

文章编号:1003-2398(2013)01-0141-09

从“社区参与”走向“社区增权” ——开平碉楼与村落为例

王纯阳^{1,2}, 黄福才³

(1.五邑大学 管理学院, 江门 529020; 2.广东侨乡文化研究中心, 江门 529020;

3.厦门大学 管理学院, 厦门 361005)

FROM COMMUNITY INVOLVEMENT TO COMMUNITY EMPOWERMENT

——A Case Study of Kaiping Watchtower and Villages

WANG Chun-yang^{1,2}, HUANG Fu-cai³

(1.School of Economics & Management, Wuyi University, Jiangmen 3358395, China; 2.Guangdong Overseas Chinese Culture Research Center, Jiangmen 529020, China; 3.School of Management, Xiamen University, Xiamen 361005, China)

Abstracts: Community residents play an important role in tourism image of village heritage sites, whose attitudes and behaviors have a direct impact on tourists' experience and feelings and impression on destination. However, community involvement hasn't realized, and degree of involvement and level of involvement are generally low in tourism development practice. Community residents are engaged in non-technical or semi-skilled work which involve in economic activities and seldom intervene in management and decision, and they are lack of involvement and interests are damaged in politics, economics and society, which result in culture heritage, can be effectively protected. Community involvement is an individual and passive process. Subject position of community residents in essence is ignored, which is the reason that involvement of community residents fail in practice. Therefore, only if the right and system framework will be set up by community empowerment, subject position of community residents are be highlighted in tourism development. Community empowerment extends further community involvement, which is an important way to promote validity of community involvement. To make community involvement be put into practice as well, the community residents should be empowered in the different aspects. This paper analyzes the present situation and problems of community involvement in tourism development and puts forward community empowerment including economical empowerment, psychological empowerment, social empowerment and political empowerment to find effective means to community involvement, which will provide a scientific evidence for tourism administrative department to make a policy.

Key words: village heritage sites; community involvement; community empowerment

提 要: 社区增权是社区参与内涵的进一步拓展, 是提升社区参与有效性的的重要途径。要使社区参与真正落到实处, 使社区居民能够真正获益于旅游发展, 亟需通过不同层面的增权, 凸显社区居民在旅游开发中的主体地位。鉴于此, 本研究以开平碉楼与村落为例, 分析了旅游开发中社区参与现状及问题, 并提出

通过从经济、心理、社会和政治等四个不同层面实现增权, 探索村落遗产地提高社区参与有效性的途径, 以为旅游行政管理部门科学制定决策提供理论依据和实践建议。

关键词: 村落遗产地; 社区参与; 社区增权

中国分类号: F592 **文献标识码:** A

基金项目:教育部人文社会科学研究规划青年基金项目(11YJC630201);广东省自然科学基金项目(10152902001000005);广东高校优秀青年创新人才培养计划(育苗工程)项目(WYM10102)

作者简介:王纯阳(1979—),女,湖南岳阳人,博士,副教授,研究方向为遗产旅游。E-mail:wangchu4004@yahoo.com.cn。

收稿日期:2011-10-26;修订日期:2012-04-02

1 引言

随着旅游市场需求的多元化发展,传统村落凭借其独特的建筑风貌、重要的历史价值、深厚的文化积淀、特有的古韵氛围越来越受到旅游者的青睐。特别是20世纪年代90年代以来,全国掀起了一股村落旅游开发热潮,先后涌现出一大批独具魅力的旅游村落,如西递、宏村、洪坑村、开平碉楼与村落等。这些以村落为主体的遗产地都进行了不同程度的旅游开发,产生了良好的经济带动效应和广泛的社会效益,对缓解农村剩余劳动力就业压力,解决三农问题,优化农村产业结构,加快农村村容村貌建设具有积极意义。然而,旅游业在带动当地经济发展的同时也带来了广泛消极的环境、社会和文化影响,而乡村社区居民正是这些影响的主要承担者,却没有获得应有的补偿或权益,从而产生了抱怨情绪,甚至出现抵制旅游开发、破坏文化遗产、排斥旅游者等行为,严重影响了村落遗产地旅游业的持续发展。

村落遗产地作为传统乡村聚落和居住空间的历史遗存,社区和景区的高度重叠构成了其最为明显的特征,既是旅游者旅游活动发生的主要环节,又作为我国农村社会的基本单元,同时是农村居民的居住区和生活、生产活动区。村落遗产地正是依托社区居民的历史社会—生活空间中的聚落景观、民情风俗、生活方式、农耕文化等为核心旅游资源展开的,而这些旅游资源的保持与维护,离不开社区居民的主动性,任何消极和对抗都会导致这些旅游资源的破坏。社区居民在村落遗产地旅游形象的树立中扮演着重要的角色,他们的态度和行为直接影响着旅游者的旅游体验质量以及对目的地的感觉和印象。可见,村落遗产地社区居民具有资源保护利用主体和资源本体的双重身份特征。只有把社区参与纳入村落遗产地旅游发展战略中,使社区居民充分享受到旅游业带来的经济、社会文化、环境等各方面的利益,才能保证村落遗产地社区关系的和谐,推动当地旅游业持续健康发展。然而,在村落遗产地旅游开发实践中,社区参与远未实现,参与程度和层次普遍偏低,当地居民主要从事非技术性或非技术性的工作,参与的内容往往只涉及经济活动领域,极少介入管理和决策层面,在政治、经济、社会等方面普遍存在参与不足和利益受损现象,从而导致文化遗产得不到有效保护。与政府的权威和旅游开发商资本的力量相比,村落遗产地社区普遍处于无权状态,真正的主导权掌握在政府和开发商手中,社区居民更多的是处于弱势地位而非平等的协商者,社区参与大都是一种单向的被动参与过程,社区居民的主体地位本质上是被忽略的,在参与过程中处于被决定、被包装、被表达、被展示的状态,这正是其在实践上失败的原因^[1]。因此,必须通过社区权能,即“增权”,建立起有助于当地社区参与旅游发展的权力与制度框架,才能真正凸显社区在旅游发展中的主体地位。

增权又译为充权、赋权,是指通过外部的干预和帮助而增强个人的能力和对权利的认识,以减少或消除无权感的过程,其最终目的是指向获取权力的社会行动及其导致的社会改变的结果^[2]。增权理论最初是为社会工作而提出的,关注的重点是提高弱势群体的权利和社会参与。随着学科交叉性

日益增强,增权理论扩展运用到旅游领域。在国外,Akama最早在对肯尼亚生态旅游的研究中提出了对社区居民增权的必要性^[3]。Scheyvens正式将增权理论引入到生态旅游研究中,认为旅游增权的受体应当是目的地社区,并提出了一个包含政治、经济、心理、社会4个维度在内的社区旅游增权框架^[4]。Sofield进一步深化了旅游增权的概念^[5]。

与国外相比较,国内学者在旅游增权研究起步较晚,研究成果较少,尤其是针对村落遗产地社区增权研究甚少。盖媛瑾等对贵州天龙屯堡和郎德苗寨两地不同乡村旅游开发模式下社区经济增权差异进行对比分析^[6]。陈志永等以贵州郎德苗寨为个案,研究当地村民对旅游经济增权、旅游政治增权、旅游心理增权和旅游社会增权的感知状况,对不同特征村民对旅游增权的感知差异进行分析^[7]。翁时秀、彭华以浙江省永嘉县境内的楠溪江古村落群为例,对旅游发展初级阶段弱权利意识型古村落社区展开了研究,指出了此类旅游地的去权根源及增权途径^[8]。于萍分析了乡村旅游社区参与不足及利益受损的表现及原因分析,提出从社会增权、个体增权和制度增权等方面进行社区增权^[9]。保继刚、孙九霞提出在制度层面上确立社区的权力,进行制度性增权,真正凸显社区在旅游发展中的主体地位,是雨崩村旅游能否可持续发展的重要前提^[9]。李锦宏、金彦平提出喀斯特乡村旅游的社区参与关键是要从经济、政治、心理和社会四个维度上实现对喀斯特社区的赋权^[10]。从现有相关文献来看,国内外关于村落遗产地社区增权的研究仍处于初级阶段,在广度和深度都有待提高。虽然现有研究对村落遗产地社区增权的实施策略作了一定探讨,但是较少地触及一些根源性的本质问题,导致研究的可操作性不强,不能很好地指导村落遗产地旅游开发实践。鉴于此,本文在借鉴现有研究成果的基础上,以开平碉楼与村落为例,剖析其社区参与的现状及存在的问题,探索村落遗产地旅游开发中社区增权的有效途径,这对完善旅游增权理论体系,推动旅游增权理论本土化,促进村落遗产地旅游业的可持续发展具有重要的理论和现实意义。

2 开平碉楼与村落社区参与现状与问题

2.1 案例概况

开平碉楼与村落是中国乡土建筑的一个特殊类型,融合了异域文化与本土文化而形成新的建筑与聚落景观,它所代表的侨乡文化具有大众性、世俗性、乡土性、自发性的色彩,不仅在珠江三角洲西部文化走廊中具有不可替代的独特地位,而且也是明清以来中外文化交流的独一无二的类型。2007年6月28日,在第31届世界遗产大会上,开平碉楼与村落被列入《世界遗产名录》,成为中国第35处世界遗产和广东省第1处世界文化遗产。“开平碉楼与村落”世界文化遗产地共有四处,分别是自力村村落、马降龙村村落、锦江里村村落和三门里村村落,如表1所示。2010年开平碉楼与村落实现旅游接待游客人数为40.4万人次,门票收入1293万元。

作为村落遗产地,开平碉楼与村落是政府主导开发模式的典型代表。2010年2月24日开平市委、市政府批准组建全资国有企业——广东开平碉楼旅游发展有限公司(下文简

称“旅游公司”), 主要负责旅游景区开发、旅游项目建设、房地产开发经营、园林绿化工程和会议组织接待等。该公司下辖立园、自力村、马降龙、锦江里、三门里、赤坎影视城、南楼、开元塔等八大景区。

2.2 社区参与旅游现状

为了深入了解开平碉楼与村落旅游开发中社区居民的参与情况, 本研究通过问卷调查、田野调查和访谈法获得主要数据和资料。调查时间为 2010 年 4 月 1 日—2010 年 4 月 30 日。资料收集分为两个阶段: 首先对开平市旅游局、开平市文物局、镇政府、广东开平碉楼旅游发展有限公司等相关负责人进行深度访谈; 然后以每户家庭为单位, 对现有常住村民进行调查。由于三门里村落至今尚未对外开放, 因此本研究的调查范围是自力村、马降龙村落和锦江里村落。共发放问卷 85 份, 其中有效问卷为 80 份。

2.2.1 社区居民概况

社区居民的基本特征可以从居民的性别、年龄、文化程度、家庭经济来源、人均年收入等人口统计指标等方面体现出来。被调查者的基本情况如表 2 所示。

基于以上统计结果, 社区居民的主要特点可以归纳为以下: ① 被调查者以女性为主。受访者中, 女性所占比例很大, 为 60.9%, 而男性比例相对较小, 为 39.1%。这是因为当地大多男性村民在外打工, 增加家庭收入, 留守在家多为

女性。② 被调查者以中老年为主。受访居民中 35—64 岁的人居多, 占 87.0%, 其中 55—64 岁的老人所占比例较大, 为 34.8%; 而 18—34 岁的青年人只占 13.0%。③ 当地居民受教育程度总体水平比较低, 中小学学历占多数。其中初中学历最多占 52.2%, 小学及以下学历占 37.0%, 而中专或高学历仅占 10.9%, 且没有大专及以上学历。④ 社区居民家庭生活水平普遍偏低。多数社区居民的家庭人均年收入在 5000 元以下, 占 45.3%, 其次为 5001—10000 元, 为 35.6%, 家庭人均年收入在 10001—15000 元和 15001—20000 元分别占 13.0% 和 6.2%, 而人均年收入在 20001 元以上的家庭却没有。⑤ 家庭经济来源以外出打工和务农为主。调查结果表明, 当地主要通过青壮年外出打工获得经济来源, 占 49.2%; 在外出打工的社区居民中, 主要从事建筑装修业。此外, 以务农作为主要经济来源渠道的家庭占 31.8%, 而家庭经济来源于旅游业和其他方面的仅占 12.2% 和 7.9%。

2.2.2 社区居民参与旅游业的概况

(1) 社区居民参与旅游的态度和意愿

1) 社区居民对旅游发展的满意程度

将近半数社区居民对目前旅游业发展现状持不满意态度。由图 1 可知, 对旅游业发展持“满意”和“非常满意”态度的社区居民共占 43.2%, 而持“不满意”态度和“非常

表 1 案例地概况
Tab.1 Profile of Case

景区	概况
自力村	隶属开平市塘口镇, 东距开平市 25 公里, 由安和里、合安里和永安里三个自然村组成。现有村民 67 户家庭, 共 189 人, 常住家庭 20 多户, 六七十人左右。自力村是开平碉楼与村落中旅游发展较为成熟的一个村落。2003 年 10 月 1 日, 正式对外开放。
马降龙村落	隶属开平市百合镇, 东北距开平市区 15 公里, 由永安、南安、河东、庆临、龙江 5 个自然村组成。现有村民 130 户家庭, 共 300 多人, 常住家庭 40 户左右, 共 130 多人。马降龙村落是开平碉楼与村落自然生态环境最好的村落。2007 年 2 月 2 日, 正式对外开放。
锦江里村落	隶属开平市蚬冈镇, 东北距开平市区 35 公里。现有村民 48 户家庭, 共 147 人, 常住家庭 20 户左右, 六七十人左右。2010 年 5 月 1 日锦江里村落正式对外开放。
三门里村落	隶属开平赤坎镇, 东距开平市区 12 公里。目前, 三门里村落尚未对外开放。

表 2 社区居民的基本情况
Tab.2 The Basic Condition of Community Residents

人口统计	类别	人数	百分比 (%)	人口统计	类别	人数	百分比 (%)
性别	男	31	39.1	文化程度	小学及以下	30	37.0
	女	49	60.9		初中	42	52.2
年龄	18—24岁	0	0		中专或高中	9	10.9
	25—34岁	10	13.0		大专	0	0
	35—44岁	23	28.3		本科及以上	0	0
	45—54岁	19	23.9		5000元及以下	36	45.3
	55—64岁	28	34.8		5001—10000元	29	35.6
	65岁以上	0	0		10001—15000元	10	13.0
家庭经济来源	外出打工	39	49.2%		15001—20000元	5	6.2
	务农	25	31.8%		20001元以上	0	0
	旅游业	10	12.2%				
	其他	6	7.9%				

不满意”态度的社区居民也占了43.2%。调查中发现,对旅游业发展现状不满意的主要是“非旅游户”,他们认为村落环境是大家共有,但旅游业的发展对他们并没有任何实利,却直接承担了旅游开发的消极影响;此外,旅游收益分配不公平、旅游分红较少,而且对民居整修、基础设施建设等承诺也未实现,致使当地居民对当地旅游开发现状不甚满意,影响社区居民的参与程度。

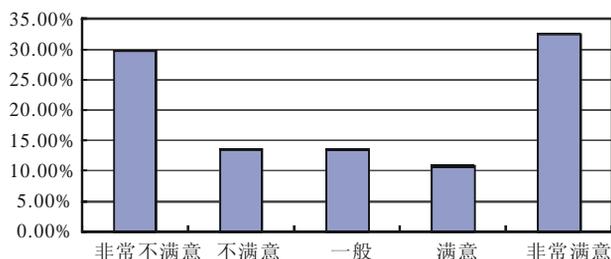


图1 社区居民对参与旅游的满意程度图

Fig.1 Satisfaction of Community Resident with Participation in Tourism

2) 社区居民对旅游发展的支持程度

绝大多数社区居民对当地发展旅游业持积极的支持态度,希望能够通过一定措施吸引更多的游客来旅游(如图2所示)。有91.9%的社区居民表示支持发展旅游业,仅有8.1%的社区居民不支持旅游业发展或持中立态度。同时由居民对旅游影响的感知也可以进一步印证(表4),社区居民对旅游发展总体上持支持态度。

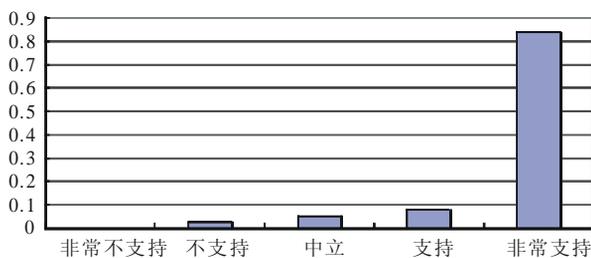


图2 社区居民对旅游发展的支持程度

Fig.2 Support of Community Resident for Tourism Development

3) 社区居民参与旅游的意愿

旅游业的发展促使社区居民以不同方式参与其中,同时社区居民的参与又促进了旅游业的发展。社区居民已经充分地认识到参与到旅游开发中会给自身及社区带来经济、社

会、文化方面的利益,特别是能够带来现实的经济利益,大多数社区居民参与旅游开发的热情很高,具有很强的主观意愿,希望能够通过多种形式参与到旅游开发中(如表3所示)。大多数社区居民希望自主经营旅游项目、参与旅游管理、参与旅游规划及政策的制定、参与旅游相关培训等。其中78.2%的社区居民希望能通过开办农家饭、销售旅游商品、提供住宿服务等途径实现自主经营旅游项目;93.4%的社区居民希望能从事景区管理方面的工作;分别有84.8%和82.6%的社区居民希望能参与当地旅游规划及政策的制定;80.5%的社区居民希望能通过各种旅游相关教育培训掌握旅游知识和技能;81.1%的社区居民希望能在旅游公司中就业。

(2) 社区居民参与旅游开发的方式

开平碉楼与村落“申遗”成功后,在政府部门和旅游公司的引导下,社区居民参与了旅游开发。目前社区居民参与旅游主要包括以下方式:

1) 在旅游企业中从事固定职业。据调查,自力村、马降龙村落、锦江里村落分别有12人、24人和8人在广东开平碉楼旅游发展有限公司从事保安、清洁工、文物管理员等工作。

2) 销售旅游商品。村民通过摆摊设点做起了小本生意,主要从事旅游纪念品、手工艺品和农副土特产品的销售,如黄皮干、杨桃干、红薯、甘蔗、芋头、土鸡蛋等。目前自力村大概有5—6个摊点,马降龙村落有1家旅游商店和4—5个摊点,锦江里村落有零散土特产的销售摊点,且不固定。

3) 从事餐饮经营。目前自力村、马降龙村落和锦江里村落分别有7户、2户和3户家庭经营农家饭,但是马降龙村落的农家饭经营不是很成功,经常间歇性停业。

(3) 社区居民参与旅游收益分配

目前马降龙村落旅游分红是根据游客的数量进行分配。广东开平碉楼旅游发展有限公司从每张门票(目前门票价格为50元/张)中提取0.5元支付给当地镇政府(即百合镇政府),提取4.5元支付给马降龙村落,其中村民4元,所在村委会0.5元;而其中4元又被分配给7个自然村,包括列入世界文化遗产地的5个自然村(即永安、南安、河东、庆临、龙江)以及非世界遗产地龙溪村和龙兴村,其中文化遗产地的5个自然村分配3元,龙溪村和龙兴村各分0.5元。2009年马降龙景区的旅游总收入为100多万元,而当地村民旅游分红共为30万元,人均分红为400多元;当地村委

表3 社区居民参与旅游开发的意愿 (%)

Tab.3 Wishes of Participation in Tourism Development of Community Resident (Percentage)

	非常不愿意	不愿意	一般	愿意	非常愿意
希望自主经营旅游项目	10.9	6.5	4.3	30.4	47.8
希望参与旅游业的管理	0	2.2	4.3	21.7	71.7
希望参与旅游规划的制定	4.3	4.3	6.5	28.3	56.5
希望参与政策的制定	6.5	0	10.9	30.4	52.2
希望参与旅游相关教育培训	6.5	4.3	8.7	19.6	60.9
希望就职于旅游公司	5.4	5.4	8.1	29.7	51.4

会和当地镇政府均获得旅游分红为 20000 多元。而自力村是按门票和停车场旅游总收入的 10% 进行分配, 即从门票收入和停车场总收入中提出 10% 分配给自力村。2009 年门票总收入约有 300 万, 停车场收入 10 万左右, 当年自力村的旅游分红约有二三十万元, 村民人均年旅游分红为 1700 元。

自力村在旅游开发前, 集体经济薄弱, 年终人均分红 160 元。旅游开发后, 当地村委会和村民都分享了旅游开发所带来的经济效益, 2006 年人均分红 400 多元, 2007 年人均 1200 元, 2008 年达到 1700 元。其次, 在就业方面, 从事保安、清洁工、文物管理员等工作, 每月能获得 800—900 元的工资收入; 在从事餐饮经营、农副土特产品及纪念品销售方面, 自力村现有从事农家饭的村民在“黄金周”每户收入高达 2000—3000 元/天; 旅游商品收入最少 50—90 元/天, 最多达 500—600 元/天; 而马降龙群落由于客源的限制, 从事农家饭经营和旅游商品销售获得收入非常有限。

2.3 社区参与存在的问题

2.3.1 遗产保护认识不够, 社区意识淡薄

开平碉楼与村落地处比较贫穷落后地区, 社区居民由于受教育程度的约束, 文化水平不高, 遗产保护观念不强。经济的落后使该地区的居民首先关心的是生存问题, 因为在“基本的物质生活都得不到保障时, 谁也不会对遗产保护等问题感兴趣”。由于当地村民的素质普遍不高, 尚未充分意识到文化遗产的价值, 村民对文化遗产的保护还未形成共

识, 保护遗产还未成为人们的自觉行为。文化遗产并没有得到应有的重视与珍惜, 对文化遗产的破坏时有发生。

调查结果表明, 广大社区居民十分看重眼前利益, 他们迫切需要改观生活现状, 追求眼前的经济利益。对于旅游的长效利益, 由于自身的局限, 他们看不到或看不清, 这是影响居民参与的根本原因。社区的发展离不开居民的参与, 除受利益驱使参与经济活动外, 居民参与旅游开发的一个重要前提是居民必须具有社区意识, 即对社区的关心、认同、归属、依赖等心理感觉和价值取向。只有具备了强烈的社区意识, 才可能积极关心并投入到社区建设中去。但是在旅游发展中, 当地居民对旅游社区的归属感和依存度明显偏低, 从而导致了社区参与旅游开发的被动局面。

2.3.2 社区居民对旅游影响缺乏全面认知

游客的到来给村落遗产地社区带来了旅游消费, 增加了当地的就业和收入。开平碉楼与村落正处于旅游开发的初级阶段, 社区居民对游客持友好、欢迎的态度, 但是他们在思想上对旅游消极影响缺乏应有的认知。通过调查社区居民对旅游业发展带来的经济、社会与环境影响的感知, 得知居民对旅游正面和负面影响的感知都强烈, 整体上都持积极的态度。即对正面影响的感知持积极肯定态度, 对负面影响的态度基本持否定态度(见表 4)。虽然当地居民对旅游业所带来的负面影响有一定程度的体会, 但还不足以引起他们的重视, 他们对旅游业的正面效应体会更深刻, 因此容易忽视旅

表 4 社区居民对旅游影响的感知 (%)

Tab.4 Tourism Impact Perception of Community Resident (Percentage)

	非常不同意	不同意	比较同意	同意	非常同意
发展旅游业促进了本村的经济收入	13.5	2.7	8.1	27.0	48.6
发展旅游业增加了本地村民的就业机会	10.9	16.2	8.1	21.6	43.2
发展旅游业增加了村民的经济收入	2.7	5.4	5.4	35.1	51.4
发展旅游业提高了村民的生活水平	0	8.1	5.4	35.1	51.4
发展旅游业有助于发掘与弘扬侨乡文化	0	2.7	0	16.2	81.1
发展旅游业有助于遗产和文物的保护	0	2.7	2.7	16.2	78.4
发展旅游业使村民的思想观念进步, 扩展知识面	5.4	5.4	8.1	29.7	51.4
发展旅游业提高了本地的社会知名度	2.7	0	0	10.8	86.5
发展旅游业增强了村民对家乡的自豪感	5.4	5.4	2.7	8.1	78.4
发展旅游业干扰了村民日常生活	54.1	27.0	5.4	8.1	5.4
发展旅游业增加了本地的犯罪行为	51.4	29.7	2.7	10.8	5.4
发展旅游业使村民的社会道德标准下降	56.8	35.1	0	0	8.1
发展旅游业使村民之间信任程度降低, 人际关系紧张	59.5	27.0	13.5	0	0
本地的优良传统明显受到外来游客的不良冲击	51.4	35.1	8.1	0	5.4
发展旅游业促进了本村基础设施的改善	2.7	0	8.1	2.7	86.5
发展旅游业改善了卫生状况	2.7	0	2.7	10.8	83.8
发展旅游业提高了本村的社会治安水平	2.7	0	5.4	10.8	81.1
发展旅游业增强了村民的环保意识	2.7	0	2.7	10.8	83.8
发展旅游业改善了村民的居住环境	2.7	0	10.8	13.5	73.0
发展旅游业使本村交通和人口过度拥挤	51.4	18.9	16.2	8.1	5.4
旅游者的大量涌入破坏了村落的宁静环境	64.9	16.2	13.5	0	5.4
发展旅游业加剧了环境的污染	78.4	8.1	8.1	2.7	2.7
发展旅游业破坏了本村的人文景观	59.5	18.9	8.1	2.7	10.8
本地发展旅游业利大于弊	0	0	16.2	5.4	78.5

游业所产生的负面效应。这主要是居民自身的文化教育水平较低以及缺乏相关旅游方面的培训,从而导致他们对旅游开发的影响的理解和认识不够全面。

2.3.3 社区居民整体素质不高,参与能力不足

在参与旅游开发过程中,社区居民看到了旅游开发带来的巨大经济效益,为了能在其中得到部分利益,希望能参与到与旅游开发的活动中。开平碉楼与村落社区居民的参与能力普遍较弱,即使在单一的经济参与上,其所从事的一般也都是体力劳动。社区居民参与能力不足与自身受教育水平普遍低有不可分割的关系。由于开平碉楼与村落经济落后,生活环境较为闭塞,知识贫困问题突出,社区居民受教育程度不高,思想观念受外界影响相对较少,缺乏旅游知识和技能,对参与旅游开发缺乏足够的理解和认识,限制了其参与旅游开发的能力和机会。

此外,由于农民自身的弱势地位,社会经济地位普遍较低,整体文化素质不高,作为村落遗产地旅游发展的核心主体,社区居民没有充分认识到自身在旅游开发中的地位和作用,一般都是以服从相关部门领导的命令为主,所以民主意识不强。部分居民甚至由于未能从旅游开发中获取期望的收益而对旅游开发进行抵制,这都制约了社区全面参与旅游发展的程度。

2.3.4 社区居民参与范围不广,参与程度低

目前开平碉楼与村落社区居民参与旅游开发的面不广,参与层次低。旅游公司提供给当地村民的就业机会偏少,或是从事一些低层次的工作,大多数参与属于非技术型、文化含量不高,多为体力劳动的低报酬工作:参与旅游开发的村民主要从事农家饭、旅游商品销售以及保安、清洁员、别墅管理员工作,极少介入旅游管理和决策层面,真正参与旅游教育培训的村民也是屈指可数,而旅游公司中大量高层次管理和专业性工作基本上被旅游区外部的文化素质较高者所占据,社区居民在就业方面无法得到平等的利益分配。此外,调研中当地村民反映,到旅游公司就职的机会均被那些有裙带关系的人获得。

由于旧政治体制的惯性及经济能力弱化等因素,社区居民在政治上的影响力尤其微弱,在旅游决策方面均缺乏自己的政治代表,也缺乏社会声音,更缺乏影响政策的制度化渠道,而且居民在旅游发展中的知情权、参与权和选择权匮乏,从而使得他们的利益诉求得不到充分有效的表达,其利益受到漠视和损害。

调查结果表明,参与过景区旅游开发相关决策和规划的制定的社区居民甚少,仅为10.8%。只有村干部或在旅游公司就业的少部分员工接受过旅游相关的教育培训,70%以上

的社区居民都没有参与过旅游相关教育培训,极大制约了其旅游参与能力和参与意识的提高。64.9%的社区居民不知道如何向相关部门反映旅游发展中的问题,89.2%的社区居民认为相关部门不能及时解决村民所反映的问题,因而多数(约60%)社区居民选择不向相关部门反映意见或提供建议。

2.3.5 旅游收益分配不合理

据调查,大多村民意识到了发展旅游业的重要性,也十分支持当地发展旅游业,但是对现有旅游利益分配欠公平不甚满意。在现有旅游收益的分配上,与政府部门和旅游公司相比,社区居民明显处于弱势地位,分配结果明显不能体现村民的“主人翁”地位。

此外,在社区居民内部旅游收益的分配也存在不均等现象。最直接的表现便是马降龙村落的村委会干部获得旅游公司提供的经济补偿明显多于普通村民。据调查,2009年村委会旅游分红为20000多元,人均4000元左右,而当地村民旅游分红为30万,村民人均旅游分红仅为400多元。其次,列入世界遗产地的村落和非世界遗产地的村落在旅游收益分配上没有实质差异,不能体现出遗产景区社区居民承担的负面影响。如列入世界文化遗产地的5个自然村(即永安、南安、河东、庆临、龙江)从每张门票中共分配3元,而非世界遗产地龙溪村和龙兴村各分0.5元。再次,拥有当地户口或者承包田才享有获得经济补偿的资格,而没有当地户口但居住本地不能拥有旅游公司的分红。

可见,社区居民参与旅游收益分配存在收入严重不均等状况,收入分配不均将导致少数社区居民出现不满和愤怒的情绪,破坏旅游目的地的形象,难以使旅游业实现可持续发展。调查结果表明,有54%的社区居民认为旅游收益不能广泛、公平的分配,59.4%的社区居民认为发展旅游业发展只是让本地少数人受益,75.8%的社区居民认为发展旅游业直接拉开了社区居民家庭收入的档次,导致村民贫富两极分化(如表5所示)。

3 社区增权——提高社区参与有效性的途径

社区增权是社区参与内涵的进一步拓展。要使社区参与真正落到实处,使社区居民能够真正获益于旅游发展,亟需通过不同层面的增权,帮助社区居民形成权利意识,打破不平衡的权力关系,增强社区在旅游开发方面的控制权和利益分享权,凸显社区居民的主体地位,让社区居民全方位参与到村落遗产地旅游发展中来,使社区居民从被动参与转向主动参与,保证当地居民的利益最大化,才能真正实现文化遗产的有效保护和旅游业的持续发展。本文运用Scheyvens所提出的旅游增权框架从经济增权、心理增权、社会增权和政

表5 社区居民对旅游收益分配的感知 (%)
Tab.5 Tourism Yield Perception of Community Resident (Percentage)

	非常不同意	不同意	比较同意	同意	非常同意
发展旅游业发展只是让本地少数人受益	24.3	16.2	8.1	13.5	37.8
发展旅游业发展导致村民贫富两极分化	8.1	16.2	10.9	13.5	51.4
旅游收入能在本村中广泛、公平地分配	37.8	16.2	5.4	2.7	37.8

治增权四个层面共同提升开平碉楼与村落旅游开发中社区参与的有效性^[9]。

3.1 经济增权

衡量社区发展的程度首先考虑的参控指标是该地的经济发展水平, 直接决定社区居民对旅游业发展及其相关决策的态度, 成为最重要的增权形式。经济增权要求将社区居民作为旅游业发展的核心利益分配主体, 获得持续的经济利益。只有让社区居民在参与旅游开发中获得切实的经济收益, 才能够有效激发社区主体参与遗产保护的积极性。因此, 为了让社区居民获得真正的、持续的经济增权, 应从开平碉楼与村落的实际出发, 建立合理的利益分配机制, 实现社区居民生活品质的提升。社区居民的经济增权主要通过以下途径来实现:

第一, 为社区居民提供旅游就业机会, 政府部门和旅游公司在旅游开发过程中应尽可能保证当地居民在进行基础设施建设、旅游景区、餐饮、住宿等相关服务行业中被优先雇佣。第二, 在产权私有、权责明确的情况下, 鼓励、引导能力强的社区居民直接从事生产经营, 通过自己的经济行为直接获益。如开办家庭旅馆、提供餐饮、制作及销售旅游商品等获得利润, 尤其是引导本地居民从事旅游商业活动, 提供旅游公司无法提供的一些特色服务方面, 政府应并给予优惠条件。又如为居民提供更多的开办旅游服务设施和环保设施的机会; 扶持社区旅游商品生产基地和加工区的建设, 鼓励居民作坊式生产; 旅游商品尽可能采用本地的原材料, 在本地加工等。第三, 协调好当地居民内部之间的关系, 确保利益分配的公平性。首先, 遗产地景区内的社区居民应享有优先参与旅游利益分配的权力, 增加旅游分红, 提供各种就业机会和商业机会。其次, 对没有直接参与旅游业却为遗产地的环境、文化、景观营造等作出贡献的村民, 应通过集体基金补偿、利益的二次分配等方式保障全体居民获得旅游收益。如把旅游收入的一部分反馈给当地交通设施、公共设施等的建设, 或帮助当地农民兴办旅游产业。第四, 建立以股份制为基础的收益分配机制。股份制是采取国家、公司、集体和村民合作的方式, 把土地、旅游资源、设施、资本、技术、文化禀赋等量化为股本入股参与旅游开发, 收益则按股分红与按劳分红相结合。在产权约束下, 某些旅游项目的开发, 应为当地居民保留一定的份额, 在条件相同的情况下, 应实行当地人优先原则。在景区开发和配套工程建设中, 当地居民可以以劳动力、资金、实物等入股。

3.2 心理增权

社区的心理赋权一方面体现在旅游发展使社区居民意识到文化遗产的价值并产生自豪感, “对未来充满乐观的态度, 对自身生存能力保有自信, 对传统与文化感到骄傲的社区被认为在心理上是强大的”, “外界对社区的文化独特性和价值、自然资源以及传统知识的认可也将使得更多社区成员的自尊感得到强化”^[10], 他们开始主动地参与到开发和保护过程中来。

自从开平碉楼与村落旅游开发以来, 当地居民的心理逐渐发生了变化: 以前司空见惯的建筑和习俗, 现在成了吸引游客的重要资源。他们在心理上开始为自身所拥有的历史建

筑和历史文化而骄傲, 并开始主动地参与到旅游开发中来。尽管当地居民民主意识有所增长, 但较低的综合素质毕竟制约了其参与程度的大幅度提高。因此, 应加强对开平碉楼与村落社区居民的教育培训, 分层分类实施, 提高其参与能力和自信心。通过教育、学习及社区活动的开展, 使社区居民充分认识到文化遗产的价值, 了解到旅游可能给当地社区带来的影响, 然后由社区居民做出关于旅游参与方式和发展方向的选择。教育培训的主要内容包括:

3.2.1 文化遗产价值的教育

旨在培养社区居民的遗产保护意识, 主要使居民转变思想观念, 充分了解文化遗产的价值和内涵, 让社区居民认识到保护遗产与其自身利益的密切关系, 改变村民的短视行为, 树立长远的旅游发展目标, 自觉保护历史建筑、非物质文化遗产以及生态环境, 可持续旅游发展才可能得到最根本的保障。特别是非物质文化遗产的教育引导, 帮助社区居民认识到华侨文化的价值和开发意义以及自身在历史文化遗产中的关键作用, 鼓励他们对华侨文化予以发掘与保护。此外, 应鼓励当地居民尽量保留原有的生活方式, 从事传统的农耕活动等, 增添传统文化的特色魅力。只有让社区居民意识到历史传统文化的价值才能激发他们的自豪感和“文化自觉”^①意识, 从而实现文化的传承和发展。同时应强化生态环境的知识教育, 如环境卫生意识、公共设施维护意识, 为游客提供安全、卫生、清洁的生态旅游环境, 并倡导社区居民采用节能环保的生活方式, 改变原始的能源消耗结构, 减少环境的污染, 并引导居民选择有利于生态保护的旅游项目和措施, 减少对自然资源的破坏和索取。

3.2.2 旅游影响教育

旅游影响的教育主要让社区居民了解开平碉楼与村落的旅游开发在给他们带来生活水平提高、享受现代文明、重塑自我和表述自我等机会的同时, 也可能会带来相应的负面影响, 诸如文化遗产的破坏、生态环境局部失衡、社会秩序失控、文化传统失落、伦理道德失范等问题。社区居民对经济利益背后的环境成本和社会成本认识不到位, 对旅游发展方向无从把握。如社区得到了有关旅游影响的教育, 将对开平碉楼与村落旅游开发积极和消极的后果有一个全面的认识。

3.2.3 旅游服务技能培训

旅游服务技能培训旨在通过对开平碉楼与村落的社区居民进行旅游经营方式、旅游餐饮服务、旅游交通、旅游商品经营等方面的专业知识培训, 使村民掌握基本的旅游服务规范、旅游专业知识、卫生标准、商业常识、相关政策法规等, 有能力胜任不同的就业岗位, 在旅游开发中体现自身的价值。如培训当地居民开设农家餐馆、家庭旅馆、经营旅游商品等, 满足旅游者对住餐饮、住宿、购物等方面的需求; 培训当地居民成为景点解说员, 向游客充分展示历史建筑、村落民居所蕴含的丰富历史, 让碉楼遗产旅游更具有乡土风情; 对当地居民进行语言培训, 包括普通话和简单的英语对话, 提高居民的沟通和表达能力。此外, 可以在社区居民中精选具有较高文化的年轻干部, 经过培训后进入旅游管理决策层, 使社区参与形式多元化和全面化。

3.3 社会增权

社会增权聚焦于社区内部的平衡和协调发展,指的是社区的凝聚感和整体感被其所从事的旅游活动所确认和加强的一种状态。此外,社会增权还包括社区中某些为全部社区所认可的群体的成长、社区公共事业的发展、社区整体形象的强化等。成功的社会增权有助于旅游与社区之间内在一致性的形成,带动乡村社区基础设施的改善、文物古迹的修复、传统文化的环境保护等,最终促成社区社会环境的和谐局面。由于实现了旅游开发与社区发展的高度整合,社区凝聚力大大提升。社会增权主要通过以下途径实现:

首先,在进行交通、环卫等基础设施建设时,应从开平碉楼与村落社区综合建设的角度出发,将基础设施和旅游设施建设与社区建设结合起来,在满足旅游发展需求的同时能够方便居民生活,提高居民的生活环境质量,造福于社区。其次,对于社区居民而言,政府部门和旅游企业等是旅游业的外部利益相关者,社区的内部利益相关者也需要动员和整合,形成合力,在此基础上构建新型的社区组织体系,作为社区有效参与的组织准备,如通过建立社区旅游协会、社区发展协会、社区旅游协调小组新型组织和群体以及培育社区精英等,增强社区居民的归属感和向心力。社区参与旅游开发如果缺乏社区集体组织和有约束力的规则,将会出现混乱不堪、无序竞争的不良局面。这些组织代表社区居民参与旅游事务的管理与监督,负责组织居民参与旅游活动以及维护和修缮传统民居等。作为一种经济组织,在与政府部门或企业的博弈中更容易得到重视,提高了社区居民与政府和旅游公司谈判的能力。而社区旅游精英作为社区的经济能人,他们经过旅游参与的实践,提高了认识和参与能力;他们对于旅游的发展方向有所把握,在整个社区的旅游参与具有示范性的带动作用。再次,强化社区认同,培育社区意识,增强社区居民的满意度和归属感。通过舆论、媒介等各种途径加强开平碉楼与村落社区传统文化内容,提高居民对社区文化的认同感,共同维护和发扬侨乡文化,体现社区具有鲜明个性的群体意识、观念价值、行为模式、生活方式等丰富的文化现象,并施以宏观引导及调控,在社区教育与培训中植入侨乡文化的内容,建立文化传承和传播机制,这些都是开平碉楼与村落旅游开发中社会赋权的重要内容。

3.4 政治增权

政治增权指通过集体的社会行为,个人状况和社区条件之间的政治联系,它是向压迫型的制度结构的挑战。政治增权的实现意味着社区居民的利益诉求具有更广泛的表达渠道和完善的伸张机制。作为政府部门,最重要的是建立决策参与机制,赋予社区居民参与决策的平等权力。社区参与决策的基础是具有话语权,即居民有畅通的渠道和方式表达自身的意见。基于开平碉楼与村落的社区参与现状,应从以下几方面赋予社区居民的一定的话语权:

3.4.1 完善社区参与保障机制

首先,建立一个保证社区全面参与的咨询机制,充分反映居民的目标和社情民意。如成立社区成员与旅游公司的联席会,定期开会商谈旅游发展相关问题,或旅游行政管理部门或旅游公司应定期组织一些座谈会或会议,设立旅游发展意见箱,广泛倾听当地居民对旅游业发展的看法和要求,以

疏通与居民的沟通渠道,及时把握开平碉楼与村落的旅游开发动态,做出切合实际的修订计划,保证开发项目的持续有效实施。关于旅游开发项目决策的过程,建议由旅游公司提出初步方案,再由各村民代表传达给各行政村村民会议,经村民广泛讨论、提出修订意见和建议后,反馈给项目管理部门。管理部门在充分考虑各利益群体的意见和建议以后,做出平衡各方利益的最终决议。其次,建立信息发布机制,定期或不定期向社区居民公开旅游开发信息。在项目实施期间,及时向居民通报情况,让社区居民及时了解旅游开发的进展,并有平等的机会针对相应问题提出自己的建议和意见,可以采用在行政村和节点村张榜公布的形式,以保证全体居民及时获取相关信息并提出反馈意见,以便参与有关的政策制定及监督过程,提高旅游发展决策的透明度及决策的可操作性。再次,建立决策执行监督机制,使社区居民对社区发展项目的开展都能进行监控。这样既可以增进社区居民与政府、旅游公司之间的理解,保证规划和项目的顺利开展,又可以赋权给居民,让他们选择是否执行该项目。第四,建立抗诉机制,及时疏通、排除和缓解不满情绪,缓解社区居民与其他组织和个人间的冲突,使得侵害居民的事件有体制保证予以解决,从而实现相互沟通,相互理解,达成共识。

3.4.2 成立旅游利益协调委员会

由开平碉楼与村落隶属的政府部门负责人(包括开平市政府、各镇政府)、旅游公司代表、社区居民代表等利益主体组成,定期召开协调会议,共同协调和解决开平碉楼与村落旅游开发中出现的问题,保障社区居民的合理利益不受损害,确保整体利益达到最大化。该机构必须重视对村民参与旅游开发过程的监控,对参与效果进行评价,并以此为依据,制定更为有效的参与方法与手段,以最大限度地促进社区有效参与旅游发展。同时,该机构在处理本地社区参与问题上必须有足够的权力,并在权限范围内,负责全面协调各利益主体之间的关系^[11]。

3.4.3 充分发挥村级组织在居民参与中的作用

目前开平碉楼与村落基层政府的行政动员能力虽然较弱,但以旅游业引导为契机,进行广泛的经营式、管理式动员,不仅会取得良好效果,还会改变基层组织软弱涣散的现象,提高政府的公信力。因此,要使社区居民作为旅游开发主体并真正进入规划、开发等重大事宜的决策执行体系中,改变社区居民当前的弱势地位,必须在旅游开发中充分发挥基层组织的作用具有切实的可行性。社区居民可通过民主选举和自愿结合的方式组建社区旅游社团组织,将社区成员的力量整合起来,参与到开平碉楼与村落的旅游管理中去,并以社团组织的名义与当地政府部门及旅游公司进行平等沟通,保障社区的正当权益。社区旅游社团组织应对开平碉楼与村落的旅游开发和经营行为以及旅游管理部门的行为等进行监督,确保他们的行为符合社区居民的普遍利益,同时应赋予该组织向上一级旅游主管部门甚至是执法机关申诉的权力。该组织的首要职能是保护社区居民的利益,主要包括分享遗产地的旅游管理权力和经济权利。其次是教育职能,包括社区居民参与旅游发展意识的培养及提高社区居民的文化

素质和科学技术管理素质。最后是经济建设职能,通过建立和健全各项民主管理制度,积极开展合理化建议活动,汇总组织成员的意见,并审定开发商的各项规划及决策方案。

经济增权、心理增权、社会增权和政治增权四个维度的增权相互联系,相互补充(如图3所示),共同为开平碉楼与村落旅游开发中社区能力建设和社区发展提供了路径,有利于提高社区居民的参与效果和程度,拓展社区参与范围,凸显社区居民在旅游开发中的主体地位,并最终有利于构建和谐社区,实现开平碉楼与村落旅游业的持续发展。其中,经济增权是核心,为社区参与旅游开发提供强大的动力和内在支持,而且影响社区居民对发展旅游业的心理感知和重视程度。社区居民从旅游开发中所得经济收益越能得到保障,社区居民的自豪感、归属感和民主程度越高,其对旅游开发和遗产保护的所持态度就越积极,也就越有利于通过社区权力体系综合平衡地推进本地的可持续发展。心理增权和社会增权是基础,社区的凝聚力、归属感和自信心的全面提升有助于社区居民经济收益的提高,实现居民生活质量的改善。政治增权是保证,政治地位的提升能提高社区居民的主体地位和民主意识,能够有效激发社区居民的自信心、归属感和凝聚力,从而吸引更多的社区居民参与旅游开发,取得更大的经济增权、社会增权和心理增权,又可促进社区建设向好的方面转化,如此反复可以形成良性循环。

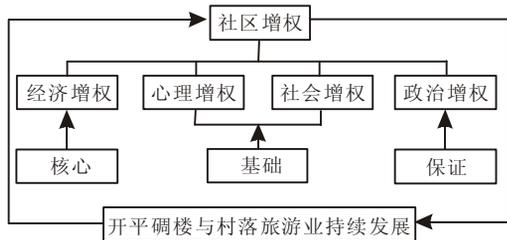


图3 社区增权模式

Fig.3 Community Empowerment Model

4 结论

社区增权是提升村落遗产地社区参与旅游开发实践有效性的重要途径,是实现村落遗产地旅游业可持续发展的重要前提,也是推进社会主义新农村建设的有效途径。本文以开平碉楼与村落为例,对村落遗产地旅游开发中的社区参与现状进行了实证研究,并提出通过从经济、心理、社会和政治等四个不同层面实现增权,探索提高社区参与有效性的途径。这不仅从理论上丰富了村落遗产地社区增权的研究内容和领域,而且为村落遗产地进行合理开发提供理论参考和决策依据,对促进村落遗产地旅游业可持续发展具有重要的实践意义。

经济增权、心理增权、社会增权和政治增权共同决定了村落遗产地旅游可持续发展这一复杂系统的运行过程和演进方向。经济增权要求将社区居民作为村落遗产地旅游发展的关键利益主体,通过建立合理的利益分配机制,使社区居民获得经济收益质和量的持续增长,同时能使其因在旅游发展中蒙受的种种不便而获得的经济补偿。心理增权一方面体现在旅游发展使社区居民意识到文化遗产的价值并产生自豪

感;另一方面也需要政府或旅游公司为社区居民提供多元化的教育和培训机会,使其参与能力和参与意识提高,自信心增强。社会增权的实现表现为旅游发展促进了社区的内部平衡和凝聚力增强。通过将基础设施和旅游设施建设与社区建设结合起来,造福于社区;通过建立社区旅游协会、社区发展协会、社区旅游协调小组新型组织和群体以及培育社区精英等,增强社区居民的归属感和向心力;通过加强社区传统文化内容的传播,提高居民对社区文化的认同感。政治增权的实现则意味着应建立决策参与机制,赋予社区居民参与决策的平等权力和相应的话语权,让社区居民的利益诉求具有更广泛的表达渠道和完善的伸张机制。因此需要不断完善社区参与的保障机制,成立由社区居民参与的旅游利益协调委员会中,并通过村级组织进行整体利益表达,使社区居民的政治参与能力逐步增强。以上各个维度增权的实现程度越高,对开平碉楼与村落旅游业的持续发展的促进作用越强。但是需要强调的是,社区增权的实现并不能自然地、轻易地被“获得”,虽然社区居民具有能动性,但必须要有一套正式的制度来保障社区居民的利益,仅仅依靠社区自身的能力无法实现真正的增权,增权需要政府长期的支持和授权。

注释:

①“文化自觉”是借用我国著名社会学家费孝通费孝通先生的观点:它指生活在一定文化历史圈子的人对其文化有自知之明,并对其发展历程和未来有充分的认识。

参考文献

- [1] 于萍.基于社区增权的乡村旅游可持续发展研究[J].哈尔滨商业大学学报(社会科学版),2010(2):93-96.
- [2] Zimmerman M A. Taking aim on empowerment research: on the distinction between psychological and individual conceptions[J]. American Journal of Community Psychology, 1990,18(1):169-177.
- [3] Akama J. Western environmental values and nature-based tourism in Kenya[J]. Tourism Management, 1996,17(8):567-574.
- [4] Scheyvens R. Ecotourism and the empowerment of local communities[J]. Tourism Management, 1999,20(2): 245-249.
- [5] Sofield T H B. Empowerment of Sustainable Tourism Development [M]. London: Pergamon, 2003:312-320.
- [6] 盖媛瑾,陈志永,况志国.天龙屯堡与郎德苗寨乡村旅游社区经济增权比较研究[J].贵州农业科学,2009,37(10):212-217.
- [7] 陈志永,王化伟,李乐京.少数民族村寨社区居民对旅游增权感知研究[J].商业研究,2010(9):173-178.
- [8] 翁时秀,彭华.旅游发展初级阶段弱权利意识型古村落社区增权研究——以浙江省楠溪江芙蓉村为例[J].旅游学刊,2011,26(7):53-59
- [9] 保继刚,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,2008,1(1):58-65
- [10] 李锦宏,金彦平.喀斯特乡村旅游的社区参与与社区赋权[J].特区经济,2008(6):162-163
- [11] 孙九霞.赋权理论与旅游发展中的社区能力建设[J].旅游学刊, 2008,23(9):23-27

责任编辑 赵永宏