



21世纪全国高等院校
旅游专业现代应用型系列教材

旅游心理学

李雪冬 主编

南开大学出版社

21 世纪全国高等院校旅游专业现代应用型系列教材

总主编 叶晓军

旅 游 心 理 学

主 编 李雪冬

副主编 李 晓

编 者 宋国琴 孟 伟 陈传亚 吴 捷

审 读 于德珍

南开大学出版社

天 津

图书在版编目(CIP)数据

旅游心理学 / 李雪冬主编. —天津:南开大学出版社,
2008.6

ISBN 978-7-310-02934-1

I. 旅… II. 李… III. 旅游心理学 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 069598 号

版权所有 侵权必究

南开大学出版社出版发行

出版人:肖占鹏

地址:天津市南开区卫津路 94 号 邮政编码:300071

营销部电话:(022)23508339 23500755

营销部传真:(022)23508542 邮购部电话:(022)23502200

*

天津市蓟县宏图印务有限公司印刷

全国各地新华书店经销

*

2008 年 6 月第 1 版 2008 年 6 月第 1 次印刷

787×960 毫米 16 开本 14.125 印张 255 千字

定价:25.00 元

如遇图书印装质量问题,请与本社营销部联系调换,电话:(022)23507125.

21 世纪全国高等院校
旅游专业现代应用型系列教材
编撰指导委员会

(按姓氏笔画排列)

卜复鸣	王安国	王 冰	王仲君	王建平	王雅红
叶骁军	邓 辉	任 平	任昕竺	何若全	华国梁
朱 耀	朱俊彪	沈文娟	沈鸿秋	刘庆友	李亚非
李京霖	陆 峰	沙 润	杨新海	周武忠	肖 飞
俞晓红	喻学才	顾 钢	黄震方	蒋亚奇	鲁 斌
臧其林	魏向东				

21 世纪全国高等院校
旅游专业现代应用型系列教材
编写组

叶骁军	王建平	陈来生	马洪元	于德珍	邢夫敏
柯 英	李 晓	黎宏宝	谢 佳	李雪东	陈建军
吴 捷	吴新宇	曹灿明	邵 兰	王雅红	许云华
蔡军伟					

总 前 言

旅游,最时尚的活动。

旅游,最让人钟情的积极休闲方式。

当旅游成为一种产业,而且是世界最大的产业的时候,关于她的研究,关于她的人才培养——专业教育,便纷至沓来……

中国的旅游业离不开世界的土壤,中国的旅游教育是世界旅游教育的有机组成部分。中国最初的旅游教材主要是在借鉴国外教材的基础上编撰的。最初的教材,她们,是中国旅游教材的弹词开篇;她们,是中国旅游教育的奠基石;她们,是国产旅游教材的阶梯……

其后,旅游教材如雨后春笋,茁壮成长。

旅游科学是理论与实际密切结合的科学。中国高等教育已进入大众化时代,它要求每一个大学毕业生必须既具有高度的理论基础,也必须具备实际的工作能力。旅游教材应跟上现代社会的发展,告别一支粉笔一本书的时代,告别仅给教师一本书让教师自己制作PPT的时代,告别学生纸上写作业的时代,进入电脑网络教学的时代,进入通过现代教学手段实现理论与实践教学密切结合的时代。

我们这套教材是为适应高等教育大众化时代,要求本科教育培养现代化应用性新型人才的大趋势而产生的。她是由国内多所高等院校旅游类专业的资深教师联合编撰的最新旅游类专业新概念系列教材。

本教材适合旅游类专业(包括旅游管理、饭店管理、导游、餐饮与烹饪等专业)本科生使用,同时也适合于广大的旅游爱好者及相关培训使用。

教材具有以下特点:

1. 系统性。全套教材每本约 30 万字,包括旅游理论、旅游资源、旅行社管理、酒店管理、财会管理等模块。

2. 时效性。它采用了 21 世纪最新的体系、理论、观点、数据、资料和案例。

3. 统一性。全套教材体例统一,教学要素完整,章节层次脉络清楚。各章节有内容摘要和练习。其他教学要素如教学大纲、重要概念、图片、表格、阅读材料、资料卡片等刻制在光盘中。

4. 实践性。重视实践活动,有书面及电子实训和练习。可用电脑和网络进行作业和实训。

5. 方便性。为了方便教师课堂教学和学生课后学习的需要,本书配有与教材相配套的网页式辅教光盘。光盘采用 Frontpage 软件制作,版面活泼,色彩丰富,使用方便。内容包括课程教学大纲、全书各级目录、主要内容、重要概念、图片和表格、练习和思考,以及超级链接:扩展知识面的阅读材料、资料卡片等,生动、形象、直观,可与纸质教材相互配合使用。大幅度减轻教师负担,特别是基本免除教师板书之劳。

编者

2008. 4

内容简介

旅游心理学是以研究旅游活动过程中人的行为规律为主的科学,它是心理学的原则和理论在旅游业的推广和应用。旅游心理学对科学合理地建立旅游设施和开发旅游资源,提高旅游服务质量及旅游企业经营管理水平,以及正确调整旅游活动中的人际关系等方面有着积极的作用。

本书集合了多位旅游心理学教师多年的教学经验和知识积累,在内容上注重了理论知识的加强,针对旅游心理学涉及的相关心理学基础知识较庞杂的特征,将与心理学有关的延伸知识、相关知识阅读作了简要介绍;同时一些章节还提供了权威的、实际应用较为广泛的心理测试,用以增强旅游心理学的生动性和实用性。书中每章皆有相关案例引入,在课后练习中,除了传统的思考问答题以外,还适当地采集设计了一些互动的心理游戏、案例分析等。

本书共分十一章,主要论述了旅游者在旅游活动中的心理和行为,分别从知觉、需要、态度、个性的角度进行了详细的分析和研究;本书还对旅游企业,主要是饭店、旅行社及旅游交通企业提供旅游服务时相关人的心理和行为进行了研究,分析了上述企业应该如何针对旅游者的特性提供科学合理的、令客人满意的服务;此外,本书还探讨了在旅游企业管理活动中相关人员的心理和行为,包括如何管理和激励具有个体差异的员工,作为群体的员工具有什么样的特性,群体对个体行为的影响等内容。书中标注星花(*)的章节为本科教学的必修内容,在专科教学中可以略去或作为扩展读物使用。

目 录

第一章 绪 论	(1)
第一节 旅游心理学概述	(1)
第二节 旅游心理学的研究方法	(7)
第三节 旅游心理学的理论体系*	(16)
第二章 知觉与旅游行为	(18)
第一节 知觉及其特性	(18)
第二节 知觉的心理定势	(25)
第三节 旅游者对旅游条件的知觉	(29)
第三章 需要与旅游行为	(37)
第一节 需要及其分类	(37)
第二节 旅游动机	(44)
第三节 旅游动机的激发	(48)
第四章 态度与旅游行为	(52)
第一节 态度及其特性	(52)
第二节 态度与旅游行为	(56)
第三节 态度的形成与改变	(58)
第五章 个性与旅游行为	(68)
第一节 个性及其形成	(68)
第二节 个性类型与旅游行为	(71)
第三节 个性结构与旅游行为*	(75)

第六章 社会因素与旅游行为*	(83)
第一节 社会限定因素与旅游行为	(83)
第二节 社会决定因素与旅游行为	(88)
第七章 旅游服务心理概述	(98)
第一节 服务中的客我交往	(99)
第二节 客人的需求心理	(104)
第八章 饭店服务心理	(108)
第一节 前厅服务心理	(109)
第二节 客房服务心理	(114)
第三节 餐厅服务心理	(117)
第九章 其他旅游服务心理	(125)
第一节 旅行社服务心理	(125)
第二节 旅游交通服务心理	(134)
第三节 旅游商品服务心理	(139)
第十章 旅游企业售后服务心理	(145)
第一节 挫折与投诉心理	(145)
第二节 售后服务心理	(151)
第十一章 旅游企业管理中的心理	(154)
第一节 旅游企业活动中人力资源优势的发挥	(154)
第二节 旅游企业员工群体行为与管理	(170)
第三节 旅游企业活动中领导心理	(180)
思考与练习	(195)
主要参考文献	(213)
后记	(216)

(* 标星花章节为本科专用)

第一章 绪 论

本章提要

随着旅游经济的蓬勃发展,旅游业在第三产业中所占比重日益增大。旅游心理学是旅游学的一个分支。开展旅游心理学的研究和教学是旅游事业发展的需要。从事旅游业的人,首先要开展旅游心理学的研究,了解旅游者的旅游动机,促成旅游行为。根据不同游客的需求,使其在旅游中得到最大的满足。同时了解旅游从业人员的心理特征,制定和开展相应的旅游行业规范和管理方式,全面提高旅游企业的服务质量和旅游从业人员的素质。因此,就一定要对心理学的基本概念有一定的了解,本章将探讨旅游心理学的基本概念、研究对象和任务,研究旅游心理学的意义和方法,以及旅游心理学的理论体系。

第一节 旅游心理学概述

一、旅游心理学的概念

旅游是人们离开常住地到异地他乡旅行和暂时停留所引起的各种现象和关系的总和。构成旅游活动的基本要素有:旅游的主体——旅游者,旅游的客体

——旅游资源,旅游的介体——旅游业,这三者相互作用,紧密结合。这三者相互作用过程中产生的心理现象构成了旅游心理学的研究对象。

旅游活动发生的互动关系有人与人的关系、人与自然的关系和人与社会的关系。旅游心理学运用心理学的理论和方法研究这些互动关系,将心理学思想植入旅游科学研究中,从心理学角度探讨旅游活动发生、发展的规律。

旅游心理学一方面研究旅游者的心理活动及其客观规律,解释旅游行为产生的原因,找出影响旅游决策的因素,探讨旅游者如何做出决策;另一方面,研究提供服务的旅游从业人员的心理,揭示旅游企业中个体、群体、领导、组织的心理活动规律,探讨如何通过提高领导水平和领导艺术,增强组织凝聚力等手段,提高旅游业的服务水平和旅游企业管理水平,以最大限度地满足旅游者的要求。

综上所述,旅游心理学就是运用心理学原理和方法,研究旅游活动中旅游者和旅游从业人员心理活动与行为规律的科学。

二、旅游心理学的研究对象

(一)旅游消费者的心理

旅游者是旅游活动的主体,而其旅游消费行为受其消费心理的支配。因此,必须了解旅游者消费心理的发生、发展及变化规律。探讨旅游者的旅游消费心理活动,就是要探讨旅游行为产生的规律,探讨旅游者的旅游知觉、旅游动机、旅游态度、旅游者的个性,以及学习和社会因素对旅游决策和旅游行为的影响等。

1. 旅游者的知觉

旅游是人通过食、住、行、游、购、娱等活动获得心理满足的行为。这种满足的获得,是从旅游者的感觉和知觉开始的。旅游消费者的认知,是旅游消费者主动寻找、接收信息,并在一定的结构中进行信息加工的过程。它是旅游消费者购买行为形成的前提,也是旅游消费心理活动的基础。那些对旅游者产生刺激的各种旅游刺激物,如果没有自己独特的形象、一定的强度和突出的属性,就不会引起旅游者的反应。旅游者的认知包括自然认知和社会认知。不同的旅游者在认知上存在着明显的个性差异,这些差异造成了其旅游消费的不同行为表现。

2. 旅游者的需要与动机

个体通过需要和满足需要的活动,使机体内环境与外环境保持平衡,以维持自身的生存和发展。动机是在旅游需要和旅游目标相遇时形成的一种力量,这种力量使人的行为指向旅游并使得这一行为能够持续下去。所有旅游活动都是由旅游者一定的需要和动机引发的,对旅游者需求和动机的研究有助于我们回答人们为什么要外出旅游、为什么要选择不同旅游点、怎样的旅游产品才能使旅游者产生良好的心理效果等。研究旅游活动的起因和指向问题,了解旅游者的需要

和动机,可以为制定相关策略、激发旅游动机、推动旅游业发展提供依据。

3. 旅游者的态度

“态度”是人们针对某一特定的对象所表现出来的认识、情感和行为倾向的组合,是社会心理学中最重要、使用频率最高的一个词。是什么使一些旅游者偏好自然风光,而另一些喜爱人文景观呢?为什么有人愿意参加旅游团,而有的人却乐于自助旅游呢?这类问题都涉及旅游者的态度。旅游者的态度是人们对旅游对象和旅游条件做出行为反应的指示性或动力性的心理倾向。研究旅游态度是研究旅游消费行为的一个重要心理因素,它位于旅游知觉和行为之间,在很大程度上决定着旅游消费行为的活动方向,包含和预示着人们做出的旅游行为反应的潜在可能性。旅游者的态度一经形成,随即就会对旅游有一种偏爱。这种源于对旅游对象的偏爱,促使旅游者行为的实现。

4. 旅游者的个性

由于每个人在生理上遗传特性的差异和所处的时代、环境和受教育的不同,每个人所形成的心理过程和个性特征也不一样。气质、性格不同,对旅游的倾向也不同。旅游服务应该是个性化的服务,即在标准服务的基础上,根据客人不同的个性特征,为满足客人的特殊需求而做的服务。

5. 旅游者的学习

人的旅游行为是在生活水平达到一定程度的情况下为满足较高层次的需要而产生的。比起人类的其他活动,旅游更具有后天习得性的特点。因此,对有关学习的研究,有助于深入认识旅游者的心理和行为规律,并为搞好旅游服务工作带来有益的启示。旅游可以通过学习获得旅游信息,激发旅游动机,产生旅游态度,积累与旅游相关的经验。

6. 社会因素对旅游行为的影响

从心理学长期探究人的心理所得出的结论看,在人的心理发生、发展过程中,社会环境的影响起着决定性作用。当然,对旅游者也不例外。因此,本书第六章将侧重研究影响旅游者心理和行为的社会环境因素,包括社会制度环境、社会阶层和文化环境。

(二) 旅游服务心理

现代旅游业是实施旅游活动的中介。它以旅游者对象,以旅游资源为凭借,以旅游设施为条件,为旅游活动创造便利条件,并提供其需要的各种商品和服务的综合性产业。随着国民经济和社会的不断发展,为满足旅游者需求,旅游业(单位)与相关产业(单位)日益结合成一种为旅游者提供各种服务的综合性、特殊性产业。

现代旅游业具有服务性的特点,它必须满足旅游者的物质和精神享受。旅游

业在当今世界上存在和发展的一个重要理由在于旅游业有“接待”这一特点,换句话说旅游业要通过人与人之间的交往来完成其生产过程。从心理学角度可以把旅游产品解释为:旅游者花费一定的时间、金钱和精力所获得的个人经历。如果从这个角度看旅游服务,那么旅游服务实质上是旅游服务人员通过与旅游者打交道,帮助旅游者构造其美好经历的过程。要想使客人有好的经历、好的体验、好的感受并不是一件简单的事,它需要迎合旅游者心理,满足旅游者的需要。如果不了解旅游者的心理而进行旅游服务则是不理性的,是无法得到好的结果的。

旅游服务是旅游从业人员通过一定的活动满足旅游者消费需要的一种服务形式,是旅游业最重要的产品。它是有形的物和无形的服务行为的综合体。良好的旅游服务能够使旅游者心情舒畅,产生积极的心理体验,从而在旅游活动中乐于交流,乐于消费。

(三)旅游企业管理心理

旅游心理学根据旅游管理心理的特殊要求,把管理心理学、工程心理学以及其他与心理学学科有关的内容有选择地运用于旅游企业管理,为旅游服务管理工作中的心理问题提供理论指导。

旅游企业经营的成败取决于它的管理和服务。由于旅游业的特殊性,旅游产品包括两大类:有形产品和无形产品。其无形产品要靠员工通过与客人交往和沟通来完成其生产过程。这类产品质量有很大的不确定性,对其生产过程进行监控非常困难,它的高质量的生产只能依赖高素质的员工自觉完成。在旅游服务业,人们常说“顾客是上帝”,其含义无非是服务人员要尊重客人,永远把客人放在第一位,而要想使员工做到这一点并不是一件简单的事。针对这种情况,有人提出了“员工第一位”的管理思想。作为管理者,为了达到使顾客变成“上帝”这一目的,他首先要把员工放在第一位,尊重员工,善待员工,充分调动员工的积极性,科学地使用员工,使员工愉快地、主动地、创造性地做好服务工作,从而实现组织目标,而这一切都必须以了解员工的心理为前提。所以,了解旅游企业员工的心理,在实施管理行为时做到知己知彼、有的放矢就成为管理成败的关键。

旅游管理心理就是强调管理者如何有效地调动职工的积极性和创造性,不断提高旅游企业的工作效率和经济效益;特别强调旅游企业管理者如何针对旅游企业员工的各种需求,采取有效措施和方法,达到科学有效管理的目的。旅游企业管理者只要熟练掌握和运用旅游管理心理,必将有助于加快旅游企业管理科学化、系统化的进程。

除了上述几方面,旅游心理学还要在旅游资源开发以及旅游产品的形象设计等方面进行研究,即在旅游过程中的食、住、行、游、购、娱几个方面总结出迎合旅游消费者心理的服务规划,帮助旅游从业人员更有效地开展工作,争取最佳的

服务效果。

三、旅游心理学的任务

旅游心理学的任务是借助心理学的基础理论,结合旅游工作中的实践经验,指导旅游业务的管理和服务接待工作,促进旅游业健康长足发展。

(一)阐明旅游者心理活动的特点和规律

这是旅游心理学的主要任务。旅游者是旅游的主体。旅游心理学既要研究旅游者的一般心理现象,又要研究各种不同旅游者在需要、动机、兴趣、爱好、习惯、气质、性格等方面的心理特点,还要区分不同的国籍和民族,不同的性别、年龄,不同的宗教信仰,不同的职业和文化背景等使旅游者产生的心理活动的差异,并且要研究相同的旅游活动对象和旅游服务对不同旅游者可能产生的各种心理影响。此外,旅游心理学也要研究旅游活动全程中旅游者的心理活动,剖析他们在各阶段的心理变化规律;旅游者如何选择旅游宾馆、旅行社,选择何种交通工具,都是其心理活动的反映。了解旅游者心理活动规律,掌握研究旅游者心理的方法,将有助于旅游工作者有效预见旅游发展新趋势,更好地为旅游者服务。

(二)分析激发和影响旅游消费行为的各种心理因素

旅游消费行为实际上是一种特殊的消费行为,它是个体在旅游过程中搜寻、购买、消费、评估的行为表现,是旅游主体在有时间和资金保证的情况下,从自身享受和发展需要出发,凭借环境和旅游媒体服务创造的条件,在旅游过程中对以物质形态和非物质形态存在的行、住、吃、游、购、娱等旅游客体的购买、享用和体验过程的支出(收入)的总和。它不仅包含一系列个体心理活动过程,而且与众多的社会心理因素有关。旅游心理学在研究中,应把旅游者看作旅游消费行为决策者,分析其为什么会做出旅游决策。这对激发人们的旅游行为具有积极意义,同时也对旅游服务和旅游者后续的旅游行为的研究有重要作用。

(三)探索提高旅游从业人员素质及工作质量的途径

旅游者购买的旅游产品从更大程度上来讲是一种心理体验。它不仅包括旅游资源、设备、设施因素,还包括良好的服务这个决定因素。现在旅游企业之间的竞争,就是服务质量的竞争。旅游服务是旅游产品的内涵。旅游产品的质量越高,市场竞争力就越强。旅游从业人员服务质量的高低关系着企业的形象和经营的成败。

现代旅游业需要旅游从业人员具有现代化素质。因此,旅游心理学要从我国国情出发,通过研究旅游者消费心理与旅游营销心理,探索出如何有针对性地解决旅游从业人员中存在的普遍问题,如何提高他们的素质及工作质量的途径。

(四)解决旅游企业管理与经营活动中的心理问题

现代旅游业的发展依赖于科学的预测和决策。现代旅游业面临着日益激烈的竞争,不仅有技术环境的竞争,更重要的是经营方针和策略的竞争。因此,旅游心理学的任务,还在于帮助旅游企业管理者解决管理与经营活动中的心理问题,帮助他们分析旅游者的心理活动,了解其需要和变化,不断调整经营方针和策略。同时,还要分析旅游管理心理,研究什么是组织内成员在心理和行为方面的特点;如何在旅游管理工作中遵循人的心理活动规律,采取有效措施,调动员工积极性,激励员工创造性工作;针对企业员工的不同心理特点,开发人力资源;在个人行为、团体行为、领导行为方面应该怎样调节和控制,提高旅游工作者的管理水平和心理品质,以发挥管理的最佳效能。

四、旅游心理学的意义

(一)提高旅游管理人员及服务人员的心理素质和职业素质

旅游从业人员的心理素质和职业素质直接影响旅游服务的质量。因此,提高旅游企业从业人员的心理素质和职业素质是旅游企业成功经营的关键。作为一门专业学科,旅游心理学研究的是有关旅游专业心理方面的基本理论知识。学习这些知识,可以使员工正确认识工作的对象,把握工作对象的心理特点和差异,真正做到个性化服务和优质服务。

(二)为旅游企业科学合理地经营管理提供心理依据

人类社会是在不断地变迁中发展进步的,旅游企业也是在环境变化和激烈的竞争中向前发展的。旅游心理学的研究可以帮助我们运用心理学原理去分析旅游者的心理趋势,针对其心理特点开展有效的宣传广告攻势,制定受人欢迎的经营措施,从而提高旅游企业的经济效益。

旅游企业要开发旅游资源、旅游产品以及旅游设施,就必须适应旅游者的生理、心理特点,以能否满足旅游者的需要为制定方案的依据。科学技术的进步为现代旅游业提供了物质条件,但并不能说明旅游业的一切都是科学的、合理的。人的心理状态是一定条件下的反映,具有能动性和可变性。因此,在旅游资源的开发中,应充分考虑到不同时间、地点、条件下旅游者是否感到最适宜。

一个企业要在市场经济的竞争中取胜,要在广大旅游者的心目中树立良好形象,组织内部的管理状况如何是一个很重要的因素。管理最重要的职能是调动全体工作人员的积极性,创造性地实现组织的目标。旅游心理学要把自觉地推进组织的管理模式的发展列为自己的任务,积极地为提高组织内部的管理水平做努力。

(三)对旅游业的发展具有科学指导性

旅游业以旅游者的存在为主要前提,如何赢得旅游者的青睐是一个科学的问题,也是一个衡量旅游企业是否兴旺发达的重要标志。赢得旅游者的最根本的条件不是靠现代化的硬件设施,而是能否最充分地满足旅游者的需要。旅游心理学可指导旅游企业了解旅游者的旅游需要、动机、态度、人格等方面的心理特点,了解不同性别、年龄、国籍、民族的旅游者的心理特点及其差异,做好有的放矢的针对性服务。这样才能赢得旅游者,提升旅游企业品质,促进旅游业健康发展。

学习旅游心理学的根本任务是用旅游心理学的原理指导实践活动,提高旅游服务质量,发展旅游事业。旅游工作者心理品质的提高、旅游工作者对旅游者心理的认识,最终都要通过旅游服务活动的实践接受检验。因此,提高自身的素质,认识旅游者的心理和运用心理规律来开展旅游服务活动,预测未来,推动旅游事业的更快发展,这是一个整体。旅游心理学在这一整体活动中发挥着特殊的功能。

第二节 旅游心理学的研究方法

旅游心理学是心理学的一个新兴的分支应用学科,其研究方法主要来自心理学中已经非常成熟的研究方法。心理学的发展为旅游心理学研究的发展提供了知识和方法上的基础,这使得旅游心理学研究的发展变得迅速而有效。此外,社会学的知识和研究方法也成为旅游心理学知识和方法的重要来源。了解心理学、社会学的方法,结合旅游心理学课题的性质选定某些方法进行创造性运用或进行方法革新,就能使旅游心理学研究通过有效方法到达预定彼岸。

一、旅游心理学研究的基本原则

旅游心理学属于心理学范畴,心理学研究的原则如客观性原则、系统性原则、发展性原则等都要遵守。在旅游心理学研究中值得特别重视的原则有:

(一)客观性原则

所谓客观性原则,就是对任何心理现象都必须按照它的本来面貌加以考察,必须在人的生活和活动中进行研究。这是因为,心理现象是人脑对外部事物的反映,研究者不要在毫无根据或缺乏足够依据的情况下就轻率地做出结论,要力求主观认识与客观事实一致。

根据客观性的原则,在设计旅游心理学的研究方法时,应该注意以下几个问题。

1. 要确定一定的外部活动。在这种活动中,可以表现所要研究的心理现象。例如,研究旅游者的旅游偏好,就要根据研究的需要选定课题(如在金钱和时间允许的情况下你选择去哪些地方旅游),作为确定旅游偏好的某种指标,通过旅游者完成这些课题的活动过程来考察和研究旅游者的旅游偏好。

2. 要控制外部条件。心理现象是受外部条件制约的。心理学研究的很大一部分是要确定心理现象与外部条件的关系,旅游心理学也不例外:一定的心理现象依存于一定的外部条件;一定的外部条件的变化会引起一定的心理现象的变化。控制和改变一定的外部条件,可以确定外部条件与所要研究的心理现象的关系。

3. 要确定观察心理现象的生理指标。对心理现象的生理指标方面的研究,标志着从对心理现象的描述到本质的说明。在许多心理现象的研究中,都要确定心理现象与生理变化的关系。要说明在发生一定的心理现象时,会有什么样的生理变化,或者在一定的心理变化产生时,会引起什么样的生理现象的出现。所以,在研究某种旅游心理现象时,有时要记录、观察生理的变化,使旅游心理现象的研究建立在客观、科学的基础上。当然,这相对于难以控制的旅游者而言困难较大。

对于旅游心理学研究所获得的材料或数据必须进行全面的分析,特别要注意分析那些矛盾的材料,力图对矛盾的材料做出解释或者再进行补充研究。

(二)交往原则

旅游过程在很大程度上是人与人交往的过程,其中包含复杂的信息和情感沟通以及行为调节等过程。旅游者总是与其他人联系在一起,组成一个相互交往的群体,通过活动跟自然环境、社会环境发生关系。因此,在研究旅游心理现象时,必须重视交往原则,在人际交往过程中进行动态的研究。

二、旅游心理学研究的主要方法

心理学是一门边缘学科,其研究方法往往兼有自然科学和社会科学两方面的特点,作为心理学的分支学科的旅游心理学的研究方法也具有这种特点。旅游心理学的基本研究方法可以分为观察法、实验法、问卷法、谈话法、测验法、统计分析法等。

(一)观察法

观察法是指在自然状况下,有计划、有目的地观察被试的外部表现,从而分析其心理活动。观察时,可以利用摄影、摄像、录音等各种仪器进行记录,但必须保证不干预被试活动的正常进程,使被试处于安全自然状态之下,以取得真实可信的观察材料。