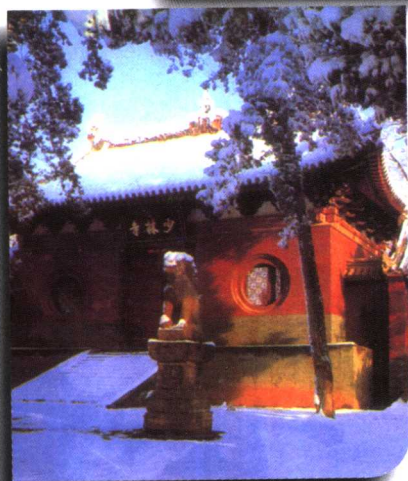


LUYOUSHENMEIXUE

# 旅游审美学



● 田连波 著  
● 河南大学出版社

# 旅游审美学

田连波 著

河南大学出版社

旅游审美学  
田连波 著  
责任编辑 盖 军

---

河南大学出版社出版  
(开封市明伦街 85 号)  
河南省新华书店发行  
河南大学出版社电脑照排  
河南第一新华印刷厂印刷

---

开本:850×1168 1/32 印张:15.75 字数:392 千字  
1997 年 12 月第 1 版 2004 年 10 月第 2 次印刷  
印数:1201—3200 定价:20.00 元

---

ISBN7-81041-427-5/K · 197

## 自序

### (一)

读中学时，我的语文老师为人和善，知识渊博。他告诉我们：欲成大器，读万卷书，行万里路，可成正果。我是语文科代表，由于崇敬之心，平时对教语文的先生就毕恭毕敬。对他说的话，总是当做“圣经”，或去反复揣摩，或去实地体验。对他说的“读万卷书”、“行万里路”的教诲就是这样。要读万卷书，就不能只读“买”来的那几本课本，于是学会了“借”书。中学生第一次有个借书证，神圣得不得了。天天盼着借书的日期。解放初期的中学图书馆，就是两三间教室，排放着十几架书。这有限的书，在我心中已经够“书山”、“书海”了，于是拼命地先读中国的《西游记》、《三国演义》、《红楼梦》、《水浒传》，读郭沫若、鲁迅的作品。接着开洋荤，先是俄苏的名著，后是西方名家的传世之作。越读越觉得书海无边，并从中似乎读出一个更加灿烂的五彩世界。自从读到大学中文系这个新海域，开始跨越买书、借书、读书的阶段，经营起教书、写书的新行当。出书时，出版社多有包销任务，偶尔还兼卖书。总之一辈子，买书、借书、读书、教书、写书、卖书，真可以说与书结下了不解之缘。我的语文老师一句“读万卷书”的话，使我终生在这辽阔的书海里荡舟不止，无怨无悔。

先生说的“行万里路”，当初并不很懂，只理解到，走路多，见识广，于是我开始学走远路。在一个寒假里，我背起一袋子高粱饼，光着头，穿着家做的单布鞋，瞄着北大荒，登上北行的火车就出发了。在哈尔滨换车时，半夜，露天零下四十度，如同身在冰窖，无论在站

台上怎样用力活动，也运动不出一点点暖气，特别是自己的两只耳朵和两只脚，似乎觉得它们早已不存在了。这时一位佳木斯的學生，看见我光着头，不戴皮帽子，穿着单布鞋，不穿毡靴，感到莫名其妙，就用地道的东北话问我是从哪里来的，当他得知我来自黄河南的开封时，竟同情地说：“你们南方人，没见过冷天是什么样，难怪的。”我第一次听别人称我南方人，心里一时产生一种新鲜的自豪感，只是浑身的冰冷，也顾不上再去品味。这位“佳木斯”非常热情，很想帮我一把，尽快摆脱“冷魔”的纠缠，就说：“来，你跟上我，我领你跑跑。”我说：“跑也没用，随便冻吧，我看能不能真冻死。”幸哉，西去的火车呜呜地到站了，还是它救了我一命。又一个半夜，我在暖和的火车车厢里正睡得香甜，被检查出国护照的乘警强行赶下了列车，这里是靠近中苏边境的一个铁路三等小站，叫嵯岗。半夜时分，站台一片模糊，冷、饿、黑，让我举目无措。车站的值班师傅，把我带到一个孤零零的小站房里，房子正中生着一个大大的、旺旺的土煤火。师傅说：“就待在这煤火边，可不敢出去，会冻死的，天明了再走。”第二天，红太阳刚刚露头，我便谢别了热心的嵯岗车站的师傅，一个人漫步在内蒙古大草原，极目北大荒原野。只有在这时，才知道什么是“辽阔”，什么是“荒原”。我把这次“远行”的感受，诸如“受冻于冰城”、“嵯岗度夜”、“和牧人一起冰河捕鱼”、“东方莫斯科的建筑风格”、“牙克石魔水”、“沈阳印象”等都随时记在一个普通的小本子上，直到现在还珍藏着它。

远行的旅游，总是在难免的苦涩中蕴含着一种别有滋味的快乐，这种精神上的愉悦不是书本上，不是别人转述，不是用金钱能买到的。譬如对“冷”的感受，东北的冬天特冷，有人告诉我，那里“尿个泡，用棍敲”，这不真，但小孩玩水，泼出去的是水，落地的却是珍珠，倒是不假。我还记得在那里过春节时，往大门上贴春联很难，在屋里抹好浆糊，跑到大门口，浆糊早已冻结了，没法贴上，最后竟不得不将大门的门框卸下，抬到屋里去贴。这些是南方人想不

到的。每一个地区都有自己特有的民俗和特产,这些异地知识,也往往能给人带来说不尽的乐趣。人都知“关东有三宝,人参、貂皮、乌拉草”,但只有在关东的冬天这特有的环境里,才能体会到它们的珍贵。人参和貂皮,我当时认为是太高档了,买不起。就在东北的集贸市场上,给我母亲买一双用乌拉草编制的老婆冰雪靴,用手从喜桂图旗直掂到开封,使我母亲很受感动。她说,不在这东西值多少钱,重要的是儿子心中有她。去东北之前我也听说,关东有三怪:窗户纸贴在外,大闺女嘴里噙着水烟袋,生个孩子吊起来。其实到了东北,特别是冰天雪地的寒冬,就会感觉到它并不怪,它完全是由这特有的冬季呼啸的冷风和室内外巨大温差所形成的地域风情。

我认为从旅游中寻找乐趣,与积极的人生不仅不对立,而且还能进一步发展人的本质,净化人的心灵,陶冶人的情操,从而丰富人生,所以会游山玩水并不是坏事。有人把“游山玩水”理解为贬意,实属偏颇。其实古代的旅行者,也多不是专门为“美”而“行”的,多是为官、为商、为政、为艺、为科学考察、为弘扬宗教,他们不仅出色地完成了本职工作,还体验到丰富的异国风情和特别的地域情调,为后人所仰慕。作为我们现代人,有了科学的世界观、人生观、审美观的指导,更能在为官、为商、为政、为艺、为会、为奇的实践活动中,结合自己的“志”、“趣”,而获得更加丰富的审美体验。人既要会工作,又要会生活,既能达到社会 and 个体需要的功利目的,又能发现和捕捉到满足精神需要的高雅情趣,这样才真正会使你的人生更加充实。结合我的职业需要,我就曾沿丝绸古道,广泛地考察过西北地区神秘的宗教艺术,领略到那里的虚幻美的风采,同时体验到那悠悠古道的苍凉之美;也曾亲自拜访过南方的“海上丝路”的起点泉州,在泉州清凉山寻觅当年东方第一大港的踪影。我曾迷恋于南国风情,静立于鼓浪屿日光岩的顶峰,把握鼓浪洞天中隐约的琴音;也曾乘海轮登活屿岛,坐飞机玩三亚,在天涯海角赶海,自

然景观的巨大和浩淼,令我心胸开阔,笑对一切世事。我曾漫步南国园林的幽静,宏观北方皇家园林的金碧辉煌。观赏江南三奇石的瘦、绉、漏、透,武烈河棒槌石的奇观,它们给我历史、时间和空间的新思索;游武陵源的黄龙洞,肇庆的七星岩,桂林的芦笛岩,让人异想天开;爬泰山南天门,登华山千尺幢,临嵩山十八盘,体会到人只有战胜自己,方能到达顶峰,实现登峰造极。其实人生就是一次大旅游。人对社会,对大自然,是“入之愈深”,才能“其见愈奇”。如王安石所云:“夷以近,则游者众;险以远,则至者少。而世之奇伟、瑰怪、非常之观,常在于险远,而人之所罕至焉,故非有志者不能至也。”<sup>①</sup>

三十几年来,我的游踪遍布九州,游中所感的文章,诸如“大漠情”、“大海颂”、“园林赞”、“文学歌”、“石头趣”等见于著作《美学原理新编》、《美学基础》、《美学大观》及杂志《美与当代人》、《美与时代》、《大学文科园地》、《云南师大学报》、《河南大学学报》、《中国花卉盆景》、《黄淮学刊》等。几十年读书、教书,距“万卷”甚远,却能读出书中一些关于宇宙、历史、人生、时间和空间的理性的“茶香”。几十年“远行”,不止万里,观其物“外师造化,中得心源”,不断悟出“外物”的“令人愉快的属性”的“甘甜”。读书,得理性的思考,远行观物,获审美的体验,二者的融合,这就是即将出版的《旅游审美学》诞生的缘由。

## (二)

近年来,人们从不同角度审视旅游,于是有了“旅游地理学”、“旅游经济学”、“旅游文化学”、“旅游管理学”等,而旅游美学和旅游审美学却是从美学角度研究旅游的实践性的美学学科,但它们

---

<sup>①</sup> 王安石:《游褒禅山记》,《宋代文学作品选》,272页,吉林人民出版社,1981年版。

的内容却有明显的不同：一般的“旅游美学”，或是站在旅游业的角度，主要介绍美丽的旅游景点和景观；或是推荐旅游业的精美的设施和全方位服务；或是综合讲评旅游活动常常涉及到的古今中外的各类艺术。它那丰富的、具体的内容，确实能增加旅游者的多种知识，但往往缺乏鲜明的美学观、文化观和旅游观的论述，理论性较薄弱。“旅游审美学”虽也是从美学角度来审视旅游，却是换了一个崭新的视角，即：立足于旅游者，着眼于旅游审美主体，侧重的是旅游审美欣赏。这就是说，本书突出强调的是：旅游审美活动的主体性，旅游观赏的技巧性，旅游参与的趣味性，旅游资源的观赏性。特别是通过寻觅中国山水文化的妙趣，把握旅游审美观赏的时空变化，步入旅游审美观赏的“三境界”，通过旅游者的参与活动，认识和体味东方文化，特别是中国传统文化的魅力，同时进行旅游审美的理论论证，体现本学科的科学性。本书从审美发生学出发，根据马克思主义美学观，对旅游审美的本质提出一个新见解，认为旅游审美活动是现实生活中的人的精神失衡的补偿活动，“是现代入寻找精神回归的内心倾向的体现”<sup>①</sup>，是人们寻求自由生命的重要文化形式。这种重要文化形式，将是 21 世纪人们普遍的新追求和热门话题。

本书还有许多重要“话题”，也将是 21 世纪全世界人们普遍议论的“热门”，如关于东方文化的魅力。最近不少学者撰文预测，下个世纪，东方文化将唱主角，就是说，21 世纪将是亚洲太平洋的世纪。以西方经济为中心的时代即将结束，世界的经济文化中心将转向东方。这就是说，东方文化将进入一个空前繁荣的黄金时代。而中国传统文化在东方文化体系中，占有非常重要的位置。中国传统文化是东方思想模式中最具典型意义的代表，因此目前对中国哲学、文学、美学、旅游文化进行整理、开发，将成为中外学者研究的

---

① 伍晓东：《卷首语》，《风景名胜》1997 年第 3 期。

热门课题。本书即是从旅游文化的视角,从审美的角度,介绍东方文化(重点是中国文化)的主体思维特征和客体文化之魅力所在。在本书中列举的“一组诱人的审美文化”,诸如它的辩证的哲性、空灵的禅性、诱人的神性,就是对东方文化(特别是中国文化)魅力所在的概括。同时,本书从旅游审美学角度提出的关于“绿色危机”的观点是眼前最为世界所关注的三大难题,即环境、人口和能源。从保护大自然这个角度,我们有目共睹:全世界的环境污染日益加剧,荒漠化日渐逼近,它们正严重地威胁着人类的生存环境。我国政府也为此颁布了保护大自然的“绿皮书”,与世界接轨。本书通过大量资料提出“绿色危机”的观点,从旅游和审美学的角度,呼吁大家行动起来,共同关注我们的生存环境,爱护我们的地球,珍惜我们的绿色家园。

### (三)

旅游业在我国国民经济中的地位已非同小可。1995年我国国内旅游人数已达6.2亿人次,国际旅游接待入境人数达4500万人次,全国旅游创汇87亿美元,国内旅游收入1350亿元,两项合计总收入超过两千多亿人民币,旅游业成为国民经济中的一项新的重要产业。<sup>①</sup>1996年,我国国际旅游外汇收入102亿美元,加上国内旅游收入,全国旅游总收入达2500亿元人民币。<sup>②</sup>国家旅游局通过举办“'97中国旅游年”活动,预计1997年的全年来华旅游人数将超过4900万人次,国际国内的旅游收入将步入一个更加崭新的台阶。

为适应旅游事业的高速发展,旅游高校、中专、职业中专得到迅速发展,截至1995年,我国旅游高校4所,中专14所,旅游职校

---

① 朱家骥:《卷首语》,《风景名胜》1997年第2期。

② 据《今晚报》,转引自《开封日报》1997年6月22日第4版。

237 所,即使如此,真正称职的如导游等旅游工作人员仍然十分缺乏。据北京出版的《旅游》杂志分析,到本世纪末真正称职的旅游工作人员将缺乏六万名,今后一个时期旅游院校和旅游专业的发展,势在必行,“旅游审美学”的教材就更是急需。

除旅游院校、旅游专业的学生之外,每年旅游的高峰期,到各地旅游的大多是各类大中专学校的学生和各行各业的人,但他们中间真正会旅游的人并不多。英国学者费尔塞姆说:“并不是每个人都适宜旅行,旅行会使聪明的更聪明,愚蠢的更愚蠢。”旅游者需要一本具有一定理论性的“旅游审美学”,在世界观、文化观、审美观、旅游观方面,在旅游技巧方面帮助他们去发现“无限风光”和“非常之观”,以丰富人生。《旅游审美学》就是为满足各类大中专院校旅游专业学生的教材需要和广大旅游爱好者对旅游审美指导书的渴求而编写的。它是旅游专业的学生和旅游部门的工作人员的一本必读书,也是广大旅游者的良师益友、导游和知音。

**田连波**

**1997. 7. 1 于河南大学苹果园**

# 目 录

|                         |      |
|-------------------------|------|
| 自序.....                 | (1)  |
| 第一章 旅游审美学研究的内容和特点 ..... | (1)  |
| 第一节 旅游与旅游学.....         | (1)  |
| 一 什么是旅游.....            | (1)  |
| 二 旅游学是属于交叉科学的综合学科.....  | (5)  |
| 第二节 旅游与美学.....          | (7)  |
| 一 什么是美学.....            | (7)  |
| 二 美是旅游和美学共同关心的问题.....   | (7)  |
| 三 《旅游审美学》不同于《旅游美学》..... | (9)  |
| 第三节 旅游审美学的内容和特点 .....   | (14) |
| 一 旅游审美活动的主体性 .....      | (14) |
| 二 旅游观赏的技巧性 .....        | (15) |
| 三 旅游参与的趣味性 .....        | (17) |
| 四 旅游资源的观赏性 .....        | (20) |
| 五 旅游审美的启迪性 .....        | (25) |
| 第二章 旅游,丰富人的本质 .....     | (28) |
| 第一节 人性与人的本质 .....       | (28) |
| 一 人性 .....              | (28) |
| 二 人的本质 .....            | (30) |
| 第二节 旅游,丰富人的本质.....      | (33) |
| 一 丰富人的知识 .....          | (33) |

|                                       |      |
|---------------------------------------|------|
| 二 陶养人的情操 .....                        | (37) |
| 三 完善人的人格 .....                        | (40) |
| 四 提高人的思维能力 .....                      | (42) |
| 五 锻炼人的生存能力 .....                      | (44) |
| 六 启迪人的创造能力 .....                      | (46) |
| 第三节 旅游,丰富人本质的特征 .....                 | (50) |
| 一 自由性特征 .....                         | (50) |
| 二 愉悦性特征 .....                         | (52) |
| 三 主动性特征 .....                         | (53) |
| 第三章 旅游,拓展人类文化 .....                   | (56) |
| 第一节 旅游是中国传统文化的审美奇葩 .....              | (56) |
| 一 古代思想家、哲学家、文学艺术家的旅游雅兴<br>和情趣 .....   | (56) |
| 二 旅游审美诗、词、散文、游记 .....                 | (59) |
| 三 传统旅游文化的其他特有形式 .....                 | (62) |
| 第二节 文化是旅游审美资源的精髓 .....                | (68) |
| 一 审美趣味的更替、演化,是人类文化的升腾 .....           | (68) |
| 二 自然美与山水文化的结合 .....                   | (72) |
| 三 旅游审美资源中的文化要素 .....                  | (74) |
| 第三节 旅游审美是人类文化沟通、融合的重要通道<br>.....      | (79) |
| 一 中国古代旅行家对人类文化的相互沟通、融合<br>起重大作用 ..... | (79) |
| 二 古代外国旅行家对人类文化沟通、融合的贡献<br>.....       | (81) |
| 三 中西文化沟通、融合的新型审美对象 .....              | (83) |

|                            |       |
|----------------------------|-------|
| 第四章 旅游,推进社会发展 .....        | (87)  |
| 第一节 社会的产生和变迁 .....         | (87)  |
| 一 社会是历史的产物 .....           | (87)  |
| 二 社会的变迁及其根源 .....          | (90)  |
| 三 审美需求的产生,是人类社会进步的象征 ..... | (93)  |
| 第二节 发展旅游事业,促进社会和谐 .....    | (95)  |
| 一 社会和谐是人类的审美理想 .....       | (95)  |
| 二 旅游审美教育能增强社会和谐的凝聚力 .....  | (101) |
| 第三节 发展旅游事业,促进经济发展 .....    | (107) |
| 一 旅游业和国民经济 .....           | (107) |
| 二 旅游业和社会繁荣 .....           | (110) |
| 第五章 旅游审美的发生、发展 .....       | (113) |
| 第一节 人类审美的发生 .....          | (113) |
| 一 美学史上几种审美发生论的见解 .....     | (113) |
| 二 人类审美意识的发生 .....          | (117) |
| 三 人类审美意识走向独立和展开 .....      | (119) |
| 第二节 旅游审美与人类山水意识的演化 .....   | (122) |
| 一 史前期的山水崇拜 .....           | (122) |
| 二 先秦的“君子比德” .....          | (125) |
| 三 魏晋的“畅神” .....            | (127) |
| 第三节 古代旅行和现代旅游 .....        | (129) |
| 一 古代旅行的种类和特点 .....         | (129) |
| 二 现代旅游的概念和旅游特征 .....       | (137) |
| 第六章 旅游审美的本质 .....          | (145) |
| 第一节 追求自由是人的本性 .....        | (145) |

|     |                      |       |
|-----|----------------------|-------|
| 一   | 人的“自由”生命活动特征·····    | (145) |
| 二   | 异化劳动和人的自由创造·····     | (150) |
| 第二节 | 人类回归自然的心态·····       | (154) |
| 一   | 人本是大自然的一部分·····      | (154) |
| 二   | 社会发展中的负面对人心理的障碍····· | (156) |
| 三   | 回归自然,寻觅人的本真·····     | (169) |
| 第三节 | 旅游审美的本质·····         | (176) |
| 一   | 旅游,是寻找自由的生命形式·····   | (176) |
| 二   | 旅游,是一种积极的心理补偿·····   | (182) |
| 第七章 | 旅游审美的资源·····         | (187) |
| 第一节 | 旅游资源·····            | (187) |
| 一   | 旅游资源的概念·····         | (187) |
| 二   | 旅游资源是旅游业的三大要素之一····· | (188) |
| 三   | 旅游资源是旅游审美活动的基础·····  | (190) |
| 第二节 | 旅游资源的种类·····         | (191) |
| 一   | 自然旅游资源·····          | (192) |
| 二   | 人文旅游资源·····          | (195) |
| 三   | 风景名胜区和风景名胜·····      | (202) |
| 第三节 | 旅游审美资源的特征·····       | (273) |
| 一   | 地域性特点·····           | (273) |
| 二   | 民族性特点·····           | (274) |
| 三   | 奇异性特点·····           | (275) |
| 四   | 启迪性特点·····           | (278) |
| 第八章 | 旅游审美者的素养·····        | (280) |
| 第一节 | 旅游者的审美心理·····        | (280) |
| 一   | 旅游审美愉快的生成·····       | (280) |

|     |                                |       |
|-----|--------------------------------|-------|
| 二   | 旅游者的审美心理力·····                 | (284) |
| 三   | 旅游审美者的心理承受和调整·····             | (293) |
| 第二节 | 旅游审美者的审美结构·····                | (300) |
| 一   | 审美主体的审美结构·····                 | (300) |
| 二   | 审美主体的审美结构层次·····               | (301) |
| 三   | 提高文化素养,完善审美结构·····             | (308) |
| 第三节 | 旅游审美者的文化素养和知识储备·····           | (313) |
| 一   | 文化知识是旅游审美者获得审美愉快的契机<br>·····   | (313) |
| 二   | 文化知识是旅游审美者获得审美情感升华的<br>依托····· | (316) |
| 三   | 博览群书,勤于实践,不断积累文化知识·····        | (319) |
| 第九章 | 寻觅中国山水文化的妙趣·····               | (342) |
| 第一节 | 一方神秘的处女地·····                  | (342) |
| 一   | 东方文化·····                      | (342) |
| 二   | 东西方文化的异同·····                  | (346) |
| 三   | 东方文化有魅力·····                   | (351) |
| 第二节 | 一处神奇的万趣园·····                  | (358) |
| 一   | 中国古典美学的“天趣”·····               | (358) |
| 二   | 中国百姓生活的“物趣”·····               | (364) |
| 三   | 中国山水有“妙趣”·····                 | (369) |
| 第三节 | 一组诱人的审美文化·····                 | (374) |
| 一   | 辩证的哲性·····                     | (374) |
| 二   | 空灵的禅性·····                     | (375) |
| 三   | 诱人的神性·····                     | (377) |

## 第十章 把握审美观赏的时空变化 ..... (380)

### 第一节 时空的深远和奥妙..... (380)

#### 一 人的审美和时空..... (380)

#### 二 时空的深远和奥妙..... (383)

### 第二节 好景有时光,稍纵即逝 ..... (386)

#### 一 山、丘、湖、海的空间形象,是时间和条件塑造的痕迹..... (386)

#### 二 潮汐、云海、佛光、蜃景,是时间和条件塑造的踪影..... (388)

#### 三 园林的意境创造和园景的季相、时相、龄相和气象、物候 ..... (394)

### 第三节 观景讲角度,位到景现 ..... (401)

#### 一 观赏景物有空间序列和节奏..... (401)

#### 二 观赏景观的多方位和最佳选择..... (405)

## 第十一章 步入旅游审美观赏三境界 ..... (411)

### 第一节 观..... (411)

#### 一 追求旅游审美观赏的高境界..... (411)

#### 二 观,是主体对景观的感性存在的直观把握 ..... (412)

#### 三 观,是赏景的第一境界 ..... (416)

### 第二节 品..... (418)

#### 一 审美主体赋予景观以人格和灵性..... (418)

#### 二 心与物游,创造“有我”境界 ..... (420)

### 第三节 悟..... (423)

#### 一 悟,是建立在观、品基础上的思索和了悟..... (423)

#### 二 畅神理得,创造审美观赏的“无我之境” ..... (428)

|                           |       |
|---------------------------|-------|
| 第十二章 旅游参与品味无穷 .....       | (431) |
| 第一节 旅游审美不是赶路,美在体验 .....   | (431) |
| 一 体验审美对象,重一个“品”字 .....    | (431) |
| 二 淡化目的,重一个“兴”字 .....      | (434) |
| 三 讲究形神兼备,重一个“神”字 .....    | (438) |
| 第二节 旅游审美不是隔岸观火,美在参与 ..... | (442) |
| 一 走进审美活动之中 .....          | (442) |
| 二 游进山水之质 .....            | (444) |
| 三 融入景观的意境里 .....          | (446) |
| 第十三章 导游仙子架金桥 .....        | (450) |
| 第一节 导游仙子是一道风景 .....       | (450) |
| 一 他们洋溢着文明古国、礼仪之邦的风范 ..... | (450) |
| 二 他们是旅游者的知心人 .....        | (454) |
| 第二节 导游仙子是旅游者的审美导师 .....   | (457) |
| 一 使旅游者识物增智 .....          | (457) |
| 二 引导旅游者启物怀志 .....         | (460) |
| 三 使旅游者感物生情 .....          | (463) |
| 第三节 导游的谈话方法和语言表达 .....    | (465) |
| 一 广博的知识和丰富的趣味 .....       | (465) |
| 二 导游的谈话方法和语言表达 .....      | (468) |
| 后记 .....                  | (480) |
| 参阅文献 .....                | (482) |