



(2006-2010) 教育部高等学校高职高专餐旅管理与服务类专业教学指导委员会推荐教材
全国高职高专旅游类“十二五”示范教材

周春林 主编

TOURISM 旅游文化





(2006—2010) 教育部高等学校高职高专旅游管理与服务类专业教学指导委员会推荐教材
全国高职高专旅游类“十二五”示范教材

TOURISM 旅游文化

本教材编写委员会

主 编 周春林

委 员 胡丹丹 倪月犁 盛方清

彭 鹏 巴佳慧 郑晓旭 熊佳蕙 张龙秀



南京师范大学出版社
NANJING NORMAL UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

旅游文化/周春林主编. —南京:南京师范大学出版社, 2013. 6
(全国高职高专旅游类“十二五”示范教材/黄震方总主编)
ISBN 978-7-5651-1355-0

I. ①旅… II. ①周… III. ①旅游文化—高等职业教育—教材 IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 067138 号

书 名	旅游文化
主 编	周春林
责任编辑	崔 兰
出版发行	南京师范大学出版社
地 址	江苏省南京市宁海路122号(邮编210097)
电 话	(025)83598919(传真) 83598412(营销部) 83598297(邮购部)
网 址	http://www.njnup.com
电子信箱	nspzbb@163.com
印 刷	江苏淮阴新华印刷厂
开 本	787 毫米×1092 毫米 1/16
印 张	13
字 数	240 千
版 次	2013 年 6 月第 1 版 2013 年 6 月第 1 次印刷
印 数	1~3 600 册
书 号	ISBN 978-7-5651-1355-0
定 价	32.00 元

出 版 人 彭志斌

南京师大版图书若有印装问题请与销售商调换

版权所有 侵犯必究

全国高职高专旅游类“十二五”示范教材专家指导委员会

主 任:黄震方(南京师范大学)

副主任:黄维兵(四川烹饪高等专科学校) 海米提·依米提(新疆大学)

委 员:(按姓氏笔画排序)

王全在(内蒙古财经学院)

王美萍(北京联合大学)

石 强(深圳职业技术学院)

冯玉珠(河北师范大学)

朱水根(上海旅游高等专科学校)

杨 坚(西南大学)

杨 柳(中国饭店协会)

汪京强(华侨大学)

邹益民(浙江大学)

林伯明(桂林师范高等专科学校)

赵桂毅(淄博职业学院)

唐 文(吉林商业高等专科学校)

徐桥猛(无锡商业职业技术学院)

彭诗金(郑州轻工业学院)

魏洁文(浙江商业职业技术学院)

全国高职高专旅游类“十二五”示范教材编审委员会

主 任:黄震方(南京师范大学)

徐 蕾(南京师范大学出版社)

副主任:黄维兵(四川烹饪高等专科学校)

林荣芹(南京师范大学出版社)

委 员:(按姓氏笔画排序)

丁彦宏(河北旅游职业学院)

方法林(南京旅游职业学院)

匡家庆(南京旅游职业学院)

朱海榕(南京师范大学出版社)

刘 伟(广东金融学院)

刘晓琳(山东旅游职业学院)

刘惠芹(江苏经贸职业技术学院)

吉良新(日照职业技术学院)

吴 云(上海旅游高等专科学校)

吴 江(南京师范大学)

吴丽云(中国旅游研究院)

汪京强(华侨大学)

宋益丹(南京旅游职业学院)

张树夫(应天职业技术学院)

张 骏(南京旅游职业学院)

张 晶(上海旅游高等专科学校)

邹统钎(北京第二外国语学院)

周春林(南京旅游职业学院)

胡 强(江苏经贸职业技术学院)

徐洪灿(应天职业技术学院)

徐桥猛(无锡商业职业技术学院)

曹艳芬(湖北职业技术学院)

崔 兰(南京师范大学出版社)

詹兆宗(浙江旅游职业学院)

谢元博(桂林旅游高等专科学校)

魏 凯(山东旅游职业学院)

滕玮峰(浙江商业职业技术学院)

总序

近年来,我国高等职业教育主动适应社会经济发展的需要,以培养生产、建设、服务、管理第一线的高素质技能型专门人才为主要任务,坚持以服务为宗旨、以就业为导向,走产学研结合发展道路,通过不断深化教育教学改革,推进体制机制和办学模式创新,办学思路日益明确,教育规模不断扩大,人才培养质量显著提升,为经济社会的发展提供了强大的人才支撑和智力支持。

“十二五”时期是我国高等职业教育稳步发展和全面提升的关键时期,是办学活力明显增强,办学水平整体提升,服务能力显著提高的重要时期,是高等职业教育深化改革、创新发展的攻坚时期。这一时期,也是我国文化和旅游业大发展、大繁荣的黄金机遇期。高等职业旅游教育面临着巨大的行业人才需求,也肩负着深化教育教学改革,全面提高教育质量,培养高素质技能型旅游专门人才的历史重任。

教材是实现教育目的的主要载体,是教学的基本依据,是培养高质量优秀人才的基本保证。伴随着我国高等职业旅游教育的发展,教材建设也取得了明显的成果,教材种类大量增多,教材内容不断丰富,对促进高等职业旅游教育发展起到了积极的作用。但是,现有的高职旅游教材还存在一些不足,主要表现在:一是高职教育特色不强,仍然没有完全摆脱本科压缩型的教材模式;二是教材内容与生产实践结合不紧,实践性内容相对不足,没有充分体现行业生产实践和职业技能鉴定规范的要求;三是教材低水平重复建设现象比较严重;四是教材内容比较单调、陈旧,难以适应现代技术、行业发展和教学改革要求。

高职旅游教材的编写是一项研究课题,需要变革和创新。应根据高职培养目标准确进行教材定位,按照应用导向设计教材内容结构,将“做中学”、“用中学”、“工学结合”等现代性、实用性观念融入教材,进入课堂教学。必须面向广大学生,研究专业的职业特点及培养目标的业务规格,突破传统教材框架,探索易于高职学生接受的编写模式和内容体系,编写体现高职院校自身特色的专业教材,使教材真正成为实现旅游教学与职业紧密对接的现代教学媒体。

高职旅游示范教材的编写更是一项系统工程,需要多领域高水平协同研发。南

■ 北京师范大学出版社在全国范围内精心组织编审、编写团队,其研发历经三年多时间。
■ 从深入一线课堂进行调研,听取相关领域众多师生的意见;到向全国不同教学层次学
■ 者、行业专家征求高职旅游课程建设与教材改革、行业发展新建议、新要求,在全国多
■ 所骨干、示范性高职院校旅游类重点建设专业和精品课程负责人中遴选作者;再到多
■ 次召开调研会、编委会、组稿会、统稿会、评审会……其目的在于让教材跟上时代步
■ 伐、体现高职旅游类课程改革最新成果、彰显示范性。

■ 本套教材结合高职旅游专业的特点,围绕工作过程(任务)系统化的课程要求,在遵循
■ 科学性、职业性、实用性、创新性、示范性的编写原则的同时,在现代职业教育理念与教材
■ 有机融合、体现课程改革与高职教材特点、教材框架体系与教材内容选择、教材编写队伍
■ 与编写方式、教材立体化开发和呈现形式等方面,体现出较好的示范作用。

本系列教材基本涵盖了当前高职高专院校旅游管理、酒店管理专业基础课、专业
核心课程。编写体例分两个版本:A版偏重理论知识的课程体例,提倡以案例化、能
力活动化形式展现;B版偏重实践操作的课程体例,提倡以情境化、实操化形式展现。
无论是A版还是B版,其基本体例都包括“目标—过程—评价”。为了让学生在学习
的过程中能够了解并熟悉行业要求,我们在体例设置上把“目标”进一步细化,分为
“行业要求”和“学习目标或终极目标”;为了把“知识和技能”融进学习任务或工作任
务中,在每个教学任务下分设了“任务目标”、“案例聚焦”、“任务执行”、“任务拓展”、
“任务反馈”栏目(另外,有些教材在栏目的增减或措辞上稍有差异,以适应相关课程
的具体发展要求),加强了任务与任务、项目或模块与任务之间的条理性和系统性,突
出了每个栏目下内容都是科学设置、合理设计的特点;为了使得学习过程和教学过程
更加完整,我们在“模块评价或项目评价”栏目下分设了“知识/技能评价”、“能力应变
或实训演练”、“模块链接或项目链接”三个小栏目,与行业动态、实训内容等相联系,
使得学生在过程评价或实践演练中培养素质、积累经验、提高技能。

本套教材凝聚了国内多位高职旅游院校优秀教师和行业精英的智慧和经验,体
现了现代旅游职业教育的特点和教育教学改革的成果,是高职旅游专业教材改革创
新的一次有益尝试,对提高旅游专业教材质量,推进专业教材建设具有积极意义。

期待这套教材的出版,能在我国旅游人才的培养中发挥重要的作用,为促进高等
职业旅游教育的发展作出更大的贡献。

(2006—2010)教育部高等学校高职高专餐旅管理与
服务类专业教学指导委员会 主任委员

南京师范大学旅游系主任、教授、博士生导师



前 言

2009年春季学期开始,我在原工作单位南京师范大学面向来自不同学院的本科生主讲博雅课程“中国旅游文化”。2011年,因现供职的南京旅游职业学院要迎接高职人才培养工作评估,该课程停上过一学期。至今已经主讲过7轮,先后有近500名(限额)学生选修此课程,受到学生的好评。在南京旅游职业学院我也为选修该课程的200多名高职学生授过课,并结合自己主持的江苏省教育科学“十一五”规划课题“高职院校博雅教育课程建设与教学实践研究——以‘中国旅游文化’课程为例”开展对比研究和教改实践。

在课程建设之初,是按照南京师范大学博雅教育的要求来进行的。博雅教育课程力图增强学生对各主要知识领域的认识,引导他们了解不同领域的研究方法。通过有效教学的实施,着重培养学生的认知能力、思考能力、沟通能力和批判能力。我们坚信,这些能力和素质在帮助学生适应社会变化以及他们离开学校后继续成长、继续学习、优雅生活尤为重要。

机缘巧合,2009年我来南京旅游职业学院工作,原先承担的“中国旅游文化”博雅课程因学生已网上选课而不得不回母校继续授课,同时申请了“十一五”教育规划课题专门研究这门课程。高等职业教育不同于本科学科教育,强调以就业为导向,以培养学生职业素养为前提。高职院校的学生也不同于“211”大学的本科生,他们的学习强调以活动或任务为载体,注重做中学,学中做,力求理论实践一体化。

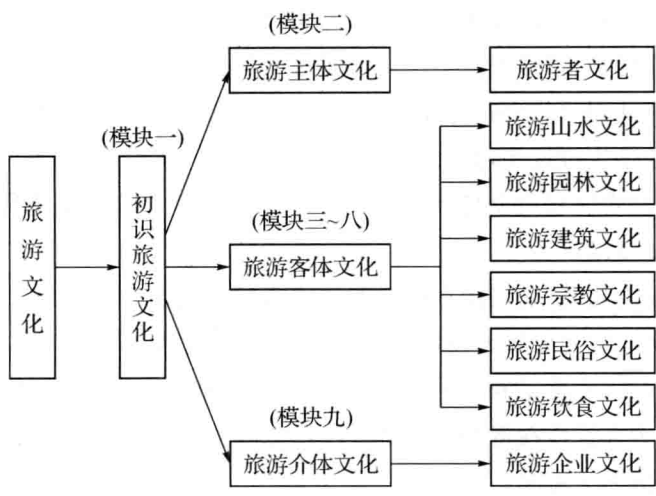
2011年我应母校出版社之邀,主编旅游文化方面的教材。其实,旅游文化类教材已经出版了许多,想在学问上短期超越前人很不现实。虽然自己有几年研究和教学实践,但在学术上没有多少贡献,因此用“旅游文化”来命名这本教材。即便如此,作者们还是在研究性教学设计上花费了不少功夫,通过设计基于活动的教学和教材组织形式,试图实现博雅教育与高职教育的有效结合。

本教材在体例上,以“模块”的形式取代传统的“章节”,在每一模块中,设置“模块目标”、“模块任务”和“模块评价”栏目。在“模块任务”中,主要通过三个左右的“活动”组织教学内容,每个“活动”包括“案例聚焦”、“任务执行”、“任务拓展”、“任务反馈”等。在“模块评价”部分则包括“知识/技能评价”、“能力应变”和“模块链接”等子栏目。力图在教学的交互性、开放性、研究性和实践性等方面有所突破。

全书共分九个模块。模块一由周春林(南京旅游职业学院)编写,模块二、模块三

由胡丹丹(南京师范大学)编写,模块四由巴佳慧(南京城市职业学院)和彭鹏(南京师范大学)编写,模块五由倪月犁(南京师范大学)和胡丹丹编写,模块六由周春林编写,模块七、模块八由盛方清(南京师范大学)编写,模块九由彭鹏编写。周春林负责全书的框架设计,负责统稿和所有案例、任务拓展、任务反馈及评价模块的设计、编写。熊佳蕙、张龙秀(泰州师范高等专科学校)和郑晓旭(南京旅游职业学院)对教材个别模块的初稿有所贡献。

本教材整体框架结构如下：



在教材编写过程中,得到(2006—2010)教育部高等学校高职高专餐旅管理与服务类专业教学指导委员会主任委员、南京师范大学博士生导师黄震方教授,南京旅游职业学院党委书记肖飞研究员,原南京师范大学地理科学学院院长沙润教授,南京旅游职业学院烹饪与营养学院院长邵万宽教授,基础部主任张军副教授等专家同好的指点和帮助,在此表示衷心感谢。编著这本教材,还参考了许多前辈同行的文献著作,大部分在教材中以“拓展路径”的形式列出,既是学生拓展阅读的资料,也是本书重要的参考文献。还有些文献受篇幅限制未能列出,特向相关作者致歉。

我们深知这本教材还很不成熟,现在能做的就是期待同行专家和广大读者的批评指教,期待在今后的教学实践中不断修改和完善。

周春林

2013 年 1 月 8 日 第一稿
2013 年 3 月 21 日 第二稿

目 录

总序 （黄震方） 001

前言 （周春林） 001

模块一 初识旅游文化

任务一 旅游、文化和旅游文化的再认识	001
活动一 旅游及其文化属性	001
活动二 文化与旅游文化	004
活动三 旅游文化研究	008
任务二 旅游文化特征及其分类	010
活动一 旅游文化的特征	010
活动二 旅游文化的分类	012

模块二 旅游主体文化

任务一 旅游主体文化特征与分类	015
活动一 旅游主体文化的特征	015
活动二 旅游主体文化的分类	018
任务二 旅游动机文化分析	021
活动一 旅游动机的分类	021
活动二 中西方旅游动机文化差异	025
任务三 旅游审美文化分析	027
活动一 旅游主体审美个性和审美层次	027
活动二 旅游审美文化类型和特征	031
活动三 中西方旅游审美文化差异	033

任务四 旅游消费行为文化分析	037
活动一 旅游消费行为文化特征	037
活动二 中西方旅游消费行为文化差异	040

模块三 旅游山水文化

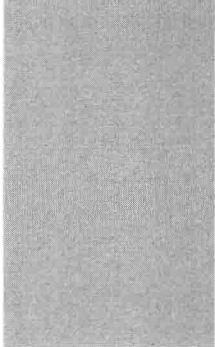
任务一 旅游山水文化分类和特征	044
活动一 旅游山水文化的分类	045
活动二 旅游山水文化的特征	050
任务二 旅游山水文化的价值和开发	052
活动一 旅游山水文化的价值	053
活动二 旅游山水文化的开发	055

模块四 旅游园林文化

任务一 中国旅游园林文化	062
活动一 中国园林的发展	063
活动二 中国园林的分类	066
任务二 中西旅游园林文化比较	070
活动一 西方旅游园林文化概述	070
活动二 中西旅游园林文化差异	074

模块五 旅游建筑文化

任务一 旅游建筑文化概述	080
活动一 中国旅游建筑文化概述	081
活动二 西方旅游建筑文化概述	087



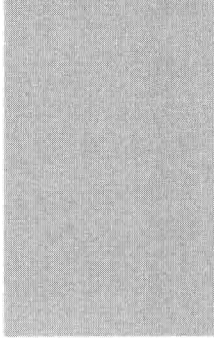
任务二 旅游建筑文化举隅	092
活动一 中国代表性的旅游古建筑	092
活动二 西方代表性的旅游古建筑	095

模块六 旅游宗教文化

任务一 旅游宗教文化概述	101
活动一 旅游宗教文化的概念	101
活动二 旅游宗教文化分类	105
活动三 旅游宗教文化特征	108
任务二 旅游宗教文化举隅	110
活动一 旅游道教文化	110
活动二 旅游佛教文化	114
活动三 旅游基督教文化	119
活动四 旅游伊斯兰教文化	124

模块七 旅游民俗文化

任务一 旅游民俗文化概述	129
活动一 旅游民俗文化的概念	129
活动二 旅游民俗文化的分类	132
活动三 旅游民俗文化的特征	135
任务二 中外旅游民俗文化举隅	138
活动一 中国主要旅游民俗文化	138
活动二 国外主要旅游民俗文化	145



模块八 旅游饮食文化

任务一 旅游饮食文化概述	154
活动一 饮食文化的概念与特征	154
活动二 中西方饮食文化差异	157
活动三 饮食文化与旅游的关系	160
任务二 旅游饮食文化举隅	161
活动一 食文化	162
活动二 茶文化	166
活动三 酒文化	169
活动四 咖啡文化	173

模块九 旅游企业文化

任务一 旅游企业文化概述	179
活动一 旅游企业文化的概念	179
活动二 旅游企业文化的特征	183
任务二 旅游企业文化建设	186
活动一 旅游企业文化的功能	186
活动二 旅游企业文化的构建	189

模块一 初识旅游文化

◆模块目标

【行业要求】

旅游从业人员需要了解旅游与文化的关系、不同类型旅游文化的特点和作用,辩证理解旅游主体、客体和介体文化三者之间的关系。

【学习目标】

学生应掌握旅游和文化的基本属性,熟悉旅游文化及其分类体系,深刻理解旅游主体(旅游者)文化是旅游文化研究的重点,明确旅游文化的内涵及其研究意义。

◆模块任务

旅游作为人类社会的一种生活方式是普遍存在的。人类文明和文化的进步推动了旅游和旅游业的发展,以旅游活动为核心而形成的文化现象和文化关系丰富了旅游学和文化学研究的内容。

本模块首先介绍和辨析相关概念,综述旅游文化研究进展,为教材界定了传达知识、培养能力的内涵与外延;其次介绍了旅游文化的特征和分类等相关知识。学生通过参与活动、完成相关任务,初步了解旅游文化学研究的目标和内容,深刻理解旅

游文化在促进旅游产业、文化产业和社会事业发展中的现实意义。

任务一 旅游、文化和旅游文化的再认识

【任务目标】

文化是旅游的灵魂,旅游是文化的重要载体;文化提升旅游,旅游传播文化,旅游与文化“联姻”才能“双赢”。通过学习和完成相关任务,学生应掌握旅游、文化和旅游文化的基本概念,正确把握旅游与文化的相互关系,全面了解旅游文化学研究对象、内容和研究进展。

活动一 旅游及其文化属性

【案例聚焦】

“中国旅游日”形象标志 与口号在北京揭晓

2011年3月30日,国务院常务会议通过决议,将《徐霞客游记》开篇日5月19日定为“中国旅游日”。当年5月19日,“中国旅游日”标志和形象宣传口号在北京揭晓。标志的主体创意造型来源于甲骨文的“旅”字及传统的印鉴艺术。形象宣传口号为“爱旅游 爱生活”。

甲骨文“旅”字的变形与方形的印鉴外轮廓,突显了中国传统文化与现代旅游发展“根”与“植”的关系,为“中国旅游日”注入了更加鲜明的文化色彩,在延续传承了中国传统文化精髓的同时,创造了新的视觉意象,符合现代人日益发展的审美需求,体现了社会文明的不断进步。变形的“旅”字形象地描绘出一面旗帜引领下的一队中国游人正秩序井然、兴致勃勃地游走于美妙旅途中的场景。它有着强烈的具象化意义,突显了“中国旅游日”的主旨与核心,引导并鼓励民众积极参与旅游,体现了“中国旅游日”的号召力和影响力。



中国旅游日
China Tourism Day

问题:旅游与文化、旅游与生活各有什么关系?国家设立“中国旅游日”有什么意义?

【任务执行】

一、旅游的概念

旅游是旅游研究中最基础、最核心的概念之一,迄今人们对旅游的界定尚未形成完全一致的共识。旅游是一种经济现象,更是一种文化现象。旅游,作为一项产业,可有效地促进地区经济的发展;作为一种文化活动,可加强不同地区文化的交流和人民的友谊;作为一种爱好,可增长见识、陶冶情操。

旅游的本质是什么?沈祖祥认为,

旅游在本质上“是一种文明所形成的生活方式,是一种文化现象,是人类物质文化生活和精神文化生活的的一个最基本的组成部分”。冯乃康认为:“旅游不是一种经济活动而是一种精神活动,这种精神生活是通过享受美感来获得的,因此旅游又是一种审美活动,一种综合性的审美活动。”谢彦君认为:“旅游是个人以前往异地寻求审美和愉悦为主要目的而度过的一种具有社会、休闲和消费属性的短暂经历。”刘德谦认为:“旅游的本质是人类的交流。这种交流,既包括人与自然的交流、人与历史的交流,也包括人与人之间的交流。”国外的旅游人类学者认为,旅游是“逃离(escape)”,是“相遇(encounter)”,是“审看(gaze)”。

从本质上讲,旅游活动是一种文化活动,是文化求异和文化认同的统一,是人们暂时离开固定住所去寻求精神上满足或享受的经历。任何一次旅游经历,都是对新文化的一次体验。旅游属于文化范畴,是人类物质文化生活和精神文化生活的的一个最基本的组成部分,是旅游者这一旅游主体借助旅游媒介等外部条件,通过对旅游客体的能动活动,为实现自身某种需要而做的非定居旅行的一个动态过程的复合体。

强调旅游行为的本质属性是旅游者的精神需要,认识到旅游活动的本质特征是文化行为,就能更好地从人的精神生活和文化消费需要出发,将旅游研究从实用层面提升到文化层面,对旅游进行文化和哲学的思考,真正有深度地、全面地理解旅游活动,促进旅游和旅游事

业更好地发展。

二、旅游的文化属性

旅游活动是复杂的、综合性的社会现象。作为市场经济的产物,旅游具有消费属性;作为一种生活方式,旅游具有休闲属性;作为一种体验和审美活动,旅游又具有文化属性。

旅游活动涉及旅游主体(旅游者)、旅游中介体(旅游制度和企业)、旅游客体(旅游对象)和旅游社会环境四环节。从本质上讲,旅游是一种文化活动。无论是旅游消费活动,还是旅游经营活动都具有强烈的文化性。只有挖掘出文化内涵,旅游才会具备吸引旅游者的魅力。

(一) 旅游主体的文化本质

旅游作为一种跨时空的消费活动,它的广泛出现是经济发展驱使的结果,但一个人能否成为旅游者更需要内在的动因。作为旅游主体的旅游者为了追求更高的物质和精神享受,走出家门,离开居住地,前往旅游目的地,在文化的驱使下,乘兴而游,兴尽而返。从历史发展的观点看,经济发展固然为社会进步提供了物质基础,但是社会发展最根本的动因是社会文化与观念的革命。二战以后世界范围内旅游活动的兴盛,改革开放后我国旅游的迅速发展,从客观条件看,是经济发展和社会繁荣的结果,从深层次看,是文化观念转变的结果。

(二) 旅游客体的文化含量

作为旅游审美客体的旅游吸引物,按成因和属性可分为自然和人文两大类旅游景观。人文旅游景观,无论是有形

的园林建筑、遗址古迹,还是无形的民族风情、社会风尚,均属于文化的范畴。由各种自然环境、自然要素、自然物质和自然现象构成的自然景观,只有经过人为的开发利用,才能由潜在的旅游资源变为现实的旅游资源。由于旅游主体的介入和鉴赏,赋予自然景观人格化魅力,自然旅游景观同样具有了文化性。

(三) 旅游中介体的文化特征

旅游者以寻求审美愉悦、追求精神享受为目的,因此,旅游企业和经营者只有为游客提供高质量的旅游文化产品和高品质的服务,才能从交换中实现盈利的目的。在市场经济条件下,旅游产品的开发者不仅要了解旅游资源本身的特征和功能,还必须了解游客的文化特征,开发出满足不同审美需求的旅游产品。当下,旅游业各部门不能仅满足于简单地提供吃、住、行、游、购、娱的一般服务,还应在提高各环节旅游体验的文化品位上下功夫,不断提高从业人员的文化素质,为游客提供针对性的文化服务。

【任务拓展】

①《基础旅游学》(第3版,谢彦君,中国旅游出版社,2011)认为,凡是“暂时”到“异地”寻求“愉悦”的行为,都是旅游。反过来说,只有这些行为才是旅游。你是否同意这个说法?如不同意,尝试找出反例。

②旅游的概念有多种,尝试找十个支持“旅游是一种文化活动”的概念。为什么有些概念从字面上看,旅游与文化无关?

【任务反馈】

给旅游下定义是一件很困难的事情,可以对它进行理论抽象上的概括,给出一个所谓理论性(概念性)的定义;还可以根据实际应用的需要,给出一个统计意义上的技术性(实务性)定义。

从理论上说,旅游是人们出于移民和就业任职以外的其他原因,暂时离开自己的常住地,前往异国他乡旅行、游览和逗留的活动,以及由此所引起的各种现象和关系的总和。

从技术上说,旅游是指人们为了休闲、商务或其他目的离开他们的惯常环境,去往他处并在那里进行连续不超过一年的活动。

旅游的理论性定义和技术性定义有何不同?

释疑:两者的区别在于侧重点不同。概念性定义旨在提供一个理论框架,用以确定旅游的基本特点,以将它与其他活动区别开来,侧重于对旅游活动的定义;技术性定义主要为了旅游统计、收集数据的需要,以便为决策立法提供旅游信息,所以侧重于对旅游者的定义及划分方法。

活动二 文化与旅游文化

【案例聚焦】

潘基文 2011 世界旅游日致辞

9月27日是世界旅游日(World Tourism Day),这是世界旅游组织确定的旅游工作者和旅游者的节日。2011

年9月27日联合国秘书长潘基文在纽约发表了世界旅游日致辞,节选如下:

The theme of this year's World Tourism Day, "Tourism-linking cultures", highlights the powerful role of tourism in building international understanding and mutual respect.

There is no better way to learn about a new culture than to experience it first-hand. Tourism offers a wonderful connecting thread between visitor and host community. It promotes dialogue and interaction. Such contact between people of different backgrounds is the very foundation for tolerance. In a world struggling for peaceful coexistence, tourism can build bridges and contribute to peace.

.....

World Tourism Day is an opportunity to reflect on the importance of tourism to global well-being. As we travel, let us engage with other cultures and celebrate human diversity. On this observance, let us recognize tourism as a force for a more tolerant, open and united world.



世界旅游日

问题:2011年世界旅游日的主题是什么?为什么说旅游是连接不同文化的

纽带?人们应该如何利用文化来促进旅游的可持续发展?

【任务执行】

旅游是人类认识自然、改造自然的一种生动反映,弄清旅游与文化的关系,全面加强旅游文化建设,提升旅游品位,对提高旅游行业素质,增强市场竞争力,增进不同文化交流与理解,促进旅游产业更快更好地发展,具有特殊意义。

一、文化

文化是人类群体创造并共同享有的物质实体、价值观念、意义体系和行为方式,是人类群体整个生活状态的反映。文化有广义和狭义之分,广义的概念是指人类社会历史实践过程中所创造的物质财富和精神财富的总和。狭义的概念则是指社会意识形态,以及与之相适应的制度和组织机构,可以通过符号学习和传播。文化的本体意义其实是以文教化,价值观念是文化最重要的内核。

人们在谈论旅游活动中的文化要素时多使用的是广义上的文化概念,于是文化的表现形式就有物质和非物质两种。物质形式表现为文化在创造、发展、传承过程中一种可见的实物形态,如建筑物、生活和生产工具等。非物质形式则表现为一些不可见的,必须通过一些实物、模式或行为由人来感知和体会的形态,如民俗、歌舞演艺等。

文化是旅游活动的主要内容,只有文化介入和沟通的旅游,才能摆脱单纯的旅行活动而成为真正意义上的旅游。文化是旅游的灵魂,是提升旅游竞争力

的核心要素,也是区域旅游可持续发展的动力源泉。

二、文化与旅游的关系

(一)文化是旅游的灵魂,旅游是文化的重要载体

1. 文化的本质决定了文化的旅游功能

文化作为人类劳动和智慧的结晶,贯穿着人类发展和演化的整个过程,从而构成了世界上丰富多彩的文化类型和文化内涵。人类社会实践所创造的物质产品和精神产品无不凝聚了丰富的文化内涵。比如中国的万里长城、埃及的金字塔所体现的文化,不在于它们的外在建筑材料,而主要在于它们所体现人类的科技水平和成就及其审美观念。人们用自己的智慧进行设计或加工后形成的园林、山水等自然和人文旅游景观与文化融为一体,成为大众旅游的审美对象。

2. 文化的基本类型决定了旅游文化资源的存在形式

从广义来讲,文化可分为物质文化、行为文化和精神或观念文化。物质文化对应着文化的物质要素,即文化的物质实体层面。正是这种物质层面的实体,如文物遗址等,为旅游发展提供了大量的文物古迹和历史遗存。行为文化反映文化的行为要素,正是这种文化的行为要素为游客提供了丰富多彩的民俗风情。精神或观念文化反映文化的精神观念层面,如宗教信仰、道德操守等,是极具吸引力的旅游文化资源。从旅游开发