



21 世纪高等院校旅游管理专业课程教材

新编

# 旅游美学

● 马莹 马国清 主编

New  
Applied  
Tourism  
Esthetics

中国旅游出版社

21 世纪高等院校旅游管理专业课程教材

新编

# 旅游美学

New Applied Tourism Esthetics

● 马莹 马国清 主编

中国旅游出版社

责任编辑：付 蓉

封面设计：赵 芳

责任印制：李崇宝

---

图书在版编目 (CIP) 数据

新编旅游美学/马莹、马国清主编. —北京：中国旅游出版社，2005.8

ISBN 7 - 5032 - 2683 - 8

I. 新… II. ①马…②马… III. 旅游 - 美学 - 高等学校 - 教材 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 097732 号

---

书 名：新编旅游美学

---

主 编：马 莹 马国清

出版发行：中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲9号 邮编：100005)

http: //www. cttp. net. cn

E-mail: cttp @ cnta. gov. cn

印 刷：河北省三河市文化局灵山红旗印刷厂

排 版：北京中文天地文化艺术有限公司

版 次：2005 年 7 月第 1 版

2005 年 7 月第 1 次印刷

开 本：880 毫米 × 1230 毫米 1/32

印 张：12.5

字 数：334 千

印 数：1 - 5000 册

定 价：24.50 元

---

版权所有 翻印必究

# 前 言

旅游活动实际上是一项综合性的审美实践活动。当旅游者离开他熟悉的环境，踏上旅途之后，无论是自然景观、人文景观、社会景观，还是旅游条件或旅游从业人员都是旅游者的审美对象，旅游者也因此得到美的享受和精神愉悦。

但是，并不是每一位旅游者都能如愿获得审美感受的。在旅游审美过程中，有许多因素影响或制约着审美情趣的获得及其审美修养水平的提高，比如：景观的特征，观赏的方法，审美主体的审美素养与兴趣、心境，导游的文化素养与审美水平及其导游技巧等，在不同程度、不同方面、不同阶段地影响着旅游者的审美效果。

那么，如何使旅游审美主体满足审美的需要并提高审美修养水平呢？旅游美学应该做到这一点。因此，旅游美学研究的内容应该是：从旅游者的视角出发，阐明旅游者所能看到的不同景观的审美特征是什么？如何观赏才能获得审美情趣？名人专家们又是如何观赏景物，在有限的时间内应观赏哪些景物？不同景观的审美活动带给审美主体哪些有益的收获？在审美活动中，审美主体应注意哪些因素？为什么？不同文化背景下，不同宗教信仰的审美主体在美感获得的过程中有哪些差异？等等。旅游美学应该使学习者在学习旅游美学之后，不仅增长审美知识，获得审美方法，而且陶冶了审美情趣，提高了审美水平。正是为了达到这一目的，教材编写中除回答了以上提出的问题之外，又分析了不同景观给审美主体带来的审美感受与领悟，突出了其应用性和操作性，借以启发学习者与旅游者。同时，把旅游过程中旅游者经常能观赏到但其他旅游美学又易忽略的宗教建筑、民俗风情等景观进行了透彻的审美分析；还突出地肯定了美与法的和谐关系，

阐释作为审美主体——旅游者及旅游从业人员，应如何从秩序的角度去审美，遵守法律。强调维护生态环境与人的和谐关系，这才是审美的最高境界。

《新编旅游美学》（原名暂定为《应用旅游美学》）教材是海南省社科联的一项科研课题，也是海南大学旅游学院资助的课题。教材编写组的成员，从2003年3月接受编写任务后，无不忙于查找资料，反复讨论，交流心得，探讨有关编写的内容与方法。尤其是美学教授王磊先生，虽然因故未参加编写，但是他对教材体系的形成，给予了充分的指导，还提供了一些资料。借此机会，向王磊教授表示深深地感谢！

当本书编写完成之后，才发现有许多的遗憾与不足，内容力争创新但又难逃旧臼；所要表达的设想，总觉不尽其意。这也是由于编者水平的有限而在所难免，还请同仁们谅解并赐教。

编 者

2005年4月

# 目 录

前 言 ..... ( I )

绪 论 ..... ( 1 )

## 第一篇 自然景观美与欣赏

第一章 自然景观美概述 ..... ( 8 )

第一节 景观及其分类 ..... ( 8 )

第二节 自然景观美及其产生 ..... ( 14 )

第二章 自然景观美分论欣赏 ..... ( 26 )

第一节 山峦的审美特征 ..... ( 27 )

第二节 水的审美特征 ..... ( 38 )

第三节 自然植被的审美特征 ..... ( 48 )

第四节 如何欣赏自然景观美 ..... ( 57 )

第三章 欣赏自然景观美的感受与领悟 ..... ( 64 )

第一节 欣赏自然景观美的感受 ..... ( 64 )

第二节 欣赏自然景观美的领悟 ..... ( 67 )

## 第二篇 人文景观美与欣赏

第四章 人文景观美之概述 .....	( 76 )
第一节 人文景观的内容 .....	( 76 )
第二节 人文景观的审美特征 .....	( 78 )
第五章 中国古代建筑与欣赏 .....	( 88 )
第一节 中国古代建筑概说 .....	( 88 )
第二节 皇家建筑与欣赏 .....	( 95 )
第三节 宗教建筑与欣赏 .....	( 113 )
第四节 公共建筑欣赏 .....	( 138 )
第六章 中国古代雕塑与欣赏 .....	( 143 )
第一节 古代雕塑艺术的内容 .....	( 143 )
第二节 古代雕塑的审美特征 .....	( 146 )
第三节 古代雕塑欣赏举隅 .....	( 151 )
第七章 中国古代园林与欣赏 .....	( 164 )
第一节 中国古代园林概说 .....	( 164 )
第二节 中国古代园林的构景要素及技巧 .....	( 167 )
第三节 中国古代园林的审美特征 .....	( 173 )
第四节 中国古代园林欣赏 .....	( 178 )
第八章 人文景观美的感受与领悟 .....	( 188 )
第一节 人文景观美的感受 .....	( 188 )
第二节 人文景观美的领悟 .....	( 194 )

## 第三篇 社会景观美与欣赏

第九章 社会景观美概述 .....	(200)
第十章 中国书法与欣赏 .....	(207)
第一节 书法概述 .....	(207)
第二节 书法的种类 .....	(209)
第三节 中国书法艺术的审美特征 .....	(212)
第四节 如何欣赏中国书法美 .....	(217)
第十一章 中国绘画与欣赏 .....	(228)
第一节 中国绘画的起源与发展 .....	(228)
第二节 中国绘画艺术的种类 .....	(230)
第三节 中国绘画艺术的审美特征 .....	(232)
第四节 如何欣赏中国画 .....	(237)
第十二章 中国手工艺品与欣赏 .....	(252)
第一节 中国手工艺品概述 .....	(252)
第二节 中国手工艺品的种类及其特征 .....	(253)
第三节 中国手工艺品审美特征及欣赏 .....	(266)
第十三章 中国民俗文化风情欣赏 .....	(273)
第一节 中国民俗文化风情的内容与特征 .....	(273)
第二节 中国饮食文化审美与欣赏 .....	(278)
第三节 中国茶酒文化审美与欣赏 .....	(285)
第四节 如何欣赏民俗文化与风情 .....	(291)



第十四章 社会景观美的感受与领悟 .....	(307)
第一节 社会景观美的感受 .....	(307)
第二节 社会景观美的领悟 .....	(311)

## 第四篇 旅游审美主体的审美条件

第十五章 旅游审美主体的审美条件与审美效果 .....	(320)
第一节 旅游审美主体的审美心理特征与审美效果 .....	(320)
第二节 旅游审美主体的文化艺术修养水平与审美效果 .....	(342)
第十六章 导游人员的审美水平与导游效果 .....	(345)
第一节 导游的作用与审美效果 .....	(345)
第二节 导游人员应具备的审美素质 .....	(347)
第三节 导游人员审美素质的培养与提高 .....	(349)
第十七章 美与法的关系及法在旅游中的应用 .....	(370)
第一节 美学与法律的关系 .....	(370)
第二节 法律在旅游审美中的作用 .....	(376)
参考文献 .....	(386)
后 记 .....	(389)

# 绪 论

## 一、旅游美学的产生及其研究对象

### (一) 旅游美学的产生

旅游美学的产生是离不开旅游的。在我国，早在 2000 多年前，孔子就用“仁者乐山，智者乐水”的语言，对旅游审美主体因不同审美兴趣而获得的不同审美感受做了高度的概括。另外，我国西汉的司马迁，为写《史记》积累丰富的资料，20 岁就开始周游全国；明代的徐霞客更是游遍全国，写下了具有科学、历史和文化价值的《徐霞客游记》。魏晋之后，随着人性的解放与自然崇拜意识的淡化，山水逐渐成为人们观赏、吟咏、寄情、言志与畅神的对象，同时由于名士优游之风的兴起，“游”作为一个流行的概念频繁地出现在有关名山胜水的诗赋骈文游记之中。其中，为人称道的有嵇康的“目送归鸿，手挥五弦。俯仰自得，游心太玄”与李白的“五岳寻仙不辞远，一生好入名山游”等将“游”诗化的说法。晋代，宗炳因叹“老病俱至，名山恐难遍睹”，而提出了“卧游”方法；清人郑日奎综合旅游活动的具体特征和相关经验，提出了“日游”、“鼻游”、“舌游”、“神游”与“梦游”（《游钓台记》）等一系列方法，为立体性和全方位的旅游观赏奠定了相互补偿的理论基础。后来，魏源在先贤旅游观赏经验和理论学说基础上创立了中国文化中特有的“游山学”，可以说它是目前我们研究的“旅游美学”的先河。

随着现代科学技术及交通工具的发展、人民生活水平的提高和闲暇时间的增多，旅游业得到了飞速发展，并在社会经济与文化发展中占有重要的地位。人们对于旅游的作用和意义的认识也丰富了

许多。从单纯的消遣扩展到方方面面。首先，旅游可以增长见识，获得教育意义，“行万里路，读万卷书，方知天下事”。旅游者在旅游过程中怀着谦虚和尊重的态度，了解和体认异国他乡的历史文化与风俗人情，去审视异国、异地、异质文化的新奇性价值，从而充分享受旅游观光的乐趣，获得智慧启迪，摆脱日常琐事和社会压力，洗涤心灵，完善自我。其次，旅游可以和谐人际关系。因为无论在旅游途中，还是在旅游目的地，都充满着与人交往的机会。旅游者走出自己原有的生活与工作环境，或携侣同游，或结伴而行，没有根本的利害冲突，彼此相安，相互交往，甚至发展成长久的友谊。从旅游接待者方面讲，无论是从“宾客至上”的接待原则考虑，还是从“有朋自远方来，不亦乐乎”的传统文化观念出发，都满足着游客友善与尊重的和谐人际关系的需要。再次，旅游可以和谐人与环境的关系。旅游观光的主要对象是由自然景观与人文景观在一定时空背景下综合而成的旅游景观。这类景观的魅力一般源自安全的社会环境、卫生的生活环境与优雅的自然环境，所有这些均是生活质量模式中生态环境层面的构成要素。现代旅游不断吸取和总结以往破坏或污染自然资源与生态环境的历史教训，越来越重视环境的保护和美化，在景点开发过程中越来越注重人与自然以及人文景观与自然景观的和谐统一。这对想要更换生活环境、逃避噪音与污染的旅游观光者来讲，无疑是一种福音。最后，旅游不单单满足人们的精神需要，也满足着旅游者生活质量模式中的物质层面需求。如旅游过程中体现的“行、游、住、食、购、娱”等内容，体现的是以个人消费为基础，以直接体验为特征，追求的是物质文明与精神文明的双重享受。比较而言，“行、住、食”更富有物质文明的色彩，“游、购、娱”更富有精神文明的色彩。

总之，旅游的作用和意义很多，但无论哪一种意义的旅游，都会在不断地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，集自然美、艺术美、社会美与生活美之大成，熔文物、古迹、建筑、园

林、绘画、书法、雕塑、篆刻、音乐、歌舞、服饰、陈设、烹饪、民情、风俗……于一炉，旅游是涉及审美的一切领域和一切形态的一项综合性的审美实践活动。

于是，旅游美学也就随着旅游业的发展应运而生了。旅游美学是以美学基本原理为指导，研究旅游过程中的审美活动及审美价值，阐释审美主体与审美对象的关系、审美对象的属性等，并从中找出规律，给审美主体以指导，以提高旅游审美效果，促进和提高审美主体的审美修养和身心全面发展的学科。

## （二）旅游美学研究的对象

旅游美学是美学的一个分支。由于它主要研究旅游过程中的具体活动，所以它的实用性较强。这种实用性主要表现为，旅游美学所研究的对象和范围是非常具体的，研究的都是旅游者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。另一方面旅游美学的研究对象和范围也极为广泛，内容丰富多彩，乃至衣、食、住、行、游、观，都在旅游美学研究的范围内。关于旅游美学研究的对象，目前存在的观点有三种：第一种看法认为，旅游美学研究的对象有三个基本方面，即旅游者游览、观赏的对象；游客的审美欲求与旅游的审美关系及旅游工作者自身的审美修养；旅游者与旅游饭店。（乔修业主编《旅游美学》）第二种看法认为，旅游美学研究的对象有三个方面：审美对象，即旅游者的观赏对象；审美主体，即作为观赏者的旅游者的审美心理；旅游中的诸多审美关系，特别是人与人之间的关系。（徐绎熙等著《旅游美学》）第三种看法认为，旅游美学研究的主要对象应该是旅游活动中的审美关系，即人与景观的审美关系；人与人的关系。（庄志民著《旅游美学》）

以上观点，实际上从不同的角度揭示了旅游美学研究的基本内容，但是“实践出真知”，在实际的授课中，教授者与学习者都发现，上述观点的线索不太明晰，对于美的认识及如何提高审美修养等问题更是茫然，体系有断章而言之感。于是笔者认为旅游美学有必要从旅游者的视角出发，去回答旅游者在旅游活动中遇到的各种问题。指导

学习者了解并懂得什么是美？客观事物美的特征是如何形成的？人与美的对象之间存在什么关系？为什么相同的景物能引起不同审美主体的不同反映？旅游活动中不同景观的美如何发现并有什么特征？如何鉴赏美？审美给人的生活带来什么样的启示与领悟？对审美主体有什么影响？审美主体在旅游审美活动中又发挥着怎样的作用？如何维护人与人、人与环境的和谐关系？他人又是如何从审美活动中满足其某种需要，给潜在的审美主体以何种启发？如何提高学习者的审美修养等。总之，当学习者、旅游者和旅游工作者掩卷而思时，应该既理解了审美对象美的意义、特征、作用及其欣赏的方法，又明白了人们崇尚旅游，旅游审美给人们的心理与生活带来积极影响的道理，同时，在学习中获得了审美教育。概括而言，旅游美学应研究旅游审美对象的属性、特征及意义；旅游审美对象与人们的关系；审美主体的条件与审美效果的关系；如何鉴赏美的事物等。因此，本书的结构体系就是以旅游景观的分类为线索，以旅游者和导游的视角为出发点，对旅游审美展开具体的阐述。这或许也是本书的创新之处。

## 二、学习和研究旅游美学的意义

### （一）旅游美学具有为旅游经济服务的指导性

美是旅游的动力，是引起旅游动机的主要因素，正因为如此，我国明代地理学家徐霞客不愿入仕，专心从事旅行，他骑着毛驴，穿着草鞋，北至燕、晋，南及云、贵、两广，四处游历。13世纪初，意大利著名旅行家马可·波罗为了考察中国古老的文化艺术，旅居中国17年。美，是迷人的，令人探求的。清秀的峨眉山，雄伟的泰山，美丽的桂林，优美的西湖，无不令人神往。文学绘画、古典园林、雕塑建筑、民俗风情等文化艺术遗产，又蕴藏着多么丰富的美的意义。所有这些都吸引着人们去探索。况且，人类又是极其爱美的，追求美好的生活、美好的未来，是人类所独有的本能。因此美的客观存在和人的主观审美欲求的结合引起了旅游者的极大兴趣，促使旅游者热中于旅游。而旅游美学的任务就是阐述游览、观赏的对象，向旅游者介绍审

美对象的特征，揭示审美的含义与奥秘，提出观赏的具体方法等，以便旅游者更好地游览、观赏，获得审美情趣；让旅游工作者掌握旅游美学的基本知识，更加做好旅游指导与服务工作。从这个意义上说，旅游美学具有为旅游经济服务的指导性与实用性。

## （二）旅游美学具有审美教育功能

旅游美学的现实意义还表现在其具有审美教育功能。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，喜欢爬山的人，当他在旅游时看到青山碧水，好像是看到向往已久的乐园一样，心情就会顿时激动起来，审美观念得到了满足，就会感到心旷神怡，情不自禁，从而焕发出对祖国锦绣山河的热爱之情，从而受到审美教育。再如，站在宏伟的长城上，或望着神奇的兵马俑、巍峨的金字塔，凡此种种，都会使旅游者追思人类的过去，领略人类文化的独特历史内涵和文化意蕴，感叹人类伟大的创造性，既能丰富旅游者的历史文化知识，也能陶冶他们的审美心胸和情操。领略名山胜景处前人留下的题诗、题字、楹联、书法、绘画、雕塑、玉器等各种艺术珍品，或在异地、异域、异国欣赏具有鲜明特色的民族风情和品尝美味佳肴等，都会使旅游者为人类的智慧所倾倒，并激发进一步学习、探索的欲望。可见，“美丽的风景”是教育人的好教材。许多国外的旅游者来我国旅游，大多数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，旅游美学研究审美对象的审美属性和审美特色，研究审美主体的审美条件对审美效果的影响，对于中外旅游者、导游以及旅游工作人员具有一定的审美教育意义。

## （三）旅游美学具有和谐人际关系及人与环境关系的作用

在旅游活动中，存在着许多审美关系，除了审美主体与审美对象的关系之外，还有各种人与人之间的关系。比如旅游者与导游的关

系，旅游者与其他工作人员的关系等。

其中导游在旅游审美活动中起着重要的作用。他们和旅游者的关系，本质上也是一种审美关系。他们是美的解释者、美的传播者。导游既能用形象的富于想象力的语言把游客导入美的世界，激发他们的美感和想象力，又能用丰富的知识增长游客的见闻，用自己亲身感受的爱国主义情感感染游客，用自己的文明举止为旅游者做出表率。导游的审美水平直接影响导游活动的效果，所以导游肩负的责任是重大的。导游的形象本身就是一种美，甚至是旅游者进入旅游过程首先接触到的美。这种美应是内在的品格、修养和外在的言谈、举止、风度、仪表的统一。旅游美学研究导游与旅游者的关系以及导游自身的修养与审美水平问题，有助于导游加强自己的文化知识修养和美学修养，协调好与旅游者的关系。

另外，随着社会物质文明和精神文明的高度发展，人们“回归自然”的愿望也极为强烈，旅游者特别向往那些保留着大自然的原生形态的生野之地。还有许多人有一种怀旧的情绪，对人类的历史和过去有强烈的兴趣。寻找人类历史遗迹，对历史文化做刨根究底的追寻，形成了当代人旅游审美心理的显著特色。在旅游业蓬勃发展的今天，旅游美学日益显示其重要性。旅游事业应按照美的规律去开发，去建设，否则，只从经济效益出发，不但会破坏或污染自然资源与生态环境，而且更谈不上重视环境的保护与美化。因此，要使旅游资源长期为人类服务，就必须考虑人与自然景观、与人文景观等的和谐统一，只有这样才能满足人类回归自然的心理需要。因此，在旅游业中，迫切需要开展广泛的审美教育。

### 思考与练习

1. 旅游美学是怎样产生的？
2. 旅游美学的研究对象有哪些？
3. 结合实际讨论旅游美学的现实意义。

# 第一篇

## 自然景观美与欣赏

---

第一章 自然景观美概述 / 8

第二章 自然景观美分论欣赏 / 26

第三章 欣赏自然景观美的感受与领悟 / 64



# 第一章 自然景观美概述

## 第一节 景观及其分类

### 一、景观的含义

什么是景观？所谓景观，从美学的角度看，一般指地表上自然存在的景色，具体而言，是指地表上具有观赏价值的风景，它包含着“景”与“观”两方面的内容。从“景”的方面来说，风景有天然的，也有人造的。高山、流水、行云、苍松、怪石、草地等，大自然的造化与恩赐，是天然风景。随着人类社会的发展，文明的进步，人们不但欣赏着大自然的风景，还创造着人们心目中的风景。亭台、楼阁、小桥、花草等，这些匠心独运的风景，是人类智慧的结晶。人们把欣赏自然风景的感受用“巧夺天工”的技术再创造出来，这就是人造的风景。另外，人的活动本身就是一道风景，如庆祝活动中扭秧歌的人们、中国西北地区春节期间的踩高跷活动、正月十五的元宵节灯会等都是一道道亮丽的风景线。天然风景也好，人造的风景也好，一旦出现，就成为客观的存在，构成景观的基本因素。

“观”，是指人们对客观存在的风景进行观赏的活动。所谓观赏价值，具体而言，是指人们观赏之后，能够唤起观赏者美好的情感与想象，产生心理愉悦，有一种美的感受。如果客观存在的风景能引起人的美感，这风景就有了观赏的价值，风景就成了景观。那些不能使人