

旅游职业技能发展双语系列教材

丛书主编 谢苏

— 双语 —

旅游跨文化交际

Cross-cultural Communication Skills in Tourism Industry

石定乐 孙螺 编著



旅游教育出版社

旅游职业技能发展双语系列教材

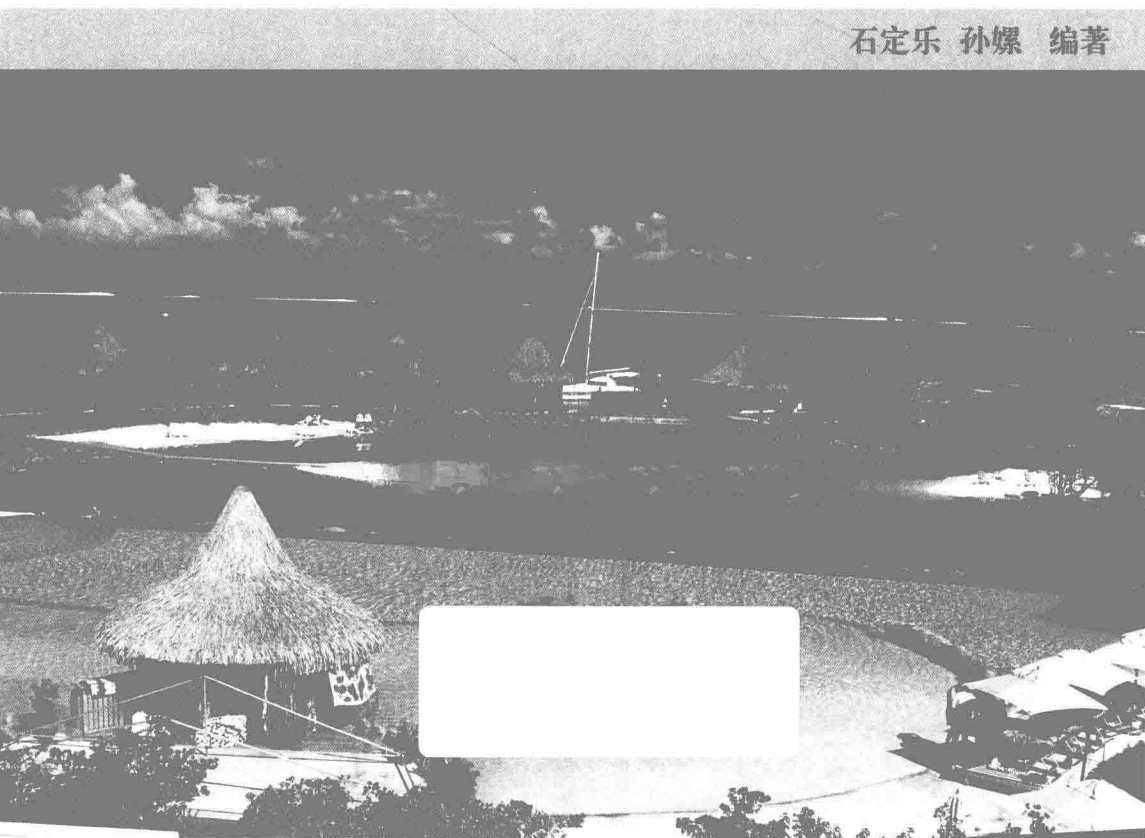
丛书主编 谢苏

— 双语 —

旅游跨文化交际

Cross-cultural Communication Skills in Tourism Industry

石定乐 孙嫒 编著



北京·旅游教育出版社

责任编辑:孙延旭

图书在版编目(CIP)数据

旅游跨文化交际 / 石定乐, 孙嫫编著. — 北京 :
旅游教育出版社, 2014. 4

ISBN 978 - 7 - 5637 - 2564 - 9

I. ①旅… II. ①石… ②孙… III. ①英语—高等学校—教材②文化交流—高等学校—教材 IV. ①H31
②G115

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 053770 号

旅游跨文化交际

石定乐 孙嫫 编著

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www. tepcb. com
E - mail	tepx@ 163. com
印刷单位	北京甜水彩色印刷有限公司
经销单位	新华书店
开 本	787 毫米 × 960 毫米 1/16
印 张	10. 25
字 数	122 千字
版 次	2014 年 4 月第 1 版
印 次	2014 年 4 月第 1 次印刷
定 价	25.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

总 序

谢 苏

高职涉外旅游专业培养的人才对应的岗位国际化程度较高,专业技能与英语应用能力高度重叠,故英语(或其他外语)应用能力是其核心能力。因此这类专业教学目标要求学生不仅要掌握扎实的专业技能,还要能以专业背景为依托将英语应用能力熟练地运用于行业中。

然而,这些专业毕业生就业时的最大障碍就是英语应用能力不足,这不仅成为个人职业生涯发展的重大瓶颈,同时也是这类专业在人才培养中的软肋。究其根本原因还是这类专业仍将英语列为公共课或基础课,而不是作为专业课程。在这种传统体系中,英语教学的内容和评估与专业教学分属不同教学系统。既然是公共英语,教学就要兼顾公共性,其教材选定、教学模式和考核方式都具有一定公共性。这样做的后果是专业英语应用能力训练空间很小,不能充分满足涉外型专业的能力要求。但要加大专业英语训练的单位时间,又会导致学生总学习时数增加,这一来不但增加学生负担,也是对有限学习资源的不合理配置与使用。基于此,我们认为在涉外旅游专业应以双语专业课来取代与行业职业能力培养相关性较小的公共英语课。这样做不仅使英语应用能力训练从时间上得以充分保证;还能更有针对性地利用教学资源,补充和完善专业英语课程体系,凸显涉外型专业课程特色。这样做正符合了高职

涉外型专业人才培养的特点。

基于上述考虑,我们编写了这一套《旅游职业技能发展双语系列教材》。这套教材适用于高职旅游院系涉外性强的专业或课程教学,其特点是将旅游职业技术和技能训练与英语教学有机结合在一起。对这些专业的学生来说,英语应用能力是岗位能力中的核心部分,这套教材所涉及内容多与岗位日常工作相关,难度不大,模式化程度较高。

这套教材的意义还有以下几点:

1. 有利于有条件的相关院系科学整合利用教学资源,充分发挥资源优势,保证人才培养目标的实现。这种整合不是单纯地取消公共英语课,而是提供更多单位时间培养和发展了与专业结合的英语应用能力,也就是强化了英语应用能力的教学。

将英语应用能力与专业能力素质培养有效融合是一种理想方式,能从根本上改变目前专业英语课中实践技能边缘化、形式化的现象。很多高职院校开设了专业英语课,但是这些课程目前采用的教材多以与专业相关的阅读材料为主要内容,教学也以单词、语法讲解为主要方式,教材几乎就是专业教材的英文版。加之大多专业英语课的课程设计往往过分注重课程逻辑性而力求凸显内容全面性,从而更导致对岗位特征的忽略或淡化。这样一来,专业英语课程中的重点成为语法和阅读,应用实践技能训练边缘化。涉外旅游专业的特点是不但强调英语应用能力是专业技能一部分,而且专业操作技术内涵并不太深。所以涉外旅游专业也完全可以尝试将英语与专业课中应用能力重合的知识点、能力点进行整合,即用双语进行专业课程教学。

2. 更有利于落实高职培养应用型、复合型旅游人才的目标。我们理解所谓应用型、复合型人才就是具有职场某类职业基本操作实践能力,

并具备较高的相关职业能力和提升空间的专业人才。实际上,不同职业对应用型人才的要求是不同的。国际旅游的发展要求我们培养的学生不仅掌握扎实的专业能力,还能以专业背景为依托将外语应用能力熟练地运用于行业中。

另一方面,语言技能的习得和其他技能习得一样需要一定密集度的输入和反复练习。部分专业课程能用双语进行,就在时间上为英语应用实践技能提供了保障,同时由于和专业技能实操结合密切,教学材料也因此形象生动,便于学生理解和实训。这样也有利于培养学生学习兴趣,使其自觉提高学习能力。

3. 有利于高职旅游教育师资队伍提升水平,从而促进高职旅游教育质量提升。双语教学对师资提出了更高要求,涉外型旅游专业因其国际化特色,在师资队伍建设中就必然更强调英语语言应用能力和跨文化交际能力。通过课程建设培养师资队伍一直是我国高职有特色的师资队伍建设方法。实际上用英语进行专业课程教学并非没有前人经验,以国际著名的瑞士酒店服务和管理的职业教育为例,其所有的专业课程教学实施都是用英语进行。唯其如此,该国的酒店服务和管理专业才保证了国际化水平,成为该国职业教育的国际品牌。涉外型旅游专业中开展专业课双语教学会更加有力促进高职旅游专业的师资建设。

这套教材的主创人员都是从事多年高职旅游教育人士,结合国际旅游业发展的新形势,率先在双语专业课程教学方面做了探索实践,这套双语教材是高职旅游专业部分课程教学双语化的成果之一。我们编写这套教材的基本理念就是:以课程整合的形式将英语教学纳入专业能力训练,能更好地针对不同专业岗位的岗位技能设定教学环境和内容,从而提高教学资源的使用能效。我们从实践中也深深感到:教学改革不只

是教学方法的改革,课程体系不变,在教学方法方面做再大努力也是缘木求鱼。教学理念的创新应该在课程体系改革建构中得到体现,在课程体系改革中应该允许专业有差异性,而不应只强求一致性。

我们也诚恳希望专家和广大师生对这套教材的不足之处提出宝贵意见,这样才有利于我们更深入的实践探索,为高职旅游教育的高质量发展做更多切实的努力。

前言

在我国国力日益增强的同时,旅游产业的国际化程度也不断提高。这样一来,对旅游人才的素质建设也提出了更高的要求。高职旅游院系承担了我国旅游业一线人才培养的艰巨任务,高职旅游教育人士一直努力与时俱进,调整办学策略、更新教学理念和提高教学水平,为我国旅游产业的飞速高质发展提供了人才,受到好评。

但长期以来,高校旅游专业和其他专业一样,将培养跨文化交际能力的任务交给公共英语课程承担。这样做也就意味着将跨文化交际能力视为通识能力,而非职业技能。这样一来,跨文化交际能力就没有明确被纳入旅游职业能力内,其后果是此项技能得不到重视而被边缘化,对其的培养也就难以实施。

职业能力是指从事某一职业所必需的知识、技能和态度,是职业成功的基本条件。目前,一般旅游职业教育人士都认为旅游专业职业能力应包括以下几方面的内容:①掌握旅游管理与服务职业或岗位的专业理论与专业技能;②具有良好的语言表达能力;③具有较好的旅游服务的能力。跨文化交际是指在和文化背景方面有差异的人们之间的交际活动,而跨文化交际能力指进行跨文化交际时所具有的多元文化意识,从而使交际活动成功进行的综合能力。这一能力表现在能有效避免单元文化或本土文化影响,不仅避免出现语用失误,还能在特定语境下有效运用语言和非语言。所以,我们认为跨文化交际能力是旅游职业能力的-一个主要因素。跨文化交际能力应纳入旅游职业能力范畴的理由主要如下:

1. 旅游业窗口性、服务直接性(服务过程无中介)和劳动密集性强,所以对从业人员无论是外在形象,还是内在服务意识以及外显的服务技能都要求很高。

2. 旅游产业的产品无论以什么形式包装,都是以服务为载体才能实现,而在这一过程中交际既是产品的输送手段又是产品的一部分;在国际化背景下的旅游产业中,从业人员应具有国际化视野,而且还应具备跨文化交际能力,这样才有可能达到国际化职业标准,适应旅游业的发展需要。

很长一段时间以来,高职旅游院系人才培养中对跨文化交际能力培养没有足够重视,使得培养的旅游人才难以适应国际化的产业要求。因此,将跨文化交际能力纳入职业能力培养,应当在职高旅游院系人才培养方案制订和教学实施中得到重视。另一方面,跨文化交际技能的培养训练本身也必然开拓接受训练者的视野,使其更具国际化。所以,这一技能的培养训练能有效提高职业素养,增强其职场竞争力。

正是基于此,我们编写了这本《旅游跨文化交际》,这也是我国高职旅游专业第一本专门针对旅游人才跨文本化交际能力培养编写的一本教材。将跨文化交际实践能力与专业服务能力结合,材料编选将科学性、思想性、趣味性、开放性和操作性的有机融合,是该教材的最大特点。教材编写人员都是高职教师,有较丰富的涉外旅游工作经验,曾在一些国际著名旅游企业进修学习,并和一些国际知名饭店集团长期合作培训,所以能较好地针对我国高职学生特点和国际旅游产业职业规范进行实践技能培训的设计,并将这些心得用于该教材编写中。在此,要特别感谢武汉职业技术学院刘建明副教授为本书绘制插图。

由于国际旅游产业交际使用的语言主要为英语,所以该教材采用双语编写,对话和课文用英语(难点进行了注释),而相关理论和知识要点则用汉语介绍,练习题也按照实训内容的侧重用了英语或汉语设计。该教材适用于涉外型旅游各专业,可在二年级使用,建议教学时间为20~30课时。如果有条件,还可将一些影视作品作为补充,教学中应尽可能引进新发生的案例作为讨论素材。

旅游跨文化交际课程的开设探索实践在我国高职院校还刚刚开始,我们希望能得到广大同行们的支持和指教。该教材难免有谬误之处,诚恳希望得到大家的指正。

作者

CONTENTS

Chapter 1 General Introduction 概论	1
Module 1 Definition of Culture(文化是什么)	3
Module 2 What is Communication Like?(交际的特点)	4
Text 1 Cross-cultural Communication(跨文化交际)	6
Text 2 Cross-cultural Communication Skills are Important in Tourism (跨文化交际技能在旅游业中的意义)	10
Background 为什么要学习掌握跨文化交际技巧	13
Chapter 2 America 美洲主要旅游国家地区	16
Module 1 From Seminar in Mexico(赴墨西哥研讨会之行)	17
Module 2 Argentina—Home of Tango(阿根廷——探戈之乡)	21
Text 1 Canada, a Country Full of Energy(活力四射的加拿大)	24
Text 2 Travel by Road Trip(美国自驾游)	27
Background 什么是影响跨文化交际的三大要素	30
Chapter 3 Europe 欧洲主要旅游国家地区	33
Module 1 Impression of Europe(欧洲印象)	34



Module 2 Wonderful Germany(美好德国)	38
Text 1 Uniqueness of Spain(非常西班牙)	40
Text 2 Unbelievable Contrasts of Russia(冰火俄罗斯)	42
Background 不同文化中的称呼礼仪	44
Chapter 4 Mid-East 中东主要旅游国家地区	47
Module 1 Dubai—International but Unique (在传统与现代化中行走的迪拜)	48
Module 2 Weekend in Mid-East(中东周末是星期几)	50
Text 1 IBM in the Arab World(阿拉伯世界的IBM)	52
Text 2 Vacation in Egypt: It Has It All!(埃及万象)	54
Background 文化对时间取向的影响	56
Chapter 5 South-East Asia 东南亚主要旅游国家地区	59
Module 1 In Singapore, Do as Singaporeans Do(新加坡风俗略)	60
Module 2 Palatable Food, Pleasant Experience(东南亚美食)	63
Text 1 Sentosa, an Island Resort(世外桃源圣淘沙)	65
Text 2 Dos and Don'ts in Thailand(赴泰须知)	68
Background 性别与文化	71
Chapter 6 North-East Asia 东北亚主要旅游国家地区	74
Module 1 “Ni Hon Gan Ba Re!”(日本加油!)	75
Module 2 A Ri Rang(《阿里郎》歌声响起的地方——朝鲜)	77
Text 1 Tokyo: City Overview(旅日东京一瞥)	80
Text 2 The Soul of Seoul(首尔风采)	83
Background 文化禁忌	86

Chapter 7 West-Aisa 西亚主要旅游国家地区	90
Module 1 Bhutan—Country With Highest Happiness Index (幸福指数最高的国家——不丹)	91
Module 2 Best Media to Present India(印度最佳出境)	93
Text 1 “Phir Bhi Dil Hai Hindustani”(永保印度心)	96
Text 2 Advice for Travelling in Nepal (赴尼泊尔前应该知道的几件事)	99
Background 非语言交际	103
Chapter 8 Oceania 大洋洲主要旅游国家地区	106
Module 1 Australia—Gigantic and Beautiful (澳大利亚——美丽辽阔的土地)	107
Module 2 Fiji, Mecca for All Dreamers(旅行者天堂——斐济)	109
Text 1 A Most Livable City(活力四射的墨尔本)	111
Text 2 Maori(关于毛利人)	114
Background 文化休克	116
Chapter 9 Africa 非洲主要旅游国家地区	120
Module 1 Vuvuzela(去南非吹响呜呜祖拉)	121
Module 2 Madagascar is Really a Piece of Work! (非凡国土马达加斯加)	123
Text 1 General Facts about Mauritius(你不可不知的毛里求斯)	125
Text 2 Don'ts and Dos in Africa(非洲出行要领)	127
Background 文化冲突	129
Chapter 10 Global Marketing 旅游营销	133
Module 1 What to see in China(去哪儿更好)	134

Module 2 Trip in Suzhou as Backpacker(背包客苏州之行计划)	136
Text 1 Why Go to China? (为什么要去中国旅游?)	138
Text 2 Package Touring in Tibet(中国西藏游路线介绍)	141
Background 跨文化营销	144
附 录 Appendices	146
参考文献	150

Chapter 1

General Introduction

概论

Aim: Basic idea about cross-cultural communication.

Recognition of the value of the course in tourism practice.

Lead-in

I. 在以下练习中,你会发现同样场合中,用不同语言交际,回应方式会不同。

1. 同事邀请你吃饭,你会说:

- A. 不用破费,太客气了。 B. 谢谢你,我一定去。

2. 你招待客人吃饭,客人夸饭菜可口,你会说:

- A. 粗茶淡饭,凑合吧。 B. 你喜欢,我真高兴。

3. 你拜访别人时送去了礼物,主人夸礼物好,你会说:

- A. 小意思,不算什么。 B. 真高兴你喜欢它,我也认为它的确很好。

4. 你招待客人时,客人表示吃不下了,你会:

- A. 仍然坚持要客人再吃一点。 B. 不再勉强。

5. When you are invited to dinner, you would reply:

- A. No, thank you as I am afraid that will be troublesome to you.

- B. Thank you and I'll see you then.

6. When your guest makes compliment about your treat, you will say:
 - A. Just something simple and plain, and I'm ashamed for that.
 - B. I am very happy that you enjoy that.
7. As for your host's appreciation on the gift you have brought with you, you may say:
 - A. It's nothing valuable.
 - B. I'm very happy that you like it. I have chosen it particularly for you.
8. Your guest says that he can't take any more, and then you are likely:
 - A. to insist that he takes some more.
 - B. not to offer him more.

(Compare your choices and you might find that for the same situation your response might be different. You are smart as you are sophisticated in dealing with social interactions with cultural backgrounds. And this chapter will help you get a fuller picture about social situations for cross-cultural communication.)

II. Listening

Judge which of the statements are mentioned (M) according to what you hear:

1. In Argentina
 - a. ☐ A tie is too personal.
 - b. ☐ Clothing is always a first choice for gifting.
2. In Switzerland
 - a. ☐ Roses must be better than candy for gifting.
 - b. ☐ Roses mean love.
3. In Italy
 - a. ☐ Odd numbers (1,3,5,ect.) are unlucky.
 - b. ☐ Even numbers (2,4,6, ect.) are unlucky.
4. In Japan
 - a. ☐ Pen and pencil sets are less popular than a set of four pens.
 - b. ☐ Japanese people usually don't give four of anything as a gift.

Module 1 Definition of Culture (文化是什么)

(Chen is discussing with Cathy, one of his classmates, about the terms of culture. Before going through their dialogue, can you define^[1] the meaning of culture?)

Cathy: I have often heard Chinese people talking about “wenhua” a lot. Doesn't it mean culture in English?

Chen: Yes, you bet. Since you have been in China for two years, you must have learnt a lot about Chinese culture.

Cathy: Frankly speaking^[2], I am afraid the word “wenhua” really sounds confusing^[3] to me as there are various sayings combined with^[4] it in Chinese, such as “对不起,我不识字,因为我没有文化。”，“我没文化,听不懂歌剧。”。

Chen: But you can also hear people saying tea culture or 茶文化, right?

Cathy: Yes, and also 饮食文化, 书法文化, 校园文化, or food culture, calligraphy^[5] culture and campus culture.

Chen: Then you can find something in common^[6] among them, and that is the definition^[7] of culture or 文化. Can you figure it out?

Cathy: I see, culture is a certain set of codes of behavior^[8] for certain people.

Chen: Besides, it is also a background of one's growing-up and living.

Cathy: So sometimes, culture is something tangible^[9] and visible^[10], sometimes intangible and invisible.

Notes:

[1] define: 详细说明; 界定; 给出定义 如: It all depends on how you define “culture”. (这就看你如何界定文化的定义。)

[2] Frankly speaking ...: 坦率地说 如: Frankly speaking, I have never experienced gambblings before. (说真的, 我还从没有赌博过。)

[3] confusing: 令人困惑的 如: The facts are rare and confusing combination.

(这些罕见的数字令人困惑。)

[4] combined with: 与什么结合在一起 如: Because of its softness, gold must be combined with other metals to harden it and give it strength. (因为金子的柔软, 它就必须和其他金属掺在一块儿, 以使它变得坚硬有力。)

[5] calligraphy: 书法; 笔迹 如: We had calligraphy class yesterday afternoon. (昨天下午我们上了书法课。)

[6] in common: 有共同点 如: These designs have something in common. (这些设计有共同点。)

[7] definition: 定义; 明确的界定 如: If you want a lot of responsibilities and a big paycheck, then your dream job by definition needs to pay well. (如果你希望多负责任, 也多拿薪水, 那么你的理想工作就可定义为付出也多。)

[8] codes of behavior: 行为规范 如: We have ruled it out of the codes of behavior in our company. (这在本公司员工行为规范中是绝对不允许的。)

[9] tangible: 有形的; 实在的 如 The improvement of the infrastructure in this region is tangible. (大家能看到, 这一地区基础设施的改善是切切实实的。) 其反义词为 intangible, 如: Goodwill is booked as an intangible asset. (商业信誉是一项无形资产。)

[10] visible: 明显的; 看得见的 如: The damage is visible. (损害是明显的。) 其反义词为 invisible。

Module 2 What is Communication Like? (交际的特点)

(Cathy's head ached by the following assignment. Can you solve it? After you finish it, go through the dialogue and check it.)

Judge the following which can be sorted as communication (Y) and which can not (N).

() 1. You send an e-mail to one of your net-friends.

() 2. You are declining an invitation from one of your suppliers on the phone. You