

<<旅游美学导论>>

图书基本信息

书名：<<旅游美学导论>>

13位ISBN编号：9787563721757

10位ISBN编号：7563721754

出版时间：2011-7

出版时间：王柯平 旅游教育出版社 (2011-07出版)

作者：王柯平

页数：304

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>

<<旅游美学导论>>

内容概要

王柯平编著的《旅游美学导论》运用认识论、价值论和信息论等科学方法，结合现代人的生活质量意识和审美意识，在追踪探寻“行、游、住、食、购、娱”等一系列活动所蕴涵的审美因素过程中，着重描述和分析旅游审美心理、旅游景观价值、旅游观赏原理、旅游服务艺术等，以期从中归纳梳理出既合规律性又合目的性的东西，并借此引导旅游审美消费行为，促进旅游审美活动的良性循环。

<<旅游美学导论>>

书籍目录

第一章 绪论

引言

学习目标

第一节 旅游活动的审美特性

第二节 旅游审美需求与动机

一、旅游审美需求

二、旅游审美动机

第三节 旅游审美活动的多重效应

一、净化情感的医疗妙用

二、造就具有优美灵魂的人

三、推动社会审美化

四、提高生活质量

五、促进人的全面发展

六、促进人与自然和谐

七、“以美启真”和“以美储善”的公共空间

第四节 旅游美学研究范围及方法

思考与练习

第二章 旅游观光与美学理论

第三章 旅游景观的审美特性

第四章 旅游审美心理

第五章 旅游观赏原理

第六章 旅游服务的审美元素

第七章 旅游审美消费

第八章 山水文学与旅游审美

第九章 中国传统艺术与旅游审美

第十章 旅游审美修养

主要参考文献

章节摘录

版权页：插图：第一部分，主要探讨旅游景观的类别、分布、价值形态和美学风格等；第二部分，侧重研究旅游者的个性特征、审美意识系统与审美体验层次等审美心理问题；第三部分，主要是从旅游景观的特点出发，借助相关的美学理论要点，因地、因时、因人制宜地研究旅游观赏的有效原理或方法；第四部分，从旅游工作者的具体实践和业务要求出发，结合旅游者的日常需求与期待，侧重研究旅游服务过程中的职业要求和导游技巧，此类技巧一旦达到娴熟和自然而然的程度，也就成为一门令人心悦诚服的艺术了；第五部分，主要立足于旅游的消费活动，依据旅游的消费对象及其基本特征，侧重研究旅游消费过程中所涉及的审美因素与相对合理的运作方式；第六部分，是结合中国的文化语境，从旅游审美或文化娱乐的角度出发，侧重研究中国山水文学、传统造型艺术、传统建筑艺术与传统表演艺术的价值特征及其在旅游活动中的积极效应；第七部分，从旅游行业的特殊要求出发，推动审美教育，倡导跨文化视野，研究主要旅游客源国大众审美文化的一般趋向及其差异，借此提高旅游者与旅游工作者的审美修养与鉴赏水平等。

再则，就研究方法而论，旅游美学主要采取描述、分析和比较的方法，从认识论、价值论和信息论等不同视界出发，密切联系旅游者“行、游、住、食、购、娱”等一系列综合性实践活动与其相应的审美需求，对上述研究对象与范围进行深入细致的考察、论证与阐明。

我们之所以有意识地淡化对本体论或形而上的研究，一是因为我们始终把审美看做一个动态的过程，形形色色的美的事物或审美对象，不再是与人隔绝的静态存在。

其本身的价值与意义只能体现在这一过程之中。

二是因为旅游美学本是一门应用学科。

其基本宗旨要求研究工作尽可能地切入旅游者的生活之中。

这有助于解决旅游业中存在的某些实际问题。

但并非是说研究者完全可以无视或免于探讨“美”与“丑”、“真”与“善”、“优美”与“崇高”或“阴柔”与“阳刚”、“滑稽”与“幽默”等美学基本概念或一般范畴。

实际上，当我们从价值论和认识论角度来审视评价具有这些审美特性的旅游景观对象时，往往会在不同程度上涉及它们的本质问题。

所以，研究者必须具备哲学美学的基本理论素养。

这有利于我们透过繁杂纷扰的现象，洞察到事物的本质特征，深化我们的认识和判断能力，同时也有利于旅游美学这一新兴学科的建设和发展。

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>