

## 精准扶贫视阈下社区参与旅游的几点思考

叶俊<sup>①</sup>

社区参与旅游源起西方,是在其旅游业高度发达、利益主体矛盾日渐突出的背景之下人们探寻在旅游规划中纳入社区居民意见的一种方法,所以最初只是运用在旅游规划领域。后期在可持续思想、生态旅游、利益相关者、赋权理论、博弈论等相关理论的支持下,深入到社区为何参与、如何参与、参与内容、参与模式、参与机制、参与效果、参与反思等全方位的研究过程中来。可见国外学者对社区参与旅游的研究已经从单一的人类学视角,拓展到经济学、管理学、社会学等领域。我国旅游业从20世纪90年代开始,进入了前所未有的发展快车道,高速发展的旅游业让许多贫困地区尝到甜头后,又反噬出更加突出的矛盾问题,如2011年婺源因门票分成问题而导致的李坑事件、2013年凤凰古城“围城收费”风波、2014年峨眉山村民与景区管委会矛盾升级导致封山堵路事件等,这些都暴露出成熟旅游社区的可持续发展受到重大挑战。而2013年精准扶贫的提出,更是为本已研究炽热的“社区参与旅游”打了一针强心剂,社区参与旅游不仅是实现旅游可持续发展的最佳手段,更是实现精准扶贫的有效路径,在政策导向和国际范式的影响之下国内相关研究一片繁荣。

梳理研究文献会发现旅游与扶贫效应的关系存在三种观点:一是旅游发展减缓了贫困:依据是旅游的乘数效应;二是旅游发展加剧了贫困:依据是旅游的外部漏损及开发陷阱;三是旅游发展与贫困减缓无必然联系:依据是各地的政策机制与管理水平。基于此,本文提出几点反思,探讨在精准扶贫的背景下,贫困社区开发旅游是否具有先天优势和后天条件?精准扶贫对象是否具备足够的话语权?精准扶贫社区能否真正参与旅游利益分配?而社区参与是否具备足够的知识储备与能力?

### 一、贫困社区与旅游开发是否天然耦合?

由于地理位置、生态环境、历史机遇等原因,我国许多贫困地区位于革命老区、民族地区、边疆地区和山野农村,在举国全面步入城市化进程和工业化时代,这些区域依然保留着原生态的自然风光和淳朴的风土人情,具备旅游开发的先决条件。在20世纪末至21世纪初的旅游黄金发展阶段,不乏成功的例子。一些资源禀赋极佳的贫困地区如云南西双版纳傣族园、广西阳朔遇龙河、广西龙胜梯田、江西婺源、福建永定土楼等都在社区参与旅游的

<sup>①</sup> 基金项目:2017年度湖北省教育厅人文社会科学研究项目(17D079);湖北省普通高校人文社科重点研究基地大别山旅游经济与文化研究中心资助项目(201714803);2017湖北省技术创新专项(软件科学研究)项目(2017ADC082)。

情况下实现了脱贫致富。而在精准扶贫的背景下,对社区参与旅游提出了更高的挑战,这条道路是否依然行得通呢?一则我国旅游业已从粗放式规模发展步入集约化竞争阶段,大量的景区不仅能满足人们的出行需求反而形成了一种过剩,个性化的品质旅游产品相对稀缺;二则已成功的案例自然在资源特色、区位条件上优于其他待开发贫困地区,优先获得了发展机遇与政策支持;三则成功的案例无论在知名度还是美誉度上都领先一筹,具备更佳的市场推广价值;四则在成功模式的带动下,许多贫困社区一味地模仿与借鉴,同质化的产品、过度的供给形成不良的市场竞争态势,而旅游业的季节性会更加加剧这种不良效应,导致惨淡经营,入不敷出。因此在竞争格局和大众旅游口味已经悄然发生改变的当下,贫困地区与旅游开发的天然耦合性还需要更佳理性的论证与思考,不要让它成为一种口号和绑架。

## 二、社区参与是否具有足够的话语权?

话语权是当今出现在民主政治和社会学中较高频率的一个词语,是公民表达自己真实意愿和利益诉求的一种权利和权力,在多元化利益主体的今天,实际是一种利益表达机制。众所周知,西方“强民间弱政府”的政治环境给予当地社区足够的自治权,故源自西方的社区参与旅游有足够的政治土壤和话语权。而在我国,当地政府、旅游开发商、游客和社区由于对权力和资源的占有情况不同导致力量对比悬殊:作为政府主导型社会地方政府对旅游业的导向作用不言而喻;旅游开发商的投资主体地位让其成为强势群体;游客作为消费群体享受着“顾客是上帝”的待遇;而社区,特别是精准扶贫对象下的贫困社区由于政治地位低、经济条件差、文化水平低等原因使其利益表达话语权缺失,久而久之成为沉默和失语的弱势群体,一旦出现矛盾纷争便采用非理性的方式诉求利益(正如文章开篇所提到的围堵、破坏等)。可喜的是,近些年许多学者看到了中外社区机制的不同,纷纷从社区增权的角度探寻如何从政治、经济、社会、心理、教育等维度实现弱势群体的利益最大化。但这些仍处在个案研究上,话语权的缺失是社区参与不足的根本原因所在,也是决定旅游精准扶贫能否直到要点的症结所在,要想改变这种现状,除了学者呼吁以外,更需要社会机制配套、法制健全和第三方群体的介入。

## 三、社区是否真正参与旅游利益分配?

旅游扶贫一经提出便引起了广泛的共识,是因为人们看到了它强大的经济效应,这种经济效应通常表现在三个方面:首先是直接经济效应,如为当地居民提供就业岗位,特别是一些农村妇女凭借自身的特长可以轻松地找到诸如接待、膳食、表演等工作;其次是间接经济效应,获益群体通过生活性消费和享受性消费实现了旅游收入的再分配,带动地方经济整体发展。由于现阶段发展水平的需求,无论是政府还是社区老百姓更多看到的是这种经济效应。但经济学告诉我们还存在一种旅游漏损的负面效应,一旦这种漏损扩大就出现开篇案例中所提到的因为利益不均而引起的纠纷,这也是近些年有

些学者认为旅游发展导致更加贫困的依据所在。当然,我们不能因为发展阶段的不同就断然否定旅游的经济效应,但社区是否真正参与利益分配确实有几点值得思考:一是能率先参与旅游经营层面的只是少数的“精英阶层”,更多的社区居民由于资金缺乏、能力有限是游离在核心利益层面之外的;二是尽管有些居民也从旅游开发中获得了一份工作,但其收入与外出打工人员对比也是存在一定差距的,也就是“机会利益”的存在让低层次参与者的旅游收益大打折扣;三是有的旅游开发商也按人头或土地给每位社区居民发放红利,但这样的旅游社区通常也是进入成熟阶段的旅游社区,其收益也仅够冲抵旅游地物价上涨所带来的负面效应。

#### 四、社区居民是否具备参与能力?

社区参与旅游是指在旅游的决策、开发、规划、管理、监督等环节,充分考虑社区居民的意见和需求,并将其作为开发主体和参与主体,以保证旅游可持续发展和社区发展。而在我国,社区参与旅游常常被简化为仅仅是参与利益的分配。精准扶贫背景下,社区全面参与旅游更是受到巨大的挑战。由于教育程度和视野的局限,精准扶贫下的社区居民很难在决策层面看懂旅游利益分配的“游戏规则”,相反在“强大”的经济诱惑之下他们会争先恐后地加入到旅游前期开发中来,并在后期管理中成为旅游投资商或地方政府的代言人,更谈不上站在社区的立场去监督整个旅游发展过程。如此造成这样一种局面:一方面,学者专家大力推进社区参与旅游;而另一方面由于能力的缺失,更多居民只是“被参与”。尽管近些年在旅游精准扶贫的政策帮扶下,许多科研院所、规划机构都对贫困社区进行了造血式扶贫——开展旅游知识和技能的培训,但一两次而不系统的学习很难唤醒社区居民的参与意识,更加不能从思维方式、行动能力上赋予其足够的参与能力。可见,在精准扶贫的背景下,不加区别地借鉴社区参与旅游并非万全之策。

(叶俊:黄冈师范学院旅游文化与地理科学学院副教授,硕士)

## 文化自信:我国民族社区主动参与旅游活动的内生动力

张 冬

我国民族地区旅游资源丰富,一直是旅游发展的重点和旅游研究的热点。民族旅游利用文化展演的方式,通过旅游者与社区的互动,实现民族文化的表达、传递、交流和变迁。民族社区作为民族文化的承载主体,为旅游发展注入了灵魂和深邃的内容,要获得旅游的可持续发展,必须重视社区参与旅游。然而,就我国的实践情况来看,社区参与旅游的发展并不理想,大部分社区属于被动参与,重要原因是社区参与过程中的文化自信问题没有得到重视。文化是旅游的灵魂,更是民族旅游可持续发展的动力源泉,因此,必须重视民族社区的文化自信。