

大学旅游教材
沈祖祥 主编



旅游美学

陈宗海 主编

福建人民出版社

F590
C662:1

旅游美学

陈宗海 主编



福建人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游美学/陈宗海主编. —福州: 福建人民出版社,
2004. 5

ISBN 7-211-04639-2

I. 旅… II. 陈… III. 旅游—美学 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 002672 号

旅游美学

LǚYOU MEIXUE

陈宗海 主编

*

福建人民出版社出版发行

(福州市东水路 76 号 邮编: 350001)

福州屏山印刷厂印刷

(福州铜盘路 278 号 邮编: 350003)

开本 850 毫米×1168 毫米 1/32 10.375 印张 2 插页 245 千字

2004 年 5 月第 1 版

2004 年 5 月第 1 次印刷

1-3 000

ISBN 7-211-04639-2

F·289 定价: 17.00 元

本书如有印装质量问题, 影响阅读, 请直接向承印厂调换。

主 编 献 辞

沈祖祥

月落日升，星移斗转，冬去春来，四季递嬗。就在这年复一年的流淌中，不知不觉，时间老人已悄悄地把我们领进了 21 世纪。

世界旅游组织预言：21 世纪是世界旅游的世纪！且不说这种预言最终能否成为现实，但是至少有一点，我们可以满怀激情并理直气壮地坚信：旅游正以一种全新的生活方式，在经意和不经意之间，主宰着我们这个时代的时尚和潮流，而且在今后相当长的一段时期内，旅游将始终是人类共同关注的话题和焦点。这对我们这些从事旅游教学工作的同仁来说，不啻是一种鼓励，而且更是一种动力和鞭策。

我们从历史中走来。复旦历史系设立旅游专业以来，迄今已历经数年艰辛而又坎坷的历程。在这不算太长也不算太短的岁月间，尽管我们步履蹒跚，但是，我们始终以饱满和旺盛的斗志，进行着艰苦卓绝的努力。

我们感慨过，我们思索过。我们衷心希望，能尽我们自己的所能，为正在建造的光辉灿烂的 21 世纪大厦添砖加瓦，贡献我们的一份绵薄之力。我们终于萌发了将这数年来，我们在旅游教学和研究中的所思、所想，整理耙梳，编辑出版一套“大学旅游教材”丛书的构想，并且迅速付诸实施。

我们不想误人子弟。所以，我们写作并出版这套“大学旅游

教材”丛书，力求尽可能地形成自己的风格、自己的特色，做到理论性与应用性并重，学术性与普及性兼顾，稳定性与适应性结合，论点新颖，材料新鲜，信息准确，文字流畅，语言简洁，体现时代的特点。

我们不敢奢谈，也不敢妄谈，这套丛书一定就是一套高层次、高水平的著作。但是，我们愿竭尽全力，避免那种低水平、低层次的运作。

我们的优势在于历史和文化，而且，我们认为，目前我们国家的旅游教学、研究和出版，最显底气不足的也正是文化。所以，我们将尽可能地发挥自己的优势和特长，扬长避短，在编辑出版《旅游学概论》和《旅游心理学》等等这些旅游管理专业必修课程教材的同时，重点和特色放在《旅游文化概论》、《中国民俗旅游》《中国宗教旅游》、《中国旅游史》、《世界旅游史》等等这样一批具有较高文化含量和文化品味，而且又具有一定开拓性质的教材的编写和出版上。

我们坚信，学术性是一切著作的生命。如果离开了学术这一衡量的标准和基础，那么它离粗制滥造、胡编乱诌，误人子弟，也就不甚太远了。所以，我们将紧紧把握学术性这一基石，在整体上和局部上保持这套教材的旺盛生命力。

我们并不保守，也并不固步自封。所以，这套教材，虽然以复旦大学同仁为骨干，但是，也相当多地接纳了兄弟院校志同道合者前来加盟。因为我们相信，学问无界限，各有短长，只有优势互补，才能从整体上保证这套丛书的高起点、高质量。

但愿我们的这些看法和希望，能够得到朋友们的认同！

目 录

导 论	(1)
第一章 当代旅游审美	(12)
第一节 审美与审美文化	(12)
一、审美	(12)
二、审美文化的范围	(14)
第二节 当代审美文化	(18)
一、当代审美文化产生的背景	(18)
二、审美文化在当代的变化	(22)
第三节 当代旅游审美	(27)
一、旅游与审美	(27)
二、当代旅游审美文化的特点	(29)
第二章 旅游审美的基本要求	(33)
第一节 审美的整体性	(33)
一、以整体为美	(33)
二、旅游景观的整体美	(35)
第二节 审美的辩证法：丑与美的转换	(38)
一、美与丑	(38)
二、“丑”是审美的对象	(41)
三、美与丑的辩证法	(43)
第三节 美来自于学习和亲身的体验	(46)
一、要认真学习前人的审美经验	(46)

二、要善于学习前人的审美体验	(49)
三、美来自亲身的体验	(52)
第三章 旅游审美心理	(54)
第一节 旅游审美需求	(54)
一、旅游审美需求与人类其他需求的联系和区别 ..	(55)
二、现代旅游与当代人们的审美需求	(58)
第二节 旅游审美动机	(60)
一、旅游审美需求与旅游审美动机	(60)
二、旅游审美动机的种类	(62)
三、旅游宣传与旅游审美动机	(66)
第三节 旅游审美心理要素	(68)
一、感知因素	(69)
二、想像因素	(75)
三、情感因素	(79)
四、领悟因素	(82)
第四节 旅游美感层次	(84)
一、悦耳悦目——直觉感受	(85)
二、悦心悦意——审美领悟	(87)
三、悦神悦志——精神升华	(89)
第四章 自然风景审美	(91)
第一节 自然风景的审美特征	(91)
一、释“风景”	(91)
二、风景的审美特征	(94)
第二节 山文化与审美	(98)
一、山文化	(98)
二、山之美	(101)

三、山景观赏列举	(104)
第三节 水文化与审美	(109)
一、水文化	(109)
二、水之美	(111)
三、水景观赏列举	(114)
第四节 中西风景美学比较	(119)
一、中西风景比较	(119)
二、中西风景审美观	(122)
第五章 园林景观审美	(126)
第一节 园林与文化	(126)
一、园林	(126)
二、中国园林发展与文化	(128)
三、外国园林发展与文化	(130)
第二节 古典园林审美	(133)
一、中国古典园林审美	(133)
二、西方古典园林审美	(149)
第三节 近现代园林审美	(155)
一、近现代园林的特点	(155)
二、近现代园林审美	(157)
第六章 建筑景观审美	(160)
第一节 建筑与文化	(160)
一、建筑的含义	(160)
二、建筑审美	(161)
第二节 古建筑审美	(171)
一、宗教建筑	(172)
二、宫殿建筑	(182)

三、民居建筑	(184)
四、桥梁建筑	(188)
五、建筑废墟	(189)
第三节 现代建筑景观审美	(191)
一、现代建筑的美学思想	(191)
二、现代建筑审美	(192)
第四节 中西传统建筑美学比较	(194)
一、中西传统建筑的不同观念	(194)
二、中西传统建筑的不同表现形式	(196)
第七章 雕塑景观审美	(198)
第一节 雕塑与文化	(198)
一、雕塑的概念与分类	(198)
二、雕塑的审美特征	(199)
第二节 宗教神像雕塑审美	(203)
一、中国宗教雕塑	(203)
二、西方神像雕塑	(208)
第三节 墓地雕塑审美	(210)
一、墓葬俑像雕塑	(210)
二、陵墓石刻雕塑	(213)
三、外国陵墓雕塑	(215)
第四节 城市雕塑审美	(217)
一、西方城市雕塑审美	(217)
二、中国城市雕塑审美	(222)
第八章 饮食审美	(226)
第一节 饮食文化与饮食美的构成	(226)
一、饮食与文化	(226)

二、饮食审美构成要素的美感	(228)
第二节 中国饮食审美	(239)
一、中国饮食的美与审美	(239)
二、中国饮食的文化引申与审美	(245)
第三节 西方饮食审美	(248)
第九章 旅游工作者的美学要求与修养	(254)
第一节 旅游工作者的美学教育	(254)
一、美学知识教育	(254)
二、文化知识教育	(255)
三、艺术教育	(256)
四、语言教育	(256)
五、美容与形体知识教育	(257)
第二节 导游的美学要求与修养	(260)
一、导游的美学要求	(260)
二、导游工作者的美学修养	(281)
第三节 饭店服务人员的美学要求与修养	(291)
一、饭店服务人员仪表、仪态的审美要求	(291)
二、饭店服务人员语言的审美要求	(295)
三、饭店服务人员态度的审美要求	(298)
第十章 旅游设施的审美要求	(300)
第一节 旅游饭店审美	(300)
一、旅游饭店室外环境美	(300)
二、旅游饭店的室内环境美和室内装饰陈设美	(302)
第二节 旅游娱乐设施的环境与构造美	(310)
一、旅游娱乐设施的自然环境美	(310)
二、旅游娱乐设施的构造美	(310)

第三节 旅游商店与商品的审美要求	(312)
一、旅游商店的审美要求	(312)
二、旅游商品的审美要求	(314)
主要参考引用书目	(317)
后 记	(320)

导 论

美学作为一种文化现象，初始于人类精神文明的滥觞期。在中国，远在公元前 1000 多年，“美”这个字就已经出现在中国最早的文字——甲骨文中。先秦时期，中国的先哲已展开对美学现象的研究，形成儒、道、法等各种派别的美学思想。在西方，公元前 400 年左右，古希腊哲学家柏拉图、亚里士多德等也开始探讨美的问题，思考美的产生与构成。所以，中外美学文化发展的历史源远流长。

然而，美学真正成为一门独立的学科，是 18 世纪的事。1750 年德国哲学家鲍姆嘉通所著的《美学》（拉丁文 *Aesthetik*，有人主张译为“审美学”，亦有人主张译作“感性学”）出版。与后来的许多美学家不同，鲍姆嘉通并不十分熟悉造型艺术和音乐艺术，他主要是根据演说学和诗学来分析美。然而，鲍姆嘉通在《美学》一书中明确提出要建立美学学科，并对美学学科的构架提出了自己的见解。他认为美学学科的研究对象是感性认识，美学学科研究的目的是完善感性认识，而感性认识的完善就是美。^① 所以，鲍氏的《美学》专著被学术界认为是美学学科形成的标志。在此后 250 多年美学学科的发展过程中，学者们对于美学的基本问题，进行了深入的研究和探讨。

由于美学学科发展的时间并不长，因而有关美学的一些基本问题，如美、美感、美学的研究对象等，各家的认识和解释不尽

^① 参见：鲍姆嘉通：《美学》，北京：文化艺术出版社，1987.18 页

相同，没有统一的说法。美学研究的现实，给美学研究带来了一定的困难，但同时也给美学研究的发展和深入提供了更大的空间，因为它使研究者能够不拘泥于程式和教条，有可能进行更多的思索和追问，使美学研究更接近真实和真理。

关于美学的基本理论问题，各类美学著作已经作了较为深入的讨论和研究。本书作为旅游美学的读本，注重的主要不是美学基本理论，而是美学思想在旅游实践中的运用和旅游审美的感受，所以本书不准备用太多的篇幅介绍和探讨美学的基本理论和基本问题。在这里，且就美学研究的任务，也就是学习和研究旅游美学所需要解决的最基本问题做些扼要的说明。

学习旅游美学，首先需要回答两个问题，这就是“美是什么”和“如何欣赏美”。这也是美学研究最为基本的问题。

美是什么？这是对美的本质的研究。由于美的本质本身具有复杂性和不确定性，以及美的欣赏者千差万别、各不相同，这样就有了“美”的多种解释。至今为止，中外美学家给美所下的定义不下数千种，专门阐释“美的本质”的学术观点也有 20 多种。这里择其影响较为广泛者介绍数种：

1. 认为美是一种精神属性，主张从精神领域去寻求美的本质和规律。如意大利美学家克罗齐，就强调美是心灵“成功的表现”^①。

2. 认为美的本质源自客观事物本身的属性。如中国美学家蔡仪认为，美是客观的，不是主观的，美的事物之所以美，是在于事物的本身，不在我们的意识作用。^②

3. 认为美是主观与客观的统一。如法国美学家狄德罗认为，

① 克罗齐. 美学原理. 北京：作家出版社，1958. 73 页

② 参见：蔡仪. 新美学. 上海：新文艺出版社，1951

美是属于事物本身的，是“外在于我的美”，但同时美又与人的主体相关，需要经过观赏者的判断，从而美存在于事物的自然属性与人的主体精神的关系之中。^①

4. 认为美是一种客观的社会存在，是客观性与社会性的统一。如俄国思想家车尔尼雪夫斯基指出：“任何事物，我们在那里看得见依照我们的理解应当如此地生活，那就是美的；任何东西，凡是显示出生活或使我们想起生活的，那就是美的。”^②

5. 认为美是人的本质力量对象化。如中国美学家蒋孔阳认为，美就是人的本质力量通过以人类物质生产劳动为基础的各种实践活动对象化并感性显现的结果。^③

上述各家观点凝聚着美学研究者的思想智慧和理论思考，它们从不同的角度给我们提供了关于美的本质的某些合理的或真理的因素，是我们认识美、理解美和追寻美的理论基础，也是我们进一步探讨美的本质的思考起点，为我们正确认识和理解美学提供了极有价值的通路。

本书认同蒋孔阳的观点，即“美是人的本质力量对象化”，并对此略作解释。

首先，如何理解“人的本质力量”？尽管学术界对这个问题解释不尽相同，但是我们还是可以找到一些共同点。这就是，大家都承认人的本质力量与人类的社会实践有一定联系；同时认为人的本质力量应该包括人的主观因素，如思想、感情和智慧等。综合各家的观点，我们就可以把人的本质力量理解为，人类以自己的思想、感情、智慧、才能等主观能力，作用于社会历史

① 参阅：狄德罗·狄德罗美学论文选。北京：人民文学出版社，1984

② 车尔尼雪夫斯基。生活与美学。北京：人民文学出版社，1959.6~7页

③ 参阅：蒋孔阳。美学新论。北京：人民文学出版社，1993

实践的一种主体能动力量。^①

其次，如何理解“人的本质决定美的本质”？我们认为，“美”是源自于人的认识与判断，美虽然与客观事物本身有关，但更重要的是因为美与人发生了关系；也就是说，美是人的感受，美因人而存在。我们不同意西方美学家乔德这样一种说法，他认为：假如世界上的人都没有了，“毋庸置疑的事实是，我们所有的人都将认为即使无人静观的《西斯廷圣母》像的存在也总要比无人静观的臭水坑要好”。这种观点，曾经被不少人所接受。其实，这里的毋庸置疑，是应该被置疑的，因为拉斐尔《西斯廷圣母》像美的价值是因为人的存在而存在的，没有了人，它所曾经有过的价值（也就是被人所认可的价值）就会因此丧失。所以说，“美”，是人的认识和理解，离开了人，就无所谓美。美，对于其他生物是没有意义的。^②

当然，我们并不否认美的东西有它的形式规律，如对称、均衡、黄金分割等^③，但是这些也只是人感其美，它才体现为美。美纵然可以千变万化，但最终都离不开人。换言之，美是就人而言，因人而存在的，美的本质观其实也是人的价值观、人生观的一部分。美的追求，也是人类最基本的价值追求之一，美的本质是由人的本质所决定的。

① 参阅：邢煦寰，通俗美学，北京：中国青年出版社，2000.143页

② 有学者，如《灵长类》一书的作者科特兰德，曾经发现一只黑猩猩花了15分钟时间默默地观看日落时天边的变幻云彩，由此他认为，一味认定只有人类才能欣赏黄昏的美景是武断的。但在我们尚未能够对黑猩猩的语言密码进行科学的破译之前，关于动物赏美的说法只能是一种假设。

③ 有趣的是，即便美学的形式美，也与人体的构成有着密切的联系。几乎所有古典美学形式美不可缺少的结构因素，如“对称”、“均衡”、“黄金分割”等都与人体的自身结构有着一定的联系。在一定程度上，人是因为自身的生理结构，如人体的对称、静观视野结构等，从而产生了对审美客体的对应性的需求和欣赏。

再次，如何理解“美与人的本质力量对象化相关”？“人的本质力量的对象化”的命题，最早是由马克思在《1844年经济学一哲学手稿》一书中提出的。马克思认为，人的本质是在各种社会关系中进行的自由的有意识的活动，通过实践在外在事物中实现自己的思想，按照“美的规律来塑造物体”^①。

曾有论者提出，“无论着眼于人类审美现象还是着眼于个体审美经验，一个显而易见的事实是：绝非所有人类群体或个体‘对象化’创造物皆具有审美价值；而只有其中很小一部分文化价值客体才能获得文化审美价值。若根据‘美是力量本质对象化’的定义，那必然得出‘无物不美’、‘无人不美’的结论。这样的‘泛美主义’结论不仅混淆了审美现象与非审美现象的界限，而且也从根本上取消了美学学科存在的意义。”^②对于“人的本质力量对象化”的结果是否都是美的，是否“无人不美”、“无物不美”的疑问，我们认为应该强调蒋孔阳所作“美是人的本质力量通过以人类物质生产劳动为基础的各种社会实践活动对象化并感性显现的结果”的表述。这里需要注意的是“感性显现”。所谓感性，就是通过感官所获得的感觉和印象。美的存在形式，是形象的形式。但同时，美又离不开人的美感。而美感就是审美主体的求悦功能与审美对象的整体悦情功能结合而产生的一种高级社会情感。所以在人的本质力量对象化中，只有兼容美的形式和人的情感的东西，才体现为美。

任何学说的建构，只是对相对真理的探索。对美的追问和思考，同样如此。“美是人的本质力量的对象化”的观点，我们并不认为已经从根本上解决了“美是什么”的问题，但是它为我们

① 马克思. 1844年经济学一哲学手稿. 北京：人民出版社，1979. 51页

② 杨曾宪. 审美价值系统. 北京：人民文学出版社，1998. 69页

最终解开“美的本质”的理论之谜提供了钥匙。

在大体了解美是什么的问题后，我们就可以来讨论如何欣赏美的问题。如何欣赏美，这是美学中的审美问题，具体的讨论，我们会在以后的章节中详细展开，这里重点强调三点：

1. 审美，是获得美的主要的手段和方法，美是审美对象的核心。人们通常把审美中的“美”仅仅理解为美。其实，这种理解并不完整。因为审美的对象，既可以是美的，也可以是丑的。这个“美”既包括了美又包括了丑。所以，审美既可以是审“美”，又可以是审“丑”。在舞台艺术、绘画艺术和旅游艺术景观中，常常是美丑互见，美丑纠缠。在审美中，美的价值当然值得重视，然而丑所具有的美学价值也不应该轻视。以中国古典园林中的山石为例，山林中的奇峰异石怪松，超乎寻常，出乎意料，反给人以美的新鲜感，正如法国文学家雨果所说：“古老庄严地散布在一切之上的普遍的美，不无单调之感；同样的印象老是重复，时间一久也会使人厌倦。……相反，滑稽丑怪却似乎是一段稍息的时间，一种比较的对象，一个出发点，从这里我们带着一种更新鲜、更敏悦的感觉朝着美上升。”^① 所以，审美决不能忽视审丑。一般说来，美与丑都不是绝对的。在一定的条件下，美可以成为丑，丑也可成为美；美丑可能并存，也可以互相转化。在审美中，不能排斥丑在美学中的地位。在某些情况下（如在艺术中），丑的价值可能还高于美的价值。所以，对审美不要仅仅作传统意义上的狭义理解。

2. 美是一个社会历史范畴，它是流动和变化的，美的镜像是与时俱进，不断流动、发展和变换的。所以，对于美的理解具有相对性。古人的审美意识和情趣会影响今人的审美理解，但是

^① 雨果·克伦威尔·序言