

全国高等院校“十一五”旅游专业新创规划教材

旅 游 心 理 学

徐文燕 赵艳辉 主编

中国科学技术出版社
CHINA SCIENCE AND TECHNOLOGY PRESS
· 北 京 ·
BEIJING

图书在版编目(CIP)数据

旅游心理学/徐文燕,赵艳辉主编. —北京:中国科学技术出版社,2008.8

全国高等院校“十一五”旅游专业新创规划教材

ISBN 978 - 7 - 5046 - 5123 - 5

I. 旅… II. ①徐…②赵… III. 旅游心理学 - 高等学校 - 教材 IV. F590

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第085384号

自2006年4月起本社图书封面均贴有防伪标志,未贴防伪标志的为盗版图书。

内 容 提 要

本书是高等院校旅游管理专业主干课程通用教材之一。本教材结合国内外最新有关研究成果,在全面、系统阐述旅游心理学基本理论基础上,以案例教学为导向,注重理论与实践紧密结合,注重应用型人才培养。

本书可作为旅游管理专业本科生教材,亦可作为高职高专旅游管理专业学生及旅游管理者参考书目。

中国科学技术出版社出版

北京市海淀区中关村南大街16号 邮政编码:100081

策划编辑 林 培 孙卫华 责任校对 林 华

责任编辑 孙卫华 王 强 责任印制 安利平

发行部电话:010-62103210 编辑部电话:010-62103181

<http://www.kjpbooks.com.cn>

科学普及出版社发行部发行

北京蓝空印刷厂印刷

*

开本:787毫米×1092毫米 1/16 印张:20.875 字数:504千字

2008年8月第1版 2008年8月第1次印刷

ISBN 978 - 7 - 5046 - 5123 - 5/F · 585 定价:35.00元

(凡购买本社的图书,如有缺页、倒页、
脱页者,本社发行部负责调换)

丛书序

旅游业是一项高经济、高文化、高科技、高艺术、高社会性、高生态性、高开放性、高启动联动性、高综合性、高敏感性的康乐休闲型的和平产业和文明事业。旅游业是集多种产业于一体的功能，又是一宗集多种功能于一体的产业。开发旅游、拓展旅游产业，对于发展地方经济，构建和谐社会，进一步促进物质、政治、经济三个文明建设，实现全面协调可持续发展等既有重要的现实意义，又有深远的社会影响。

诞生于“二战”之后的现代旅游业，在20世纪60年代得到了迅速发展，成为西方后工业化时代（服务革命时代）发展最快的产业之一。我国旅游业是改革开放的产物，可以说，没有改革开放就没有我国旅游业的发展。改革开放以来，我国旅游业取得了巨大成就，为国民经济和社会发展作出了应有贡献。最为显著的是，我国由旅游资源大国发展成为世界旅游大国，旅游业由外交工作的重要补充发展成为国民经济的增长点。

作为旅游战线上的一名老兵，看到我国旅游业取得如此骄人的成就，我确实感到非常高兴，甚至可以说是兴奋不已。国内现代意义的旅游，一般认为是出现于20世纪80年代初。当时，我是较早提议开发旅游的倡导者。在此之前，我先后从事植被生态和生态环境资源方面的工作20余年。80年代初，由于长期片面理解和实行“自给自足”、“以粮为纲”的政策，造成山区“毁林开荒，越开越荒”，水土流失严重；圩区“围湖造田”，减少了水面，影响了对雨水的调蓄能力，旱涝灾害频繁。为了解决所造成的生态环境问题，我们大力主张，许多好山好水的地方，何不通过开发旅游，带动交通、住宿、餐饮以及农副产品和地方土特产的增值和销售，并可拉动轻工、通讯、金融等产业，增加就业，提高知名度，促进开放和地方经济的发展。当时提的想法是“以旅游这根金箍棒为杠杆，撬动地方经济的腾飞”，这是我们这一历程的第一步：为了减少对土地、资源、环境的压力，为了保护生态环境，提倡开发旅游。

众所周知，自改革开放以来，我国旅游业取得了突飞猛进的发展，旅游业的增长速度远远高于同期GDP和同期第三产业。但是，随着我国旅游业的发展，很快发现旅游并不是“无烟工业”，认识不足，管理不善，旅游开发和旅游活动带来对资源环境的破坏影响，同样令人触目惊心，十分严峻。所以，在20世纪80年代中期，我就不断呼吁加强风景名胜区、旅游区的生态环境保护，加强旅游生态环境研究，同时明确提出创建旅游生态学。

建设环境友好型社会是我国新时期全面落实科学发展观、实现经济又好又快发展和全面建设小康社会目标的重要战略，也是新时期实现环境保护历史性转变的重要途径。党的十七大报告明确提出新时期建设生态文明的目标，指出“必须把建设资源节约型、环境友好型社会放在工业化、现代化发展战略的突出位置，落实到每个单位、每个家庭”，并首次将“建设资源节约型和环境友好型社会”写进了党章，这充分表明党中央对环保工作的高度重视。

旅游一向被认为是资源节约型、环境友好型的产业，但具备这种可能性和潜在性，并不等于就有这种必然性和现实性。近年来，因开发不当所造成的环境破坏并不鲜见，但更值得关注的是由于经济社会发展导致的旅游资源消亡。因此，为了实现旅游业的可持续发展，必须充分认识旅游资源保护形势的严峻性，全面提高旅游资源的识别和保护意识。

进入 21 世纪，我国旅游业面临的形势和任务有了明显变化。概括地说，旅游业正处于一个黄金发展期、产业转型期、战略提升期、矛盾凸显期。尽快把我国建设成为世界旅游强国，把旅游业培育成为国民经济的重要产业，成为时代赋予旅游业的光荣使命和历史重任。

旅游是个大概念，包括旅游者、旅游地、旅游产业、旅游产品、旅游事业等。我们在旅游方面不必一味与世界比现代和资金财富，我们可以用独特的自然风光和古老的传统文化为资本，剑走偏锋、另辟蹊径，因地制宜，因势利导策划和设计。用《孙子兵法》中所说的“以正合，以奇胜，奇正相生”的思想来制订我们的策略和战略，我坚信，我国旅游业一定会取得健康、可持续的发展。

值此《全国高等院校“十一五”旅游专业新创规划教材》丛书出版之际，匆匆写出自己的粗浅感想，是为序。

中国生态学会旅游生态专业委员会：韩也良

2008 年 6 月

丛书引言

经过几十位编著者的辛勤劳动，这一套面向全国旅游管理专业本科生的系列教材即将陆续展现在广大师生和相关读者的面前，作为系列教材的主编，我倍感欣慰，同时也深感压力巨大。在我国旅游业蓬勃发展的今天，各种各样的旅游教材层出不穷，要出版一本优秀的旅游教材已是一件不太容易的事情，更何况是一套系列教材，要能够真正获得方方面面的认可确实是一项非常艰难的任务。其实，出版这套系列教材最早的动议始于2003年，在海南召开的一次全国性学术会议上，中国科学技术出版社就邀请与会的来自全国各个高等院校旅游专业的专任教师商谈出版教材的事情。2004年在四川雅安碧峰峡召开的另一次全国生态旅游学术会议上，出版社和相关教师确定了该套教材的具体编写细节，从而正式开始了教材的编著工作。

这套系列教材的最大特点就是“力求创新，注重实践”。具体体现在以下几个方面：

一是所有编著者都是教学第一线的老师，承担的编写内容都是自己长期教学的内容，经过了长期教学实践的检验；

二是吸收了现有教材的精华，并将自己的旅游实践成果充分地反映在教材当中；

三是把握学科发展的前沿动态，尽可能将国内外旅游发展的新理论、新成果编入到教材当中；

四是教材体系和内容编排方面都力求创新。

这套系列教材与其他旅游系列教材的另外一个明显的不同，就是编著者有不少是财经学院、农学院旅游专业的老师，他们能够从不同的视角来诠释旅游的内涵，或许会给读者带来新的启迪、新的思索、新的收获。

当然，由于时间和能力的限制，该套系列教材仍然存在这样或者那样的不足，恳请广大读者批评指正。

在此，对参与本套教材的所有编著者所付出的辛勤劳动，对中国科学技术出版社为教材出版付出的努力与大力支持，对该套教材的编著和出版曾经给予支持和帮助的所有的专家学者，表示我最衷心的感谢！

张光生

2008年6月于江南大学（原无锡轻工业大学）

全国高等院校“十一五”旅游专业新创规划教材 指导委员会

主 任 韩也良 中国生态学会旅游生态专业委员会

副主任 杨桂华 云南大学

章家恩 华南农业大学

委 员 (按姓氏拼音排序)

达良俊 华南师范大学

冯学纲 华东师范大学

高 峻 上海师范大学

黄羊山 东南大学

陆 林 安徽师范大学

孙玉军 北京林业大学

万绪才 南京财经大学

吴承照 同济大学

严力蛟 浙江大学

钟林生 中国科学院地理与资源研究所

全国高等院校“十一五”旅游专业新创规划教材 编写委员会

主 编 张光生 江南大学
副主编 李洪波 华侨大学
李 梅 四川农业大学

委 员 (按姓氏拼音排序)

陈秋华	福建农林大学
杜 炜	华北电力大学
郭盛晖	番禺职业技术学院
侯志强	华侨大学
李胜芬	燕山大学
鲁 峰	安徽财经大学
逯宝峰	燕山大学
徐文燕	南京财经大学
许南埂	云南财经大学
喻江平	燕山大学
赵艳辉	辽东学院
郑辽吉	辽东学院
郑群明	湖南师范大学

前 言

只要有人，就有人的心理。在现代旅游活动中，人的心理现象极为复杂，实施高效率的旅游管理，必然离不开对人的行为的管理，也就必须掌握人的行为的心理源泉。

本书的特点。本书以案例教学为导向，在每一章内容中都附有引导案例、案例分析，并根据案例思考有关问题；本书注重理论介绍与实践相结合，每一章中附有补充阅读和实训练习，帮助学生了解相关理论应用的背景及培养学生实际的操作能力；本书的编写更加方便了教师教学和学生学习的，避免了干涩的讲解，在章前编写了名人名言、学习目标、关键概念、引导案例，在章中编写了大量补充阅读材料、图表、插图，在章后编写了问题思考、案例分析、材料分析、实训练习。

本书的结构。按照心理学对心理现象理论研究的范围由 12 章组成。分别是：第一章绪论，第二章旅游感知，第三章旅游动机，第四章学习与旅游行为，第五章旅游态度，第六章旅游者人格，第七章旅游活动中的情绪情感，第八章旅游审美心理，第九章旅游活动中的人际关系，第十章旅游活动中的客我心理，第十一章，旅游工作者心理保健，第十二章旅游企业服务心理。

本书的写作。全书由徐文燕教授构思设计并统编定稿。辽东学院旅游管理学院的赵艳辉副教授参与了编写工作。徐文燕教授负责了第一章、第七章、第八章、第九章、第十章、第十一章的写作，以及全部各章的“名人名言”、“学习目的及要求”、“关键概念”。赵艳辉副教授负责了第三章、第五章、第十一章的写作。另外，第二章、第四章、第六章为徐文燕和赵艳辉共同写作完成。

在本书的写作过程中，作者参阅了大量有关文献资料，并得到中国科学技术出版社的支持，在此深表谢意。

徐文燕

2008 年 3 月 16 日

目 录

第一章 绪论	1
第一节 旅游心理学的产生和发展	1
第二节 旅游心理学的研究对象和内容	4
第三节 旅游心理学的研究方法和意义	5
第四节 旅游心理学的理论基础	9
第二章 旅游感知	15
第一节 感觉与旅游行为	15
第二节 知觉与旅游行为	19
第三节 旅游知觉	23
第三章 旅游动机	48
第一节 旅游动机的前提	49
第二节 旅游动机的产生	56
第三节 旅游动机的分类	61
第四节 旅游动机的激发	66
第四章 学习与旅游行为	74
第一节 学习概述	74
第二节 学习与强化理论	76
第三节 旅游行为学习	86
第五章 旅游态度	96
第一节 态度概述	97
第二节 旅游态度与旅游消费决策	104
第三节 旅游态度与旅游消费行为	108
第六章 旅游者人格	115
第一节 人格概述	115
第二节 旅游者的个性类别	129
第三节 旅游者的人格结构	139
第七章 旅游活动中的情绪情感	155
第一节 情绪与情感概述	156
第二节 旅游者的情绪情感	165
第三节 旅游服务中的情绪情感	167
第八章 旅游审美心理	181
第一节 审美心理学回顾	181
第二节 旅游审美心理状态	185

第三节 旅游审美意识	193
第九章 旅游活动中的人际关系	200
第一节 人际关系概述	200
第二节 旅游人际关系的调节	215
第十章 旅游活动中的客我心理	222
第一节 旅游服务中的客我交往	222
第二节 旅游者的消费心理	228
第三节 旅游工作者的心理特征	237
第十一章 旅游工作者心理保健	251
第一节 旅游工作者的心理健康	251
第二节 旅游工作者的挫折与压力	259
第三节 心理疲劳与心理障碍	274
第十二章 旅游企业服务心理	295
第一节 旅行社服务心理	295
第二节 饭店服务心理	305
第三节 旅游商品服务心理	317
参考文献	322

第一章 绪论

人脑是大自然盛开的最美丽的花朵。

——（德）恩格斯

本章学习目标——通过本章学习，你应该了解：

1. 旅游心理学的产生和发展
2. 旅游心理学研究的对象和内容
3. 旅游心理学的研究意义和研究方法
4. 旅游心理学的理论基础

关键概念

心理学 旅游心理学 心理现象 调查法 测量法

引导案例

智慧之果

上帝闲极无聊、心血来潮。第一天创造了日月星辰、第二天创造了山川河流、第三天创造了植物、第四天创造了飞禽走兽、第五天……第六天用泥土按照自己的形象创造了世界上第一个男人亚当，并从亚当身体里抽取了一根肋骨，创造了世界上第一个女人夏娃。

亚当和夏娃被上帝创造出来以后，他们就生活在伊甸园里，过着无忧无虑的日子。一天，在魔鬼蛇的引诱下，夏娃偷吃了禁果，在夏娃的引诱下，亚当也偷吃了禁果。忽然间，他们有了意识，有了羞耻之心，觉得赤身裸体很难为情，于是，两人躲了起来。上帝知道了以后，一怒之下，把他们贬下凡间。后来，他们结为夫妻，繁衍着子子孙孙，成为人类的始祖。

资料来源：薛惠群主编的《现代旅游心理学》，北京：科学出版社，2005年。

问题：

1. 认识过程是一种什么现象？
2. 认识过程是一种什么样的过程？

第一节 旅游心理学的产生和发展

由于旅游体验是旅游者的终极目标，旅游业从诞生之日起就注定了要与心理学结下不解之缘。

一、旅游心理学是一门应用学科

旅游心理学是心理学的一门新兴的应用性学科，它是把心理学的相关研究成果和有关原理及研究方法运用到分析旅游现象而产生的。



（一）心理学的概念

心理学中的“心”，习惯上指思想器官和思想情感等，是人的灵魂。人所特有的“心”究竟在何处？这是一个自古以来就众说纷纭、莫衷一是，但又充满兴趣的问题。其中最早提出的观点是“心在心脏”。这种观点曾一度盛行了几千年之久。直到近代，“心在心脏”之说才逐渐销声匿迹，确立了“心在脑中”之说。

心理学中的“理”，指条理、准则、规律。心理，则是指人的头脑反映客观现实的过程，泛指人的思想、感情等内心活动，即关于人的思想、情感活动的规律。心理学，也就是研究人的心理现象的发生、发展及其规律的科学。

（二）心理学的发展

心理学既古老又年轻。黄河流域、印度河流域、尼罗河流域、底格里斯河流域是古代文明的发源地，同时也是心理学思想的发源地。

公元前6世纪至前4世纪，中国春秋战国时代孟子的“性善论”、荀子的“性恶论”等都是对人的本性的探索。儒家、墨家、道家、法家对人的意识、行为与物质的关系都有不同的看法。儒家认为“生死由命、富贵在天”；墨家提出“非命”，一切由人力所决定；道家主张“天道”，自然无为；法家以性恶论为依据，主张严刑峻法统治。

古希腊是西方心理学的发源地。公元前4世纪古希腊哲学家亚里士多德所著的《论灵魂》一书是人类史上较早的一部心理学专著，认为，人的一切知识都产生于感官知觉，大量的感官知觉又通过想象而融合在一起，再通过记忆把它固定下来，然后通过理性见诸于行动。柏拉图提出有关记忆理论的“蜡板假说”，苏格拉底等许多哲学家都有心理学方面的论述。

心理学真正成为一门独立的科学，只有130多年的时间。其标志是1879年德国哲学家、心理学家威廉·冯特在德国莱比锡大学创建了世界上第一个心理学实验室，用自然科学的实验方法研究心理学，使心理学从哲学中分化出来，成为一门独立的实验科学。

100多年来，心理学研究取得了很大进展，人们对自身心理活动规律已经有了较深的认识，并且能够利用心理活动的规律去指导实践活动，心理对人类来说已不再是神秘莫测的了。心理学已形成了由其主干学科和众多分支学科所构成的一个庞大体系。心理学的主干学科有普通心理学、发展心理学和应用心理学等。分支学科约有百余个，并随着实践的发展，还会出现更多。心理学的巨大的实践价值，越来越受到人们的关注。

（三）心理学的研究对象

人的心理活动是极其复杂的，心理现象可分为两个方面：心理过程和个性心理（如图1-1所示）。心理学就是研究心理过程和个性心理规律的科学。

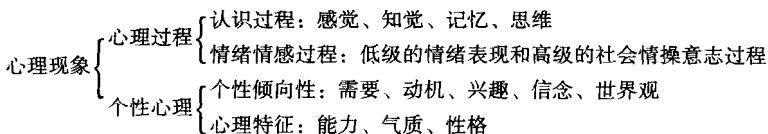


图1-1 心理现象的构成

人的心理活动过程是多种多样的，它们之间的关系也是非常复杂的。感觉、知觉、记忆、想象、思维都属于对客观事物的认识活动，是为了弄清客观事物的性质和规律而产生

的心理活动,这种心理活动在心理学上统称为认识过程。

人在认识客观事物时,并非是无动于衷的,常常会产生满意或不满意,愉快或不愉快等态度体验,这就是心理学上的情绪情感过程。

人不仅能认识客观事物,对它产生一定的感受,而且人能够根据自己的认识确定行动目的,拟订行动计划和步骤,克服各种困难,将计划付诸于行动,这种自觉地确定目标并力求实现的心理过程,就是意志过程。

所有这些有关认识、情感、意志过程的心理现象统称为心理过程。心理过程是心理学研究对象的一部分。认识、情感、意志这三个心理过程是互相联系、互相促进、相互统一的。

由于每个人的先天因素不同,生活条件不同,所受的教育影响不同,所从事的实践活动不同,因此,心理过程在每个人身上总是带有个人特征,这样就形成了各不相同的个性心理。其中包括每个人不同的个性倾向性(包括动机、兴趣、理想、信念、世界观等)和个性心理特征(能力、气质和性格等)。

心理过程和个性心理这两个方面是密切联系的。首先,个性心理是在人的长期心理活动过程中形成和发展起来的,同时也在当前心理活动过程中表现出来。其次,已经形成的个性心理,对人的当前的心理过程和结果又有深刻的影响。所以,要全面深入了解人的心理现象,必须把心理过程和个性心理结合起来进行研究。

二、旅游心理学形成的条件

旅游心理学形成的条件,一方面是心理科学的发展为旅游心理学的形成和发展提供了理论和方法;另一方面是市场经济的发展,尤其是旅游业自身的发展,对旅游心理学的形成和发展提出了客观要求。

旅游和人的心理活动密不可分,人们从事旅游活动是在心理活动的驱使下进行的。所有的旅游活动都源自人的心理,心理是行为的原动力。

旅游业是服务行业,只有符合游客需要的服务才被游客所接受。从旅游者的需要来看,游客已不仅仅满足于沿袭已久的服务项目,需要不断地受到新的刺激。从旅游者的数量和质量来看,旅游者的人数不断增多,而且,旅游者的文化程度不断提高、旅游经验不断丰富,这无疑对旅游业的要求越来越高。从旅游行业发展来看,市场竞争日益激烈,营销手段不断创新。必须研究旅游活动中人的心理因素,满足旅游者的个性需要,处理好旅游活动中的各种关系,提供优质服务,才能在市场竞争中取胜。

现代旅游业发展的新特点迫使人们对旅游业发展规律进行全方位的、深入的理论研究,于是旅游心理学作为一门研究人在旅游活动中的行为表现及其心理活动规律的学科便应运而生。

旅游心理学产生于20世纪70年代末,最早散见于一些学者在报刊上发表的关于旅游中的心理学问题研究的文章。1981年,美国CBI公司出版了由佛罗里达中心大学老迪克·波普旅游研究所所长小爱德华·J·梅奥和商业管理学院副院长兰斯·P·贾维斯编著的《旅游心理学》。该书第一次从行为科学角度考察旅游活动和旅游业,从心理学角度分析研究旅游者的旅游行为,揭开了旅游心理学研究的序幕。日本等一些国家的学者也相继开展了旅游心理学的研究。旅游心理学在我国正处于开创时期。20世纪80年代初以来,我国旅游心理学领域的专家、学者经过不断探索,先后有一些教材及专著问世,在吸收、借鉴

国外理论的同时,注意结合中国国情和我国旅游业发展的实际,为我国旅游心理学的发展奠定了基础。

第二节 旅游心理学的研究对象和内容

旅游行为是旅游者在其一列心理活动的支配下产生的异地探险、调换环境、改变生活体验和认识世界的行为,是旅游心理的外部表现。旅游心理学就是研究与旅游现象有关的人的心理活动及其规律的学科。

一、旅游心理学的研究对象

狭义的旅游心理学,只研究旅游者即旅游行为主体的心理;广义的旅游心理学则不仅研究旅游者的心理,而且研究旅游业开发、经营与管理的心理依据。

旅游心理学一方面研究旅游者的心理活动及其规律,解释人们为什么旅游、影响人们旅游决策的因素是什么,以及这些决策如何作出的;另一方面研究为旅游者服务的旅游企业的管理心理,即探讨旅游企业中个体、群体、领导、组织的心理活动规律,说明如何通过调整人际关系、激励动机、提高领导水平和领导艺术、增强组织凝聚力等手段,来协调人际关系,以提高旅游企业的管理水平,使之最大限度地满足旅游者的需求。

总之,旅游心理学是心理学的分支学科,是研究旅游活动中人的心理活动和心理现象产生及发展规律的学科。

二、旅游心理学的内容

从旅游心理学的内容来看,主要包括以下几个方面。

(一) 研究旅游者心理

旅游者作为人群中的个体,必然具有人类的某些共有特质。旅游者心理活动是旅游者在旅游活动过程中对旅游刺激物的反映活动,是人脑所具有的特殊功能和复杂的活动方式。它处于内在的隐蔽状态,不具有可以直接观察的现象形态,因而无法从外部直接了解。但是心理活动可以支配人的行为,人的行为又反映了人的心理特点。旅游者在一系列心理活动支配下,为实现预定旅游活动目标而作出各种反应、动作、活动和行动。这些反应活动包括旅游知觉、旅游动机、旅游态度、旅游学习、旅游活动中的情绪情感、旅游者人格、旅游审美心理等。作为旅游活动的主体——旅游者的这些心理活动与行为是旅游心理学研究的主要内容。

(二) 研究旅游工作者心理

旅游服务工作具有工作时间长、体力脑力负荷量大、突发事件多、心理压力大、工作要求高、与旅游者处于互动关系中等特点。旅游工作者的心理素质、工作效率和工作技术直接关系到旅游服务质量、旅游者的心理感受、旅游产品创新等方面。因此,旅游心理学要研究酒店(包括前厅、客房、餐厅)及商场管理与服务工作者、交通管理与服务工作者、景区管理者、旅行社管理者、导游人员等在内的旅游工作者的心理活动特点、应具备的心理品质以及怎样锻炼和培养良好的心理品质、如何维护旅游工作者的心理健康、如何

提高员工心理健康水平,探究旅游工作者疲劳心理的种类及原因、心理疲劳的表现、心理疲劳的生理学研究及心理学因素、心理疲劳的预防和消除,这些内容都是旅游心理学关注的问题。

(三) 研究旅游服务心理

旅游心理学将从旅游服务工作的角度出发,探讨旅游业服务对象的特点及其心理需求,对旅游者的服务需求心理进行剖析,研究客我交往过程中的心理特点,针对游客投诉心理采取相关解决措施。

(四) 旅游管理心理

旅游心理学虽然没有专门研究管理,但它的研究内容要涉及管理心理。旅游业服务质量的提高和工作成败的关键,在于科学的管理。旅游心理学研究如何遵循人的心理和行为方面的特点而采取有效的管理措施,调动员工的工作积极性、创造性,以实现组织目标。从组织行为学角度研究旅游企业中个体行为、团体行为、领导行为的特点,调节和控制组织中的人际关系,从而发挥管理的最佳效能。

(五) 研究旅游地居民心理

旅游地居民心理指旅游地居民因其居住地作为旅游地后,与旅游者的人际互动中出现的心理现象。这种心理是动态变化的,而非静止不动的。它会随着旅游地的外部环境以及旅游地居民内在认知等各方面的变化而发生变化。通过研究旅游地居民心理的影响因素、旅游地居民的分类等问题,有助于正确处理旅游地居民、旅游者、旅游开发商以及政府部门之间的关系。

(六) 研究旅游活动中的人际关系

在旅游活动中,会形成各种人际互动关系。个体之间的关系包括旅游者之间的关系、旅游者与旅游工作者的关系、旅游工作者之间的关系、旅游者与目的地居民之间的关系等。群体之间的关系包括旅游消费者与旅游企业之间的关系、目的地居民与当地政府之间的关系、开发商与目的地居民之间的关系、旅游企业之间的关系等。各种人际关系所产生的心理因素,以不易觉察的方式对旅游活动的效果造成重大的影响。在这种复杂的人际环境中要能妥善而巧妙地处理好人际关系,给旅游者以积极、良好的心理影响,这是旅游心理学研究中不可缺少的重要论题。

(七) 研究旅游资源开发中的心理问题

从分析旅游者对旅游产品的开发及设施建造的需求入手,研究旅游者的心理需求与旅游资源开发、旅游景区规划和旅游设施设计等问题可以更好地满足旅游者的需求。研究运用旅游心理学原理精心设计和安排旅游设施、创新开发旅游资源、合理组合旅游产品,可以使旅游企业在市场竞争中获得优势。

第三节 旅游心理学的研究方法和意义

一、旅游心理学的研究方法

旅游心理学是一门应用性学科,它的研究对象是旅游活动中活生生的人。这一特点要求

理论联系实际。一方面要掌握心理学的基础理论,另一方面要研究旅游现象及旅游业的特点。

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,旅游心理学是心理学的分支学科,其研究方法也具有此类特点。由于旅游心理学的主要研究对象是旅游者,其特点表现在空间上的流动性、时间上的短暂性与构成上的复杂性。因此,在研究方法上旅游心理学又与普通心理学有不同之处。

(一) 观察法

观察研究法是在自然情况下,有计划、有目的、有系统地直接观察被研究者的外部表现,了解其心理活动,进而分析其心理活动规律的一种方法。观察法应在自然条件下进行,研究者不应去控制或改变有关条件。否则,被试者行为表现的客观性将受到影响。观察法的优点在于能保持被观察者心理及行为的自然性和客观性,所得材料客观可靠;缺点是由于研究者处于被动地位,只能消极地等待其所需要的现象发生,对所观察到的现象不易作定量分析。

(二) 案例法

案例研究法是研究者深入旅游业,对旅游企业、旅游者以及旅游工作人员进行全面的、较长时间的、连续的观察、调查、了解,研究其心理发展的全过程,在掌握各方面资料的基础上进行分析整理,得出结果。使用案例研究法得到的结果对教学、科研以及指导旅游实际工作都有很大意义,它可以使人们通过典型的案例了解旅游活动中人的心理、行为及其发展规律。

(三) 调查法

调查研究法就是对那些不可能深入了解的心理现象通过调查、访问、谈话、问卷等方法搜集有关资料,间接了解被试者心理和行为的一种方法。调查法主要包括访谈法、问卷法、材料分析法等。

问卷法指在通过对一组具有代表性的样本采取问卷调查的形式收集研究所需的资料。根据调查所需资料和条件的不同,可以区分出人工操作调查(由调查者提出问题并记录答案)、计算机操作调查(计算机技术在整个调查中发挥重要作用)和自我管理调查(由被调查者阅读问卷并直接将答案写在问卷上)。在实际调查时,研究人员还可以采用拦截访问、办公室访问、电话访问、集中电话访问、计算机辅助电话访问、全电脑化访问、小组自我管理调查、留填问卷调查、邮寄调查等具体调查技术来获得第一手的资料。

访谈法是通过一个经过训练的访问者,针对某一论点以一对一的方式提出一系列探究性问题,用以得知被访问者对某事的看法,或为什么作出某种行为。可在被访问者家中或有可能在一个集中的访问地点进行,目的是获得不受限制的评论或意见,并进行提问,帮助研究者更好地理解这些想法的不同方面和原因。访谈法在理解个人是如何作出决定旅游的、对旅游产品的评价以及旅游者生活中的情绪和个人倾向,尤为有用。

(四) 测量法

测量研究法是指使用测量工具对具有某一属性的对象给出可资比较的数值而采取的方法。心理学的研究表明,通过一些心理测试量表,可以测试出被试者有关的心理品质,这种方法被称为心理测试,是测量法中的一类重要方法。这一方法往往用在对旅游从业人员的心理测试上,用以研究员工的心理品质与服务行为的关系,对研究旅游管理心理

具有积极作用。采用标准化的心理测验量表或精密的测量仪器,对有关心理品质或行为进行测定、分析的方法,如能力测验、性格测验、人才测评等,都是旅游心理学研究中常用的方法。

(五) 实验法

实验研究法是有目的地严格控制或创造一定条件来引起某种心理现象以进行研究的方法。可分为实验室实验法和自然实验法两种。

实验室实验法通常是在实验室内借助各种仪器进行的,它较多地运用于对心理过程的研究和对心理现象的生理机制的研究。

自然实验法是由实验者有目的地创造一些条件在比较自然的情况下进行的。它既可以用于一些比较简单的旅游心理现象,又可以用于研究旅游者和旅游工作者的个性特征。自然实验法在真实的环境中进行,研究者在旅游活动中有目的、有计划地适当控制某些条件,在被试者没有觉察的情况下,记录他们的行动并分析其心理状态。

二、旅游心理学的研究意义

旅游业是朝阳产业,也是国民经济中的一个重要的支柱产业。旅游业的飞速发展,对旅游心理学的研究提出了越来越高的要求。

(一) 有助于创新旅游产品

同大多数产业的产品相比,旅游产品具有明显不同的特性,即无形性、生产与消费的同时性、不可储存性、季节性、独特性和互补性,还具有心理性。

第一,研究旅游心理学有助于旅游业提供满足旅游者现实和潜在需求的旅游产品。

旅游企业只有把握当前的旅游市场需求才能把握住潜在的旅游需求,就能把握住人们未来的需求,甚至可以引导人们的旅游需求。旅游心理的研究会给旅游企业提供把握旅游需求的理论依据,给旅游企业打开旅游产品创新的思路。

第二,研究旅游心理学有助于为旅游者提供丰富多彩的旅游体验。

旅游的终极产品是一次体验、一种经历、一种印象、一次享受……旅游产品的核心在于体验。旅游者在旅游活动中,获得的旅游收获与旅游享受是一种无形的体验。旅游产品的特征决定了旅游者只能获得体验,当代旅游消费的文化特征使得旅游者只求获得体验。旅游产品的设计必须针对旅游体验给予更多的关注,使之能够满足旅游者的需要、需求与期望。旅游心理学能够为旅游体验提供理论依据,旅游体验项目的设计可以从旅游者知觉、旅游动机、旅游态度,以及旅游者人格、学习、旅游活动中的情绪情感、旅游活动中的人际关系等理论知识中获得理论上的指导和启迪。

(二) 有助于提高旅游服务质量

第一,研究旅游心理学有助于提高顾客满意度。

人类从重视生理需要的满足转向重视心理需要的满足,使得旅游业的发展适应了这种转变。旅游者一般不只是为了满足低层次的需要,而更多是为了获得尊重、友谊等高层次的需要。旅游者更看重的是服务质量、富有人情味的接待。因此,旅游是友谊、尊重、理解和美感交织在一起的一种人生享受。通过对旅游者心理活动的分析研究,为旅游工作透过现象深入地了解旅游者,更好地满足其需要提供了理论依据。