

# 浅谈旅游中跨文化交际能力的培养

— 以韩国人赴华责任旅游为例 —

权玗廷\*

## 目 录

- 一. 引言
- 二. 相关概念与意义
- 三. 韩国人赴华旅游现状与特征
- 四. 责任旅游的跨文化交际能力因素
- 五. 责任旅游：培养跨文化交际能力的旅程
- 六. 结语

## 1. 引言

随着全球化步伐不断加快，交通相关行业的发展，使人们的流动日益频繁，流动范围更加广阔。对个人而言，生活水平的提高和各种相关制度的完善，促进国内外旅游。随着旅游的大众化，国际旅游已经成为普遍的休闲娱乐活动之一。据世界旅游组织发布的数据表明，2016年全球国际旅游人数达到12亿3千5百万人次<sup>1)</sup>，可知国际旅游不仅是一种休闲娱乐活动，也是一种全球范围内规模庞大的跨文化交流活动。

韩中两国1992年建交以来，两国经济交流规模持续扩大，民间交流也随之增

---

\* 北京大学新闻与传播学院博士研究生

1) UNWTO.Sustained growth in international tourism despite challenges. <http://www2.unwto.org/press-release/2017-01-17/sustained-growth-international-tourism-despite-challenges>. [2017-4-15].

加。尤其以旅游形式的民间交流规模非常大。根据中国国家旅游局统计，自2002年起，赴华外国游客中，韩国游客人数占首位。2015年赴华旅游的韩国人数达到444.44万人次，其中以会议、商务为目的的有110.58万人次，以观光休闲为目的的有202.24万人次<sup>2)</sup>。统计数据表明，旅游是韩中两国之间普遍的、规模庞大的跨文化交流活动。本文从跨文化传播学的视角，讨论韩国人的中国旅游特征，从中理解在旅游活动中培养跨文化交际能力之可行性。

## 二. 相关概念与意义

### 1. 相关概念界定

关于旅游的定义可谓众说纷纭，莫衷一是。其中，相对权威的定义为世界旅游组织 (World Tourism Organization, 缩写: UNWTO) 所提出的：“旅游是人们出自获取报酬以外的任何目的而向其日常环境以外的地方旅行并在该地停留不超过一年所产生的活动。”联合国的官方旅行机构国际联合会认为：“旅游是指到一个国家访问，停留超过24个小时的短期旅客，其旅游目的属于下列两项之一：悠逸（包括娱乐、度假、保健、研究、宗教或体育运动）或业务、出使、开会等。”从文化学的角度指出：“旅游是一种文化现象，是人类物质文化生活和精神文化生活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的活动，为实现自身某种需要而作的非定居的旅行的一个动态过程的复合体<sup>3)</sup>。”旅游作为文化间的交流，不只是个人行为，而是一种文化现象、是一种文化体验<sup>4)</sup>。旅游是不同文化背景的人们之间的交流，不同文化的体验和感受。因此，值得我们关注旅游的跨文化交际

2) 中国国家旅游局. 2016年入境外国游客人数. 2016-01-18[2017-2-20]

[http://www.cnta.gov.cn/zwgk/lysj/201601/t20160118\\_758408.shtml](http://www.cnta.gov.cn/zwgk/lysj/201601/t20160118_758408.shtml).

3) 沈祖祥：《旅游史学科建设的若干构想》，《社会科学》1990年（7），第76页。

4) 曹诗图：《旅游哲学引论》，南开大学出版社，2008年，第43页。

属性。

关于跨文化交际能力因素的讨论在传播学和语言教学领域里一直在进行。虽然，不同领域在具体观点上有不同的侧重点，许多学者对于跨文化交际能力的构成基本达成了共识——它由三个基本层面组成：知识（认知层面）、态度（情感层面）和技能（行为层面），认知层面包括语言和非语言等交流体系、文化知识以及认知综合能力等；情感层面包含适应动机、移情等；行为层面包括各种交际能力、协同能力及应对策略等。

一些学者认为有效的跨文化交流者需要动机、充分的知识以及有效的跨文化交流技能<sup>5)</sup>。

## 2. 旅游的两大意义

### 一、提升国家形象及文化软实力的重要途径

著名未来学者约翰·奈斯比特（John Naisbitt）曾在《大趋势（Megatrends 2000）》中提到旅游业作为新兴产业，会成为地球上规模最大的产业。如他所言，旅游已经渗透到世界各个角落。从产业的角度，各个国家都重视旅游这一产业的发展，努力于把它作为一个品牌，成为国家的支柱产业，吸引更多的游客。

旅游作为一种特殊的文化活动已经成为世界范围内文化交流与形象传播的重要途径。旅游作为一种文化商品，跟东道国的国家形象紧密联系，旅游过程中，旅游者通过历史、文化、自然资源、旅游设施、住宿、交通、饮食等各种要素，形成了旅游目的地的国家形象。因此，关于旅游形象的研究已成为学界的一个热门研究课题。

旅游目的地形象和国家形象本身是很复杂的概念。近年来有些学者开始关注这两个概念的相似性，试图在两个研究领域间建立一个沟通的桥梁。研究旅游与国家形象之间相互影响和传播过程，以及国家形象的定位等会成为制定相关

5) Cross-Cultural Communication, Fifth edition北京：北京大学出版社，2007年，第303页。

的政策、提升文化软实力的重要依据。

## 二、培养跨文化交际能力的有效途径

现代生活的进程中，人们萌发对他人真实生活的强烈兴趣与好奇，希望通过旅游可以实现这种愿望，可接触到当地人民、文化。从这个意义上，旅游是通过跨文化交流满足旅游者兴趣的很好的平台，带来有效的跨文化交际机会。但，事实上，由于旅游行为的组织化、机构化，旅游者的所看到有些活动不一定是真实的，而是一个“舞台化的事实”，并且各种因素会导致旅游中所形成的形象偏离原来要传播的形象内涵。

目前关于旅游的研究主要围绕旅游者对旅游目的地选择行为或者验证旅游动机、信息来源、满意度、忠诚度之间关系。关于跨文化交际行为和培养跨文化交际能力等方面的研究还不足。尤其是这二十多年来韩中关系的发展及传播媒介的发展，引起了很多旅游内容和形式的变化，本文借用跨文化交际的基本概念，探讨如何旅游中跨文化交际能力的培养。

## 三、韩国人赴华旅游现状与特征

### 1. 韩国人赴华旅游现状

旅游者人数是衡量两国民间交流水平的重要依据，又是了解跨文化交流特点的重要切入点。对韩国人来说，赴华旅游有着距离相近、许多人文遗产和自然景观等理由，是优先选择的旅游地。韩中两国重新建交以来，赴华旅游人数呈现大幅度增加。1992年韩国出境旅游人数达204.3万人，其中赴华旅游者人数只有112,403人。直到1996年出境旅游人数达到464.9万人，其中赴华旅游者人数有693,944人，不到5年，韩国人赴华人数增加6倍。随着韩中两国政治、经济、文化交流日益密切，到2002年韩国已经取代了日本，成为中国入境旅游第一大

客源国家。虽因1997年和2008年的金融危机，交流人次有所减少，其他时间则一直持续增加。历来韩国人出境人数和韩国人赴华人数如下：

表1 韩国人的出境与赴华人数

年度	韩国人出境人数 (名)	比往年增加率 (%)	韩国人赴华人数 (名)	同比增长率 (%)
1992	2,043,299	-	112,403	-
1993	2,419,930	18.4%	189,868	68.9%
1994	3,154,326	30.4%	340,312	79.24%
1995	3,818,740	21.1%	529,467	55.6%
1996	4,649,251	21.8%	693,944	31.1%
1997	4,542,159	-2.3%	781,119	12.6%
1998	3,066,926	-32.5%	632,806	-19.0%
1999	4,341,546	41.6%	991,979	56.8%
2000	5,508,242	26.9%	1,344,721	35.6%
2001	6,084,476	10.5%	1,678,836	24.8%
2002	7,123,407	17.1%	2,124,310	26.5%
2003	7,086,133	-0.5%	1,945,500	-8.4%
2004	8,825,585	24.5%	2,844,893	46.2%
2005	10,080,143	14.2%	3,545,341	24.5%
2006	11,609,878	15.2%	3,923,986	10.8%
2007	13,324,977	14.8%	4,776,752	21.8%
2008	11,996,094	-10.0%	3,960,392	-17.1%
2009	9,494,111	-20.9%	3,197,500	-19.3%
2010	12,488,364	31.5%	4,076,400	27.5%
2011	12,693,733	1.6%	4,185,400	2.7%
2012	13,736,976	8.2%	4,069,800	-2.8%
2013	14,846,485	8.1%	3,969,000	-2.5%
2014	16,080,684	8.3%	4,181,700	5.4%
2015	19,310,430	20.1%	4,444,400	6.3%

※資料來源 韓國出境旅游人數整理自韓國觀光公社网站，韓國赴華旅游人數整理自中国国家旅游局网站

## 2. 韩国人赴华旅游特征

### 一、韩国人具有独特的中国旅游路线

旅游目的包括休闲娱乐、探亲访友、商务考察、健康医疗、宗教朝拜以及其他目的。韩国人赴华旅游不仅仅上述几个旅游目的以外，还有以历史事件和文学作品为主要探访目的的旅游。尤其是历史探访，韩中建交初期，主要旅游目的地是以中国东北三省为主的高句丽历史遗址和韩国独立运动活动地。由韩国报社或相关研究所组织的，以青少年和大学生为主要对象的中国旅游是具有代表性的旅游形式之一。此类旅游由历史专家率领学生进行深度学习与讨论的活动。历史探访形式是从遗址、文物为中心的旅游，逐渐发展为以历史人物的行迹为中心的旅游。例如，具有代表性的人物为进行独立运动的金佐镇将军纪念事业会组织的青山里历史大长征。此活动从2001年起，每年10天的日程进行<sup>6)</sup>。旅游路线为忠南洪城金佐镇长军故居→大连→丹东→青山里战绩地→延吉→龙井→图们→东京城→海林→哈尔滨→首尔。

另一个是以文学作品为中心的旅游。韩国的汉学家和中国文学专家，将自己所研究领域的人物或作品为主要旅游路线，用学术考察与旅游结合的方式进行旅游。其中，具有代表性的作品为《热河日记》。《热河日记》是韩国朝鲜时代的文学家朴趾源跟随朝鲜朝廷为了祝贺中国清朝乾隆皇帝的七十大寿派遣的使节团来中国时，用日记、随笔、政论等多种文体记载的书，内容包括与各界人士的交流、当时中国社会、不同阶层的中国民众的生活等。汉学家跟着朴趾源的行程中，一边感受当时的沿岸朴趾源的痕迹，另一方面考察当代中国大陆广阔的土地以及独特的风俗，深思韩国人如何面对复杂形势的国际化时代。是一种温故而知新的旅游。通过历史记载贯穿在现代我们和了解中国现实生活以及其内涵的规律。

6) 社团法人白夜金佐镇将军纪念事业会 <http://www.kimjwajin.org/index.php>.

## 二. 旅游成员之间的凝聚力较强

参加国际旅游的动机是想要摆脱本国社会、文化中的义务和约束,即社会关系的约束,从工作劳动义务中解放出来时间。团体旅游是韩国人赴华旅游的的普遍方式。旅游者组织旅游的时候,先组织一同去旅游的成员。其成员包括家人、亲戚、同门、同事、邻居等多种社会关系。韩国是集体主义趋向较高的社会。不少韩国民众参与同学会、同事会、爱好会、乡亲会、同乡会等学校、工作单位、兴趣爱好、家乡等多种社会组织。旅游往往担任巩固上述社会关系的手段,可以说旅游是加强成员之间的凝聚力的手段。

## 三. 旅游者对媒介所传播的信息与形象深受影响

近期韩国媒介中旅游类节目非常多。其中一类是以《世界文化纪行》为代表的旅游节目,由一位专家担任导游,并按照自己的专业视角游览旅游目的地。节目中所涉及的旅游目的地主要两大类:一类是以边境、偏远地区为主要旅游路线。例如,云南、甘肃、宁夏、新疆东部等一般的旅游者不太容易选择的地方。尤其是旅游云南、贵州、内蒙古等少数民族较多的地区时,主要介绍他们的生活方式和风俗习惯等独特之处。另一类是以文学作品背景为旅游目的地。苏州、兰州、西安、敦煌等与著名唐诗宋词作者或其作品有关的目的地为主要旅游路线。

近期综艺节目的影响力非常大。节目以轻松愉快的方式吸引受众,传播旅游目的地各种信息与形象。节目中引起受众反响的景点、饮食或各种体验项目会为旅行社和旅游者的行程安排提供参考依据。

## 四. 赴华旅游者多样化、专业化

韩中两国建交初期能够传播中国和旅游信息的主要是外交官等政府官员、记者以及学者等。他们从自己的视角观察中国,并图书出版的形式积极传播。随着两国民间交流增加,掌握汉语能力的人数大幅增加,目前赴华旅游者逐渐多样化、专业化。除了中国专家学者以外,建筑学、地理学等不同学科专业以及

作者、演员、厨师、学生等不同行业的旅游者，从自己的视角积极探索中国文化并进行比较。此外，专业旅行家、旅行作家以及旅游摄影家的出现，对旅游目的地形象传播产生巨大的作用。

#### 五. 旅游形式逐步多样化

旅游的多种形式中，团体旅游是相对普遍的旅游模式。不过，单一化团体旅游的集体行为无法满足当今旅游者的多种需求。有些旅游者对于旅游的思考逐渐从“去哪儿旅游？”转移到“如何旅游？”。近来关于旅游形态的反省和需求的多样化，产生了不少新的旅游模式，其中一类叫“责任旅游”。此类形式的旅游的主要目的地是中国云南、贵州、内蒙古等少数民族地区。此类旅游是以往的“观看旅游”转移到“体验行动旅游”。旅游中安排和鼓励与当地居民跨文化交际。可以称为真正意义上跨文化交际。下面进一步探讨具体内容。

### 四. 责任旅游的跨文化交际能力因素

责任旅游组织者旅游前安排学习参与旅游者如何与不同文化背景的人进行跨文化交流。韩国责任旅游组织机构“国际民主联队”所提供的《责任旅游建议事项》<sup>7)</sup>中，也能看到跨文化交际的基本准则，其内容包括：1.旅途中遇上当地人带着笑容交流；2.尊重当地文化；3.尝试使用全球第一语言--肢体语言；4.每餐享用当地饮食；5.关爱地球的旅行-尽量减少化石燃料的消费；6.不是导游引导的旅游，而是旅游者自己创造的旅游；7.尊重其他参加责任旅游的成员；8.学习简单的当地语言，以便与当地人直接交流；9.准备自己的洗漱用品；10.别太追求暖气、热水等舒适的条件；11.购买当地生产的物品；12.小费是一种小小的心意；13.尝试当地的小吃。可见，其行为准则比较简单、具体、并且较容易去实践。

7) 韩国国际民主联队责任旅游事业团官方网站. <http://www.fairtour.co.kr>, [2017-11-20].

按照跨文化交际能力因素分类责任旅游的具体行为准则如下表所示：

表2 责任旅游行为准则的跨文化交际能力特征

跨文化交际能力		责任旅游具体行为准则
分类	具体内容	
认知	语言、非语言知识； 文化知识； 认知综合能力	· 学习基本的当地语言、整体历史文化背景以及风俗习惯等生活方式
情感	适应动机； 移情	· 尊重当地文化 · 尽可能利用当地人所运营的旅游设施 · 关爱地球的旅行-尽量减少化石燃料的消费 · 别太追求暖气、热水等舒适的条件 · 准备自己的洗漱用品 · 不是导游引导的旅游，而是旅游者自己创造的旅游 · 尊重其他参加责任旅游的成员
行为	交际能力； 协同能力； 应对策略	· 旅途中遇上当地人带着笑容交流 · 学习简单的当地语言，以便与当地人直接交流 · 尝试使用世界第一语言--肢体语言 · 尝试当地的小吃 · 小费是一种小小的心意 · 体会当地居民的住宿、交通工具、饮食 · 购买当地生产的物品

\*资料来源：笔者整理

## 五. 责任旅游：培养跨文化交际能力的旅程

韩国国际民主联队自2009年开办责任旅游，由一批最早从事责任旅游的策划者负责策划，在责任旅游理念的指导下，其实践经验具有较高的专业性；韩国国际民主联队举办的责任旅游地主要以中国为主，参与责任旅游的旅游者之间积极分享赴华旅游的过程与旅游心得。因此，本研究从韩国国际民主联队网站

中的交流论坛选出53篇游记<sup>8)</sup>，从中进一步筛选，以它作为研究对象。其原则是：一、剔除中国以外的游记；二、合并一位作者在同一次旅游后的多篇游记，最后共筛选出18篇游记进行文本分析。接着再将游记中体现出的旅游者行为按照跨文化交际能力的要素的认知能力、情感能力以及行为能力等三个层面进行比较、归纳，试图了解韩国人赴华进行责任旅游所建议的跨文化交流行为特征。

#### 一、跨文化交际能力：认知

了解不同文化是重要的旅游动机之一。不过实际上旅游者在进行旅游过程中对目的地的知识有限。责任旅游组织者在旅游前以讲座形式传递责任旅游的意义、旅游目的地的概况、风俗习惯以及生活方式。游记中体现出比较全面的、丰富的、详细的当地文化、民俗以及各个风景的特点。

*“责任旅游跟其它旅游感觉不同。以前参加过的旅游大部分都是站在远处观看当地居民，而责任旅游则是走进他们的生活并且可以靠近当地文化的旅游。”*

旅游者参与旅游之前已经对责任旅游的旅游意义及形式有所了解，心理上及行为上有所准备而参加，虽然旅游费用比一般的团体旅游要高，整个旅游过程没有那么舒适，但可以得到心理的满足感。

*“团体旅游像是家常、平淡口味的食物；而责任旅游更像是自己动手准备的美食，感到很有成就感。”*

#### 二、跨文化交际能力：情感

责任旅游希望旅游者尊重旅游地的居民以及他们的文化，充分体会并感受当地生活方式、风俗习惯等。而且旅游中尽可能体验以类似当地居民的生活条

8) 韩国国际民主联队责任旅游交流论坛. <http://cafe.daum.net/yunnanfair>, [2017-4-20].

件。目前责任旅游的主要旅游目的地大多数不是大城市，而是相对偏远的地方。以中国为例，主要旅游地是云南、贵州以及内蒙古等中国少数民族居住地区。旅游者对旅游地的少数民族如白族、彝族的生活环境以及他们的心态感到好奇，也对顺应自然环境共存的当地居民表示尊重甚至敬佩。有些旅游者借此旅游反思自己烦躁的生活以及思考生活的态度。

*“不知为什么选择这么高、这么险峻的地方耕地？不过在他们脸上看不见任何对生活的抱怨，看起来满足于自己的生活，感到很幸福。突然想起自己虽然生活水平比他们高，不过一直在竞争的城市中生活，感觉很有压力、不愉快。”*

*“我们在白族阿姨运营的客栈里住了一宿，见到脸上灿烂笑容迎接我的阿姨，就像见到自己的妈妈一样，感到特别亲切。”*

现代旅游中的摄影已是必不可少的行为。一般旅游中，我们往往把当地居民看似一种旅游商品，无意间，没事先得到对方的允许就直接拍摄。责任旅游最强调的内容就是尊重他们的文化和生活习俗。在摄影行为上，旅游者注意行为细节。

*“我用相机朝着他们拍的时候，突然觉得自己的行为很无礼。”*

责任旅游者因为很靠近当地居民，得以亲自接触并与他们交流，因此对他们建立起人际关系之后，便能够表现出尊重对方的行为。

### 三、跨文化交际能力：行为

多数旅游者希望旅游就是交上新朋友的旅途。语言或非语言是交流的基本工具。责任旅游给出建议：在旅游前学习一些旅游目的地的语言，尝试使用当地语言跟当地人交流。旅游中如果遇到当地人和语言不通的情况时就带着笑容面

对，引导旅游者使用一些非语言的方式交流。

有些游记中还提到旅途中学到的少数民族语言：

“我们在香格里拉，参加他们的晚宴，喊着“Yaso, Yaso, Yayaso”，（汉语中的意思是“加油，加油，加加油”）表演者和观众融为一体，尽情地欣赏他们的舞蹈和歌曲。”

“感谢跟我一起参与活动的同游们。因为你们，这次旅游更有意义、更加快乐，扎西得嘞。（汉语中的意思是吉祥如意）”

在跨文化交流过程中，非语言交流也起着很大的作用。例如，通过非语言的形式进行各种文化体验或者游戏。

“在路上遇到的大爷，虽然我们语言不通，但微笑是无边界的。”

“没想到当地的少数民族这么喜欢韩国游戏，不过他们现在已经都忘了怎么玩的吧。”

跨文化环境中旅游在吃、住、行等各方面会有跟自己的生活习惯不同的地方而感到不适应、不方便。不过参与责任旅游者只要勇于尝试、敢于体会，就能从中获得一些不同以往的感受。

“来旅游之前下决心说要吃当地的饮食，不过还是不合口味，瞥看到我的身旁有一个孩子用充满好奇心的眼神看着我，让我感到欣慰，也只好尝一尝了。”

“跟牧民聊天，喝着奶茶，还亲自挤奶、做奶酪，是一次很难得的体验。”

“穿着少数民族的传统服装，觉得我就变成他们了。”

通过团体旅游方式参加国际旅游，住宿、饮食、参观景点都是预先安排好的，旅游者自己很难制造与当地入接触、交流的机会。责任旅游在旅游日程中，会特地安排让旅游者体验与当地入沟通交流、或逛当地市场购物等活动。试穿当地民族服装以及体验生活中的文化活动，直接与当地人接触的机会较多。

也可以向当地人学习歌舞或一些小工艺品的制作方法：

“我们到了周城里的白族家庭，我们参观了年轻妈妈讲解自然染色的过程。不过我不是很感兴趣，吹气球给小孩儿玩，小孩太小了，他对此也没兴趣。”

责任旅游的意义与其他旅游形式不同，旅游者参加旅游的同时也能够参与社会公益，使旅游者从中得到满足。责任旅游的组织者让旅游者尽可能利用当地人运营的住宿、餐厅、交通工具，并且在旅程中安排在当地市场购物的体验。旅途中每顿饭尽量吃当地的饮食，鼓励旅游者积极尝试当地小吃，对了解当地文化与支持当地经济有所助益。责任旅游收取较一般团体旅游要高的旅费，旅游者所得到的各种设施或服务条件却相对较差；可是，旅游者普遍希望并有信任借由自己的旅游消费活动改善当地居民的生活条件，因此旅游者反倒对于其它没有抱怨。

## 六. 结语

本文首先梳理韩国人赴华旅游现状及几个特征，并从跨文化交际学的角度，探讨责任旅游培养跨文化交际能力的可能性。国际旅游是直接、典型的跨文化交流行为，通过国际旅游活动可以有机会跟当地人进行更深度的跨文化交流，

借此了解当地文化。不过在现代旅游者在旅游行为中，难免受到时间、空间等限制。尤其是参加团体旅游的旅游者，一般难以突破这种限制，很少有机会开展跨文化交际活动。责任旅游作为一种新的旅游模式，包含了丰富的跨文化交流的意义。它具有一套具体的旅游行为标准，引导旅游者如何在旅游中进行跨文化交际，让旅游者重新思考旅游的意义。旅游前，通过专家讲座让旅游者了解旅游目的地的风俗习惯、生活方式等文化特征，并且通过责任旅游的行为指南，具体传达旅游者如何与当地居民进行跨文化交流。过程中旅游者使用简单的当地语言和非语言形式跟当地居民交流，有助于培养跨文化交际能力。在住宿、交通、饮食等旅游的重要因素的安排中，责任旅游尽量让旅游者走进当地居民的生活中去体验他们的文化，例如：在旅游中安排逛市场、体验文化活动的机会，希望旅游者有机会跟当地居民交流、沟通。旅游后通过游记、照片、讨论会等方式跟旅游者之间进行交流，借此继续传播旅游后的感受及心得。在跨文化交际中，旅游者也会学会观察当地居民的表情及行为，提高相互之间的情感交流，可以消除文化成见，通过以上的知识交流及实践行为逐步实现跨文化交际能力的提升。虽然目前责任旅游具有旅游费用相对较高，其目的地偏重于落后偏远的少数民族地区等一定的局限性。不过，责任旅游的具体行为准则及其运营模式能够体现着跨文化交际能力的认知、情感、行为层面，是旅游者在旅游活动中培养并提高跨文化交际能力的一种新尝试。

## 参考文献

- UNWTO. Sustained growth in international tourism despite challenges[OL].  
<http://www2.unwto.org/press-release/2017-01-17/sustained-growth-international-tourism-despite-challenges>.
- 韩国国际民主联队责任旅游事业团官方网站. <http://www.fairtour.co.kr>.
- 社团法人白夜金佐镇将军纪念事业会<http://www.kimjwajin.org/index.php>.
- 国际民主联队责任旅游交流论坛. <http://cafe.daum.net/yunnanfair>.
- 中国国家旅游局. 2016年入境外国游客人数. [http://www.cnta.gov.cn/zwgk/lysj/201601/t20160118\\_758408.shtml](http://www.cnta.gov.cn/zwgk/lysj/201601/t20160118_758408.shtml).
- Cross-Cultural Communication, Fifth edition, 北京:北京大学出版社, 2007年。
- 沈祖祥:《旅游史学科建设的若干构想》《社会科学》1990(7), 第76页。
- 田应华:《旅游社会学概论》中国物质出版社, 2011, 第1页。
- 曹诗图:《旅游哲学引论》南开大学出版社, 2008, 第43页。
- 张帆:《负责任旅游及其相关概念辨析》《旅游论坛》2012(5), 第1-6页。

## Abstract

### On Tourism and the Cultivation of Intercultural Communication Ability : A case study of Korean Tourists cognition on Chinese

Kwon, Hyun-jung

International tourism is not only a recreational activity but also a global scale of the cross-cultural exchanges. With the development of tourism, gradually took on the individuation and diversification of the tourism consumption demand incentive tourism, thus appear a lot of different tourist destination. Having characteristics of tourism model, among them is "Responsible Tourism". This article first introduces the characteristics of the Chinese tourism of the Koreans, and the origin of responsible tourism and the intercultural communication factors contained in it. Through the travel notes of Korean tourists, we can understand their intercultural communication behavior in tourism, so as to explore the practice of developing intercultural communication ability in tourism.

**Key words** : Intercultural Communication Ability, Responsible Tourism, Korean Tourists, Chinese Tourism

투 고 일 : 2018. 1. 10. / 심 사 일 : 2018. 1. 15.~ 2018. 2. 15. / 게재확정일 : 2018. 2. 20.