

旅游美学漫步

主编 逯红梅 王劲松 葛淑君



哈尔滨地图出版社

旅游美学漫步

LVYOU MEIXUE MANBU

主 编 逯红梅 王劲松 葛淑君

副主编 戚 峰

哈尔滨地图出版社

·哈尔滨·

图书在版编目(CIP)数据

旅游美学漫步 / 逯红梅, 王劲松, 葛淑君主编. —
哈尔滨: 哈尔滨地图出版社, 2010.5

ISBN 978-7-5465-0257-1

I. ①旅… II. ①逯… ②王… ③葛… III. ①旅游—
美学 IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 078043 号

哈尔滨地图出版社出版发行

(地址: 哈尔滨市南岗区测绘路 2 号 邮政编码: 150086)

哈尔滨天兴速达印务有限责任公司印刷

开本: 880 × 1 230 mm 1/32 印张: 11.375 字数: 330 千字

2010 年 5 月第 1 版 2010 年 5 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5465-0257-1

印数: 1~100 定价: 25.80 元

前 言

中国的传统文化博大精深,中国又是一个地域辽阔、历史悠久、文化灿烂、当代经济和社会发展成就惊人且充满活力、令世界刮目相看的国家。绚丽多姿的自然景观和博大精深的人文景观,构成了中国在这个地球上无与伦比、堪称一流的旅游景观,它不仅在国外旅游者眼中充满魅力,也在每一个中国人眼中充满魅力。近年来,人们对旅游活动的认识和理解也在发生着巨大的改变,拍照留影、走马观花式的观光旅游方式,正逐渐被各种“主题游”“深度游”所取代。在旅游活动中,人们希望了解文化艺术,体味风土人情,提高审美情趣。旅游也是一种“充电”,越来越多的游客通过旅游,学习传统文化,丰富自身阅历。正因为如此,在高校中开设《旅游美学》课程,对于学生审美情操的培养、知识结构的完善、人文综合素质的提升的作用是不言而喻的。

旅游美学作为研究旅游审美活动和审美价值的新兴学科,它运用美学的基本原理,指导旅游者,如何欣赏自然美、艺术美和社会美,揭示其审美特征,通过观赏,进一步了解这个地区和国家的自然风光、文化艺术和民情风俗,加深对人类文明的体验,得到更深的美感享受和审美教育,达到身心愉悦。美学家叶朗认为“旅游,从本质上说,就是一种审美活动。离开了审美,还谈什么旅游?旅游,涉及审美的一切领域,又涉及审美的一切形态。旅游活动就是审美活动”。

下面就教材内容做一下介绍。本书编者在学习和总结了前人研究成果的基础上,面对广大青年学生,结合公共选修课的特点,构建了本书的框架体系。

全书分为四大部分,共计十五章,其中第一部分为旅游美学导论,主要阐述旅游美学这一学科所依托的美学基础理论以及在旅游活动



过程中的一些审美心理过程和特征。

第二部分为感悟旅游资源,该部分选择了与观光旅游关系最为密切的自然风景、建筑、园林、书画、雕塑、中国的城乡风貌审美等几个方面为研究对象,进一步探讨其美学特征和审美方法。本书增加了中西方同类旅游资源比较,概括和总结了中西旅游在风格、特点等方面的差异,并在一定程度上适当分析产生的原因。使学生通过中西方同类旅游资源的比较,加深对中国各类旅游资源审美特征的进一步理解和掌握。

第三部分为旅游文化审美,是以往其他旅游美学教材极少涉及的领域,该部分囊括了民族风情审美、茶文化、酒文化、美食文化、服饰文化、宗教文化等与当前体验旅游关系最为密切的几个方面的内容,在全面阐述了其美学特征的同时又加入了赏析的内容,使教材能够做到理论与实践结合,便于教学。

第四部分为异域旅游审美。着重介绍俄罗斯的建筑、城市和工艺品等。有助于学生开阔眼界,既可以增强学生对同类旅游资源不同风格、特征的感性认识,又能引起学生对差异产生原因的深入思考,从而达到实践运用和一定理论分析相结合的培养目的。

本书编写人员分工如下:

第一章至第四章,第八章至第十三章由逯红梅主编,大约14万字。第五章至第七章由王劲松主编,大约6万字。第十四章至第十五章及案例分析由葛淑君、威峰共同主编,各6万字。全书由逯红梅统稿、定稿。

真诚地献给对中国文化、艺术有较大兴趣并期望从中受益的读者。

编者

2010年3月

目 录

第一部分 美学原理

第一章 美学的理论基础	1
第一节 美的起源与美学的诞生.....	1
第二节 美的特征.....	7
第三节 形式美与美的形式.....	11
第四节 中国古典美学的两个“转向”传统审美趣味.....	21
第二章 旅游美学与旅游审美心理	27
第一节 旅游美学与旅游审美.....	27
第二节 中西方审美心理比较.....	40

第二部分 感悟旅游资源

第三章 风景审美观赏	46
第一节 风景美的表现形式.....	46
第二节 风景美的特征.....	53
第三节 观赏风景的原理.....	61
第四节 五大连池火山地质公园审美.....	66
第四章 古代园林审美	70
第一节 园林的形成与发展.....	70
第二节 中国传统园林的分类与美学特征.....	79
第五章 古建筑审美	97
第一节 中国古建筑的特征与类型.....	97
第二节 石窟寺及石刻审美.....	110
第三节 古墓葬审美.....	116



第四节 古遗址审美·····	121
第六章 中国画欣赏与审美 ·····	126
第一节 中国画概述·····	126
第二节 中国画的审美特征·····	135
第七章 中国古代雕塑欣赏与审美 ·····	151
第一节 中国古代雕塑概述·····	151
第二节 中国古代雕塑的审美特征·····	157
第三节 著名旅游区雕塑欣赏·····	168
第八章 中国的城乡风貌旅游资源 ·····	174
第一节 古都名城·····	174
第二节 现代都市·····	179
第三节 古镇风貌·····	187

第三部分 感悟旅游文化

第九章 民族风情旅游审美 ·····	191
第一节 民族风情概述·····	191
第二节 民族风情的审美要素·····	192
第三节 民族风情的美学特征·····	196
第四节 鄂伦春族旅游审美·····	199
第十章 素雅清高的茶文化 ·····	203
第一节 茶的发展·····	203
第二节 茶的分类·····	208
第三节 茶叶的品鉴·····	212
第十一章 热情温馨的酒文化 ·····	218
第一节 酒的起源与发展·····	219
第二节 酒的分类和白酒品鉴·····	226
第三节 中国名酒鉴赏·····	232

第十二章 形神美和饮食文化	235
第一节 世界烹饪流派、模式及其差异.....	237
第二节 中国烹饪的风味流派.....	243
第三节 中国饮食文化的发展.....	248
第十三章 服饰文化审美	257
第一节 服饰文化概述.....	257
第二节 服饰文化的美学特征.....	261
第三节 民族服饰.....	266
第十四章 中国古代民间工艺文化	271
第一节 陶瓷.....	271
第二节 丝绸与刺绣.....	278
第三节 年画.....	284
第四部分 体验异域风情	
第十五章 俄罗斯旅游审美	291
第一节 宗教影响下的俄罗斯建筑艺术.....	291
第二节 俄罗斯建筑赏析.....	302
第三节 俄罗斯旅游城市介绍.....	305
第四节 俄罗斯民间工艺品审美.....	311
案例分析(一).....	316
案例分析(二).....	321
案例分析(三).....	330
案例分析(四).....	341
案例分析(五).....	351
案例分析(六).....	352
参考文献	353
后 记	356

第一部分 美学原理

第一章 美学的理论基础

爱美之心,人皆有之。美,总是那样充满着魅力与神奇,给人们带来愉快、欢乐和希望。它存在于我们的生活、工作、学习中,它可以是具体的美的形态,也可以是抽象的美的感受。不同的国度、不同的民族、不同的宗教信仰以及不同的文化背景,都会使人产生对美的不同理解和认识,美既是多元的,又有着极大的趋同性。如何认识美、了解美的现象、美的本质以及美的形式和特征关系到旅游活动的审美效果以及审美关系的良好实现。

第一节 美的起源与美学的诞生

古往今来哲人对美的寻找,经历了一个漫长的历程。对于美的概念、评价美的标准的探索更是不曾有一刻停止。究竟什么是美?美与美学有着怎样的关系?它如何引导我们的思维,影响我们的生活?我们将前人的这些观点进行梳理,放在《旅游美学》的开篇,作为了解美、了解美学、踏入旅游美学之门的第一步。

一、关于美的本质的探讨

对于美的观念,普遍认为其萌芽在两千多年前的古希腊。在希腊,美被作为一种理想,一种神圣的典范,它直接引导希腊人的生活。难怪德国艺术史学家温克尔曼坦言,“任何别的民族都没有像希腊人那样使美享受如此的荣誉。因此,在希腊人那里,凡是可以提高美的东西没有一点被隐藏起来,艺术家天天耳闻目睹,美甚至成为一种功勋”。

对美的本质的探讨就是向我们揭示什么是美。不同时代无数先驱的深思和推敲,甚至今天,仍然有学者不断质疑并对其理论体系加以完善。了解这一过程,有助于我们更深入和彻底地认识什么是美。

(一)美是和谐

提出“美是和谐”观点的学者是毕达哥拉斯和他的学派,并且他们认为这种和谐来源于数。

毕达哥拉斯学派所处的时代,希腊已经从原始社会进入奴隶社



米隆《掷铁饼者》



《米洛斯的阿芙洛蒂忒》

会,原始社会的意识形态的神话,进入奴隶社会后,希腊哲学家开始以自己的思维结构来代替神话。毕达哥拉斯学派用数的和谐来解释宇宙的构成和宇宙的美,把宇宙作为最高的审美对象,并以此为依据,认为

任何美的事物归根结底都来自于数的和谐。宇宙行星之所以美,源于它们之间协调的距离和比率;雕塑之所以美,源于雕塑各个部分之间遵循了数的比例……

毕达哥拉斯学派在数的和谐中寻求美的观点对西方美学、特别是对希腊、罗马美学产生了重大影响,使希腊、罗马的美学具有数学性。有了这种特性,希腊、罗马的文学作品中出现数的和谐就绝非偶然了。例如,荷马史诗中所使用的数字就具有审美意义。荷马在史诗中最常用的数字是3和10,数字3在《伊利亚特》中使用了67次,在《奥德赛》中使用了56次;而特洛伊的战争延续了10年,俄底修斯在外也漂泊了10年。荷马在暗示,世界是按某些数字组织起来的,数字成为世界审美结构的原则。值得一提的是,毕达哥拉斯学派的数的概念不完全等同于现代科学关于数的抽象概念,他们的数是事物的生成原则和组织原则,他们对比例的强调不是机械的、刻板的公式,他们看重的是比

例关系中动态的韵律感。

(二)美是效用

比毕达哥拉斯和他的学派稍晚一些的另一位希腊哲学家苏格拉底在对美的本质进行探讨时,则将美和效用联系起来。苏格拉底用德尔菲神庙的名言“认识你自己”来说明他的哲学研究和美学研究,“认识你自己”归根结底就是认识理性。苏格拉底从理性出发研究美学问题时,追求的是美的普遍定义。

关于“美的争论”这段对话表明,金盾和粪筐的美不在于它们自身的属性,而在于它们的用途,在于它们与使用者的关系。金盾虽然珍贵,但如果它不适合抵御敌人,它就是丑的;相反,粪筐虽然粗鄙,却能够因为它的适用而成为美的。这种对美的本质的认识的观点和毕达哥拉斯学派已经不同。毕达哥拉斯学派所说的美是事物本身的美,苏格拉底所说的美是事物适合适用者的美。这两种美是有差异的,前者是自在之美,后者则是自为之美。自在之美是绝对的,而自为之美是相对的,它总是包含着效用的因素。而“效用”被苏格拉底认为是美的基础。

(三)美是理式

提出“美是理式”的是苏格拉底的学生柏拉图。柏拉图在他的名著《大希庇阿斯篇》中对“什么是美”和“什么东西是美的”这两个涉及美的本质的问题进行了详尽的探讨。前者涉及的核心是美的本质,而后者则是具体的美的现象。在辩论中,希庇阿斯给出了三个关于美的定义:第一,美就是一位年轻漂亮的小姐;第二,黄金能使事物成其为美的;第三,恰当的就是美的。柏拉图以苏格拉底的口吻指出这三个定义只是强调了美的外在性质,而不是事物的内在本质。最后柏拉图用“美是理式”回答了这个问题,并因此成为哲学、美学的始祖和创立者。柏拉图把美本身说成是理式,他认为每一种事物都和任何一种其他事物有所区别,因此,它具有一系列本质特征,而物的所有这些本质特征的总和就是物的理式。由此可知,柏拉图的理式概括起来就是对它名下的所有个别物的无限概括。例如,房子的理式就是对各种类型的房子的极端概括。没有房子的理式,也就没有房子的个别表现形式。这种理

式具有明显的特征：第一，美的理式具有永恒性，它不生不灭，不增不减；第二，美的理式具有绝对性，它不是在此点、此时、此方面美，就是在另一点、另一时、另一方面丑，它不随人而异；第三，美的理式具有先验性和单一性，它先于事物而存在；第四，具体事物均有美的理式，美的理式并不因此有所增减。

柏拉图的理式论在西方美学史上产生了长久而广泛的影响，他思考问题的方式使美学成为美的哲学。现代英国哲学家波普尔就曾这样评价柏拉图：“人们可以说西方的思想或者是柏拉图的，或者是反柏拉图的，可是在任何时候都不是非柏拉图的。”

(四)美是尺度

苏格拉底、柏拉图和亚里士多德这三位有着师承关系的哲人在西方美学的发展史上筑起了一道独特的景观。亚里士多德在批判柏拉图理式论之后，进一步提出了“美是尺度”的观点。他认为美产生于大小、产生于秩序、产生于尺度。亚里士多德的尺度理论产生于四因说，他认为任何事物，不管人造物还是自然物，其形成有四种原因：质料因、形式因（就是柏拉图的“理式”）、动力因和目的因。比如一个书橱，木材是质料因，图纸是形式因，木工是动力因，用途是目的因，这四因适度地体现在事物中，就创造出了美的有机体。如果它们在事物中的体现缺少某种尺度，过分或不及，那么整体就会受到损害，从而失去美。因此，亚里士多德认为是尺度决定了事物的美与丑。

(五)美是价值

20世纪50年代中期到60年代初期，中国的美学界也围绕美的本质问题展开了广泛的讨论，这场讨论在中国美学的发展史上有着十分重要的意义，它不仅在理论上达到了一定深度，更重要的是它为中国培养了一批美学人才，唤醒了国人对美的兴趣，扩大了美学在中国的影响。一种新的对美的本质的认识观点逐渐形成了——美是一种价值，是事物对人的意义。

这种价值论有两个层次：第一个层次是事物的自然属性和外部形式；第二个层次是事物的社会属性和社会内容，这种社会属性和社会

内容由事物在社会生活和社会历史实践中所占据的地位和所起的作用决定。例如黄金,天然的光泽和色彩是它的自然属性,作为货币的等价物和财富的象征则是它的社会属性。黄金的美不仅取决于它的自然属性,而且取决于它在社会生活中所占据的地位。这种在社会生活和社会历史实践中寻找美的本质的观点在 20 世纪 80 年代以后在国内广泛流行开来。

二、美学的产生和发展

美学创建于 18 世纪中叶,“美学”这一词汇,中文来自日本(1904 年中江肇民译),是西文 Aesthetics 一词的翻译,西文此词则始用于德国哲学家鲍姆加通,他把这个本来指感觉的希腊词汇专用于指感性认识的学科。

(一)“美学之父”的灵感

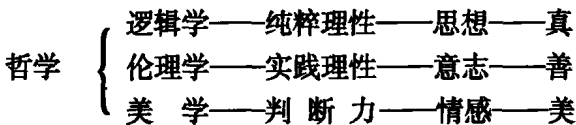
按照理性主义的观点,人的认识机能分为高级和低级两个部分,前者叫思维,后者是感觉;前者是明晰的、完善的,后者是朦胧的、不完善的。正因为如此,在西方古典哲学家看来,认识真理的唯一途径是理性思维,而非感性认识,以致感性的认识方式被冷落了。直到 18 世纪中叶,确切地说是 1735 年,德国一位年轻而又名不见经传的哲学家鲍姆加通写了一本题为《诗的哲学沉思录》的书,书中首次提出了一个重要的想法,那就是:古典哲学只关心理性和可理解的事物,几乎完全忽略了感性和可感知的事物,而感性的朦胧认识并非是混乱和不完善的,它也有自身的完善,这种完善就是“美”。于是,他提出了建立一个新的哲学分支——“感性学”的大胆设想。依照他的看法,“感性学”就是“诗的哲学”,它涉及的是“可感知的事物”,而非“可理解的事物”。因此,哲学的一个新的分支——“感性学”产生了。

随着鲍姆加通想法的日趋成熟,他于 1750 年又出版了一部重要的著作,即 Aesthetics(美学),书中他第一次为美学正名,划定了美学的边界,为这一面目不清、位置模糊的学科奠定了坚实的根基。英国哲学家鲍桑葵描述了这一事件的历史意义:“鲍姆加通在‘美学’的名

目下这样创始了一门新学问,非常富于特色的关系美的理论,以致传到后人手中,‘美学’一词就成为美的哲学的公认的名称。”鲍姆加通,这位名不见经传的德国哲学家后来却以“美学之父”的名望而蜚声美学史。

(二)康德的哲学三元结构

鲍姆加通的贡献表面上只是为美学命名,实际上更重要的是他提出了哲学是由逻辑学、伦理学和美学三大部分构成。但这一格局的进一步完善则是由另一位伟大的哲学家康德完成的。康德在相当程度上秉承了鲍姆加通的思想,为自己的哲学体系提出了三大任务:第一是自然秩序的论证;第二是道德秩序的论证;第三是前两者协调关系的论证。这就构成了康德著名的“三大批判”:纯粹理性批判、实践理性批判和判断力批判。纯粹理性是关于人的思想及其认识原则的;实践理性是有关人的意志及其道德原则的;判断力则和人的情感及其情感原则关系密切。康德的这一理论可以用下面的简化图示来表示:



简单地说,古典哲学的第一部分逻辑学关心的是理性认知何以可能的问题,其核心是知识、思想和真理;第二部分伦理学探讨的是意志问题和善;美学则被规定在第三部分,对判断力进行研究,关乎的是人的情感问题。

(三)美学的概念

鲍姆加通在其著作中规定:“美学作为自由艺术的理论、低级认识论、美的思维的艺术和与理性类似的思维的艺术是感性认知的科学。”并强调:第一,美学属于哲学的一部分;第二,艺术和美是美学的核心。这是历史上第一个关于美学的明确定义。1993年,麦克阿瑟出版公司出版的《牛津英语指南》里也给美学下了一个定义:“美学是哲学的一个分支,它关注的是美和趣味的理解,以及对艺术、文学和风格的鉴赏。”

目前,中国流行的关于美学的定义主要有三种:

定义一:美学是研究美的学科。

定义二:美学是研究艺术一般原理的艺术哲学。

定义三:美学是研究审美关系的科学。

第二节 美的特征

美的本质是内在的、抽象的,但美的现象却是生动丰富、具体可感的。它总会以各种各样的特征表现出来。研究、探讨美的特征可以帮助我们进一步理解并把握什么是美。概括起来,美的主要特征大致有以下几点:

一、客观性

美的客观性是指美是一种客观存在,它独立于人的意识之外,不为人的主观意识所改变。例如,美丽的桂林山水,无论你是否观赏到它或者你是否喜欢它,它都是一种客观存在,它的审美价值并不以个人的意志而转移。美的客观性是由它的物质性决定的,也就是说,美不是一种精神实体。它既不是客观理念、绝对精神,也不是主观意识、主观情感,美是一种物质性的存在,是“我们现实生活里直接体验到的,不以我们的意志为转移的、丰富多彩的、有声有色、有形有相的世界就是真实存在的世界”。美的客观性就在于它的物质性,并不等于说凡是客观的物质存在皆有美。正如自然美离不开自然物的物质属性,但自然物的物质属性本身并不就是美一样。美在物,不在心,但这物不是脱离社会、脱离人而存在的物,不是“自在之物”,而是“自为之物”,是社会中的物,它与社会有着千丝万缕的联系。美永远是一种社会现象,是人类生活和实践活动的产物,是主体与客体的有机统一。

二、社会性

美的社会性,首先表现在它对社会生活的依赖。人类社会生活中

各种事物的美,是人类社会活动的产物。反映在艺术作品中的美,是社会生活美在艺术家头脑中反映的产物,各种各样的艺术创作无不源于生产。生活,是广义的社会产品,当然也具有社会性。自然美,特别是未经人类直接加工改造过的自然事物的美,也具有社会性吗?回答是肯定的。因为就自然美的产生来说,没有人类的社会实践对自然的征服,就没有自然美。人类的社会实践,使自然与人类社会生活发生了广泛的联系,使它在人类社会生活中占有了一定的社会地位,产生了一定的社会作用,客观地成为人类生活不可缺少的物质条件,这便构成了自然美的社会性。

其次,美的社会性表现在它的历史性上。美作为一种社会现象,是随着社会的发展变化而不断演变的。美的具体内容总是为一定社会生活、生产水平的发展所制约,具有明显的时代特点。原始社会的人们不以鲜花为美,而以兽皮、兽角等装饰自己;到了奴隶社会则以铁器作为装饰品,有的装饰性的铁环甚至重达十多斤。随着社会的不断发展,人们开始将自然界的山川、树木、花草纳入审美范畴。美的对象、美的形式、美的内容随时代的发展而变得越来越丰富。

最后,美的社会性还表现在它的功利性上。美的功利性体现在对人有利益、有用、有益上。这一点在原始社会的劳动工具和劳动产品中表现得最为明显。在当时,实用的也就是美的,美的,就是有用的。比如,形式比较均衡、对称,质地比较坚实而平滑的石器,是比较实用的,因而也就是比较美的。随着社会的发展和生产力的提高,美的对象和范围逐渐从劳动工具、劳动产品、劳动过程向整个大自然和整个人类社会方面扩展,美的功利性也开始从直接的物质功利性向普遍的社会功利性方面发展。这时,只要是对社会发展有利的,就是美的。鲁迅说,当我们“享乐着美的时候,虽然几乎并不想到功用,但可由科学的分析而被发现,所以美的享乐的特殊性,即在那直接性,然而美的娱乐的根底里,倘不伏着功用,那事物也就不见得美了。”人们在观赏美时,并不直接想到它的物质功利性,但实际上在美的享乐的背后是潜伏着功利的。

三、形象性

美不是抽象的，而是具体可感的。抽象的概念，并不具有观赏价值。例如，“概念”就是一种抽象的东西，可以有正确与不正确之分，却没有美丑之别。面对“这是一朵花”的抽象判断，我们也无法感受其美，只有面对有形、有色的具体的玫瑰花或者牡丹花的形象时，才能感到它的美。自然美总是通过自然事物的具体形象体现出来的。“江似青罗带，山如碧玉簪”，桂林山水的美在韩愈的笔下是通过“青罗带”“碧玉簪”的形象显现出来的；“日出江花红胜火，春来江水绿如蓝”，如果没有朝露映照下比火还红的鲜花形象，没有碧绿带青的春天江水的形象，江南春色的美，白居易又怎能展现出来呢？同样，李白笔下的庐山瀑布的美，也是通过它的形象体现出来的：“日照香炉生紫烟，遥看瀑布挂前川。飞流直下三千尺，疑是银河落九天。”是香炉峰的云烟浮动，瀑布的奔流直下，显示了庐山景色的壮美。社会事物的美也不包括在抽象的概念中，而在具体生动的形象。抗美援朝的英雄业绩、建筑工人的劳动场面、科技工作者的创造发明都是以具体生动的形象体现出来的。至于人的心灵美，也只有通过人的言谈举止、具体的行动才能形象地显现出来。

同样，艺术美的最基本的特征是以具体生动的形象反映生活、表现艺术家的审美理想。绘画艺术以形象直接诉诸人们的感官，以语言塑造形象的文学同样如此：《西游记》通过孙悟空保护唐僧西天取经一路降妖捉怪等一系列具体情节和形象来反映生活、表现艺术审美理想；《红楼梦》则通过以林黛玉与贾宝玉的爱情纠葛为主线的一系列艺术形象来反映生活、表现艺术家的理想……所以，形象性是艺术的生命，文学艺术作品如果一味地进行抽象的议论，则很难给人以美感。美具有形象性，并不意味着一切形象都是美的。体现美的形象，必须是体现人的自由创造的形式，也就是说，它必须是合规律性与合目的性相统一的形式。