

全国旅游管理专业  
应用型本科规划教材

王柯平 编著

# 旅游美学导论

An Introduction to Aesthetics in Tourism

中国旅游协会旅游教育分会推荐教材



旅游教育出版社

全国旅游管理专业应用型本科规划教材

# 旅游美学导论

王柯平 编著

策 划:孙延旭

责任编辑:张 毅

### 图书在版编目(CIP)数据

旅游美学导论/王柯平编著. —北京:旅游教育出版社,2011.7

全国旅游管理专业应用型本科规划教材

ISBN 978 - 7 - 5637 - 2175 - 7

I. ①旅… II. ①王… III. ①旅游—美学—高等学校—教材

IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 108655 号

全国旅游管理专业应用型本科规划教材

### 旅游美学导论

王柯平 编著

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	tepx@163. com
印刷单位	北京中科印刷有限公司
经销单位	新华书店
开 本	880 × 1230 1/32
印 张	10
字 数	324 千字
版 次	2011 年 7 月第 1 版
印 次	2011 年 7 月第 1 次印刷
印 数	1 - 5000 册
定 价	22.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

## 前言

英国哲人培根声称：“读诗使人灵秀(Poets [make men] witty)。”我虽好读诗，但终未变得灵秀，却倒变得好游，故此可言“读诗使人好游(Reading poetry makes one fond of traveling)”。记得自己少时诵读唐代的边塞诗，尽管可以想象金戈铁马的远古战场和视死如归的英雄气概，但感悟更多的是大漠孤烟、黄河落日、孤城雄关、雪暗昆仑之类的边塞美景；诵读唐代的田园诗，更乐得摇头晃脑、怡然自得，十分向往那些白鹤悠悠、清泉淙淙、黄鹂翠柳、明月松影之类的风光胜景。应当说，读诗所留下的这种心理图式，奠定了个人日后喜好游山逛水的习惯或秉性。

这里所谓的“游”，不仅是一项怡情悦性的综合性审美活动，而且也是一种包含哲理的人生态度。譬如，庄子所言的“逍遥游”，倡导“乘云气，骑日月，游于四海之外”。那是一种多么宏大的气魄啊！当然，这样的“游”，不是简单意义上的天地空间之游，而是“精婺八极、心游万仞”的超越现实之游、人格独立之游、精神自由之游。嵇康所吟唱的“目送归鸿，手挥五弦。俯仰自得，游心太玄”，就属于此类。至于倡导“唯当澄怀观道，卧以游之”的晋人宗炳；自称“五岳寻仙不辞远，一生好入名山游”的唐人李白；巧立“以为游，则亦游矣”的清人郑日奎，那无疑是在推崇不同的旅游之道了。应当看到，正是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”，这可以说是“旅游美学”的始作俑者。<sup>①</sup>

以上便是我个人的一段心迹表白。回想起来，我研习旅游美学的兴趣，始于20世纪80年代初，随之先后参与编写国家旅游局人教司组织的《旅游心理学》与《旅游美学》教材。21世纪伊始，我主编完成了全国

---

<sup>①</sup> 王柯平. 美之旅. 南京: 南京出版社, 2006: 1.

高等院校旅游专业规划教材《旅游美学新编》；新近主编并出版了北京市高等教育精品教材立项项目《旅游美学》。迄今，我曾于1990年出版专著《旅游审美活动论》（此书于1993年由台北地景企业有限公司出版了繁体字版本发行于海外）；于1997年出版了专著《旅游美学纲要》；于2006年出版了插图本专著《美之旅》。这十余年来，我虽专注于古希腊诗学和古代哲学的研究，但对旅游美学的兴趣依然未减。

旅游教育出版社教材编辑室经过调研，策划并启动了本套“旅游管理专业应用型本科系列教材”，盛情邀请我编写《旅游美学导论》，旨在用于普通大专院校旅游专业教学。我按照出版社设定的框架要求，在自己原来所撰论作和所编教材的基础上，重新调整内容章节，使其更为集中而简括，以便适应当下普及性的教学需要。

此番编著的《旅游美学导论》，共计十章（附有课件）。按每学期16~18周计算，教师可根据各章内容多少予以灵活安排，或课堂讲解、或问答互动、或分组讨论、或课下阅读。教学过程中，可借用现代多媒体教学手段，不断补充附件图像资料，并在直观教辅资料的基础上辅以文字说明或理论分析，以便收到“文图并茂”的特殊效果。在互联网时代，这种教学方式是容易做到的。但要注意的是，多媒体教学所构成的视觉冲击和感官愉悦，并不能代替言之有据的理论反思和审美评价。因为，旅游美学的研究探索不同于一般的风光介绍，其重点既在于“知其然”，更在于“知其所以然”。

付梓之际，诚谢肖红玉同学拨冗协助，对本教材附件原有插图资料所做的有效补充。

最后，诚请教学双方批评指正，使这部教材更符合实际需要。

王柯平

2011年初于京东杨榆斋

# 目 录

<b>第一章 绪 论</b> .....	1
引言 .....	1
学习目标 .....	2
第一节 旅游活动的审美特性 .....	2
第二节 旅游审美需求与动机 .....	5
一、旅游审美需求 .....	6
二、旅游审美动机 .....	8
第三节 旅游审美活动的多重效应 .....	10
一、净化情感的医疗妙用 .....	11
二、造就具有优美灵魂的人 .....	12
三、推动社会审美化 .....	13
四、提高生活质量 .....	14
五、促进人的全面发展 .....	16
六、促进人与自然的和谐 .....	18
七、“以美启真”和“以美储善”的公共空间 .....	20
第四节 旅游美学研究范围及方法 .....	21
思考与练习 .....	24
<b>第二章 旅游观光与美学理论</b> .....	25
引言 .....	25
学习目标 .....	26
第一节 中国传统美学与理论创新 .....	26
一、中和为美 .....	26
二、自然为美 .....	30
三、空灵为美 .....	35

四、天人合一 .....	39
五、境界说 .....	42
六、积淀论 .....	46
第二节 西方美学范畴与理论举要 .....	49
一、优美与崇高 .....	49
二、移情说 .....	53
三、内模仿说 .....	54
四、审美距离说 .....	55
五、异质同构说 .....	56
六、集体无意识 .....	58
思考与练习 .....	60
第三章 旅游景观的审美特性 .....	61
引言 .....	61
学习目标 .....	61
第一节 旅游景观的类型与风貌 .....	62
一、旅游景观的定义 .....	62
二、旅游景观的类型 .....	63
三、南秀北雄的审美风貌 .....	65
第二节 自然景观的审美价值 .....	67
一、形态美 .....	68
二、色彩美 .....	71
三、听觉美 .....	72
四、嗅觉美 .....	74
五、动态美 .....	75
六、象征美 .....	77
第三节 人文景观的审美价值 .....	80
一、工艺美 .....	80
二、历史意味 .....	86
三、风情美 .....	87
四、意境美 .....	89
思考与练习 .....	92

<b>第四章 旅游审美心理</b> .....	93
引言 .....	93
学习目标 .....	93
第一节 审美个性与游客类型 .....	94
第二节 审美意识系统 .....	96
第三节 审美心理要素 .....	101
一、审美知觉 .....	101
二、审美想象 .....	103
三、审美理解 .....	106
四、审美情感 .....	108
第四节 审美体验层次 .....	110
一、悦耳悦目 .....	111
二、悦心悦意 .....	112
三、悦志悦神 .....	114
思考与练习 .....	117
<b>第五章 旅游观赏原理</b> .....	118
引言 .....	118
学习目标 .....	118
第一节 动态与静态 .....	119
一、动态观赏 .....	119
二、静态观赏 .....	120
第二节 移情与距离 .....	122
一、移情观赏 .....	122
二、距离原理 .....	124
第三节 时机与位置 .....	126
一、观赏时机 .....	127
二、观赏位置 .....	128
第四节 节奏与重点 .....	129
一、观赏节奏 .....	130
二、观赏重点 .....	131
第五节 登高与自在 .....	132



一、登高壮观·····	132
二、自在原理·····	133
思考与练习·····	135
<b>第六章 旅游服务的审美元素</b> ·····	<b>136</b>
引言·····	136
学习目标·····	136
第一节 旅游者对旅游服务的审美期待·····	137
一、仪表美·····	138
二、风度美·····	139
三、心灵美·····	141
第二节 旅游接待人员的形象塑造·····	143
一、灵活与适度·····	143
二、多样的统一·····	143
三、环境和谐·····	144
四、含蓄为美·····	145
五、整洁为美·····	146
六、个性与共性·····	147
第三节 旅游服务艺术的秘诀·····	148
一、微笑——态度美的感性显现·····	148
二、微笑服务的情绪感染效应·····	149
三、微笑展现的线条魅力·····	151
第四节 旅游审美信息的传递艺术·····	152
一、语言艺术的五大层面·····	154
二、导游技巧的五大要领·····	157
第五节 旅游审美行为的协调方法·····	161
一、调节观赏节奏·····	161
二、选择观赏位置·····	164
三、把握观赏时机·····	165
思考与练习·····	166
<b>第七章 旅游审美消费</b> ·····	<b>167</b>
引言·····	167

学习目标 .....	167
第一节 旅游审美消费的形式 .....	168
一、名胜游览活动 .....	168
二、艺术欣赏活动 .....	169
三、环境品评活动 .....	169
四、饮食宴乐活动 .....	169
五、旅游购物活动 .....	170
六、文化娱乐活动 .....	171
第二节 旅游审美消费的导向 .....	171
一、直接功利性 .....	172
二、精神愉悦性 .....	172
三、文化历史感 .....	172
第三节 饮食宴乐中的审美因素 .....	173
一、饮食环境的装饰美 .....	173
二、饮食器具的造型美 .....	176
三、美味佳肴的审美属性 .....	178
四、宴乐配置的基本原理 .....	182
第四节 旅游购物中的审美因素 .....	184
一、包装艺术的诱惑 .....	185
二、购物的美感过程 .....	187
三、功利性与审美性 .....	188
思考与练习 .....	190
第八章 山水文学与旅游审美 .....	192
引言 .....	192
学习目标 .....	192
第一节 山水诗歌的特殊功效 .....	194
一、凸现景物的典型形象美 .....	195
二、描绘景物的诗情画意美 .....	197
三、彰显景物的哲理内涵美 .....	199
四、再现景物的历史沧桑感 .....	202
第二节 山水游记的辅助作用 .....	204

一、描写细腻·····	205
二、知识性·····	205
三、启发性·····	205
四、构景功能·····	206
第三节 名胜楹联的点缀价值·····	207
第四节 风物传说的审美意味·····	210
一、超自然的神秘感·····	212
二、灌注活力的生动性·····	213
三、人伦教化的道德美·····	213
思考与练习·····	216
<b>第九章 中国传统艺术与旅游审美·····</b>	<b>217</b>
引言·····	217
学习目标·····	217
第一节 书法艺术与观赏·····	218
一、书法的分类·····	218
二、书法的艺术特征·····	221
第二节 国画艺术与观赏·····	223
一、国画的分类·····	225
二、国画的艺术特征·····	227
第三节 古代雕塑艺术与观赏·····	232
一、古代雕塑的分类·····	234
二、古代雕塑的艺术特征·····	235
第四节 古代建筑艺术与观赏·····	237
一、古代建筑的分类·····	237
二、古代建筑的艺术特征·····	242
第五节 传统表演艺术与观赏·····	244
一、传统表演艺术的分类·····	244
二、传统表演艺术的基本特色·····	256
思考与练习·····	260
<b>第十章 旅游审美修养·····</b>	<b>261</b>
引言·····	261

学习目标 .....	261
第一节 审美修养的基本内涵 .....	262
一、强化审美敏感性 .....	262
二、培养自觉的审美意识 .....	266
三、研究游客的审美需求及其类型 .....	267
四、掌握和运用旅游观赏原理与导游艺术 .....	269
五、提高再创造的能力 .....	270
六、管理美学的一般原则 .....	272
第二节 审美修养的主要途径 .....	274
一、举办美学讲座 .....	275
二、开展艺术教育与实践 .....	275
三、讲究服务语言艺术 .....	276
四、组织体态训练 .....	277
五、推广简易的美容知识 .....	278
第三节 跨文化交际意识 .....	280
第四节 国际审美文化视野 .....	283
一、美国人的审美文化习惯 .....	283
二、英国人的审美文化习惯 .....	285
三、法国人的审美文化习惯 .....	288
四、德国人的审美文化习惯 .....	291
五、日本人的审美文化习惯 .....	293
思考与练习 .....	297
主要参考文献 .....	298



# 第一章

## 绪论

### 引言

浩奇正在某所大学就读。每到期末放假,他就结伴旅游,在个人博客网站上自命为“乐天游侠”,经常引用“长安车马应无数,能解闲行有几人”这类诗句,表明自己是非同一般的游客。不过,浩奇对美学了解甚少,对理论研究兴趣不大。有一次他碰上同学单思,彼此交谈起旅游的好处,两人兴致勃勃,但大多是从心情好、景色美、感觉新等几个方面泛泛而论。于是,两人商定找几部有关旅游观赏的理论书籍来读。正巧,这学期开设选修课《旅游美学导论》,两人同时选定,想听听这门课到底会讲些什么。

第一堂课下来,两人步出教室,在去食堂的路上边走边议:

浩奇:这门课还真有点儿意思,居然把旅游说成是一种集自然美、艺术美和社会生活美之大成的综合性审美活动。

单思:细想起来,这一说法有其道理。在现代生活中,旅游对提高人的生活质量委实有不少益处。

浩奇:这倒能理解。但要说是会欣赏自然美的人有一颗优美的灵魂,我觉得有点儿玄。

单思:这是就自然美的鉴赏能力而言、就返回大自然的快乐心情而言的,应该说是一种有趣的提示。

浩奇:你真这么理解吗?

单思:是这样。理论虽说是灰色的,但如果在准确理解的基础上把理论与旅游活动联系起来看,也许有的理论能像生命之树一样常青。

浩奇:嗨,你真来劲了。先吃饭吧!这总比任何理论重要。

### 学习目标

- 了解旅游活动的综合特征及其审美特性。
- 分析现代旅游者的基本需要与主要旅游动机。
- 阐明旅游活动的多重效应。
- 总结旅游美学研究的基本内容与相关方法。

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效应。

研究旅游美学,应当运用认识论、价值论和信息论等科学方法,结合现代人的生活质量意识和审美意识,在追踪探寻“行、游、住、食、购、娱”等一系列活动所蕴涵的审美因素过程中,着重描述和分析旅游审美心理、旅游景观价值、旅游观赏原理、旅游服务艺术等,以期从中归纳梳理出既合规律性又合目的性的东西,并借此引导旅游审美消费行为,促进旅游审美活动的良性循环。

## 第一节 旅游活动的审美特性

旅游活动的对象或目的地,主要是风景名胜与文化名城,也就是在一定时空背景中由自然景观与人文景观构成的旅游吸引物(tourism attractions)。

自然景观一般包括山水草木、风花雪月、云霞鸟兽,等等。我们知道,中国人自古以来就有雅好山水的传统。孔子曾言,“仁者乐山,智者乐水”;陶潜自诩“性本爱丘山”“复得返自然”;方苞宣称“凡山川之明媚者,能使游者欣然而乐”……实际上,在中国人的审美意识中,自然既是生活场所又是审美对象,而且还是人的安身立命之处。其结果,“山川之美,古来共谈”的习惯和追求“天人合一”的美学风范,均已在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、山水文学及山水美学之所以如此发达,其根本原因就在于此。

同样,西方人也谙熟自然山水的妙用。呼吁“返回自然”的法国启蒙思想家卢梭(J. Rousseau)、倡导“热爱自然”的英国湖畔派诗人渥兹华兹(W. Wordsworth)、钟情“风云霞月”的美国哲人索罗(Henry D. Thoreau)和爱默生(Ralph W. Emerson),对此都有过切身的体验与深刻感悟。诚如爱默生所言,这大自然除了供给人类衣食之需外,还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,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,竟然就使我们生出超凡入圣之感!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,明月从东山顶上兴起,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。”<sup>①</sup>

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、社会生活及各种形式的文化、艺术和娱乐活动等。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、承德的山庄、苏州的园林、琉璃厂的传统字画和工艺品及各地的音乐、歌舞、民俗和青藏高原的文化风情等,都是吸引中外游客的著名景观。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、卢浮宫的藏画和歌剧院的表演、美国的印第安人部落遗址及非洲的图腾、木刻等,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典范和场所。

此外,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。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,身心的健康及融洽、和睦的人

---

<sup>①</sup> R. Emerson, “Beauty”, in *Nature* (1836), see *The Collected Works of Ralph Waldo Emerson* (Oxford: Oxford University Press, 1971).

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)这一美学命题的话,属于正当消费范围的吃喝或饮食文化,应当是生活美之中不可或缺的内容。

另外,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。”其意思是说,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,除了名胜古迹之外,再就是了解旅游所在国(或所在地)的风俗民情、劳动成果与社会制度等,在开阔自己眼界和满足文化心理需求的同时,从“异质文化”中汲取具有借鉴价值的东西,借以补充本民族文化系统的缺陷,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等。

再者,旅游活动能够有效地将日常生活经验(life - experience)转化为审美经验(aesthetic experience)。依据实用主义美学家杜威的观点,审美经验,一般是指“鉴赏、感知和享用的经验。这种经验代表消费者而非生产者的立场,涉及趣味或鉴赏力(taste)。譬如,在厨艺方面,做菜的厨师需要展现技艺,而消费者则需要鉴赏力;园艺方面也是如此,园丁从事种植和耕作,而住户则享用成品。”<sup>①</sup>有鉴于此,在餐厅里享用一顿美味佳肴,在轮船上观看一场暴风骤雨,在俱乐部里下一盘象棋,在咖啡厅里进行一次交谈,在书房里撰写一篇文章,都将是具有一定审美性质的生活经验。当这类生活经验一旦具有了完整性、生动性、独特性和多样性,排除了其日常化的单调性、重复性、机械性与无用性,那就会转化为审美经验。这种审美经验不仅可为人们提供一种有意义的满足感和愉悦感,而且还可以成为人们记忆中回味无穷的美好体验。在此意义上,我们可以说生活经验与审美经验是密不可分的。尤其在以闲暇为前提条件的旅游观光过程中,“行、游、住、食、购、娱”等一系列活动所构成的生活经验,既是完整而独特的,也是丰富而多样的,可借助轻松自由的

---

① John Dewey, *Art as Experience* (New York: Minton, Balch & Company, 1934):47.



心境和超越现实的审美态度,自然而然地转化为悦耳悦目、悦心悦意或悦志悦神等不同层次的审美经验。

总之,旅游活动是一项综合性的审美实践活动。“它集自然美、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。”<sup>①</sup>

## 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,成为融合现代物质文明与精神文明这一双重性生活方式的重要组成部分。据世界旅游组织(WTO)判断:当人均国民收入达到300美元~400美元时,居民就想在国内旅游;达到800美元~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。随着中国经济与交通的发展、人均收入和闲暇时间的增多,旅游在中国城镇居民中已然成为广泛的社会需求。据国家旅游局2008年8月的统计,在全球金融危机爆发前的2007年,中国旅游业三大市场保持稳定增长。全年共接待入境游客13 187.33万人次,实现国际旅游外汇收入419.19亿美元,分别比上年增长5.5%和23.5%;接待国内游客16.1亿人次,收入7770.62亿元人民币,分别比上年增长15.5%和24.7%;中国公民出境人数达到4095.4万人次,比上年增长18.6%;旅游业总收入10 957亿元人民币,比上年增长22.6%。<sup>②</sup>

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“积淀和凝冻”在人的“集体无意识”里,或者说已经演化为人类文化心理的重要机制。人们所从事的各种审美活动,都无疑发端于这一心理机制。就旅游审美活动

① 王柯平. 旅游审美活动论. 北京: 旅游教育出版社, 1990: 5.

② 国家旅游局. 2007年中国旅游业统计公告. 2008-08.