

当地居民利益,让居民积极参与旅游扶贫发展过程中实现“1+1+1>3”的联动效应,共同打造魅力景区,打造优质产品,吸引足够的旅游者,实现游客流和资金流同时注入目的地,从而保证旅游扶贫效益最优化,并持续为贫困区域注入新鲜血液。

(邓爱民:中南财经政法大学旅游研究院院长,教授,博士生导师;张兰:中南财经政法大学工商管理学院旅游管理硕士研究生)

旅游扶贫的索取

李倩倩,王艳平

一、扶贫亦索取

笔者赞同旅游扶贫的定位与说法,肯定对旅游扶贫的一般理解,但觉得在这其中还有一些内涵的问题值得探讨。扶贫者与扶贫对象的关系,旅游扶贫参与不同人群的责任、利益及获得,旅游扶贫实施地资源的利用方式及文化的活态保存的关系、贫困地区发展旅游与不同人群的获得分析,旅游扶贫参与人群的“索取”等等。从公平、公正与公开角度,应该把扶贫者与被帮扶者之间,旅游者与乡村旅游目的地居民之间,即经济强者与弱者之间的一些关系进行分析,探究现象与本质。让这个社会多一些诚实,少一些对内心的装饰。

旅游扶贫的对象即贫困及欠发达地区多为经济落后地区,那里也经常是人类文化的发源地,或者是曾经的文化繁荣地,其经济欠发达多有地理历史的原因。因而,从这个意义上,旅游扶贫也可以说成是一种知恩图报行为,是对广义父母的反哺,那是一种应该应分的行为。如果不这样做,为人子女的旅游者或相关方面,就有种内心愧疚的感觉,会被人说成是不孝。因此,旅游扶贫也可谓是一种道德驱动。

旅游扶贫看重的是贫困及欠发达地区丰富的或是有特色的旅游资源,如青山绿水、淳朴民风、传统村落等。但要承认那是外在的表现,是人人皆知的道理。从人们向往乡村旅游的深层动机分析,对传统村落及民俗文化的向往来自城市的旅游者的精神诉求。因为在城市中,人们受空间环境、经济、交往、利益等功利束缚,视野受到限制,在精神层面上或感到空虚与迷惘。因而,本文认为,在旅游扶贫名目之下,还存在着一种被称为精神索取的事实。从这一点上看,需要重新定义旅游扶贫,其既是对贫困及经济欠发达地区旅游目的地的经济扶贫,也是对旅游者等的精神扶贫。这个反向的扶贫视角不仅有理论上的发现意义,还有助于旅游扶贫在操作层面上的具体建设。

二、戏台价值：精神的非现实诉求

既然需要索取精神，接下来要谈乡村精神是什么，以及其到底在哪里。其实第一个问题不用回答，也难以得到没有异议的结论，因为每个人的理解不同，故只要知道了乡村精神在哪里，那就可以了，至于那是什么，完全可以仁者见仁，智者见智。乡村精神当然在乡村，乡村精神与乡愁相连，有无形的也有具象的或者说物质体现的，中国传统乡村可谓是处处有精神，但其中总有典型情景。笔者在这里推荐戏台、宗祠、街巷、农户与环境等，这些场所不仅有功能，也富集文化符号，这些地方也是旅游扶贫的建设重点，是软硬件建设的投资重点对象。

以戏台为例，那是乡村里的重要场所，多在夜间举行，每过一段时间就唱一出戏，其体现的是一种文化与精神。村民在那里不仅可以交流，与熟人打打招呼，与不太熟的加深印象，以及男男女女可以邂逅于此。特别是戏中内容，无不影响着人们的思想价值，影响着人们的言谈举止，通过看戏台演出，村民们可以定期性地获得对非现实精神诉求的满足。在那里，人们既可以走出现实，也能通过之而回到现实中，戏台让精神与现实有机结合了。在平日里的乡村生活很平淡，无非就是房前房后，种瓜得瓜种豆得豆，就那么些事情，在不大的空间里，却有着没完没了的劳动，劳动很辛苦，但不是工厂里的那种紧张。在乡村，存在着若干个“小”与“少”，但也存在着一些“多”和“大”，如活很多，田野很大。虽然有很多的小与少，但也有多与大，还有距离城市远，思想不时尚等，这让村民难以走出现实，唯有夜晚之戏等，才可以慰藉平日与白天的辛苦与平淡等。因而，村民要在精神上获得满足，要借助节日，要借助夜晚，要通过戏台、宗祠、街巷等，从而从思想或精神上完善生活。

而城里正好相反，到处都是人，世间很大，利益似乎无限，少有无人的地方。居民似乎总也走不出世间，而且那不是世情的世间，而是经济的世间，人人或都很陌生，即便是熟人，也有时感觉到很陌生。但只要用经济做手段，与谁都可以很快地亲近起来，就如吃快餐。也就是说，城市里的“多”“少”“快”“慢”“大”“小”，与乡村正好反过来了，城市更加功利化、经济化与欲望化，而乡村恐怕更综合一些，要考虑邻里关系，要对得起世交等。从这个意义上讲，城市居民在精神上还不如乡村居民，因为经常总也走不到精神之中，或许正是因为这个原因，他们需要去乡村旅游，有时可以以旅游扶贫的形式，去实现自己的精神诉求。

当然，在城市里也有剧院，但按人口比率来看不多，又有多少人去看戏呢？而且看者多是为了休闲，是为了体现文化品位，是为了做票友，可能多不是为了真正的精神诉求，有些诉求是原旨精神的一种变形。这便提出了真假精神的对照问题，或曰真在乡村，假在城市，而城市在经济上却

是真的。因而，旅游扶贫也有交换意义，实际上是以经济换文化，以经济换精神。笔者认为，旅游者在潜意识里确有渴望在精神上被扶贫的心理动机。

且不论乡村精神是什么，而是可以探讨其包括什么内容。还是在乡村戏台上，上演的都是什么内容，可以整理一下这方面的内容，包括做一些实证研究，如包括正义、孝顺、爱情、伦理等，体现的都是正能量，与人性相关，这也旁证地诠释了乡村精神是什么的问题。而与此相对，城市人愿意看什么，如看历史剧、后宫戏，看战争片、科幻片与经济大潮片，在电视上看健康养生节目，或者是逃离现实，而不是去争取精神，或者是为了自我，渴望金钱与地位，而不是走向精神自我，就别说现实与精神的有机结合了。因而，在城市难见台上台下的真正互动，有的是台上与后台的关系，前台冠冕堂皇而后台则很隐蔽，故城市居民所看都不是真正的精神。村民们通过每一次的观戏，在思想上获得洗礼，在下次观戏到来之前，这其实就是提示着一个周期而已，或在模仿与践行着戏中角色，这期间当然也有个人发挥在其中。所以说，乡村不大，那是一个熟人社会，至少是可以混个脸熟，那样的践行会多多少少收到效果的。即便是一时没有见效，那还有下一部戏，或者再延长一个见习期。

三、精神场所建设

旅游扶贫的对象是什么？是人还是物，或是场所？当然要寻找最困难的人，要精准扶贫，要通过发展旅游帮贫穷者脱贫致富，这是一个人人皆知而赞同的道理。在实际操作中常见的一种形式是，企业家发展乡村旅游，通过企业这个平台，把村民招进企业成为员工，或让他们以土地入股的方式，村民通过年底分红而致富。单向看是扶贫，如果双向看，企业也是获益者。

本文提出了不一样的看法，是就非常识进行讨论的，至少是丰富了既有看法，提出了另类考虑，把一个线性的思想拓展为一个平面思想，将来或许还会出现立体思想。既然旅游者是为了精神索取而来的，那就要对那些精神场所投资，包括保护、改造、设计与新建，具体地点包括戏台、重点街巷、农家院落等，以及针对有精神意义的环境场所等。如果按照现在的常规做法，或许村民富了，但乡村精神也搞没了，笔者不太完全赞成这样的做法，但至少是可以以多样性思想开展旅游扶贫。

在帮扶硬件建设的同时，也要开展对软件建设的支援。如有些地方的戏台虽然还在，但已经年久失修，几乎没有戏班子来演出了，因而要扶持区（县）、乡村的文艺团体，鼓励其下乡演出，要使其成为全域旅游的一股力量，而且要在村中培养乡村自己的艺人，要组建村屯文艺演出队，还要组织诸如庙会之类能传播和稳固乡村精神的传统活动。笔者相信，只要乡

村精神还在，并不断地发展壮大，而且受到现代媒体的关注，就不愁乡村旅游的发展，伴随之旅游扶贫的难题也就迎刃而解了，至少是多了一条不一样的发展新思路。

(李倩倩：山西广播电视大学教师，硕士；王艳平：东北财经大学旅游与酒店管理学院教授，日本千叶大学博士)

云南贫困村落旅游精准扶贫绩效研究新视角

罗伊玲，窦志萍

按照国家“十三五”规划要求，2016~2020年五年是确保我国全面建成小康社会目标实现的关键时期，而消除贫困是全面建成小康社会的核心问题。云南特殊的地理区位加剧了扶贫的难度。要保证2020年的全面脱贫，扶贫工作更加艰巨。旅游业具有较高的产业关联度，在促进地区经济增长、增加就业机会、消除贫困方面发挥着较大的作用。将旅游作为反贫困的重要手段^①，可进一步促进农村的全面发展。旅游以其独特扶贫造血功能，是引导反贫困战略由“救济式”转向“开发式”的重要模式。

1999年，联合国可持续发展署第7次会议上提出了“旅游扶贫”，中国于1991年也提出“旅游扶贫”，并于1996年将旅游扶贫作为旅游发展重要研究议题。2015年6月，习近平总书记在贵州就加大推进扶贫开发工作强调要科学谋划好“十三五”时期扶贫开发工作，确保贫困人口到2020年如期脱贫，并全面阐述“精准扶贫”概念，将精准扶贫思想概括为“六个精准”，即“扶贫对象精准、项目安排精准、资金使用精准、措施到户精准、因村派人精准、脱贫成效精准”。旅游扶贫的核心理念是保护自然和文化资源的永续利用和为人民提供游憩、学习机会，带动旅游资源丰富但仍处于贫困及经济欠发达地区社区经济的发展，使贫困人群通过区域旅游发展及直接或间接参与旅游经济活动和旅游服务获得发展的机会，最终脱贫致富奔小康。旅游精准扶贫的核心为旅游精准扶贫识别、帮扶、管理三个子系统，并相互联系、相互作用。

通过对已开展旅游扶贫的贫困村落实地调研，笔者认为，旅游精准扶贫的研究及实施，应摒弃只使用经济一维角度的方法，要利用多维贫困指数模型获得综合贫困改善的有力证据，并在多维贫困数据中找到最难攻克的贫困及返贫因素，指导并调整旅游精准扶贫工作的偏重点，帮助贫困社区精准扶贫。旅游扶贫要避免不切实的盲目借鉴、照搬项目和经验，要根

^① 据国家旅游局统计，近20年来通过发展旅游业直接受益的贫困人口占全部贫困人口的1/3左右。