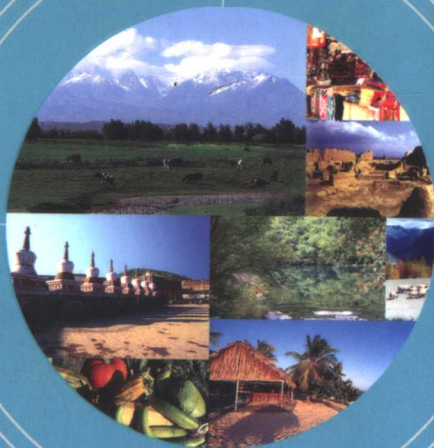


DAOYOU ZHISHI BEIJING DE LILUN YU SHIJIAN

导游知识背景的 理论与实践

DAOYOU ZHISHI BEIJING DE
LILUN YU SHIJIAN

李晋宏 编著



中国旅游出版社

责任编辑：高 瑞

装帧设计：缪 惟 鲁 筱

责任印制：冯冬青

图书在版编目 (CIP) 数据

导游知识背景的理论与实践/李晋宏编著. - 北京: 中国旅游出版社, 2006. 6

ISBN 7 - 5032 - 2910 - 1

I. 导… II. 李… III. 导游 - 研究 IV. F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 058192 号

书 名：导游知识背景的理论与实践

作 者：李晋宏

出版发行：中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲 9 号 邮编：100005)

<http://www.cttp.net.cn> E-mail: cttp@ccta.gov.cn

发行部电话：010 - 85166507 85166517

排 版：北京中文天地文化艺术有限公司

经 销：全国各地新华书店

印 刷：北京新魏印刷厂

版 次：2006 年 6 月第 1 版 2006 年 6 月第 1 次印刷

开 本：787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张：17.75

印 数：3000 册

字 数：300 千

定 价：26.00 元

I S B N 7 - 5032 - 2910 - 1/G · 809

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与发行部联系调换

前言

“旅游”，从我开始认识它的那天起，我就深深地喜欢上了它。也许我的有生之年都将与之结下不解之缘。

也许是工作的缘故，我常常听到导游专业的学生对将来茫茫然，常常看到进取无门的导游人员，还常常听到有人说“没事干就去带带团吧”……面对导游职业的现状，我困惑着，思考着，努力着。

中国的旅游业正以磅礴之势向前发展，大批的文人学者和企业家不断地投身到旅游业的研究和实践队伍中来，旅游从业人员队伍迅速壮大。在旅游从业队伍中，庞大的导游队伍是发展旅游业的中坚力量，其素质的高低，直接体现出旅游目的地的接待质量，直接影响着旅游目的地的吸引力、经济效益和社会效益。

从全国范围来看，自1989年国家旅游局第一次组织导游资格考试至今，全国持证导游人员已有几十万人，而且各地每年都有一大批新导游人员充实进来。但是，纵观目前全国各地对导游人员的管理却不尽如人意，与飞速发展的旅游业相比，导游人员管理一直处于滞后的局面，管理的滞后性直接影响到了导游素质的进一步提高，缺乏提升导游个体的学习平台、学习模式和其他职业相对应的社会认知，在现有的导游管理机构中，导游员的成长空间受制约，致使导游队伍中良莠难分，挫伤了一部分优秀导游人员的主动性和积极性，也助长了一部分导游人员的利欲熏心，严重影响了导游人员在社会中的整体形象，妨碍了旅游市场的有序性和健康发展。

结合自己的教学、科研和实践，吸收相关领域的理论成果，如心理学、传播学、行为学、认知学、艺术学、组织学等，编写了《导游知识背景的原理

论与实践》一书，希望构建一种导游人员获取知识、增强技能和自觉学习的模式，积极倡导运用背景学的相关理论指导导游实践，立足于人类个体、群体和社会的背景系统进行分析，把理论与实践巧妙地结合起来，进而形成有效、立体的导游人员管理体系，逐步培养出多元化、专业化的学习型导游人员队伍，为中国旅游业的发展提供强有力的人力资源保障。

由于本人学识有限，涉足旅游时日有限，有些思考尚不够深入和全面，有待进一步的研究和完善，真诚欢迎各位同人批评指正。在写作过程中，我得到了山西省旅游局政策法规处陈少卿处长和人教处袁莉副处长、山西省旅游培训中心乔晋灵主任的大力支持，也得到了好友山西大学商务学院许萍老师（高级导游员）的大力帮助，在此一并致以衷心的感谢。

李晋宏

2006年3月于太原

目 录

前 言	(1)
-----------	-------

第一篇 导游知识背景理论基础篇

第一章 导游知识背景引论	(3)
一、旅游活动与导游过程	(3)
二、旅游系统与导游知识背景	(6)
三、导游知识背景的对象、内容与结构模式	(12)
四、导游知识背景分类	(14)
五、培养导游人员旅游知识背景意识的必要性	(16)
第二章 导游知识背景的理论基础	(18)
一、知识学习与认知理论	(18)
二、文化与传播理论	(26)
三、知识管理与运作	(30)
四、知识背景基础理论	(34)

第二篇 导游知识背景分析

第三章 旅游行业知识背景	(43)
第一节 现代旅游产生的事件背景	(43)

一、社会历史事件背景	(43)
二、科技事件背景	(47)
三、人文事件背景	(55)
四、行业事件背景	(65)
五、组织事件背景	(77)
第二节 21 世纪旅游业展望	(82)
一、旅游与文明的对话	(84)
二、旅游业中的大联合	(85)
三、情景服务是未来旅游业的特色	(87)
四、人类本性的回归	(88)
 第四章 旅游宏观知识背景	(91)
第一节 世界旅游区概况	(91)
一、亚洲及太平洋旅游区	(91)
二、欧洲旅游区	(93)
三、美洲旅游区	(94)
四、非洲旅游区	(95)
五、南极洲旅游区	(96)
第二节 旅游目的地背景	(96)
一、社会背景	(97)
二、市场背景	(98)
三、经济背景	(99)
四、环境质量背景	(100)
五、文化背景	(101)
第三节 旅游客源地背景	(103)
一、旅游客源地构成概况	(104)
二、旅游客源地知识背景举例	(106)
 第五章 旅游人力资源知识背景	(116)
一、旅游人力资源概况	(116)
二、世界旅游人力资源概况	(117)
三、中国旅游人力资源概况	(119)

※ 导游必读

法国旅游业的根基——旅游办公室与首创联合会	(121)
-----------------------------	-------

第三篇 导游解说系统的知识背景

第六章 自然知识背景	(127)
------------------	-------

第一节 自然与旅游的关系	(127)
--------------------	-------

一、自然是旅游产生的物质基础	(127)
----------------------	-------

二、自然背景差异对旅游的影响	(128)
----------------------	-------

三、自然背景与旅游吸引力的强度	(128)
-----------------------	-------

第二节 基础自然知识	(129)
------------------	-------

一、世界自然知识	(129)
----------------	-------

二、中国自然知识	(130)
----------------	-------

第三节 自然组成元素	(131)
------------------	-------

一、地理元素	(131)
--------------	-------

※ 导游必读

中国山地有关知识介绍	(133)
------------------	-------

※ 导游必读

中国海岸知识介绍	(137)
----------------	-------

※ 导游必读

我国典型地质现象遗存介绍	(140)
--------------------	-------

※ 导游必读

火山知识简介	(146)
--------------	-------

二、水域元素	(154)
--------------	-------

※ 导游必读

国家海滨公园介绍	(156)
----------------	-------

※ 导游必读

中国水资源 (water resources of China) 简介	(166)
---	-------

※ 导游必读

西藏的河流与湖泊	(169)
----------------	-------

※ 导游必读	
部分中外著名瀑布简介	(172)
三、生物元素	(178)
※ 导游必读	
中国的珍稀热带动植物资源	(186)
四、天文元素	(187)
※ 导游必读	
中国气候的基本特征介绍	(190)
第七章 人文知识背景	(193)
第一节 人文背景概况	(194)
一、世界人文背景概况	(194)
二、中国人文背景概况	(195)
※ 导游必读	
人地适应模式的历史演变	(197)
第二节 人文组成元素	(198)
一、古代人文元素	(198)
※ 导游必读	
中国古人类遗存与古氏族文化	(203)
二、现代人文元素	(204)
三、民族文化元素	(210)
四、世界文化遗产	(214)
※ 导游必读	
中国的世界遗产	(216)
五、有影响的事件	(217)
六、购物类元素	(219)
※ 导游必读	
导游解说系统中自然与人文背景的主要特点	(220)
第八章 生活知识背景	(223)
第一节 人际交往的基础	(223)
一、人际关系的基础	(223)

二、旅游中的旅游者	(224)
三、旅游中的导游员	(225)
第二节 生活服务常识	(226)
一、出入境知识	(226)
二、交通知识	(231)
三、邮电通讯知识	(236)
四、货币、保险知识	(238)
五、卫生救护常识及其他	(241)

第四篇 导游知识背景的实践

第九章 导游知识背景的实践分析	(247)
第一节 导游词的设计与再现	(247)
一、导游词的设计	(247)
二、导游词的再现	(249)
※ 导游必读	
导游词的设计与再现模式	(250)
第二节 导游背景实践类型分析	(252)
一、模拟导游背景分析	(252)
二、情境导游背景分析	(253)
※ 导游必读	
以山西平遥古城为例, 比较分析“模拟导游”与	
“情境导游”	(254)
三、突发事件背景分析	(255)
※ 导游必读	
各类客观性突发事件背景分析及处理低限	(257)
※ 导游必读	
各类主观性突发事件背景分析及处理低限	(261)
第十章 建立学习型导游组织	(264)
一、建立学习型导游组织的背景	(264)

二、学习型导游组织的内涵和特质·····	(265)
三、如何创建学习型导游组织·····	(266)
主要参考文献·····	(269)
后 记·····	(271)

第一篇

导游知识背景理论基础篇

世界旅游业在飞速的向前发展，旅游市场呈现出热闹非凡的局面，现代人的旅游需求同一日三餐一般必不可少，而且在质量和花色品种上追求极致。在现代旅游大餐中，当作为烹饪原料的旅游资源逐步开发到成熟的程度，食、住、行不再是旅游目的地吸引力的制约因素，旅游市场也在良性竞争中稳步发展时，导游在旅游大餐中的角色和所起的作用将日益凸现出来，导游的质量会直接影响到大餐的组织安排、特色再现、味道散发、营养吸收、精神氛围等。因此，为了让游客有滋有味地品尝旅游大餐，在用餐（即旅游）的过程中真正感受大餐的魅力，增强旅游目的地的吸引动力，让我们从基础理论开始一步一步地走进导游，阐释导游之本，建构现代旅游之魂。

第一章 导游知识背景引论

一、旅游活动与导游过程

1. 旅游活动

旅行自古有之。人类为了生存而迁移，或为了财富而冒险，出于人类本能所形成的人自身的空间位移的行为都可以称之为旅行。然而，由于经济和交通工具的限制以及社会治安没有保障，所以，人类早期的旅行总是与艰苦和危险联系在一起，成为属于少数人的冒险行为。只是到了近代，旅行才与愉快和游乐联系在了一起，有了真正的旅游体验，并且随着经济的发展，旅游越来越普及，参加旅游的人越来越多，旅游的范围越来越广，规模越来越大，逐步成为全球性的、大规模的人类社会活动。

现代人们常说的“旅游”一般包含两层意思，即“旅”（旅行）和“游”（游览），旅行是手段，游览是目的。“旅游活动”就是旅行和游览相结合而形成的一种社会经济文化活动。旅行的动机也是多种多样的，如探亲访友、商业贸易、参加会议等，只有当旅行达到了“游览”的目的，即获得放松、消遣、愉悦等精神的享受时，才称得上是旅游活动。否则，旅游活动则无从谈起。所以，从这个意义上说，旅游活动是以游览为目的的旅行。

旅游活动就其性质而言，是社会的一种消费行为，是人类生活达到一定水平后的一种精神文化的需求。虽然旅游活动是经济活动和文化活动的一种融合，但文化活动是基本的、主要的活动内容。所以，旅游活动体现的是多种文化的交流和融合，是人类的一种文化生活方式。随着现代旅游业的发展，旅游活动更加深入人心，成为现代人的一种消费时尚。

旅游活动是大规模的人际交往活动，是现代人的一种新颖的高级消费形式，是人们喜爱的一项“求知、求新、求奇、求异、求乐”的综合性审美活动。人们在旅游活动中获取知识，振奋精神，扩大阅历，陶冶情操，增进与

异国、异地居民的相互了解和友谊。

旅游活动是一项寻觅美、欣赏美、享受美的综合性审美活动。它集自然美、人文美、生活美、艺术美为一体，熔文物、古迹、建筑、雕塑、绘画、书法、音乐、戏剧风情、美食于一炉，满足各种审美情趣的旅游者的不同审美需求。

2. 导游过程

人类自从有了旅行，就出现了为旅行者服务的“向导”。如帝王巡幸狩猎时的大臣、侍从，外国使臣在中国游览时的陪同“译官”，士人、学子漫游时的书童，僧侣、樵夫、马夫、店小二等，往往有熟悉当地情况的人作向导。向导不仅引路，还尽其所能介绍游览的景点和当地的风俗民情，他们所提供的服务在某些方面已近似现代导游员的工作了。不过，“向导”的主要职责是领路，在其他方面没有要求，同时，由于古代参加旅行的人数不多，向导没有、也不可能以此为业，靠此谋生。1846年前，无论在外国还是在中国，均未形成专业的向导队伍。

由于旅游活动的人数、规模、范围的扩大，“向导”随着旅行社的出现开始逐步走向了职业化，有一大批人开始以此作为谋生的手段，产生了现代意义上的“导游”。当旅游者到异国他乡旅游时，必然会产生不知所措的陌生感、茫然感、拘谨感、孤独感和不安全感，需要有熟悉当地情况的人指点、陪伴，为其引路，解决食宿、游览、语言不通和日常生活中出现的种种问题，还要避免因不了解当地习俗而造成的误会和不愉快。这个为游客解决困难的人就是导游员。导游员，集“导”与“游”于一身，为旅游者引路、讲解，科学地安排生活和旅游活动，帮助游客获得安全感，使其在新环境中获得新的心理平衡，精神愉悦地投入旅游活动，取得最佳的旅游效果。可见，无论是为了增长知识和阅历，还是从认识、观赏事物的顺序上和与当地人的交流上，旅游者都离不开导游员的帮助、指点，导游员的作用很特殊。如今，导游工作已成为现代旅游业中的代表性服务工作。导游工作在不同的时代、不同的国家有不同的特点和要求，这是由社会制度、经济发展水平、思想意识、民族文化和旅游业发展阶段的差异决定的。

当今世界，几乎每个国家和地区都在发展旅游业，旅游市场上可谓强手林立，竞争激烈，而且愈演愈烈。现代旅游市场的竞争，归根结底是“人”的竞争。一个国家和地区的旅游业能否生存、发展，关键在于自身是否拥有很强的竞争能力，是否享有很高的信誉，而保持、提高旅游竞争力和信誉的

最有效办法是充分发挥旅游工作者特别是导游员的主观能动性,提供高质量的旅游服务,以吸引回头客,并对潜在的旅游者产生最大限度的吸引力。可以说,一个国家和地区的旅游业的发展与兴旺,在很大程度上取决于是否拥有一支高水平的、能征善战的旅游工作者队伍,特别是一支优秀的导游队伍。也可以说,哪儿有旅游活动,哪儿就有为旅游者服务的导游员;哪儿有一支高水平的导游队伍,哪儿的旅游业就兴旺发达。一个国家和地区的旅游业的生存和发展与导游员的素质水平休戚相关。

从旅游者的需求来看,旅游者来到陌生的异国他乡,若无人指点迷津,往往不知道怎样欣赏旅游目的地的自然美、社会美和艺术美等,就无法领略到融汇在名胜古迹、风俗民情中的一个国家和地区的文化真谛,也就得不到真正的美的享受了。为了让旅游者在短时间内享受到异国他乡的自然风光,了解和欣赏到那里独特的人文景观,更好地适应并融入旅游目的地社会生活背景中,满足旅游者的不同层次的审美需求,导游员需要在导游过程中的每一个环节注意服务技巧的运用,旅游者不仅需要导游员在游览现场针对不同客源地的个性化旅游者作生动、精彩的景点再现讲解,而且需要导游员帮助其了解异国他乡的生活习俗和审美习惯,较完整地回答游客的深度追问,这些提问大多数与旅游目的地相关知识背景有关,因为他们很想知道旅游目的地风土民情、禁忌习俗、社会生活以及当前的热门话题。旅游者希望他们的导游员是一位有知识、有能力的引导者,是他们的旅游活动第一线的称职的组织者,同时也希望导游员是一位无所不知、无所不晓的“万事通”,希望通过这样的导游讲解及各方面的指点、帮助来认识旅游目的地,增长知识,获取教益,得到精神享受。

常说导游是一门艺术,是语言艺术、交际艺术、传播艺术、表演艺术、领导艺术等的综合表现。这些艺术在导游过程的不同阶段主次鲜明地表现出来,导游员的角色也在导游过程中不停地发生转换,如引路者、解说者、生活指导者、宣传者、协调者、组织者、安全保卫者、信息收集者等等。而每一种角色的表现都有其特殊的背景支撑,这些背景相对于某一个旅游目的地而言,有的属“实”(与该旅游目的地直接相关的),有的属“虚”(与该旅游目的地间接相关的,或关系不太密切的),在整个导游过程中“虚”“实”交融地存在着。因此,导游员必须掌握这种背景变化的规律或技巧,如果导游员意识不到这些背景的重要性,忽视了这些背景的存在和动态的连续性转换,导游过程就容易失去其基本的旅游意义,或变

成一种程式化的、静止不变的僵化过程，导游员将退化到原始“向导”的地步，起不到提示、解惑以及认知的作用，将无法适应现代旅游业不断求新的发展。

可见，导游过程是旅游知识背景不断变化的动态过程，是把为旅游者提供的领路、讲解、生活服务等融为一体的无数“焦点”的综合表现过程，同时，这些焦点又是大量自然、人文、社会、生活等背景现象的再现过程。那么，导游工作是表现“虚”与再现“实”的完美统一，而不应该只是机械性的背诵和应酬，这是做现代导游员越来越重要的基本素质要求了。

二、旅游系统与导游知识背景

1. 旅游系统与导游功能

吴必虎教授认为，从系统理论角度来考虑，旅游活动实际上是一个系统，旅游系统构架应包括4个部分，即客源市场系统、出行系统、目的地系统和支持系统。

客源市场系统：由休闲者和旅游者及其生活环境所形成。

出行系统：主要是由旅行社提供的旅游咨询、旅行预订和旅行服务等；由政府、旅游目的地或旅游销售商向旅游者提供的信息服务；以及旅游目的地的规划和主办的，意在激发潜在游客出行动机的旅游宣传、营销等子系统组成，其中包括运移游客的交通设施（公路、铁路、水上航线、空中航线、缆车、索道、游径及乘坐设施等）。

目的地系统：在目的地产品策划、规划和营销过程中，涉及到旅游产品的市场分析的目的地系统，主要是指为已经到达出行终点的游客提供游览、娱乐、经历体验、食宿、购物、享受或某些特殊服务等旅游需求的多种因素的综合体。它是旅游系统中与旅游者联系最密切的子系统，它和出行系统中的交通因素一起，常被人们通俗地归纳为六要素说。具体来讲，目的地系统是由吸引物、设施和服务三方面要素系统组成。吸引物系统，是在旅游资源的基础上经过一定程度的开发形成的，一般包括景观系统和旅游节事两个部分，所以有时可以将吸引物系统近似地理解为旅游资源系统。景观系统一般可以分为原赋景观（Physical Landscape，一般包括自然遗产景观和文化遗产景观）和人工景观（Artificial Landscape，主要有主题公园和现代城市休闲园林）两种类型。旅游节事（Tourist Hallmark Events）是指围绕某一事件，如啤酒节、桃花节、饮食节、火把节等组织的意在吸引旅游者前往观看、参与

的活动。设施子系统,包括除交通设施以外的基础设施(给排水、供电、废物处置、通讯及部分社会设施)、接待设施(宾馆、餐饮)、康体娱乐设施(运动设施、娱乐设施等)和购物设施等四部分。设施系统和前述吸引物系统往往构成旅游资源学、旅游规划、园林设计、饭店管理等学科的主要研究对象,这些内容也常常是政府和开发商特别关注的事项,在目的地系统中常常受到忽视的因素是服务系统。服务子系统,是一类特殊的子系统,它是造成目的地的吸引力的有机组成部分。虽然它大部分情况下是非物态的,却由于极富人情味而对旅游者起到举足轻重的吸引作用。旅游人类学、旅游心理学和旅游社会学对此有较大关注。

上述客源市场系统、出行系统和目的地系统共同组成一个结构紧密的内部系统,在其外围还形成一个由政策、制度、环境、人才等因素组成的支持系统(Support System)。

支持系统:在这一子系统中政府处于特别重要的位置,此外教育机构也担负着非常重要的责任。支持子系统不能独立存在,而是依附于其他3个子系统,并对3个子系统同时或分别发生重要作用。支持系统应成为旅游科学研究中一个重要的组成部分,如果缺乏政府政策保障、环境影响评价和保护计划,以及专门人才教育和培训的旅游系统支撑,那么将会导致旅游发展中社会影响恶化、资源损毁、环境质量退化、经济衰退等不良后果。其中,旅游从业人员的培养和发展是支持系统的人力资源保障。实际上,从某个角度而言,旅游发展战略的制定及其实施本身,就可看成是某种形式的旅游健康发展的政策保障,即旅游发展战略编制行为本身也是旅游系统的一个组成部分,是旅游业可持续发展的必要保障。

2. 旅游要素与导游知识内容

旅游要素是由食、住、行、游、购、娱六大要素构成的。6个字既代表了旅游的核心内容,也表示了旅游包罗万象的特征,构成了旅游活动的基本要素。而旅游客源、旅游目的地以及旅游中介(交通及旅游服务业)则为旅游过程的基本对象和主要内容,只有一定的旅游目的地作为特定的旅游产品并形成一定范围的旅游客源市场,加上能够提供基本满足游客完成游览过程的旅游中介服务机构,才能最终完成旅游六大要素的价值过程,使旅游经济活动得以完整体现。其中,导游是联系旅游目的(旅游产品)和旅游客源(市场消费者)之间的纽带和桥梁,属于旅游中介环节具体而直接的服务层面,是与游客面对面的服务人员,他的一举一动,都会影响到游客的游览兴