

最新对香文化的心得体会(优秀6篇)

心得体会是对所经历的事物的理解和领悟的一种表达方式，是对自身成长和发展的一种反思和总结。好的心得体会对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇心得体会下面小编给大家带来关于学习心得体会范文，希望会对大家的工作与学习有所帮助。

对香文化的心得体会篇一

本文通过对首饰文化的理解和总结，认为珠宝首饰内部所蕴含的文化修为已经渗入到我们生活的方方面面，同时首饰文化的宣传和推广也影响着现代人们的生活方式和情感需求。

1、首饰与宗教信仰

珠宝玉石往往被认为是天神所赐的宝物，通过它们可以与天、地、神进行沟通，因此，人类常常将宝玉石制作成首饰佩戴，以期望达到驱邪避凶，吉祥如意，万事顺利，财源广进的寓意。

所以珠宝首饰在这一方面有三种表现方式：

(1)作为“御鬼魔、敬鬼神”消灾避邪的护身符

从古至今，多数国家和民族都有将珠宝首饰作为护身符的传统。

但不同国家，其珠宝品种不相同，所代表的寓意不同：如东方人喜欢佩戴玉雕佛像，以保护自己；中东人则认为绿松石、珊瑚具有消灾避邪及防病治病的神奇功能。

(2)作为使自己“走好运、获吉祥、得幸福”的幸运物

这种象征也具有古老的传统，今天也具有普遍意义。

珠宝首饰大多有明确的主题，这些主题多出自一个典故、一个传说等，寄托我们的情感。

如玉石首饰：雕有两只羊的如意雕件，代表吉祥如意；一龙一凤纹饰组合，代表龙凤呈祥等。

(3) 作为祝贺和纪念意义的寄托物

人们在节日或者有纪念意义的日子里，会购买或佩带一些首饰来寄托情感，如端午节带红绳串珠的链子、母亲节的首饰、毕业升职礼物等等。

西方国家崇尚的星座石、生辰石、结婚石等等，最早也被认为具有辟邪护身的魔力，随着科学的发展人们已经不再相信这些特殊功效，然而却把它作为一种美好的愿望和习俗继承下来融入到首饰文化中，以寄托人们的情感。

2、首饰与价值观念

首饰的材料如贵金属(金、银等)、宝玉石等，特点为美观、耐久和稀有，故从被人们发现到使用，多数都是集中在达官显贵手里，那么也就使得首饰逐渐演变成了一种代表高价值的商品。

(1) 作为权力大小、地位高低和金钱贫富的标志

这种象征在古代十分普遍，如代表权力的玉玺、金印，封官拜爵的玉佩等。

郭沫若在《中国史稿》中有这样的评述：“商代的玉石工艺具有高度的水平，奴隶主和贵族，无论男女都要佩戴玉佩，还有雕琢成的各种礼器，如圭、璋、璧、琮之类，以显示自

己的身份”。

在清代，将红宝石作为亲王和一品官顶戴的标志等，也说明宝石与人们的价值观念有一定的关联和象征意义。

就现在一般人的观点看，凡佩戴珍贵宝石的人，非富则贵，即便其身无分文，其身上佩戴的珠宝首饰也可帮他完成支付功能。

(2) 作为投资和家庭保值传世的标志

由于天然珠宝是一种财富的象征，或者说是一种浓缩的财富，其价格逐年上升，因而往往被购买者作为投资、市场流通和家庭保值传世的硬通货。

从历代世界各国王公贵族和统治阶层对珠宝收藏的热情来看，珠宝首饰历来就是一部分人重要的储备资产，拥有珠宝首饰的数量和珍贵程度也常常成为一国财富多少及国力强盛的重要标志。

我国古代珠宝还作为货币工具，“宝石为上币，黄金为中币，刀币为下币”便是最好的说明，而且传家宝也是衍生出的很有趣的一种家庭财产。

3、首饰与审美情操

首饰作为美化生活装缀自己的饰品，这种功能贯穿古今，如古代有凤钗、步摇、耳坠、项链、手镯等各种珠宝饰品，现代的珠宝首饰种类更是琳琅满目。

不同时代的首饰蕴含着不同的文化、文明意义及信息，如：距今5000多年的古埃及皇后的木乃伊的手臂上就装饰有包金的绿松石手镯，让我们了解到当时古埃及人的美学追求和当时发达的工艺技术。

另一方面来讲，鉴赏不同时代、不同民族的珠宝首饰会使人感到愉悦，获得美的享受，体会美的意境，从这个角度来讲，珠宝首饰也影响着我们的审美观念，也正是由于这样，人们设计珠宝首饰的思路理念越来越广泛，珠宝首饰的品种也越来越多样化。

另外，同一首饰在不同的国家、不同民族或不同人的主观意识中所表达的审美也有所不同。

例如西方人喜欢闪闪发光、色彩艳丽的宝石，东方人喜欢色彩温润的玉石，而中东人则钟情于象征天地神秘色彩的绿松石和青金石。

4、首饰与社会生活

首饰为人们认识已有数千年之久。

在日常生活中，人们意识到珠宝首饰除了装饰以外，某些还具有实用的功效。

(1) 珠宝的物用功效。

最早追溯到石器时代的玉斧、玉刀、玉剑、玉矛等。

随着历史的发展，物用珠宝越来越多，如玉角杯、玉灯、玉碗、玉碟、玉瓶、玉砚、玉笔、玉印盒、玉笔筒、玉酒具等等。

至今仍有广泛用途。

(2) 珠宝的药用功效。

我国古代对珠宝的药用价值早就有所认识。

中医书中记载有关于琥珀的药性歌：“琥珀肚脐甘平，散瘀

通淋能镇惊，癲痢目疾失眠症，辨血腹痛小便通”；明代医学家李时珍在《本草纲目》中认为：“珍珠可安魂魄，止遗精百浊，解痘疗毒；能镇定安神，除翳名目，清热解毒，止咳化痰”。

古埃及人相信青金岩是治疗忧郁病的良药；希腊人和罗马人曾用青金石粉作为补药和泻药；还有人将青金岩作为催生石，认为有促进产妇生产的效用。

据现代医学研究发现：戴耳环实质上是对耳部眼穴进行长期的温和刺激，可以起到预防眼病的作用；海蓝宝石能缓解呼吸道系统的病痛；钻石能使人精力旺盛等等。

总的来说，珠宝首饰文化就是指在历史长河中，珠宝首饰由于被人们认识和使用而使其内部所蕴含的`有关宗教信仰、哲学思想、审美情操、价值观念以及珠宝首饰与政治、经济、风俗习惯的关系。

【参考文献】

[1]王蓓. 珠宝玉石首饰基础[m].中国地质大学出版社，.

[2]张蓓莉，陈华，孙凤民. 珠宝首饰评估[m].地质出版社，2000.

[3]段体玉. 珠宝玉石首饰基础知识问答[m].中国标准出版社，.

[4]田培学. 珠宝首饰鉴评[m].中国地质大学出版社，.

[5]郭颖. 宝石的鉴赏与投资[m].印刷工业出版社，.

对香文化的心得体会篇二

饮食体现文化，文化融于饮食。云南省饮食文化可追溯夏商时期。千百年来，这一“俗”文化不断发展，不断沉淀，饮食与文化早已相互渗透、密不可分。饮食体现了云南的文化，文化反映着云南的饮食。民以食为天，人民的社会生活最离不开的是一日三餐乃至多餐。因此我们要慎重对待。

二、适时开展饮食文化旅游

旅游业是当今世界发展得最快的朝阳产业之一，已经成为中国许多省份的支柱产业和替代产业。如何把云南省宝贵的饮食文化资源同动态的旅游活动相结合，做到既弘扬饮食文化，又发展了旅游产业，使之更为特色化，这就涉及到饮食文化旅游产品的开发问题了。

20世纪90年代初，云南省旅游处于一个高峰时期，刚刚发展起来的云南旅游形式一片大好，这个落后的少数民族大省给世界耳目一新和感受。饮食作为一个吃的概念是古老的，但作为一个旅游的概念却是新的。专项旅游的发展给我们的饮食文化也提供了一个舞台，而这个舞台本身具有很强的可塑性，云南省的饮食文化不仅是吃这么简单，更有许多文化藏于其间。其中，吃的顺序是云南省传统饮食文化发展的基础，也是云南省旅游发展的‘潜力所在。

三、把握饮食文化开发的几个原则

（一）“俗文化”中求趣

在云南省饮食文化中，很多是由“俗”文化组成的，在云南的饮食习俗中，人们的“趋吉”心理表现尤为强烈，不少节日和喜庆之日的食品都带有祈求平安幸福、向往进步光明之意。中国传统节庆多用“吃”来纪念或庆祝，因此出现了大量与之相关的食品。如有些地区除夕之夜吃鱼，往往只是作

为一个象征，鱼作为宴会的最后一道菜，端上桌后谁都不吃，寓意这尾鱼是今年剩下来留给明年的，表达了人们对“年年有余”和家业发达的渴望。因此，在饮食文化旅游产品的开发过程中，要牢牢把握这原则，它能让一道普通的菜肴富于韵味，从而吸引旅游者更拥护它。

云南饮食文化发展了几千年，从原始蒙昧时代到两千年的封建王朝统治时期，形成了富有云南省特色的形形色色的饮食习俗。弘扬饮食文化的传统特色也就是发掘其内在的文化思想。中国人赋予饮食的强烈文化意义，单从平平淡淡的菜名就可以略窥一斑。如手撕鸡肉烂饭、老鼠稀饭，老鼠干、蛆虫稀饭、鹤鹑肉汤等等。所以在推出特色旅游饮食文化产品的同时，还要特别注意把握这些传统的文化特色，弘扬民族文化，进而提高更多人的文化素养。

（二）创新中求规范

饮食文化事实上包含着传统文化和边缘文化（也就是平时所说的野史）两部分。对饮食文化旅游的开发也存在传统饮食文化旅游和边缘饮食文化旅游的开发之区分。我们应该清楚地认识到，无论是传统开发还是边缘开发，都要注重在创新的过程中强调一定的规范，避免在某种因素下盲目地求效益而忽视了文化本身带有的规范性和严肃性。开发饮食文化旅游的很大目的是为了弘扬云南省的文化内涵，即希望通过吃的途径将云南省几千年的饮食文化传给更多的人，为更多的人所了解和接受，而要达到这种效果。因此，开发者要充分地、规范地在饮食旅游文化产品中表达他们的愿望和意见，规范地遵守开发过程中所必须遵守的原则，注重经济、社会和生态效益的结合。

（三）走可持续发展之路

坚持开发与保护并重，注重保护生态环境，是21世纪旅游开发最重要的原则。可持续发展是在合理利用文化资源，不超

过其承载力的前提下，对旅游目的地的民族地方的民族地方特色充分挖掘，进行旅游包装后推向市场。对于食品而言，从表面上来看，似乎与生态资源的保护并没有太大的联系，而实际上，食品原料的采集在很大程度上取决于当地的自然环境的良好与否，保护好环境，才有可能拥有更多的原料提供给食品的生产。

总而言之，云南饮食文化带有很强的民族色彩，具有浓厚的文化性，是作为一种文化产品推出的理想品种。同时也是近几年来才把它作为一个文化旅游的产品单独开发。就它的发展状况而言，也存在着不少问题。因此，我们要结合各方面的因素，认真的去研究，让它为云南省的经济做出应有的贡献。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

[点击下载文档](#)

[搜索文档](#)

对香文化的心得体会篇三

表象理论结构特征

学作为上世纪90年代以来的产物，是西方文论的重要延续，经过几十年的发展，已经形成了自身的理论体系，对其研究

中承载着人类的物质与精神文化，尤其是表象理论的发展，其特征、结构对、文化等有了新的阐释，尤其是结构中的定型对文学造型与艺术事实对现实生活的模仿等在文学文化领域有了新的解释，是对当下文学文化现状研究的必然需求。

语言文化学自产生来时，在人文思想上坚持以为文本的理念，对各文化的特殊性加以尊重，对文化的内在性、民族性与本然性作出阐释。表象与知识更具有名族地域特色，因此对表象理论的研究可以反映出—个民族的情感倾向、自我文学、艺术等的发展与独特的思维特征。

本文所写的是表象问题，它与知识更具有民族特性，其独特的表象理论及其研究方法，在表现其独特的民族族心智特征上有重要意义。

表象—词并不是语言文化学先发明的，在古老的东西方早有其渊源。古希腊的亚里士多德就曾提出“概念来自表象”和“灵魂不能无表象而思维”的观点；中国中的表象思想主要表现在《周易》中，其中所表述的“象”更多的是意象，《周易》从“天人合一”的整体观角度出发，通过不同的意象来阐述世界本原以及事物的本质。

认为表象是对客观事物的印象留存于大脑记忆中，其产生是由外在的刺激物所引起的。学认为在头脑中形成的对感知事物的形象，无论是否受到刺激引发都存在于人们的意识里，也就是说，表象在生活中的作用很大，已经潜入到我们的思维之中，不自觉的影响我们的活动，同时表象还具有强烈的民族倾向性与思维特性。因此，对于语言文化学的民族来讲，表象更具重要性。因此语言文化学的表象理论研究对国际间文化的交流有着不可替代的作用。

语言文化学中的表象不同于—般意义的表象，包括形象与概念，以及与之相关的意义属性。可见，语言文化学范畴的表象具有很强的主观性，可以是集体也可以是个体的。表象结

构在当代比以往任何一个时候更为影响着我们的生活，尤其是多媒体网络技术所提供的独有形象，其结构所带给我们的直观刺激性、可感性更是让大众感到快意。也就是说，表象在更广范围的国家文化交流中，通过研究民族语言文化的特点，进而探询民族思维和精神世界，达到为国际文化交流服务。

表象可以分为集体表象和个体表象，因为表象具有双重性，它可以是个体的，也可以是集体的，这是表象特有的个体性和超个体性。具体到个体来说，每个个体都具有各不相同的个体表象，而从个体所属的民族文化角度来看，必然要接受从这一文化共同体中继承下来的民族的共同的表象，这就是集体表象。两者之前的区别研究在语言文化学之前便有：有的把集体意识看做成员世代继承的共同的信仰和感觉系统，在这个基础上群体可以产生共鸣；有的认为是一种特殊的认知形式，是“一般思想”中的知识，其内容、功能和再现都受社会制约；有的认为社会表象是一种社会现象，而不是认知现象，它们是关于行为、思想和价值的多层次系统等。

由上文可知，集体表象是语言文化研究的重点，因此，在表象理论中一般指集体表象。在集体表象的结构体系中主要有先例现象、定型、艺术事实与鬼神。

“先例”或“前例”，指“已有的事例”或者“可供后人援用或参考的事例”。语言学学术语“先例性”，基本是这个含义，表示“已有的可以供后人援用和参考的事例”。

先例现象作为一种表象，自然具有表象的特征，但是又有着自己的独特性。作为先例现象需要具备几个条件：具有超个体性，在这个个体共同体或者民族文化体中他们对本民族的语言文化很熟悉，如同常识知识一样熟知，至少知道这些现象存在；在认知层面上这个现象是现实存在的；此种现象在某个民族文化群体的言语中经常出现，带有民族标识。

先例现象具有自己的原型性与单一性，也就是说同一个民族中的先例现象有着相同的原型形象、评价取向及伴随意义。先例现象非常广泛，可以是言语思维活动的各种文本，也可以是非言语类的绘画等。但是语言文化学理论研究的主要是语言化先例现象，并按照语言单位本身特点将其划分为先例名、先例语句、先例情景与先例文本。中国的四大文学名著，他们的书名、故事情节、重要人物等被后人时时提起。这些文本已经成为了中国文化的象征，具有先例地位。

定型作为一种复杂的现象，可以从、心、认知学、语言学、民族心理学与民族语言学等方面加以论述，其中研究最多的就是社会学，社会学家们主张定型是在一定的民族精神需求与文化动机基础上产生的，是同种族行为方式相关的模式，它反映了一定的民族、或社会团体对某个需求的语言化符号，是社会需求的反映，在社会化进程中对个体意识有着典型的促进作用。

定型作为表象主要有情景和表象两种形式，前者是一种行为定型，后者是表象定型。因此定型又可分为情景定型与形象定型，情景定型如排队、、考试等情景，形象定型按照事物所属的不同领域有动植物定型、人类定型、职业定型、社会定型与人定型等。语言文化学主要是对反映民族文化的行为定型和形象定型有所关注，如民族行为定型中的传统风俗习惯等。在现实中有的行为定型仍在地区多以种植农作物为为主的形式保存着，还有在婚礼中的行为等也有不少不存。形象定型则侧重于更多的动物形象，如在西方文学中，绵羊多指性格上愚钝、倔强或者顺从命运等群体，狗熊是指笨拙、没教养、头脑简单、四肢发达的代表。从上可知，定型与先例现象基本相似，都带有民族性标识，是民族文化的表现，是主观对客体现实的反映。

艺术事实是现实的模仿，可以算是第二种现实，通常是文学等艺术作品中的人或物，它具有一定的民族标识性，对文化也有着重要的意义。艺术事实主要分为两类：现实生活中的

对应物与潜在世界、第二艺术世界，它们都可以在文学作品中出现。前者以镜子为例，一方面它具有客观属性，存在于人们的日常生活之中，另一方面在自我的传说、神话或文学作品中，镜子被赋予了神奇的魔力，能够知道古代、展望未来，这是在前一种现实镜子对照中的艺术事实。后者是仅仅存在于第二重现实中的艺术事实，如《西游记》哪吒三太子烽火轮、乾坤圈等，这些在现实中没有的东西，也只存在于潜在的艺术世界。

鬼神不具有原型性，同时在唯一性上比较缺少，他们存在于各种形象之中，如西方古希腊文化与古罗马文化中的鬼神由于地域民族的不同有着区别。鬼神和先例现象处于原型性和唯一性标尺的两端，具有完全截然相反的两极性质。

对香文化的心得体会篇四

针对社会主义市场经济引发的社会整体的多层次、多元化的复杂变化，以及这种变化对企业文化建设的深刻影响，如果企业文化不能从思想上实现由计划经济时代向市场经济时代的结构性根本转变，那么其原有的思想方式必将成为文化建设现代化的严重障碍。正如美国学者英格尔斯(inkels)所尖锐指出的：“再完善的现代制度和管理方式，再先进的技术工艺，也会在一群传统人的手里变成废纸一堆”。因此，企业文化建设思想的现代化，是社会主义市场经济条件下，企业文化建设现代化的首要内容，主要包括：(1)自主创新意识；(2)现代信息意识；(3)民主开放意识；(4)计划时效意识；(5)法律制度意识；(6)市场竞争意识。

在以市场经济为先导的社会现代化转型期，人们的价值观念也将发生冲突和变革。如果依据计划经济时代的既定价值观念出发来评断市场经济引发的社会生活中的新现象、新变化，是不可能得出科学正确的结论的。所以，社会主义市场经济条件下的企业文化建设内容体系，必须走向现代化，特别是从市场经济新的利益关系中，从变革的社会生活实际中来重

新构建企业文化建设内容体系。大致包括(1)充分肯定个人欲望的合理性，坚持尊重个人权益与承担社会责任相统一；(2)强调实事求是、解放思想，坚持继承优良传统与弘扬时代精神相结合；(3)培养自由竞争意识，坚持个人利益与集体利益、国家利益的有机结合；(4)重视自我价值的实现，坚持追求现实利益与维护公平公正相结合；(5)关注生命个体存在，坚持关心自我与关心他人、关心集体、关心国家、关心人类相结合；(6)尊重市场经济规律，坚持义利兼顾与义高于利相结合；(7)形成知识的价值观念，坚持反对封建迷信与培养科学精神相结合；(8)重视培养个人理想，坚持个人理想与社会共同理想有机结合。

社会主义市场经济条件下的企业文化建设组织，要求打破传统以培训、岗位、书本为中心的封闭式的组织结构，形成企业文化建设的组织机构和管理体制的开放性的多维网络结构，这样，企业文化建设与家庭、社会就会有效连接起来，相互支持、相互配合、相互促进、进而形成强大的文化建设教育合力。最终使企业文化建设走出自我封闭状态，而成为真实社会的一部分，避免了企业文化培养的片面化、畸形化，真正培养出适应社会主义市场经济发展的德才兼备的社会主义建设者。

随着社会主义市场经济的建立和完善，怎样通过企业文化建设张扬人的个性，激发人的主体意识成为文化建设模式改革的核心内容。我们传统的企业文化建设模式，特别是在计划经济体制下，往往强调以管理者为中心，维护领导尊严，实施专制式的文化建设模式。它要求员工对领导的服从，轻视员工自主创新意识的培养，否定员工的个性发展，这种模式很显然已不能适应市场经济发展对人才培养的客观而又迫切的需要。因此，建立“以员工为中心”的民主式的现代文化建设模式，是社会主义市场经济对企业文化建设的必然要求。它强调平等对话式的教育方式，要求教育者抛弃绝对权威的角色形象，充分肯定员工作为人的存在价值，提倡人的个性张扬，尊重受教育者主体性的客观需要，重视每个员工个体

潜能、思维创造、自主创新等各方面的充分自由的发展。

企业文化建设手段的现代化主要是指采用现代自然科学和社会科学的研究方法和手段，特别是信息和信息技术手段，提高企业文化建设的科学性和有效性。随着社会主义市场经济的深入发展，社会整体处于急剧变化的转型期，企业文化建设日益处于复杂多变的环境之中，变化着的不稳定因素往往打破已经形成的秩序平衡和稳定状态。企业人事教育部门要善于运用现代化的文化建设手段，深入实际，调查研究，准确把握企业文化建设面临的新问题、新情况，准确识别企业文化建设环境、对象、条件等方面的诸多变化，灵活机变地选择合适而有效的工作方式方法。

对香文化的心得体会篇五

一、文化产业经营管理人才培养存在的问题

（一）学生热衷于短期利益，长远职业培养难以完成

这种现象在职业培养中十分常见，一般学生在接触一段时间的专业教育之后，会对这个行业产生浓厚的兴趣并且把这个兴趣迅速的安排在实践中，学生在进行实践时，一般不会选择难度太大的进行，而且这些实践一般在学生的课余时间进行，并且有一定的报酬，这部分实践学校是无法进行阻拦的，从短期利益来看，学生利用课余时间，既锻炼了自己的实践能力，还获取了一定的酬劳，但是学生一旦发觉这种实践行为的短期利益，会利用大部分的课余时间进行实践，学生将所有的课余时间用来进行实践活动，这将严重影响学校的课业规划。文化产业的经营管理人员培养计划中不仅有时间过程，还需要大量的理论来做支撑，学生利用大部分的课余时间进行实践将意味着没有足够的时间能够进行理论学习，这对学生的长远职业规划是百害无一利的。

（二）教师和学生地位的问题

文化产业经营管理人才的培养在校期间教师应该注意理论知识的讲授，这种理论知识将手上必定要将教师放在主体，学生被动接受的位置，但这种教学方式学生接受能力差，教学效果不好，但是如果完全按照学生的意愿，那么理论知识将会被严重压缩，这将会影响教学进度，不利于人才培养。

（三）教学重点的划分问题

专业教育中，会把教学重点放在文化产业经营管理人才的培养上，教学重点也会放在这些专业知识中。在专业教育中也会有一些公共课的部分，这些部分不可取代，但是对学生的专业知识又影响不大，如果对课程的安排不够合理，必将会影响学生对教学重点的认知，造成学校对专业知识的混乱，学生无法在校期间完成文化产业经营管理人才的培养计划，那么培养期间内实践课程过少，也不利于计划的开展。

二、文化产业经营管理人才培养问题的解决

（一）建立教师和学生平等的教学理念

教师和学生放在平等的位置上进行教学时，任何一门学科建设中都应该注意的问题，尤其是我们要求培养的人才是一种复合式的人才，在培养的过程中，学生必须建立起自主学习的意识，有目的了解文化产业经营管理人才的培养方向和应用方向。教师在进行培养人才时应该注意了解文化企业的规律，了解企业对文化产业的要求，充当学生学习的总策划师，帮助学生了解文化产业。学生应该注意主动地、有针对性地进行学习，充分发挥学生的积极性、主动性，主动了解文化产业发展方向，主动进行实习，了解文化产业经营管理人员的工作内容。

（二）以培养经营管理能力为培养重点

在进行经营管理人才培养的过程中，难免会有一些公共课的

培养，为了更好的精简课程突出重点，在进行专业课和公共课的比例制定时，应该有严格的要求，应该以文化产业经营管理人员的培养为重点，专业方向要划定明确，让学生了解自身的专业和学习重点，我们培养的就是文化产业的经营管理人员。校内开设的一切的课程都应该是为专业课服务的，专业教育就应该有重点的进行培养。推行素质教育，不仅要在课程中培养学生的能力还应该抓住一切有可能的机会让学生主动的'进行经营管理能力的学习和锻炼。

（三）实践课程和理论教学相结合

在进行文化产业经营管理人员的培养上，应该注意将理论课堂和实践课堂相结合进行教学，经营管理人员的培养不是在课堂上就能培养出来的，只有让学生更多的接触文化产业，学生才能更准确的判断今后的工作方向和自身的能力。在理论课堂上进行讲授时，应该注意将一些文化产业的典型案例进行分析，让学生锻炼能够准确判断文化产业前进方向的能力。与文化产业的相关企业进行沟通，为学生提供更多的岗位，让学生进行实习，帮助学生更好的进入工作状态。

（四）产学研一体化培养模式

文化产业经营管理者需要促进和引导文化企业走向正确的发展道路，因此在对文化产业经营管理者进行培养时，应该引导学生主动接触文化产业，校内可提供校企合作方式进行一体化培养，也可以按照实际的文化产业企业模式进行教学，让学生在一种更加接近现实工作的场景下进行学习，对学生进行类似绩效考核的方式进行评判，帮助学生更快进入状态，促进文化产业经营管理人才培养。

三、结语

文化产业的经营管理对我们生活的影响很大，因此要培养出合格的文化产业经营管理人员要投入精力也不言而喻，文化

产业经营管理人才的培养和管理还需要社会各界的共同关注，对文化产业经营管理人才的培养模式做出更多探索。

对香文化的心得体会篇六

人生在世，吃穿二事，很早我们就知道了这句话。

人虽然作为高级动物，但仍需要与普通动物一样：“吃”。

所以，零零总总令人眼花缭乱的各类美食也孕育而生，从古至今，长盛不衰。

饮食行业也成为三百六十行常展长新的行当，而饮食业也形成了自己独特的文化，说的更直接些就是一种“吃”的文化。

中国有着50的悠久历史，中国有着灿烂丰富、博大精深的饮食文化；中国人注重“天人合一”，中餐以食表意、以物传情的特点。

所以也就使得中国传统的饮食美食都“食出有门”如中华饮食文化理论奠基人??孔子的《论语》中就有关于饮食“二不厌、三适度、十不食”的论述。

直至两千年后的今日，仍具有极高的理论指导性。

中华茶道始主??陆羽认为茶道在中华饮食文化中的地位几乎与酒等量齐观，他曾遍访名茶产区荐评品第，又精研泉水，次第品级。

中华食文化之圣??袁枚其《随园食单》经历五十年才写成，成为中华饮食史上光前裕后之作，也有中华饮食文化“食经”的美誉。

还有以味道治国的大臣??伊尹将饮食的“色、香、味、形”与治国相融合，所以就有了“治国若烹小鲜”之说。

由此，这就形成了我们传统的饮食有“四重”的特点：

1、重食：古人就有：“民以食为天”之说，见面常问“吃过没有？”足见饮食文化的地位。

2、重养：以“五谷”养“六脏”，饮食中重视人体养生保健。

3、重味：中华饮食最注意食物的味，讲究“色、香、味、型”。

各种味道差异构成各种菜系的基础。

4、重理：注意各种食物的搭配，以相生相克、相辅相成等阴阳调和之理性认识指导烹饪。

正是由于中华饮食讲究料、作、食等等的精细，内容丰富且博大精深，民族特色鲜明，既兼容又特别，从古到今，历代相传又推陈出新。

不同的饮食习惯造就了不同的饮食文化。

中国人大而全的一贯作风，吃饭时自然是七大盘、八大碗，一是显示了富足，二是摆足了排场；近而各地比吃、全国争雄，最终形成了八大菜系，也就是吃方面八个不同的“高手”；说得虽有些低俗，但还是很能传情达意的。

因此，中华饮食文化就其深层内涵，可以简单概括成八个字：精致、悦目、坠情、礼数。

这八个字，反映了饮食活动过程中饮食品质、审美体验、情感活动、社会功能等所包含的独特文化意蕴，也反映了饮食文化与中华优秀传统文化的密切联系。

精致;我们在得意时都喜欢在酒馆、餐厅里点几个精致小菜,或自己做几个精致小菜来犒赏自己与亲戚友人,而这时就需要吃出一种气氛、品位甚至是文化来。

饮食既然作为一种文化,一种“吃”的文化,精品意识作为一种文化精神,却越来越广泛、越来越深入地渗透、贯彻到整个饮食活动过程中。

选料、烹调、配伍乃至饮食环境,都体现着“精致”。

尤其是现在非常注重个人身体保健的现代社会,更是要求我们的饮食向精致化发展,使饮食中融入文化,透出文化,从而“吃”出文化来,避免和摒弃那种“过之屠门而大嚼”不雅行为和有损健康的不良习惯。

悦目;这是将“吃”的文化与内涵进行升华的高级阶段,体现了饮食文化的审美特征。

中华饮食之所以能够征服世界,重要原因之一,就在于它美,它令食者有“三月不知肉味”的同时,更令人拍案叫绝和赏心悦目。

这种悦目,是指中国饮食活动形式与内容的完美统一,是指它给人们所带来的审美愉悦和精神享受,首先是味道美。

孙中山先生讲“辨味不精,则烹调之术不妙”,将对“味”的审美视作烹调的第一要义。

令人悦目的美味佳肴作为饮食文化的一个基本内涵,它是中华饮食的魅力之所在,悦目贯穿在饮食活动过程的每一个环节中。

坠情;这是对中华饮食文化社会心理功能的概括。

因为菜系和饮食中蕴藏着各种感情在其中。

做的人付出心血和真情用心去做，而吃者更是品味到自己喜欢的饮食则抱着的是一种感激与赞赏。

吃吃喝喝，不能简单视之，它实际上是人与人之间情感交流的媒介，是一种别开生面的社交活动。

一边吃饭，一边聊天，可以做生意、交流信息、采访。

朋友离合，送往迎来，人们都习惯于在饭桌上表达惜别或欢迎的心情，感情上的**，人们也往往借酒菜平息。

这是饮食活动对于社会心理的调节功能。

过去的茶馆，大家坐下来喝茶、听书、摆龙门阵或者发泄对朝廷的不满，实在是一种极好的心理按摩。

中华饮食之所以具有“抒情”功能，是因为“饮德食和、万邦同乐”的哲学思想和由此而出现的具有民族特点的饮食方式。

对于饮食活动中的情感文化，有个引导和提升品位的问题。

我们要提倡健康优美、奋发向上的文化情调，追求一种高尚的情操。

礼数;是指饮食活动的礼仪性。

中国是礼仪之邦，而这种礼仪与礼数也渗透到了饮食当中。

而饮食讲究“礼数”，这与我们的传统文化有很大关系。

生老病死、送往迎来、祭神敬祖都是礼。

《礼记·礼运》中说：“夫礼之初，始诸饮食。”

“礼数”中也讲究着一种秩序和规范，比如在重要场合坐席的方向、箸匙的排列、上菜的次序、有些菜的象征、来历等等都体现着“礼数”。

我们谈“礼数”，更应把它理解成一种精神，一种内在的伦理精神，这种精神，贯穿在饮食活动过程中，从而构成中国饮食文明的逻辑起点。

饮食中的精致、悦目、坠情、礼数分别从不同的角度概括了中华饮食文化的基本内涵，换言之，这四个方面有机的构成了中华饮食文化这个整体概念。

但是，它们不是孤立地存在，而是相互依存、互为因果的，四者环环相生、完美统一，便形成中华饮食文化的最高境界。

而中华饮食也是中华民族从古至今用嘴“吃”出来了一种文化，一种浓厚的中华饮食文化，这种文化已经得以前仆后继的不断弘扬，已经影响到了我们自己和身边，影响到了全世界的饮食行业。