



全国高等院校旅游专业规划教材

Lüyou Meixue

旅游 美学

(第2版)

王柯平 / 主编



旅游教育出版社

旅游美学(第2版)

王柯平 主编

旅游教育出版社

·北京·

责任编辑:董茂永 陈 志

图书在版编目(CIP)数据

旅游美学/王柯平主编. —北京:旅游教育出版社,2006.8

ISBN 7-5637-0861-8

I. 旅… II. 王… III. 旅游-美学 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 76686 号

全国高等院校旅游专业规划教材

旅游美学

(第 2 版)

王柯平 主编

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www.tepcb.com
E-mail	tepfx@163.com
排版单位	首都经贸大学出版社激光照排部
印刷单位	河北三河市灵山红旗印刷厂
经销单位	新华书店
开 本	787×960 1/16
印 张	22
字 数	357 千字
版 次	2006 年 8 月第 2 版
印 次	2006 年 8 月第 1 次印刷
定 价	29.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

出版说明

为适应旅游业的发展要求,满足旅游高等教育的需要,我们根据高等院校旅游专业的课程设置、教学目标,在国家旅游局人事劳动教育司的主持下,集合国内旅游高等院校的众多专家学者,自20世纪90年代起,先后出版了系列旅游高等院校教材。该套教材出版以来,得到了广大院校师生和业界的普遍好评,至今仍是众多院校的首选教材,一版再版。迄今为止,该套教材不仅为众多院校广泛使用,而且是规模最大、品种最多的一套高等院校旅游专业教材。

但是我们深知,教材出版本身是一个不断完善的动态过程,需要产业的推动、研究的深化、时间的积淀,更需要广大师生的参与。本着这一目的,根据21世纪旅游业的发展要求与广大师生的殷切希望,我们根据教育部与国家旅游局对旅游学科的规划与行业要求,对本套教材进行了必要的增补与修订,以确保该系列教材的科学性、权威性。

与原教材相比,本版教材注意了课程设置与教材编写的科学性、针对性、规范性,使整套教材更适合学科教学 and 行业发展要求。在此基础上,本版教材强调了教材的研究含量,旨在倡导教材编写的严肃性、高等教育的研究性,避免教材编写中存在的简单雷同现象,体现了国家骨干教材应有的规范性与原创性。可以说,本版教材更加贴近了我国高等院校旅游专业教学实际,严格按照课程设置和教学目标设计安排教材内容,使高等教育教材的先进性与研究性得到充分保证。

在此次增补与修订中,我们始终强调教材编写应有的学术规范,无论从选题确定,乃至注释引文、参考文献,每一个细节都力求体现教材编写应有的学术规范。为了实现这样的目标,我们先后在全国广泛遴选作者,聘请在学科研究与教学领域有所建树的专家学者担任教材的编写工作。不少作者都有相关领域的专著成果作为教材写作的支撑,为本套教材的研究含量提供了必要保障。

作为国内唯一一家旅游教育专业出版社,我们始终得到广大旅游院校师生的关心与帮助,在新世纪,我们更期待着大家一如既往的呵护。我们将我们的教材建设成为一个开放式的园地,能始终站在学科研究与行业发展的前沿,随时反映旅游教育最新发展的动态。我们期待着教材使用者的意见和建议,更期待着潜在作者的新思路、新理念、新观点、新教学方式——我们定会“从善如流”,不断调整完善现有教材,不断吸纳新的作者、新的观点。

第二版说明

《旅游美学新编》于1998年完成初稿。参编者共四人,其中王柯平撰写绪论及第一、二、三、四、五、六、七、八、九、十一、十二、十六、十八章;张文祥撰写第十、十三和十七章;章建刚撰写第十四章;李复波撰写第十五章;最后由王柯平统稿。

初稿呈送国家旅游局人教司院校管理处后,负责同志特邀中国社会科学院哲学所美学研究室聂振斌和滕守尧教授予以审定,随后再由本书主编王柯平根据专家反馈的意见予以修改和补充。在此谨向上列负责同志与两位专家深表谢忱!

本教材于2000年出版,迄今已重印五次,受到学界的积极肯定。鉴于本教材已出版六年,加之原版相关引证稍嫌繁复,另有一些错漏之处,故须加以修订。借此机会,本书主编王柯平根据出版社的要求,在不更动原有框架的前提下,就部分内容做了适度的补充或删减,同时对文字与引文做了必要的调整与更正,书名改为《旅游美学》。

本部教材作为全国高校文科旅游专业教材,授课时间一般为一学期(十八周)。按照每周二课时讲授一章的惯例,本书将内容压缩为十七章(删去第一版中的第十章)。为了便利师生共同研究、讨论和查阅相关资料,每章后面备有十个左右的思考题。为了激活教与学的互动作用并取得预期的教学效果,本教材特别提倡师生平等对话、学生分组讨论或轮流讲演相关专题等方式。另外,在这个广泛运用多媒体的读图时代,教师可结合教材内容,借助现代科技手段,采用图文并茂的方式进行教学活动,以期取得更佳的教学效果。

不足之处,诚请大家不吝赐教。谨望这部教材在使用过程中不断充实、日臻完善。

王柯平

2006年初夏于北京

目 录

绪 论	(1)
-----------	-----

第一编 旅游美学与传统审美趣味

第一章 旅游美学的生成与研究	(6)
第一节 旅游活动的审美特性	(6)
第二节 旅游审美需求与动机	(8)
第三节 旅游观光的多重效应	(12)
第四节 旅游美学的研究范围及其方法	(19)
思考与练习	(21)
第二章 西方美学理论与旅游	(22)
第一节 西方美学的由来与要义	(22)
第二节 美学的基本概念与范畴	(25)
第三节 旅游审美对象的一般形态	(33)
第四节 心理学美学要点与旅游观赏	(36)
思考与练习	(42)
第三章 中国传统审美趣味与旅游	(43)
第一节 古代审美意识的形成与特点	(43)
第二节 中和为美的儒家美学思想	(47)
第三节 自然为美的道家美学思想	(51)
第四节 空灵为美的禅宗美学思想	(56)
第五节 天人合一的美学精神与旅游	(61)
思考与练习	(63)

第二编 旅游审美对象分析

第四章 旅游景观的发展历程与类型	(66)
第一节 旅游景观的历史沿革	(66)

第二节 旅游景观的类型	(70)
第三节 旅游景观的宏观分布	(73)
第四节 “南秀北雄”的审美风格	(74)
思考与练习	(76)
第五章 自然景观的审美特性	(77)
第一节 自然景观的形式美	(78)
第二节 自然景观的动态美	(84)
第三节 自然景观的象征美	(86)
思考与练习	(88)
第六章 人文景观的审美特性	(89)
第一节 人文景观的工艺美	(89)
第二节 历史意味与民俗风情	(94)
第三节 人文景观的意境美	(96)
思考与练习	(99)

第三编 审美心理与旅游观赏原理

第七章 审美心理要素	(102)
第一节 审美知觉	(102)
第二节 审美想象	(104)
第三节 审美理解	(106)
第四节 审美情感	(108)
第五节 跨文化交际与审美	(110)
思考与练习	(111)
第八章 审美体验分析	(113)
第一节 审美个性与类型	(113)
第二节 审美意识系统	(116)
第三节 审美体验的层次	(120)
思考与练习	(125)
第九章 旅游观赏的方法原理	(126)
第一节 动态与静态	(126)
第二节 移情与距离	(129)
第三节 时机与位置	(133)
第四节 节奏与重点	(135)
思考与练习	(137)

第四编 旅游接待艺术与旅游工作者的审美修养

第十章 审美期待与旅游接待艺术	(140)
第一节 旅游者的审美期待	(140)
第二节 旅游接待人员的形象塑造	(145)
第三节 旅游服务艺术的要诀	(150)
第四节 旅游审美信息的传递艺术	(153)
第五节 旅游审美行为的协调方法	(159)
思考与练习	(164)
第十一章 旅游工作者的审美修养	(165)
第一节 审美修养的基本内涵	(165)
第二节 提高审美修养的主要途径	(176)
第三节 拓宽国际审美文化视野	(180)
思考与练习	(191)

第五编 中国旅游审美文化

第十二章 传统造型艺术与旅游	(194)
第一节 中西古典造型艺术比较	(194)
第二节 国画艺术欣赏	(200)
第三节 书法艺术欣赏	(209)
第四节 古代雕塑艺术欣赏	(217)
思考与练习	(223)
第十三章 传统建筑艺术与旅游	(224)
第一节 中西古典建筑艺术	(224)
第二节 宫廷建筑与宗教建筑观赏	(229)
第三节 民间建筑与公共建筑观赏	(238)
第四节 中国古典园林观赏	(242)
思考与练习	(249)
第十四章 传统表演艺术与旅游	(250)
第一节 中国传统表演艺术的民族特色	(250)
第二节 京剧与地方戏	(256)
第三节 其他传统表演艺术	(271)
思考与练习	(279)

第十五章 山水旅游文学与旅游	(280)
第一节 山水诗歌与旅游审美	(281)
第二节 山水游记与旅游审美	(289)
第三节 名胜楹联与旅游审美	(291)
第四节 风物传说与旅游审美	(294)
思考与练习	(298)
第十六章 文物与旅游工艺品	(300)
第一节 中国文物的品类与鉴赏	(300)
第二节 中国旅游工艺品欣赏	(305)
第三节 旅游工艺品的开发与创新	(309)
思考与练习	(313)
第十七章 旅游过程中的审美消费	(315)
第一节 旅游审美消费的形式	(315)
第二节 旅游审美消费的导向	(318)
第三节 饮食宴乐中的审美因素	(319)
第四节 旅游购物中的审美因素	(329)
思考与练习	(334)
主要参考文献	(335)

绪论

在我国台湾与东南亚等地，“旅游”亦称“观光”，其中寄寓着语义嬗变的内容。具体说来，“观光”一词上溯《易经》“观卦”，源于“观国之光，利用宾于王”一说，原意是讲“观察或瞻仰一个国家的风俗民情、文治武功，就能知道君王的德行如何，这样有利于成为君王的宾客和辅佐”。这里的“宾”即“仕”，指古代有知识、有德行的人。时至今日，“观光”之义广为拓展，除了含有“观察或瞻仰一个国家（地区）的风俗民情、文治武功”之义外，主要泛指游览观赏一个国家或地区的自然风光与城乡风光等等，其含义基本上同英语中的“sightseeing”一词相接互通。

相形之下，“旅游”一词出现较晚，最早见于南朝文学家沈约（441～513）《悲哉行》中的两句：“旅游媚年春，年春媚游人。”若追究起来，用于旅行意义上的“旅”，其卦象见于《易经》，即“离上艮下”，释为：“旅，小亨……止而丽乎明……旅贞吉也。旅之时义大亦哉！”意思是说：“旅行，小有亨通利顺……静止又能附丽于光明……旅行能坚守正道就会吉祥。旅行的时间意义可就太大了！”显然，“旅”在此可以引述为在外旅行。再从“离上艮下”的卦象看，上卦“离”是火，下卦“艮”是山。山上烧火，火势蔓延，不停地往前燃烧，象征在外旅行的人急着赶路，辛劳流离，时有危险。因此，旅行必须遵守正道，才会吉祥。这一语境中的“旅”，其意可通英文里的“travel”一词。而“travel”源自旧词“travail”，包含着辛劳、艰苦、努力以及冒险等意思。另外，《尚书·尧典》中所谓的帝王“巡守”，虽被译为“巡视”，但有“旅”或“游”的内涵。在远古的自然崇拜或“万物有灵”的泛神论时期，这种“巡守”活动的主要内容是“望于山川，遍于群神”，其根本目的诚如司马迁所言，在于“巡祭天地诸神名山大川而封禅焉”（《史记·封禅书》）。在先秦的典籍中，真正表示旅行、游玩或游览之义的“游”字，较早地出现在《诗经·国风》篇里，世人常道的有“以敖以游”，“驾言出游，以写我忧”和“游于北园，四马既闲”等等。其后，“游”字在《论语》、《庄子》和《楚辞》等典籍中也常出现，著名的说法有“游必有方”（孔子），“逍遥游”和“乘云气，骑日月，而游乎四海之外”（庄子）以及“悲时俗之通厄兮，愿轻举而远游”（屈原）等等。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”之风的倡兴，“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,将“游”诗化的代表说法有嵇康的“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”等等。值得一提的是,继“好山水,爱远游”的晋人宗炳因叹“老病俱至,名山恐难遍睹”,故此提出“惟当澄怀观道,卧以游之”的“卧游”方法后,清人郑日奎综合旅游活动的具体特征和相关经验,在巧立“以为游,则亦游矣”之命题的同时,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。基于先贤的旅游观赏经验和理论学说,后来的魏源创立了中国文化中特有的“游山学”,这在一定意义上可以说是开近代“旅游美学”研究之先河。

随着现代交通工具的发展、人民生活水平的提高和闲暇时间的增多,特别是自20世纪60~70年代以降,旅游或观光已成产业,飞速发展,遍布全球,在社会经济与文化生活中占有重要的地位。据报道,现如今的旅游业(tourism industry),是全球仅次于石油工业的第二大产业,将成为21世纪的支柱产业。统计数字表明,2004年中国入境游、国内游与出境游三大市场全面振兴,旅游总收入为6840亿元人民币,占全国GDP的5.1%,其中接待入境游人数1.09亿人次,外汇收入257亿美元;接待国内游人数10.02亿人次,总花费为4710.71亿元人民币。据世界旅游理事会预测,中国到2010年将成为世界第三大深受欢迎的旅游目的地;到2020年将成为世界上最受欢迎的旅游目的地。^①按照旅游发展的基本规律以及现代生活方式的发展趋向,人们一般在吃饭与住房这两大需要解决之后,旅游便成为其第三大需要。可见,旅游业不仅是促进社会经济发展的重要产业部门,也是现代人类生活方式的重要组成部分。

实际上,旅游活动内容丰富,具有多重功能,诸如经济、社会、文化、教育与环保功能等等。从构成要素看,旅游是集“行、游、住、食、购、娱”等内容为一体的综合性社会实践活动。该活动以个人消费为基础,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”更富有物质文明色彩,可望满足生活质量模式中的物质层面需求。这一点既适用于高消费的豪华型旅游者,也适用于普通消费的小康型旅游者,因为绝大多数的旅游活动是在个人解决温饱之后,于个人享有闲暇时间与可支配收入的基础上进行的。相形之下,“游、购、娱”等三项内容更富有精神文明的色彩。畅游山水名胜,选购古董字画,观赏歌舞表演等等,显然是有益于身心健康的精神愉悦活动或审美活动。

从本质意义上看,旅游观光是一项综合性的审美实践活动。它集自然美、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

^① 参阅香港亚洲时报在线2006年4月12日报道。另参阅:内地高水平导游极缺。见:参考消息2006年4月14日第8版。

乐、歌舞、服饰、陈设、烹饪、民情、风俗……于一炉,涉及审美的一切领域和一切形态。因此,在丰富人类物质文明与精神文明、调节其情感与生存状态、提高其生活质量、促进全社会审美化与人的全面发展等方面,旅游观光具有积极而特殊的价值,并且日益泛化为当今时代新潮中盛行不衰的双重生活方式之一。^①对此,古往今来的美学家们从不同的价值观念和文化背景出发,都有过林林总总的体验与论述。从孔子的“乐山”“乐水”与庄子的“逍遥游”到魏源的“游道”,从柏拉图的“观海凝思”与立普斯的观物“移情”到爱默森的“赏景”学说,均给人以常读常新的启迪。德国美学家康德也十分推崇更换环境转向自然,认为一个人如果“愿意离开那间布满虚浮的、为了社交消遣所安排的漂亮房间而转向大自然的美,以便在这里,在永远发展不尽的络绎中,见到精神的极大的欢快,我们会以高度的尊敬态度来看待他的这一选择,并且肯定他的内心具有一颗优美的灵魂……”。^②

鉴于旅游的上述功能,尤其是旅游的审美与审美文化教育功能,深入开展旅游美学的研究和不断完善这一应用学科,可以说是客观现实的需要,是现代生活的需要,同时也是旅游行业发展的需要。诚如李泽厚所言:“把美学仅仅规定为艺术理论,似乎就太局限了。人们要游历,要观赏自然美,要游玩到大自然中,人们要美化生活,从外表到内心,都希望符合美的要求,美学能不管吗?”^③其实,广义的美学应当研究人类有效劳动的一切形态。相应地,这种研究应当有利于提高人类的生活质量和促进人的全面发展,应当有利于美化主客观世界或者有利于实现人与自然、人际、文明以及自我身心的动态和谐。旅游美学的研究,也应当遵循这一宗旨。

考虑到篇章的结构与内容的连贯性,本部教材共分五编。第一编作为导论部分,旨在阐明旅游美学的生成契机与研究范围,同时联系旅游审美活动的特点和针对课堂教学的实际需要,有选择地概略性地介绍一些西方美学的概念、学说与中国传统的审美趣味,以便为后面的论述提供理论的支撑点或参照框架。第二编重在分析旅游审美对象或旅游景观的历史沿革、审美价值、审美风格与人文内涵等等。第三编旨在运用心理美学的有关学说,来描述旅游者的审美心理过程,揭示旅游审美体验的层次与总结旅游观赏艺术的普遍原理。第四编联系旅游产业发展的特点和旅游接待工作的要求,进而探讨旅游者的审美期望、旅游接待艺术与旅游工作者的审美修养等问题。第五编将通过比较、分析、描述和评价等方法,重在展现中国旅游审美文化的个性特色与观赏价值,以期达到提高旅游审美鉴赏能力与合理开发利用旅游文化资源等主要目的。

① 王柯平. 旅游美学纲要. 北京:旅游教育出版社,1997年. 页20。

② 康德. 判断力批判. 宗白华译. 北京:商务印书馆,1987年. 第42节。

③ 李泽厚. 艺术杂谈. 见:李泽厚. 走我自己的路. 北京:三联书店,1986年. 页305。

顺便提及,旅游美学是一门理论性和实践性并重的应用学科。迄今,经过数年的探索,该学科持续发展,其研究不断深化,其领域逐步拓宽,其作用日益凸显。“百尺竿头,更进一步”。本书编者将以此共勉,笃志于学,努力求索,争取迈出新的一步。

第一编

旅游美学与传统审美趣味

围绕构成现代旅游业的“六大要素”(行、游、住、食、购、娱),旅游美学旨在系统和切入实际地研究旅游审美活动、旅游审美心理、旅游审美对象、旅游形象设计、旅游接待艺术与中国旅游审美文化的基本特征与规律。鉴于应用美学的一般性质与学科建设的基本规范,本编作为“旅游美学导论”,在阐述旅游美学的生成契机与研究现状的同时,将针对旅游审美活动的特殊需要,有选择地、提纲挈领地介绍一些西方美学的理论要点和中国传统审美趣味,同时揭示这些相关学说与现代旅游观赏的互动作用。

第一章

旅游美学的生成与研究

宏观而论,旅游是一种以空间移动、物质消费和休闲娱乐为主要外显形式的社会经济文化现象。但从具体内容和本质意义上看,旅游则是一项集自然美、艺术美和社会生活美之大成的综合性审美实践活动,这项活动在美学、心理学、社会学和教育学意义上具有独特的价值与多重的效应。

第一节 旅游活动的审美特性

旅游活动的目的地或审美对象主要是风景名胜,也就是在一定时空背景中由自然景观(landscape)与人文景观(culturescape)所构成的旅游吸引物(tourism attractions)。

自然景观一般包括山水草木、风花雪月、云霞鸟兽等等。在中国人的审美意识中,自然既是生活的场所,又是审美的对象,而且还是人的安身立命之处。其结果,“山川之美,古来共谈”(陶弘景)的习惯和追求“天人合一”的美学风范,均已在悠久的历史长河中演变和积淀为我们审美文化或精神文化的重要组成部分。中国的山水诗歌、山水文学以及山水美学之所以兴盛如斯,其根本原因就在于此。

不消说,西方人也谙熟“风花雪月”或自然山水的妙用。这大自然,如爱默生所言:“除了供给人类衣食之需之外,亦满足了一种更高贵的要求——那就是满足了人类的爱美之心。”面对奇妙的自然万象,人类独具慧眼,能够构图绘影。因此,天空、山岳、树木、鸟兽等等,看了都叫人觉得可喜。于是乎,“自然界用些许简单的风云变幻,竟然就使我们生超凡入圣之感!赋予我以健康与一天的光阴,足可使帝王的赫赫威严黯然失色。朝霞灿烂如锦,那就是我的亚述帝国(Assyria);夕阳西落,明月从东山顶上升起,那就是我的百福赐(Paphos)和不可思议的仙子之乡;昊昊阳午,那就是我的英国——常识和理智的故乡;神秘的黑夜,那就是我的德国——神秘哲学和梦想的国土。”^①

^① Cf. R. Emerson. "Beauty", in *Nature*(1836), see *The Collected Works of Ralph Waldo Emerson* (London: Oxford University Press, 1971).

关于旅游活动中常见的人文景观,一般包括文物古迹、历史名城、园林建筑、民俗风情、社会生活以及各种形式的文化、艺术和娱乐活动等等。在中国,半坡村的仰韶文化遗址、绵延万里的长城、北京的故宫、承德的避暑山庄、苏州的园林、北京琉璃厂的传统字画和工艺品、各地的音乐歌舞民俗和青藏高原的文化风情等等,都是吸引中外游客的著名人文景观。这些积淀着丰厚的历史内涵和人文精神的景观,同埃及的金字塔、印度的泰姬陵、希腊的雅典卫城与古代雕塑、罗马和佛罗伦萨的教堂、伦敦的博物馆、巴黎的凡尔赛宫花园和罗浮宫的藏画以及歌剧院的表演、美国的印第安人部落遗址、非洲的图腾木刻等等,都是文明历史的见证和人类智慧的结晶,不仅具有丰富的审美价值,而且为文化艺术研究和科学考察提供了可观可证的实物和场所。即便就旅游所涉及到的“吃喝玩乐”这种日常生活(everyday life)而言,除了其实(食)用功能之外,也同样具有一定的审美因素。众所周知,中国的饮食文化历史悠久,不仅讲究美食美酒美器,而且追求“色、香、味、形、意(趣)”,同时还配有乐舞、富有诗情等等。所有这些具有形式美感的饮食器皿和菜肴造型,以及洋溢着欢快与优雅气氛的饮食环境,都有助于促进人们思想感情的交流、身心的健康和融洽和睦的人际关系。这便说明“吃喝”不只是为了满足人的生理需要,而且也是为了满足人的情感或精神需求。因此,如果从狭义上来看待“美是生活”(车尔尼雪夫斯基)这一著名的美学命题的话,属于正当消费范围的“吃喝”(并非滥用公款或假公肥私的大吃大喝)或饮食文化,应当是生活美的不可或缺的组成部分。

再则,旅游中的“观光”活动本身,还有一层更深的社会文化学含义,那就是《易经》“观卦”中所说的“观国之光,利用宾于王”。按(魏)王弼的解释:“居观之时,最近至尊,观国之光者;居近得位,明习国仪者也,故曰利用宾于王。”用现代的话说,便是“古代有德行的贤士,瞻仰明察一个国家的风俗民情或文治武功,就能知道该国是否尊重贤士;观察君王的德行如何,进而决定是否去辅佐该国的君王”。现代旅游观光,更多的是了解旅游所在国(或所在地)的风俗民情、劳动成果与社会制度等等,在开阔自己眼界和满足文化心理需求的同时,从“异质文化”(heterogenous culture)中汲取具有借鉴价值的东西,以补充本民族文化系统的不足或匡正本团组织管理的缺陷等等,最终用以促进各国人民之间的相互理解和友好交往,发展和维护世界和平或人类赖以生存的社会环境与秩序等等。

总之,旅游观光的内容是异常丰富的、无所不包的。它除了引导游人观赏风光绮丽的自然景观、体察形式多样的风俗民情、品尝不同风味的美食佳肴和参与各种有趣的文化娱乐活动之外,还会引导游人搜奇览胜,遍访文物古迹与建筑园林等人文景观,欣赏绘画雕塑、书法篆刻与音乐舞蹈等艺术作品。可见,作为一项综合性的审美实践活动,旅游“集自然美、艺术美、社会美或生活美之大成,熔文物、古迹、建筑、绘画、雕塑、书法、篆刻、音乐、舞蹈、园林、庙宇、服饰、烹饪、民情、风尚……为一炉,涉及阴柔、阳刚、秀美、崇高、绮丽、疏野、沉郁、飘逸、繁缛、明快、悲壮、轻松等

一切审美形态,有益于满足人们从生理到精神等不同层次的各种审美欲求”。^①诚如国内不少美学家所言:“看来人们的旅游目的不是有力无处使,有钱无处花,而是为了丰富自己的精神生活。”^②“旅游,从本质上说,就是一种审美活动。离开了审美,还谈什么旅游?……旅游活动就是审美活动。”^③

第二节 旅游审美需求与动机

旅游审美活动的综合性与丰富性使旅游基本上成为一种社会时尚,成为融贯现代物质文明与精神文明的双重生活方式的重要组成部分,因此吸引着越来越多的人。据世界旅游组织(WTO)判断:当人均国民收入达到300~400美元时,居民就想外出在国内旅游;达到800~1000美元时,就想去邻国旅游;达到3000美元时,就会想去远方的国家旅游。随着我国经济与交通的发展、人均收入和闲暇时间的逐渐增多,旅游在我国城镇居民中已经具有了广泛的社会需求。譬如1996年,仅国内旅游总人次就达6.4亿,占全世界旅游总人次的10%。到了2004年,全国总出游人数达10.02亿人次,全国接待入境游人数达1.09亿人次,两者均居世界前列。随着国内乡村旅游者和出国旅游者的不断增多,这种比例必然会出现大幅度的增长。

爱美之心,人皆有之。在人类长期的社会生活实践中,这种“爱美之心”在其形成、发展和不断深化的过程中,已经在很大程度上“积淀和凝冻”(李泽厚语)在人的“集体无意识”(荣格语)里,或者说已经演化为人类生存的本能性因素。在此本能的有机内核内,蕴涵着丰富多样的审美意向的生长基因。人们所从事的各种艺术实践或审美活动,都无疑发端于这一心理特质。就旅游审美活动而言,它在表面上似乎是旅游观赏行为在一定时空中的直接表现,而实际上是旅游审美需求与动机所诱发和促成的结果。

一、旅游审美需求

在现代化大众传媒网络的频繁刺激和交叉影响下,不同形式的旅游信息和促销手段随处可见,从而使旅游审美需求具有了更为广泛的社会性。要而言之,旅游审美需求是促使人们从事旅游观赏活动的内驱力(inner drives)。

人,作为一种复杂的社会存在(social being),在生理条件、社会环境与文化氛围的制约和影响下,往往会产生各种各样的需求。其中有的偏于物质,有的趋向精

① 王柯平. 旅游审美活动论. 北京: 旅游教育出版社, 1990年. 页5。

② 王朝闻. 不“跑”风景. 见: 旅行家, 1985年6月号。

③ 叶朗. 旅游离不开美学. 见: 中国旅游报, 1988年1月20日。