第一图书网, tushu007.com

<<旅游文化学>>

图书基本信息

书名：<<旅游文化学>>

13位ISBN编号：9787565400605

10位ISBN编号：7565400602

出版时间：2010-8

出版时间：东北财经大学出版社有限责任公司

作者：李朝军，郑炎　编著

页数：249

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

前言

旅游文化学是一门尚未定型的新兴学科。
对这门学科的性质、研究对象、研究内容以及研究方法的争论持续不断，结论很不统一，甚至有旅游文化学是否能够成立的讨论。
本书试图对旅游文化现象展开系统考察，尝试建立比较明晰的旅游文化学概念和理论体系。
本书首先用逻辑分析的方法探讨旅游文化与文化旅游的区别（之所以要用逻辑分析的方法，是因为目前旅游文化与文化旅游混淆的现状主要是逻辑混淆引起的，表现在时间逻辑和因果逻辑等方面），廓清旅游文化与文化旅游混淆的现状，对旅游文化和旅游文化学加以界定，然后从旅游活动展开基本要素角度人手分析旅游文化学的系统构成。
本书没有讨论旅游资源的文化内涵（“旅游客体文化”），是因为作者认为：一方面，旅游文化是旅游者、旅游从业者和旅游目的地居民在旅游者旅游活动过程中所营造的一种新型文化形态，是旅游者通过旅游业活动在旅游活动过程中以旅游目的地为最终极的载体相互作用、共创共生的过程和结果。资源的文化内涵与旅游文化是间接的而非直接的关系，资源的文化内涵是客观存在于特定的地域空间的，因其所具有的文化价值而拉动旅游者前往的，而旅游文化是在旅游活动开展之后形成的新型文化形态，二者之间存在质的差异性。
另一方面，旅游客体文化包罗万象，一旦涉及旅游资源、旅游吸引物的文化内涵，似乎一切现象都与“旅游文化”有关，内容庞杂，在短小的篇幅中难以阐释清楚，因此难以成为旅游文化学研究的对象。
本书试图在契合文化、旅游文化和旅游文化学概念的基础上，构建旅游文化学的主要内容和体系，并按照比较、评价和思辨并重的思路，进行各个章节内容的写作。
作者的路径是从逻辑分析到综合，从旅游者和旅游从业者到旅游者、旅游从业者和目的地居民相互作用而逐次展开的，这个结构体现了作者对旅游文化学研究对象的理解。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书试图在契合文化、旅游文化和旅游文化学概念的基础上，构建旅游文化学的主要内容和体系，并按照比较、评价和思辨并重的思路，进行各个章节内容的写作。
作者的路径是从逻辑分析到综合，从旅游者和旅游从业者到旅游者、旅游从业者和目的地居民相互作用而逐次展开的，这个结构体现了作者对旅游文化学研究对象的理解。

<<旅游文化学>>

书籍目录

第一章 导论 学习目标 第一节 旅游文化学研究的历史与现状 第二节 旅游文化学的研究对象和内容 第三节 旅游文化学的学科性质和学科地位 第四节 旅游文化学的研究方法 本章重要观点 本章问题讨论 本章补充阅读材料与案例分析第二章 旅游文化的本质与特征 学习目标 第一节 旅游文化的本质与特征 第二节 旅游文化的概念 第三节 旅游、旅游文化、文化旅游与旅游的文化效应 本章重要观点 本章问题讨论 本章补充阅读材料与案例分析第三章 旅游文化的形成、功能与地位 学习目标 第一节 旅游文化的形成 第二节 旅游文化的功能 第三节 旅游文化的地位 本章重要观点 本章问题讨论 本章补充阅读材料与案例分析第四章 旅游审美文化 学习目标 第一节 美的本质与形态 第二节 旅游审美文化行为 第三节 旅游审美文化 本章重要观点 本章问题讨论 本章补充阅读材料与案例分析第五章 旅游消费文化 学习目标 第一节 旅游消费文化概述 第二节 旅游消费的文化分析 第三节 旅游消费文化现状与发展趋势 第四节 旅游消费文化建设 本章重要观点 本章问题讨论 本章补充阅读材料与案例分析第六章 旅游休闲文化 学习目标 第一节 旅游休闲文化概述 第二节 中西休闲文化 第三节 休闲文化建设 本章重要观点 本章问题讨论 本章补充阅读材料与案例分析第七章 旅游产品文化 学习目标 第一节 旅游产品文化概述 第二节 旅游产品文化的形成机制 第三节 旅游产品文化主题提炼 第四节 旅游产品文化的表现形式 本章重要观点 本章问题讨论 本章补充阅读材料与案例分析第八章 旅游企业文化 学习目标 第一节 旅游企业文化概述 第二节 旅游企业文化的塑建 第三节 旅游企业(经营)管理文化 本章重要观点 本章问题讨论 本章补充阅读材料与案例分析第九章 旅游目的地文化生态 学习目标 第一节 地域文化与旅游文化 第二节 旅游对目的地的社会文化影响 第三节 旅游目的地文化变迁与调试 本章重要观点 本章问题讨论 本章补充阅读材料与案例分析

章节摘录

首先，国外旅游文化的研究“比较注重从人本主义的角度出发”，也就是说，国外旅游文化研究是把旅游者置于旅游文化研究框架的中心位置的。
国外主要从旅游者、游客、客源地社会和目的地社会四个视角出发，进行系列研究，形成了相应的理论和观点。
在旅游跨文化交际的过程中，由不同的旅游者审美动机与旅游消费行为而引发的旅游文化现象，由旅游主客之间文化碰撞产生的各种文化现象（如旅游主客之间的沟通方式和过程、旅游涵化、文化商品化和作为世俗仪式的旅游等）成为旅游文化研究的主要领域。
应该说，这种研究方式已经超越了经济现象的有限空间，紧紧围绕旅游的社会文化本质，因而得以在一个更为广阔的范围内突出旅游文化的动态特征。
其次，从研究主导方向看，旅游文化研究已超越旅游经济的研究，成为旅游研究的主导方向。
20世纪60至80年代，旅游经济研究成为旅游学研究的主题。
在旅游现象之上所笼罩的经济外壳，是促使人们最早关注旅游现象的主要原因，这种关注以学术姿态出现，成为影响旅游科学发展的历史力量。
20世纪80年代以后，大众旅游带来一系列社会文化问题，对西方国家而言，最需要解决的不是旅游经济问题，而是旅游社会文化问题。
再次，从研究取向看，重视应用研究而轻基础理论研究。
在旅游实践发展的迫切需要下，再加上已有的旅游理论缺乏系统性，西方旅游研究形成的重应用轻理论的传统也延续到旅游文化的研究上。
这种倾向，可以从西方国家主要的旅游文化研究刊物《旅游研究年报》、《旅游管理》、《旅游研究杂志》、《休闲研究年刊》和《休闲研究》等刊载的学术论文看出来。
这种应用研究导向在旅游博士论文中也同样得到反映。

第一图书网, tushu007.com

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