

<<旅游资源学>>

图书基本信息

书名：<<旅游资源学>>

13位ISBN编号：9787811231724

10位ISBN编号：7811231727

出版时间：2007-6

出版时间：清华大学

作者：李燕琴

页数：285

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>

<<旅游资源学>>

前言

旅游业是我国在相当长一段时期内刺激和拉动内需的重要产业。

世界旅游组织1992年的一份研究报告表明，旅游业已成为世界第一大产业。

在1998年12月召开的中央经济工作会议上，我国已确定把信息业、房地产业、旅游业作为新的经济增长点。

国家旅游局计划到2010年，中国旅游业收入要占GDP的8%。

世界旅游组织预测，到2020年中国将成为全球第一位的旅游目的地国。

由此可见，我国正在经历一个旅游业迅猛增长的时期，其间机遇与挑战并存。

旅游业是以旅游资源为凭借、以旅游设施为条件，向旅游者提供旅行游览服务的行业。

旅游资源、旅游设施、旅游服务是旅游业赖以生存和发展的三大基石。

缺少了“旅游资源”这一凭借，旅游业将沦落为“难为无米之炊”的“巧妇”。

因此，以“旅游资源”为研究对象的“旅游资源学”一直在旅游管理的学科体系中占有相当重要的位置，它是后续旅游规划、旅游地理等课程学习的基础。

本书系统、完整地阐述了自然旅游资源、人文旅游资源，以及旅游资源开发与保护等方面的内容。

自然旅游资源部分对地质地貌、水体、生物、气象气候与天象等四大类旅游资源进行了详细介绍；人文旅游资源部分对历史遗址、古代陵墓、古代建筑、古典园林、宗教、城镇、乡村、文学艺术、节事活动等类别的旅游资源进行了全面阐述。

在编写本教材时，主要突出以下特色。

(1) 以“篇”作为全书最高级别的结构单元，篇前有反映篇内内容关联性的框图及说明，篇后有“结束语”，以便学生更好地把握所学内容的结构与联系。

(2) 强化“旅游资源”研究的“保护”视角，介绍了解决开发与保护矛盾的最佳工具——环境解说，并在借鉴国外经验的基础上，从技术与机制两个层面探讨了开发，同时兼顾旅游资源保护的具体方法。

(3) 查阅了大量国内外最新的相关研究资料，章节之内有拓宽学生视野的“实例”，章节之后有相关的“案例”学习内容。

资料选取重视国外实践与中国实际的结合，理论阐述与案例分析的结合，基础理论探讨与学科前沿问题揭示的结合。

<<旅游资源学>>

内容概要

本书系统、完整地阐述了自然旅游资源、人文旅游资源，以及旅游资源开发与保护3个方面的内容，强化了“旅游资源”研究的“保护”视角，介绍了解决开发与保护矛盾的最佳工具——环境解说，并在借鉴国外经验的基础上，从技术与机制两个层面探讨了开发的同时兼顾旅游资源保护的具体方法。该教材资料翔实、体例新颖、论述严谨，尽量做到国外实践与中国实际相结合，理论阐述与案例分析相结合，基础理论与学科前沿相结合。

本书可作为旅游管理、地理科学、环境科学、城市规划等专业的教材，也可作为旅游从业人员的培训用书。

对于从事旅游企业经营的管理者，致力于旅游开发、园林规划的科技工作者，也具有重要的参考价值。

<<旅游资源学>>

书籍目录

前言	第1篇 旅游资源学概述	第1章 导论	1.1 旅游资源内涵及其基本属性	1.1.1 旅游资源内涵
	1.1.2 旅游资源的基本属性	1.2 旅游资源分类	1.2.1 两个旅游资源分类方案	
	1.2.2 关于《国标》的思考	1.3 旅游资源观察的多维视角之一——旅游资源学	1.3.1 旅游资源观察的多维视角	1.3.2 旅游资源学的研究对象与内容
	案例	本章小结	思考题	
	第2章 旅游资源与审美	2.1 旅游资源审美的不同层次	2.1.1 审美三层次	
	2.1.2 Flow(畅)的提出与基本含义	2.1.3 游的含义	2.2 自然旅游资源的审美特征	
	2.2.1 形象美	2.2.2 色彩美	2.2.3 动态美	2.2.4 朦胧美
	2.2.5 综合美	2.3 人文旅游资源的审美特征	2.3.1 历史价值美	2.3.2 特色文化美
	2.3.3 独特意境美	2.3.4 隐秘幽玄美	2.4 旅游审美与导游	本章小结
	思考题	案例		
	第3章 环境解说	3.1 环境解说的含义与功能	3.1.1 环境解说的含义与原则	3.1.2 环境解说的目标与功能
	3.2 环境解说的类型	3.2.1 人员解说	3.2.2 非人员解说	3.3 环境解说的沟通过程与模式
	3.3.1 环境解说的沟通过程	3.3.2 环境解说的沟通模式		
	3.4 人员解说的素质要求与实用技巧	3.4.1 人员解说的素质要求	3.4.2 人员解说的技巧	本章小结
	思考题	案例	本篇结语	参考文献
	第2篇 自然旅游资源	第4章 地质地貌类旅游资源	4.1 概述	4.1.1 地质地貌类旅游资源的形成
	4.1.2 地质地貌类旅游资源的特征	第5章 水体类旅游资源	第6章 生物类旅游资源
	第7章 气象气候与天象类旅游资源	本篇结语	参考文献	第3篇 人文旅游资源
	第8章 历史遗迹类与古代陵墓类旅游资源	第9章 古代建筑类与古典园林类旅游资源	第10章 宗教文化类旅游资源	第11章 城镇类旅游资源
	第12章 乡村类旅游资源	第13章 其他人文旅游资源	本篇结语	参考文献
	第4篇 旅游资源开发与保护	第14章 旅游资源的破坏与保护	第15章 旅游资源的保护性开发与规划	第16章 保护区与世界遗产
	本篇结语	参考文献		

章节摘录

4.1.3 地质地貌类旅游资源的构景与审美审美需求是旅游者最重要的出游动机之一。

构景是从景观科学的角度,分析自然景观和各构景要素的形式特征及其规律性,拉近审美者与自然景观的心理距离,形成审美期望,丰富想像力。

地质地貌是自然景观的骨架,多种形态的地表构成了自然景观场的基本格调:令人仰止的高山给人以威严、壮丽之感,狭奥的深谷使人产生神秘、幽密之感,而一望无际的平畴则令人心旷神怡。

自然界许多奇特的地质现象、奇异的地貌形态及过程,都对旅游者具有强烈的吸引力,不仅可单独构景,甚至还成为旅游景区的主景。

因自然景观的主要类型几乎都与山岳有着千丝万缕的联系,著名风景区也多分布在地或山地或与山地相关,因此本章主要以山岳为主,来探讨地质地貌旅游资源的构景与审美。

1. 山岳旅游资源的构景山势与形态是决定山岳旅游资源审美的基本构景要素。

自古以来,我国对山体形象及其特征的认识就比较深刻。

唐宋时期,山水画兴盛,一些山水画家在其所撰写的《画论》中对不同的山体形态特征作过种种描述和界定,唐代王维所著《山水论》对其有所记述:“平夷顶尖者巅,峭峻相连者岭,有穴者岫,峭壁者崖,悬石者岩,形圆者峦,路通者川。

两山夹道名为壑也,两山夹水名为涧也,似岭而高者名为陵也,极目而平者名为坂也。

”山势即山的气势,由山的整体尺度和宏观形态所决定。

魏源比喻“恒山如行,岱山如坐,华山如立,嵩山如卧,唯有衡山独如飞”,所据即为山势。

山势由山的骨架所造就,而山的骨架则取决于地质构造,如褶皱或断层,后者形成的“断块山”往往多悬崖峭壁,奇险峥嵘,华山即是如此。

在构造作用形成山的基本形态之后,风、流水、冰川、海浪、生物等外力就开始日复一日、年复一年地对山体进行精雕细琢,其作用力的大小取决于外营力的类型和山体的岩性。

按照地质学的分类,岩石可分为三大类:岩浆岩、沉积岩与变质岩。

岩浆岩是地壳下的岩浆沿着地壳中的裂缝向上入侵在地壳中凝固成岩或流出地表冷凝成岩,如花岗岩、玄武岩、流纹岩等。

沉积岩又叫水成岩,是各种颗粒大小的泥、砂、砾或溶解质被水动力搬运到较低处沉积下来,经固结而成的岩石,如砂岩、砾岩、石灰岩、泥岩等。

变质岩是已经成岩的岩浆岩和沉积岩在地质运动的高温、高压下发生理化性质变化而形成的新岩类,如花岗岩变质为片麻岩,石灰岩变质为大理岩。

不同的岩性对山体的形态塑造和审美具有非常重要的影响。

<<旅游资源学>>

编辑推荐

《旅游资源学》为清华大学出版社，北京交通大学出版社出版发行。

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>