

<<中国旅游文化>>

图书基本信息

书名：<<中国旅游文化>>

13位ISBN编号：9787300130903

10位ISBN编号：7300130909

出版时间：2011-6

出版时间：中国人民大学出版社

作者：梅鹏 编

页数：200

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>

<<中国旅游文化>>

内容概要

《中国旅游文化》力求通俗生动，深入浅出，既可作为旅游管理专业教材及旅游企业的培训教材，也适合旅游工作者和有一定文化素质的旅游者阅读。

作为教材，《中国旅游文化》着重以培养应用型人才为目的，力求理论与实践相结合，增强学生的专业技能，为此《中国旅游文化》每一章都安排了该领域的文化审美分析内容，力求提高学生的鉴赏能力和讲解艺术，有的内容还以案例的形式引导学生进行鉴赏和分析，充分考虑了教师教学和学生自学之需。

《中国旅游文化》在体系上尽量做到层次清晰和重点突出，为具体的教学组织留下充分的发挥空间。全书还尽可能多地收集新近的、权威的旅游文化成果，并使之有机地融入《中国旅游文化》的逻辑体系中。

<<中国旅游文化>>

书籍目录

- 第一章 绪论
- 第一节 中国旅游文化的定义与结构
- 第二节 中国旅游文化的特征与功能
- 第二章 旅游历史文化
- 第一节 我国历史发展概述
- 第二节 旅游中常用的历史常识
- 第三章 自然景观文化
- 第一节 地质地貌景观
- 第二节 水域景观
- 第三节 气象气候与生物景观
- 第四节 自然景观的文化鉴赏
- 第四章 旅游建筑文化
- 第一节 中国古代建筑概述
- 第二节 古代建筑小品与装饰图案
- 第三节 中国古代建筑的主要类型及文化内涵
- 第五章 旅游园林文化
- 第一节 中国古典园林概述
- 第二节 中国古典园林的组成要素与造景手法
- 第三节 中国古典园林的特征及鉴赏方法
- 第六章 旅游宗教文化
- 第一节 佛教旅游文化
- 第二节 道教旅游文化
- 第三节 伊斯兰教旅游文化
- 第四节 基督教旅游文化
- 第七章 旅游聚落文化
- 第一节 中国旅游名村
- 第二节 中国旅游名镇
- 第三节 中国旅游名城
- 第八章 旅游民俗文化
- 第一节 民俗文化概述
- 第二节 旅游生活民俗
- 第三节 信仰与禁忌民俗
- 第九章 旅游艺术文化
- 第一节 旅游书法艺术
- 第二节 旅游绘画艺术
- 第三节 旅游雕塑艺术
- 第四节 旅游工艺美术
- 第十章 旅游饮食文化
- 第一节 饮食文化概述
- 第二节 食文化
- 第三节 茶文化
- 第四节 酒文化
- 主要参考文献

章节摘录

版权页：插图：关于“文化”的语言学定义，中国社会科学院研究所词典编辑室出版的《现代汉语词典》2005年增补本的解释为：一是指人类在社会历史发展中所创造的物质和精神财富的总和，特指精神财富，如文学、艺术、科学、教育；二是考古学用语，指同一历史时期的不依分布地点为转移的遗址、遗物的综合体，如仰韶文化、龙山文化等，同一种文化的特征是同样的工具、用具和同样的制造技术等；三是指运用文字的能力以及一般知识，如学习文化、文化水平等。

这个解释可理解为：广义的文化是指人类社会的物质现象和意识现象这两个方面，狭义的文化专指人类社会的意识现象，更狭义的文化是指文字符号表达的知识。

《中国大百科全书》也是这样的一种解释。

《中国大百科全书》社会学卷中对文化的定义为：“广义的文化是指人类创造的一切物质产品和精神产品的总和。

狭义的文化专指语言、文学、艺术及一切意识形态在内的精神产品。

”《中国大百科全书》哲学卷对文化的定义为：“广义的文化总括人类的物质生产和精神生产的能力、物质的和精神的全部产品。

狭义的文化是指精神生产能力和精神产品，包括一切社会意识形式，有时专指教育、科学、文学、艺术、卫生、体育等方面的知识和设施，以同世界观、政治思想、道德等意识形态相区别。

”从以上的分析看出，文化具有广义、狭义和更狭义三种定义。

关于文化的结构，根据学者的研究，主要有物质文化和精神文化两分说，有物质文化、精神文化、制度文化三层说，也有物质、心态、行为、制度四层说和物质、社会关系、精神、艺术、语言符号和风俗习惯六系统说等。

这些结构说都是在物质文化和精神文化二分法的基础上进行的分析。

三、旅游文化的定义关于旅游文化的定义，学术界争议较大，概括起来一般有四种类型的观点：第一种观点认为，旅游文化是指能够为旅游者在旅游活动中提供欣赏和享受的一切物质财富和精神财富的文化表现。

这是一种偏重于旅游客体的定义。

第二种观点认为，旅游文化是人类在通过旅游活动改造自然和化育自身的过程中所形成的价值观念、行为模式、物质成果和社会关系的总和。

这是一种偏重于旅游主体的界定。

第三种观点认为，旅游文化是旅游者和旅游经营者在旅游消费或旅游经营服务过程中所反映、创造出来的观念形态及其外在表现的总和。

这是偏重于“旅游主体与旅游介体文化”的定义。

第四种观点认为，旅游文化是旅游主体、旅游客体和旅游介体之间相互作用而产生的各种旅游文化现象的总和。

这是偏重于旅游三要素的定义。

<<中国旅游文化>>

编辑推荐

《中国旅游文化》为高职高专旅游管理系列教材之一。

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>