

黄艺农 著

旅游美学

LÜYOU MEIXUE

湖南教育出版社

旅 游 美 学

黄艺农 著

湖 南 教 育 出 版 社

旅游美学

黄艺农 著

责任编辑：胡本昱

湖南教育出版社出版发行

湖南省新华书店经销 湖南省新华印刷三厂印刷

850×1168 毫米 32 开 印张：13.25 字数：340000

1999 年 8 月第 1 版 1999 年 8 月第 1 次印刷

印数：1—1000

ISBN 7-5355-2962-3/G·2957

定价：19.00 元

本书若有印刷、装订错误，可向承印厂调换

内 容 提 要

本书是一部旅游美学专著，共 19 章。包括五个方面的内容：（1）旅游美学的学科性质；（2）旅游审美的一般知识；（3）各种旅游景观的审美；（4）旅游工作者和旅游饭店的审美创造；（5）美的规定性和美的发生以及审美主体的心理。其中重点是各种旅游景观的审美，包括自然景观、中国古建筑、中国古园林、中国古雕塑、中国绘画艺术、中国书法艺术、中国民俗风情、中国美食、中国旅游纪念品的审美及其特征等。本书融知识性、实用性、学术性于一体，又具有很强的可读性。通过它，读者可以得知中国有哪些主要的旅游审美对象以及如何对它们进行审美，并获得许多美学知识，从而提高自己的美学修养。

目 录

绪论	(1)
一 旅游美学的性质	(1)
二 旅游美学的对象	(3)
三 旅游美学的任务	(4)
四 旅游美学的方法	(6)
第一章 旅游审美概述	(9)
第一节 旅游	(9)
第二节 审美	(15)
第三节 旅游审美的意义	(21)
第二章 旅游审美对象的种类	(28)
第一节 自然美概述	(29)
第二节 社会美概述	(30)
第三节 艺术美概述	(32)
第四节 科学美概述	(34)
第五节 技术美概述	(37)
第三章 自然景观审美	(40)
第一节 山水美	(40)
第二节 生物美	(48)
第三节 天象美	(52)
第四节 其他几种自然美	(54)
第四章 自然景观审美特征	(58)
第一节 自然景观美的形状审美特征	(58)

第二节	自然景观美的气势审美特征·····	(59)
第三节	自然景观美的形态审美特征·····	(63)
第四节	自然景观美的色彩审美特征·····	(65)
第五节	自然景观美的声响审美特征·····	(67)
第六节	自然景观美的晦明审美特征·····	(68)
第七节	自然景观美的人文审美特征·····	(70)
第八节	自然景观美的变化审美特征·····	(73)
第五章	中国古建筑审美·····	(77)
第一节	古城建筑美·····	(77)
第二节	宫廷建筑美·····	(79)
第三节	陵园建筑美·····	(82)
第四节	寺庙建筑美·····	(85)
第五节	佛塔建筑美·····	(88)
第六节	楼阁亭建筑美·····	(90)
第七节	坛庙建筑美·····	(92)
第八节	古桥梁建筑美·····	(97)
第六章	中国古建筑审美特征·····	(100)
第一节	木结构审美特征·····	(100)
第二节	群体布局审美特征·····	(105)
第三节	文化内涵审美特征·····	(107)
第七章	中国古园林审美·····	(113)
第一节	园林的概念和种类·····	(113)
第二节	中国古代园林发展沿革·····	(117)
第三节	园林的基本要素及其组合原则·····	(120)
第四节	中国现存古园林·····	(129)
第八章	中国古园林审美特征·····	(136)
第一节	能动模仿自然·····	(136)
第二节	符合形式美规律的结构·····	(139)
第三节	巧妙的构景手段·····	(141)

第九章 中国古雕塑审美	(146)
第一节 雕塑艺术的种类.....	(146)
第二节 中国著名旅游区雕塑艺术.....	(148)
第三节 雕塑艺术的审美特征.....	(165)
第十章 中国画审美	(172)
第一节 中国画的种类.....	(172)
第二节 中国画三大画种历史沿革.....	(180)
第三节 中国画的审美特征.....	(196)
第十一章 中国书法艺术审美	(209)
第一节 作为旅游审美对象的书法艺术美.....	(209)
第二节 书体.....	(211)
第三节 书法艺术审美特征.....	(220)
第十二章 中国民俗风情审美	(227)
第一节 物质生活民俗审美.....	(228)
第二节 精神生活民俗审美.....	(238)
第三节 社会关系民俗审美.....	(244)
第十三章 中国菜点审美	(253)
第一节 进食的审美性.....	(253)
第二节 中国菜肴的特色及设宴上菜艺术.....	(257)
第三节 中国进食审美特征.....	(264)
第十四章 中国旅游纪念品审美	(274)
第一节 中国旅游纪念品的种类.....	(274)
第二节 中国旅游纪念品的一些审美创造原则.....	(284)
第三节 中国旅游纪念品的审美特征.....	(288)
第十五章 旅游工作者的自我形象审美创造	(293)
第一节 仪表美.....	(294)
第二节 仪态美.....	(300)
第三节 语言美.....	(305)
第四节 行为美.....	(309)

第五节 心灵美·····	(311)
第十六章 旅游饭店的审美创造 ·····	(319)
第一节 旅游饭店选址的审美因素·····	(319)
第二节 旅游饭店建筑的审美因素·····	(321)
第三节 旅游饭店室内环境审美因素·····	(324)
第十七章 美的规定性 ·····	(335)
第一节 美的内容与美的形式·····	(336)
第二节 美的本质与美的现象·····	(344)
第三节 美的形象特征·····	(350)
第十八章 自然美的发生 ·····	(353)
第一节 自然美与自然物·····	(355)
第二节 自然美发生的条件·····	(357)
第三节 自然美发生的原因·····	(359)
第四节 自然美的发生形态·····	(363)
第十九章 审美主体心理 ·····	(368)
第一节 审美需求与动机·····	(368)
第二节 审美意识·····	(372)
第三节 审美心理活动过程·····	(380)
第四节 美感·····	(386)
【附】 中国历史文化大事年表 ·····	(396)
参考书要目 ·····	(416)
后记 ·····	(418)

绪 论

旅游美学是怎样一门学问？要弄清这个问题，就需要对旅游美学的性质、对象、任务和方法进行探讨。

一 旅游美学的性质

旅游美学，是在研究旅游审美规律的基础上解决旅游审美矛盾的一门应用美学。这就是旅游美学的性质。

所谓旅游审美规律，是指旅游审美发展过程中的本质联系和必然趋势。就是说，旅游审美规律，主要是旅游审美内部矛盾双方构成的矛盾运动，其次也包括旅游审美与有关事物构成的矛盾运动，而这些矛盾运动又是对旅游审美反复地起着支配和决定作用的。

旅游审美内部矛盾是复杂的。它包括下列矛盾。

1. 审美欣赏主体与审美对象的矛盾。旅游审美欣赏主体主要是游客，旅游审美对象是旅游区的自然景观和人文景观。游客缺乏有关旅游景观的知识，以及不懂得美是怎么回事，都会在欣赏旅游景观的时候形不成丰富深刻的美感，这是审美欣赏主体与审美对象的矛盾的主要表现。游客缺乏审美心理知识，不知道在欣赏旅游景观的过程中运用自己的心理功能来获取美感，这则是审美欣赏主体与审美对象的矛盾的又一种表现。

2. 审美创造主体与审美欣赏主体的矛盾。旅游审美创造主体，是旅游景观以及旅游饭店的开发者和管理者，还有导游和其他旅游服务人员。尤其是导游，担负着为游客提供景观的知识和信息，解决旅游审美主体与旅游审美对象的矛盾的重任，为此必须进行审美再创造，因此是很重要的审美创造主体。一切审美创造主体都是为审美欣赏主体提供审美对象的。而要能提供文明先进、有高度审美价值的审美对象，起码就需要做好这样两件工作：一是合理开发和管理旅游景观，不能造成对它们的损害和破坏；二是充分地、切实地把握这些景观的情况和审美特征，并了解审美欣赏主体的审美需求，准确、生动地把旅游景观的知识和信息传递给审美欣赏主体，使他们在短短的旅游期内能欣赏到尽可能多的和最美的景观。但是，事实上有些审美创造主体却缺乏有关的修养，工作达不到上述要求。这便是审美创造主体与审美欣赏主体的矛盾。

3. 审美中介与审美欣赏主体的矛盾。旅游审美中介，就人而言，主要是导游，还有旅行社、旅游饭店、旅游交通等的一切旅游服务人员。他们是为游客服务的，是使游客的旅游审美活动得以顺利开展的媒介，是游客各种美好的旅游生活的保证，而且还是游客的一类审美对象。因此，他们必须从审美的高度来严格要求自己，一方面做好服务工作，另一方面也创造自己的美好形象。然而有些审美中介却缺乏这些方面的修养，不能适应游客的审美需要和生活需求，从而产生与游客的矛盾。

旅游审美的上述种种矛盾，构成了旅游审美关系的矛盾体系。这些矛盾的不断发生和不断解决，就是旅游审美的矛盾运动。正是这种矛盾运动，决定和支配着旅游审美欣赏主体、旅游审美创造主体、旅游审美中介的审美水平以及整个旅游审美活动的水平从一个高度提高到另一个新的高度。这就是旅游审美规律。旅游美学就正是在研究这些矛盾的基础上，为解决这些矛盾而建立的知识体系。

二 旅游美学的对象

“科学研究的区分，就是根据科学对象所具有的特殊的矛盾性。因此，对于某一现象的领域所特有的某一种矛盾的研究，就构成这一门科学的对象。”^① 旅游美学的研究对象，是旅游审美领域所特有的矛盾，即前面分析的审美欣赏主体与审美对象的矛盾、审美创造主体与审美欣赏主体的矛盾、审美中介与审美欣赏主体的矛盾，以及由这些矛盾构成的矛盾体系。

旅游美学通过对上述矛盾的研究，要提供解决这些矛盾的知识、理论和方法，推动旅游审美的健康发展。这种知识、理论和方法，主要是：

1. 关于旅游景观的知识体系。即介绍中国主要的人文景观和自然景观，评论它们的审美特征，揭示它们的某些审美创造规律。通过对旅游景观的审美评介，帮助导游以及游客正确深入地理解审美对象，并有赖于导游在此基础上进行审美再创造，把有关知识和信息传递给游客，从而解决游客与导游的矛盾以及与审美对象的矛盾；同时，也为旅游景观的开发者和管理者提供参考，解决他们与游客的矛盾。

2. 关于美和审美的基本理论知识。这包括美是什么、审美是怎样发生的、旅游审美是怎么回事，以及人为什么要审美、人为什么能够审美、人在审美过程中有哪些心理活动、人在审美活动中能获得哪些美感。通过这些理论的阐发和探讨，帮助游客解决他们由于缺乏这些理论知识而不能正确深入理解审美对象的矛盾，并为所有审美创造主体提供参考，使他们更加正确深入地理

① 《毛泽东选集》第1卷，人民出版社1991年6月第2版，第309页。

解审美对象和审美欣赏主体，开发和创造（包括再创造）出更加符合美的规律、更加适合审美欣赏需求的审美对象来。

3. 关于旅游审美中介进行自我审美创造的理论和方法。这包括导游和其他旅游服务人员如何加强各方面的修养以创造自己的美好形象、旅游饭店怎样建设美好的内外环境等等。其作用主要在于解决审美中介与审美欣赏主体的矛盾。

三 旅游美学的任务

旅游美学研究担负着如下几项重要的任务：

1. 建构旅游美学体系。旅游美学是一门新兴的、多学科交叉的应用美学。它是在现代旅游业发展起来以后才开始研究的。建立旅游美学体系在我国才处于起步阶段，难度是很大的。旅游美学所涉及的内容，既广泛又复杂。仅就我国旅游审美的主要对象来说，人文景观就包括古建筑、古园林、古雕塑、绘画、书法、民俗风情、饮食、工艺等等，自然景观就包括山水、生物、天象、原野、海洋、冰川、矿物等等。也就是说，旅游美学是同许多社会科学和自然科学以及技术科学交叉的，要对这种种人文景观和自然景观作出中肯的审美评介，就不仅需要把握和运用美学理论，而且需要具备这种种社会科学和自然科学以及技术科学的一定知识。这种交叉性，对于建立旅游美学体系而言也有相当的难度。旅游美学作为一门应用美学来说，则是要运用已经公认的美学概念、原理来说明旅游审美的主体、对象、中介以及相互之间的关系，解决其间的矛盾，这就要求对美学原理有比较深刻的理解和应用能力。但是困难在于，美学中的一些基本问题，主要是美到底是什么、审美是怎样发生的、人的审美心理是怎么回事、什么是美感，历来在中外美学界都存在众多的分歧。然而，

旅游美学又不可能完全避开这些问题。因此，它虽然是应用美学，虽然应该着重对旅游景观作出中肯的审美评介，但是也必然要对这些问题进行理论探讨。这又给旅游美学体系的建立增加了难度。我们这本《旅游美学》，就是在正视上述种种困难，选用他人较多各类著作的较多资料和借鉴其中的一些观点，经过作者自己的思考，来确立研究对象、概念、范畴，在探寻旅游审美规律的基础上，试图形成旅游美学体系的。

本书的内容与结构是：(1) 旅游审美的基本知识（第一章）；(2) 旅游审美对象的审美评介（第二章～第十四章）；(3) 旅游审美中介的自我审美创造（第十五章～第十六章）；(4) 美和审美主体心理的理论探讨（第十七章～第十九章）。所有这些内容及其结构的确立，都力求建立在对旅游审美规律和旅游美学对象的研究基础上。鉴于旅游美学是一门应用美学，具有很强的实用性和可操作性，因此对旅游审美规律以及旅游美学的对象、概念和范畴，没有专门抽出来作理论阐述，而是通过全书各章的内容和结构来体现的。

2. 指导旅游审美活动。旅游美学应该对旅游审美活动具有指导意义。这种指导意义，主要体现在两个方面：第一，着重提供旅游审美对象，并对它们作出审美评价，以帮助导游、游客把握审美对象，并作为所有旅游审美创造者合理开发、创造、管理旅游资源的参考；第二，适当提供美和审美心理以及旅游审美的理论知识，以帮助导游、游客和所有旅游审美创造者以及其他旅游服务人员提高审美水平。这两方面的结合，有利于排除旅游审美活动中种种认识上的障碍，引导旅游审美活动顺利开展。

3. 促进精神文明建设和物质文明建设。我国旅游业正在蓬勃发展，取得了良好的社会效益和经济效益。但是旅游行业的许多工作，还不能适应这种形势的需要，不懂旅游审美、不讲文明礼貌、不求服务质量，甚至丧失国格和民族尊严的现象都有发生。其结果是损害了社会效益和经济效益。主要原因在于，某些

导游和其他旅游工作者还缺乏应有的文化素养、审美素养和道德素养，还不能从审美的高度来看待旅游工作。因此，在旅游行业中，包括在旅游从业人员、旅游院校学生中进行旅游审美教育，是一项重要的工作。旅游美学的一项重要任务，就是为进行审美教育提供教材。这项任务，说到底就是通过对人的素质的提高，来促进社会主义精神文明建设和物质文明建设。

四 旅游美学的方法

一切科学研究方法，有总的方法论原则，也有既适合他门学科又适合本门学科的一般科学方法，还有一些具体的方法。旅游美学的研究方法，正是如此。其主要者，有如下四种。

1. 总的方法论原则，是马克思主义的哲学方法，即唯物辩证法。运用唯物辩证法研究旅游美学，在本书中主要体现为这样两点：其一，根据对立统一规律，发现旅游审美的各种矛盾，即前述审美欣赏主体与审美对象的矛盾、审美创造主体与审美欣赏主体的矛盾、审美中介与审美欣赏主体的矛盾，从而着重为解决这些矛盾提供观点和材料，力图构成旅游美学的知识体系。其次，根据主要矛盾与次要矛盾的原理，选定需要着重解决的问题和最有说服力的材料。旅游审美活动需要着重解决的问题，是对旅游景观作出中肯的审美评介。作到了这一点，就基本上解决了审美欣赏主体与审美对象的矛盾、审美创造主体与审美欣赏主体的矛盾。但是，中国的旅游景观，尤其是人文景观，是十分丰富多样，不可数计的。任何一部书，都不可能全面地对它们作出介绍。因此，只能选择其中最主要的，即最有中国特色的、最为人们感兴趣的进行评介。这于人文景观而言，主要是对中国古建筑、古园林、古雕塑、绘画、书法、民俗风情、饮食、工艺作出

审美评介；于自然景观而言，则主要是对著名的山水、生物、原野以及天象、海洋、冰川、矿物作出审美评介。

2. 理论与实践相结合的方法。旅游美学既是一门具有理论性的科学，更是一门实践性很强的科学。它的理论性在于：第一，运用马克思主义哲学方法和美学原理分析审美对象，作出审美判断；第二，根据需要，对某些美学基本问题进行理论探讨，既进一步深入解决旅游审美的矛盾，又丰富美学原理；第三，建立起一个比较完整的科学结构。它的实践性在于：一方面，其理论观点源于对旅游审美经验的总结提高；另一方面，其理论和方法对旅游审美具有指导意义，即有很强的实用性，可操作性。本书的写作，力求理论与实践的统一。

3. 历史方法和逻辑方法。旅游美学的研究，涉及中国大量的历史文物。对于这些历史文物，应该运用历史方法进行审美评介。一方面，应该看到历史文物中有相当部分，诸如古宫殿建筑、陵墓建筑等等，就立意建造者而言是无美可言的，但是另一方面，又应该看到它们的建造凝聚了劳动人民的智慧和心血，表明了人类聪明才智的发展，具有艺术美、科学美等等审美价值。一方面，应该看到它们不够完善之处，但是另一方面，又应该看到它们在当时的历史条件下已经是相当完美的了。总之，要充分肯定它们是历史上人类物质文明建设和精神文明建设的结晶，体现了人类历史的进步性，而不能离开历史，用今天的眼光来苛求它们，对它们妄加否定。再者，这些历史文物，都有它们自身的发展规律，体现出一定的历史逻辑性。因此，对它们的审美评介，应该运用历史的方法和逻辑的方法，尽可能理清它们的发展脉络。

4. 恰当地引入相关学科的研究方法。旅游美学既是一门新兴的独立学科，又具有边缘学科的性质。它虽然以旅游审美中的一系列矛盾为研究对象，但是为了解决这些矛盾又必然涉及许多别的学科。因此，在旅游美学的研究中，在坚持以唯物辩证法为

指导的前提下，在运用上述几种方法的同时，也不可避免地要引入相关学科的理论和方法。例如：为了理清研究对象诸多纷繁复杂的关系，需要引入系统的方法；为了把握审美对象中建筑、园林、雕塑、绘画、书法、饮食、工艺等各种艺术的特征，需要引入这种种艺术理论和方法；为了阐明审美主体的心理，需要引入心理学的理论和方法。当然，对于这些理论和方法，只能是“隐形”的自如的运用，而不是要对它们进行阐述。

第一章 旅游审美概述

第一节 旅 游

一 旅游的概念

旅游是什么？1942年，瑞士的汉泽克尔和拉普夫两位教授对旅游概念的界定是：旅游是“非定居者旅行和暂时居留而引起的一种现象关系及其总和。”当时的国际旅游科学专家联合会（International Association of Scientific Experts in Tourism）认定并通过了这个定义，称为“艾斯特”定义。这个定义，曾经为世界旅游界所接受。1991年6月25日，世界旅游组织（W.T.O）在加拿大召开“旅游统计国际大会”，对旅游概念作出了新的定义：旅游是“包括人们为了休闲、商务和其他目的，离开他们惯常的环境，到某些地方去以及在某些地方停留，但连续不超过一年的活动”。根据上述定义和实际情况，我们认为：旅游是以游览为共同目的，以旅行为手段，离开惯常住地到他地暂留的活动。

二 旅游的元素

旅游的构成有四个基本要素，即游客、旅游景观、旅游业、旅游活动。