

福建省社科联丛书

旅游美学

福建省旅游学会 福建省美学学会

主编 卢善庆 张木良 副主编 许共城

5

海潮摄影艺术出版社

783-05

L821

旅游美学

福建省旅游学会 福建省美学学会

主编 卢善庆 张木良

副主编 许共城

海潮摄影艺术出版社

责任编辑 黄兆荣 胡山

旅 游 美 学

福建省旅游学会 福建省美学研究会

主编 卢善庆 张木良

副主编 许共城

海潮摄影艺术出版社出版

(福州市得贵巷 59 号)

福建省新华书店发行

三明日报社印刷厂印刷

开本 850×1168 毫米 1/32 5 印张 220 千字

1996 年 8 月第 1 版

1996 年 8 月第 1 次印刷

印数 1—5200 册

ISBN—80562—403—8

B·1 定价:13.80 元

前 言

旅游呼唤美学——一路风尘，探幽寻胜，身心俱乐，流连忘返。
没有审美追求和审美满足，怎么能达到如此境界呢？

美学伴随旅游——景观中的自然美、社会美、艺术美本已目不暇接，游人的“兴”的起始、承接、转换、满足，流动不居，更是奥妙无穷。单是这样主客体交融而构成的美的旅游，怎么能说不是上乘的旅游呢？

旅游美学，既可以作为“旅游中的美学”，又可以作为“旅游与美学”的简称。本书并不排除旅游美学含有“旅游中的美学”或“旅游与美学”的双重意义；但从根本上来说，旅游美学，是作为旅游学和美学两个独立学科的交叉结合部分而进行研究和探讨，以构建自身的边缘交叉的新的学科体系。

从学科的发展史上来说，无论旅游学，还是美学，都是近几百年、几十年内产生的新兴学科，正处在不断发展的时期。在西方，据《牛津字典》记载，旅游(TOURISM)一词的出现是在1811年，至今不到200年的时间。现代旅游学认为，旅游是随交通工具发展同步发展起来的。世界旅游业的兴起，是以喷气式飞机的出现为条件的，也是近三十多年的事。旅游作为一种独立的经济事业，是在经济日益增长、技术不断发展，人类出现较高的物质文明、交通与通讯手段日益完善，以致地球、空间相对缩小，洲际距离相对拉近这

样一个历史时期出现的。旅游业是一个综合性的事业，是国民经济的重要组成部分。它有赖于一定的自然景观和人文景观，这是它发展自己所必须具有的资源；它有赖于一定的交通、食宿、市场供应设施，这是构成旅游事业的基本要素；它有赖于一套正确的指导原则和经营管理体制，这是它得以顺利发展的基础保证；它还有赖于计划、财政、工业、交通、商业、园林、文物、卫生、环境以及其他各个部门的协调和有机配合，这是它得以顺利发展的环境和条件。如此看来，旅游学从旅游的性质、地位和构成诸种因素进行综合，确是一门范围广泛的边缘学科，它涉及社会科学和自然科学的许多领域，其中有一门不可缺少的学科，那就是美学。

既然美学可以作为旅游学构成的诸多边缘学科中的一门重要学科，那旅游学也可以与美学交叉结合起来，占有美学学科的一席之地。美学(Asthetik)是1750年由鲍姆嘉通命名而成为独立的学科的，它摆脱了哲学附庸的地位，至今也不到三百多年的时间。虽然西方自上而下的传统美学大多未给旅游美学以直接的应有的理论提炼和概括，但这并不等于自古以来的哲人诗人没有留下丰富而又深厚的“旅游中的美学”、“旅游与美学”的思想遗产，只是有待进一步挖掘和整理。这些思想遗产又恰恰是构建旅游美学的学科体系的坚实基础。

本书以大旅游中的美学问题为研究对象，在回顾和发掘中外旅游史中审美意义的基础上，从美感构成入手，以景观为审美主要对象，游人为审美主体，导游为审美中介，系统而又全面地探讨和研究了行、食、住、游、购、娱等方面的审美价值和审美满足问题。同时，结合旅游风景区的开发、利用，以旅游城市为依托，突出旅游饭店和旅游行业管理，努力寻找蕴含其中的美的规律，为开拓旅游市场，繁荣社会主义旅游业服务。

旅游主要是一种审美活动，审美活动贯穿在旅游的整个过程和一切领域。这要成为当代人的共识，还须作出一定的努力。也许

本书可以提供这方面的启发和帮助。这不仅是理论推导上的,更主要的,倒应该运用这一启发和帮助,以审美的观点去更好地旅游,在旅游中更好地审美!在自身的实践中“读万卷书,行万里路”。书,不可不读;景,不可不游。从这一意义上说,研究和探讨旅游美学,不仅对于发展我国方兴未艾的旅游业、培育从业人员的整体素质和文化品味,而且对于提高广大人民的审美情趣和文化生活水平,都有着切实的需求和长远的效益。

旅游呼唤美学,山水为之作证;

美学伴随旅游,日月与之同辉。

目 录

前 言	(1)
第一章 旅游美学研究的对象、内容和方法	(1)
第一节 旅游学和美学交叉结合的新学科	(1)
一、随着旅游学与美学的发展, 需要建立旅游美学	(1)
二、旅游美学的建立, 有利于旅游学和美学的发展	(3)
三、旅游美学的建立, 标志着人类对审美享受更高层次的追求	(4)
第二节 旅游美学的研究对象	(6)
一、既涉及旅游学和美学两个学科的研究对象, 又有其独特的研究领域	(7)
二、旅游美学研究对象界定的意义	(9)
第三节 旅游美学的研究内容	(13)
一、研究旅游学的历史、现状及其发展趋势	(11)
二、研究与旅游活动有关的人的因素和物的因素	(14)
三、研究其他有关旅游审美问题	(18)
第四节 旅游美学的研究方法	(19)

一、以马克思主义的哲学方法为指导	(19)
二、兼用旅游学和美学的研究方法	(20)
三、采用其他相关学科的研究方法	(22)
第二章 旅游与审美的历史回顾	(26)
第一节 旅游的本意、相互关系和审美意义	(26)
一、旅游二字的本意	(26)
二、旅与游的相互关系	(27)
三、旅游的审美意义	(30)
第二节 世界旅游活动中审美意味不断增长的趋势	(32)
一、古代各种旅游活动中的审美存在及其局限性	(32)
二、文艺复兴、启蒙运动时期旅游兴起, 对自然美的欣赏与认识	(36)
三、现代大众化旅游与审美的进一步发展	(40)
第三节 中国现代意义旅游的历史形成	(43)
一、魏晋以前, 旅游动机目的庞杂多样	(43)
二、魏晋隋唐旅游之风大开, 山水作为独立的审美对象	(46)
三、宋元明清旅游审美理论研究不断深化, 提出“游道”和“游山学”	(51)
第三章 自然景观——旅游的主要审美对象之一	(58)
第一节 “景观”的审美意义	(58)
一、自主	(59)
二、自在	(59)
三、自娱	(59)
第二节 自然景观的审美特征	(60)
一、人类社会实践的产物	(60)
二、突出的自然性	(61)
三、注重形式和多样性	(63)

第三节	在旅游中如何欣赏自然景观	(64)
一、	与欣赏艺术美的异同	(64)
二、	与欣赏社会美的异同	(74)
第四章	人文景观——旅游的另一主要审美对象	(79)
第一节	人文景观的审美特征	(79)
一、	实用与审美的双向发展	(79)
二、	形式结构的造型美	(82)
三、	入世与出世的情感体验	(85)
四、	深层的文化底蕴	(87)
五、	正面表达社会的审美理想	(91)
第二节	在旅游中如何欣赏静态的人文景观	(91)
一、	天趣与人工	(92)
二、	动与静	(93)
三、	大与小	(94)
第三节	在旅游中如何欣赏动态的人文景观	(97)
一、	以欣赏动态人文景观为主的民俗旅游	(97)
二、	游人投身其中的参与性的旅游	(98)
三、	游人既是观赏者，又是表演者	(99)
四、	动态人文景观欣赏的时空局限性	(100)
第四节	思贤怀古的审美氛围	(101)
一、	古迹美主要是历史美、文化美	(101)
二、	对古迹美的欣赏具有理性美的审美特征	(104)
第五章	游人——旅游的审美主体	(105)
第一节	游兴的生理心理基础	(105)
一、	什么是游兴	(105)
二、	产生游兴的各种原因	(106)
三、	审美满足是游兴最高层次的需求	(110)
第二节	对景观接纳和选择的双重性	(111)

一、天时	(111)
二、地利	(112)
三、风韵	(114)
四、人和	(115)
第三节 身游和目游、神游	(116)
一、身游——旅游的主要形式	(116)
二、目游——身游的补充	(118)
三、神游——身游基础上的如梦似幻的审美体 验	(120)
第四节 保持悠闲的审美心境	(122)
一、什么是审美心境	(122)
二、为什么要保持悠闲的审美心境	(123)
第五节 游人是自然山水的点缀	(126)
一、与世隔绝的自然山水不可能成为旅游审美 的对象	(126)
二、游人能使自然山水更加美丽,充满活力	(127)
三、游兴倍增于“客中客入画中画”	(128)
第六章 导游——沟通景观与游人的审美中介	(131)
第一节 旅游审美活动需要导游服务	(131)
一、什么是导游和导游服务	(131)
二、导游服务在旅游审美中的地位和作用	(133)
第二节 运用美学观点做好导游工作	(136)
一、游人的审美对象之一	(136)
二、游人审美的“良师益友”	(140)
第三节 美的导游和导游员的美	(141)
一、导游语言艺术	(142)
二、带团技巧	(145)
三、讲解方法	(148)

第七章	旅游纪念品与食品的审美问题·····	(153)
第一节	旅游纪念品的纪念性、实用性和审美性的原则·····	(153)
一、	纪念品在旅游中的意义和价值·····	(153)
二、	纪念品的民族风格和地方特色·····	(157)
三、	纪念品实用的特殊意味·····	(162)
第二节	饮食文化与烹调美学·····	(165)
一、	旅游与饮食文化·····	(165)
二、	烹调艺术与美食境界·····	(168)
第八章	旅游风景区的美学规划和建设·····	(173)
第一节	旅游风景区美学规划和建设的基本原则·····	(173)
一、	保持旅游风景区的整体特色·····	(174)
二、	突出体现旅游风景区的个性·····	(175)
三、	充分挖掘旅游风景区的文化内涵·····	(176)
第二节	旅游风景区美学规划和建设的内容·····	(178)
一、	具有典型地貌的景观·····	(178)
二、	具有水文特征的景观·····	(181)
三、	建筑环境·····	(184)
四、	景区绿化·····	(186)
第三节	旅游风景区美学规划和建设的手法·····	(187)
一、	彰显·····	(187)
二、	衬托·····	(189)
三、	隐蔽·····	(190)
四、	协调·····	(191)
五、	装饰·····	(192)
第四节	旅游风景区美学规划和建设的诸种关系·····	(193)
一、	保护、开发和利用·····	(193)
二、	微观与宏观·····	(195)

三、近期与远期·····	(197)
第九章 旅游城市景观美学·····	(199)
第一节 旅游城市景观美的主要因素·····	(201)
一、色彩·····	(201)
二、立面·····	(202)
三、轮廓·····	(203)
第二节 街道美的构成和广场空间美·····	(204)
一、街道和广场是旅游城市的走廊和橱窗·····	(204)
二、街道美的构成·····	(205)
三、广场的空间美·····	(208)
第三节 建筑美及其与环境特色的关系·····	(211)
一、个体建筑与群体建筑·····	(211)
二、群体建筑与环境特色·····	(212)
三、保障建筑与环境协调·····	(213)
第四节 旅游城市点景的一对明珠·····	(214)
一、城市雕塑的审美意味·····	(215)
二、建筑小品的审美意味·····	(216)
第五节 城市园林化的审美价值·····	(217)
一、把公园扩大到整个城市·····	(217)
二、旅游城市绿化的美学原则·····	(219)
第六节 城市交通与流动的风景·····	(220)
一、交通工具本身是旅游城市景观的构成部分·····	(220)
二、人是构成流动风景的主体·····	(221)
第七节 城市社区文化美·····	(222)
一、旅游城市社区文化美的重要地位和作用·····	(223)
二、加强社会主义旅游城市社区文化美的建设·····	(224)
第八节 旅游城市景观的审美特征·····	(226)
一、完美的功能性·····	(226)

二、独特的风格美·····	(227)
三、源远流长的生长之美·····	(227)
四、悠久的时空感·····	(227)
五、景观美的综合性·····	(228)
六、景观美的整体性·····	(228)
七、景观美的艺术加工·····	(228)
第十章 优美的旅游饭店及其优质服务·····	(230)
第一节 优美的旅游饭店·····	(230)
一、选址中的美学·····	(230)
二、造型中的美学·····	(232)
三、布置中的美学·····	(233)
四、庭园绿化中的美学·····	(238)
第二节 优质的旅游饭店服务·····	(239)
一、优质服务是旅游饭店的生命线·····	(239)
二、优质服务的关键在于人·····	(243)
三、美的规范要贯穿在优质服务之中·····	(248)
第十一章 旅游管理中的美学问题·····	(252)
第一节 外国旅游管理体制概貌及其审美因素·····	(253)
一、发达国家拥有完整而集中的旅游管理体制·····	(254)
二、东欧国家旅游管理体制的特点在于高度集中·····	(255)
三、“亚洲四小龙”之一新加坡旅游管理体制的特色在于组合美与规范美并举·····	(255)
第二节 我国旅游管理体制概貌及其审美因素·····	(256)
一、进行旅游行政领导机构的改革·····	(257)
二、加强行业管理,实行管理的规范化·····	(258)
第三节 旅游管理中的经济和文化的双重性质·····	(260)
一、旅游管理中的经济性质·····	(260)

二、	旅游管理中的文化性质	(263)
第四节	旅游管理的美学范畴	(267)
一、	规范美	(268)
二、	服务美	(270)
三、	组合美	(271)
四、	心灵美	(279)
第十二章	未来旅游的审美展望	(282)
第一节	技术发展的趋势与影响	(283)
一、	交通发达将大大促进旅游	(284)
二、	旅游服务娱乐设施将大为改观	(285)
三、	旅游活动空间将日益扩大	(286)
四、	个人将有更多余钱和闲暇时间用于旅游	(286)
第二节	环境发展的趋势与影响	(287)
一、	关于发展旅游与保护环境的争论	(287)
二、	增强环境意识, 爱护旅游资源	(289)
三、	未来旅游的基本课题——人与自然环境的 和谐	(290)
第三节	游人闲暇消费的热点	(291)
一、	自由时间、业余时间、闲暇时间	(291)
二、	闲暇时间越来越多的趋势	(292)
三、	旅游——越来越受欢迎的闲暇生活方式	(294)
第四节	国内外旅游审美因素的发展前景	(294)
一、	未来旅游的基本特征	(295)
二、	未来旅游的基本形态	(297)
三、	未来四种新兴旅游活动形式	(298)
后 记		(303)

第一章 旅游美学研究的对象、内容和方法

第一节 旅游学和美学交叉结合的新学科

旅游美学这一新兴学科的产生是旅游学和美学各自发展又交叉结合的必然结果。

一、随着旅游学与美学的发展,需要建立旅游美学

旅游虽有悠久的历史,但真正兴旺发达的世界旅游业是第二次世界大战以后兴起、本世纪 60 年代形成规模的。据统计,1980 年参加国际旅游活动的即达 2.85 亿人次,旅游收入达 925 亿美元。旅游业的蓬勃发展把越来越多的人卷入旅游活动。旅游已成为现代人不可缺少的活动方式。各阶层、各种职业的人一般来说都有一定的条件从事旅游活动;旅游已由原来少数人的特权变成群众性的活动。旅游活动的普及性和广泛性又促使政府、经济集团、民间组织等采取更多的措施推动旅游业的发展。旅游在实际活动中得到巨大的发展,促使了理论研究迅速的发展,由旅游个别方面的研究逐渐形成专题研究,进而达到建立独立学科的共识。“旅游

学”成为各国重视的新兴的综合学科。各类旅游大中专学校、旅游专业和有关课程的设置,各种旅游研究机构的成立,各种关于旅游书籍报刊的出版,迅速地推动旅游学科的发展。“旅游学”从“概论”、一般原理的研究,扩大和发展到专门性和分支学科的研究,许多与旅游有关的新兴交叉学科不断涌现,如“旅游经济学”、“旅游地理学”、“旅游市场学”、“旅游管理学”、“旅游心理学”等等。“旅游学”分支学科的发展也波及美学,为“旅游美学”的产生创造了极为有利的条件。旅游活动是以游览、观光、享乐为目的的,审美在旅游活动中具有重要的意义,旅游活动中有许多美学问题值得研究。从“旅游学”发展的需要来看,“旅游美学”这一学科的建立是很有必要的。当然,“旅游美学”的产生还与美学的发展密切相关;美学是其学科的重要构成部分。自从鲍姆嘉通于1750年命名“美学”以来,美学作为一个独立的学科得到了长足发展。德国古典哲学赋予美学以成熟形态,现代美学则一方面继承其丰富的理论遗产,继续深入地探讨美学的基本理论问题,对美和艺术的本质作深入的探索;另一方面适应现代社会的发展,结合现代生活的各方面实际问题,研究各种具体实际的美学问题,形成许多新兴的美学分支学科。在现代,美学的分支学科和美学的应用学科成了美学发展的重要方面。“生活美学”、“技术美学”、“建筑美学”、“广告美学”、“服饰美学”等等美学的分支学科应运而生。同样,“旅游美学”作为美学重要的分支学科之一,适应现代生活的需要,顺乎现代美学的发展趋势,也随之诞生了。

总之,“旅游美学”这一新兴学科的产生,是适应现代生活的需要,也是旅游学和美学在其发展的过程中必然形成的结果。就旅游学和美学的交叉、互补、融合的意义上说,“旅游美学”是一门交叉结合的综合性学科。这一学科的形成不仅使旅游学和美学的结合得到理论上的系统研究和探索,而且扩大了研究的新领域,有利于旅游学和美学的发展。

二、旅游美学的建立,有利于旅游学与美学的发展

对于旅游学而言,“旅游美学”提供了一个新的视野,以专门研究旅游活动中的审美现象以及其中的美的规律。旅游活动中的各种要素,无论是旅游景观,还是游人、导游等,都与审美活动有关,美的规律在其中起作用。严格说来,旅游是离不开审美的,但仅就旅游学而言又无法专门研究旅游活动中的美学问题,这就需要旅游学与美学的交叉结合,需要“旅游美学”。旅游本来就离不开审美,游览和观光是联系在一起的,观光就是欣赏,就是从眼前景物中获得美的享受,旅游活动的“游乐”目的要真正实现,只有通过审美活动,借助审美活动提高“游乐”的档次。“旅游美学”为旅游学补充了新内容,使学科的发展更趋全面,也更切合旅游活动的方式和目的。

对于美学而言,“旅游美学”开拓了结合实际生活、联系当代现实的广阔前景。美学与旅游学的交叉、结合使美学能走向现实生活,解决现代人旅游活动中的实际问题。审美的纯理论研究将经由与旅游活动的结合而逐步变为对人的游乐活动中实际审美享乐的探讨和总结。“旅游美学”的诞生将如“技术美学”的出现一样,使美学显得勃勃生机。随着旅游活动的国际化和大众化,旅游活动中的美学问题将受到越来越多的人的重视,游乐的人们也将日益感受到旅游中审美享受的价值,“旅游美学”将结合旅游活动的现实而得到长足的发展。