

# 《旅游美学》

## 图书基本信息

书名：《旅游美学》

13位ISBN编号：9787211046393

10位ISBN编号：7211046392

出版时间：2004-5

出版社：福建人民出版社

作者：陈宗海 编

页数：322

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu111.com](http://www.tushu111.com)

# 《旅游美学》

## 内容概要

关于美学的基本理论问题，各类美学著作已经作了较为深入的讨论和研究。《旅游美学》作为旅游美学的读本，注重的主要不是美学基本理论，而是美学思想在旅游实践中的运用和旅游审美的感受，所以《旅游美学》不准备用太多的篇幅介绍和探讨美学的基本理论和基本问题。在这里，且就美学研究的任务，也就是学习和研究旅游美学所需要解决的最基本问题做些扼要的说明。

# 《旅游美学》

## 作者简介

陈宗海，1950年生，浙江鄞县人。毕业于复旦大学历史系近代史研究生班，历史学硕士。现在复旦大学旅游学系任教，并担任旅游文化教研室主任，主要从事旅游文化的教学和研究。先后参与《旅游文化概论》、《上海游乐大观》等书的编写，发表《旅游文学的审美特征散论》、《风景：

# 《旅游美学》

## 书籍目录

导论第一章 当代旅游审美 第一节 审美与审美文化 一、审美 二、审美文化的范围 第二节 当代审美文化产生的背景 一、当代审美文化产生的背景 二、审美文化在当代的变化 第三节 当代旅游审美 一、旅游与审美 二、当代旅游审美文化的特点第二章 旅游审美的基本要求 第一节 审美的整体性 一、以整体为美 二、旅游景观的整体美 第二节 审美的辩证法：丑与美的转换 一、美与丑 二、“丑”是审美的对象 三、美与丑的辩证法 第三节 美来自于学习和亲身的体验 一、要认真学习前人的审美经验 二、要善于学习前人的审美体验 三、美来自亲身的体验第三章 旅游审美心理 第一节 旅游审美需求 一、旅游审美需求与人类其他需求的联系和区别 二、现代旅游与当代人们的审美需求 第二节 旅游审美动机 一、旅游审美需求与旅游审美动机 二、旅游审美动机的种类 三、旅游宣传与旅游审美动机 第三节 旅游审美心理要素 一、感知因素 二、想像因素 三、情感因素 四、领悟因素 第四节 旅游美感层次 一、悦耳悦目——直觉感受 二、悦心悦意——审美领悟 三、悦神悦志——精神升华第四章 自然风景审美 第一节 自然风景的审美特征 第二节 山文化与审美 第三节 水文化与审美 第四节 中西风景美学比较第五章 园林景观审美第六章 建筑景观审美第七章 雕塑景观审美第八章 旅游工作者的美学要求与修养第九章 旅游设施的审美要求主要参考引用书目后记

第一章 当代旅游审美 第一节 审美与审美文化 一、审美 审美意识的萌芽可以追溯到史前时代。在中国青海等地区所发现的岩画，据考证是史前时代的作品。同样，在西班牙阿尔泰米拉石窟等处也留存有绘制于1.5万到2万年前的动物画。这些岩画，是人类最早的艺术，同时也是人类早期朴素的审美意识的体现。所以可以说，人类审美意识的产生与人类的起源大致同步，审美有着极为悠久的历史。“审美”一词最早源于希腊语，其原意是通过感官所获得的知觉。在现今美学研究中，审美已是一个重要的美学概念。著名美学家朱光潜曾以园中的古松为例，对审美进行了透彻的分析。他认为，任何一个文化客体对象的意义都是多方面的，如古松，它既有实用属性，又有科学属性，还有审美属性。他举例说，当木材商人、植物学家和画家三人同时去园中观看古松时，由于他们的态度不同，古松就会有不同的形象。面对古松，木材商关注古松的实用价值，所以他所知觉的古松是可以打造某件器具、值多少钱的木料。面对古松，植物学家关注古松的科学认识价值，所以他所知觉的古松是叶为针状、果为球状、四季常青的显花植物。而画家最关注的是古松的美学价值，所以他面对古松，所知觉的是苍翠劲拔、枝干盘屈如龙蛟、气概昂然不凡的古树。三人同时观看古松，古松只有对画家来说才是美的，这是因为画家是抱着美感的态度来观赏它，用审美的眼光来对待它，从而在审美的层面上把握住了对象。……

# 《旅游美学》

## 精彩短评

- 1、在前半本里面找到了旅行的意义，后半本里面的各种介绍略显单调乏味。
- 2、从这本书开始喜欢美学。
- 3、书的质量没的说，很好！绝对正版！就是长春的快递公司有点慢！唯一不足的是书本身的内容有点不是特别满意！但这不是当当网的错，是编者的问题！

# 《旅游美学》

## 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:[www.tushu111.com](http://www.tushu111.com)