

国外社会旅游概念解读:内涵、困境、根源及新构想

邱洁威^{1,2}, 查爱苹³

(1. 东华大学旭日工商管理学院会展与旅游管理系, 上海 200051; 2. 复旦大学旅游学系, 上海 200433;
3. 上海商学院旅游与酒店管理系, 上海 200235)

[摘要] 诞生于欧洲的社会旅游, 在解决社会弱势群体的旅游/度假参与问题、减少社会排斥、增进社会融入、提高社会福祉等社会问题上具有重要价值。给予社会旅游一个明确的概念成为各国社会旅游研究最基本但也是最棘手的问题。从国外有关社会旅游概念研究的多重解读出发, 在厘清其概念发展脉络的基础上, 首先对构成社会旅游内涵的3个要素——干预对象、干预主体和干预途径进行详细阐述; 之后深入剖析社会旅游概念界定长期陷入困境的原因; 最后依据干预对象范畴的不同, 将社会旅游划分为基本模式、延伸模式和包容模式, 从而为不同国家及社会背景下准确理解社会旅游的概念内涵提供了新的思路。

[关键词] 社会旅游; 概念; 困境; 新构想

[中图分类号] F59

[文献标识码] A

[文章编号] 1002-5006(2015)03-0095-11

Doi: 10.3969/j.issn.1002-5006.2015.03.010

引言

社会旅游, 即 social tourism, 国内也有学者将其译为“福利旅游”, 或者“福利(社会)旅游”^[1-3]。社会旅游作为与大众商业旅游不同的一种特殊旅游形式, 诞生并深深植根于欧洲社会民主运动的框架之下^[4]。它的出现与为普通民众及弱势群体实现度假/旅游提供帮助密切相关, 如产业工人、贫困儿童、青少年等。社会旅游满足了普通民众对伦理道德的需求, 使得“旅游是全体公民一项社会权利”的诉求得以实现; 它以旅游的形式, 实践了“人人平等”的

[基金项目] 本研究受2010年教育部人文社会科学研究青年基金项目“社会化进程中农民旅游需求的约束条件研究”(10YC790207)资助。[This study was supported by a grant from the Humanities & Social Science Research Youth Foundation of the Ministry of Education(to QIU Jiewei)(No. 10YC790207).]

[收稿日期] 2013-03-03; **[修订日期]** 2013-09-29

[作者简介] 邱洁威(1973—), 女, 四川威远人, 博士研究生, 副教授, 研究方向为农民旅游、乡村旅游, E-mail: tingting6181@dhu.edu.cn; 查爱苹(1978—), 女, 江苏淮安人, 博士, 副教授, 研究方向为旅游资源管理, E-mail: aipingzha@126.com。

社会观念和“帮困济贫”的道德理念。70多年来, 从最初欧洲的法国、意大利、比利时等国, 到二战后的美国、加拿大、日本等工业化国家, 如今再到亚洲的韩国、拉丁美洲的巴西等, 社会旅游被各大洲多国政府作为一项社会公共政策来推行和发展, 使其在以改善民生、提高社会福祉、推动社会平等为宗旨的各国社会福利政策中发挥了重要的积极作用。社会旅游“通过在部分社会人群中所扮演的催化和教育角色, 如今已成为人类技术和道德不懈演变中最为积极的领域之一”^[5]。

社会旅游在各国的实践也推动了相关理论研究的发展。西方对社会旅游的理论研究始于20世纪中叶, 涉及社会旅游的起源、概念、运作机制、价值及评估等内容。其中, 社会旅游的概念是关注较多的问题之一。给予社会旅游一个明确的定义是开展社会旅游研究的基础, 也是它在实践中顺利发展的保障。然而, “‘社会旅游’作为一个概念, 尽管至少已经存在了60年, 但其定义至今依然模糊……学术界始终没能提出一个被广泛认可和接受的定义……且在不同国家有着不同的解释”^[6], 围绕社会旅游概念引发的各种争议不绝于耳, 社会旅游的理论和研究范式、研究内容、研究方法等也由此长期无法突破。为何始终难以给出一个明确清晰的定义? 为何围绕社会旅游的概念争议不断? 界定社会旅游定义的难点何在? 本文将从社会旅游概念的多重解读出发, 分析其概念的发展脉络, 对概念的内涵要素、界定概念长期陷入困境的根源进行深入剖析, 并在此基础上提出新的界定思路。

1 社会旅游概念的多重解读

瑞士学者 Hunzicker 最早给社会旅游的概念作界定, 认为社会旅游是指“经济困难或存在其他负面因素的社会群体参与旅游活动时所产生的各种

现象和关系的总和”^①;之后, Hunzicker 又从社会旅游的供给角度对定义作了补充,“社会旅游是一种特殊的旅游形式,以社会低收入群体参与为特征,通过向他们提供专门服务得以实现”^②。遗憾的是, Hunzicker 的概念在后来的研究中并没有受到广泛认可。不断有人或机构重新给社会旅游下定义^[6-9],甚至专门对定义问题进行探讨^[10-11]。根据对已有相关英文文献的分析和整理,本文归纳出社会旅游的定义共计17种(表1)。根据定义界定视角和侧重点的不同,表1将这17种定义细分为需求视角、供给视角、需求与供给兼顾视角等3种类型。

1.1 需求视角

从需求角度界定社会旅游,关注焦点是目标受益者,且落脚于“参与”,即无论何种类型的目标受益者,社会旅游的目的就是要让这些人都能得到参与旅游/度假的机会。例如, Haukeland 就将社会旅游定位于满足“普通社会民众对伦理道德诉求”^[7];英国的家庭假日协会(FHA)则定位于“满足低收入群体的度假愿望”^[17]。

1.2 供给视角

供给视角的定义,从社会旅游的主导者和组织者出发,侧重点在于“干预”,即由谁来干预、如何干预,使目标受益者参与旅游/度假成为可能。例如, Teuscher 的定义不仅表明第三方的干预是社会旅游的核心,而且指明由谁干预、通过哪些途径干预^[6]。表1显示,供给角度的定义最多,这样的表达可以清晰地说明社会旅游是众多旅游形式中的一种特殊类型,因为它必须通过外界干预方可实现,如 Nilsson 所说,“(社会)干预是社会旅游的基本概念……”^③。

1.3 需求供给兼顾视角

需求供给兼顾的定义,考虑到供需双方均为社会旅游的利益相关者。其中,最具代表性的是国际社会旅游局(BITS)^④的定义,它把社会旅游视为一种包含供给和需求在内多种利益关系的复杂社会现象^⑤。Minnaert 等在评价该定义时谈到,“社会旅游就是鼓励凡是能够从旅游活动中受益的群体都参与其中”^[9],目标受益者包含广泛的社会群体,“如东道社区的民众、文化旅游者、残疾人及他们的照料者、被社会排斥者及其他弱势群体”。与供给角度定义不同的是,这里的“供给方”除政府、互助机

构和工会等提供干预的第三方外,更强调了东道社区的角色,认为东道社区及其民众不仅是社会旅游的供给者,也应该是受益者。但 Minnaert 等也批评该定义“尽管很全面,但不够清晰”^[9]。在此基础上,他们认为“社会旅游是一种提升道德价值的旅游形式,旨在使东道社区和游客在旅游交换过程中均能获益”^[9]。该定义不仅强调社会旅游是一种供需双方双赢的特殊旅游形式,更把社会旅游提升到道德层面高度来看待。

多维的界定视角,表明社会旅游是一个具有多面性的复杂概念,也反映了社会旅游概念界定经历了一个从单一到复杂、从单纯关注小众(如低收入群体)到全体民众的演进过程。如何从上述不同视角的理解中把握社会旅游的本质,是给予一个明确定义的基础。

2 构成社会旅游内涵的三要素

通过对表1的分析还可以发现,无论从哪个视角进行界定,社会旅游概念的内涵都包含3个要素,即干预对象、干预主体和干预途径,它们构成了社会旅游概念的核心。

2.1 干预对象——目标受益者(beneficiaries)

干预对象指社会旅游的服务对象,即目标受益者。它是社会旅游内涵的首要要素。表1显示,概念界定者们对目标受益者范围的理解存在很大区别。

最早,研究者把社会旅游的目标受益者限定在与产业工人相关的低收入群体^[13],或直接针对产业工人^[12]。这与社会旅游的起源有关,因为它可以追溯至产业工人带薪休假制度的推行^[18],社会旅游在许多国家一开始就是针对产业工人中的低收入者。例如, Haulot 在引述 BITS 早期对社会旅游的理

① 转引自参考文献[11]。

② 转引自参考文献[11]。

③ 转引自参考文献[9]。

④ 国际社会旅游局(The International Bureau of Social Tourism, BITS)成立于1963年,是社会旅游的首个国际性机构,其宗旨是为致力于发展社会旅游的有识之士提供长期的帮助,通过提供相关数据库资料和研究讨论的永久性平台,使其工作更有效率^[9]。BITS的成员最早来自西欧的国家,后来扩展到东欧、非洲、北美、拉丁美洲和亚洲。在2010年意大利里米尼召开的社会旅游世界大会上,国际社会旅游局(BITS)正式更名为国际社会旅游组织(International Social Tourism Organization, OITS)。

⑤ 转引自参考文献[9]。

表1 社会旅游定义汇总表
Tab. 1 Concepts and definitions of social tourism

来源 Source	定义 Definitions	目标受益者 Beneficiaries			侧重视角 Perspectives		
		游客 Tourists		东道社区 Host community	需求 视角 Demand view	供给 视角 Supply view	需求供给 兼容视角 Demand & supply view
		狭义 Narrow sense	广义 Boarder sense				
Hunziker(1951) ^[11]	经济困难或存在其他负面因素的社会群体参与旅游活动时所产生的各种现象和关系的总和	√					√
Hunziker(1957) ^[11]	一种特殊的旅游形式,以社会低收入群体参与为特征,通过向他们提供专门服务得以实现	√					√
Lundberg(1972) ^[12]	通常意味着政府或其他组织以某种方式为某些人(通常是工人阶级)提供度假或度假设施的资助	√					√
Teuscher(1983) ^[6]	为满足那些只有借助第三方帮助才能够实现旅游的特殊人群提供服务的旅游形式。这种帮助包括提供廉价度假可行性的信息、财政捐款以及为低收入阶层兴建度假设施等。提供帮助的第三方可以是互助机构、企业主、工会、社会组织等	√					√
McIntosh和Goeldner(1986) ^[13]	社会旅游就是通过有组织的旅游活动,帮助收入有限的人克服参与旅行的障碍:旅行费用由补贴和储蓄计划的资金提供,旅行经验和信息通过接触国内外其他地方的经验解决,交通问题通过与承运人的一揽子交易解决,住宿则借助于度假地签订合同来解决	√					√
Pyo和Howell(1988) ^[14]	在韩国,社会旅游更延伸为一个福利概念,因为在积极政府的干预下,社会旅游是用于帮助低收入者能担负起休闲旅游活动	√					√
Haukeland(1990) ^[7]	在斯堪的纳维亚国家中,社会旅游的概念是指每一个人,无论其经济或社会地位,都应该享有度假的机会。度假旅行视如其他人权一样,其损失应该从福利部门得到补偿		√		√		
欧洲委员会(EC)(1993) ^[15]	社会旅游是由一些国家的协会、合作社及工会组织的一种旅游形式,其目标是使大多数民众真正实现旅游的机会,尤其是最贫困阶层		√				√
Hence和Seabrook(1995) ^[11]	“现在出现了一种更多快乐和互动的旅游形式:社会旅游。它专门为改善及关注普通民众的生活而设计,既没有出现在精美的宣传册上,也没有出现在第三世界国家的媒体”		√				√
Almeida(2001) ^[16]	由国家从社会政治角度推动、由国内各种实体(商业和第三方部门机构)组织,旨在促进民众心理康复及社会文化发展的一种旅游形式,按照可持续发展观的假设,社会旅游必须延伸到各类所到之处		√				√
国际社会旅游局(BITS)/国际社会旅游组织(OITS) ^[15]	由民众,尤其是低收入阶层参与旅游活动中所产生的各种现象和关系的总和。“参与”在此意味着借助采取(一个定义良好的社会特征下的)各种措施,让收入有限的民众参与旅游成为可能,或为其参与旅游提供便利	√					√
Nilsson(2002) ^[9]	(社会)干预是社会旅游的基本概念……它是以“真实”和非商业性目的为出发点,价格低廉,旨在让人们感受到彼此之间的友谊		√				√

续表 1

来源 Source	定义 Definitions	目标受益者 Beneficiaries			侧重视角 Perspectives		
		游客 Tourists		东道社区 Host community	需求 视角 Demand view	供给 视角 Supply view	需求供给兼 容视角 Demand & supply view
		狭义 Narrow sense	广义 Boarder sense				
Jolin(2004) ^[15]	让所有民众——尤其是年轻人、退休者、低收入者和残疾人——都能够参与并享受旅游的各种计划、事件和活动,同时还关注游客与旅游东道社区之间的关系质量……给人们(尤其是年轻人)提供户外活动……这代表另一种形式的社会旅游,并按照对休闲、社会及教育机会的影响程度,推动相关领域的民主化。社会旅游指由各个国家政府采取的鼓励假日旅行的各种方法——它通常是工会、协会和社区团体经过努力赢得的一种权利		√	√	√		
欧洲经济委员会 (EESC)(2006) ^[8]	满足下面 3 个条件的活动才构成社会旅游:(1)真实生活环境及条件完全或部分不足以履行旅游权利。可能由于经济条件、身体或精神障碍、他人或家庭排斥、行动不便、地理位置偏僻等各种因素导致,这些因素最终成为一个真正的障碍;(2)某人——无论是公共还是私人机构、公司、工会,或仅仅是有组织的一群人——决定采取措施克服或减轻阻碍人们行使旅游权利的各种障碍;(3)行动是有效的,确实以一种尊重可持续性、可及性和团结性的价值观的方式,帮助某个群体实现参与旅游活动	√				√	
Mundt(2004) ^[4]	为那些无论出于何种原因,都无法靠自身能力参与以休闲为目的的旅行活动的人群提供帮助和赞助	√				√	
Minnaert 等(2006) ^[9]	社会旅游是一种提升道德价值的旅游形式,旨在使东道社区和游客在旅游交换过程中均能获益		√	√			√
家庭假日协会 (FHA)(2007) ^[17]	社会旅游是让低收入群体参与度假和休闲活动的一种旅游形式	√			√		

解时,就将目标受益者明确指向“收入有限的社会群体”^[15];后来,随着社会经济的发展,工人生活水平及度假/旅游环境都发生了显著变化,使得“带薪休假和社会旅游这两个概念之间不再是一个明确的对应关系。社会旅游的目标受益者就转而变为那些仍需要借助社会干预才能够获得旅游‘商品’的社会群体了”^[15]。至此,目标受益者范围扩展至需要帮助的各类社会弱势群体^[6,13],包括工人及其家庭、有孩子的家庭、单亲父母、青少年、退休者和残障人士等;再后来,又扩大到包含弱势群体在内的全体社会民众^[7-8]。近年来,Minnaert 等基于社会伦理道德的考虑,将社会旅游分为游客相关的(visitor-related)社会旅游和东道社区相关的(host-related)社会旅游两种形式^[9],首次将社会旅游目标受益者范围由社会民众(需求方)扩展至提供服务的东道社区(供给方),其目的在于阐明社会旅游在应对社会排斥中的潜在价值。

不同时期的研究者对目标受益者范围的不同理解,使干预对象成为社会旅游内涵中最复杂的要

素。图 1 展示了目标受益者范围从小到大的演进过程,表明社会旅游从最初关注低收入者的福利实现问题,逐步发展到与诸多社会问题广泛联系,如社会排斥、不参与和可及性等,甚至被欧洲视为实现一个真实的社会福利欧洲(Social Europe)梦想的最佳代表^[4]。这种变化使得社会旅游不仅只是解决旅游参与的问题,更成为解决社会问题的一条路径选择。

2.2 干预主体——主导者和组织者(facilitators and organizers)

干预主体指社会旅游由谁来干预,它包括主导者和组织者。社会旅游的主导者和组织者既可以是各自独立的不同主体,也可以身份重合。

2.2.1 主导者

主导者,即社会旅游的主要推动者,指由谁来制定社会旅游的相关政策、推行相关理念,一般包括政府和第三方非营利性机构。

政府是社会旅游最普遍的主导者之一。社会旅游有被政府作为一项社会福利政策来推广的天

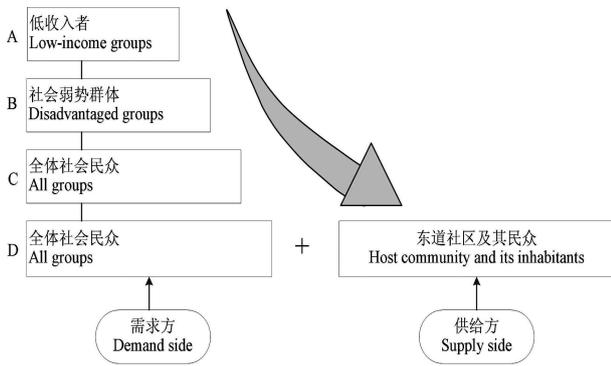


图1 社会旅游目标受益者范围演变历程
Fig. 1 Evolution of the range of social tourism beneficiaries

然优势,它可以帮助政府树立形象,提高公众影响力。从20世纪50年代起,西欧的福利国家(如法国、比利时、德国和西班牙等)政府就把社会旅游纳入其社会政策范畴,不仅制定由政府支持、旨在供给和推广经济型假日及休闲活动的各种计划,还建立完善的社会旅游保障系统。

第三方非营利性机构成为社会旅游的主导者,多是基于伦理道德的要求,主要包括NGOs、慈善组织和教会等。欧洲的慈善组织在帮助弱势群体实现度假/旅游愿望上曾做出过重要贡献。19世纪末,社会旅游的纯非营利性组织就在英国出现^[19]。目前,英国仍是欧洲少数几个由民间慈善机构主导社会旅游发展的国家之一,如家庭假日协会(FHA)、家庭基金会(FF)、青年旅舍协会(YHA)等;瑞士的社会旅游主导者及组织者——瑞士旅行储蓄基金(REKA),在其成立之初就定位为“既不依赖政府,也不依靠任何利益集团的第三方非营利性机构”^[6]。

值得注意的是,一些国家的社会旅游由政府 and 第三方非营利性机构共同主导。例如巴西,除政府外,一家名为SESC的NGOs也以自身的方式推动社会旅游的发展^[13]。

2.2.2 组织者

组织者指社会旅游的具体组织、执行和管理机构。它通常为主导者的下属或相关机构,包括国家相关部委(如德国的区域性社会部、西班牙的劳动及社会事务部、巴西的国家旅游部)、专门的社会旅游机构(如瑞士的旅行储蓄基金会(REKA)、韩国的国家旅游公司(KNTC))、工会(如匈牙利的工会国家委员会和假日中心、比利时的工会)、慈善组织(如英国的FHA、FF、YHA,巴西的SCSE)、相关协会组织、福利机构、医疗卫生机构、旅游商业机构等。

许多国家社会旅游的组织 and 运作都与工会

(trade unions)关系密切。社会旅游的发源地欧洲正是在工会的推动下,使带薪度假制度以法律的形式固定下来,为社会旅游的诞生迈出了最重要的一步。可以说,工会在欧洲的社会旅游发展进程中起到了决定性作用。前文所提到的西欧福利国家,尽管政府制定社会旅游政策,但真正的组织者主要还是工会及福利和卫生机构。如在比利时,工会是许多社会旅游设施的所有者^[4]。

由于目标受益者范围较广,许多国家社会旅游的组织者也是多元化的。如在法国,就由工会、社会卫生服务机构和宗教组织等不同类型的组织者向社会提供各种社会旅游产品^[4]。

2.3 干预途径——资助机制(funding mechanism)

干预途径指通过何种资助机制来帮助目标受益者获得度假/旅游的机会。干预途径主要可分为以下两大类:

2.3.1 基金资助机制

基金资助机制就是以货币形式为基础的资助方式。它又可细分为以下4种途径:第一,干预主体(政府或慈善机构)通过各类组织者,把资助金以补贴的形式发放给目标受益者,如法国的*Cheques-vacances*^[20]。除英国外,欧洲许多国家都拥有社会旅游公共基金政策,当前主要有两种社会旅游基金:(1)以基础设施为导向的基金;(2)以受益人为导向的基金。其主要区别在于是直接还是间接基金。直接基金通过国家或地方政府,以官方拨款的形式直接发给受益人或组织者,而间接基金则由国家给工会或卫生和福利机构发放补贴^[4]。第二,由各种机构和组织捐款资助设立假日储蓄基金,然后再以特殊形式通过其代理机构低价销售给目标受益者。瑞士的旅行储蓄基金就是委托瑞士国家银行发行REKA支票,然后再委托销售代理机构(如工业公司、银行、保险公司、公共管理机构、员工协会等)折价卖给特定消费者(工人、员工、协会成员等)。第三,发行旅游消费券/代金券。在一些国家,假日消费券的使用给消费者提供了选择商业旅游设施的可能(如匈牙利、罗马尼亚),而另一些国家假日消费券则是作为使用社会旅游设施的凭据(如法国)^[4]。第四,给予从事社会旅游相关服务的企业(如旅游目的地企业、住宿设施)贷款或税收优惠政策等。例如,挪威政府就采取免息或低息贷款的方式扶持发展社会旅游^[12]。

2.3.2 旅游设施供给机制

即由政府出资或各类社会团体捐款,为目标受

益者兴建专门的度假设施,如旅馆、度假村、宿营地、度假公园等,人们通过诸如社会服务部门、工会及其他类似机构来获得这些设施的使用权。早期的法国及大多数其他拉丁语系的欧洲国家采取的就是该种资助机制,也被称为地中海模式^[6]。一些前社会主义东欧国家,如匈牙利、罗马尼亚等,也采取过类似的资助机制;在韩国,为了利用私人基金发展社会旅游,政府将公共旅游设施与私人企业合资,或租赁或销售给私人部门^[14]。

现实中,为了充分鼓励社会各部门和企业来扶持社会旅游的发展,这两种干预途径往往会被混合使用,尤其是以政府为主导的国家(如韩国),区别在于以哪种途径为主导。

上述3个要素共同构成了社会旅游概念的核心,三者相互作用、相互影响,缺一不可(图2)。

3 社会旅游概念界定困境的根源剖析

通过前文对各种社会旅游定义及内涵构成要素的分析,可以看出,“提出一个既有针对性又面面俱到的定义并非易事”^[9],对于社会旅游的认识,见仁见智。哪些因素使得界定社会旅游的定义陷入困境?

3.1 构成概念的三要素内涵复杂且不断变化

如前分析,构成社会旅游概念的三要素显示出干预对象范围复杂且不断变化、干预主体多元化、干预途径多样性等特征。不同的国家和制度下,不同的干预主体对不同的干预对象实施不同的干预途径,三要素相互交织,这对界定一个清晰的社会旅游概念构成了障碍,尤其是干预对象范围的动态

性和不确定性,使其成为首要影响因素。

Teuscher在总结社会旅游的变化时指出:“社会旅游在许多国家一开始是针对一些特殊群体,尤其是产业工人;但如今几乎所有人在其生活的某一阶段都受惠于社会旅游的相关机构”^[6]。从时间上看,这种差异和变化是由于多年来整体社会环境在持续改变;而在空间上,不同地区及国家有着不同的社会、文化、经济及政治背景,使对干预对象范围的理解不尽相同。尽管不能简单地判定哪种范围能更准确地表达社会旅游的诉求,但它最直接的结果就是导致社会旅游概念极易与一些相似及相关概念混淆,如生态旅游、扶贫旅游(pro-poor tourism)^①、全民旅游(tourism for all)^②等,进而引发一系列连锁问题,从而给理解社会旅游概念带来麻烦。

3.2 存在众多与社会旅游相似或相关的概念,且边界划分不清晰

无论理论研究或实践中的争议,许多都是围绕社会旅游及其相关概念展开的,如社会旅游与TFA^[4,10],社会旅游与团结旅游、扶贫旅游^[11,21]等。表2列出以往研究中所涉及的一些与社会旅游相似或相关的概念。

上述众多相似或相关概念,与社会旅游一样,突出了旅游作为一种社会力量的功能(如社会平等、社会融入、消除贫困等),而非旅游的经济功能,并把旅游与社会伦理道德联系起来,由此与一般的大众商业旅游区分开来。

至于社会旅游与这些相似或相关概念关系的界定,不乏学者做尝试^[11,21]。其中包括定位为并列关系、从属关系,甚至替代关系。以许多文献都提到

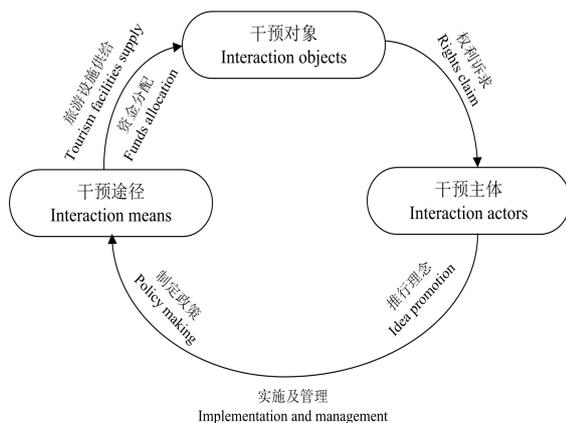


图2 社会旅游内涵三要素

Fig. 2 Three elements of social tourism

① 扶贫旅游(pro-poor tourism, PPT),即有利于贫困人口的一种旅游形式。指通过旅游业来实现贫困人口的利益最大化,不仅包括经济利益,也包含社会、环境或文化利益。PPT不是一种专门的旅游产品或者利基市场,而是旅游开发和管理的一种方法。它涉及从微观到宏观不同层次的利益相关者,包括政府、私人企业和社会部门。扶贫旅游旨在提高和改善穷人与旅游业之间的关系,推动旅游业在减少贫困方面多做贡献,并使得穷人能够更有效率地参与到旅游(产品)开发之中。详细内容参见参考文献[22]。扶贫旅游的受益者是针对作为旅游(产品)供给方的贫困人口,社会旅游的受益者尽管在广义上也包含旅游目的地东道社区居民(不局限于贫困人口),但主要针对作为旅游需求方的弱势群体。

② TFA,即Tourism for all,全民旅游。TFA由英国旅游局(English Tourist Board)于1989年提出。根据Quinn等^[23],由于“社会旅游”带有悲观的含义,为扭转其偏负面的形象,因此英国旅游局试图用TFA来替代社会旅游。但这一想法在现实中并没有被很好地落实,后来TFA在许多国家被视为专门旨在帮助残疾人及其家属能够参与度假/旅游活动一种手段,如英国、德国等。因此也有人把TFA视为广义社会旅游市场的一个分支^[4]。

表2 社会旅游的相似及相关概念
Tab. 2 Similar and related concepts of social tourism

来源 Resource	相似或相关概念 Similar or related concepts	关系的界定 Relationships
Lundberg(1972) ^[12]	补贴旅游	在特定环境下,“社会旅游”的代称
Hazel(2005) ^[24] ;Minnaert等(2006) ^[9] ;Diekmann和McCabe(2011) ^[4]	全民旅游	替代关系
国际社会旅游组织(OITS)	(1)青年旅游,(2)无障碍旅游,(3)公平旅游,(4)团结旅游,(5)负责任旅游,(6)伦理道德旅游,(7)可持续旅游	把这些概念视为社会旅游大概念下的重要主题。其中,“尊重”构成了概念(3)~(7)的共同基础,即把旅游视为一种致力于尊重和理解他人及周围环境的行爲,它成为如何重新审视旅游的一个新途径和办法
Higgins-Desbiolles(2006) ^[21]	(1)扶贫旅游,(2)和解旅游,(3)志愿者旅游,(4)正义旅游,(5)旅游促和平,(6)现实旅游,(7)团结交流	这些概念与社会旅游一起,被视为“体现旅游是一种社会力量”的旅游形式
世界旅游组织(UNWTO)(2007) ^[25]	(1)团结旅游,(2)公平旅游	将(1)和(2)视为社会旅游的深化。除了社会弱势群体外,(1)和(2)还把旅游目的地东道社区的利益最大化纳入其中
Minnaert等(2011) ^[11]	(1)团结旅游,(2)扶贫旅游,(3)社区旅游	将(2)和(3)列为激励模式之社会旅游的子分类;把(1)视为一个连通社会旅游和商业旅游之间的桥联模式
Diekmann和McCabe(2011) ^[4]	志愿者旅游	与社会旅游关系密切的一种社会行为

的团结旅游为例,Minnaert等把它视为连通社会旅游与商业旅游之间的桥梁^[11];而OITS把它视为社会旅游大概念下的一个重要主题;UNWTO(2007)则又把它看作是社会旅游的深化形式^[25]。英国国家旅游局甚至拟以全民旅游替代社会旅游。

尽管如此,社会旅游与这些相似或相关概念之间并没有形成明确的边界,且经常被一起使用。显然,这样操作很危险,尤其是许多概念自身已有明确的定义,且有的已发展成为独立的研究分支领域,如可持续旅游、社区旅游。无论把社会旅游与它们之间定位为从属关系还是对等关系,如果不能很好地把社会旅游与这些概念区分开来,或者在相关性上有所规定,就很难给社会旅游提出一个令人信服的定义。

3.3 社会旅游的施行理由和目标(justifications and goals)日益多元化

社会旅游发展的早期阶段,其施行理由和目标较为简单,一则体现社会公平公正的思想。根据伦德伯格,“社会旅游是一种尝试,尝试纠正社会财产分配不公现象,使社会大多数民众也能享受到曾经只有少数人才能体会到的(度假)快乐”^[12];二则基于“旅游/度假是一项不可剥夺的人权”的理念^[5,8]。这种理念在欧洲大陆深入人心(英国除外)。社会旅游的施行,为传播社会公平公正思想提供了通道,使那些难以靠自身力量获得旅游/度假机会的社会弱势群体和普通民众,实现了旅游权利并提升了生

活质量。当然,也有国家并不把旅游视为权利,而认为旅游只是一种由个人自行决定的消费行为,例如英国和美国。在这种环境下,实施社会旅游的目的就变成功利性的,即看它能否为整个社会带来净效益^[9]。

后来,社会旅游的目标扩展到社会融入(social inclusion)^[9]、提高社会福祉、促进目标受益者个人发展^[4]等多方面,这些目标与道德伦理关系密切,使社会旅游成为一种道德信仰的表达,故被政府用来作为提供社会保障和公共福利的一项政策。

近年来,世界许多地区的经济气候不景气,鉴于社会旅游能产生诸多社会效益,且实施成本较低,从而日渐受到多国政府的青睐,“社会旅游近年来甚至成为欧盟的一项旗舰旅游政策”^[4]。但由于国家背景、社会制度和发展阶段的差异,各自推行社会旅游计划时,所注重的目标更加多元化。包括:推动工人阶级发展、改善城市儿童的健康状况、更广泛地促进旅游各种效益的实现、提高各种组织或企业的忠诚度、促进地区经济发展^[8];社会融入、可持续发展和经济复苏^[4];此外,还有针对旅游目的地的目标,如解决旅游目的地的淡季销售问题、增加旅游目的地就业机会^[11]。可以看出,除了传统的社会功能外,社会旅游的经济功能日益受到重视,甚至被用作复苏经济的工具,使人担心社会旅游与商业旅游的边界变得模糊不清^[4]。

最终,Minnaert等将当前的社会旅游目标归纳为3类:(1)是一项基本人权——旅游权利的表达途

径;(2)促进地区经济发展的手段;(3)减少社会排斥、增加社会融入的方法。它们基本上代表了当前社会旅游目标的3个基本方向:满足人权、促进经济发展、缓解社会矛盾^[1]。

上述分析显示,社会旅游的施行理由和目标也是一个由单一到多元化的演变过程,这种变化与社会旅游干预对象范围的变动之间关系紧密。目标受益者范围越大,社会旅游的目标也就越复杂。而这些现象对清晰理解社会旅游概念也构成障碍。

3.4 各国实践社会旅游的手段迥异

由于各国的历史、社会文化、政治制度不同,形成各自对社会旅游的不同看法,表现在实践中,推行社会旅游的手段也迥异不同。首先,发达国家之间存在差异。以欧洲为例,以法国、比利时、西班牙等为代表的福利国家,主要由政府主导发展社会旅游。英国政府对社会旅游的兴趣不大,社会旅游通常不作为公共政策的组成部分,多由慈善组织来主导和组织。其次,发达国家与发展中国家之间的差异。社会主义国家发展社会旅游往往服务于政治目的,为工人提供休息和放松的度假活动,使他们更好地为未来的“社会主义建设”做贡献。同时,还被用作对年轻人开展社会主义教育的一种方法,如访问其他社会主义国家来培养他们的团结精神^①。最后,国家的不同发展阶段,社会旅游的发展模式也不同。在匈牙利的社会主义制度早期发展阶段,社会旅游主要提供给特权集团,如共产党及工会的官员和成员、工厂里的优秀工人及他们的家庭成员。后来,随着社会旅游接待能力的提高,整个20世纪70年代和80年代初,受益人范围逐渐扩大,但最高质量的社会旅游设施依然主要面向社会的精英阶层;直到90年代初,伴随社会主义制度在匈牙利的瓦解及其政治经济制度的转型,一种新型的、能使贫困社会群体真正受益的社会旅游制度才开始出现^[2]。

4 界定社会旅游概念的新构想

社会旅游概念长期悬而未决的状态,给研究和实践都带来诸多影响。首先,社会旅游研究长期停滞不前。从20世纪50年代初期起,社会旅游研究就一直处于时断时续的状态,成果非常有限,直到最近七八年,才陆续有欧洲学者重燃了研究兴趣^[9-11,26-30],而缺乏明确独立的概念是造成此状的主要

原因之一^[4]。第二,对社会旅游的认识长期停留于一个初级层面,研究中术语使用混乱。“‘社会旅游’”一词被用于意味着各种不同、有时甚至是相互矛盾的含义和想法,且指代完全不同的活动和计划”^[9]。第三,由社会旅游概念引发的争议不断。如社会旅游与商业旅游的边界该如何划定?第四,给社会旅游实践造成了严重障碍^[16]。例如,尽管巴西政府制定了社会旅游政策方案,但实践中却遭受到旅游部门的消极回应,而概念不清晰则成为其主要借口^[16]。

面对界定概念的困境及其带来的负面影响,该如何应对?首先,要认识到社会旅游是一个动态概念,或者一个动态的过程;其次,影响社会旅游概念界定的诸多因素,如社会旅游干预对象范畴的泛化、社会旅游实施理由和目标的工具化(包括经济工具化、政治工具化)等,既是存在的事实,也代表了社会旅游的发展趋势,必须承认并接受这种变化,才能够客观看待社会旅游,但前提是要把握好“社会旅游是一种区别于商业旅游、不以营利为目的的旅游形式”这一基本点。

Minnaert等依据“干预对象”和“提供帮助/服务的形式”两个指标,把社会旅游细分为4种模式:参与模式、包容模式、适应模式和激励模式^{[2][11]}。该模式分类法使得对社会旅游复杂内涵的理解变得清晰,但也有局限性:其一,提供帮助的各类主体没有体现出来,如政府、工会、慈善机构;其二,提供帮助/服务的形式仅涉及旅游产品,忽略了现金补贴、赞助款、旅游优惠券、旅游设施等其他手段。

鉴于此,本文拟借鉴Minnaert等的思路,将社会旅游概念进行子分类。考虑到界定社会旅游概念的最大难点在于确定干预对象的范畴,本文将细分标准限定于干预对象,并对其范畴做出如下3类规定:(1)不具备旅游/度假能力的人群。“能力”在此不仅指支付能力,还包括身心健康能力。如包括低收入者、残疾人在内的社会弱势群体;(2)旅游参与能力有限的人群。“能力有限”是指虽具备一定的能力,但由于种种原因参与旅游/度假活动不足的人群,如中低收入阶层的普通社会民众;(3)以供给者身份,为前两类人群提供社会旅游设施和服务的东道社区及其民众。

① 转引自参考文献[26]。

② 参与模式指专门鼓励经济困难的人或其他弱势群体参与旅游;包容模式指鼓励全社会所有人,包括经济困难者或其他弱势群体参与旅游;适应模式指专门为经济困难者或其他弱势群体设计专门旅游产品;激励模式指借助为经济困难者或其他弱势群体的旅行和旅游提供帮助,从而(为东道主)提供发展经济机会。

依据上述3类不同的干预对象范畴,将社会旅游划分为3种模式(图3)。

(1)基本模式——干预主体(政府或第三方非营利性机构)通过各种干预手段(资金或设施),专门针对不具备旅游/度假能力的社会群体提供参与旅游/度假活动的帮助。包括低收入者及其家庭、失业者、残障人士、有未成年孩子的家庭、单亲家庭、青少年、老年人等各类社会弱势群体。基本模式体现了社会旅游的最初设想。

(2)延伸模式——干预主体(政府或第三方非营利性机构)在全社会范围内,采取各种干预手段,鼓励和帮助能力有限的社会群体参与旅游/度假活动。延伸模式更倾向于作为一种社会福利政策手段。

(3)包容模式——干预主体(政府或第三方非营利性机构)借助为A或B类干预对象提供帮助,实现他们的旅游/度假愿望。同时,还为社会旅游目的地东道社区及其居民谋取经济或社会效益,提高当地居民的社会福祉水平。这里的干预对象包含了需求和供给双方中都需要帮助的社会群体。有两点需加以说明:第一,游客限定为A或B类干预对象,不包括其他社会群体/阶层。由此与扶贫旅游、社区旅游、志愿者旅游等形式相区别,因为这些旅游形式下的游客不需要第三方提供援助,任何人皆可参加,甚至游客往往来自社会的中产及以上阶层。第二,社会旅游设施或服务的供给者不设限。经济发达的旅游目的地,通过提供社会旅游服务,可以提升当地居民的道德水平;一些旅游季节性问题的目的地,可以解决旅游淡季销售问题;而经

济欠发达的社会旅游目的地,则可以增加就业机会、提高居民收入等。因此,包容模式是一种双赢模式。

其中,基本模式和延伸模式可理解为狭义的社会旅游,旨在帮助社会弱势群体实现旅游/度假参与权利;包容模式则可理解为广义的社会旅游,其核心目的是推动旅游的公益性诉求思想的普及和社会伦理道德水平的提升。

5 结束语

社会旅游是一个与商业旅游相对的概念,一个与伦理道德相关的概念。社会旅游长期以来面临含义不统一、内涵外延不清晰的困境。由诸多因素造成给予社会旅游一个明确的定义困难重重。本文在对概念界定诸多困境及根源剖析的基础上,从社会旅游的干预对象出发,尝试性提出一个新的界定思路,为今后相关研究提供参考。

无论对于国内学界还是社会民众而言,社会旅游都是一个相对陌生的概念,但从社会旅游的发展轨迹看,它与一个国家的休假制度密切相关。2013年2月,国务院颁布《国民旅游休闲纲要(2013—2020)》,提出“到2020年,职工带薪休假制度基本得到落实,城乡居民旅游休闲消费水平大幅增长……与小康社会相适应的现代国民旅游休闲体系基本建成”的发展目标^[31],该目标与社会旅游概念所表达的宗旨相吻合;2014年8月,《国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见》中明确规定:“强化全社会依法休假理念,将带薪年假制度落实情况纳入各地政府议事日程……推动机关、企事业单位加快落

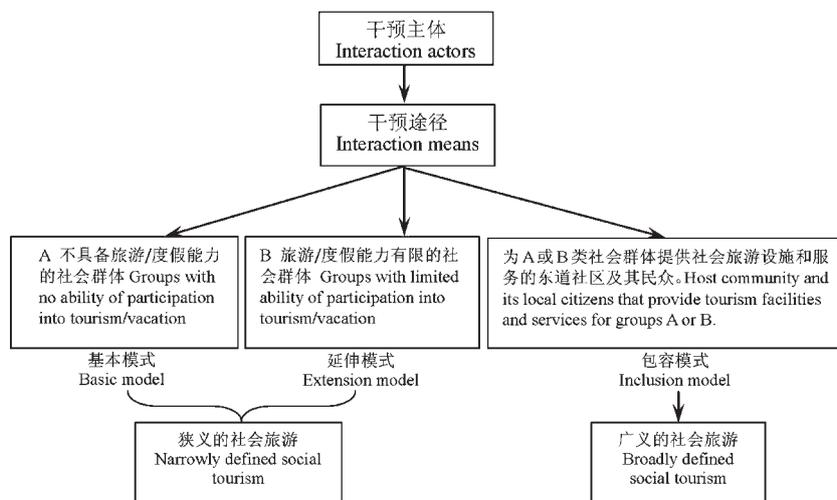


图3 社会旅游的3种模式

Fig. 3 Three models of social tourism

实职工带薪年休假制度”^[32]。这表明,“旅游休闲作为每个中国公民应公平享有的一项社会权利”的理念不仅获得中央政府层面的认同,而且以制度的形式明确下来。由此,在大众商业旅游占主导地位的今天,将社会旅游概念引入国内,而且借鉴国外已有成果展开本土化研究,不仅有助于拓宽旅游研究的视角,更有助于重新审视旅游产业的功能,尤其对当前社会公共福利政策的制定都有着极其重要的价值。望此文能对国内相关研究起到抛砖引玉的作用。

参考文献(References)

- [1] Li Zhihui. The concepts and definitions of social tourism and related research review[J]. *Jiangsu Commercial Forum*, 2012, (3): 83-85. [李祗辉. 福利旅游概念内涵与研究述评[J]. 江苏商论. 2012, (3): 83-85.]
- [2] Ji Feifei. A comparative study on social tourism between western countries and China[J]. *Journal of Luoyang Institute of Science and Technology: Social Science*, 2012, 27(5): 54-56. [纪菲菲. 社会福利旅游的国内外比较研究[J]. 洛阳理工学院学报: 社会科学版. 2012, 27(5): 54-56.]
- [3] Su Kun, Hao Suo, Liu Yinghui. A literature review on social tourism[J]. *Journal of Beijing International Studies University*, 2013, 36(1): 33-40. [苏琨, 郝索, 刘迎辉. 福利旅游研究进展——一个文献综述[J]. 北京第二外国语学院学报. 2013, 36(1): 33-40.]
- [4] Diekmann A, McCabe, S. Systems of social tourism in the European Union: A critical review [J]. *Current Issues in Tourism*, 2011, 14(5): 417-430.
- [5] Haulot A. Social tourism: Current dimensions and future developments[J]. *International Journal of Tourism Management*, 1981, 2(3): 207-212.
- [6] Teuscher H. Social tourism for all: The Swiss travel saving fund [J]. *Tourism Management*, 1983, 4(3): 216-219.
- [7] Haukeland J. Non-travelers: The flip side of motivation[J]. *Annals of Tourism Research*, 1990, 17(2): 172-184.
- [8] European Economic and Social Committee (EESC). *Opinion of the Economic and Social Committee on Social Tourism in Europe*[R]. Brussels: EESC, 2006: 67-77.
- [9] Minnaert L, Maitland R, Miller G. Social tourism and its ethical foundations[J]. *Tourism, Culture & Communication*, 2006, 12(7): 7-17.
- [10] Minnaert L, Maitland R, Miller G. Tourism and social policy: The value of social tourism[J]. *Annals of Tourism Research*, 2009, 36(2): 316-334.
- [11] Minnaert L, Maitland R, Miller G. What is social tourism?[J]. *Current Issues in Tourism*, 2011, 14(5): 403-415.
- [12] Lundberg D. A new look in social tourism[J]. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 1972, 13(11): 65-78.
- [13] McIntosh R W, Goeldner C R. *Tourism: Principles, Practices, Philosophies (the 5th Edition)* [M]. New York: John Wiley & Sons, Inc, 1986: 1-606.
- [14] Pyo S, Howell R. Social tourism: the Korean case[J]. *The Tourist Review*, 1988, 43(3): 16-19.
- [15] International Social Tourism Organization (OITS). Concepts and definitions of social tourism[EB/OL]. www.bits-int.org/en, 2009-06-11.
- [16] Almeida M. The development of social tourism in Brazil[J]. *Current Issues in Tourism*, 2011, 14(5): 483-489.
- [17] Family Holiday Association (FHA). *Giving Families a Break: A Guide to Social Tourism in the UK*[R]. London: FHA. 2007: 1-4.
- [18] Haulot A. International Bureau of Social Tourism[J]. *Annals of Tourism Research*, 1983, 10(4): 558-560.
- [19] Teuscher H. The future for social tourism[J]. *Tourism Management*, 1983, 5(9): 219.
- [20] Hughes H. Holidays and the economically disadvantaged[J]. *Tourism Management*, 1991, 12(3): 193-196.
- [21] Higgins-Desbiolles F. More than an ‘industry’: The forgotten power of tourism as a social force[J]. *Tourism Management*, 2006, 27(6): 1192-1208.
- [22] Ashley C, Roe D, Goodwin H. *Pro-poor Tourism Strategies: Making Tourism Work for the Poor*[R]. Nottingham: ODI. 2001: 1-54
- [23] Quinn B, Griffin K, Stacey J. *Poverty, Social Exclusion and Holidaying: Towards Developing Policy in Ireland*[R]. Dublin: DIT. 2008: 1-114.
- [24] Hazel N. Holidays for children and families in need: An exploration of the research and policy context for social tourism in the UK[J]. *Children & Society Volume*, 2005, 19(3): 225-236.
- [25] The World of Tourism Organization (UNWTO). *Study on the Concepts and Realities of Social and Solidarity Tourism in Africa* [R]. Madrid: UNWTO. 2007: 1-89.
- [26] Puczko L, Rátz T. Social tourism in Hungary: From trade unions to cinema tickets[J]. *Current Issues in Tourism*, 2011, 14(5): 459-473.
- [27] Hall D, Brown F. *Tourism and Welfare: Ethics, Responsibility and Sustainable Well-being* [M]. Wallingford: CABI. 2006: 1-206.
- [28] McCabe S. Who needs a holiday? Evaluating social tourism[J]. *Annals of Tourism Research*, 2009, 36(4): 667-688.
- [29] McCabe S, Joldersma T, Li C. Understanding the benefits of social tourism: Linking participation to subjective well-being and quality of life[J]. *International Journal of Tourism Research*, 2010, 12(6): 761-773.
- [30] Bélanger C, Jolin L. The International Organization of Social Tourism (ISTO) working towards a right to holidays and tourism for all[J]. *Current Issues in Tourism*, 2011, 14(5): 475-482.
- [31] General Office of the State Council. The Outline for National Tourism and Leisure (2013-2020) [EB/OL]. www.chinapeace.org.cn, 2013-02-19. [国务院办公厅. 国民旅游休闲纲要(2013—2020)[EB/OL]. www.chinapeace.org.cn, 2013-02-19.]
- [32] The State Council. Opinions of the State Council on Promoting the Reform and Development of Tourism Industry [EB/OL]. <http://www.gov.cn>, 2014-08-21. [国务院. 国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见[EB/OL]. <http://www.gov.cn>, 2014-08-21.]

Interpretation of the Definition of Social Tourism Overseas: Connotations, Dilemmas, Reasons and New Ideas

QIU Jiewei^{1,2}, ZHA Aiping³

(1. MICE & Tourism Department, Sun Glorious School of Business and Management, Donghua University, Shanghai 200051, China; 2. Tourism Department, Fudan University, Shanghai 200433, China; 3. Tourism & Hospitality Department, Shanghai Business School, Shanghai 200235, China)

Abstract: Social tourism, which began in Europe, is a potentially valuable solution for the participation of socially disadvantaged populations in tourism/holidays. It can help in solving social exclusion problems, promote social integration, and improve social well-being. However, the concept of ‘social tourism’ has been in a state of dispute during the past 60 years, and formulating a specific and comprehensive definition of this phenomenon is both the most fundamental and the most difficult issue in research on this topic.

Beginning with the multiple interpretations and definitions of social tourism concepts found in the English literature, this article first of all classifies 17 concepts of social tourism into three types. This classification is based on the different perspectives of the researchers involved in studying social tourism: definitions from a demand perspective, definitions from a supply perspective, and definitions from a demand and supply perspective together. Then, the development context of the concept of ‘social tourism’ is analyzed and its three connotative elements identified: beneficiaries, facilitators and organizers, and the funding mechanisms involved. ‘Beneficiaries’ refers to the recipients of a social tourism service, while ‘facilitators and organizers’ are interveners in social tourism services, and ‘funding mechanisms’ means the channels through which beneficiaries are helped to realize vacation/tourism opportunities. Subsequently, the article dissects the reasons for long-term research in this field being caught up in the debate over the definition of social tourism, which include: 1) that the three connotative elements are complicated and they have been changing along with time and within the different contexts of countries and political systems; 2) that there are many similar or related concepts that blur the boundaries of social tourism, such as TFA (Tourism for All), Solidarity Tourism and so on; 3) that the justifications and goals of social tourism have become increasingly diversified, a trend which is associated with the ever-expanding scope of beneficiaries; and 4) that the implementation of social tourism policies in different countries can be quite different—differences exist both between developed countries and developing countries, and within developed countries. Because of the lack of clarity in defining social tourism, research on the concept has been in a state of stagnation in recent years, and thus awareness of social tourism has stayed at a primary level amongst potential users. Furthermore, the constant controversy aroused by this concept has raised serious obstacles to the implementation of social tourism.

Finally, this article attempts to construct a straightforward definition of social tourism. In view of the differences in the beneficiaries, social tourism is divided into three models: 1) the base model, where facilitators and organizers focus on giving help to those social groups that do not have the ability to undertake this form of vacation/tourism; 2) the extension model, where facilitators and organizers encourage and help those social groups with a limited ability for vacation/tourism; and 3) the inclusion model, where facilitators and organizers not only help the above social groups to go on vacation, but also secure economic and social benefits for the host community and citizens. As a result, the three social tourism models provide a new idea on how to understand the concept of ‘social tourism’ in different country and social contexts.

Keywords: social tourism; definition; dilemma; new ideas

[责任编辑:魏云洁;责任校对:王玉洁]