

<<旅游美学>>

图书基本信息

书名：<<旅游美学>>

13位ISBN编号：9787300147079

10位ISBN编号：7300147070

出版时间：2012-2

出版时间：中国人民大学出版社

作者：张骏 等主编

页数：262

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

本教材特别引入新课程改革中“项目课程”的理念，力图以旅游从业者的工作内容为基本切入点，以自然景观美及其欣赏方法、人文景观美及其欣赏方法、社会景观美及其欣赏方法为主要构成部分，分析审美过程中影响或制约审美情趣以及审美水平的各种因素，使学生在系统学习本教材后能够掌握基础的美学理论知识以及旅游审美的基本方法，提高审美修养，并将其运用于旅游行业的各项服务工作中。

## &lt;&lt;旅游美学&gt;&gt;

## 书籍目录

- 项目一 旅游美学基础
  - 模块一 美与美感
  - 模块二 旅游审美本质
  - 模块三 旅游审美心理
  - 模块四 旅游审美活动
- 项目二 自然风光旅游资源审美
  - 模块一 自然风光旅游资源审美特征
  - 模块二 自然风光旅游资源审美方法
  - 模块三 山水景观审美体验
  - 模块四 动植物景观审美体验
- 项目三 历史文化旅游资源审美
  - 模块一 历史文化旅游资源审美特征
  - 模块二 历史文化旅游资源审美方法
  - 模块三 古建筑景观审美体验
  - 模块四 古典园林景观审美体验
- 项目四 社会生活旅游资源审美
  - 模块一 社会生活旅游资源审美特征
  - 模块二 社会生活旅游资源审美方法
  - 模块三 民俗景观审美体验
  - 模块四 城市与乡村景观审美体验
- 项目五 艺术作品旅游资源审美
  - 模块一 艺术作品旅游资源审美特征
  - 模块二 艺术作品旅游资源审美方法
  - 模块三 文艺作品旅游资源审美体验
  - 模块四 工艺作品旅游资源审美体验
- 项目六 旅游行业形象美的塑造
  - 模块一 旅游目的地形象美的塑造
  - 模块二 旅游企业形象美的塑造
  - 模块三 旅游服务人员形象美的塑造
- 项目七 旅游行业服务美的塑造
  - 模块一 餐饮服务艺术美的塑造
  - 模块二 前厅与客房服务艺术美的塑造
  - 模块三 导游服务艺术美的塑造
- 主要参考文献

## &lt;&lt;旅游美学&gt;&gt;

## 章节摘录

版权页：插图：从根本上说，旅游是一种主要以追求愉悦和美好为目的的审美过程。

旅游作为一种短期性的闲暇生活方式，是一种集自然美、艺术美、社会美之大成的综合性审美。

同时，旅游作为一种特殊的社会活动，在实践环节上还表现为一项综合性的审美体验。

2.1.1 旅游是交往性审美活动这一特征可从两方面来理解：一方面，旅游是积极健康的交往活动。

交往是人类历史发展的必然现象，它体现了人所共有的心理需求，也是人类生活中一种最基本的社会活动。

人类通过交往可以进行思想、观点和感情的相互交流，目的是达到沟通、协调和建立一定的人际关系。

人的交往途径是多向性、多渠道的，或有组织的集中和统一式的中心化交往模式；或主动而自由地直接沟通与横向联系式的全通道化交往模式。

旅游交往可兼采这两种模式之长，构成“旅游者—朋友模式”的交往形式。

旅游所体现出来的这种交往，从形式和特点上看，是一种短暂的、平等的、在异地进行的，并以感情沟通和物质交易为主的行为，并在隔离、示意、互动、互助和竞争等行为的影响中，反映出其强弱不同的发展程度。

另一方面，旅游的这种交往活动方式，是一种特殊生活方式。

其特殊性就表现在旅游的暂时的异地流动性。

所谓暂时性就是指旅游者为实现游览的目的在旅游目的地短期停留的一种表现形式。

旅游的暂时性是指旅游仅发生在旅游者人生某一时段上的行为。

它标志着旅游过程中一切游览活动都要在异地进行，排除了在常住地内移动和在住所与工作场所之间的往返。

旅游的异地性决定了旅游的流动性，流动性是指旅游者从常住地流向旅游目的地，进行一段时间的游览活动，最后又返回常住地的“动态”（即从离开常住地到结束旅游返回常住地）与“静态”（即旅游经历构成中的“食、宿、游、购、娱”活动）相结合的运动表现形式。

2.1.2 旅游是现场性审美体验旅游活动的主要对象是具有观赏价值的景观和具有娱乐价值的活动。

虽然现代旅游的构成有食、住、行、游、购、娱六大要素，但游、娱还是最主要的，说明其目的还是获得审美与娱乐等方面的需要。

旅游活动是一种在一定审美情境下现场亲历的在场性审美体验，其审美情境赋予了审美体验独有的价值。

旅游者在这种境（一定旅游活动的范围）中所体验出的情感是复杂而多层次的。

首先是旅游者引入此境时所产生的对自身生活状态的不满足之情。

其次是在境中因暂时解脱束缚、释放压力而产生的愉悦之情，从而进入超脱自我、伸展自我、放松自我的状态。

最后这种情感上升审美文化层面而凝炼为价值判断之情。

这三层情感相互交错和启发，结成一个情境交融的有机统一体。

<<旅游美学>>

编辑推荐

<<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:<http://www.tushu007.com>