

论创意休闲农业的生态女性主义表征

凌霓,张 姮

(浙江理工大学艺术与设计学院,杭州 310018)

摘 要:创意休闲农业奉行生态发展理念,融乡村生产、生活、生态于一体,是我国“十三五”规划重点发展产业;生态女性主义倡导人与自然的多元性和谐发展,呼吁重塑生态环境友好型的消费模式。以生态女性主义视角,通过分析创意休闲农业的内涵、生态女性主义在创意休闲农业中的体现、创意休闲农业中女性角色的重构,论证创意休闲农业的发展理念与生态女性主义价值观的内在一致性,倡导人与人、人与自然和谐共生、多元协同与可持续发展。

关键词:创意休闲农业;生态女性主义;表征

中图分类号: D61

文献标志码: A

文章编号: 1673-3851 (2018) 12-0621-07

创意休闲农业是集创意、休闲、旅游、农业为一体的新型现代化农业生产经营形态。随着“互联网+”的发展,制约现代农业发展的诸多瓶颈被逐渐打破。与此同时,创意休闲农业融乡村生产、生活、生态于一体,显示了较强的生命力和发展前景,成为我国“十三五”规划重点发展产业。

生态女性主义是女性主义第三次浪潮中最具影响力的流派,由法国女性主义者弗朗索瓦·德·埃奥本(Francoise D'Eaubonne)^[1]在1974年提出。作为一种多元的文化视角,它倡导多元的生态文化;作为一种生态伦理学,它呼吁建立一种基于互惠和负责原则的生态道德伦理观;它不仅是一种哲学或分析工具,更是一种行动主义和实践指南。它认同并重视保护生态平衡的重要性,并把保护生态环境视为自己的使命;它重新塑造一种环境友好型的家庭消费模式,同时摒弃不友好的消费方式;它关注人类与其他所有形式生命的相互关联,强调相互依赖和相互合作,倡导在保证多样性和持续性的基础上,建立平衡、稳定、完整、和谐的生态系统,实现人与自然的和睦相处^{[2]203-205}。

生态女性主义思想自诞生以来,在文学、哲学、社会学、生态伦理学等领域都产生了重要影响,也引

起了不少中国学者的关注。截至2018年9月,在中国知网数据库中搜索到包含关键词“生态女性主义”的文献共1822篇,但已有研究主要集中于生态女性主义相关的研究综述、文学批评、流派述评、内容透视、跨学科比较等方面,目前尚无采用该理论来分析具体产业的文献。创意休闲农业奉行生态发展理念,力图营造绿色、有机、安全的生态环境,与生态女性主义崇尚的和谐、生态的消费理念不谋而合。因此,本文尝试以生态女性主义视角,对创意休闲农业的有关表征作一探讨,旨在为生态文明建设和乡村振兴提供参考。

一、生态女性主义视角下创意休闲农业的内涵

(一)创意休闲农业的概念

创意休闲农业是现代农业的重要表现形式,是推动农村繁荣,促进农业增产增效与农民增收的有效手段。它突破了传统农业的发展模式,延长了农业产业链,提高了农业附加值,是创意农业与休闲农业相互渗透、相互融合的结果^[3]。关于创意休闲农业的定义,刘艳琴等^[4]认为,它是利用农村自然资源以及山水田园景观、人文历史民俗风情、农耕文化、生态环境等资源,发挥创意、创新构思,将农业生产、

农民生活、农村景观和文化创意相结合,设计出具有独特创意和文化内涵的、以休闲观光为主题的产品或活动,以提升现代农业的价值与产值,实现资源优化配置的一种更高层次的休闲农业形态。创意休闲农业的基础是农业,目的是休闲,其核心在于用创意打造农业新业态并提供高附加值的消费体验。

(二)生态女性主义的休闲观与巅峰体验

休闲主要是指自由时间、消遣活动和有意义的体验,或者是这三个因素的融合。休闲是人的本性,是社会生活中最能给人以自我满足、愉悦的一种活动,是社会进步、人类文明的尺度^{[2]232-233}。自由是休闲的核心,也是女性主义的核心之一,女性主义与休闲的目标都是鼓励自主选择,而不是设立限制^[5]。生态女性主义是女性主义的一个主要流派,是生态运动与女性主义结合的产物。作为一种环境主义思潮,它关注改善人类与自然的关系、环境危机和生态平衡。生态女性主义的伦理文化提倡关爱、关怀和公正的论理价值。它抛弃了等级制模式、各种歧视和人类中心的假设,强调相互依赖的关系,尊重和保护生命形式的多样性,表达人类应在自然的限度内获得自由的发展。用生态女性主义的维度来看,人脱胎于自然,对于自然的亲近,是基因的选择。休闲能使人达到与自然的和谐,人类善于通过到自然中旅游休闲的方式寻找自我,从自然中汲取能量,在人与自然的和谐中达到社会、人生的和谐。生态女性主义的休闲观坚持保护和发展相统一的原则,以保护环境为途径,在尊重自然、顺应自然、保护自然的前提下,实现人与自然的可持续发展,从而全面提升人的价值观。

另一方面,从人本主义心理学角度出发,休闲活动给人带来巅峰体验的机会。巅峰体验是一种自我超越,摆脱自我为中心的价值观,使人觉得自己与宇宙合二为一,接受事物多样性的存在,不再有高贵贫贱的评判。巅峰体验让人体验到道德感和使命感,触发人生非凡的意义与激动,并产生强大的力量。马斯洛曾指出,最幸福时刻和最满足时刻的巅峰体验,可经常通过自然体验、审美感知、创造时刻、知识顿悟、性高潮体验、运动追求获得^[6]。在乡村、郊野的休闲能让人与土地、山川亲密接触,人可以获得自然体验、审美感知、创造灵感、知识顿悟和运动追求等,为人们开拓实现自我价值、体现自由选择、获得自我满足的空间。

(三)生态女性主义视角下的创意休闲农业

生态女性主义强调人与人、人与自然之间的平

等、和谐关系,创意休闲农业正好支持了这种观点。由于上世纪八十年代开始我国农村大量劳动力向城市转移,农村社会传统意象上的“男耕女织”逐渐转变成了“男工女耕”。然而,创意休闲农业的发展却打破了传统农业男女分工明确的现象,让从业者不再有鲜明的性别取向,使得男女平等的生态格局在农业上得以体现。创意休闲农业运用艺术、文化、科技等手段,集生态性、趣味性、艺术性为一体,将农业生产、农产品加工业以及旅游服务业紧密连接起来,从业者除了体力付出,更强调脑力参与、男女从业者的机会均等。创意休闲农业为人们提供亲近自然、回归自然的机会,体现的恰恰就是人与自然的和谐性。它不仅能够将农业从单一的生产功能向生态保护、文化传承、农事体验、观光等多功能拓展,满足城乡居民走进自然、休闲娱乐的需要,而且能够借助其经济效益,吸引和调动各类经营主体投入转变经营方式、改善农业基础设施、保护产地环境的积极性,使和谐共生的生态价值观得以体现。

生态女性主义反对破二元对立式思维方式,强调多元和谐、天人合一的有机整体观。创意休闲农业融合了生产、生活和生态功能,以绿色生态为引领,贯穿了农村一二三产业,是实现绿色生态发展的有力举措,也是破解城乡二元结构的新途径。创意休闲农业的发展强调保护生物多样性,展现民俗文化的多元性,满足客户需求的多样化,与生态女性主义倡导的多样性、持续性、相互依赖与合作的发展观一致;创意休闲农业注重生态资源和乡村人情味,这种生态意识和“人文开放”的情怀与生态女性主义表达“尊重自然,关爱生命”的人文关怀不谋而合。

二、生态女性主义在创意休闲农业中的体现

(一)创意休闲农业是生态女性主义“田园意象”的再现

在环境学里,环境分为自然环境和人工环境。乡村空间主要依托自然环境生成,与之相比,城市空间则形成了以人工环境为主体的格局。当城市化进程和工业文明所形成的人工环境造成人的心理压抑时,田园主义理想浮现。田园主义(Arcadianism,音译为阿卡狄亚主义)是一种与自然亲密相处的简朴的乡村生活理想^[7]。Arcadianism 出自古希腊一个叫阿卡狄(Arcady)的山区,人们认为那里的居民生活在一种与地球及其生物和平相处的,像在伊甸园一样的纯洁状态里。它代表了一种追求纯真、幸福的田园生活的现代理想,与“城市的腐败、追求私利

以及混乱生活”^{[8]15}之间形成了鲜明对比,表达了“一种习见的退离城市、权力和政治中心而归隐自然的冲动”^{[8]71}。一般认为,田园主义源于18世纪吉尔伯特·怀特(Gilbert White)的生态思想。1870年《塞耳彭自然史》(The Natural History of Selborne)一书出版,该书记录了人与自然的对话,表达了人与自然和谐相处的思想,切合了那些久居都市之中却永远怀着田园梦想的人的深层心理,使田园主义在相当长的一个历史时期成为生态思想的主流^[9]。田园主义强调人是自然的一部分,不是优越于自然的存在。

生态女性主义在18世纪以来田园主义生态思想的基础上加入了男性与女性、人类与其他物种平等、多样化、和谐的生存理念,主张人与自然、人与人和谐共生。生态女性主义的“田园意象”是一种现代生态中心主义对乡村的描绘,是人类利用自然资源进行创造性活动的同时充分关注环境、亲近自然、感知自然、领悟自然、热爱和关爱自然,与自然相濡以沫,感到精神与肉体上的喜悦与美好的生态景象。创意休闲农业将人文生态景观与乡野风情运用创意巧妙结合,为城镇居民体验农耕乐趣、品味农业情怀、享受田园生活、感知民俗风情提供了广阔空间,成为再现生态女性主义“田园意象”的重要载体。创意休闲农业客观上需要依赖良好的自然生态环境来营造宜人的休闲氛围,因此从业者需要把山水田园作为一个生命共同体,积极发展农业循环经济,改善乡村基础设施,打造可持续发展的农业生态系统,形成良好的景观生态格局。通过人投身于自然并与之互动,从中享受休闲,引起人对自然及人类社会的多元性、整体性和关联性思考,激发人对自然的关怀、人与人之间的关爱和对待性别及物种的公正,因而创意休闲农业也成为生态女性主义宣扬关怀主义伦理的载体。

(二)创意休闲农业多元性发展目标体现“彻底非二元论”思维方式

创意休闲农业利用田园景观、自然生态及环境资源,结合农林渔牧业、农业经营活动、农村文化及农家生活,供人们在农业领域和农村环境中获得休闲体验,被称作集生态、生产、生活“三生”于一体的现代农业^[10]。它是创意文化产业与生态文化产业交叉的集合体,具有多元性发展目标。从城乡统筹的发展趋势来看,创意休闲农业是城乡一体互动需求的必然产物,它服务于农村、农业和农民,在发展过程中强调生态性和地域性。创意休闲农业尊重自

然之美、提升人文之美、崇尚和谐之美,不仅有助于改善人与自然的关系,还可以改善人与人之间的关系,缩小城乡差距,构建和谐社会^[11]。创意休闲农业源于农业、取法自然的本真属性,体现着追求人与自然和谐的生态理想;它倡导将休闲作为回归自然的消费行为理念,是对“物质利益诱惑与社会关系异化”的批判;它追求诗意地回归自然的审美境界,是实现现代农业克服工具理性下的异化现象,回归其审美价值的必由之路^[12]。创意休闲农业的多元性发展目标以及它对自然与人类发展的重新思考,正是生态女性主义“彻底非二元论”思维方式的体现,即“存在是统一的整体,是形式、运动、空间和时间微妙一体的格式塔”^[13]。

(三)创意休闲农业蕴含了生态女性主义审美

按美学的学科定位,自然作为感性对象理应属于美学的研究领域,自然美也理应属于主要的审美形式之一。但在父权制文化中的“理性崇拜”传统和“二元论”逻辑下,艺术作为一种人为创造的理性存在物,才是传统西方美学的主要研究对象,而自然作为一种完全缺乏理性的自在存在物,被排除在美学研究之外^[14]。

代表生态立场的生态女性主义审美彻底摒弃了基于人与世界对立、主客二分的传统审美模式,是一种人与世界融合为一的“审美交融”模式^{[15]120}。如同提出“交融美学”概念的Arnold^[16]所说的那样,这种审美放弃了传统美学中欣赏者与被欣赏者之间的二元分离,跨域了审美主客体之间的心理距离,消除了对立的边界,鼓励分享式的参与,人们会发现艺术和自然美的最充分、最强烈的体验。

根据生态美学研究者Joseph^[17]的观点,生态学展示了人类与自然环境的相互渗透性(Interpenetrability)。生态女性主义审美是以生态伦理学为思想基础的审美活动,它以生态意识为前提,必须借助自然科学知识、特别是生态学知识来引起人的好奇心和联想,进而激发人的想象和情感^[15]。无论是达尔文的进化论还是马克思的自然观,都肯定了人的自然属性。达尔文站在生态学立场上着重论述了人的自然属性;马克思则认为,人类不仅是具有自然属性的生物,而且是具有自然属性的社会人^[18]。创意休闲农业的考虑范围涉及如何将人回归自然的本能与精神文化需求结合,以及自然与人文有机交融。这种交融体现在农业观光、生态科普、民俗风情、古镇村落、民宿农家乐、乡野露营等常见的创意休闲农业经营模式上,并且从欣赏、品尝、采摘、学习、耕种、休憩、

观戏、养生、淘购等环节上植入各种创意手段来提升人与自然交互融合的体验感。它从视、听、味、触、嗅等多种感观要素上促进人的身心融入自然,引导人们通过生态审美活动获取环境、人类与其他物种之间相关联的生态知识信息,最终实现人与自然和谐发展的生态文明。

生态女性主义意识中女性因孕育生命而与自然有着内在联系,女性更贴近自然的观点现实地反映在创意休闲农业的花田、果园、民宿院落里四处可见的那些正在自拍的女性游客身上。创意休闲农业中的耕耘、收割、采摘等农事体验活动,不仅能让人感受到自然之母对生命的孕育,而且能让人在拥抱自然之母的同时获得生命的更新,感受到生命的意义、体会生命价值、分享生命喜悦。创意休闲农业的消费理念是结合回归自然的心灵愿景与休闲行为,追求人与自然和谐共生、共同发展的生态理想;通过人在自然中的审美活动和休闲体验,建构人与自然和谐发展的生态场景。它蕴含了生态女性主义审美要点,诠释了生态女性主义认为的“自然不是僵硬的,而是活动的;不是人们剥夺的对象,而是与人类和谐相处的”^[19]。

三、创意休闲农业中女性角色的重构

生态问题的解决须有赖于女性主义视角^[20],需重视女性价值。所谓“女性原则”,包括“可持续性、包容性、能动的创造性、多样性、整体性、生命的神圣性及无性别歧视等”^[21]。生态女性主义的最终目的就是要把妇女、自然和弱势群体从隶属、被动的地位解救出来,建立起人与自然之间、人与人之间的多样化的和谐关系^[22]。

长久以来,由于农业社会狭隘生产方式和性别分工体系的存在,传统农业形成了“男耕女织”的父权体制农业文化。女性角色与自然一样,处于被支配的被动地位。传统意义上的现代常规农业受机械论影响和人本主义思想支配,形成了工业化的农业生产方法,基因控制、农药、化肥等使用虽然增加了农作物的产量,但却致命地毁坏了当地的土壤,使得许多农村妇女的处境和当地环境恶化。

与传统常规农业不同,创意休闲农业的发展思路沿着创新、协调、绿色、开放、共享五大发展理念,来营造绿色、有机、安全的生态环境。创意休闲农业中女性角色的重构不是依托于对自然的统治剥削之上,而是基于与自然的和谐相处以及自然个体存在物之间的相互信任。

(一)农村妇女的角色转换

创意休闲农业改变了农村经济单纯依靠以体力劳力为主的第一产业的状况,农业与第二、三产业及互联网的结合,为期望居家创业的农村妇女性提供了机会;加之国家政策导向和全国妇联相关工作的推动,很大程度上激发了农村妇女的创新创业激情。较早介入“农家乐”经营的是农妇,全国妇联是我国休闲农业的先行支持者。以北京为例,乡村旅游“农家乐”的第一批实践者是农家妇女;它们因帮助解决了农村妇女就业的问题而获得全国妇联的第一批授牌^[23]。妇联还联合阿里巴巴,积极为农村妇女加入创意休闲农业搭建平台,利用“农村淘宝”打造特色电商农产品品牌。生态旅游与文化创意的结合使手作农产品成了广大农村妇女发挥创造力的舞台。许多有手工制作能力和工艺经验的农妇化身为农村特色民俗手工艺品的设计师和匠人,她们利用农业废旧物品(例如秸秆)编织、制作成各种乡村旅游纪念品,不仅实现了生态绿色循环,而且在设计、制作、销售这些手工艺品的过程中,获得了自我认同。具备乡土食品手工制作技艺的农妇也在她们亲手制作的农村土特产(如辣酱、腌菜、腊肉、糕点等)被市场认可后获得极大的心理满足。

农村妇女加入创意休闲农业,不但能发掘自身潜力,还能唤醒女性自我意识、实现自我价值、获得社会认同。在具备良好生态环境条件的乡村,创意休闲农业成为解决农村妇女既要照顾家庭又要增加家庭收入问题的可行途径。国外相关研究表明,发展生态农业旅游正在逐步提升农妇的能力^[24],女性在生态农业旅游发展中逐渐取代男性的中心地位^[25]。

(二)女性新农人的身份建构

“互联网+”的发展推动了跨界经营创意休闲农业的“新农人”的出现。新农人的界定有广义和狭义之分。广义的新农人,参照阿里研究院的定义^[26],主要指具有新理念、新思维、新技术,善于利用互联网,从事农产品加工、生产、流通或为农业提供指导、咨询、宣传、推广等服务的个人或群体,其核心是“互联网+三农”。狭义的新农人,参照张红宇^[27]的定义,主要指善于运用互联网思维,以提供安全农产品、提高农业价值为目标,拥有生态农业理念的农业生产者和经营者。新农人群体中不乏从城市返乡创业的大学生、白领、农产品电商、农科技术人员等等,他们除了具备较强的创新能力和对市场的敏感度外,还具有较高的生态自觉。由于创意休闲农业与

文化创意、科技创新以及农村的生态、生产、生活密切相关,从业人员主要在农村工作,因此本文所指的新农人应理解为从都市迁移而来、在乡村就业生活的狭义新农人。

由于女性的感性思维强,感情丰富,对社会变化和潮流的感触更敏锐,她们具备较强的沟通能力和跨文化学习能力。女性新农人大多受过高等教育和都市文化熏陶,选择迁往乡村从事创意休闲农业对她们来说,不单是为了生计,更多是从城市工业给环境安全造成的影响出发,为了更亲近自然,为自己和他人创造一个更安全更生态的生活和休闲环境而考虑。在经营过程中,这些女性新农人可以清楚、客观地认识到当前时代背景下她们的主体身份和劳作价值。乡村民宿、有机餐厅、亲子农庄等往往是女性新农人乐于选择的从业项目。以民宿为例,它与标准酒店的区别之处在于个性化体验和更贴近“家”的感觉。以人类演化角度而论,女性是家庭的灵魂,有女人才更有家的感觉。女主人作为“家”的象征符号,通常被认为是经营民宿的重要元素,她传递出来的温馨的“老板娘文化”是乡村民宿的“魂”。能和乡村民宿“老板娘”聊聊天,请有不同背景或出身的“老板娘”,讲讲自己对于客栈和民宿的理解以及自身的经历,是来自繁忙大城市的游客能享受到的除了久违的宁静与原生态菜肴之外的另一乐趣。这样的乡村民宿,表现的是故里的亲切、家的温馨,所以能牵动目标消费者的情感^[28]。在2016首届北京新农人节“影响中国—巾帼新农领军人物评选巾帼创新创业新农人发展论坛暨颁奖典礼”上,来自农庄、民宿的“老板娘”、“女掌柜”占了多数,她们逐渐成为创意休闲农业未来发展的新力量。

(三) 女性消费者的角色地位

“她时代”社会职业结构全面调整,女性的社会地位、受教育程度、就业层次和可自由支配收入不断提高,女性旅游消费在旅游经济中占据重要地位。近年来,随着女性的闲暇时间和经济基础越来越有保障,以及女性的出游意愿与决策能力进一步提升,女性旅游者行为特征成为了国内外学者关注的热点。新西兰怀卡托大学世界旅游组织(UNWTO)旅游可持续发展监测实验室中心主任、著名旅游学者Chris^[29]在其研究中指出,女性更想利用假期来避免日常生活的喧嚣,获得身体和情感的放松。

从创意休闲农业的角度来看,乡村旅游的最终目的是为了达到生态融合^[30]。创意休闲农业作为乡村旅游的核心内容,因其贴近自然的慢生活理念

与都市繁忙的快节奏生活形成了鲜明对比,成为女性旅游的理想选择。罗舒月等^[31]通过对女性乡村旅游的动机研究发现,都市女性乡村旅游最重要的五个动机依次为:体验户外情趣,亲近自然;追求食品安全;欣赏乡村美景;带小孩增长知识和阅历;增进与家人朋友的感情。不难看出,注重家庭的女性选择乡村旅游的原因很大程度上是因为在这种消费体验过程中能获得热爱个人“小家”与关爱地球“大家”之间的平衡。

正如我国著名生态学家徐凤翔^[32]所说,在对为子孙后代着想、保护生态环境的认识和行动方面,广大妇女的潜力很大,并将不断发挥作用。她们对自身与后代生存环境的关切和爱心一旦由家庭型转为社会型,就会被扩大为对全人类、全球的博爱之情,她们将竭力发挥其“天性”(自然性),专注地投入到生态环境保护这项利国利民造福子孙的事业中去。持“小家”与热爱地球生态的“大家”被看作是女性统一的天性。

(四) 创意休闲农业 IP 中的女性符号

创意休闲农业的IP(Intellectual property)是其品牌人格化的意象符号,拥有鲜明的可识别性和吸纳粉丝的能力,是具有商业价值的知识、创意和人类思想的表达,它受到版权、商标、设计权和专利法律保护,是避免同质化恶性竞争的利器。IP独具特色、富有情感,是文化创意的产物,是互联网发展对创意休闲农业品牌化要求的结果,也是互联网与传统产业嫁接的机遇所在。创意休闲农业IP的表现形式多样,可以是一个动漫卡通形象、一套表情包,也可以是一个故事、一种流行文化或生活方式,但它们都是艺术化、人性化、商业化的内容。

生态女性主义认为,相比男性,女性与自然之间有着更紧密的联系。女性更接近自然,更适合考虑和理解人与自然的关系^[33]。女性天生具备在个人“小家”与自然“大家”之间寻找平衡的潜力。因此,许多创意休闲农业的IP采用了女性形象作为内容符号,例如经营生态健康土豆的“土豆姐姐”,专业亲子农场“田妈妈”,生鲜电商O2O品牌“小农女”等等。此外,创意休闲农业的IP化趋势将产生一个从业者、消费者到产业平台多方共赢的产业生态圈,这种多元协调、和谐发展的结果也是生态女性主义所期待的。在IP战略驱动下,创意休闲农业的产业生态圈将努力为消费者打造“第三地”的生活方式,即除了日常工作之地(职场)、日常生活之地(家庭)外

的第三种体验场所。在那里,人们可以融入自然,放松自己,达到工作、生活之外的第三种状态:休闲。

四、结 语

创意休闲农业奉行生态发展理念,融农村的生产、生活、生态为一体,紧密联结一二三产业,力图营造绿色、有机、安全的生态环境,是农业与生态休闲旅游融合发展的新业态。生态女性主义是女性主义第三次浪潮中最具影响力的流派,它倡导人与自然的多元性和谐发展,视生态环境保护视为己任,呼吁重塑人与环境友好的家庭消费模式。本文以生态女性主义视角,从创意休闲农业的内涵、生态女性主义在其中的表现、女性角色在该业态中的重构三个方面进行探讨论证,认为创意休闲农业使传统农业由父权制社会“男耕女织”的二元对立分工的农村生活景象,迈向了生态女性主义视阈下“天人合一”和谐共生、多元协同、城乡统筹、可持续发展的阶段。它的发展符合男女平等、物种平等、两性和谐、人类与自然和谐发展的世界观,实现一种现代人类技术文明有利于自然生态可持续发展的新型现代田园理想,有利于社会的可持续发展。

参考文献:

- [1] Francoise D' E. Le Feminisme ou La Mort[M]. Paris: Pierre Horay, 1974: 52-54.
- [2] 厦门大学性别与哲学研究中心. 女性主义哲学[M]. 厦门: 厦门大学出版社, 2013.
- [3] 刘军, 邓文, 刘贝. 创意休闲农业的起源、特征与休闲农业的区别[J]. 湖南农业科学, 2012(8): 50-54.
- [4] 刘艳琴, 周发明. 创意休闲农业研究述评[J]. 湖南农业大学学报(自然科学版), 2013(s1): 148-151.
- [5] 卡拉·亨德森, 黛博拉·拜尔列席基, 苏珊·萧, 等. 女性休闲: 女性主义的视角[M]. 刘耳, 季斌, 马岚, 译. 昆明: 云南人民出版社, 2000: 29.
- [6] Abraham H M. Religions, Values and Peak-Experiences [M]. London: Penguin Books, 1964: 235.
- [7] Dictionary. com. Definitions Arcadian[DB/OL]. (2010-3-1) [2018-3-5]. <http://www. dictionary. com/browse/arcadian? s=t>.
- [8] 利奥·马克斯. 花园里的机器: 美国的技术与田园理想[M]. 马海良, 雷月梅, 译. 北京: 北京大学出版社, 2011.
- [9] 龙迪勇. 试论生态思想中的“田园主义”[J]. 鄱阳湖学刊, 2011(4): 18-38.
- [10] 吕明伟, 郭焕成, 孙艺惠. 生产-生态-生活: “三生”一体的台湾休闲农业园区规划与建设[J]. 中国园林, 2008, 24(8): 16-19.
- [11] 刘一梅, 毕华. 休闲农业中的生态美学: 以海南美丽乡村建设为例[J]. 湖北理工学院学报(人文社会科学版), 2017, 34(3): 18-22.
- [12] 陈良兵. 休闲农业的多维思考[J]. 思想战线, 2017, 43(3): 167-172.
- [13] C. 斯普瑞物奈克. 生态女性主义哲学中的彻底的非二元论[J]. 张妮妮, 译. 国外社会科学, 1997(6): 57-61.
- [14] 赵玉. 生态女性主义与传统美学的反思[J]. 齐鲁学刊, 2012(6): 155-160.
- [15] 程相占. 论生态审美的四个要点[J]. 天津社会科学, 2013(5): 120-125.
- [16] Arnold B. Aethetics and Environment: Variations on a Theme[M]. Aldershot: Ashgate, 2005: 13-14.
- [17] Joseph W M. The Comedy of Survival: Studies in Literary Ecology[M]. New York: Charles Scribner's Sons, 1972: 136.
- [18] 彭新武, 李宏伟. 达尔文进化论与马克思主义的关联与歧义[J]. 湖北行政学院学报, 2011(2): 5-10.
- [19] 陈伟华. 人与自然关系的新视角: 生态女性主义的自然观[J]. 科学技术与辩证法, 2004(10): 32-34.
- [20] Warren K J. Feminism and Ecology[J]. Environmental Review, 1987, 9(2): 3-20.
- [21] 林树明. 多维视野中的女性主义文学批评[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2004: 217.
- [22] 陈慧. 生态女性主义视野中的农村低碳发展研究[J]. 广西社会科学, 2011(3): 112-115.
- [23] 陈奕捷. 女性的休闲农业[Z]. “用优秀思想改变农业”: 2016 休闲农业中年演讲会 TEDTALK, 2016.
- [24] Evans N J, Ilbery B W. Farm-based accommodation and the restructuring of agriculture: Evidence from three English counties[J]. Journal of Rural Studies, 1992, 8(1): 85-96.
- [25] Nilsson P A. Staying on farms: An ideological background [J]. Annals of Tourism Research, 2002, 29(1): 7-24.
- [26] 阿里研究院. 2014 年中国新农人研究报告[EB/OL]. (2015-2-7) [2017-12-30]. http://www. nongshijie. com/a/article_9610. html.
- [27] 张红宇. 新农人: 农业供给侧结构性改革的先行者[EB/OL]. (2016-02-04) [2017-12-26]. <http://news. xinhua08. com/a/20160204/1606268. shtml>.
- [28] 袁学娅. 说说乡村民宿的“老板娘文化”[N]. 中国旅游报, 2016-02-17(A01).
- [29] Chris R. The Tourist Experience: A New Introduction [M]. Cassell: Wellington House, 1997: 112-135.
- [30] 黄爱莲. 乡村旅游与创意休闲农业发展研究[J]. 安徽农业科学, 2011, 39(20): 12373-12374.
- [31] 罗舒月, 佟晓彤, 宋薇. 女性城镇居民的乡村旅游推力动机分类研究[J]. 现代经济信息, 2016(18): 319-321.

[32] 徐凤翔. 自然性与“天性”:论妇女与生态环境保护 [C]//’97 妇女与环境研讨会文集. 北京:中国环境科学出版社,1998:88-90.

[33] Kheel M. Ecofeminism and deep ecology: Reflections on identity and difference[J]. *Trumpeter*, 1991: 162-165.

Ecofeminist representation of creative-leisure agriculture

LING Ni, ZHANG Heng

(School of Art & Design, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou 310018, China)

Abstract: Pursuing the idea of eco-development and integrating rural production, life and ecology, creative-leisure agriculture is a key development industry in China’s 13th Five-Year Plan. Ecofeminism advocates the diversity and harmonious development of human and nature. It calls for remolding an environment-friendly consumption mode. From the perspective of ecofeminism, this paper interprets the connotation of creative-leisure agriculture, expression of ecofeminism in creative-leisure agriculture, role remolding of the female in creative-leisure agriculture, demonstrates intrinsic consistency of development idea of creative-leisure agriculture and ecofeminism value, and advocates harmonious coexistence and sustainable development among human beings and between human and nature.

Key words: creative-leisure agriculture; ecofeminism; representation

(责任编辑:陈丽琼)