

<<旅游美学>>

图书基本信息

书名：<<旅游美学>>

13位ISBN编号：9787208025455

10位ISBN编号：7208025452

出版时间：1997-2

出版时间：上海人民出版社

作者：徐缉熙 等著

页数：357

字数：257000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<旅游美学>>

内容概要

旅游美学是一门新兴的科学。

不言而喻，旅游美学是以旅游为研究对象的。

但是，以旅游为研究对象的科学很多。

从经济学的角度研究旅游，可以有旅游经济学；从历史学的角度研究旅游，可以有旅游历史学。

以此类推，还有旅游地理学、旅游管理学等等。

旅游美学则是从审美的角度研究旅游。

旅游美学的研究对象，从总体上说，是研究旅游中的审美活动和审美关系，具体来说涉及如下三个方面：1.审美对象，即旅游者的观赏对象；2.审美主体，即作为观赏者的旅游者的审美心理；3.旅游中的诸多审美关系，特别是人与人之间的关系。

这三个方面，也就是旅游美学的基本内容和基本范围。

书籍目录

前言绪论第一编 旅游的审美对象 第一章 对自然的回归 第一节 大自然的美 第二节 自然美的观赏 第二章 对历史文化的追寻 第一节 旅游审美中的人文景观 第二节 人文景观的构成 第三节 人文景观的审美观赏 第三章 对艺术美的品味 第一节 艺术美 第二节 旅游中常见的艺术品及其观赏 第四章 对园林美的观赏 第一节 园林的审美特性 第二节 园林美的构成 第三节 园林美的观赏 第五章 对饮食美的品尝 第一节 美食的审美特性 第二节 饮食美的构成 第三节 美食的品尝第二编 旅游的审美心理 第六章 旅游审美心理的演变和特点 第一节 旅游审美心理的演变 第二节 旅游审美心理活动的特点 第七章 旅游审美活动的心理要素 第一节 旅游者的审美个性 第二节 旅游者的审美需要和审美动机 第三节 旅游审美活动感觉和知觉 第四节 旅游审美活动中的想象和情感第三编 旅游业的审美要求 第八章 旅游从业人员的审美要求 第一节 旅游从业人员的美的形象 第二节 旅游从业人员的美的服务 第三节 旅游从业人员的美学修养 第九章 旅游设施的审美要求 第一节 旅游设施及其环境的审美要求 第二节 旅游饭店的室内环境审美要求 第三节 旅游定点商店的审美要求 后记

<<旅游美学>>

章节摘录

对自然的回归 说起旅游，人们往往首先想到大自然。

我们每一个人，无论是男人还是女人，老人还是儿童，对大自然都怀有一种特别的亲近感。在城市里住久了，更向往大自然。

大自然对人也有一种特殊的吸引力，人们一走进大自然，确实如范仲淹在《岳阳楼记》中描述的那样：心旷神怡，宠辱皆忘，其喜洋洋者矣。

那样一份自由、自在、闲适、舒畅的感觉，是任何别的地方所不能赋予的。

《论语》中有这样一段记载：子路、曾皙、冉有、公西华等弟子在孔子身旁“侍坐”。

孔子问各人的志向。

子路等三弟子说的都是治国安邦及宗庙礼仪之事，唯有正在鼓瑟的点所答与众不同：“莫春者，春服既成，冠者五六人，童子六七人，浴乎沂，风乎舞雩，咏而归。”

孔夫子听后不禁喟然叹曰：“吾与点也。”

这“浴乎沂，风乎舞雩，咏而归”，固然含有孔子所提倡的“礼”的内涵，但实际上是点在暮春三月的大好春光之中，从大自然获得的一种身心解放的精神境界。

这种精神境界，其实就是审美境界。

主体完全沉浸于对象之中，达到物我同一、物我两忘的境地。

这样的境地，连平时汲汲于治国平天下的孔夫子也不免为之神往。

确实，人们在大自然中是很容易进入这样的审美境界的。

对自然美的观赏，由于每个人的情性、阅历、境遇、年龄以及需求的不同，感受也就不同。

不过，有一点是共同的，观赏自然美，审美主体必须“投入”，就是说，主体与审美对象有一个融合的过程，主体全身心地“化入”对象，对象也化进主体的心灵之中，达到神与物游、物我同一、物我两忘的境界。

《庄子》《达生》篇有一“梓庆削木为鐻”的寓言，说梓庆善于制作一种叫“鐻”的乐器，见到他制作的“鐻”的人，都惊为鬼斧神工。

鲁侯问他，何以能达到如此境界。

梓庆回答说：“臣将为鐻，未尝敢以耗气也，必齐（斋）以静心。”

齐三日，而不敢怀庆赏爵禄；齐五日，不敢怀非誉巧拙；齐七日，辄然忘吾有四肢形体也。

当是时也，无公朝，其巧专而外骨消；然后入山林，观天性；形躯至矣，然后成见鐻，然后加手焉”。

这个寓言，虽然讲的是制作乐器，实际上也就是艺术创造的过程，但这个道理，对自然美的观赏也是适用的。

观赏自然美，虽然毋需斋七日之类，但“静心”是绝对必要的。

忘记“庆赏爵禄”、“非誉巧拙”，至少暂时忘却人世间的物欲、功利、纷争、烦恼，这样才能真正地“投入”，进入物我同一、物我两忘的审美境界。

这实际上就是要有一个审美心境，以便能进入审美状态，获得充分的审美享受。

当然，对自然美的观赏，还涉及时间、角度、距离等问题，也即有一个观赏方法的问题。

世界旅游史告诉我们，18世纪中叶，世界上第一次出现了真正自觉的、有特定目的的自然观光旅游。

此时正值资本主义社会初期，当时的大哲学家文学家卢梭、歌德、海涅等人掀起了“回归大自然”的热潮，鼓励人们到大自然中去。

一时之间，欧洲人纷纷去瑞士、阿尔卑斯等自然风景区旅行，去观赏壮丽的自然景色，以至成为一种社会时尚。

在我国古代，像欧洲这样大规模的“回归大自然”的旅行热潮虽未出现，但在魏晋时代，宗炳肯定观赏和再现自然美可以“游目骋怀”，可以“畅神”，也就是肯定从自然界可以直接得到审美的满足。

对自然物“畅神”审美观的提出，标志着自然美审美意识的觉醒，为时比西欧早了一千多年。

及至唐代，大诗人李白自称“五岳寻仙不辞远，一生好入名山游”。

<<旅游美学>>

在他一生中，除在长安当了二年翰林，其余时间几乎都在游历中度过。

当然李白的寄情山水，忘情旅游还不能说是完全摆脱了对仕途的追求。

由于唐代的知识分子常把科举和隐逸看作入仕的两条不同道路，科举及第，固可平步青云；隐居山水，写诗作文，也可培养自己的名气，名气大了，便会征召他出山做官。

因此，从某种意义上说，李白寄情山水，忘情旅游既是做不了大官的超脱，也是为再受重用做官的追求。

但另一方面，从李白所创作的大量山水诗篇中所形象表达的审美心理体验来看，昔日旅游审美对象上所笼罩的不可触摸的神性光环，以及求知考察的实用功利目的已渐渐削弱，以至于消失，审美的追求已占据了旅游活动的中心地位。

观赏性的旅游审美心理状态的确立，标志着人类已从原先从属于自然的奴隶地位中摆脱了出来。

由于人类不间断地从事着以生产劳动为基础的实践活动，致使自然界与人类的社会生活发生了日益密切和广泛的关系，越来越多的“自在”的客观自然物变成了“为我”的对象。

它们或是被打上人类实践活动的烙印，使人们得以从中直观自身，从而获得审美的愉悦；或是把它当成人类可亲的生活环境，具有了人化的意义，从而成为人的现实生活的一部分。

人与自然已处于平等的地位，于是人就能以观赏者的态度面对各种富于美的魅力的自然、人文景观，从中获得美的享受。

正因如此，在现代社会里，最为常见、最主要的旅游形式便是对自然人文景观的观光旅游。

人们都向往着能去异国他乡观赏风景名胜、风土人情、历史古迹、城市风貌。

在世界范围内，那些知名度较高的风景名胜，如埃及金字塔、巴比伦空中花园、地中海的阿波罗太阳神巨像、土耳其的阿台密斯神殿、希腊的奥林匹亚宙斯神像、土耳其的摩索拉斯陵墓、亚历山大城的灯塔、中国秦兵马俑这世界著名八大奇观，在我国的万里长城、北京故宫、桂林山水、杭州西湖、苏州园林、黄山、长江三峡、台湾日月潭、承德避暑山庄、西安秦兵马俑这十大名胜，都吸引大批游客前去观赏。

毫无疑问，观赏性的旅游审美心理状态的形成，意味着人类旅游审美心理的发展获得了质的飞跃，现代意义上的旅游观念真正形成了。

（四）参与者的旅游审美心理状态 在现代社会的旅游审美活动中，人们还往往不满足于单纯的观赏，他们注重在旅游中能精神松弛，轻松愉快地度过自己闲暇时间，注重游览中的娱乐与消遣，如游览之余，能在景区内划船、垂钓、登山、狩猎、滑冰，滑雪，欣赏音乐、度蜜月等。

于是，近年来在观光旅游基础上发展起了一种娱乐消遣旅游形式，以适应具有参与者旅游审美心理的游客的审美需要。

二般说，具有参与者心理的游客们并不计较旅游景地历史文化的意蕴深度，也不专注于旅游地自然景观奇特优美的程度，他们重在自己能参与其中，以自己某些创造性的活动内容，既使自己成为他人的旅游观赏对象，又从中获得自身精神的满足。

这类旅游形式的兴起，表明现代人的旅游审美心理已有了发展变化，他们的主体意识比古代人们大大加强了，他们既不愿拜倒在自然对象的脚下，甚至不满足于仅以旁观者的身份来观赏对象，他们渴求、自己能亲身参与，既是观赏者，又是被观赏者。

这明显体现了现代人不甘寂寞、勇于表现的生活方式。

如我国哈尔滨的冰灯节，近年来渐渐从原先单纯的观赏衍生出开展各种冰雕、滑冰、滑雪、雪橇、冬泳比赛，以及举办冰雪宴、冰上婚礼等活动，使得冬天的哈尔滨成为国内的旅游热点。

再如美国洛杉矶，顺应游客好参与的心理，开展独特的电影城旅游。

旅游者不仅看到影片制作的全过程，还可充当临时演员，由导演在幕后经过短时间的说戏，即可开拍，20分钟便可拍完一部片子，然后当场放映，游客也可将录有自己表演的录像带带回。

很多游客为这一项目吸引，他们在开怀大笑时，精神上也得到愉快和休息。

游客参与者心理的存在，给现代旅游事业的发展既提出了新的挑战，又提供了极大的机遇。

特别在那些较为缺少旅游资源的地方，如果能因地制宜地开发出有特色，有明显个性的旅

游项目，顺应游客的参与心理，就同样能获得可观的经济效益。

（五）征服者的旅游审美心理状态 当历史步入20世纪，探险征服式的旅游形式步入了人类旅

<<旅游美学>>

游活动的空间。

险恶的自然对象，它显得那么的不可捉摸、喜怒无常，似乎随时会给人们带来各种灾难！

但是，现代勇于挑战自然，敢于全面实现自我的探险者却不但敢于面对它，而且还能战而胜之。

在不见鸟兽，不见绿地的茫茫大漠深处，探险者们忍饥耐渴，凭借勇气和毅力，力图成为战胜沙漠的勇士。

在充满惊涛骇浪的大洋深处，在湍急的瀑布河流中，那些孤身漂流的勇士会奋不顾身地急流勇进。

至于对地球极地的征服，甚至在未来去太空登月的漫游，都会渐渐地出现在人们旅游的活动范围之内。

这种旅游形式在当前虽限于条件，只能局限在一小部分人中间，但随着社会的发展前进，自然人化程度的日益加深，会有越来越多的人步入探险征服这一旅游形式的行列。

在这种旅游形式里，旅游者是以一种征服者的姿态出现在那显示出无穷威力，并以压倒之势向自己挑战的自然对象前面的。

黑格尔指出：“大海给了我们茫茫无定、浩浩无际和渺渺无限的观念；人类在大海的无限里感到他自己无限的时候，他们就被激起了勇气，要去超越那有限的一切。

”如果说，人们在社会生活中，因面对着抛头颅洒热血的斗争，惊天地泣鬼神的业迹，英雄的丰碑以及平凡的伟大，也会由感到自己平庸而激起一种高山仰止、奋发向上的感受；那么，在大自然中，人们面对峥嵘突兀、千重万叠的崇山峻岭，博大无垠、渺无边际的海洋，滔滔奔泻、摧枯拉朽的洪流，风沙弥漫、变幻无常的大漠，……也会因自己在对象面前感到渺小而激起一种强烈的奋发之情，激励人们理解对象，征服对象，赶上对象，超越对象，摆脱、克服和净化自身的渺小和平庸，向上飞跃，去探索、追求饱含巨大伦理情感和深邃哲理的人生价值，从而大大提高自己的精神境界，从中获得由衷的喜悦。

以上，我们简略地勾勒出了一条人类旅游审美心理发展变化的轨迹。

还须指出的是，上述关于旅游审美心理变化更迭的阶段划分，仅具有相对性的意义。

一方面，随着社会实践活动的发展，人类审美意识的发展，人类的旅游审美心理总会不断地变更发展，向更高的层次前进，另一方面，新的旅游审美心理状态的出现又不意味着原先所具有的审美心理状态的消失。

例如在现代，带有崇拜者心理的宗教旅游仍在世界范围内普遍存在着。

带有实用功利性色彩的休养、疗养旅游、文史考察和科学考察旅游仍有很大的市场。

并且尽管满足参与者心理和征服者心理的旅游形式呈上升趋势，但构成旅游活动主流的仍是对知名的自然景观和人文景观的观赏性旅游。

因此充分考虑到旅游者审美心理的发展变化和多样性，一切从实际出发，就能使旅游事业取得更为扎实和迅速的发展。

……

<<旅游美学>>

编辑推荐

旅游事业在全世界范围内如日东升，旅游也不再局限于个人的社会行为，而发展成为一种独特的文化。

本书名为旅游美学，即是从审美的角度来研究旅游，也属于旅游文化的分支。

本书是为旅游和导游专业的成人教育编写的一部教材，也是适合一切旅游爱好者的通俗读物。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>