

<<旅游景观美学>>

图书基本信息

书名：<<旅游景观美学>>

13位ISBN编号：9787503853456

10位ISBN编号：750385345X

出版时间：2009-2

出版时间：中国林业出版社

作者：祁颖 主编

页数：194

字数：302000

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>

前言

1845年,托马斯·库克成立世界上第一家旅行社,标志着世界旅游业的出现。但是作为真正意义上的现代旅游业,则始于20世纪50年代的欧美。从那时至今,旅游从为少数上层阶层所能享受的活动发展到现今大众旅游和社会旅游时代,仅经历了50多年的时间。在这短短50多年的历程中,世界旅游业发展大大超出世界经济总体发展速度,成为世界上最大的产业之一。

世界旅游组织的统计数字显示,2005年国际旅游人数首次突破8亿人次,全球平均增长率高达5.5%;2006年国际旅游人数达到8.42亿人次,同比增长4.5%,超出了旅游业的发展预期。

世界旅游组织预测,到2010年,全世界每年将有10亿多人出国旅游。

旅游不仅对世界各国的经济发展产生积极而深远的影响,同时它已成为人们生活中的一部分,还是影响人们生活方式和生活观念的一个重要因子。

中国是一个旅游资源大国,有着得天独厚的自然旅游资源和人文景观优势。

上下几千年的文明积淀,方圆960万km²的国土,使中国的旅游资源在世界上无与伦比。

尽管我国旅游业起步于20世纪80年代初,但经过30余年的发展,中国正从一个旅游资源大国走向旅游接待大国,旅游业在国民经济中的地位和作用日益凸显,其强劲的发展势头为世界所关注。

2006年,我国国内旅游人数13.94亿人次,入境旅游人数12494万人次,全国旅游外汇收入339.49亿美元,出境旅游总人数为3452.36万人次。

世界旅游组织预测,到2015年,中国将成为世界上第一大入境旅游接待国和第四大出境旅游客源国。届时中国入境旅游人数可达2亿人次,国内旅游人数可达26亿人次以上,出境旅游人数可达1亿人次左右,游客市场总量可达30亿人次左右,居民人均出游可达2次,旅游业总收入可达2万亿元人民币左右。

“十一五”期间,中国旅游业将每年新增直接就业70万人、带动间接就业350万人。

到2015年,中国旅游直接拉动和间接就业总量将达1亿人左右。

蓬勃发展、无限生机的旅游业,给旅游教育,尤其是高等旅游教育带来了巨大的机遇和挑战。

旅游管理是工商管理下面的一个小学科,却面向的是大产业,如何使旅游学科做大做强,更好地为旅游产业服务,为21世纪旅游业发展培养所需各类人才,是每一个旅游教育工作者所要思考的问题。

做大做强旅游学科,使旅游教育与旅游产业的发展同步,就必须加大旅游学科建设的力度,其中之一就是要搞好旅游教材的建设。

因为,教材是体现教学内容和教学方法的知识载体,是进行教学的基本工具,也是深化教育教学改革,全面推进素质教育,培养创新人才的重要保证。

中国林业出版社、北京大学出版社组织全国部分高校编写“21世纪全国高等院校旅游管理系列实用规划教材”就是推动旅游教学改革与教材建设的一项重要举措。

<<旅游景观美学>>

内容概要

本书是高等院校旅游管理专业系列教材之一。

全书共分10章，分别为导论，美学基础，旅游审美心理，山岳景观审美，水体景观审美，生物、气候、特异景观审美，中国古建筑景观审美，中国古典园林景观审美，中国古代雕塑景观审美，中国画、碑刻及楹联景观审美。

全书体系完整，各章设有本章概要、学习目标、关键性术语、知识窗、思考题、经验性训练、本章推荐阅读书目等栏目。

本书特色在于，无论是自然景观，还是人文景观，各章最后一节都设有景观实例欣赏，这对于理解和掌握该章内容会有很大帮助。

本书既可以作为高等学校旅游管理专业教材，也可作为旅游管理人员的培训教材，还可以作为相关业务人员、普通旅游者了解景观、认识景观的参考书。

<<旅游景观美学>>

书籍目录

序前言第1章 导论 1.1 旅游景观美学 1.1.1 旅游景观美学的概念 1.1.2 旅游景观美学研究的对象和内容
1.2 旅游景观 1.2.1 旅游景观的概念 1.2.2 旅游景观的构成及特点 1.3 旅游景观美 1.3.1 旅游景观美的特征 1.3.2 旅游景观美的要素 1.4 旅游景观观赏原理 1.4.1 旅游景观观赏的方法 1.4.2 旅游景观观赏的距离 1.4.3 旅游景观观赏的角度 1.4.4 旅游景观观赏的时间第2章 美学基础 2.1 美感与审美活动 2.1.1 美感的含义 2.1.2 美感的特性 2.1.3 审美活动与日常生活 2.2 审美存在 2.2.1 自然美 2.2.2 艺术美 2.2.3 形式美 2.3 审美形态 2.3.1 优美与崇高 2.3.2 悲剧与喜剧 2.3.3 荒诞第3章 旅游审美心理 3.1 审美心理要素 3.1.1 审美感知 3.1.2 审美想象 3.1.3 审美情感 3.1.4 审美理解 3.2 旅游审美动因 3.2.1 旅游审美需要 3.2.2 旅游审美目标 3.2.3 旅游审美动机 3.3 旅游景观审美的心理过 3.3.1 旅游审美潜能的介入 3.3.2 旅游审美心境的形成 3.3.3 旅游审美意识的调动 3.3.4 旅游审美心理场的建立 3.4 旅游审美能力培养 3.4.1 旅游审美能力 3.4.2 审美感受力培养 3.4.3 审美想象力培养 3.4.4 审美理解力培养 3.5 中西方审美心理差异 3.5.1 重理性与重实用 3.5.2 对美与善关系的不同认识 3.5.3 重写实与重写意第4章 山岳景观审美第5章 水体景观审美第6章 生物、气候、特异景观审美第7章 中国古建筑景观审美第8章 中国古典园林景观审美第9章 中国古代雕塑景观审美第10章 中国画、碑刻及楹联景观审美参考文献

<<旅游景观美学>>

章节摘录

第1章 导论 1.2 旅游景观 旅游审美活动的进行离不开旅游景观，抛开旅游活动，也就没有所谓的旅游景观。

因此，旅游景观是旅游活动发展的概念性产物；旅游景观本身早已有之，只是单纯地以“景观”出现而已。

随着旅游业的产生与发展，并越来越普及化、大众化，一些“景观”中能够满足旅游者审美需求的部分便成为旅游景观。

1.2.1 旅游景观的概念 “旅游景观”概念的提出是在旅游业全面兴起之后，从根本上来说，是“景观”概念的延伸和细化。

为此，有必要先了解“景观”概念的演变及基本含义。

(1) 景观 “景观”(landscape)是一个随时间发展演进和学科认识不断深入而内涵、外延逐渐丰富的概念。

对它的认识和理解，不同时代、不同学科、不同文化背景的主体都存在着一定的差异。

“景观”一词最早出现在希伯来文《圣经》的旧约全书中，被用来描写所罗门城的瑰丽景色。

16世纪末，“景观”主要被用作绘画艺术的一个专门术语，指自然景色。

18世纪，一些园林设计师从追求艺术效果出发，开始采用“景观”一词，园林中的建筑与自然结成的具有审美欣赏意义的客观有机整体被称为景观。

景观的含义发生了变化，已不仅仅局限于自然部分，也包含了人为建造具有观赏意义的景象。

到了19世纪初，近代地理学创始人德国地理学家A. Von. 洪堡将“景观”引入地理学，指出“景观”是“一个地理区域的总体特征”。

19世纪后期至20世纪初期，形成了以研究景观形成、演变和特征为对象的景观学。

我国对“景观”一词的使用至近代开始出现。

从辞源角度看，“景，光也”；“观，谛视也”，即“景”是自然界的一种现象，“观”则是主体的欣赏行为。

显然，作为客体的景观离不开主体的参与。

.....

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>