

旅游 俄语教程

◆ 主编：赵守森 ◆ 副主编：刘铁妹

A
Coursebook
of
Tourism Russian



吉林大学 出版社
JILIN UNIVERSITY PRESS

旅游俄语教程

主 编：赵守森

副主编：刘铁妹

吉林大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅游俄语教程 / 赵守森主编. —长春:
吉林大学出版社, 2008.12
ISBN 978-7-5601-4058-2

I. 旅… II. 赵… III. 旅游-俄语-高等学校-教材
IV. H35

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 213579 号

书 名: 旅游俄语教程
作 者: 赵守森 主编

责任编辑、责任校对: 矫 正
吉林大学出版社出版、发行
开本: 787×1092 毫米 1/16
印张: 16 字数: 253 千字
ISBN 978-7-5601-4058-2

封面设计: 孙 群
吉林科华印刷厂 印刷
2008 年 12 月第 1 版
2008 年 12 月第 1 次印刷
定价: 32.00 元

版权所有 翻印必究
社址: 长春市明德路 421 号 邮编: 130021
发行部电话: 0431-88499826
网址: <http://www.jlup.com.cn>
E-mail: jlup@mail.jlu.edu.cn

序

《旅游俄语教程》是一套适应新时代俄语教学要求、适应语言文化专业开设旅游俄语倾向及提高语言文化专业学生职业技能的趋势而编写的旅游俄语教材。它全景式地介绍了世界旅游业的历史、发展、产业、市场、前景等,作者通过阅读大量俄文原文旅游专业素材,精心编选了具有在俄语专业学生中进行旅游知识教学价值的文章作为课文,内容丰富,涉及面广,有世界旅游业的发展史、现代世界旅游业的状况、影响旅游发展的因素、世界旅游业发展前景预测、旅游的经济意义、社会意义、人文意义、旅游市场分析、旅游市场的构成和特殊性、旅游需求和旅游产品营销、现代旅游业的经营门类,等等。

《旅游俄语教程》在教材的结构设计上经过了认真思考和精心设计,注重发挥教材的课堂实用性。本教材共有九章教学内容:1、旅游业的历史发展和现状、2、旅游与社会生活的关系、3、旅游市场的发展、4、国际旅游组织与举措、5、旅游公司的经营、6、旅游饭店业管理、7、基本旅游形式、8、旅游与环保、9、俄联邦旅游发展,每章设有独立课,每课设有课文、生词、注解、中文简介、问题等,知识传授信息量大,专业性强,语言练习适当。教材附录“俄罗斯国情知识点滴”,内容简洁精炼,实用性强。

主 编:

赵守森,1954年生,大连外国语学院俄语系前系主任,副教授,主要研究方向:俄语语言学,俄语(口语)修辞与翻译。

副主编:

刘铁妹,1971年生,俄语语言文化学硕士,大连外国语学院俄语系高年级教研室主任,讲师,主要研究方向:俄语语言文化学、俄汉文化对比研究。

前言

《旅游俄语教程》是一本适应新时代俄语教学要求、适应俄语语言文化专业开设旅游俄语课程及提高学生职业技能的趋势而编写的旅游俄语教材。它全景式地介绍旅游业历史、发展、产业、市场、前景等,着重讲授旅游知识,具有很强的专业性,符合在新时代培养复合型、应用型外语人才的需要。它不以俄语做为教学的全部内容和中心目的,而是将教材做为一种以俄语为媒介和载体的专业教材。在目前专业学科细化的形势下,本教材无疑是一种有益的、有效的尝试。

笔者通过阅读大量俄文原文旅游专业素材,精心编选了具有旅游知识教学价值的文章作为课文,内容丰富,涉及面广,包括世界旅游业的发展史、当代世界旅游业的状况、影响旅游发展的因素、世界旅游业发展前景预测、旅游的经济意义、社会意义、人文意义、旅游市场分析、旅游市场的构成和特殊性、旅游需求和旅游产品营销、现代旅游业的经营门类等等。在编写过程中,笔者力求精益求精,在资料的选取、章节的设计及中文释义上,均经过了认真思考和精心设计,结构简洁清晰、内容深入浅出,考虑到了课堂教学的规律,每章设有独立课,每课设有课文、生词、注解、中文简介、问题等,信息传授量大,专业性强,语言练习适当,是一套适用于俄语专业实践教学旅游俄语教材。

读万卷书,行万里路。笔者衷心希望以俄语为外语的莘莘学子能藉本教材在“书”与“路”之间自由游刃,学习旅游知识、感受俄语魅力。

由于我们水平有限,书中错漏之处在所难免,敬请读者指正,期待与读者共勉!

赵守森、刘铁妹

目 录

前言	(1)
第一章 旅游业的历史发展和现状	(1)
1.1 世界旅游发展简史	(1)
1.2 世界旅游现状	(12)
1.3 影响旅游业发展的因素	(20)
1.4 世界旅游发展前景预测	(25)
第二章 旅游与社会生活	(29)
2.1 旅游的经济意义	(29)
2.2 旅游的社会意义	(35)
2.3 旅游的人文意义	(41)
第三章 旅游市场的发展	(44)
3.1 旅游市场的概念	(44)
3.2 旅游市场的特点	(48)
3.3 旅游需求与营销	(52)
3.4 旅游市场的分类	(58)
3.5 国际旅游市场结构	(62)
3.6 旅游经营类型	(69)
第四章 国际旅游组织与措施	(76)
4.1 国际旅游组织种类与特征	(76)
4.2 国际旅游组织目的与任务	(81)

4.3 国际旅游措施	(91)
第五章 旅游企业	(96)
5.1 旅游的基本概念	(96)
5.2 旅游流程及路线分类	(102)
5.3 旅游企业与旅游经营者	(108)
5.4 旅游经营的产物	(112)
5.5 旅游公司工作组织	(115)
第六章 旅游酒店业	(123)
6.1 酒店分类	(123)
6.2 酒店的建筑及客户	(127)
6.3 酒店的生活保障系统	(132)
6.4 酒店的服务设施	(134)
6.5 酒店的功能要求	(137)
6.6 酒店服务人员要求	(146)
第七章 基本旅游活动	(151)
7.1 旅游的功能与特征	(151)
7.2 旅游的分类	(155)
7.3 旅游的主题与结构	(162)
7.4 旅游的流程分析	(168)
7.5 导游的基本工作	(171)
7.6 导游的技巧	(174)
第八章 旅游与环保	(183)
8.1 人与自然	(183)
8.2 人与生态	(186)
8.3 旅游在环保方面的特殊地位	(190)
8.4 旅游中对自然的合理利用	(194)
8.5 旅游与环保的关系	(202)

第九章 俄罗斯旅游业的发展	(216)
9.1 俄罗斯旅游业的历史	(216)
9.2 俄罗斯旅游市场的现状	(231)
附录 俄罗斯国情知识点滴	(238)
第一节 俄罗斯节日	(238)
第二节 俄罗斯人生活习惯	(240)
第三节 俄罗斯社交礼节	(242)
第四节 俄罗斯民间迷信观念	(243)
第五节 俄罗斯文化中动植物象征意义	(245)

Глава 1

ИСТОРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ И СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ТУРИЗМА

1.1 Исторические аспекты развития мирового туризма

Люди путешествовали всегда. Вокруг стойбища своего племени, в дальние леса, по морям и рекам. Античные путешественники прокладывали дороги в Северную Европу, на загадочный остров Британия, в Египет, сочиняя об этом мифы и легенды. Путешествовали средневековые рыцари в поисках подвигов и счастья. Великие географические открытия принадлежат отважным путешественникам: Васко да Гама, Колумбу, Куку, Лаперузу, Магеллану, и многим другим. Но это не был туризм в современном его понимании, это не было туристской индустрией, отраслью обслуживания, занимающейся организацией путешествий и обслуживанием туристов.

Современное туристское движение во многих странах мира принято называть феноменом XX в. Да и в самом деле, туризм в том массовом и мировом масштабе, в котором мы видим сегодня, – это дитя именно XX в., дитя, родившееся благодаря развитию техники, гуманитарных взаимоотношений между людьми, благодаря появившимся возможностям путешествовать во всем мире, соблюдая принципы безопасности.

Традиции массового туризма и путешествий начали зарождаться еще в XVIII в. Поездка на воды частных лиц с осмотром местных достопримечательностей, на морские побережья, на знаменитые столицы мира – все это и есть корни современного туризма. Однако в те давние времена туристы путешествовали

самостоятельно, без помощи каких – либо организаций и фирм.

Основателем современного туристского движения принято считать Томаса Кука. В 1841 г. молодым английским священником (миссионером) была организована первая массовая прогулка по железной дороге от Ланкастера до Долнботоруга, в которой принято участие около 600 человек. Томас Кук уговорил хозяев фирмы “Мидленд рейлуэй”, владеющих железной дорогой, продать ему 580 билетов за половину стоимости как оптовую покупку, которые он отвез за 107 км и реализовал людям (своей пастве), желающим путешествовать. Это было началом его туристской деятельности, а также началом современного туризма, туристской индустрии.

С 1847 г. общество Кука стало распространять специальные билеты на путешествия и экскурсии и за рубеж. Довольны были и владельцы железной дороги. Освоив торговлю билетами, Кук покинул церковь и организовал собственное дело. Первой акцией для него была организация туризма группы богатых англичан по Средиземному морю. В 1848 г. агентство Кука стало государственной британской компанией.

В 1852 г. Кук переехал на жительство в Лондон и основал первое в истории туристское бюро. Он заключил договор с несколькими транспортными фирмами, которым отчислял комиссионные.

В 1863 г. Кук организовал первую группу, которая поехала в Швейцарию, положив тем самым начало организованному международному туризму. На первую Всемирную выставку в Париже в 1889 г. Фирма Кука продала уже 400 тыс., говоря современным языком, туристских путевок.

В те годы популярным туристским маршрутом был Египет, английская колония. Томас Кук закупил 27 пароходов и 800 малых парусных судов для путешествий по Нилу.

К концу XIX в., после объединения с Международным обществом спальных вагонов, фирма Кука стала мощным концерном с 324 филиалами в 53 странах, с 12 тыс. сотрудников.

Американцы не желали отставать от англичан. Компания “Америкен экспресс” (“Амэксо”) появилась в то же время, когда у Кука родилась идея международного туризма. В сущности, “Амэксо” возникла от слияния трех компаний, перевозивших пассажиров на дилижансах по всем Соединенным Штатам. В начале “Амэксо” была смешанным агентством, а с 1918 г. стала чисто

туристской фирмой с филиалами на всех континентах.

Первым народным объединением туристских организаций была Международная организация гостиничных работников, основанная в Европе в 1869 г. (в 1946 г. в связи с объединением с Международным гостиничным союзом, который был создан в 1921 г., преобразована в Международную гостиничную ассоциацию – МГА).

Туризм в то время был в основном доступен высокообеспеченному классу и предоставлял услуги только по транспорту и размещению. Это еще не был сегодняшний “феномен XX в.”, это еще не была индустрия гостеприимства. Однако постепенно туризм развивался.

Международным туризм смог стать лишь на определенной ступени развития общественных отношений, на базе высокоразвитого и устойчивого экономического, политического и культурного общения между народами. Это совпадает с периодом формирования международного рынка, роста международной торговли и проявления новых средств транспорта.

Колыбелью туризма считается Европа, которая до сих пор остается наиболее посещаемым туристами регионом, главным районом международных туристских связей. Инициаторами строительства туристских гостиниц в Европе явились железнодорожные управления. В целях увеличения пассажиропотоков по линиям железных дорог следовало их мотивировать. Каждому туристскому району, т. е. Местности с определенными природными условиями (благоприятным климатом, морем и солнцем, горячими и целебными источниками, живописными пейзажами, архитектурными и культурными памятниками), необходимо было обеспечить прием, размещение и питание пассажиров – туристов. Так появилась потребность в строительстве туристских объектов. Железные дороги также взяли на себя финансирование рекламы и всех мероприятий, связанных с дальнейшим развитием международного туризма.

Туризм давал большую прибыль, и в его развитии вскоре стали проявлять заинтересованность все местные сферы хозяйственной деятельности. Но сложность и своеобразие туристского спроса поставили перед ними новые, более трудные задачи. В период туристского сезона объем работ всех хозяйственных, коммунально – бытовых служб данного туристского района зачастую же не способствовал возросшим потребностям. Необходимо было его расширить с учетом привычек и наклонностей туристов, что в свою очередь повлекло развитие

рекламных и информационных служб, культурно – развлекательных объектов. С ростом туризма эти проблемы становились все многочисленнее, а решение их – труднее.

В сложном туристском обороте обычные хозяйственные организации не могли выполнять новые функции, не могли с этим справиться и местные органы власти. Все это обусловило создание самостоятельных специализированных организаций в области туризма. Их функции и деятельность соответствовали современным туристским агентствам и туроператорам.

Первоначально эти организации назывались по – разному: “общество благоустройства”, “общество приема иностранцев” и т. п. Начало их основания приходится на середину Х I Х в., но более широкое развитие они получили после 70 – х гг. Х I Х в. в Германии, Швейцарии, Австрии, Франции и в других странах. Эти организации были прообразами современных туроператоров, занимающихся формированием комплексного туристского обслуживания (продукта).

Местные органы власти также выступали за основание аналогичных обществ и помогали им, так как те брали на себя выполнение задач, которые обязаны решать сами власти, – координацию прибывающих потоков туристов, заботу об организации их размещения, питания, свободного времени и т. д..

Постепенно развивался процесс специализации деятельности туристских фирм: одни концентрировали свои усилия на производстве пакетов услуг, осваивали новые регионы, разрабатывали новые виды туризма, формируя направление туроперейтинга, другие больше внимания уделяли сбыту и развивались как тур – агентства.

Долгое время не существовало каких-либо организационных фирм в туризме, т. е. государственных, общественных и др.. В туристских районах происходил общий процесс зарождения и развития туризма. Однако этот процесс характерен не для всех стран. В каждом регионе он имел специфические пути развития. Именно этим объясняется существующая в настоящее время разница в туристском развитии стран и регионов, а также в организационных формах туристских предприятий и структуры управления.

На более позднем и сложном уровне развития туризма появилась необходимость в координации деятельности разных туристских организаций, что вызвало потребность основания государственных органов управления туризмом на

разных уровнях, а также создания международных обществ и союзов.

В 1931 г. появилось первое, действующее в настоящее время Американское общество туристских агентств (АСТА), выведшее туристскую деятельность в Америке на государственный уровень.

В первой половине XX в. национальный и международный туризм продолжал развиваться, вовлекая в свою сферу все новые страны и направления. Однако еще и тогда туризм и экскурсии были доступны в основном представителям богатых слоев населения, которые совершали дорогостоящие поездки “на воды” с целью развлечения. В то же время формируются национальные центры туризма. Такие как международные курорты во Франции, Италии. Чехии и Словакии, в горных районах Швейцарии.

В период между Первой и Второй мировыми войнами туристские поездки как по стране, так и за границу приобретают качественно новый характер. Они предпринимаются уже не только для развлечения и оздоровления, но и с чисто познавательными целями и характеризуются стремлением желающих посетить памятные места, осмотреть историко – архитектурные достопримечательности.

Подавляющая часть международного туристского движения приходилась на Европу. Поездки стимулировались главным образом родственными связями, существовавшими между населением европейских и других стран. Тогда еще зарубежный туризм вносил преимущественно характер поездок одиночек. Постепенно в практику национального туризма внедряются групповые поездки, походы и путешествия, проводится работа по освоению и созданию материальных условий для развития туризма и экскурсий.

В период Второй мировой войны объем международного туризма резко сократился. Довоенный уровень туризма восстановился к концу 40 – х гг. Этот период характеризуется оживлением туристских путешествий и обменов между европейскими странами, США и Канадой. Успешно развивается туризм в Мексике, Панаме, на Кубе – в основном за счет туристов из США. Открывают свои границы для иностранного туризма и многие другие страны (например, Япония).

Этот период времени можно назвать переломным в истории развития массового международного туризма. В 1958 г. произошло событие, вовлекшее за собой кардинальные перемены в возможностях, традициях и расстояниях путешествий, – был совершен первый трансатлантический авиационный пассажирский рейс. Это

именно огромное влияние на развитие путешествий на дальние расстояния, краткосрочных поездок, а также на развитие круизного бизнеса.

Мир стал доступен практически любому туристу. Авиаационный транспорт позволяет большому количеству людей путешествовать быстро, далеко, делая туризм интернациональным, демократичным, массовым. В это же время начала формироваться круизная индустрия, привлекающая в настоящее время десятки миллионов туристов.

Начиная с 50 – х гг. туристские связи, путешествия и обмены все более крепили и расширялись. Росту туризма способствовало также заключение специальных соглашений между европейскими западными странами. Они предусматривали обмен большими группами туристов.

На смену богатых одиночек (представителей имущих классов) приходит туризм, в который все больше вовлекаются средние слои населения: служащие, учащаяся молодежь, техническая и научная интеллигенция. Крупнейшие предприниматели в туристском бизнесе начинают делать ставку на получение больших доходов в связи с развитием более массовых форм туризма. Этому способствовало развитие технического прогресса на транспорте, в средствах размещения, питания и в других видах обслуживания.

Немаловажное значение в совершенствовании международных туристских связей имеет формирование нормальной базы обменов и путешествий. Эта работа была начата в 50 – е гг. В 1963 г. на Римской конференции ООН по туризму и экскурсиям было принято и утверждено выдвинутое еще в 1954 г. определение международного понятия “турист”, которое до этого в разных странах трактовалось по – разному. Единое понятие “турист” служит основой при проведении международного статического учета, определении туристского таможенного права, а также при предоставлении транспортных скидок различным группам туристов и т. д.

Вот это определение:

“Туристы – это лица, путешествующие с любой целью, кроме поиска заработка и перемены постоянного места жительства, при сроке пребывания вне своего места жительства не менее 24 часов (менее 24 часов – экскурсант). Согласно данному определению туристами являются лица, совершающие поездки в целях: служебных командировок, посещения съездов, конгрессов, симпозиумов, отдыха, лечения, развлечений, учебы, по семейным и по религиозным причинам,

а также лица, путешествующие по морю". Оно зафиксировало разнообразие целей путешествия и, следовательно, необходимую дифференциацию туристского обслуживания.

Самая влиятельная в настоящее время международная туристская организация всемирного характера была создана в 1975 г. на базе преобразованного неправительственного Международного союза официальных туристских организаций (МСОТО). Она называется Всемирная туристская организация (ВТО) и действует под эгидой Организаций Объединенных Наций (ООН). В состав ВТО входят 134 страны и территории (в том числе и Россия), представленные национальными министерствами по туризму, а также государственными и частными туристскими структурами. Генеральные ассамблеи ВТО – наиболее значительные ее мероприятия – проводятся раз в два года.

Устав ВТО был принят 27 сентября 1975 г. А с 1979 г. по решению 111 сессии Генеральной ассамблеи ВТО в Торремолиносе (Испания) этот день празднуется как Всемирный день туризма. Впервые Всемирный день туризма проводился в 1980 г. под девизом "Вклад туризма в сохранение культурного наследия и в обеспечение мира и взаимопонимания".

В 1980 г., 10 октября, на Всемирной конференции по туризму (г. Манила, Филиппины) была принята Манильская декларация по мировому туризму. Она провозгласила понимание туризма как деятельности, имеющей важное значение в жизни народов в силу непосредственного воздействия на социальную, культурную, образовательную и экономическую области жизни государств и на их международные отношения.

Вопросу совершенствования нормальной базы международного туризма была посвящена VI сессия Генеральной ассамблеи ВТО 17 – 26 сентября 1985 г. (г. София). Она торжественно провозгласила принципы международного туризма, зафиксированные в Хартии туризма и Кодексе туриста. При создании данных документов эксперты ВТО руководствовались уставом ООН (ст.3, § 1), Всеобщей декларацией прав человека, принятой Генеральной ассамблеей ООН в 1948 г. (ст. 24), и Международным пактом об экономических, социальных и культурных правах, принятым Генеральной ассамблеей ООН в 1966 г. Эти два документа сегодня являются важнейшими базовыми и даже программными для развития мирового туризма, носят, несомненно, гуманитарный, прогрессивный характер и способствуют не только правильному отношению всех объектов туристского

движения к туристским обменам и поездкам, но и сближению наций и народов, стремлению к взаимопониманию, а также уважению нациями друг друга.

14 ноября 1994 г. в Японии на Всемирной конференции министров по туризму был принят еще один важный международный документ в области туризма – Туристская декларация, подчеркивающая еще раз важность туризма для развития государств и международных отношений на современном этапе.

В 70 – е гг. наибольшее развитие международный туризм получил в Европе – 72,6% всего объема – и в Северной Америке – около 18,3%. Лишь 9,1% объема международного туризма приходилось на все другие регионы мира. Эта тенденция сохранялась и в 80 – е гг..

В 1985 г. на Европу приходилось 70,3% из 300 млн прибытий всех иностранных туристов. Валютные поступления от их обслуживания составили 58,9 млрд долл.

В 90 – е гг. при сохранении приоритета европейского туризма он стал активно развиваться на Азиатском и Южно – Американском континентах, в Австралии и Японии. В 90 – е гг. долевое распределение туристских прибытий выглядит уже следующим образом: на Европу приходится 58,7%, на Америку – 19,5, на остальные регионы – 21,8% (в том числе: Восточная Азия/Тихоокеанский регион – 15,2%, Африка – 3,3, Ближний Восток – 2,5, Южная Азия – 0,7%).

Валютные поступления от туризма во всем мире в 1996 г. достигли более 420 млн долл., в том числе: в Европе – 214,47 млн долл., Америке – 106,38 млн долл., Восточной Азии – 82,436 млн долл., Африке – 7,62 млн долл., на ближнем Востоке – 8,24 млн долл., в Южной Азии – 3,9 млн долл.

Последние статические данные за 1999 г. показывают непрекращающийся рост мирового туристского движения. Число туристов, путешествовавших за границу в 1999 г., составило 657 млн человек. Доходы от туризма составили 455 млрд.

НОВЫЕ СЛОВА И ВЫРАЖЕНИЯ

1. античные путешественники 古希腊罗马的旅行者
2. загадочный остров британия 谜一般的不列颠岛
3. мифы и легенды 神话与传说
4. средневековые рыцари 中世纪的骑士
5. великие географические открытия 地理大发现

6. туристская индустрия 旅游产业
7. феномен XX в. 二十世纪奇观
8. дитя XX в. 二十世纪的产物
9. гуманитарные взаимоотношения между людьми 人与人之间的人文关系
10. продать кого-что за половину стоимости как оптовую покупку 按半价批发出售…
11. первая акция 第一笔业务
12. круиз (по морям) 海上旅行, 海上旅游
13. переехать на жительство 迁居
14. туристское бюро 旅行社
15. отчислять комиссионные 付佣金
16. положить (或 дать) начало чему 开始..., 开创..., <转> 为...奠定基础
17. Всемирная выставка в Париже 巴黎万国博览会
18. популярный туристский маршрут 流行的旅游线路
19. компания “Америкен экспресс” (“Амэксо”) “美国特快列车”公司
20. Международная ассоциация гостиничных работников 国际旅店业工作者联合会
21. МГА (Международная гостиничная ассоциация) 国际旅店业协会
22. высокообеспеченный класс 富有阶层, 有钱人阶层
23. колыбель туризма 旅游业的摇篮
24. инициаторы строительства туристских гостиниц 旅游宾馆建设的倡导者
25. горячие и целебные источники 具有医疗保健作用的温泉
26. архитектурные и культурные памятники 建筑文物及文化古迹
27. строительство туристских объектов 建设旅游设施
28. взять на себя финансирование рекламы и всех мероприятий 承担广告和其他活动的投资
29. сфера хозяйственной деятельности 经济界, 经济部门
30. сложность и своеобразие туристского спроса 旅游要求的复杂性和独特性
31. сложный туристский оборот 旅游业复杂的局面
32. самостоятельные специализированные организации в области туризма 独立的专业旅游机构
33. заниматься формированием комплексного туристского обслуживания (продукта) 从事成套旅游产品(服务项目)生产