

<<旅游文化学>>

图书基本信息

书名：<<旅游文化学>>

13位ISBN编号：9787563713677

10位ISBN编号：7563713670

出版时间：2006-7

出版时间：旅游教育

作者：姚昆遗

页数：144

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<旅游文化学>>

### 内容概要

经过不断的认识与发展，我们已经有了对旅游科学的总体的一般的研究——旅游学；也有了对旅游学科分门别类的分科研究，如旅游经济学、旅游管理学、旅游资源学、旅游社会学、旅游地理学、旅游教育学等；甚至还有了对旅游的一些表象或分支的局部性研究，如旅游市场营销、旅游服务艺术、导游艺术、都市旅游、旅游史等。

由姚昆遗和贡小妹所编写的《旅游文化学》从本质的高度，把旅游整个过程作为一种特殊的文化形态，从旅游的主体、客体和中介，全方位、全过程地进行综合研究其文化的内涵，提出一些规律性的东西，这就是旅游文化学要解决的问题。

## <<旅游文化学>>

### 书籍目录

#### 绪论

#### 第一章 总论：旅游文化学的学科体系

##### 第一节 旅游文化的概念和构成体系

- 一、旅游的概念
- 二、文化的概念
- 三、旅游文化的概念
- 四、旅游文化的构成体系
- 五、旅游文化的学科体系

##### 第二节 旅游文化的特征和分类

- 一、旅游文化的特征
- 二、旅游文化的分类

##### 第三节 旅游文化的功能

- 一、旅游文化对旅游者的功能
- 二、优化社会发展环境
- 三、推进旅游企业良性发展

##### 第四节 中国旅游文化的源流

- 一、中国古代旅游文化的进程
- 二、中国古代旅游文化的表现形式

#### 第二章 旅游消费文化

##### 第一节 旅游消费行为及其特征

- 一、旅游者和旅游消费行为
- 二、旅游消费的文化特征

##### 第二节 旅游消费过程的文化渗透

- 一、旅游消费过程中的文化心理
- 二、旅游消费过程中的文化传统
- 三、旅游消费过程中的文化导向
- 四、旅游消费过程中的文化体现

##### 第三节 旅游消费行为的文化走向

- 一、旅游消费需求多样化
- 二、旅游消费内容多样化
- 三、旅游消费方式多样化

#### 第三章 旅游资源文化

##### 第一节 旅游资源的文化特征

- 一、旅游资源的概念和内涵
- 二、旅游资源的特征
- 三、旅游资源的类型

##### 第二节 自然旅游资源及其文化内涵

- 一、自然旅游资源及其基本特征
- 二、自然旅游资源的文化内涵

##### 第三节 人文旅游资源的文化内涵

- 一、人文旅游资源的基本特征
- 二、人文旅游资源的主要类型
- 三、人文旅游资源的文化分析

#### 第四章 旅游产品文化

##### 第一节 旅游产品的文化特征

## <<旅游文化学>>

- 一、旅游产品的概念
- 二、不同类型旅游产品的文化特征
- 三、旅游产品文化主题的提炼
- 四、旅游商品文化

### 第二节 旅游产品文化功能的可持续发展

- 一、可持续发展理论的提出
- 二、旅游业和可持续发展
- 三、旅游产品的可持续发展

### 第三节 现代旅游规划中的文化

- 一、旅游规划的概念
- 二、旅游规划的现状
- 三、旅游规划实践中对文化的把握

## 第五章 旅游环境文化

### 第一节 环境文化对旅游的影响

- 一、环境文化的概念
- 二、旅游客源地的环境文化影响
- 三、旅游接待地的环境文化影响

### 第二节 旅游对环境文化的影响

- 一、旅游对自然生态环境的影响
- 二、旅游对人文社会环境的影响

### 第三节 环境保护与旅游文化

- 一、旅游过程中的自然生态保护问题
- 二、旅游过程中的文化生态保护问题

## 第六章 旅游经营文化

### 第一节 旅游经营的文化特征

- 一、旅游经营及旅游经营文化
- 二、旅游经营主体及其文化特征

### 第二节 旅游企业文化

- 一、旅游企业文化的概念
- 二、旅游企业文化建设的意义
- 三、旅游企业文化的构成因子
- 四、旅游企业文化的建设模式

### 第三节 旅游经营与传统文化

- 一、旅游经营活动对传统文化的积极影响
- 二、旅游经营活动对传统文化的破坏
- 三、追求旅游经济与文化的平衡发展

## 参考文献

## 后记

## &lt;&lt;旅游文化学&gt;&gt;

## 章节摘录

版权页：（六）体验性旅游是一种体验经济，旅游者通过身临其境的参与，感受文化氛围，得到潜移默化的教育，由此实现旅游的熏陶功能。

但是，这种感受不可能是间接的，熏陶功能也不是被动的、消极的，更不是强制的，而是通过旅游者自身的参与来实现的，而且，旅游者的参与是主动的、积极的，是别人无法替代的。

（七）传承性又称作历史延续性。

旅游文化不但是千百年来历史文化的延续和结晶，是民族生活的记录和积淀，而且随着历史的发展和时代的进步，不断得到充实、繁荣和提高。

旅游文化不可能脱离历史、割断历史，它只能是历史文化的一部分。

研究旅游文化，必须把它放在历史的大背景中去。

此外，也有研究者对旅游文化的特征提出了创造性、多样性、经济性、实用性、服务性、伦理性等，但是旅游文化最基本的特征，是以上七点。

二、旅游文化的分类对旅游文化的分类，我们在讨论旅游文化的构成体系时，着眼于旅游活动的基本要素，把旅游文化分成旅游主体文化、旅游客体文化和旅游中介文化。

但是，既然旅游文化是在旅游这一特殊社会生活方式中体现出来的文化内涵，所以对旅游文化的分类，可以从文化着眼，也可以从旅游着眼。

（一）按旅游的基本要素来分1.旅游主体文化包括旅游者的政治主张、思想和信仰，旅游者的文化素质、受教育程度，旅游者的心理、性格和爱好，旅游者的居住地文化形态，旅游者的旅游动因等。

2.旅游客体文化包括人文化的自然景观、旅游历史文化、旅游建筑文化：旅游园林文化、旅游宗教文化、旅游聚落文化（包括乡村、城镇）、旅游民俗文化、旅游娱乐文化等。

3.旅游中介文化包括旅游管理文化、旅游服务文化、旅游导游文化、旅游文化教育、旅游商品文化以及其他旅游中介文化，如交通文化、宾馆文化等。

<<旅游文化学>>

编辑推荐

《旅游文化学(第2版)》：全国高等院校旅游专业规划教材。

<<旅游文化学>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>