

少数民族地区旅游开发规划新思路

2005-7-14 郭颖 阅读2062次

制定区域旅游开发规划是指导旅游业合理有序开发的基础和前提。加强旅游规划工作,充分发挥规划的指导作用,通过高水平、高质量的规划管理,实现对旅游业发展的宏观指导,对于促进旅游业快速、健康有序发展具有十分重大的意义和作用。而旅游开发规划的制定需要有清晰、正确的思路与方法。

目前,旅游开发规划的制定方法已基本形成定式,具体思路如下:先对被开发地区进行调查,如该地区的地理位置、历史沿革、旅游资源情况及类别,以及该地区的经济社会文化环境等;分析该地区旅游资源特色,再分析市场需求状况。根据以上资料找出旅游资源的特色与市场需求的契合点,制定出该地区旅游发展的战略构想,以开发的产品和线路为主体,以景区景点开发、设施、人力等规划为支撑和配套。最后对旅游开发带来的经济、社会和环境的影响进行分析,对可能出现的负面影响提出相应的解决方案。规划的制定以资源为基础,以市场为导向,围绕经济效益,制定各类指标体系。

但是,因少数民族地区旅游开发有其特殊性,这样的规划思路在实施中存在不少问题,不利于少数民族地区旅游业的可持续发展。

一般而言,少数民族地区的旅游开发,可利用的资源多以当地的少数民族文化为主体。与汉族地区的主流文化相比,少数民族地区的传统文化表现出强烈的差异性,也正是这种差异性吸引着众多旅游者前往探询他民族的生活方式和文化传统。少数民族的衣、食、住、行、婚姻家庭制度、婚丧嫁娶、宗教信仰、工艺艺术等等,都成为开展旅游业可利用的资源。然而,同一般的自然旅游资源或文物古迹类旅游资源不同,少数民族文化旅游资源的开发要求把活生生的“人”的生活方式呈现给旅游者,一旦开发不当,传统文化必将产生变异,甚至消失,造成不可逆转的后果,旅游业也会随之无以为继。

因此,对少数民族地区的旅游开发首先应明确以下几点认识:

第一,少数民族地区的旅游开发,获得文化效益是旅游经济发展的前提。

目前,大部分少数民族地区把旅游业作为发展地方经济的有效途径,旅游开发规划考虑的重点是如何发挥旅游业的经济带动作用,实现旅游开发的经济目标。但是,在少数民族地区,旅游业的开展应更强调经济效益与文化效益的统一,甚至可以说文化效益目标的实现是经济发展的前提。这是少数民族地区旅游资源开发与规划的认识前提。

经济效益的实现和社会文化效益的实现是相互制约和促进的。如果开发不当,被开发地区的民族文化变质,失去自身特点,也就失去了对游客的吸引力,民族文化旅游业在该地就无法持续下去;而民族旅游业从该地消失,民族旅游业所产生的一系列收益也会随之消失。反过来,如果当地社区分配到的旅游收入足以提高当地社区居民的教育水平,从而提高自己的参与和管理旅游业的能力,当地少数民族就可能努力实施国家制定的可持续发展旅游模式,保护民族文化旅游资源,从而民族文化旅游的正效益也就可以持续获得。

第二、对旅游社会文化影响的充分认识是搞好民族文化旅游资源开发的基础。

旅游业给民族地区带来的正面效益已为人所知,民族文化旅游的发展给当地社区带来的自然环境的负面效应,也随着1980年代以来国内外对环境质量以及发展与自然关系的重视,获得了学术界及政府的关注。但是,由于旅游带来的经济方面的积极影响较为明显,容易为社会所观察和体验,而它对民族社区社会文化环境的消极影响却多隐藏于社区居民的社会生活中,不容易被人很快觉察,始终没有得到社会及开发者的足够重视。可是,这种对民族地区传统文化的负面影响,较之对这些地区自然环境的负面影响更广泛,更深刻。

从文化变迁的角度来看,少数民族文化旅游区的开发与单纯的风景区的开发不同。当地居民的文化成为一种旅游资源,甚至居民的日常生活也被开发成旅游产品,这些都必将改变居民的生产生活方式,成为影响当地社会文化变迁的重要外在因素,这种文化变迁又反过来影响旅游业的可持续发展。只有在深入分析旅游对当地社会文化产生的正面与负面影响的基础上,才能有针对性地制定出合理有效的开发规划方案。

第三、民族文化旅游资源的开发规划应侧重以资源的可持续性为导向。

目前公认的旅游开发与规划的指导思想是以资源为基础,以市场为导向,分析研究市场的需求在现有资源的基础上根据市场需求提供旅游产品。而民族文化旅游资源有其特殊性,在开发与规划中应侧重以资源的可持续性为导向。

一方面,少数民族地区的旅游开发要尊重当地文化,在开发时应充分考虑当地居民意愿,不能因市场需要而随意杜撰、更改或开发那些当地居民不愿作为旅游资源开发的文化内容。云南社科院郭净研究员在1999年9月召开的旅游人类学国际研讨会上提出“民间文化的知识产权问题”,其实就是追问:作为“他者”的外来人,在谈论或规划保护与开发时,是否注意到了作为“我者”的当地人也即民族文化“著作权人”的愿望和意见?所以从产品开发的角度讲,民族文化旅游开发应强调以资源的可持续性为导向。

另一方面,民族文化旅游开发者应为旅游者提供独具特色、文化内涵丰富的高品位文化旅游产品,以其高质量的旅游产品引导市场,创造市场需求,挖掘潜在市场。这里所说的以资源的可持续性为导向并不是完全摒弃了对市场的分析和预测,而是在产品的销售上要注重市场的分层,对客源市场的开发不能盲目追求数量,而应从如何提高游客的人均花费入手,分层次、有重点地进行市场开发加强对高层次的专项旅游者的宣传和促销,逐步实现由观光旅游向专项文化旅游的过渡,在实现经济效益的同时促进本民族、本地区文化的研究、交流和发展。民族文化旅游的市场非常广阔,关键在于如何开发以满足市场需求,并通过推销方式和技巧运用开拓、发掘潜在市场,而这一切的根本还是要看开发的产品是否独具特色,是否能够根据不同的市场层次合理开发游、住、行、食、娱、购等要素,使该地区的民族文化旅游产品具有不可替代性。以往旅游产品的开发是从分析市场需求入手,根据市场变化方向对资源进行筛选、加工和再创造。而民族文化旅游产品的开发强调把民族社区的文化作为一个整体呈现给旅游者,研究的不是要选择加工哪些旅游产品,而是如何加工,如何体现民族文化的观赏价值、艺术价值、研究价值,所以民族文化旅游的市场开发在某种角度上说也是以资源为导向的。

因此,本文提出以人类学为学科基础,以深入研究旅游开发带来的影响为前提,以民族文化旅游资源的可持续性为导向的规划新思路。

所谓文化人类学,就是从物质生产、社会结构、人群组织、风俗习惯、宗教信仰等各个方面,研究整个人类文化的起源、成长、变迁和进化的过程,并且比较各民族、各部落、各国家、各地区、各社团的文化相同之点和相异之点,借以发现文化的普遍性以及个别的文化模式,从而总结出社会发展的一般规律和特殊规律。文化人类学的研究主要借助田野调查的方法。

为什么在少数民族地区的旅游开发规划中要应用旅游人类学的理论与方法?

一方面,旅游本身就是一种文化现象,需要从文化的角度来研究。另一方面,在少数民族地区旅游开发过程中,出现的种种问题需要从人类学的角度来研究解决。旅游与文化传统的关系、旅游与传统文化商品化、旅游与民族工艺品的开发、旅游与民族文化重建、旅游与文化的保护与传承、旅游与宗教的关系、旅游与性别角色、旅游与人口流动等等问题的出现,都与旅游业和现代化的发展密切相关,需要从人类学的角度来关注。

人类学在少数民族地区旅游开发规划中的应用可以从以下几个方面入手:

1. 正确认识少数民族文化旅游开发与保护的关系。

目前许多学者认为旅游业的开展对被开发地区的传统文化构成一定的威胁,尤其是那些地处偏远地区,长期封闭的少数民族地区,相对于汉民族的主流文化是“弱势”文化。旅游开发势必会对少数民族地区传统的生产、生活方式带来冲击,引起人们思想上的改变,比如现在常提到的商品化、文化特色的弱化等。所以在保护性措施没有设计好之前,宜先将该民族地区封闭起来,暂缓开发。例如,2001年成都旅游论坛上,就有学者提出:像泸沽湖这样的地区应先封闭10年再谈旅游开发。本文认为随着社会的发展,交通条件、通讯条件的改善,即使不开发旅游,这些少数民族地区的传统文化同样面临商品化、全球化的冲击。

文化的发展与变迁理论指出,文化是一种社会现象,对于一个人而言,它系后天习得;就社会整体而言,每一社会都有与之适应的文化。同时,文化又是一种历史现象,它随物质生产的发展而发展,但又具有历史的连续性。文化是个发展的概念,它既具有相对的稳定性,又会随内部环境的变化和外部的影响而发生变迁。文化的传保证了文化的相对稳定。文化的传承是一种社会强制,每个人从一出生开始就毫无选择地处于一定的文化氛围,并承袭这种文化。这种承袭保证了文化传统的延续。一个民族的文化传统有机地存在于该民族的社会中,协调并维持着社会的平衡,具有强大的生命力。但文化又不是一成不变的,会因各种因素发生变迁。文化变迁,泛指文化诸方面发生的任何变化。具体表现为文化特质、文化丛、文化内容和文化结构的增减变动的过程。“归因于内部发展的变迁往往追溯到发明或发现,而归因于外部发展或交往的变迁则常常追溯到借取或传播。”

尽管民族文化旅游资源开发可能给当地民族文化带来一系列的消极影响,但我们不能打着保护民族文化的旗号来限制民族旅游业的发展,因为少数民族的文化价值就是在开发、保护、传播及其与主流文化交融的辩证过程中得到体现的,因此,对民族文化资源必须既开发利用又充分保护。保护不是冻结,不是封闭性的与世隔绝、与时代隔绝,这是不应该也是不可能的,这与变动前进中达到社会发展的主流相违背,不符合民族文化发展的基本趋势。从社会道义的角度,采取封闭式、隔离式的保护,是完全忽视本民族人民渴望走向富裕、走向现代化的需求与愿望,本质上是禁止民族文化的进步。

旅游开发中对少数民族文化的“保护”应包涵两层含义:其一,保留传统。保护不是使文化僵化,而是保护和弘扬实质性的传统,在推崇设施设备现代化、思想观念现代化、管理手段现代化的同时,不忘以传统文化作为底蕴。其二,对外来文化的采借与融合。在开展旅游的民族地区,外来文化成为当地文化变迁的主要外在动力。在开发中,一方面应正确看待民族文化的传统与现代化的关系,要充分认识旅游发展带来的变迁的可能性,采取必要的措施,保持其传统的民族特色,减少和避免旅游带来的负面影响。同时,又要看到文化的发展性,通过旅游业的开展加强当地居民对本族传统文化的认同,并通过文化的合理采借促进民族文化的发展和现代化,实现民族文化旅游开发的社会文化效益。

2. 旅游资源的调查与评价。

在少数民族文化旅游开发的资源调查与评价中应用文化人类学的田野调查的方法。这种方法有助于规划设计者全面理解被开发地区的民族文化,避免开发中对民族文化的误解和歪曲,从而设计出能够体现深层次文化内涵的旅游产品和活动项目,使旅游者全面深入地体验当地文化。

3. 运用文化变迁的研究方法,分析旅游带来的社会文化影响,为制定合理、有效的保护和开发措施奠

定基础。

对旅游业带来的民族文化变迁的分析是制定合理有效的保护性开发措施的前提。这就需要应用文化人类学中研究文化变迁的一些方法。主要有:①历史复原法,即根据文献和考古资料以及实地调查对象的回忆,复原其一时期的历史,规定一时间作为基准线,即变迁的起点;②剖面分析法,对文化变迁内容进行研究分析,并与基准线之前的情况对比;③跟踪研究法,对先前研究过的社会再研究④持续观察法,对调查点的变化进行定期持续观察和记录。虽然旅游开发规划的制定者不一定就是文化人类学家,但我们可以利用现有材料和研究成果,借鉴田野调查的方法和经验,对民族文化旅游开发地区的民族文化做深入全面的了解,分析预测旅游业对该地区文化产生的影响并据此制定相应的保护与开发措施。

4. 社区参与理论。

社区理论主要由墨非(Peter. E. Murphy)所倡导,他在《旅游:一个社区方法》一书中较为详细地阐述了旅游业对社区的影响和社区对旅游业的影响,以及如何从社区角度去开发和规划旅游。(7)社区理论强调应将整个社区呈现给旅游市场,其中地方的友好、居民的文化、生活方式等都属于旅游产品的成分。社区旅游追求经济、文化、生态之间的平衡,其方法强调社区参与规划和决策制定过程。当地居民的参与使规划能反映当地居民的想法和对旅游的态度,以便规划实施后,减少居民对旅游的反感情绪和冲突行为。以往的旅游规划大多注重满足游客的需求。有学者提出“旅游规划内容的核心是通过对旅游设施和旅游服务的安排,使旅游者成功地实现其旅游目的,成为旅游环境中自在而舒适的主体”。社区方法则不然,它把旅游地居民作为旅游地规划中的重要影响因素和规划内容本身的一部分,充分考虑了居民在当地旅游业发展中的作用。这个理论还把旅游业整合到当地社会、经济和环境的综合系统之中,有利于当地旅游业走向可持续发展的道路。在民族文化旅游资源开发规划中社区方法的合理有效运用,有助于可持续发展目标的实现。

5. 文化人类学可应用于旅游市场的分析,如研究两种文化的异同,寻找旅游的文化动因;分析游客的思维模式和文化背景,为旅游产品的市场运作选择最有效的渠道和方式;了解游客的风俗习惯和行为特征,为导游和宾馆饭店服务等提供技术指导等。

如前所述,民族文化旅游资源的开发有其特殊性,在制定民族文化旅游资源开发规划时,应重视文化方面的演变和主客之间文化碰撞所引起的各种社会现象,如:主客之间沟通的方式和过程,居民文化心理的改变,文化的商品化以及接待地传统生活方式的衰退等。这就要应用文化人类学和民族学的有关方法和理论对当地的社会文化影响做出分析和预测,并以此为线索寻求相应的保护方法和开发措施,使规划具有现实性和可操作性,实现开发地区民族文化旅游的可持续发展。

规划的具体思路如下:

1. 运用田野调查方法,调查区域旅游资源,并对其进行分类和评价。与一般风景旅游区的资源分类方法不同,对少数民族文化地区进行旅游资源的调查时,可以将该地的文化旅游资源按照文化的分层方法进行划分,分为物质层次的、行为层次的和精神层次的。调查的重点在于全面了解该地传统文化的历史和现状,分析其文化的独特性和文化发展的特征,为旅游的社会文化影响研究做资料的搜集和准备。

2. 用SWOT方法进行发展环境分析。

SWOT分析方法(Strengths/Weaknesses/Opportunities/ThreatsAnalysis)即优势—劣势—机遇—威胁分析法。这是国外在管理学和市场营销学中应用最普遍,同时也是应用范围最广的一种分析方法。这一方法列出与研究对象有密切关系的“优势”与“劣势”方面的因素,同时也找出研究对象潜在的发展“机遇”和面临的“威胁”,最后对这四个方面因素进行综合评价,给出研究对象一个客观诊断和评价,是一种定性的战略分析方法。在制定规划前,对被开发地区的宏观环境、竞争环境和市场环境进行分析,确定该地区发展旅游的竞争力、潜力以及限制性因素。

3. 对开发地区经济文化发展现状进行分析。

包括当地的社会经济状况、社会人口特征、区位条件、社会环境状况等。如果是已开发地区,应分析其正处于旅游产品生命周期的哪个阶段,开发的现状和存在的问题。

4. 应用文化人类学的有关理论方法对开发地区旅游业开展带来社会文化影响的分析和预测。

这一步是民族文化旅游资源开发的关键,分析预测的准确与否关系到旅游开发的成败与被开发地区文化受负面影响的程度。对社会文化影响的分析和预测主要从以下几个角度进行:

①该地区文化发展的历史背景:分析影响文化特质形成的历史性因素,考察现今是否还存在这些特质保留下去的决定因素;在历史上与外界交往的程度,分析以往对待外来文化的态度。

②对接触中的两个不同文化群体特征的研究:包括接触两种文化群体的规模、文化接触的持久性、文化特质的相似性等。分析游客对当地文化产生的影响以及影响的程度。

③该地区少数民族的性格和民族心理素质:分析该民族对待外来文化的态度。

④对该地区民族文化进行分层,分析各层次文化要素的变迁情况以及变迁的趋势与旅游业开展之间的关系。

5. 根据影响分析,找出易受负面影响的方面和因素,寻求解决方案。

6. 应用系统规划的理论制定具体的开发方案。包括旅游目的地系统规划:旅游产品系统、旅游服务设施系统和旅游服务系统;出游系统规划旅游基础设施规划、旅游市场营销规划;支持系统规划:旅游管理规划、人力资源开发规划、资金的投入产出概算;以及监督系统。

7. 制定监督方案对旅游的社会文化影响进行定期评估,并修改旅游业发展方案。

作者单位:西南民族大学

来源:《中华文化论坛》2005/2

网站编辑:王楠

[关于我们](#) | [服务范围](#) | [网站合作](#) | [版权声明](#) | [网站地图](#)

Copyright ©2007 All rights reserved Sichuan Social Science Online

四川省社会科学院信息网络中心设计制作

mail: sss@sss.net.cn

蜀ICP备05003527号