

<<旅游文化概论>>

图书基本信息

书名：<<旅游文化概论>>

13位ISBN编号：9787503226496

10位ISBN编号：7503226498

出版时间：2005-8

出版时间：中国旅游出版社

作者：王玉成

页数：323

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>

<<旅游文化概论>>

内容概要

《旅游文化概论》采用了“旅游主体文化——旅游客体文化——旅游中介文化”三分法，对旅游文化的基本理论和研究方法、旅游行为的文化分析、自然景观文化、人文景观文化、社会景观文化、旅游企业文化、旅游景区文化、旅游对目的地文化的影响作了详细介绍。根据我国旅游文化的特点以及旅游发展的具体情况，《旅游文化概论》还专设一章对“红色旅游文化”进行了分析和阐述。

<<旅游文化概论>>

书籍目录

第一章 旅游文化导论 1 第一节 旅游文化的界定 2 一、文化的含义 2 二、旅游的文化属性 5 三、旅游文化的概念 8 四、旅游文化与旅游经济的关系 10 第二节 旅游文化的特征 13 一、综合性 13 二、地域性 14 三、传承性 15 四、民族性 16 五、大众性 17 六、服务性 18 七、时代性 19 第三节 旅游文化的功能 20 一、提炼自然、陶铸自然的功能 21 二、教化、培育的功能 22 三、调节、控制的功能 23 第四节 旅游文化的构成 23 第五节 旅游文化学的研究 26 一、旅游文化的研究对象和研究特点 27 二、旅游文化的研究方法 29 三、旅游文化学的研究意义 33 四、我国旅游文化研究的现状 36 五、我国旅游文化学的发展方向 39 第二章 旅游行为的文化分析 42 第一节 旅游动机的文化分析 42 一、需要、动机和行为 42 二、旅游需要、旅游动机和旅游行为 44 三、旅游动机的类型 45 四、影响旅游动机的社会文化因素分析 45..... 第三章 自然景观文化 82 第四章 人文景观文化 119 第五章 社会景观文化 135 第六章 旅游企业文化 170 第七章 旅游景区(点)文化 203 第八章 旅游对目的地文化的影响 273 第九章 红色旅游文化 306

<<旅游文化概论>>

章节摘录

“文化”概念广狭的确定，是由研究的学科决定的。

本书涉及的“文化”，属于广义的文化；在各章节中，由于论述的对象不同，或指“物质财富”，或指“精神财富”，或者兼而有之，有时候也包括“人化的自然界”，这是旅游文化学研究对象的特殊性决定的。

对于文化的结构，有两分、三分、四分和六分等不同的层次划分法。

本书采用三分法，即处于同心圆外层的“物质文化层”（包括人类的物质生产活动及其产品）、处于同心圆中层的“制度文化层”（包括各种社会规范和约定俗成的民风民俗）和处于同心圆核心层的“精神文化层”（包括价值观念、审美情趣和思维方式等，具体表现为人们的愿望、情绪、理念和道德观念、政治理论、法权观念以及哲学、文学、艺术、宗教等）。

文化是一种社会现象，每一个社会都有与其相适应的文化形态，社会中的每一个成员都是这种文化的承载者和创造者。

文化外在表现为社会成员生产和生活中的各个方面，从而形成民族价值观、道德风尚、精神面貌。

文化是社会经济、政治制度的反映，文化的发展要以政治经济发展为基础，它的发展速度和发展程度都会受其制约。

同时，文化又给社会的政治、经济以巨大的反作用，政治制度的制定自然而然地受整个民族文化的约束，经济活动的实行渗透着社会成员对于本民族文化的理解。

文化也是一种历史现象，每一文化的形成是人类在长期的生产、生活的过程中创造出来的，是对历史的总结和抽象。

我国是世界著名的文明古国之一，中华文化浩瀚似海，积淀厚重。

但是由于历史原因，中国文化在封建社会的后期落伍了。

闭关锁国政策和帝国主义的侵略，使我国悠久的历史与世界先进文化脱节，禁锢了本民族文化的发展和对先进文化的吸收。

新中国建立后，中国共产党带领全国人民剔除了封建文化的糟粕，解除了帝国主义的包围，走出了一条有中国特色的文明之路。

<<旅游文化概论>>

编辑推荐

本书采用了“旅游主体文化——旅游客体文化——旅游中介文化”三分法，对旅游文化的基本理论和研究方法、旅游行为的文化分析、自然景观文化、人文景观文化、社会景观文化、旅游企业文化、旅游景区文化、旅游对目的地文化的影响作了详细介绍。

根据我国旅游文化的特点以及旅游发展的具体情况，本书还专设一章对“红色旅游文化”进行了分析和阐述。

<<旅游文化概论>>

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>