

# 山水美与旅游

卢善庆 著

厦门大学出版社

# 山水美与旅游

Q. 1111. 1-1

厦门大学出版社

(闽)新登字 09 号

山 水 美 与 旅 游

卢善庆 著

\*

厦门大学出版社出版发行

福建省新华书店经销

三明日报社印刷厂印刷

\*

开本 850×1168 1/32 4印张 2插页 100千字

1992年11月第1版 1992年11月第1次印刷

印数:1—3000册

ISBN7—5615—0541—8/B·23

定价:2.50元

---

## 前 言

一位音乐家说：人类是在摇篮曲中长大。

一位画家说：人类的第一印象是图画。

本书作者说：人类即使脱离了强裸幼儿时代，仍然被一个大摇篮、大图画所环绕和包孕着，成为自身视，听，嗅，味，触，思维，观照，情感，意志，活动，生活的对象，为人类占领或掌管，满足物质生存和精神享受的需要。人类一旦能把自身的对象，视为“大摇篮”、“大图画”，消除了对立而趋向于和谐统一，就说明了社会生产力和文明，足以从整体上占领或掌管自身的对象，抹拭历史的封尘，衍射出爱和美的光辉。

然而，本书不作摇篮曲、图画式的全般的描绘，只就其中山水美与旅游的关系，作点纵横交叉的研究和探讨。从历史发展来看，我国审美意味的旅游与山水诗画出现，几乎同步；从现实生活来看，对山水的审美活动，有多种多样的方式；只因旅游可以脚踏实地、身临其境，接受全身心的物质和精神的享受，而成为最佳的方式。旅游以山水美为重要对象，山水又在长期旅游实践中逐步形成自身美学价值和独特风格。游人欣赏山水美，山水美对游人产生种种作用，发挥其功能和效益。总之，旅游以山水美为骨，山水美得旅游而活。

摇篮曲为爱的象征，图画为美的化身。如果本书在山水美与旅游的纵横交叉的关系的论述中，能给读者心头留下点什么的话，最根本的就是中华山川美和祖国母亲爱。这是因为祖国大好河山，无

时无处不在哺育着她的每一位儿女，激起心头的爱的涟漪，荡漾着、回旋着，……岂不象一首永远唱不完的摇篮曲；而包孕着她的每一位儿女的大好河山，岂不象笼古往今来、含天地日月的锦绣图画！

旅游去！兴会所致，结伴而行。让我们一起在山山水水之间，寻觅、探索、品赏，使美为之泼洒，爱为之升腾！

## 序

福建省旅游学会会长

福建省旅游企业(集团)公司董事长

南 江

旅游活动,古已有之。发展到今天,已是人们物质文化生活中不可缺少的一个组成部分,并成为人类经济、文化、政治交流和友好往来,增进了解的重要活动之一。因而旅游事业不仅引起了政府、企业界的重视,也为专家、学者和文人学士所青睐。人们从各种角度对旅游业进行研究,于是就有了旅游经济学、旅游地理学、旅游心理学、旅游文学……等新学科的产生。作为一名美学研究工作者,卢善庆副教授将所学运用于旅游,使之融为一体,在一个崭新的研究领域——旅游美学中多有收获。我想,《山水美与旅游》这本书的出版,无论对学术的繁荣,还是对旅游业的发展,都是十分有益的。

八闽大地,丰富多彩,人称“无山不奇,无水不秀。”余常因公务往来其间,无论是“奇秀甲于东南”的武夷三十六峰,还是素有“海上花园”盛誉的鼓浪屿,以及历史文化名城泉州、福州等等,都有许多值得留连的地方。我想,如果导游人员和旅游工作者多一些美学的知识和素养,多读一点象《山水美与旅游》以及此前出版的《旅游美学闲话》、《闽中名胜诗粹》这类书籍,也许会把景色中的美学因素凸现出来,豁然开朗,大大增强其观赏效果。

旅游美学学科意义的突破,绝不是把美学一套理论生硬地搬给导游人员和旅游工作者,举几个旅游方面的例证就算完事了。而是应该在旅游学与美学两个学科的结合部作好文章。比如,书中谈到旅游中欣赏山水美,与欣赏艺术美、与欣赏社会美就有十分明显

的异同,而不是一般审美欣赏的“一锅煮”;又比如,“魏晋山水诗画旅游说”,真正找出了中国旅游美学研究的逻辑起点,已为不少同行们接受(参见陈颖《力的奔放,美的热恋(中国古代旅游说薈)》,旅游教育出版社1990年版,第64—69页)。当然,旅游美学研究是多方面的,除了欣赏和领略山水风景之美,对旅游风景区的规划建设、山水景观的设置,等等,都是极好的课题。由于种种原因,在我省乃至全国许多风景区中,都可以找出不少有悖于美学原则的建设,对此,卢善庆副教授在本书中亦有中肯的批评和积极的建议,有一定的参考价值。

总之,这是一本旅游美学方面的好书,希望导游人员和旅游工作者都能认真读一读。这样,不仅可以增强自身的文化素养,而且可以从中得到不少启迪。

XA1-08/03

## 目 录

|                                             |                  |        |
|---------------------------------------------|------------------|--------|
| 序.....                                      | 福建省旅游学会会长        | 南 江(1) |
|                                             | 福建省旅游企业(集团)公司董事长 |        |
| 前言.....                                     |                  | (3)    |
| 第一章 山水美及其具有的旅游资源的价值.....                    |                  | (1)    |
| 第一节 山水美的构成和变化.....                          |                  | (1)    |
| 第二节 山水美的双重价值.....                           |                  | (7)    |
| 一、在日常生活中观赏的价值 .....                         |                  | (7)    |
| 二、具有旅游资源的审美价值 .....                         |                  | (8)    |
| 第三节 旅游于山水之间的基本条件 .....                      |                  | (11)   |
| 一、“行”:旅即“行”,游为止;旅中有止,游中有“行”.....            |                  | (11)   |
| 二、“游”:闲情逸致之态,称心如意之状.....                    |                  | (13)   |
| 三、“望”:“目游”与“身游”、“神游”的关系.....                |                  | (15)   |
| 四、“居”:游中“居”的标志,促使陌生感和亲切感的结合<br>.....        |                  | (17)   |
| 第四节 历史的山水与现实的游人交织的审美氛围 .....                |                  | (19)   |
| 第二章 我国山水诗画与具有审美意义的旅游之风的历史<br>考察 .....       |                  | (21)   |
| 第一节 魏晋以前,旅游动机目的庞杂多样,山水未能作<br>为独立的审美对象 ..... |                  | (21)   |
| 第二节 “魏晋山水诗画旅游说” .....                       |                  | (23)   |
| 第三节 开发山林,建立别墅,提供了接触自然山水的新天地                 |                  |        |



|                                                           |      |
|-----------------------------------------------------------|------|
| .....                                                     | (24) |
| 二、把山水作为独立的审美对象,促使山水诗画及其理论的发展.....                         | (25) |
| 三、山水旅游美学理论的更新和突破.....                                     | (27) |
| 第三节 “行万里路”、“师造化”传统贯穿了山水诗画、游记,乃至地理著作.....                  | (31) |
| <b>第三章 旅游中如何欣赏山水美</b> .....                               | (36) |
| 第一节 旅游中欣赏山水美与欣赏艺术美之异同 .....                               | (36) |
| 一、审美器官视觉、听觉的一致性 .....                                     | (36) |
| 二、旅游中欣赏山水美的“全身心”,为一般欣赏艺术美时难于达到的境界.....                    | (39) |
| 三、旅游中欣赏主体(人)是活动的、运动的,而欣赏艺术一般处于静观状态.....                   | (43) |
| 四、旅游中欣赏山水美有可逆性、选择性,而欣赏艺术一般不可逆,注重整体美 .....                 | (45) |
| 五、山水景物同神话传说、历史掌故结合,就要用欣赏艺术美的办法去对待山水美.....                 | (46) |
| 第二节 旅游中欣赏山水美与欣赏社会美之异同 .....                               | (48) |
| 一、旅游中欣赏山水美偏于形式,而社会美的欣赏则偏于内容.....                          | (48) |
| 二、社会美的欣赏,与现实生活的距离较近,往往受制于伦理道德的规范,而旅游中欣赏山水美,可作纯粹的精神享受..... | (49) |
| 三、欣赏社会美,可激发入世思想,而旅游中欣赏山水美,在历史上曾为“乱世的逃避”和“盛世的补偿” ...       | (51) |
| 四、山水景物中的人文因素,沟通了旅游中欣赏山水美和欣赏社会美的情感体验和价值判断.....             | (53) |
| <b>第四章 在旅游中形成的中国山水景物观的特色</b> .....                        | (55) |

|                                                 |      |
|-------------------------------------------------|------|
| 第一节 中国传统山水景物观的哲学基础 .....                        | (55) |
| 一、儒家强调山水景物的人情化和亲切感 .....                        | (55) |
| 二、道家提出山水景物的单一化和超脱感 .....                        | (57) |
| 三、佛禅揭示山水景物的赏心性和空灵感 .....                        | (58) |
| 第二节 中国山水景物在旅游中形成的审美观念举隅 ...                     | (60) |
| 一、山水审美观照,强调审美主体(人)在旅游中的自由<br>展开,与山水溶为一体 .....   | (60) |
| 二、山水审美特征,在于情理交融,以山水比附诗画,成<br>为高层次的文化享受 .....    | (65) |
| 三、诱发游兴,满足或消除“应激状态”,方得山水之乐<br>.....              | (65) |
| 四、感性的“游唤”与理性的“游道”相结合,孕育了旅游<br>美学思想的骚动 .....     | (67) |
| 五、魏源提出要在游山乐的基础上,建立“游山学”,成<br>为我国旅游美学的开拓者 .....  | (70) |
| 第三节 山水景物的观赏与中国艺术审美经验的渗透 ...                     | (73) |
| 一、在山水景物命名上,往往不就物言物,而是发挥形<br>象的魅力,妙在似与不似之间 ..... | (73) |
| 二、在山水景物的设置上,避免坦荡直露,强调曲折深<br>藏,渐入佳境 .....        | (75) |
| 三、以实表虚,虚实相济,打破山水景物现实的时空阻<br>隔,引起浮想联翩 .....      | (78) |
| 四、“山水如画,水墨为上”的心理“框架”,沟通了山水<br>的真境和画境 .....      | (79) |
| 五、山水胜迹对联的审美功能 .....                             | (81) |
| 第四节 山水景物同历代文人结下的亲缘 .....                        | (86) |
| 第五章 山水美在旅游中的地位和作用 .....                         | (90) |
| 第一节 山水美在旅游中的地位 .....                            | (90) |

|                                        |       |
|----------------------------------------|-------|
| 一、十“景”九山水·····                         | (90)  |
| 二、导游的山水精神·····                         | (92)  |
| 三、游人心目中的“游山玩水”·····                    | (94)  |
| 四、中国园林与山水的微型化、艺术化·····                 | (96)  |
| 第二节 山水美在旅游中的作用·····                    | (99)  |
| 一、接受爱国主义教育,增强民族自豪感和自信心·····            | (99)  |
| 二、扩大信息,增长见识,活跃思想·····                  | (102) |
| 三、陶冶性情,焕发奋发向上的精神·····                  | (104) |
| 四、中国的山水已具有中国人民的精神,享有独一无二<br>的世界声誉····· | (105) |
| 附:作者有关旅游美学研究文章的目录索引·····               | (108) |
| 附录·····                                | (117) |

# 第一章 山水美及其具有的 旅游资源的价值

常常听见这样的对话：

“今年您上哪儿去旅游？上黄山，还是去桂林？”

“黄山、桂林去过了。今年要上华山，去西安！”

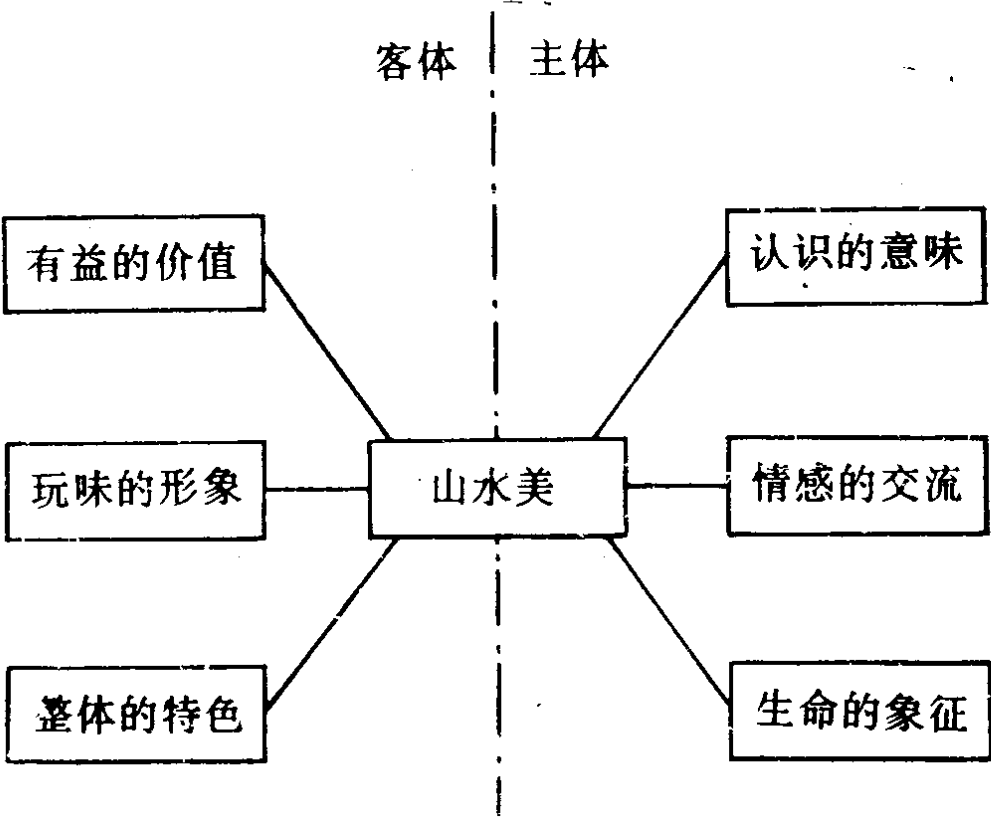
我国大多著名的风景区，不是以名山胜水标示，就是以旅游城市来包容。有时，还将二者结合，如桂林山水、杭州西湖、海宁观潮……一直到乌鲁木齐绿州城市、吐鲁番的万种风情。这说明了，山水作为旅游活动中的重要审美对象，已经普遍为广大游人所接受。本章就是要从旅游美学角度，着重讨论山水美是如何构成和变化的？山水具有的旅游审美价值在哪里？它如何成为游人的重要审美对象等等。

## 第一节 山水美的构成和变化

山水美有广义、狭义之分。狭义的山水美，主要指风景和风景城市的真山实水之美，也就是名山胜水之美。它往往是游人大众化心理定势所在，成了旅游的热点。广义的山水美，包含了一般山水美。有时还包容它的自然美连在一起，统称为“自然山水美”。如，有人以生态系统为基础，把“自然之美”划分成“火山之美”、“高山之美”、“河流之美”、“礁石之美”、“砂丘之美”、“岩岸之美”、“植物

之美”、“沼泽之美”这八个景象美<sup>①</sup>。其中“植物之美”，讲的是热带雨林；它具有浓绿繁茂的森林之美。虽同山、水（特别丰沛的雨水）和阳光（经年可以照射的阳光）有极大关系，但主要以植物为观赏对象了。基于以上这种复杂的情况，山水美如何构成和变化的讨论，要允许把它概括、抽象为一般性的山水，不纯粹为具体山或具体水。但是，在举例分析时，又大多为名山胜水，因为它毕竟是一般性的山水精华所在。

美，存在于人对现实的审美关系之中。山水美，同社会美、艺术美、技术美一样，涉及到审美对象（客体）和审美主体（人）两大方面。



① 马以工：《自然之美》，[台湾]行政院文化建设委员会 1983 年版，第 10 页。

从客体和主体两方面来看,山水美的构成不是单一的。在客体方面,就有主体的判断、评价和玩味;在主体方面,也包含了客体的属性、条件、特征等等。然而,为了分辨彼此角度的不同,还是把“有益的价值”、“玩味的形象”和“整体的特色”归为客体方面,而把“认识的意味”、“情感的交流”、“生命的象征”归为主体方面。

### (一) 客体方面

“有益的价值”——指山水对于游人的身心健康所发挥的特殊疗效。相对于平原来说,山地一般受污染较少,空气清新,气压较低,阳光充足,紫外线强,对于肺病、贫血病、软骨症患者和脑力过度疲劳者的医疗和康复大为有利。爬山和滑雪运动是积极的体育锻炼,对一般游人都是适宜的。海上旅游,由于空气含有一定数量的碘,大量的氧、溴氧、碳酸钠和溴,而灰尘极少,有助于增加红血球,有利于消化系统,能较快地晒黑皮肤,使人体内的维生素含量迅速积累<sup>①</sup>。至于避暑避寒、温泉沐浴,在诸多风景区和风景城市中更为普遍,提供了极为有益于身心健康的物质条件。

“玩味的形象”——指山水形态受自然造化,具有类似雕塑的造型之美。雕塑艺术在于实在体积的堆积和推移;这个实在体积具有长度、宽度和深度。而山水形态中的孤峰片石,虽也是实在体积,主要从一定观赏点,玩味一定面的轮廓,而不象雕塑要追求“深度”,要从八个观赏点欣赏(圆雕)。本书在第四章第三节,讲到景物的命名时,还要讨论这一点。山水形态中的溪流形象,则接近于图画,如象侧身的古代仕女或女子的青罗带等。

“整体的特色”——指的是山水构成的形象,具有整体性、独特性。山、水,是个普遍、抽象的概念,但此山水与彼山水,就各有特色。比如,就山来说,有什么海山、江山、溪山、塞山之分。魏源认为:

---

<sup>①</sup> 刘振礼:《论我国旅游资源及其开发利用》,《旅游资源的开发与观赏》,北京旅游学院筹备处1981年编印,第193页、195页。

海山微茫而隐约，江山嵯立而秀卓，溪山窈窕而幽深，塞山苍莽而磊落。<sup>①</sup>

这四种山，无非因地质结构和背景衬托的不同，而构成不同性格、不同风貌。在实际的自然景观中，山水绝不雷同；诸种因素的配置，在普遍中显示了特征，在一般中见出个别。因此可以推断：武夷如无九曲溪水，西湖如无苏白二堤，西安如无骊山，失去的不仅是山水风景配置的内在平衡，更重要的是失去了固有的、整体的特色。随之而来的美感渠道就堵塞了。

## （二）主体方面

“认识的意味”——指对山水的审美认识的特殊感受。审美不等于认识，但不排斥认识。审美认识与一般认识不同，它不是单纯的理性的探求和付诸实践的指向。它始终伴随着情感的体验，物我为一，追求“只有意会，不可言传”的最佳境界。与此同时，绝大多数游人来到名山胜水之间，不是进行自然科学考察或人文资料搜集，而是受到了大众心理定势的影响，游玩一番，过后，往往以“我到过××”，来显示出一种由衷的豪情、满足和留念罢了。

“情感的交流”和“生命的象征”——指山水的拟人化产生的两种审美心理状态。山水既无生命，又无情感。可是，山水一旦作为游人的审美对象，就可以变无生命为有生命，变无情感为有情感。这是因为山水风光，既是人类的生存条件，又是人类的生命伴侣。它们是人类不可缺少的精神生活的资料。而且，在长久相处的历程中，它们已经变成了人们的智慧与勇敢、爱与恨、欢乐与痛苦以及人间一切悲欢离合的一面镜子。人们看到它们，不仅可以获得生理与心理的满足，而且还可以忆起生活，直观人的本质。歌德曾经说过：

人从广阔的世界里给自己划出一个小天地，这个小

---

<sup>①</sup> 《魏源集》，中华书局1976年版，第686页。

天地就贴满了他自己的形象。<sup>①</sup>

比如,郭熙就从自然山水拟人化的角度,把山与水的关系,概括为“山得水而活”、“水得山而媚”,构成一个生命的有机整体。为什么这样说呢?因为山水象一个人,“山以水为血脉,以草木为发,以烟霞为神彩”;人的生命力,关键在于血脉的贯通。山为静,水为动,动给静灌注了生气。这是一方面。另一方面,“水以山为面,以亭榭为眉目,以渔钓为精神”<sup>②</sup>。水动而无常形,却能通过山、亭榭、渔钓在静态中体现其精神。所谓“浑然相应”,“宛然自足”,就是活山活水有机统一的结果,给人一种充满生机的和谐的美。丰子恺曾引用宋人一首诗:

青山不识我姓氏,我亦不识青山名。

飞来白鸟似相识,对我对山三两声。

诗人与青山互不相识。白鸟一叫,人可相应。青山也象人一样,似乎相应。岂不是把互不相识的二者沟通了情感,把无生命的青山赋予了白鸟般的生命。丰子恺评论:“此诗用以教人艺术的观照,最有效用”<sup>③</sup>,不是没有一定道理的。

以上从客体的三方面和主体的三方面,探讨了山水美的构成,只是归纳的模式,而不是僵死的框框套套。具体来说,不是山水美的构成,非要有这六方面不可,缺少一方面就不能构成为山水美;倒是其中任何主客体两方面,都可能构成山水美,只是在意境深浅上稍有不同。而且在中西美学史上,曾经出现过类似的“整体特色”论者批评过“情感交流”论者,类似的“生命象征”论者批评过“玩味形象”论者。因此,这种归纳的模式,不是固定不变的,而是流动不居的、变幻无常的。

---

① 转引自樊辛森、高若海:《美和审美》,福建人民出版社1980年版,第41页。

② 《中国美学史资料选编》下册,中华书局1981年版,第16页。

③ 《丰子恺论艺术》,复旦大学出版社1985年版,第322页。



撇开主体方面的游人的不同社会地位、文化层次、生活经历、乃至赏景时的不同心境不论,单就客体方面的山水配置,就因时令、季节和晨昏阴晴不同,而发生不同的变化。郭熙《林泉高致》指出:

真山水之烟岚,四时不同:春山淡冶而如笑,夏山苍

翠而如滴,秋山明净而如妆,冬山惨淡而如睡。<sup>①</sup>

景区的独特迷人之处,往往得益于特有的气候条件。杭州西湖之春,哈尔滨太阳岛之夏,北京香山之秋,广州花市之冬。更有如庐山一年三百六十五天中,平均有一百九十点六天有雾,使景色大放异彩。但是,享有八面 景有四时。“良辰”对“美景”来说,不是单一的、孤立的。“美景”可以随四时而发生变化。就拿江苏扬州瘦西湖来说吧,“固然‘烟花三月’是最好的游览季节,但在那‘万里雪飘’的时候,看‘红装素裹’,不是桃红柳绿的景象所能取代得了的。还有那夏日侵晨看露珠荷花,秋日夜赏‘面面清波涵月镜’,又不是日丽风和时的景象所能代替的。‘四桥烟雨’和‘石壁流淙’,更是雨天最好的风景,如不身历其境,是不能览其胜而有所得的”。<sup>②</sup>正因为如此,在旅游风景区和旅游城市的景观系列中,往往以春、夏、秋、冬切割和标志其景,或在山水园林游记中,也大多以春、夏、秋、冬四季点现和并列其景。“万物静观皆自得,四时佳兴与人同”<sup>③</sup>;从游人主观感受中,真正体会到:山水美是流动的范畴。它在主客体的六个方面的交错往返的关系中,得到发现、流布和开拓。如果就狭义的山水美,即名山胜水的美来看,客体方面,涉及到风景区,主体方面,涉及到游人。风景待人知赏,游人点缀风景,是历史的生成、文化的积累。既非一人一事之功,也非一朝一夕之过。就在这漫长

---

① 《中国美学史资料选编》下册,中华书局 1981 年版,第 13 页。

② 朱江:《扬州园林品尝录》,上海文化出版社 1984 年版,第 2 页。

③ [宋]程颢、程颐:《二程全书》,同治十六年六安求我斋刊本,《文集》卷三明道文三《秋日偶成二首》。