

<<旅游文化学>>

图书基本信息

书名：<<旅游文化学>>

13位ISBN编号：9787563724727

10位ISBN编号：7563724729

出版时间：2012-8

出版时间：谢春山 旅游教育出版社 (2012-08出版)

作者：谢春山 编

页数：246

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

随着现代社会的发展，大众化的旅游热潮已经兴起。旅游正成为一种备受青睐、生机盎然的生活方式和行为方式，成为人们生活中不可缺少的组成部分。伴随着现代旅游的兴起，人们对文化因素对现代旅游活动的影响的认识也日渐清晰和深刻。作为现代文明人所拥有的生存和生活方式，旅游是一项以精神、文化需求和享受为基础的，涉及经济、政治、社会、国际交流等内容的大众性活动，它的本质是文化，没有文化就没有旅游。

旅游文化的内涵十分丰富，外延也相当宽泛，既涉及建筑、园林、节庆、民俗等旅游客体文化领域；又涉及旅游者自身的文化素质、兴趣爱好、审美方式、消费习惯等文化主体领域；更涉及旅游业的服务文化、经营文化、管理文化、导游文化等旅游介体文化。

为便于论述，《全国旅游管理专业应用型本科规划教材：旅游文化学》共分十章，分别是第一章：旅游文化总论；第二章：旅游审美文化；第三章：旅游消费文化；第四章：旅游服务文化；第五章：旅游与建筑文化；第六章：旅游与园林文化；第七章：旅游与节庆文化；第八章：旅游与民俗文化；第九章：中国旅游纪念品文化；第十章：中国旅游文化传统。

## &lt;&lt;旅游文化学&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 旅游文化总论 引言 本章学习目标 第一节 旅游活动的文化本质 第二节 旅游文化的概念与特征 第三节 旅游文化的结构与分类 第四节 旅游文化的地位与功能 思考与练习 第二章 旅游审美文化 引言 本章学习目标 第一节 旅游活动的审美本质与特征 第二节 旅游审美的0理要素 第三节 旅游审美的感受层次 第四节 旅游审美活动中的文化因素 思考与练习 第三章 旅游消费文化 引言 本章学习目标 第一节 文化对旅游消费的影响 第二节 旅游消费的文化蕴涵 第三节 旅游消费的中西方差异 第四节 旅游消费文化的发展 思考与练习 第四章 旅游服务文化 引言 本章学习目标 第一节 旅游服务兴起及其影响 第二节 旅游服务的文化蕴涵 第三节 旅游服务文化的特征及发展趋势 思考与练习 第五章 旅游与建筑文化 引言 本章学习目标 第一节 建筑在旅游活动中的作用 第二节 中国古代建筑的类别与特征 第三节 中国古代建筑的文化内涵 思考与练习 第六章 旅游与园林文化 引言 本章学习目标 第一节 中国古代园林的发展历程与特点 第二节 中国古代园林的分类与构成要素 第三节 中国古代园林的文化内涵 思考与练习 第七章 旅游与节庆文化 引言 本章学习目标 第一节 中国传统节庆与旅游 第二节 中国传统节庆的类型及特征 第三节 中国传统节庆的文化内涵 思考与练习 第八章 旅游与民俗文化 引言 本章学习目标 第一节 中国民俗与旅游 第二节 中国民俗的特征及类刚 第三节 中国民俗活动的文化内涵 思考与练习 第九章 中国旅游纪念品文化 引言 本章学习目标 第一节 中国旅游纪念品的地位与影响 第二节 中国旅游纪念品的分类与特征 第三节 中国旅游纪念品的文化内涵 思考与练习 第十章 中国旅游文化传统 引言 本章学习目标 第一节 中国旅游文化的重人与重文传统 第二节 中国旅游文化的尚古与尚自然传统 第三节 中国旅游文化的附会与重游道传统 第四节 中国古代的传统旅游礼俗 思考与练习 参考文献

## &lt;&lt;旅游文化学&gt;&gt;

## 章节摘录

版权页： 第二节 旅游审美的心理要素 在旅游者审美欣赏的过程中，由于他们审美心理的构成要素有别，欣赏的层次和效果也不同。

在我们研究旅游审美文化的过程中，只有分析旅游者审美心理的各个构成成分在旅游审美中的不同作用和运行机制，我们才能深刻地理解旅游审美的内在规律性，提高审美欣赏的效果。

一般来说，旅游审美心理的构成要素包括感知因素、想象因素、理解因素、情绪因素、情感因素。

不同的因素在审美中的作用是有区别的。

一、感知因素 感知，泛指审美对象刺激人的感官而引起的各种感觉和与之俱来的知觉综合活动。

人的各种感官活动所产生的感觉如视觉、听觉、嗅觉、味觉、触觉，以及运动觉、肌体觉、平衡觉等都能引起人机体的快感，并通过知觉、思维等感性和理性认识过程形成美的因素。

感知因素是导向审美的出发点，在审美活动中，感知因素通常起一种先导作用。

人的审美过程的规律是：客观世界——人的感觉（经过一系列其他中间环节）——美感。

因此，对于审美活动而言，人的审美感官是沟通客观的美与主观美感的过渡性窗口，感觉是不可逾越的审美门户。

审美感觉能力对审美活动而言，具有至关重要的作用，它不仅直接决定审美联想、审美想象、审美感受，而且是构成美感愉快体验的一个条件和因素。

“就美的欣赏来说，从观赏一朵花到观赏一幅绘画，从聆听一阵莺鸣，到聆听一支乐曲，伴随着对审美对象的感性形式，如色彩、线条、音调、节奏的感知，都会引起审美主体的‘娱目’、‘悦耳’等感官方面的快适的感受。

特别是在欣赏自然现象之美时，这种感官的快适感受在美感中起着很重要的作用。

” 山峦、晚霞、月色、海波、绿洲，无不通过旅游者的明亮眼睛，唤起旅游者的美感。

泉流、鸟鸣、猿啼、涛声，无不被旅游者的耳朵听取后，才诱发出美的愉悦。

花朵的芬芳、松子的清香、满园的金桂、雅室的馥郁，这嗅觉的感受无不沁人心脾。

香脆甘津、鲜嫩可口、甜酸咸辣、醇厚清淡，这味觉的感受无不令人大快朵颐。

此外，月光的“爱抚”，春风的“拂面”，岩石的“冰冷刺骨”，丽阳的“暖人肌肤”，无一不是一种曼妙无比的美感。

每当旅游者流连忘返于如诗似画的景色中时，感觉所带来的快感都是一种难以拒绝的享受。

知觉是由感觉经过分析、综合、联想而转化来的，它比感觉复杂、完整，往往是多种感觉的结合，虽仍处认识的感性阶段，但由于对感觉材料进行了加工，便为“思维”准备了条件。

如马致远的小令《天净沙·秋思》“枯藤老树昏鸦，小桥流水人家。

古道西风瘦马，夕阳西下，断肠人在天涯。

”从感觉上，它只是十个景物的罗列，而一旦上升到知觉，那就不仅仅是景物罗列，而是一幅耐人寻味的画面：衰飒、凄凉，表现了游子特定环境下的哀愁、寂寞和荒寒的情感。

## <<旅游文化学>>

### 编辑推荐

《全国旅游管理专业应用型本科规划教材:旅游文化学》是全国旅游管理专业应用型本科规划教材。旅游文化的内涵十分丰富,外延也相当宽泛,既涉及建筑、园林、节庆、民俗等旅游客体文化领域;又涉及旅游者自身的文化素质、兴趣爱好、审美方式、消费习惯等文化主体领域;更涉及旅游业的服务文化、经营文化、管理文化、导游文化等旅游介体文化。

<<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>