

高等院校旅游管理精品教材

新编旅游美学

XINBIAN LUYOU MEIXUE

第二版

主 编 陈 鸣

副主编 赵全鹏 朱湘辉



华南理工大学出版社
SOUTH CHINA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY PRESS

高等院校旅游管理精品教材

新编 旅游 美学

第二版

主 编 陈 鸣

副主编 赵全鹏 朱湘辉



华南理工大学出版社
SOUTH CHINA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY PRESS

· 广州 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

新编旅游美学/陈鸣主编. —2 版. —广州: 华南理工大学出版社, 2013. 8
(高等院校旅游管理精品教材)
ISBN 978-7-5623-3908-3

I. ①新… II. ①陈… 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 (2013) 第 192100 号

新编旅游美学

陈 鸣 主编

出 版 人: 韩中伟

出版发行: 华南理工大学出版社

(广州五山华南理工大学 17 号楼, 邮编 510640)

<http://www.scutpress.com.cn> E-mail: scute13@scut.edu.cn

营销部电话: 020-87113487 87111048 (传真)

责任编辑: 王 磊 (QQ: 65617175)

印 刷 者: 广州市穗彩彩印厂

开 本: 787mm×960mm 1/16 印张: 17.75 字数: 348 千

版 次: 2013 年 8 月第 2 版 2013 年 8 月第 6 次印刷

印 数: 11 001 ~ 13 000 册

定 价: 36.00 元

版权所有 盗版必究 印装差错 负责调换

“高等院校旅游管理精品教材”编委会

主 编 张伟强

副主编 肖 星 江金波 刘静艳 田 勇

编 委 (按姓氏笔画排序)

王 琳 (海南大学)

冯冈平 (广东工业大学)

甘巧林 (华南师范大学)

田 勇 (江西师范大学)

江金波 (华南理工大学)

庄伟光 (广东省社会科学院)

刘 伟 (广东金融学院)

刘少和 (广东商学院)

刘静艳 (中山大学)

纪俊超 (海南大学)

李琼英 (华南师范大学)

肖 星 (广州大学)

吴忠军 (广西桂林理工大学)

陈 鸣 (广东技术师范学院)

张伟强 (广东商学院)

郑冬子 (上海对外经贸大学)

钟志平 (湖南商学院)

秦 学 (广东商学院)

郭晋杰 (广东海洋大学)

黄 松 (广西师范大学)

傅云新 (暨南大学)

——总序

20 世纪 70 年代以来,随着全球经济以及高新技术的发展,旅游业迅速成长为一个充满活力和生机的新兴产业,成为当今世界最大的朝阳产业之一。中国旅游业经历了一个从无到有、从小到大的历史发展过程。从严格意义上来说,中国旅游业的蓬勃发展并形成产业是 20 世纪 90 年代的事情。改革开放以来,中国旅游业的发展取得了举世瞩目的成就,中国已成为一个旅游大国,中国旅游业已名列世界前茅。根据世界旅游组织的预测,21 世纪中国将成为世界重要的旅游目的地。中国已经形成了一个结构比较完善、品质比较高端并积累了一定经验的旅游产业基础。与此同时,中国的旅游教育事业得到了空前发展,据不完全统计,到目前为止已经有 800 多所院校设有旅游管理或相关专业。

然而,我国旅游业与发达国家和地区的旅游业相比还存在着较大差距。第一,我国的住宿业、旅行社业、景区景点的发育程度都不是很成熟,而目前国外的饭店业、旅行社业、景区景点已经走上由单体向部门的融合,又从部门融合发展到跨行业、跨地区的融合,形成了集团化、网络化、国际化、品牌化的跨国集团。第二,我国旅游业对当代科技手段的运用还远远落后于发达国家。目前发达国家旅游者 2/3 的人已经实现了网上旅游,这方面我国还有很大的发展空间和潜力。第三,我国旅游业的发展环境,如景区景点的道路、标志,旅游咨询服务的网络建设等,还有很多不足之处。第四,我国在旅游管理专业人才的培养上也有待加强。长期以来我国旅游理论研究滞后于旅游实践,在高校旅游管理专业的教材建设上,表现出“引多创少”“北强南弱”的现象。为适应 21 世纪

旅游教育事业实践的需要和发展,丰富和加强旅游学科的建设,华南理工大学出版社组织了全国近20所高等院校的一批年富力强、富有创造力和实践经验的旅游管理专业中青年骨干教师、专家、教授,在原有“21世纪高等院校旅游管理专业联编教材”的基础上,结合多年的实际使用情况,精心挑选,修订更新,整合成了这套“高等院校旅游管理精品教材”。

本套教材立足于博采众长、兼收并蓄、综合提高的总体原则,体现传统与现代、理论与实践的结合,重视与国际接轨,形成了明显特色:

- (1) 系统性强,本系列教材涵盖旅游管理专业的所有基础学科及新兴相关学科,每种教材自成体系的同时也兼顾到教材之间的横向联系。
- (2) 严格根据教学计划、教学大纲的要求,编创结合,既保留经典的内容,更把原创的研究成果、新观点融入其中。
- (3) 注重教材内容的区域特色与国际研究前沿的结合、中外案例的结合、成功与失败案例的结合,拓宽视野。
- (4) 适应信息化教学的需求。根据教材的内容及该课程的教学特点有选择地配有专门开发的多媒体课件(软件),包括教学计划、教学大纲、教学内容、图表图片、电子地图等模块。
- (5) 增加网络资源,供教师、学生有针对性地使用。
- (6) 附有课程实习大纲,体现旅游学科应用性强的特色,供教师参考使用。

本套教材适合于各类高等院校的旅游管理专业本科生、专科生及相关专业学生作为教材,也可以作为从事旅游研究、旅游管理等有关人员提高研究和管理水平的参考书。

张伟强

2013年1月

—前言

旅游业在 20 世纪末已成为全球第一大产业，也成为我国国民经济近年来新的经济增长点之一。根据世界旅游组织（WTO）预测，到 2020 年，我国将成为全球最大的旅游目的地国和第四大客源输出国，接待外国游客和出国旅游人数将分别达 1.3 亿人次和 1 亿人次。可见旅游业在我国有广阔的发展前景。

《新编旅游美学》是“高等院校旅游管理精品教材”之一，它与该系列其他教材一样，是为了适应我国旅游业快速发展的人才需要，立足于提高学生的整体素质，培养学生的社会适应能力而编写的，力求做到内容创新和形式创新。

本书吸收了旅游美学研究的最新成果和资料，深入浅出地介绍了旅游美学的基本理论和欣赏方法，注重理论联系实际，较为全面地阐述了国内外旅游景观的类型及其审美特征，并且从旅游美学的角度，论述了旅游审美消费和旅游服务艺术。本书有一定的理论性，更具有实用性、实践性和可操作性，注重培养和提高读者欣赏美、创造美的能力。本书在各章专设了学习要点、典型案例或有代表性的景观、本章小结、复习思考题等内容，旨在帮助学生提高学习效果和综合能力，从而形成本书的自身特色。本书不仅可以作为普通高校旅游专业的教学用书，还可以作为成人高校旅游专业的培训教材，以及导游人员、旅游管理人员和旅游爱好者的自学读物。

本书由陈鸣担任主编，赵全鹏和朱湘辉任副主编。各章具体编写分工如下：第一、第五章由广东技术师范学院陈鸣编写，第二、第四章由海南大学赵全鹏编写，第三章由海南大学陶秋琼、广东技术师范学院陈鸣编写，第六章由嘉应学院梁锦梅编写，第七章由韶关学院李永利、广东技术师范学院陈鸣编写，第八章由江西师范大学朱湘辉、广东技术师范学院陈鸣编写，第九、第十章由江西师范大学尹敏编写。

本书在编写过程中参阅了大量文献资料，得到了有关部门、学校领导、专家学者和教师们的大力支持，在此一并致谢！

本书的编写是面向 21 世纪、实现高校旅游管理专业教材更新换代的初步探索。书中疏漏之处，敬请广大读者不吝赐教，以便日后修订、完善。

编 者
2013 年 6 月

目 录

1 人类审美意识的发展历程与旅游美学	1
1.1 人类审美意识的发展历程	1
1.1.1 人类原始审美意识的产生	1
1.1.2 人类审美意识的发展	2
1.1.3 旅游与审美	3
1.2 美学的产生与旅游美学的研究对象	3
1.2.1 美学和旅游美学的产生	4
1.2.2 旅游美学的定义和研究对象	7
1.3 旅游美学的研究范围及研究方法	10
2 中国传统的美学思想与旅游审美思想	13
2.1 中国古代审美思想的产生与发展	13
2.2 儒、道、释（佛）三家美学思想	14
2.2.1 儒家美学思想	14
2.2.2 道家美学思想	15
2.2.3 释（佛）家美学思想	17
2.3 中国传统的旅游审美思想	18
2.3.1 君子比德	19
2.3.2 澄怀味象	20
2.3.3 以形媚道	20
3 旅游审美的心理过程	23
3.1 旅游审美的认识过程	24
3.1.1 审美感知	24
3.1.2 审美想象和审美联想	26
3.1.3 审美理解	28
3.2 旅游审美的情感过程	30

3.2.1	旅游审美需求和动机	30
3.2.2	审美意识和审美个性	33
3.2.3	审美情感	36
3.3	旅游审美的意志过程	38
3.3.1	审美意志与其他审美心理活动的关系	38
3.3.2	审美意志行动的主要特征	39
3.3.3	审美意志行动的过程	39
3.4	心理学美学的主要学说	40
3.4.1	移情说	40
3.4.2	内模仿说	41
3.4.3	审美距离说	41
3.4.4	异质同构说	42
3.4.5	集体无意识说	43
4	旅游观赏技法	46
4.1	旅游观赏方法	47
4.1.1	动态观赏	47
4.1.2	静态观赏	49
4.1.3	动静结合	49
4.2	观赏距离	50
4.2.1	远距离观赏	51
4.2.2	近距离观赏	51
4.2.3	近距离与远距离观赏的结合	52
4.3	观赏角度	53
4.3.1	平视	53
4.3.2	侧视	54
4.3.3	仰视	54
4.3.4	俯视	54
4.3.5	多角度欣赏	55
4.4	观赏时机	56
5	旅游景观类型及其审美特征	63
5.1	旅游景观概述	63

5.1.1 旅游景观的产生	63
5.1.2 旅游景观的定义	64
5.1.3 旅游景观的分类	64
5.2 旅游景观的基本美学特征	65
5.2.1 自然景观的美学特征	65
5.2.2 人文景观的美学意蕴	70
5.3 全球旅游景观的宏观分布	75
5.3.1 亚洲旅游景观	76
5.3.2 欧洲旅游景观	77
5.3.3 美洲旅游景观	78
5.3.4 非洲旅游景观	80
5.3.5 大洋洲旅游景观	81
5.3.6 南极洲旅游景观	83
6 自然景观的旅游审美	85
6.1 山的旅游审美	86
6.1.1 山的旅游审美功能	86
6.1.2 名山的旅游审美	87
6.1.3 名山的成名条件	88
6.2 水的旅游审美	89
6.2.1 水的旅游审美功能	89
6.2.2 水的旅游审美特征	89
6.2.3 不同类型水域的旅游审美	91
6.3 生物景观的旅游审美	93
6.3.1 植物景观的旅游审美	93
6.3.2 动物景观的旅游审美	95
6.4 天象景观的旅游审美	96
6.4.1 一般天象景观的旅游审美	97
6.4.2 不同天象景观的旅游审美	97
7 人文景观的旅游审美	102
7.1 古建筑旅游审美	102
7.1.1 中国古建筑的旅游审美	103

7.1.2 外国古建筑旅游审美	107
7.2 雕塑艺术的旅游审美	113
7.2.1 雕塑艺术的旅游审美特征	114
7.2.2 中国雕塑艺术的旅游审美	116
7.2.3 西方雕塑艺术的旅游审美	119
7.2.4 中西雕塑艺术的旅游审美比较	121
7.3 绘画艺术的旅游审美	122
7.3.1 中国绘画艺术的旅游审美	123
7.3.2 西方绘画艺术的旅游审美	125
7.3.3 中西绘画艺术的旅游审美比较	128
7.4 中国古典园林的旅游审美	132
7.4.1 各时期中国古典园林	132
7.4.2 中国古典园林的旅游审美特征	134
7.4.3 皇家园林和私家园林的旅游审美	144
7.5 中国书法的旅游审美	150
7.5.1 中国各时期书法	150
7.5.2 中国书法的旅游审美标准	152
7.6 社会活动的旅游审美	154
7.6.1 社会活动的旅游审美特征	155
7.6.2 社会活动的事件旅游	156
7.6.3 民族风情的旅游审美	156
7.6.4 民俗文化旅游的旅游审美	159
8 旅游审美消费	177
8.1 旅游居住环境的品评	178
8.1.1 旅游居住外部环境的品评	178
8.1.2 旅游居住内部环境的品评	184
8.1.3 建造绿色生态型的居住环境	188
8.2 旅游饮食宴乐的享受	189
8.2.1 饮食的审美特性	190
8.2.2 对美食的享受	193
8.2.3 宴乐的欣赏	198

8.3 旅游纪念品及其审美特征	199
8.3.1 旅游纪念品的分类	200
8.3.2 旅游纪念品的审美特性	203
8.3.3 旅游纪念品购买的心理意义	205
8.4 旅游审美过程中对交通工具的选择	207
8.4.1 旅游审美过程中交通的作用	207
8.4.2 旅游者对旅途交通服务的消费需求	208
8.4.3 旅游审美对旅途交通工具的选择	210
8.4.4 旅游审美对景区交通服务的消费需求	211
8.4.5 满足旅游审美活动景区内交通类型的选择	212
9 旅游服务艺术	215
9.1 旅游者的审美期待	215
9.1.1 仪表美	216
9.1.2 风度美	218
9.1.3 心灵美	219
9.2 旅游服务艺术的塑造	220
9.2.1 微笑服务艺术	221
9.2.2 审美信息的传递艺术	223
9.2.3 审美行为的协调艺术	228
10 旅游审美修养	234
10.1 旅游者的审美修养	234
10.1.1 培养审美感受力	235
10.1.2 丰富审美想象力	236
10.1.3 提高审美理解力	237
10.2 旅游工作者的审美修养	238
10.2.1 精通业务, 培养自我审美意识	238
10.2.2 研究旅游者的审美心理和审美需求	239
10.2.3 尊重旅游者的审美习惯	240
10.2.4 掌握和运用旅游观赏技法与导游艺术	241
10.2.5 提高再创造的能力	243
10.3 提高旅游工作者审美修养的主要途径	244

10.3.1 举办美学讲座	245
10.3.2 开展艺术教育与实践	245
10.3.3 遵守服务语言规范, 讲究语言艺术	246
10.3.4 进行姿态与形体训练	247
10.3.5 掌握简易的美容知识	247
附录1 中国节庆介绍	251
附录2 国外主要节庆简介	264
参考文献	267

1

人类审美意识的发展 历程与旅游美学

学习要点

了解人类审美意识的发展历程、美学的产生、旅游美学的定义和旅游美学的研究对象，掌握旅游美学的研究范围及研究方法。

1.1 人类审美意识的发展历程

在人类发展的社会实践活动中，美时时刻刻地伴随着人们。只要我们用心去体验，可以发现美体现在人类生活的方方面面，目之所及，耳之所闻，心之所到，处处有美。人类的社会发展史充分证明了马克思所说的：“社会的进步，就是人类对于美的追求的结晶。”^①

1.1.1 人类原始审美意识的产生

人类刚刚在地球上出现时，自然界对人有着极大的支配力。先辈们栖居于莽莽森林中，雨暴风狂，雷电交加，对他们莫大的威胁；山洪暴发，地震海啸更是造成许多人的灭顶之灾。大自然对于早期的人类，完全是一种无法抵挡的支配力量。那时，人类对于自然界只能顶礼膜拜。至今，在一些原始部落的社会生活中，巫术及

^① 马克思《1844年经济学—哲学手稿》，人民出版社1979年版，第55页。

对自然的崇拜仍占了很大比重，以表示他们对大自然的敬畏。如某些土著居民，脸抹浓彩，头插羽毛，身披兽皮，口中念念有词，一起随着击鼓声狂热起舞，表达他们对自然的敬畏和祈求。

随着社会生产力的发展，人类对自然的力量和规律有了一定的了解和掌握，自然界的事物开始成为人类审美的对象。女娲补天、后羿射日等神话传说，无不留下“自然化”过程的痕迹。女娲补天前，天和地都是人类灾难之源，而补天后，天和地成了人类的乐土；后羿射日前，天上有十个毒太阳，把大地烤成焦土，寸草不生。后羿射掉九个太阳，只留下一个，世界就变得和谐了，那仅剩的太阳也不毒了，成了温暖人类、滋润万物之源。

天地就这样与人类“合而为一”，人类的审美意识也得以逐渐跳出自然崇拜的低层次，向高级升华。如：一些原始部落的人们虽然居住在鲜花遍地的地方，但他们却很少拿鲜花装饰自己。他们的装饰品是动物的角、爪、鳞、皮。因为当时的社会正处于狩猎时代，并不以花草为美。只有到了农耕时代，人们从开花结果的植物中得到了赖以生存的食物，才开始注意植物的开花结果，才渐渐感到鲜花的美丽。鲜花的五颜六色，满足了人的视觉欲望；它的扑鼻香气，满足了人的嗅觉欲望；而丰收后的果实，家养的畜禽，能满足人的食欲，所以它们被称为“美食”。

1.1.2 人类审美意识的发展

随着人类社会的发展，美与生产劳动之间出现了越来越多的中间环节。于是，美与物质产品直接功利的联系，渐渐为普遍的社会功利所代替。实用不再是美的重要特征，美的对象也变得丰富多彩起来。人类把审美的目光从具体的事物中抽象出来，从而极大地拓宽了美的天地。于是，我们生活中就有了自然美、人文美和社会生活美。

由此可知，美是人类社会生活的产物，是历史演变的产物。鲜花、太阳并不是天然的美，只有当它们和人类一定的社会生活联系在一起时，才具有美学的意义。正如中国古代哲学家墨子所说：“民有三患：饥者不得食，寒者不得衣，劳者不得息。”^①又曰：“食必常饱，然后求美；衣必常暖，然后求丽；居必常安，然后求乐。”^②2400多年后的今天，人类社会已经进入了高度文明的时代，进入了求美、求丽、求乐的新时代。

① 《中国美学史资料选编》，中华书局1980年版，第18页。

② 《中国美学史资料选编》，中华书局1980年版，第22页。

1.1.3 旅游与审美

旅游是人类社会发展到一定阶段才出现的一种生活方式和社会现象。旅游活动在古代早已有之。世界有可靠文字记载的旅游可追溯到公元前 776 年的古奥林匹亚时期,与古希腊宙斯神的祭祀有关,各地游人纷沓而至以寻求乐趣。我国旅游历史也很悠久,在《诗经》中就可找到抒发殷周民间出游乐趣的诗句。

旅游作为人类的一项实践活动,主要对象是包罗万象的大自然,这大自然除了供给人类衣食之需之外,亦满足了一种更高级的要求——那就是人类的爱美之心。面对千姿百态的自然万物,人类独具慧眼,能够构形绘影,超凡入圣,浮想联翩。除了秀美奇丽的自然景观之外,还有文物古迹、建筑园林、音乐舞蹈、社会风尚等,这些源于自然而又高于自然的人文景观,是人和自然相结合的杰作,体现了人类的智慧和追求,对游人同样有极大的吸引力。假如你去希腊旅行,不仅会观赏奥林匹斯山的风光、地中海的波涛,还将登上雅典卫城,为古希腊精湛的雕刻艺术而倾倒;若到了奥地利的维也纳,在游历秀丽的阿尔卑斯山之后必然要去走访莫扎特、贝多芬等音乐大师的故居,听一首著名的交响乐或钢琴奏鸣曲;如果去法国巴黎,在游览塞纳河之余,巴黎圣母院、埃菲尔铁塔、罗浮宫艺术馆则是必然的去处。

旅游虽然包含着许多活动内容,但人们在旅游过程中总是自觉不自觉地把审美作为主要意向;在所取得的收获中,审美总是最大的。即便是人们有任务在身,如商务接洽、科学考察、探亲访友、体育比赛……但当他们进入具体游览活动时,也会把主要意向转向寻求美、感受美,对观赏对象不由自主地作出这样或那样的审美评价。所以,当代美学家认为:“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?”^①

1.2 美学的产生与旅游美学的研究对象

早在公元前 6 世纪以前,中外许多哲学家、思想家都在探讨美、美感和艺术现象,试图揭示人类的审美活动及艺术创作的本质规律。在我国先秦时期和欧洲古希腊、古罗马时期,许多思想家的美学观多与其哲学观、伦理观交织在一起,往往把真、善、美视为同一东西,尤其是把美和善视为一体。

^① 叶朗:“旅游离不开美学”,《中国旅游报》,1988 年 1 月 20 日。