演变为政府、企业、行业协会、消费者、媒体、广告公关、出版、研究机构等多元化主体构成和利益触点,这也将从多个层面改变文旅产业的既定空间格局。首先,文旅融合的多主体模式利于形成协同价值和共容利益,少数主体的关键性作用和支配性意识将会被弱化,而风险和利益均分的“共同体”组织形式和核心价值观将被认可,例如敦煌景区,作为古丝绸之路的“咽喉锁钥”和甘肃享誉世界的名片,在近些年的开发中并未止步于独特的地理位置、奇妙的自然奇观、精丽的文化艺术等传统优势资源的“再生产”,而是以文旅融合、文旅相生相助的新开发模式实现了双重维度的创造性转化,即文化资源转化为更丰厚的旅游资源,旅游转化为更立体化的文化体验和感知方式。2020 年 7 月 22 日,由敦煌市人民政府和中国人民大学国家发展与战略研究院共同成立的敦煌文化学院正式挂牌成立,为开展以敦煌文化为主的各类培训和研学搭建了良好平台。同时邀请《百家讲坛》主讲人杨雨、赵冬梅、赵玉平、鲍鹏山和中国长城研究院院长赵琛等文化领域专家学者,来到《莫高学堂》《敦煌文化驿站》《敦煌大讲堂》等开展专题公益讲座,来自学界和文化界知名学者的加入让敦煌的文化资源开发和旅游体验供给越来越立体化。因

此,未来的文旅融合发展必然是多重市场参与主体的力量整合和共同体的协作,只有这样才能建构多维度的适应市场需求的新产业模式,共同促进文旅产业在内容、形式、技术、场景、业态等各方面的高质量发展。

(3)表征空间—数字化文化场景。如果说文化是旅游的灵魂、是旅游的生命线,而旅游是文化的载体、旅游是一种文化体验活动的话,那么文旅融合中非常关键的一环便是文化的体验感,数字文旅产业具有独特的物理特征、典型的产品特征、显著的经济特征及特殊的市场特征。内容数字化的生产和数字化内容的应用是数字文旅产业转型和升级的帕累托最优。^{[10]104}数字化内容所支撑起的数字空间无疑构成了当下文化表征最强有力的接纳者,它以多样化的方式形塑整个文化意义与价值系统的生产、交换与流通过程。一个个数字化的文化场景正在给受众带来越来越多新鲜多元的文旅体验。2019年北京世园会中的“奇幻光影森林”它以《山海经》题材为背景,集成AR技术、人工智能技术、虚拟视觉技术、人机互动技术、新媒体技术,用最新的技术讲中国最古老的故事,让更多人实现了对这部经典之作的“沉浸式阅读”。第二届“海南腾讯数字文创月”活动中,为了让观众更好体验中国棋类文化,活动方特别打造的纱幕光影区,结合“宇宙手谈”舞蹈秀,打破传统围棋与数字艺术的边界,展现中华棋类文化之美。数字化的文化场景赋予了受众更多的文化体验的触点,它将使游客不仅仅是文化的旁观者,而变为文化的体验者和参与者,文化表征和旅游体验将更加注重创意、艺术、沉浸感和场景化,表征形式更加直观高效、便捷。

三、关系嵌入性理论视角下构建 文旅融合新分析框架体系

如果说结构性嵌入侧重的是组织所嵌入的社会网络给组织带来的超额价值,例如信息和资源优势等,它强调的是社会网络的整体结构的功能和收益的阐释,那么关系性嵌入则是从微观层面考察在一种结构性网络由具体的网络关系所支配而产生的一种作用机制,进而影响关系持续时间、亲密程度、互动频率以及相互服务内容等(Granovetter),依据以上四个维度所产生的具体效果,又可以将关系性嵌入的强度细分为强关系、弱关系和强弱混合关系,这里尤其要指出的是数

字化技术正在使得文旅产业内部的主体构建更紧密的“强关系”成为可能,这种强关系可以概括为主体间一种由“高互动频率、强信任感、紧密关系、频繁互惠交流”所组成的关系,产业内部主体间强关系的建立将驱动文旅融合进入一种新常态,这种新常态包括了规模式增长和内涵式发展,这种“增量”式发展体现在以下几个方面:一是数字化技术的引入促进文旅产业融合方式、融合路径、融合模式的迭代更新,融合所形成的“范围经济”效应日渐凸显;二是数字技术助力文旅产业由传统二维“物理空间”向多维、无界的“数字世界”进化,并且构建线上线下联动、物理空间与数字世界双循环、相互赋能的发展新格局;三是文旅产业的数字化转型将会推动文旅行业与其他行业的交叉融合和跨界合作,信息通讯、金融、制造、广告设计、营销传播等行业的加入将会进一步拓展文旅产业“辐射范围”,延长文旅产业链条。

1. 数字化技术实践是助推地方性空间走向开放的重要牵引力。地方性空间有两层含义,一是指任何具有旅游价值的景区、园区、景点等都具有地域空间的限制,这种限制性来源于先天性的资源禀赋的派生,因而决定了其空间承载和负荷能力的有限性,二是指地方性文化空间往往具有“闻所未闻”、“见所未见”的稀缺性而富有吸引力,这种吸引力则会随着地理距离的递增、受众兴趣的变化而呈现出递减效应,因此地方性文化空间也存在一种不可见的“边界”,这也构成了地方性空间双重限制性的另一面。而破解地方性空间本身就具有的先天性的限制性,数字化的技术实践则可以成为一种行之有效的方案,它将助推地域性文化从封闭走向开放,开放的本质是面向更广阔的受众(旅游者)空间通过提升产出能力而获得更大的经济效益和社会效益,这种产出能力包括了有形的旅游商品(经济效益)和无形的文化输出(社会效益)两个方面。有学者指出数字化之所以能够赋能文旅产业是因为数字文旅产业依托旅游禀赋,围绕文化资源,创造文化价值,传播文化内容,销售文化创意,实现文化旅游全领域的数字化重构。^{[8]104}实际上数字化技术实践及其形成的数字化空间对于文旅产业发展真正具有的推动力在于它所具备的全场域的覆盖能力,全流程的信息资源整合能力、全要素的关系链接能力。“信息化+数字化”所带来的技术红利正在更加深入的介入到文旅产业内部所涉及的关系链接、价值转换、

行为导引、竞合博弈等活动中,驱动着文旅产业突破地域界限和空间限制而获得价值提升。例如中国瓷都景德镇运用“数字化+游戏化”的策略,让原本属于考古专家独享的陶瓷考古权力借助游戏程序实现了对公众的开放式共享,让原本只能以“固态”形式呈现的陶瓷文化获得了“活态”展示的机会,数字化搭建了一个景德镇面向世界的窗口,使得陶瓷考古这个具有独享、神秘属性的文化活动从“默默无闻”走向了“家喻户晓”。这也从一个侧面印证了文旅产业本质上是面向游客消费的文化展示产业(即可参观性生产相关行业集合)^[11]这一论断。

2. 数字化技术实践推动文旅产业向以旅游为媒介的流动性场域延伸转化。文旅融合可以被视作一种以旅游业为媒介的文化空间的生产与再生产过程,文化的独特性在于它既需要依附某些“固态性”的载体存在,例如纸张、砖石、丝帛等,这是构成其被认知、被理解、被传播的存在前提,也决定了其作为一种固态存在而无法随意进入人们的日常生活空间,也就是说文化存在本身的限制性构成了其具有必然的“稀缺”特质;同时,文化的作用生发的前提是从固态性存在向流动性的“气息”转化,正是这种可以自由流动的无声无息、看不见摸不着的文化“气息”状态才决定了文化空间的生成,文化场域的运行逻辑和规则,文化产业的本质即是完成文化从不可见的“气息”到可见、可感的具体的文化商品的转化与产出,而文化产业化即是把文化资源转化为文化资产,同理,文旅产业的融合即是借助现代手段,完成从文化遗产、文化资源、文化要素转化为深受旅游者喜爱的旅游产品。同时也是精神文化和物质文化元素与旅游产业的有机融合,这个过程是文化资源选择性的优化配置过程,也是一个复杂的动态过程。^[12]完成这种转化所需要的现代手段包括了政策、资金、商业、营销等多个方面,而其中数字化技术是可以贯穿所有现代手段的一种技术集合,它可以全方位的推动文旅产业内部场域的范式转换。

3. 数字化技术实践推动文化生产范式从单一业态转向IP化多业态开发。“数字IP+文旅”的跨界探索正在为多业态孵化与开发提供更多选择,数字时代的IP将是融合文创、科技、资本、人才等全要素的文化想象边界的再一次突破,它不再是满足于衍生品产业链开发和数字化内容呈现文化底蕴,而是通过数字技术的支持让新鲜、立

体、多元文化融入旅游地空间和大众生活,为当地旅游注入丰富的文化内涵,同时帮助链接地方城市、文旅产业机构、文化创造者等共创一个更成熟的文化产业生态,孵化文旅新业态,进而反哺传统文化的数字化传承、传统行业转型及产业升级,例如腾讯互娱与北京环球度假区的合作规划中提出探索主题公园与游戏IP融合的全新体验,寻找中国文化面向新生代更流行、更生动的呈现方式,项目将通过精选中国本土最受欢迎的IP元素,通过引入丰富的科技互动元素、舞台表演,周边衍生餐饮及零售产品等多种形式,呈现耳目一新的“限时限定”体验。今天随着体感技术、增强现实技术和虚拟现实技术等数字化技术的成熟与应用普及,文旅产品开发将会更侧重内容的体验性和可展示性,毕竟文化的可参观性生产是游客体验文化的基础,^[13]数字内容与优秀文化的跨界IP合作正在成为文旅融合向文旅综合体进化,进而推动更多“内容体验+衍生品开发”落地开花。

四、从融合到耦合化策略:嵌入性理论视角下的文旅融合策略

如果对中国文旅产业融合的历程进行总结,不难发现文化与旅游之间经历了从“业务并行”到“产业结合”到“点状融合”再到“线性融合”四个阶段,今后还应进一步推进从“线性融合”到“区块融合”的深度融合发展^[14],如果说过往的文旅融合更多是政府、市场、体制等决定的“物理式”硬融合,融合的层面更多停留在具体业务合作、共同产品开发、产业互通、领域互享等相对“机械”的合作层面,那么当下随着数字技术在文化和旅游业广泛应用,潜移默化的渗透进行业的各个领域,它所引起的“化学式”的系统性“软融合”正在呈现出强渗透、高效率、多增益的优势,除了可见的优势以及效率、收益、影响力等这些可以量化的成效外,数字化技术对于文旅融合的深层影响更值得学界和业界关注,这种深层影响体现在两个方面,一是数字化将推动文旅产业融合形成新的惯性力量,这种惯性力量将极大激发产业内部各要素的自发性和主动性;二是数字化时代的文旅融合将会呈现出新的产业融合逻辑和范式,只有明确了以上两点,才会在当前的数字化时代不再局限于以往文旅融合的经验 and 成就所限定的场域逻辑、文化惯习与制度规约之中,本文认为数字化时代的文旅融合应该跳脱相融相合的惯性思维局限,更应

该立足于数字化时代所型塑的全新的流动性场域、全空间的实践布局这一基本现实,采取“耦合化”策略,取得“宜融则融、应融尽融”的效果,所谓耦合指两个或两个以上的系统或运行方式之间存在紧密配合和相互影响。^[15]耦合化的文旅融合方式将会在三个方面保障文旅深度融合的效果达成,一是确保文旅产业融合能够保持统一的价值追求和行动逻辑,二是耦合化融合策略的核心价值指向在于实现多点、多次、多域、多频融合,也就是从过去的“1+1”的融合模式向“1+1+N”模式过渡,从而构建文旅融合新的价值场域,三是耦合化策略能够最大程度的调度文旅产业外其他要素的加入,从而形成文旅带动、多方参与的融合新格局。具体而言,文旅产业融合的耦合化策略可以有以下几个方面:

1. “1+1+N”式多点相加跨界耦合策略。传统的文旅融合模式更多是侧重“文化+旅游”的1+1式融合,从文旅融合的机理来看,文化产业与旅游业是通过两个行业系统内部的各子系统或要素之间产生的相互作用和相互耦合,并借助系统内部和外部动力机制的推动作用,来促成两大产业要素实现整合和渗透,达到产业融合的效果。^[16]数字化时代的文旅融合必须要改变过去简单的“文旅+影视”、“文旅+音乐”、“文旅+科技”、“文旅+研学”、“文旅+康养”、“文旅+电竞”等简单的融合相加模式,这种模式往往突出文旅的核心主体地位,而将其他可以与之融合的元素作为客体和陪衬,无法发挥多要素集成、全产业互动的优势效应,只有采取“1+1+N”式多点相加跨界融合的策略才能适应数字化时代文旅融合的新要求,多点相加即是“文旅+科技+创意+运营+整合+业务+……”的一体化的平台式融合策略,即将文旅融合视为一种平台运作,将产业真正做成聚集各方优质资源的平台,推动文旅融合范式从二元融合向多元融合转变,尤其是注重文旅外资源的跨界融合,例如运营、品牌、广告、制造等“域外”要素的聚合,从而汇聚跨界力量,形成整体优势。也只有建立平台化的优质资源统筹机制,才能让文旅融合具象化、内容化、关联化、日常化、可操作化,虚实结合,人景融合,营造空间的场景感和丰富度。

2. 地域协同区域协作的一体化耦合策略。中国传媒大学文化发展研究院院长范周老师在《文旅融合的理论与实践》一文中提出文旅融合的五

维融合策略,即:理念融合为基础,职能融合为保障,资源融合为抓手,产业融合为核心,科技融合为助推器,笔者认为数字化时代的文旅融合更应该在此基础上还要做好区域协同和地域合作,立足于突出地域文旅特色,加强文旅协同从而保护文化空间和文化资源整体性、延续性和特色性。例如:2019年6月24日,新疆乌鲁木齐市、昌吉州、吐鲁番市、石河子市、克拉玛依市五地启动文旅融合协同发展旅游联盟。通过推进区域间不同地域的统一协调和广泛合作,从而实现资源共享、差异发展、避免同质化恶性竞争,实现多方共赢。这是一种立足于区域一体化,促进自身结构优化的协同融合策略,这种融合策略目标取向是突出地域特色,形成差异化优势,以聚合地方独特性优势而形成区域整体优势的地域融合和协同,近年来,无论是京津冀蒙旅游协同发展与合作联盟还是陕甘宁蒙“丝绸之路”旅游协同发展合作都是这种地域协同、区域一体化的融合体现。

3. 文旅发展与公共文化建设相结合的耦合开发策略。数字化时代的文旅融合发展需要与各地的公共文化建设相协调,当前,我国现代公共文化服务体系基本建成,无论是城市中文化馆、图书馆、体育馆、美术馆还是乡镇村级综合性文化服务中心、老年活动中心等既属于公共文化服务的基础设施,同时也应与当地文旅融合发展相协调,这样就可以发挥公共文化服务设施的服务保障功能,同时也可以作为当地文旅产业发展重要节点和支撑力量,例如贵州省六盘水市就将乡村文化站为切入点,围绕“扶贫先扶志,扶贫必扶智”的脱贫攻坚任务目标,精选民族特色鲜明、有开发前景的35个乡镇,112个村纳入《六盘水全域旅游发展总体规划》,由乡镇文化站指导各村建设特色文化园区、乡村旅游示范点等,除此之外,他们还依托乡村文化站做好当地非遗文化资源的开发,例如盘州市淤泥彝族乡文化站将非遗传承人集中起来,成功打造兼具彝族文化传习所功能的综合文化站,拓展了乡镇文化站传统手工艺的传习、体验功能和产品展销功能。文旅发展与本地公共文化服务建设相协调,充分发挥公共文化服务场馆的公共服务和旅游服务双重功能,将政府部门主导的公共文化服务于社会力量参与的公共文化服务相结合,则能够拓展本地民间文化资源、非物质文化遗产等转化为公共文化资源的实践路径,满足游客的公共文化服务需求和旅游需求。

五、小结：数字化时代文旅融合的展望

数字化时代的文旅融合向数字化、网络化、智能化方向转型已经成为大势所趋,在此基础上,文旅产业的深度融合也一定会孕育“大文化+大旅游”的新格局。所谓大文化是指文化经历数字化的“深加工”后所呈现出的价值递增和效益累积,“大文化”的开发必定是遵循企业、学界、民众、政府的多中心共同体的协作逻辑,所以数字化时代的文旅融合需要做出顶层设计和理性判断,完成关系链接和职责协同,同时,要坚持旅游的社会文化功能始终是置顶的这一原则,立足市场需求面向国际空间,更好地沉淀和思考文化旅游的教育属性,做好传统文化的现代表达、厚重文化的轻松表达、中国文化的国际表达。“大旅游”的时代则需要做好“顶天立地”式的产业开发统筹,所谓顶天是指广义上的面向生产端的旅游消费空间领域的延展,这种空间不仅包括了可见可感“实在空间”,更包括了数字技术所建构的网络空间,立地则是指面向消费端的旅游活动、旅游体验、旅游管理方式的多样化。数字化助推下的“大文化+大旅游”的深度融合一定会使得“文化无边和旅游无界”成为一种现实,这既是对于未来文旅融合的业态展望,同时更是文旅产业结构调整 and 升级的一种必然趋势,数字化时代的文旅融合正在以一种百花齐放、万紫千红的姿态向我们走来,也期待着未来学界和业界可以携手通过学科融合完成基础理论建构,通过学理与实践融合探索出中国特色的文旅融合实践方案。

〔参 考 文 献〕

- [1] 夏杰长,贺少军,徐金海.数字化:文旅产业融合发展的新方向[J].黑龙江社会科学,2020(2):51.
- [2] 文婧,桂亚娜.嵌入性视角下创意产业发展研究述[J].地理科学研究,2019(2).
- [3] 范苏军.网络嵌入性理论产业集群研究文献综述[J].中外企业家,2020(2).
- [4] 杨玉波,李备友,李守伟.嵌入性理论研究综述:基于普遍联系的视角[J].山东社会科学,2014(3):176.
- [6] 皮埃尔·布迪厄,华康德.实践与反思——反思社会学导引[M].李猛,李康,译.北京:中央编译出版社,1998:133-134.
- [7] 马波,张越.文旅融合四象限模型及其应用[J].旅游学刊,2020(5).
- [8] 郭文,朱竑.旅游空间生产的叠写与认同[J].中国旅游学刊,2020(12).
- [9] 王坤,黄震方,陶玉国,等.区域城市旅游效率的空间特征及溢出效应分析——以长三角为例[J].经济地理,2013,33(4).
- [10] 刘洋,肖远平.数字文旅产业的逻辑与转型——来自贵州的经验与启示[J].理论月刊,2020(4).
- [11] 熊正贤.文旅融合的特征分析与实践路径研究——以重庆涪陵为例[J].长江师范学院学报,2017(12).
- [12] 贝拉·迪克斯.被展示的文化[M].北京:北京大学出版社,2012:2-157.
- [13] 吴理财,郭璐.文旅融合的三重耦合性:价值、效能与路径[J].山西师大学报(社会科学版),2021(1).
- [14] 周宏.现代汉语辞海[M].北京:光明日报出版社,2003:820.
- [15] 张胜冰.文旅深度融合的内在机理、基本模式与产业开发逻辑[J].中国石油大学学报(社会科学版),2019(10).
- [16] 鲁元珍.文旅融合:形在“融”意在“合”[J].决策探索,2019(4).

(责任编辑:胡先砚)