

LÜYOUXUE

LÜYOUXUE

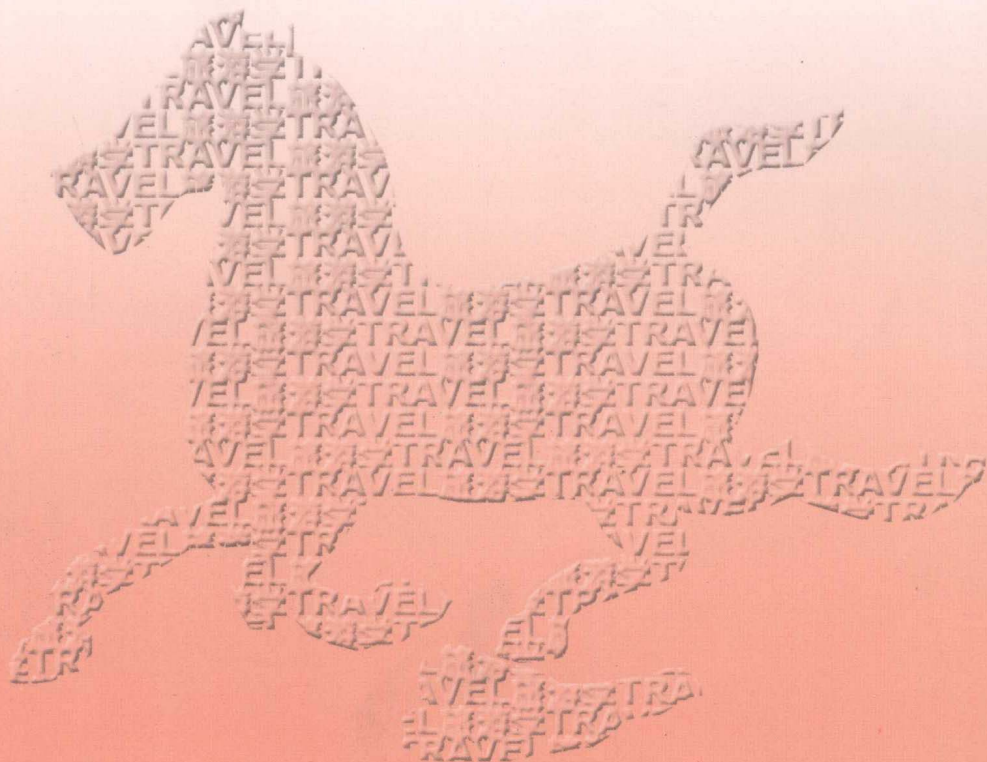
高等院校
旅游专业系列教材



旅游美学

第三版

乔修业 主编



南开大学出版社

高等院校旅游专业系列教材

旅 游 美 学

第三版

主编 乔修业

撰文 王柯平 乔修业
郑 奇 俞 斌
徐秉皓

南开大学出版社
天 津

图书在版编目(CIP)数据

旅游美学 / 乔修业主编. - 3 版. - 天津:南开大学出版社, 2010. 12

ISBN 978-7-310-03597-7

I. ①旅… II. ①乔… III. ①旅游 - 美学
IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 238139 号

版权所有 侵权必究

南开大学出版社出版发行

出版人:肖占鹏

地址:天津市南开区卫津路 94 号 邮政编码:300071

营销部电话:(022)23508339 23500755

营销部传真:(022)23508542 邮购部电话:(022)23502200

*

天津市蓟县宏图印务有限公司印刷

全国各地新华书店经销

*

2010 年 12 月第 3 版 2010 年 12 月第 29 次印刷

787 × 960 毫米 16 开本 19.625 印张 357 千字

定价:35.00 元

如遇图书印装质量问题,请与本社营销部联系调换,电话:(022)23507125

第三版前言

“旅游美学”这门新学科,是在我国改革开放以后,旅游业迅速发展中产生的。由于旅游业不断发展的需要,《旅游美学》的印数逐年增多,于是我们在初版10年后,即2000年推出了《旅游美学》的修订本,至今又过去了整整10年,本书重印已达28次。

十年来,随着我国改革开放的继续深化,旅游业已进入大发展、大繁荣时期。海峡两岸定期直航的启动、海峡两岸观光旅游协会的成立,为两岸彼此观光旅游打开了大门,出现了从未有过的旅游大潮。千载难逢的中国2010年上海世博会,既推动了国内旅游的大发展,又掀起了境外来华旅游的热潮。此外,自《旅游美学》出版以来,又相继出版了不同形式的《旅游美学》,这不仅促进了旅游美学的研究,而且推动了旅游美学的教育。在此时机,《旅游美学》作为全国统编教材,作为“2000年第十三批全国优秀畅销书奖”的获得者,理所应当再作进一步的修订,以使其更加符合旅游业蓬勃发展的需要。基于这种想法,我们对《旅游美学》第二版又作了诸多修改和增补。

近年来,随着《大宅门》、《乔家大院》等电视连续剧的热播,“大宅院”成了旅游的热点,故在“中国古建筑与观赏”一章中,从旅游审美的角度增补了“大宅院建筑”的一些材料;在“风景美与欣赏”一章中增补了“桂林山水之秀色”、黄河“壶口瀑布之壮观”、雁荡山“显圣门之险峻”、四川兴文县“大漏斗之神奇”,等等;在“陵墓建筑”部分,增补了华夏民族之“文明始祖”尧帝陵墓建筑;在“社会审美型”一题中,增补了弘扬“尊老爱幼”、“舍己为人”等良好的社会美德的一些材料,等等。这就使《旅游美学》的内容更为丰富、充实和完善。

在《旅游美学》的本次修订中,我们参考了近年来出版的各种版本的《旅游美学》、《旅游心理学》、《中国旅游文化》等书,以及与其相关的诸多论述和资料。在《旅游美学》第三版即将面世之前,我对旅游界的同仁和朋友们,谨表深切谢意,并恳切希望对本书尚存不足之处,乃至错误,予以指正和赐教,以进一步完善之。

2010年6月

再版前言

旅游美学是一个新学科,随着旅游事业的蓬勃发展,越来越引起人们的重视。南开大学旅游学系教授乔修业编写了《旅游美学》讲授提纲,得到旅游院校不少教师的支持,建议编写成正式教材,供全国旅游院校使用。1986年,国家旅游局教育司正式把《旅游美学》列入全国统编教材的计划。1987年2月初,在国家旅游局教育司教材处处长于连亭同志的主持下,在济南召开了《旅游美学》教材编写会议。会上就编写《旅游美学》的原则、分工、各个章节的具体内容、教材的规模及使用对象等问题,进行了详细讨论,并确定乔修业为主编(执笔绪论和第一、二、四、五章)。本书编者还有:北京第二外国语学院旅游系教授王柯平(执笔第八、九、十章),上海旅游专科学校副教授徐秉皓(执笔第六、十一、十二章及附录),讲师俞斌(执笔第七章),江苏商业专科学校副教授郑奇(执笔第三、十三章)。

《旅游美学》出版10年以来,重印10次,印数逐年增加,对我国的旅游教育工作作出了一定的贡献。10年来,我国的旅游教育事业有了很大的发展,为适应形势的发展和变化,由该书的主编乔修业教授执笔对本书作了修订,增补了一些新的材料,充实了一些新的论点,而且对一些过时材料也作了删改。

鉴于我们对旅游美学这个学科研究得还不够,认识还不深,尽管作了修订,书中的缺点和错误在所难免,希望广大专家和读者予以批评和指正。

2000年元月

目 录

绪 论	(1)
一、什么是旅游美学	(1)
二、旅游美学研究的对象和范围	(3)
三、旅游美学的现实意义与《旅游美学》教材	(6)

第一编 旅游与美

第一章 风景美与观赏	(11)
第一节 风景美的形态	(12)
第二节 风景美的特征	(15)
第三节 怎样观赏风景	(24)
第二章 中国园林与观赏	(30)
第一节 中国园林艺术	(31)
第二节 园林的要素及其审美特征	(37)
第三节 园林景观审美	(44)
第三章 中国画与欣赏	(50)
第一节 中国画概述	(51)
第二节 中国画的种类	(52)
第三节 中国画的审美特征	(55)
第四章 中国书法与欣赏	(66)
第一节 书法与旅游	(67)
第二节 书法艺术的产生和发展	(69)
第三节 中国书法艺术的审美特征	(75)
第五章 中国古建筑与观赏	(81)
第一节 中国古建筑与旅游	(82)
第二节 中国古建筑的主要形式	(84)

第三节	古建筑的审美特征与欣赏	(96)
第六章	中国雕塑艺术与欣赏	(100)
第一节	中国雕塑与旅游	(101)
第二节	雕塑的一般特征及形式	(102)
第三节	中国古代雕塑的美学特征	(104)
第四节	中国著名旅游区雕塑艺术赏析	(109)
第七章	中国旅游纪念品	(120)
第一节	中国旅游纪念品分类	(121)
第二节	中国旅游纪念品的特色	(124)
第三节	中国旅游纪念品的审美特征	(125)

第二编 旅游者与旅游工作者的审美关系

第八章	旅游审美心理概述	(131)
第一节	审美需求与审美动机	(132)
第二节	审美意识与审美个性	(139)
第三节	审美感受的心理要素	(144)
第四节	审美感受的层次分析	(151)
第九章	旅游者与导游工作者的审美关系	(155)
第一节	旅游者的直接审美对象	(156)
第二节	审美信息的传递者	(162)
第三节	审美行为的协调者	(169)
第四节	导游工作者的美学修养	(172)
第十章	旅游者与饭店员工的审美关系	(179)
第一节	对饭店员工形象的审美期待	(180)
第二节	对饭店微笑服务的审美感知	(184)
第三节	对饭店服务艺术的审美评价	(187)
第四节	饭店员工的审美教育途径	(193)

第三编 旅游者与旅游饭店

第十一章	旅游饭店与环境艺术	(199)
第一节	饭店建筑与环境	(200)
第二节	饭店建筑造型与装修美学	(205)

第三节 旅游饭店室内环境美·····	(210)
第十二章 饭店室内装饰陈设·····	(218)
第一节 饭店室内装饰陈设原则及分类·····	(219)
第二节 饭店室内装饰陈设主要因素及其审美作用·····	(220)
第三节 装饰陈设的方法·····	(224)
第十三章 中国菜点之审美·····	(232)
第一节 菜点审美的意义、价值和地位 ·····	(233)
第二节 中国菜点之美的构成要素·····	(235)
第三节 各种菜点的美学风格及其特色·····	(244)

附录 旅游者及旅游从业人员须知

附录一 旅游的图像标识·····	(253)
附录二 交际礼节礼仪·····	(258)
附录三 风俗习惯、民族节日 ·····	(293)
附录四 色彩、图案禁忌 ·····	(299)
附录五 国旗、国花和花语 ·····	(301)
主要参考书目·····	(304)

绪 论

近年来,随着旅游事业的蓬勃发展,随着对旅游学的深入研究,开展旅游美学的研究和教学已成为旅游教育发展的需要。

开展旅游美学的教育,首先要开展旅游美学的研究,探讨旅游美学的内容、特征及其现实意义。只有认识到旅游美学的现实意义,才能确定旅游美学和旅游美学教育在旅游事业及旅游教育中的作用和地位。

一、什么是旅游美学

我们在探讨什么是旅游美学之前,首先要研究一下什么是旅游,以及旅游的内容、特征和目的。有些学者从社会学和经济学的角度来研究旅游,把旅游看成是一种社会经济现象,这是无可非议的。旅游业的兴起正是旅游这种活动引起的。旅游的出现,尤其是现代大规模旅游的出现,必然要出现为之服务的各种机构和行业,需要交通工具、旅游设施、旅游饭店,以及为旅游服务的大量从业人员,等等。这样,也就带来了经济收益,于是出现了旅游业。所以,人们自然把旅游业看成是一种社会经济现象。但旅游本身并不是一种经济现象,只是它的活动带来了经济的繁荣而已,这是不言而喻的。旅游活动能带来巨大的经济效益,这是它所具有的一个显著的特征。

那么,什么是旅游?旅游的特征、目的是什么?

关于什么是旅游的说法很多,定义种种,但都是从一定的角度来讲的。于光远先生认为:“旅游是现代社会中居民的一种短期的特殊的生活方式。这种生活方式的特点是:异地性、业余性和享受性。”他又说,旅游的基本内容是“观光旅游”。王朝闻先生认为旅游是“为了丰富自己的精神生活”。于光远和王朝闻的看法与我们要探讨的“旅游”比较接近。我们不是从经济学和社会学的角度而是从审美的角度来研究旅游,这样才能认识它的审美特征和美学价值。

1966年,法国学者让·梅特森说:“旅游是一种消遣活动……其目的在于消遣、休息或为了丰富他的经历和文化教养。”梅特森的话指出了旅游的特征——“消遣活动”。因为娱乐和消遣正是旅游的审美特性。我们还是从人类本能的欲

求讲起。作为高级动物的人,有三个本能的欲求:(1)希望物质生活的改善;(2)要求生理欲求(包括食欲、性欲、睡眠、休息等)的满足;(3)要求精神生活(如文化娱乐、消遣等)的满足。然而作为一般的动物,则没有精神生活的要求。它们为了生存和传宗接代,只有食欲、性欲、睡眠和休息的要求。而人类的本能的欲求中还有对精神生活的要求,即审美的欲求。当人类处于原始状态或低级发展阶段时,最迫切的要求是物质生活,而对精神生活的要求则处于次要地位。当人类进入文明社会,随着人们物质生活条件的不断改善,衣食住行不断得到满足时,人们对精神生活的要求必然越来越迫切,越来越高。而且随着社会的不断发展,将会创造出越来越丰富的精神生活方式,以满足人们对精神生活不断增长的要求。而旅游正是人们现代生活中的一种特殊的高层次的消遣活动。著名美学家朱光潜教授说:“人为什么要追求刺激和消遣呢?都是让生命力畅通无阻,要从不断的活动中得到乐趣……消遣的不是时光,而是过剩的精力。”

旅游的目的和活动内容是极其丰富的,诸如崇拜异国或异地的名山大川,通过游览和观赏开阔眼界,增长见识;向往异国的历史文化,抒发访古探奇之幽思;向往异国或异地阳光灿烂的海滨;领略异地或异族的风土民俗,品尝具有民族特色的美味佳肴,等等。但不论是哪一种形式和目的的旅游,都会在不断活动中寻求娱乐和消遣,得到美的享受,陶冶性情,愉悦身心,增添生活的乐趣。由此可见,旅游是人们精神生活的一部分,是一种游览、观赏性的审美活动。叶朗教授说:“旅游,从本质上说,就是一种审美活动。离开审美,还谈什么旅游?……旅游活动就是审美活动。”^①为什么说“旅游”是审美活动呢?因为在旅游活动中,旅游的对象,不论是自然景观还是人文景观,不论是风土民情还是美味佳肴,都是作为审美对象被审美主体——旅游者所欣赏、领悟、感知的,从而使审美主体得到性情陶冶、身心愉悦、精神振奋。审美主体对审美客体的欣赏、领悟、感知的过程,就是一种审美活动的过程,所以,旅游者进行的这种活动,就是旅游的审美活动。而旅游美学则是一门研究旅游的审美活动和审美价值的学科。旅游美学同绘画美学、音乐美学、舞蹈美学、建筑美学等一样,是美学的一个分支。由于它主要是研究旅游这种具体的活动,所以它的实用性很强。这种实用性主要表现为:旅游美学所研究的对象和范围非常具体,都是旅游和旅游工作中的实际问题。通过对这些问题的研究,直接为旅游经济和旅游事业服务。旅游美学的另一个特征是:其研究的对象和范围极为广泛,内容丰富多彩,乃至衣、食、住、行、游、观、购,都在旅游美学研究的范围内。

① 叶朗:《旅游离不开美学》,见1988年1月20日《中国旅游报》。

二、旅游美学研究的对象和范围

旅游事业的发展以及对旅游工作的研究,必然要涉及美与旅游,即游览观赏的对象、旅游工作者与游客的审美关系,旅游工作者的自身修养以及旅游者与旅游饭店等问题。于是我们就必须回答旅游美学研究的对象和范围是什么这一问题。概括地说,旅游美学研究的对象和范围有三个基本方面,即旅游的审美对象、旅游者的审美心理和旅游者与旅游工作者的审美关系。这三个方面都是从审美的角度讲的。

第一方面主要阐述旅游的审美对象。

美,是迷人的,是令人神往、令人探求的。美丽的桂林山水、优美的西湖景色、雄伟的泰山、清秀的峨眉,以及黄山云海的滚滚烟波、庐山仙人洞内的涓涓流泉……不知吸引着多少中外游客,大自然无私地向旅游者展示着它的美。我们中华民族历史悠久,具有几千年的文化传统,在文学、绘画、音乐、雕塑、建筑、舞蹈等文化艺术遗产中,蕴藏着极其丰富的美,放射出灿烂夺目的光辉,为中外游客所赞叹,所向往。中华民族丰富多彩的美,富饶的美学宝藏,是吸引旅游者的客观因素。引起旅游的另一个原因是人的主观因素。爱美,追求美,追求美好的生活、美好的社会 and 美好的未来,是人类所独有的本能,所以,人们总是离不开美,离不开对美的追求。人如果离开美,离开对美的追求,他的生活也就没有意义了。我国改良主义政治家梁启超比较早地接受了西方的美学思想,他认为人是不能没有美的。他说:“我确信:美,是人类生活一要素,或者还是各种要素中最要者,倘若在生活中把美的成分抽出,恐怕便活得不自在,甚至活不成。”有史以来,人们就热爱大自然的美、艺术中的美和生活中的美。可见,美的客观存在和人的主观审美欲求相结合是引起旅游的最根本的原因。有人说,旅游的起因是人们物质生活条件的改善和生活水平的提高。可事实上,中外著名旅行家到异地或异国旅游,并不是优越的物质生活条件引起的。我国明代大旅行家徐霞客骑着毛驴,穿着草鞋,北至燕鲁,南达云贵的游历,是出于对祖国名山大川、美丽的自然风景的向往。13世纪初,意大利著名旅游家马可·波罗旅居中国长达17年,对中国古老的文化艺术进行考察,难道不是为中国古老的文化艺术所吸引吗?罗马帝国旅游的极盛时期,旅游者也是被古希腊、罗马瑰丽的文化艺术所吸引。有人说,西班牙没有特殊的自然风景,名胜古迹也不如中国、希腊、意大利那样多,但它的旅游收入居欧洲第一位。这是为什么?这是因为西班牙在地中海沿岸气候宜人的地区,开辟了大量的阳光明媚的海滨浴场,而欧洲大多数国家阴雨天较多,人们有强烈的晒太阳、洗海水浴的要求,因而西班牙的海滨就构成了一种吸引旅游者的特殊的美,正是这种美吸引着旅游者。这说明美是旅游的

动力,美是引起旅游的主要因素。但是人们物质生活水平的提高,毕竟为旅游创造了物质条件,是旅游业发展和兴旺的基础,尤其是现代大规模的旅游,是以蓬勃发展的社会经济和人们较高的物质生活条件为基础的。

既然客观存在的美在吸引着人们,人们就必然要通过游览来观赏它。而旅游美学就是要阐述游览、观赏的对象,向旅游者介绍这些对象的审美特征,以便让他们更好地游览、观赏,更好地感受旅游客体给予他们的审美享受,更好地体验旅游生活的愉快、旅游活动的惬意。

旅游者游览、观赏的主要对象有自然风景、古典园林、绘画、书法、建筑、雕塑等。这里既有自然景观,又有人文景观;既有自然美,又有人工美。它们是丰富之美的宝藏。阐述这些美的内容,揭示这些美的特征,对于中外旅游者认识中国古老的文化艺术,了解具有五千年文明史的中国是大有裨益的;对于提高旅游者的审美修养和文化教养,也是大有裨益的。明代大画家董其昌说过:“读万卷书、行万里路,方知天下事。”中外旅游者对中国的古典园林十分感兴趣。旅游美学的内容之一就是要揭示中国古典园林的审美特征,阐述中国古典园林造园之丰富的美学思想。旅游者通过认识游览、观赏对象的审美特征,得到更深的美感享受和审美教育。旅游的审美教育是不同于一般说教的,它是通过游览、观赏,通过对客观对象之美的认识、理解,在欣赏的过程中得到愉悦,得到美感,在愉悦和美感中受到教育,得到启迪和鼓舞。例如,当旅游者登临万里长城,放眼神州大地时,心情就会顿时激动起来,感到心旷神怡,情不自禁,从而焕发出对祖国锦绣山河的热爱之情,亲身感受到中华文明古国之伟大,受到激励,受到鼓舞,在愉悦和美的感受中受到教育,这就是审美教育。莲花峰和天都峰是黄山最高的山峰,当徐霞客登上莲花峰,看到黄山奇绝迷人的景色时,心情非常激动。他记述当时的心情是“狂叫欲舞”。这就是徐霞客登上莲花峰所产生的一种强烈美感。这种美感给人的教育是非常深刻的,是令人难以忘怀的。俄国教育家乌申斯基说:“……美丽的城郭、馥郁的山谷、凹凸起伏的原野、蔷薇色的春天和金黄色的秋天,难道不是我们的教师吗?……我深信美丽的风景在青年气质的发展上所具有的那种巨大的教育作用,对于教师的影响来说,是很难和它竞争的。”可见,“美丽的风景”是教育人的好教材。许多外国的旅游者来中国旅游,主要就是为欣赏中国优美的自然风景,观赏中国的名胜古迹,考察中国古老的文化艺术,了解中国的古老习俗,从而真正了解中国这个文明古国。所以,阐述旅游者所游览、观赏的对象的美学特征,对于中外旅游者、翻译、导游以及旅游工作者深刻了解中国的古老文化艺术具有极其深刻的现实意义。

第二方面主要阐述旅游者的审美心理。

心理是指旅游者在旅游生活中(旅游活动中)的一种心态。这种心态是十分

复杂的。这是由审美主体的独特个性决定的。而审美主体的个性又是千差万别的,他们来自不同的国度、不同的区域、不同的阶层,有不同的文化修养、不同的社会地位、不同的职业,这就造成了不同的风俗习惯,不同的思维方式,因而出现了不同的志趣爱好,不同的审美需求。在旅游活动中,旅游者的审美心理是不同的。我们这里所说的旅游者的审美心理,实际上指的是审美主体个性的差异。旅游者的审美心理,概括起来有以下几个方面:旅游的审美动机,旅游的审美需求,旅游的审美意识,旅游的审美志趣。旅游美学对旅游审美主体的这种心理状态的研究是十分必要的,它对了解旅游者和搞好旅游工作极具重要性。

第三方面主要是探讨旅游的审美关系。

所谓旅游的审美关系,是指旅游工作人员与旅游者的一种审美的关系。这是旅游业中的一种极其重要的关系。它直接影响到我国旅游业的发展和我们的声誉。

什么是审美关系?

旅游工作者与旅游者在各方面的接触中,自然而然地要产生各种各样的关系,但是不论在哪种关系中都存在着一种审美关系。例如,旅游者乘车游览、吃饭住宿,旅游工作者要为他们联系车辆、准备客房、准备饭菜,这就同他们发生了接待服务关系;旅游工作者又要向他们收费,于是又发生了经济关系。在发生这些关系的过程中,旅游工作者语言优美、举止文雅、仪表从容、态度亲切、风度翩翩,始终面带微笑,如同接待亲朋好友,旅游者就会感到心情舒畅,感到亲切温暖,他们在同旅游工作者接触中不断地得到美的感受,即审美享受,这就是审美关系的实现。这种审美关系的实现,会给旅游者留下极其深刻的印象,使之难以忘怀,津津乐道。这种审美关系对于旅游者具有极大的吸引力。桂林隐山饭店的服务人员在言谈、举止、态度、作风等方面无不给旅游者以美的享受。有的旅游者写信赞扬他们的服务质量说:“……桂林的风景固然美,而给我们留下美好记忆的是他们(指服务员)的工作态度、工作作风和他们那可亲可敬的音容笑貌……”

据中国国际旅行社北京分社翻译导游张俊英先生介绍,有一次他们接待一个外国旅游团,其中有几个残疾人,根本不能走路。有一天,这个旅游团游览八达岭,他们分头把几个残疾人抬上长城的烽火台。他们对这些残疾旅游者的态度自始至终是热情友好、诚恳耐心,像对待亲人一样。这些残疾人激动地说:“你们中国人太好了。世界上没有比你们更好的人了!你们对我们的友情将终身难忘。”

从这些例子中不难看出,这种审美关系能给旅游事业带来良好的影响,对旅游者有很大的吸引力。

为了实现与旅游者的这种良好的关系,我们的旅游从业人员不仅要精通业务,而且在言谈、举止、态度、仪表、风度等方面也要有很高的修养,也要加强自身

的审美修养和提高文化素质。对我们的旅游工作人员不仅要进行思想、业务教育,而且要进行审美教育。提高旅游工作者本身的文化素质和审美修养,是我们的旅游发展和对外开放的需要。

旅游工作者要做到心灵美、语言美、行为美、仪表美、风度美,学会识别美与丑,能鉴别和欣赏美,这样才能把工作做得更出色,才能胜任现代旅游的各个方面的工作。

另一方面还要阐述旅游者与饮食、住宿和娱乐的关系,也就是要研究旅游者与旅游饭店的关系。

旅游者与饭店的关系,核心问题还是一个审美关系。这种审美关系主要表现为四个方面:第一,饭店为游客提供良好的服务,也就是优质服务;第二,饭店为游客提供舒适的住宿;第三,饭店为游客提供美味佳肴;第四,饭店为游客提供丰富多彩的文化娱乐活动。简言之,研究和阐述这种审美关系的目的是让游客吃得好,玩得痛快,休息得舒服。这是对旅游饭店经营的总的要求,只有达到这个总的要求,旅游饭店才有可能获得良好的经济效益。

三、旅游美学的现实意义与《旅游美学》教材

上面我们已经说过,旅游美学是一门实用性很强的新兴学科。旅游美学的现实意义就在于它具有直接为旅游经济服务的实用性。旅游美学不仅直接为旅游经济服务,而且同时又是旅游经济的先导。为什么呢?我们知道,旅游经济是通过旅游活动中的消费来实现旅游的经济效益和旅游的经济价值的,而旅游美学则是通过对旅游的审美活动的研究,促使获得更高的经济效益,促使旅游事业的繁荣。如果不注意研究客观的美,不注意研究美的开发和创造,不注意研究旅游者与旅游工作者的审美关系,没有客观的美供旅游者游览和观赏,在吃、住、娱乐、休息等方面又得不到温暖和审美享受,人家就不会再来旅游。人家不来“游”,哪里还谈得上经济效益?而旅游美学就是要研究“游”和解决“游”的问题。旅游者都来“游”,不就有了消费,有了经济效益吗?旅游美学教育正是起着旅游经济的先导作用。

1984年8月在北京召开的全国旅游工作会议提出,要加速开创旅游工作的新局面,要大力开发“文物古迹较多或自然景色优美,具有较好的游览、观赏价值”的地区,要建设海滨,开发名山名水,建设旅游城、度假村等,以吸引更多的中外游客。虽然会议并没有直接提出对旅游美学的研究,但实际上是把旅游美学提到极其重要的地位。所以,旅游美学的现实意义还表现在,它不但要研究客观存在的美,而且也要研究如何开发美、创造美。我国改革开放以来,开发创造了许多大型游乐观赏、饮食购物等项目,像深圳的锦绣中华、昆明的世界园艺博览

园、天津的古文化街、食品街,近年来,又重建了鼓楼和鼓楼文化街等。这些项目吸引着大量的中外旅游者来观光旅游,这无疑是开发美、创造美的成果。

旅游美学的现实意义还表现在它具有审美教育功能。在我国旅游事业蓬勃发展的今天,开展旅游的审美教育是十分必要的,而旅游美学正是承担着这样一个艰巨的任务。当前,从我们旅游行业的许多工作中反映出,审美教育还是一个薄弱环节。我们有些翻译、导游和旅游从业人员的文化素质、审美素质和道德情操的修养还不能满足我国旅游事业发展的需要。对他们进行审美教育,提高他们的道德情操的修养,杜绝有失国格、有损民族尊严的言行;在接待工作中,要讲文明礼貌,态度要谦虚、亲切、和气,举止要落落大方……这些都是旅游美学教育的任务。

作为一门独立课程的《旅游美学》教材,它的使用对象是旅游院系、旅游专科学校的学生以及广大的旅游从业人员。《旅游美学》同时也是广大旅游者进行旅游审美活动的参考书。上面我们讲过,旅游美学的内容是非常丰富的,它涉及知识和艺术领域的许多方面。从《旅游美学》的审美教育功能出发,我们对《旅游美学》所涉及的诸多知识和艺术现象的审美特征及其规律,只能作一般性阐述,而不是进行学术探讨,更不是把所涉及的某专业写成专著。基于这种观点,我们尽量回避一些有争议的问题,做到知识性要强,材料要丰富,理论的阐述要有一定的深度。我们的编写原则是,以马克思主义的美学思想为指导,遵循中华民族传统的审美习惯,做到理论联系实际,努力编写成一部能够反映我国现代旅游的审美特征、为我国旅游事业和旅游教育服务的教科书。

本教材主要考虑到旅游这个活动的特点,并从教学的角度出发,分为三大部分阐述,即“第一编 旅游与美”、“第二编 旅游者与旅游工作者的审美关系”、“第三编 旅游者与旅游饭店”。

第一编所阐述的审美对象,主要是从纯视觉的审美角度讲的。第二编中作为审美关系的导游工作者和饭店工作人员之所以分为两章讲,主要是考虑到这两种工作的性质差别太大的缘故(尽管某些审美侧面似乎相同)。第三编的中国菜点之美,作为审美对象也可放在第一编讲,但中国菜点之美还涉及嗅觉美和味觉美,又与饭店联系较密切,所以,我们放在第三编讲。现代旅游饭店虽然具有极大的观赏价值,它主要是供旅游者吃、住、休闲、娱乐的,具有综合的审美特征,所以我们作为一个独立部分来讲。

编写《旅游美学》教材,对于我们是一个有益的尝试。在编写中,我们既无外国的蓝本可借鉴,又无国内定型的资料作参考,因此难免有疏漏。但我们认为,开展旅游审美教育是我国旅游事业蓬勃发展的需要,我们要尽最大的努力做好这项工作。

第一编 旅游与美