



21st CENTURY
十一五规划

21世纪全国高等院校旅游管理系列实用规划教材

旅游景观美学

祁颖 主编



中国林业出版社
China Forestry Publishing House



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

21 世纪全国高等院校旅游管理系列实用规划教材

旅游景观美学

祁 颖 主编

中国林业出版社
China Forestry Publishing House



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内容简介

本书是高等院校旅游管理专业系列教材之一。全书共分10章,分别为导论,美学基础,旅游审美心理,山岳景观审美,水体景观审美,生物、气候、特异景观审美,中国古建筑景观审美,中国古典园林景观审美,中国古代雕塑景观审美,中国画、碑刻及楹联景观审美。全书体系完整,各章设有本章概要、学习目标、关键性术语、知识窗、思考题、经验性训练、本章推荐阅读书目等栏目。本书特色在于,无论是自然景观,还是人文景观,各章最后一节都设有景观实例欣赏,这对于理解和掌握该章内容会有很大帮助。

本书既可以作为高等学校旅游管理专业教材,也可作为旅游管理人员的培训教材,还可以作为相关业务人员、普通旅游者了解景观、认识景观的参考书。

图书在版编目(CIP)数据

旅游景观美学/祁颖主编. —北京:中国林业出版社;北京大学出版社, 2009. 2

(21世纪全国高等院校旅游管理系列实用规划教材)

ISBN 978-7-5038-5345-6

I. 旅… II. 祁… III. 旅游-景观美学-高等学校-教材 IV. F590 P901

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第012931号

书 名: 旅游景观美学

著作责任人: 祁 颖 主编

总 策 划: 牛玉莲 林章波

策 划 编 辑: 郑铁志

责 任 编 辑: 郑铁志 李 楠

出 版 者: 中国林业出版社(地址:北京市西城区德内大街刘海胡同7号 邮编:100009)

网址: <http://www.cfph.com.cn> E-mail: jiaocaipublic@163.com

电话:编辑部 83220109 营销中心 83227711

北京大学出版社(地址:北京市海淀区成府路205号 邮编:100871)

网址: <http://www.pup.cn> <http://www.pup6.com> E-mail: pup_6@163.com

电话:邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62750667 出版部 62754962

印 刷 者: 北京市昌平百善印刷厂

发 行 者: 中国林业出版社 北京大学出版社

经 销 者: 新华书店

版 次 印 次: 2009年2月第1版 2009年2月第1次印刷

开 本: 850mm×1168mm 16开本 13印张 302千字

定 价: 22.00元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有 侵权必究

21 世纪全国高等院校旅游管理系列实用规划教材 编写指导委员会

顾问：吴必虎（北京大学）

马 波（青岛大学旅游学院）

主任：程道品（桂林工学院旅游学院）

副主任：王明星（肇庆学院旅游学院）

曹诗图（武汉科技大学管理学院）

赵恒德（渤海大学旅游学院）

黄远水（华侨大学旅游学院）

吴忠军（桂林工学院旅游学院）

委员：（按姓氏笔画排序）

尹华光（吉首大学旅游学院）

龙京红（郑州大学旅游管理学院）

叶 文（西南林学院旅游学院）

朱孔山（山东临沂师范学院环境与旅游学院）

孙丽坤（大连民族学院旅游管理系）

李珍刚（广西民族大学管理学院）

张利民（渤海大学旅游学院）

张淑贤（长春师范学院历史学院）

郑耀星（福建师范大学旅游学院）

胡碧芳（重庆三峡学院工商管理系）

钟永德（中南林业科技大学旅游学院）

耿莉萍（河南理工大学经济管理学院）

郭淑梅（湖州师范学院法商学院旅游管理系）

黄羊山（东南大学旅游学系）

黄解宇（山西运城学院经济管理系）

蒋长春（福建莆田学院旅游学院）

曾明华（福建漳州师范学院管理科学系）

潘贤丽（海南大学应用科技学院）

秘书长：吴忠军（桂林工学院旅游学院）

牛玉莲（中国林业出版社教材中心）

林章波（北京大学出版社第6事业部）

编写人员名单

主 编：祁 颖

副主编：姜红莹

王 芳

编 委：（按姓氏笔画排序）

元 元（海南大学）

王 芳（华侨大学）

祁 颖（黑龙江大学）

张欣阳（牡丹江师范学院）

姜红莹（吉首大学）

序

1845年,托马斯·库克成立世界上第一家旅行社,标志着世界旅游业的出现。但是作为真正意义上的现代旅游业,则始于20世纪50年代的欧美。从那时至今,旅游从为少数上层阶层所能享受的活动发展到现今大众旅游和社会旅游时代,仅经历了50多年的时间。在这短短50多年的历程中,世界旅游业发展大大超出世界经济总体发展速度,成为世界上最大的产业之一。世界旅游组织的统计数字显示,2005年国际旅游人数首次突破8亿人次,全球平均增长率高达5.5%;2006年国际旅游人数达到8.42亿人次,同比增长4.5%,超出了旅游业的发展预期。世界旅游组织预测,到2010年,全世界每年将有10亿多人出国旅游。旅游不仅对世界各国的经济发展产生积极而深远的影响,同时它已成为人们生活中的一部分,还是影响人们生活方式和生活观念的一个重要因子。

中国是一个旅游资源大国,有着得天独厚的自然旅游资源和人文景观优势。上下几千年的文明积淀,方圆960万 km^2 的国土,使中国的旅游资源在世界上无与伦比。尽管我国旅游业起步于20世纪80年代初,但经过30余年的发展,中国正从一个旅游资源大国走向旅游接待大国,旅游业在国民经济中的地位和作用日益凸显,其强劲的发展势头为世界所关注。2006年,我国国内旅游人数13.94亿人次,入境旅游人数12494万人次,全国旅游外汇收入339.49亿美元,出境旅游总人数为3452.36万人次。世界旅游组织预测,到2015年,中国将成为世界上第一大入境旅游接待国和第四大出境旅游客源国。届时中国入境旅游人数可达2亿人次,国内旅游人数可达26亿人次以上,出境旅游人数可达1亿人次左右,游客市场总量可达30亿人次左右,居民人均出游可达2次,旅游业总收入可达2万亿元人民币左右。“十一五”期间,中国旅游业将每年新增直接就业70万人、带动间接就业350万人。到2015年,中国旅游直接拉动和间接就业总量将达1亿人左右。

蓬勃发展、无限生机的旅游业,给旅游教育,尤其是高等旅游教育带来了巨大的机遇和挑战。旅游管理是工商管理下面的一个小学科,却面向的是大产业,如何使旅游学科做大做强,更好地为旅游产业服务,为21世纪旅游业发展培养所需各类人才,是每一个旅游教育工作者所要思考的问题。做大做强旅游学科,使旅游教育与旅游产业的发展同步,就必须加大旅游学科建设的力度,其中之一就是要搞好旅游教材的建设。因为,教材是体现教学内容和教学方法的知识载体,是进行教学的基本工具,也是深化教育教学改革,全面推进素质教育,培养创新人才的重要保证。中国林业出版社、北京大学出版社组织全国部分高校编写“21世纪全国高等院校旅游管理系列实用规划教材”就是推动旅游教学改革与教材建设的一项重要举措。

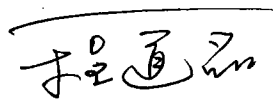
在本套教材的编写过程中,我们力求系统地、科学地介绍旅游管理专业的基本理论、基本知识和基本技能(“三基”),同时也力求将以下理念融入教材的编写中:一是教育创新理念。即把培

养创新意识、创新精神、创新思维、创造力或创新人格等创新素质以及创新人才为目的的教育活动融入其中。二是现代教材观理念。传统的教材观以师、生对教材的“服从”为特征，由此而形成的对教学矛盾的解决方式表现为“灌输式”的教学关系。现代教材观是以教材“服务”师生，即将教材定义为“文本”和“材料”，提供了编者、教师、学生与知识、技能之间的跨越时空的对话，为师生创新提供了舞台。三是培养大学生“四种能力”的理念。教材的编写充分体现强化学生的实践能力、创造能力、就业能力和创业能力的需要，以适应旅游业的快速发展对旅游人才的新要求。四是教材建设服从于精品课程建设的理念。精品课程是具有一流教师队伍、一流教学内容、一流教学方法、一流教材、一流教学管理等特点的示范性课程。精品课程建设是高等学校教学质量与教学改革工程的重要组成部分。本套教材的编写力求为精品课程建设服务，能够催生出一批旅游精品课程。

本套教材不仅是全国高等院校旅游管理专业教育教学的专业教材，而且也可作为旅游管理部门、旅游企业专业人员培训及参考用书。我们希望本套教材能够为培养 21 世纪旅游创新人才做出贡献。

最后，借此机会感谢北京大学吴必虎教授、青岛大学旅游学院马波教授对本套教材的指导，感谢中国林业出版社和北京大学出版社对本套教材所付出的辛勤劳动以及各位参与编写的专家和学者对本套教材所付出的心血！

编委会



2007 年 10 月

前言

在经济发展越来越快、文明程度越来越高的今天,旅游已经成为我们日常生活必不可少的组成部分。从人类需求而言,旅游属于高层次需求,是社会发展的必然产物。人们旅游的根本目的在于:在游赏过程中感受、体验各种景观的美。因此,旅游活动实际上就是审美的活动。它的进行离不开审美主体,更离不开审美客体。旅游业的经营管理、景观开发是为了向旅游者提供美的游赏环境,因此,认识和了解旅游主体的审美心理,把握和理解各种各类旅游景观审美特征是十分必要的。从此出发,本书在阐释美学基础的前提下,对旅游审美主体和旅游审美客体进行了全面的阐述。全书分为10章,主要内容包括导论、美学基础、旅游者审美心理、山岳景观审美、水体景观审美、生物气候特异景观审美、中国古建筑景观审美、中国古典园林景观审美、中国古代雕塑景观审美、中国画碑刻及楹联景观审美。

在编写体例上,考虑到“旅游景观美学”主要涉及旅游者与旅游景观,即主体与客体之间关系为内容的特点,一改案例分析的编写框架,以景观实例欣赏及分析作为旅游景观审美各章理论阐述和实际运用的最好途径,从而达到学以致用目的。因此,在旅游景观审美的第4~10章中的最后一节选择各类景观中最有吸引力的景观列入“景观实例欣赏”,详加分析,指出审美特征、观赏要点、观赏重点。此外,为便于学生、管理者、培训者学习和对线索的把握,各章首均有本章概要、学习目标、关键性术语,各章尾有思考题、经验性训练和推荐阅读书目。

本书特色在于:①时效性。旅游业是一个变化发展极快的产业,由此出现的旅游学科也是一个动态的学科。本书在编写过程中,注意掌握本学科最新的学术成果,关注旅游业的发展和旅游者审美心理的变化,在内容组织、资料取舍时,特别强调时效性。②实践性。旅游审美活动本身是一个实践性极强的活动,本系列教材的编写原则也是突出实用的特点。因此,本书在编写时本着理论阐述和实例景观分析的原则,达到理论联系实际,提高受教育者审美鉴赏能力的目的。在旅游景观审美各章设有“著名景观实例欣赏”。③知识性。旅游景观美学涉及多学科,学好该门课程需要大量相关学科知识。为此,本书在编写过程中增加了“知识窗”这一内容,对学生不甚了解、但对理解问题有一定帮助的相关学科知识点(76个)扼要进行介绍,点到为止。

本书由黑龙江大学历史文化旅游学院旅游管理系祁颖主编,并负责撰写编写大纲和统稿工作。全书共10章,各章分工如下:第1章由祁颖编写;第2、3章由元元编写;第4章由王芳编写;第5章由张欣阳编写;第6章由王芳编写;第7章由祁颖编写;第8章由姜红莹编写;第9、10章由祁颖编写。

本书在编写过程中,借鉴并参考了大量国内外书刊资料,谨此一并致谢!

由于编者水平有限,书中疏漏与不足之处在所难免,诚请专家、读者批评指正。

编者

2008年12月

目 录

序 前 言

第1章 导论	1
1.1 旅游景观美学	1
1.1.1 旅游景观美学的概念	2
1.1.2 旅游景观美学研究的对象和 内容	2
1.2 旅游景观	3
1.2.1 旅游景观的概念	3
1.2.2 旅游景观的构成及特点	4
1.3 旅游景观美	5
1.3.1 旅游景观美的特征	5
1.3.2 旅游景观美的要素	6
1.4 旅游景观观赏原理	8
1.4.1 旅游景观观赏的方法	8
1.4.2 旅游景观观赏的距离	9
1.4.3 旅游景观观赏的角度	9
1.4.4 旅游景观观赏的时间	10
第2章 美学基础	12
2.1 美感与审美活动	12
2.1.1 美感的含义	13
2.1.2 美感的特性	14
2.1.3 审美活动与日常生活	16
2.2 审美存在	17
2.2.1 自然美	17
2.2.2 艺术美	19
2.2.3 形式美	21
2.3 审美形态	22

2.3.1 优美与崇高	22
2.3.2 悲剧与喜剧	25
2.3.3 荒诞	26
第3章 旅游审美心理	29
3.1 审美心理要素	29
3.1.1 审美感知	30
3.1.2 审美想象	31
3.1.3 审美情感	32
3.1.4 审美理解	33
3.2 旅游审美动因	34
3.2.1 旅游审美需要	34
3.2.2 旅游审美目标	35
3.2.3 旅游审美动机	36
3.3 旅游景观审美的心理过程	37
3.3.1 旅游审美潜能的介入	37
3.3.2 旅游审美心境的形成	38
3.3.3 旅游审美意识的调动	39
3.3.4 旅游审美心理场的建立	39
3.4 旅游审美能力培养	40
3.4.1 旅游审美能力	40
3.4.2 审美感受力培养	40
3.4.3 审美想象力培养	41
3.4.4 审美理解力培养	43
3.5 中西方审美心理差异	44
3.5.1 重理性与重实用	44
3.5.2 对美与善关系的不同认识	45
3.5.3 重写实与重写意	45
第4章 山岳景观审美	47

4.1 山岳景观类型	47	5.4.1 杭州西湖美景欣赏	68
4.1.1 花岗岩地貌景观	48	5.4.2 贵州黄果树瀑布欣赏	70
4.1.2 变质岩地貌景观	48	5.4.3 济南趵突泉欣赏	71
4.1.3 砂岩峰林地貌景观	48		
4.1.4 丹霞地貌景观	48	第6章 生物、气候、特异景观审美	74
4.1.5 岩溶洞穴景观	49	6.1 生物景观审美	74
4.2 山岳景观文化	49	6.1.1 生物景观类型	74
4.2.1 山岳神话文化	49	6.1.2 生物景观审美特征	76
4.2.2 山岳民间传说	49	6.2 气候景观审美	79
4.2.3 山岳信仰圣地	50	6.2.1 气候景观类型	79
4.2.4 山岳历史名胜遗迹	52	6.2.2 气候景观审美特征	81
4.3 山岳景观审美特征	52	6.3 特异景观审美	82
4.3.1 形象美	53	6.3.1 蜃景	82
4.3.2 色彩美	54	6.3.2 佛光	82
4.3.3 动态美	55	6.3.3 极光	83
4.4 山岳景观实例欣赏	55	6.3.4 日月并升	83
4.4.1 泰山景观欣赏	55	6.3.5 日食、月食	83
4.4.2 黄山景观欣赏	58	6.3.6 极昼和极夜	84
		6.4 生物、气候景观实例欣赏	84
第5章 水体景观审美	62	6.4.1 生物景观实例欣赏——张家界	
5.1 水体景观类型	62	国家森林公园	84
5.1.1 江河溪涧	62	6.4.2 气候景观实例欣赏——江南	
5.1.2 湖泊水库	63	烟雨	85
5.1.3 飞瀑流泉	63		
5.1.4 冰川景观	63	第7章 中国古建筑景观审美	87
5.1.5 风景海域	64	7.1 中国古建筑景观概述	87
5.2 水体景观文化	64	7.1.1 中国古建筑的发展	88
5.2.1 水神话	64	7.1.2 中国古建筑景观类型	89
5.2.2 水精神	65	7.1.3 中国古建筑景观术语解释	94
5.2.3 水价值	65	7.2 中国古建筑的精神文化内涵	95
5.2.4 风水术	66	7.2.1 中国古建筑反映的宗法礼制	96
5.3 水体景观审美特征	66	7.2.2 中国古建筑中的象征意蕴	99
5.3.1 形美	66	7.3 中国古建筑景观的审美特征	101
5.3.2 声美	67	7.3.1 中国古建筑结构审美特征	101
5.3.3 影美	67	7.3.2 中国古建筑布局审美特征	104
5.3.4 色美	67	7.3.3 中国古建筑装饰审美	106
5.3.5 光美	68	7.4 中西方古建筑差异	109
5.3.6 味美	68	7.4.1 中西方古建筑形制差异	109
5.4 水体景观实例欣赏	68	7.4.2 中西方古建筑构架差异	110

7.4.3 中西方古建筑装饰差异	111	9.1.1 雕塑概念及形式	142
7.5 中国古建筑景观实例欣赏	112	9.1.2 雕塑的分类及特点	143
7.5.1 宫殿景观实例欣赏——北京 故宫	112	9.1.3 雕塑欣赏的标准和方法	145
7.5.2 陵寝景观实例欣赏——北京明 十三陵	114	9.2 中国古代雕塑概述	147
7.5.3 祭祀性建筑景观实例欣赏—— 天坛	115	9.2.1 中国古代雕塑发展演变	147
7.5.4 宗教景观实例欣赏——河北正定 隆兴寺	116	9.2.2 中国古代雕塑分类	148
第8章 中国古典园林景观审美	118	9.3 中国古代雕塑审美特征	151
8.1 中国古典园林概述	118	9.3.1 线条的美	151
8.1.1 中国古典园林的演进	119	9.3.2 象征的美	152
8.1.2 中国古典园林景观类型	120	9.3.3 装饰的美	152
8.2 中国古典园林景观要素审美	122	9.3.4 纪念的美	153
8.2.1 山——园林的骨架	123	9.3.5 类型化的美	154
8.2.2 水——园林的血脉	125	9.4 中西方古代雕塑差异	154
8.2.3 建筑——园林的眼睛	126	9.4.1 中西方古代雕塑审美观念的 差异	154
8.2.4 花木——园林的毛发	127	9.4.2 中西方古代雕塑类型的 差异	156
8.3 中国古典园林景观组合的艺术 手法	128	9.4.3 中西方古代雕塑造型手段的 差异	157
8.3.1 中国古典园林景观的基本美学思想 及造园原则	128	9.5 著名旅游区雕塑景观实例 欣赏	158
8.3.2 中国古典园林景观组合的艺术 手法	130	9.5.1 秦始皇陵兵马俑	158
8.4 中西方古典园林景观差异	132	9.5.2 霍去病墓石刻	159
8.4.1 中西方古典园林产生渊源的 差异	132	9.5.3 云冈石窟	160
8.4.2 中西方园林审美特征的 差异	133	9.5.4 龙门石窟	162
8.5 著名古典园林景观实例欣赏	135	9.5.5 莫高窟	163
8.5.1 皇家园林景观实例欣赏—— 颐和园	135	第10章 中国画、碑刻及楹联景观 审美	165
8.5.2 私家园林景观实例欣赏——豫园、 拙政园	137	10.1 中国画审美	166
第9章 中国古代雕塑景观审美	141	10.1.1 绘画欣赏常识	166
9.1 雕塑欣赏常识	141	10.1.2 中国画概述	168
		10.1.3 中国画的审美特征	170
		10.1.4 中西方传统绘画差异	174
		10.1.5 著名旅游区绘画景观实例 欣赏	176
		10.2 碑刻景观审美	179
		10.2.1 碑刻概述	179
		10.2.2 碑刻的审美特点	181

10.2.3 著名旅游区碑刻景观实例 欣赏	182	10.3.3 著名旅游区楹联景观实例 欣赏	189
10.3 楹联景观审美	184	参考文献	193
10.3.1 楹联概述	184		
10.3.2 楹联的审美特征	187		

第1章

导论

【本章概要】

本章是全书的总要和导引，首先对旅游景观美学这一概念及其研究对象和内容进行了阐述，旅游景观及其审美特征、旅游审美心理是其研究的主要内容。其次，对旅游景观的基本概念、含义进行了分析，介绍了旅游景观的主要类型，概括了旅游景观的特点。再次，对旅游景观美的相关内容进行了分析和阐述，主要涉及旅游景观美的特征，以及构成旅游景观美的要素。最后，对旅游景观观赏的基本原理，从观赏方法、观赏距离、观赏角度和观赏时间进行了阐述。

【学习目标】

- 了解旅游景观美学的含义及研究内容；
- 掌握旅游景观的概念、类型；
- 理解并掌握旅游景观的基本特点；
- 理解并掌握旅游景观美的特征；
- 了解旅游景观美的要素；
- 掌握旅游景观观赏原理。

【关键性术语】

旅游景观美学、景观、旅游景观、自然旅游景观、人文旅游景观、旅游资源、旅游景观美、旅游景观美的要素（质、量、艺术、自然环境、社会因素）、旅游景观观赏方法（静态观赏、动态观赏）、旅游景观观赏距离（空间距离、时间距离、心理距离）、旅游景观观赏角度（平视、仰视、俯视、正视、侧视）、旅游景观观赏时间（季节、朝暮、晴雨）。

旅游景观是旅游审美活动的客体和承载者，其美学品质与价值对于吸引旅游者、确定旅游目的地的旅游地位和形象具有重要影响。然而，无论何种旅游景观价值的显现，都要有旅游者审美体验这一前提条件，旅游者在旅游景观审美活动中也是不能忽略的要素。因此，从旅游审美主体的角度出发，对旅游景观的概念、特点，旅游景观美的构成要素、旅游景观观赏原理及旅游景观美学的研究内容进行概括性的阐述是十分必要的。

1.1 旅游景观美学

旅游景观美学是随着现代旅游业和旅游教育的快速发展，旅游学科体系不断完善，旅游科研逐步深入的基础上产生并确立起来的。它是美学的一个分支，但其研究领域却十分广泛，自然山水、人文古迹都是它的研究对象，

因此,学科交叉性强又是它的一个特点。其研究方法因涉猎学科的庞杂而具有多样性。

1.1.1 旅游景观美学的概念

旅游景观美学是以各种旅游景观及其审美特征为研究对象,涉及旅游者审美心理、审美行为的学科。它是旅游学与美学的交叉学科,同时在研究中还涉及地理学、历史学、心理学、生物学、民俗学、社会学等相关学科的内容和知识。

由于旅游审美活动是一个社会实践性活动,因此,旅游景观美学也具有很强的实践性和应用性,其研究方法应当更加重视理论与实际相结合,即从感性到理性,再从理性到实践的辩证思维方法。在实践中广泛考察景观,进行实际的审美体验,分析普遍存在的旅游景观美学现象及规律,从感性上升为理性,从而得出科学的结论;反过来,再用理论指导旅游审美实践,达到景观美体验与欣赏程度的最大化。

1.1.2 旅游景观美学研究的对象和内容

旅游景观美学研究的对象和内容十分广泛,但基本任务主要是从客体方面,研究作为审美对象的旅游景观的构成、审美特征的表现等内容。由于旅游审美活动是由主体参与的活动,因此,景观欣赏者——旅游者的行为、心理也是研究的内容。具体包括以下几个方面。

(1) 美学基础

对美学基础的学习和研究是进行各种审美活动的前提和条件,因为旅游景观美学研究是美学基本原理的具体运用。从旅游者的角度来讲,旅游活动的过程就是审美的过程,各种旅游景观是旅游者的直接审美对象,只有具备了一定的美学常识,才能更好地领略旅游景观的审美特征。旅游景观美学涉及的美学基础主要包括美感与审美活动、审美存在、审美形态等。

(2) 旅游审美心理

旅游景观美的存在价值,因旅游者的观照、欣赏而得到充分的显示。因此,研究旅游景观美学,不能忽略对旅游主体——旅游者的研究。在旅游审美活动中,旅游者的审美行为特点、心理状态、审美素养对审美享受的获得至关重要,同样的旅游景观会由于不同的审美主体欣赏而得出不同的审美感受。这与旅游者个体审美心理的差异性有直接关系。因此,旅游者的审美心理是旅游景观美学研究的主要内容之一。主要包括审美心理要素、旅游审美动因、旅游景观审美的心理过程、旅游审美能力培养等内容。

(3) 旅游景观及其审美

旅游景观是旅游景观美学的核心内容。各种各类旅游审美活动均离不开旅游景观,而旅游景观必须具有一定的欣赏价值,因此,研究和分析蕴含在各类旅游景观中的美的规律和特点、美的表象和内涵,成为旅游景观美学研究的主要任务。根据旅游景观的分类,旅游审美主要研究内容包括旅游景观与旅游景观美特点、构成要素,自然景观审美,人文景观审美等。在该内容研究中,各种各类旅游景观的审美特征是研究的重点。

1.2 旅游景观

旅游审美活动的进行离不开旅游景观,抛开旅游活动,也就没有所谓的旅游景观。因此,旅游景观是旅游活动发展的概念性产物;旅游景观本身早已有之,只是单纯地以“景观”出现而已。随着旅游业的产生与发展,并越来越普及化、大众化,一些“景观”中能够满足旅游者审美需求的部分便成为旅游景观。

1.2.1 旅游景观的概念

“旅游景观”概念的提出是在旅游业全面兴起之后,从根本上来说,是“景观”概念的延伸和细化。为此,有必要先了解“景观”概念的演变及基本含义。

(1) 景观

“景观”(landscape)是一个随时间发展演进和学科认识不断深入而内涵、外延逐渐丰富的概念。对它的认识和理解,不同时代、不同学科、不同文化背景的主体都存在着一一定的差异。

“景观”一词最早出现在希伯来文《圣经》的旧约全书中,被用来描写所罗门城的瑰丽景色。16世纪末,“景观”主要被用作绘画艺术的一个专门术语,指自然景色。18世纪,一些园林设计师从追求艺术效果出发,开始采用“景观”一词,园林中的建筑与自然结成的具有审美欣赏意义的客观有机整体被称为景观。景观的含义发生了变化,已不仅仅局限于自然部分,也包含了人为建造具有观赏意义的景象。到了19世纪初,近代地理学创始人德国地理学家 A. Von. 洪堡将“景观”引入地理学,指出“景观”是“一个地理区域的总体特征”。19世纪后期至20世纪初期,形成了以研究景观形成、演变和特征为对象的景观学。我国对“景观”一词的使用至近代开始出现。从辞源角度看,“景,光也”;“观,谛视也”,即“景”是自然界的一种现象,“观”则是主体的欣赏行为。显然,作为客体的景离不开主体的参与。

从“景观”一词发展、演变来看,有着多角度、多层次的理解。地理学家将其视作一个科学名词,定义为地表景象;艺术家则将其视为表现与再现的对象;生态学家视其为一个生态系统;旅游学家视其为旅游资源,等等。

对“景观”的含义可以从2个层面理解:一是审美的角度;二是系统的角度。就审美的角度而言,“景观”是指对主体有审美影响和吸引力的各种审美对象,包括自然的和人文的,它们是审美情趣产生的基础。就系统的角度,亦即学科研究的角度而言,“景观”就是一个由各种要素组成的系统,这些要素相互联系、相互作用,形成了丰富、多样的地表景象或生态系统。

事实上,基于美学欣赏的景观理解,是“景观”最初的、最朴素的含义。

【知识窗】

“景观”与“风景”

一般来说,“景观”和“风景”,二者可以换用,但严格来讲,还是有区别的:

- ①“景观”的概念可以不带感情色彩和美学意味,“风景”则含有一定的美学色彩和价值评判;
- ②“风景”是一个日常生活中的常用词汇,“景观”则经过了学者们多年的研究和发展,成了科学(主要是地理学)术语。

(2) 旅游景观

随着现代旅游的快速发展,“景观”一词已成为一个非常大众化的词汇,无论在普通人中还是在旅游学研究者中使用频率都比较高。对于旅游景观的概念,目前在旅游学界也有多种不同的解释,但共同之处均指向了吸引力和审美价值,只有具备了这样的前提,才有可能被旅游主体所欣赏。而各种解释的差异主要体现在涉及范围的大小。

从“景观”一词的本意,以及旅游审美活动实践中景观对旅游主体审美感知、审美体验、审美享受等方面的影响来看,我们可以将旅游景观定义为:具有旅游审美价值的能够吸引旅游者,促使其产生旅游活动和愉悦体验的环境综合体。

由此可见,这一概念既包括了具有形态结构的各种景物、景点、场所,也包括了旅游审美活动进行中不可或缺的非形态意义上的“景致”,例如,服务、风俗、态度等。前者是旅游景观构成中的重要内容,没有了这些具有形态结构的“景观”,服务、风俗、态度等则难以展开和发挥作用。

1.2.2 旅游景观的构成及特点

(1) 旅游景观的构成

根据旅游景观表现内容的基本属性,可以将旅游景观划分为两大类,即自然旅游景观和人文旅游景观。

自然旅游景观 是指以各种自然要素相互作用构成的旅游审美对象。它源于自然,表现自然,形式、形态千变万化、多姿多彩。它们的旅游价值具有直观性、自然性,是客观存在,但需要旅游者通过审美体验去感知,从而获得身心愉悦。根据自然旅游景观构成要素,又可将其分为山岳景观、水体景观、生物景观、气象景观等类型。

人文旅游景观 是指人类创造的具有文化价值、艺术欣赏价值,对旅游者有吸引力的各种事物和现象。它可以是历史的遗留物,也可以是今人的景观创造;可以是有形的古建筑,也可以是无形的民俗表演。相比于自然旅游景观,人文旅游景观具有更加丰富的文化内涵,其旅游价值更多表现为主观性、潜藏性。在旅游审美活动中,旅游主体从中获得的信息量要多于自然旅游景观。审美体验和审美享受则是渐进式的。从人文旅游景观内容来看,大致可以将其分为古建筑景观、古典园林景观、雕塑景观等类型。

(2) 旅游景观的特点

美学欣赏性 旅游景观是景观中的一个分支,而就“景观”一词的产生发展来看,其最初、最朴素的意义就是美学欣赏。只不过到了19世纪以后,随着地理学、生态学等学科的发展,景观一词的含义被赋予了学科本身的特征。但从旅游活动的角度而言,旅游者的出行动力主要来自于对旅游景观的欣赏,以此以达到愉悦身心的目的。因此,具有美学欣赏性是旅游景观的重要特征。

复合性 旅游景观是一个具有美学意义和吸引力的环境综合体,包括自然、社会、经济、文化等各要素。各要素相互联系、相互作用,有序组合。例如,园林景观,无论其景观要素之间,还是园林与周围环境要素之间,都在造园主旨的引导下按照一定的组景规律进行有机组合,形成了一个和谐统

一的整体。

系统性 旅游景观是一个由众多要素组成的系统，自然、社会、经济、文化等子系统之间在“系统整体性”规律的作用下，既相互联系又相互制约。就此来看，旅游景观与旅游资源有十分重要的区别，它是各种自然现象、人文现象，以及自然与人文现象相互作用而形成的总体环境。而旅游资源只是事物和现象的总和，不一定是一个系统性的总体环境。

地域性 任何类别的旅游景观，其形成总是在一定的区域范围内，受区域自然环境、社会环境的影响，势必打上地域的烙印。哈尔滨的冰灯雪雕、海南三亚的椰风海韵，都是地域性鲜明的自然景观。与此同时，受制于各种自然环境，在长期的社会发展中也形成了一定地域的社会心理和民风民俗，造就出各地不同的人文旅游景观。这也恰恰是旅游景观的魅力所在。

由以上特点可见，旅游景观与旅游资源的主要区别在于，旅游景观强调的是美学意义和环境综合体（系统性）；而旅游资源更注重的是吸引力和经济、社会、环境效益，不对诸多旅游资源进行美学特征的分析。旅游景观是从欣赏的视角界定，更大程度上受旅游主体的认可；而旅游资源是从开发和利用的视角界定，虽然有旅游者认可的成分，但旅游业以及相关部门也起了重要作用。

【知识窗】

旅游资源和旅游景观

就概念而言，旅游资源属于资源，旅游景观属于景观。“资源”是具有可用于生产并能带来经济效益和社会效益的自然或社会事物和现象，一切构成资源的事物和因素，无论是自然的还是社会的，都是客观存在的，当它们不被人们或某个产业认识或利用时，就谈不上是资源。认识旅游资源时，要从能被人们认识和利用这个角度出发，这好似一个前提。如果无法被认识或利用，即使该事物本身很美，很有吸引力，也不能将它定义为旅游资源。而对旅游景观认知的关键，应该从吸引力和愉悦的角度出发。旅游景观是旅游者进行旅游活动的对象，是产生旅游体验和精力的基础。这就说明对旅游者来说，旅游景观不仅具有吸引力，还能使其产生审美愉悦。

1.3 旅游景观美

旅游景观是美的，这是它作为旅游者审美对象的前提条件，也是其价值所在。

1.3.1 旅游景观美的特征

作为旅游审美主体，在认识、了解旅游景观含义和特点的同时，还必须了解和掌握旅游景观美的基本特征。

（1）旅游景观美的多样性

由于旅游景观构成的多样性，导致了旅游景观美的多样性。旅游景观美既可以是自然的美，也可以是人文的美。即使是同类旅游景观，也会由于形状、成因、环境、主体认识的不同而呈现不同的美的状态。同是山岳，泰山之美体现在雄伟，华山之美体现在险峻，峨眉山则体现在秀美，青城山则以幽静著称。同是园林，又有南北类型之分、中西风格之异。即使是同一旅游景观，也会因旅游者审美个