



21世纪高等学校旅游管理本科专业教材



旅游美学

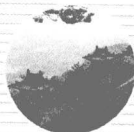
TOURISM ESTHETICS

马莹◎主编

中国旅游出版社



21世纪高等学校旅游管理本科专业教材



旅游美学

TOURISM ESTHETICS

马莹◎主编

中国旅游出版社

责任编辑：付 蓉
装帧设计：鲁 筱
责任印制：冯冬青

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游美学/马莹主编. —北京: 中国旅游出版社, 2009. 10
21 世纪高等学校旅游管理本科专业课程教材
ISBN 978 - 7 - 5032 - 3833 - 8

I. 旅… II. 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 (2009) 第 175946 号

书 名：旅游美学

主 编：马 莹

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
发行部电话：010 - 85166507 85166517

排 版：北京中文天地文化艺术有限公司
经 销：全国各地新华书店
印 刷：河北省三河市灵山红旗印刷厂
版 次：2009 年 10 月第 1 版 2009 年 10 月第 1 次印刷
开 本：787 毫米 × 1092 毫米 1/16
印 张：19. 5
印 数：5000 册
字 数：349 千
定 价：29. 80 元

I S B N 978 - 7 - 5032 - 3833 - 8

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与发行部联系调换

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后，不仅增长了审美知识，获得了审美方法，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。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。这或许正是本书的创新之处。

本书出版以来，得到了广大读者的肯定，但是难免也有不尽如人意之处。我

们在学习和教学实践的基础上，根据读者的需求，根据授课老师教授知识思路的需要，在这次改版中重新调整改编了一些旧内容，增加了一些新内容；尽量提高文章的凝练性，突出文章的主题性，强化段落的清晰性，增强指导性与可读性。

当然，本书还存在许多遗憾与不足，所要表达的思想总觉不尽其意。这也是由于编者水平的有限而在所难免，还请同人们谅解并赐教。

本书在编写过程中，参考吸收了许多前辈学者的学术研究成果及图片，谨向他们致以诚挚的感谢。同时，也得到了付蓉编辑的大力支持，在此表示深深的感谢与敬意。

编 者

2009年8月

目 录

前 言	(1)
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	(13)
第二章 自然景观美分论欣赏	(23)
第一节 山峦的审美特征	(24)
第二节 水的审美特征	(32)
第三节 自然植被的审美特征	(40)
第四节 如何欣赏自然景观美	(47)
第三章 欣赏自然景观美的感受与领悟	(53)
第一节 欣赏自然景观美的感受	(53)
第二节 欣赏自然景观美的领悟	(56)

第二篇 人文景观美与欣赏

第四章 人文景观美概述	(64)
第一节 人文景观的内容	(64)
第二节 人文景观的审美特征	(66)
第五章 中国古代建筑与欣赏	(74)
第一节 中国古代建筑概说	(74)
第二节 皇家建筑与欣赏	(80)
第三节 宗教建筑与欣赏	(93)
第四节 公共建筑欣赏	(111)
第六章 中国古代雕塑与欣赏	(115)
第一节 古代雕塑艺术的内容	(115)
第二节 古代雕塑的审美特征	(117)
第三节 古代雕塑欣赏举例	(121)
第七章 中国古代园林与欣赏	(132)
第一节 中国古代园林概说	(132)
第二节 中国古代园林的构景要素及技巧	(135)
第三节 中国古代园林的审美特征	(140)
第四节 中国古代园林欣赏	(144)
第八章 人文景观美的感受与领悟	(152)
第一节 人文景观美的感受	(152)
第二节 人文景观美的领悟	(157)

第三篇 社会景观美与欣赏

第九章 社会景观美概述	(162)
第十章 中国书法与欣赏	(168)
第一节 书法概述	(169)
第二节 书法的种类	(170)
第三节 中国书法艺术的审美特征	(173)
第四节 如何欣赏中国书法美	(176)
第十一章 中国绘画与欣赏	(188)
第一节 中国绘画的起源与发展	(189)
第二节 中国绘画艺术的种类	(190)
第三节 中国绘画艺术的审美特征	(192)
第四节 如何欣赏中国画	(196)
第十二章 中国手工艺品与欣赏	(207)
第一节 中国手工艺品概述	(207)
第二节 中国手工艺品的种类及其特征	(208)
第三节 中国手工艺品审美特征及欣赏	(217)
第十三章 中国民俗文化风情欣赏	(224)
第一节 中国民俗文化风情概述	(224)
第二节 中国物质文化民俗与欣赏	(228)
第三节 中国精神文化民俗与欣赏	(246)
第四节 中国社会关系文化民俗与欣赏	(247)

第十四章 社会景观美的感受与领悟	(252)
第一节 社会景观美的感受	(252)
第二节 社会景观美的领悟	(255)

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	(262)
第一节 旅游审美主体的审美心理特征与审美效果	(262)
第二节 旅游审美主体的文化艺术修养水平与审美效果	(279)

第十六章 导游人员的审美水平与导游效果	(282)
第一节 导游的作用与审美效果	(282)
第二节 导游人员应具备的审美素质	(284)
第三节 导游人员审美素质的培养与提高	(285)

参考文献	(303)
-------------------	-------

后 记	(305)
------------------	-------

绪 论

【学习要点】

本章主要学习旅游美学概念，明确旅游美学的研究对象和范围，了解学习旅游美学的现实意义。

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“目游”、“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,“读万卷书,行万里路,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、逃避噪声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“食、住、行、游、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,“食、住、行”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,都会在不断的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、风俗等于一炉,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，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。（徐缉熙等著《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。

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。

【本章小结】

旅游美学随着旅游业的发展应运而生。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。

旅游美学研究的对象和范围：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。

学习旅游美学的现实意义：具有为旅游经济服务的指导性；具有审美教育功能；具有和谐人际关系及人与环境关系的作用。

【思考与练习】

1. 旅游美学是怎样产生的？
2. 旅游美学研究的对象有哪些？
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

【学习要点】

本章主要学习景观、自然景观的概念及其分类，了解什么是自然景观美以及其产生的过程，重点掌握自然景观美的特征。

第一节 景观及其分类

一、景观的含义与特点

(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道道亮丽的风景线。天然的风景区也好，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。那些不能使人通过欣赏而产生心理愉悦的风景，只能是沒有活气的风景，显然不能称为“景观”。

（二）景观的特点

1. 价值性

王长俊先生曾在其《景观美学》中对景观价值性有独到的理解。他说，像这样一段描写，“河北境内四望都是一片平铺的绿野田畴，没有丛集的树木，没有层叠的冈峦，没有萦带的河流，没有一点诗思与画意：平庸、沉闷、刻板都是最好的形容词。到了山东境界，景致才渐渐起了一些变化，才望得见一抹苍苍的远山的影子，北方的怪石嶙峋的峰岭的典型，有时也陪衬着一泓清溪……”看“河北境内四望都是一片平铺的绿野田畴”，显然虽有自然风光景色，但“平庸、沉闷、刻板”，引不起人们的美感，构不成景观。著名作家夏多布里昂在《密西西比河风光》一文中写道：“如果说河对岸的草原上万籁无声，河这边却是一片骚动和聒噪……可是，如果一阵微风吹进这深邃的丛林，摇晃这些漂浮的物体，使白色、蓝色、绿色、玫瑰色的生物混杂交错，使所有的色调融合为浑然一体，使所有的声音汇成合唱，那是多么奇伟的声音，多么壮观的景象！”这里的“壮观”，就是密西西比河两岸的风光景色，在作家头脑中所形成的主观印象——景象。再比如柯灵的散文《桐庐行》中的一段描写，“从钱塘、富春溯江而上，经富阳到桐庐，整整走了九小时，约莫有二百里的水程。清早起碇，沐着袭人的凉意，上面是层云飘忽的高空，下面是一江粼粼的清流，天连水，水连天，交接处迎面挡着一道屏风似的山影。——这的确是屏，不像山，动人的是那色彩，浓蓝夹翠绿，深深浅浅，像用极细极细的工笔在淡青绢本上点出来的”。在这一段风景描写中，山水相连，是客观景色；可是，那“屏风似的山影”，分明是一种主观感受。至于像工笔画一样的描写，则更把客观景物主观化了。景观，既是景色，又是景象。景色生成了景象，于是，风景就构成了景观。因此，所谓景观，就是有欣赏价值的风景。

风景的价值性，除了具备客观的特征以外，还与观赏者的主观感受有关。当风光景色与观赏者的主观感受、认识水平相吻合时，美的感受也就产生了，人们就认为这是美好的景色，因此景色是纯客观的，而景色的价值性则是人们对于客观景色的主观印象，是主客观的统一。^①

^① 王长俊：《景观美学》，南京师范大学出版社，2002年，第3~4页。