



高职高专“十一五”规划教材·经济管理类

旅游心理学

花菊香 主编



冶金工业出版社
www.cnmp.com.cn

高职高专“十一五”规划教材·经管类

旅游心理学

主 编 花菊香

副主编 司艳宇 智恒勤

北 京
冶 金 工 业 出 版 社
2008

内 容 简 介

本书是高职高专旅游管理专业“十一五”规划教材之一。本书针对高职高专人才培养目标的要求,结合高职高专学生的特点,注重知识的系统性、准确性和实用性。在内容的安排上,运用心理学的原理和规律,系统地介绍了旅游者的知觉、情绪与情感、需要与动机、态度、个性、社会心理,以及不同的旅游消费活动中旅游者的心理特点及相应的接待技巧,本书比较全面地分析、阐述了旅游心理学在旅游业中的应用。

本书内容丰富,案例典型生动,具有较强的实用性,不但适合学生阅读,也可以作为自学者的参考用书和旅游从业人员的培训教材。

图书在版编目(CIP)数据

旅游心理学/花菊香主编. —北京:冶金工业出版社, 2008.6
ISBN 978-7-5024-4668-0

I.旅… II.花… III. 旅游心理学—高等学校:技术学校—教材 IV.F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 097437 号

出 版 人 曹胜利

地 址 北京北河沿大街嵩祝院北巷 39 号, 邮编 100009

电 话 (010)64027926 电子信箱 postmaster@cnmip.com.cn

责任编辑 刘 源

ISBN 978-7-5024-4668-0

北京天正元印务有限公司印刷;冶金工业出版社发行;各地新华书店经销

2008 年 6 月第 1 版, 2008 年 6 月第 1 次印刷

787mm×1092mm 1/16; 12.75 印张; 286 千字; 198 页; 1-3000 册

26.00 元

冶金工业出版社发行部 电话: (010)64044283 传真: (010)64027893

冶金书店 地址: 北京东四西大街 46 号(100711) 电话: (010)65289081

(本书如有印装质量问题, 本社发行部负责退换)

前 言

随着旅游业的迅速发展及国外旅游企业的不断进入，旅游企业的竞争更加激烈，旅游大众化的特点越来越明显，对旅游企业及其从业人员的要求也越来越高。因此，探索旅游服务中的心理问题，研究旅游者的情绪与情感、需要与动机、个性、气质特征，揭示人们旅游的内在动力，有助于深刻理解人们的旅游行为，把握旅游决策的本质与规律，从而取得良好的服务成效。这对旅游资源的开发、旅游产品的设计、旅游市场的开拓和做好旅游服务工作有着十分重要的意义。

旅游心理学是旅游管理专业的基础课，也是心理学的一个应用分支学科。它将心理学的原则和理论应用于旅游实践活动，重点研究旅游者的心理和行为规律，分析旅游工作中的心理因素，为提高旅游业的服务质量、正确调整旅游活动中的人际关系、更好地满足旅游者的需要提供理论依据。

本书是高职高专旅游管理专业规划教材之一。本书针对高职高专人才培养目标的要求，结合高职高专学生的特点，注重知识的系统性、准确性和实用性。在内容上力求难易适度，条理清楚。本书基础内容包括旅游者心理、旅游服务心理和旅游管理心理 3 个方面。本书的编写具有两个显著的特点：一是注重学科理论的阐述分析，通过大量的图表、案例和补充阅读资料，从心理学基本原理出发，研究并分析旅游活动中的问题，力图做到深入浅出，既有理论深度，又有实用价值；二是选择不同的旅游服务活动中丰富典型的案例进行分析，既增加了教材的可读性，又增加了教材的实用性。为帮助学习者进一步地理解和巩固所学知识，本书还在每章后面设有案例分析和复习思考题，通过学练结合，使学生学有所获、学以致用。

本书由花菊香任主编，司艳宇、智恒勤任副主编，武国强、张颖霞、宋莎莎参加编写。本书在编写的过程中参考了不少专家、学者有关旅游心理学方面的理论成果，在此表示深深感谢。

由于编者水平所限，书中如有不足之处敬请使用本书的师生与读者批评指正，以便修订时改进。如读者在使用本书的过程中有其他意见或建议，恳请向编者(bjzhangxf@126.com)踊跃提出宝贵意见。

编 者

目 录

第一章 绪论	1	第四章 旅游态度与旅游行为	54
第一节 心理学概述	1	第一节 旅游态度概述	54
一、心理学的概念	1	一、态度的概念与构成	54
二、心理学的研究任务	1	二、态度的特性与功能	55
三、心理学的发展与主要流派	2	三、态度的形成	57
四、旅游与心理学	3	第二节 旅游态度与行为	61
第二节 旅游心理学概述	5	一、影响旅游者态度转变的因素	61
一、旅游心理学的概念及		二、态度对旅游决策形成的影响	62
研究对象	5	三、旅游者态度的改变	64
二、旅游心理学的研究方法	6	本章小结	68
三、旅游心理学的研究意义	8	重点概念	68
本章小结	9	案例分析	68
重点概念	9	复习思考题	68
案例分析	9	第五章 旅游者的个性	70
复习思考题	10	第一节 个性概述	70
第二章 旅游知觉	11	一、个性的概念与特征	70
第一节 旅游感觉和知觉概述	11	二、影响个性形成和发展的因素	71
一、旅游感觉和知觉的概念	11	第二节 气质、性格、生活方式与	
二、旅游知觉的特性	15	旅游行为	74
三、影响旅游知觉的因素	19	一、气质与旅游倾向	74
第二节 旅游者对旅游条件的知觉	24	二、性格与旅游倾向	78
一、旅游者对旅游时空的知觉	24	三、性格与气质的关系	83
二、旅游者对旅游交通的知觉	25	四、生活方式与旅游行为	84
三、旅游者对旅游目的地的知觉	26	本章小结	86
第三节 旅游者对旅游活动中的		重点概念	88
社会知觉	27	案例分析	88
一、对自我的知觉	27	复习思考题	89
二、对他人的知觉	28	第六章 旅游者的情绪与情感	90
三、对人际关系的知觉	29	第一节 情绪与情感概述	90
四、影响社会知觉的心理因素	30	一、情绪与情感的概念、	
本章小结	32	区别与联系	90
重点概念	32	二、情绪与情感分类	92
案例分析	33	三、情绪理论	97
复习思考题	33	四、情绪劳动	99
第三章 旅游需要与动机	34	五、情绪表现	100
第一节 旅游需要	34	第二节 旅游者的情绪情感	102
一、需要概述	34	一、旅游者情绪情感的特点	102
二、旅游者的需要	38	二、影响旅游者情绪与	
第二节 旅游动机	43	情感的因素	104
一、动机概述	43	三、激发旅游者的情绪与情感	105
二、旅游动机的产生条件	45	本章小结	108
三、旅游动机的激发	50	重点概念	108
本章小结	52	案例分析	108
重点概念	52	复习思考题	109
案例分析	52	第七章 社会群体与旅游行为	110
复习思考题	53		

第一节 社会群体对旅游行为的影响	110	二、旅行社服务过程中的 服务心理	154
一、群体的含义与分类	110	本章小结	156
二、群体对个体的影响	112	重点概念	156
三、群体的心理效应	113	案例分析	156
第二节 家庭与旅游行为	115	复习思考题	157
一、家庭作为旅游者的行为特点	115	第十章 旅游其他服务心理	158
二、家庭旅游的决策	117	第一节 旅游交通服务心理	158
三、家庭结构对旅游行为的影响	117	一、游客对旅游交通的基本 心理需求	158
四、家庭收入对旅游行为的影响	119	二、旅途中游客的心理和行为	159
五、家庭消费观念对旅游 行为的影响	120	三、旅游交通服务的心理策略	159
第三节 几种典型群体的旅游 行为特征	120	第二节 旅游景区服务心理	161
一、少年儿童群体的旅游 行为特征	120	一、旅游者对景区服务的 心理需求	162
二、中青年群体的旅游行为特征	121	二、景区服务的心理策略	163
三、老年群体的旅游行为特征	123	第三节 旅游购物服务心理	164
四、农民群体的旅游行为特征	123	一、旅游者对购物服务的 心理需求	164
本章小结	125	二、旅游者对旅游商品的 心理需求	165
重点概念	125	三、旅游购物服务的心理策略	167
案例分析	125	第四节 旅游投诉心理	171
复习思考题	126	一、游客投诉的心理原因	171
第八章 酒店服务心理	128	二、游客投诉时的心理表现	172
第一节 旅游者对酒店的需求心理	128	三、处理游客投诉的心理策略	173
一、方便	128	本章小结	173
二、安全	128	重点概念	174
三、卫生	128	案例分析	174
四、安静	129	复习思考题	174
五、公平	129	第十一章 旅游企业管理心理	176
第二节 前厅服务心理	130	第一节 旅游企业员工个体差异 与管理	176
一、旅游者对前厅服务的一般 心理需求	130	一、能力差异与管理	176
二、怎样做好前厅服务工作	131	二、气质差异与管理	178
第三节 客房服务心理	134	三、性格差异与管理	178
一、旅游者对客房服务的主要 心理需求	134	第二节 激励理论	179
二、怎样做好客房服务工作	134	一、动机的激发	179
第四节 餐厅服务心理	136	二、激励理论	180
一、旅游者对餐厅服务的主要 心理需求	137	三、激励方式	181
二、怎样做好餐厅服务工作	138	第三节 旅游企业群体心理与管理	186
本章小结	140	一、群体概述	186
重点概念	141	二、人际关系在企业中的作用	187
案例分析	141	三、改善人际关系的途径和方法	189
复习思考题	142	四、旅游企业家领导风格与 领导艺术	191
第九章 导游服务心理与旅行社 服务心理	143	本章小结	195
第一节 导游服务心理	143	重点概念	196
一、导游的心理特征	143	案例分析	196
二、导游对旅游者的心理影响	146	复习思考题	196
三、导游服务的心理策略	148	参考文献	198
第二节 旅行社服务心理	153		
一、旅游者对旅行社服务的 心理需求	153		

第一章 绪 论

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、有关原理和研究方法等,运用到了解、分析旅游这一现象上来而产生的。旅游心理学属于应用心理学的一部分,是心理学基本原理在旅游领域的应用,其研究和发展是建立在以往心理学已形成的基础理论之上的。因此,要开展旅游心理学的研究,首先应对心理学有基本的了解和认识。

第一节 心理学概述

心理学是研究人的心理现象及其基本规律的科学。心理现象与每一个人息息相关。人们无论从事什么活动,都伴随着各种心理现象。这些心理现象可概括为心理过程和个性心理两大类,因此可以从心理过程和个性心理的角度来分析和研究旅游者的心理,从而更好地为旅游者服务。

一、心理学的概念

心理现象是指人的感觉、知觉、记忆、思维、想象、情感、意志、能力、气质和性格等。

早在 2000 多年以前,人们就开始探索自身心理活动的规律。2000 多年前,中国古代和古希腊的哲学家、思想家的著作中就含有丰富的心理学思想。例如,孔子提出的有关因材施教的观点,是世界上最早的渗透心理学思想的教育原则;亚里士多德所著的《论灵魂》一书,对人的心理现象及其发展规律作了系统论述,是西方最早的研究人类心理现象的著作。但他们对人类的本性、本能、心灵、感觉和意识等问题的讨论主要是从哲学的角度进行探究,因此很长时期内心理学一直被包括在哲学之中。

1879 年,德国心理学家冯特在莱比锡大学建立了世界上第一个心理学实验室,这被公认为是心理学成为一门独立学科的标志。作为一门独立的学科,心理学的产生只有 100 多年的历史,但它已形成独特的研究对象和广泛的应用范围。心理学分为理论心理学和应用心理学两大研究领域。

二、心理学的研究任务

人的心理现象是非常复杂的。心理学把个人身上所发生的心理现象分成心理动力、心理过程、心理状态和心理特征 4 个方面。

(一)心理动力

心理动力是指决定个体对现实世界的认知态度和对活动对象的选择与偏向的心理现象系统。它主要包括动机、需要、兴趣和世界观等心理成分。

人的一切活动,无论简单的还是复杂的,都是在某种内部驱动力的推动下完成的。这种引起并维持个体活动,并使之向一定目标和方向进行的内在驱动力就是动机。个体在动机的作用下,产生行为并使其指向一定目标,在行为进行过程中不断调节行为的强度、持续的时间和方向,使个体最终达到预定目标。

动机的内在心理基础是需要,需要是个体缺乏某种东西的一种主观状态,它是客观需求的反映,这种客观需求既包括人体内的生理需求,也包括外部的社会需求。兴趣是一种对事物进行深入认知的需要,是需要的体现。世界观则对人的需要进行调节和控制,并由此确定个体对客观世界的总体看法与基本态度。

(二)心理过程

人的心理是一种动态的活动过程,即人脑对客观现实的反映过程,它包括认识过程、情感过程

和意志过程。

认识过程是人通过感觉、知觉、记忆、思维等形式反映客观事物的特性、联系或关系的过程。人在认识客观世界的时候,对待所认识的客观事物总是保持一定的态度,人对这种态度的体验就是情绪和情感。意志是人自觉地确定目的,并根据目的调节和支配自己的行动,克服困难以实现预定目的的心理过程。

认识、情感、意志等心理活动都被称为心理过程。在现实生活中,个体的认知、情感和意志活动并非彼此孤立活动的,它们是紧密联系、相互作用的。探讨心理过程产生和活动的规律及它们之间的联系和关系,是普通心理学研究内容的一部分。

(三)心理状态

心理状态是指心理活动在一段时间里出现的相对稳定的持续状态。它既不像心理过程那样变动不羁,也不像心理特征那样稳定持久。例如,在感知活动时可能会出现聚精会神或漫不经心的状态;在思维活动时可能会出现灵感或刻板状态;在情绪活动时可能会产生某种心境、激情或应激的状态;在意志活动时可能会出现犹豫或果敢的状态等。事实上,人的心理活动总是在睡眠状态、觉醒状态或注意状态下展开的,这些不同的心理状态体现着主体的心理激活程度和脑功能的活动水平。

(四)心理特征

心理特征就是人在认知、情绪和意志活动中形成的那些稳固而经常出现的意识特性,主要包括能力、性格和气质。

能力是人顺利完成某种活动所必须具备的心理特征,体现个体活动效率的潜在可能性与现实性。例如,从事某些工作时,有人善于概括,有人善于分析;有人记忆力强,有人记忆力差;有人思维灵活迅速,有人思维呆板迟钝。

性格是表现在个人对现实的态度和行为方式中的较为稳定而又有核心意义的心理特征,它是一个人心理面貌本质属性的独特结合,是人与人相互区别的重要方面。对待事物的不同态度和不同行为方式,反映了人们性格特征的不同,并且,这种不同是相对稳定的。

气质是表现在人的心理活动和行为的动力方面的特征,如速度与强度的特点、稳定性的特点和指向性的特点等。例如,在人的日常活动和交往中,有的人精力充沛、动作敏捷;有的人无精打采、动作迟缓;有的人活泼急躁,有的人沉静稳重;有的人情绪稳定而内向,有的人情绪容易波动而外向。这些差异就属于气质方面的特征。

人的气质虽然千差万别,但事实和学者们的研究都表明,在人群中有几种典型的气质类型。关于气质类型的划分,古今中外流派很多,其中比较流行的是古希腊医生希波克拉特的“体液说”。希波克拉特根据每种体液在人体内占优势的情况,把人的气质分为4种不同的类型:多血质、胆汁质、黏液质和抑郁质。

三、心理学的发展与主要流派

任何学科都有一个产生和发展的过程,心理学也同样如此。

(一)心理学的发展

19世纪以来,自然科学得到迅速的发展,特别是生物学、生理学等学科的发展积累了大量关于人体的知识。自然科学的突飞猛进,启发了人们的思维,刺激了人们寻找研究心理的新方法。德国生理学家、哲学家威廉·冯特在吸收前人成果的基础上,于1879年在德国莱比锡大学建立了世界上第一个心理学实验室,并主持开展了对感觉、知觉、情感等系统的研究。自此,心理学才真正脱离哲学而成为一门独立的实验科学。

作为一门独立学科,心理学的产生只有100多年的历史,但它独特的研究对象和广阔的应用范围,赋予它强大的生命力和无限的发展前景。心理学在越来越多的领域得到广泛应用。由于心理学研究人的心理活动规律,而任何领域的实践活动都是人的活动,人的活动又都是在心理的调节支配下完成的,因此可以说,任何领域都离不开对心理学的应用。因为只有掌握了心理活动规律,才能根据实践活动的需要,促进、控制或改造某些心理活动的形成和发展,以提高人的实践活动效率。

目前,心理学已被广泛地应用于国防、教育、体育、医疗卫生、司法机构、工商企业、社会服务等各个部门,形成了以普通心理学为主干的、具有多个分支的学科体系。

(二)现代心理学的三大学派

现代心理学的历史不长,流派却很多,其中最著名的是西方心理学的三大流派,即弗洛伊德的精神分析心理学、华生创立的行为主义心理学和以马斯洛为代表的人本主义心理学。

1. 精神分析心理学

奥地利心理学家弗洛伊德是从心理治疗起家的,他是心理治疗中精神分析学派的创始人。他认为心理上的病态是人的本能冲动被压抑的结果。当一个人觉得自己的冲动严重地违背了“做人的原则”时,他就会压抑这些冲动。压抑的结果是:虽然再也意识不到这些冲动,并且已经可以心安理得地相信自己“没有”这些冲动,但这些冲动依然存在于意识不到的内心深处。他认为,这种“冲动”与“对冲动的压抑”之间的冲突,就是导致心理失衡的病因。他还发现,病人的那些被压抑的冲动,往往会有所改变地表现在他们的梦境中,他认为治疗者应该通过深入的分析去破译梦的含义。1900年,他正式出版了自己的第一本最有影响的著作《梦的解析》(有的也译为《释梦》),同年他又着手编写《日常生活的心理分析》,把对病人的研究扩大为对一般正常人的研究。

弗洛伊德认为推动人们去做各种事情的“原动力”是那些人与动物共有的本能欲望的冲动,其中主要是“性冲动”和“攻击的冲动”。人按本性来说,总是想不择手段地为所欲为,但社会不允许人这样做。他并不主张放纵,相反的,他认为对人的本能加以控制是完全必要的。如果人类放纵自己,必将自取灭亡。但他所从事的心理治疗又使他认为,一味地压抑人的本能冲动不仅会使人生活得不痛快,而且会使人生病,所以也是不行的。总之,他认为可取的办法既不是放纵,也不是压抑,而是“升华”,即把原本用于做坏事的心理能量用来做好事。人类的命运就取决于人类的文化能在何种程度上使人的本能得到升华。

2. 行为主义心理学

行为主义心理学在20世纪初产生于美国,其创始人是华生。他反对研究意识,而把人和动物的行为作为研究对象。他从人和动物的行为中找到的基本因素是刺激和反应,并断言“我们能将我们的一切心理学问题及其解决,都纳之于刺激和反应的规范中”。“刺激—反应”公式就成为行为心理学的基本公式。

在—批“新行为主义”心理学家中,最著名的是创立“强化学说”的斯金纳。他认为通过动物实验也能揭示人的行为规律,因为人和动物的行为服从于同样的规律。最重要的问题不在于各种各样的行为是由什么样的刺激引起的,而在于已经出现的行为有的能巩固下来,有的则不能。他用大量实验证明,已经表现出来的行为因为得到奖励而增加它重复出现的可能性,也就是说奖励能强化已经出现的行为。

3. 人本主义心理学

美国的马斯洛等人本主义心理学家认为,对于人来说,最本质也是最宝贵的东西不是人与动物共有的那些本能,而是那些动物所没有的,只有人才有的潜能。1954年他所著的《动机与人格》一书问世,提出了需要层次理论,认为所谓自我实现是通过发挥人的潜能来实现人的价值。

马斯洛所说的人所特有的潜能,如爱的潜能、创造的潜能,都是善的,而不像弗洛伊德所说人的本能是恶的,但人的潜能与人的动物本能相比要软弱得多,它们只有在良好的环境条件下,才能由潜在的可能性变为现实,在恶劣的环境中,是很容易被摧残的。理想的社会就是能使人的潜能得到充分实现的社会。

20世纪50年代末,马斯洛与弗洛姆、罗杰斯等共同发起并于1962年成立了“人本主义心理学会”,他们所确定的人本主义心理学的基本原则之一是“心理学应该关心人的尊严和人的提高”。

四、旅游与心理学

(一)世界旅游业的发展

现代旅游作为一种广泛的社会现象自19世纪中期出现以来,已经走过了一个半世纪还要多的历程。据世界旅游组织(WTO)预测:在2000—2020年期间,全球国际旅游人次的年均增长率将为

43%，全球国际旅游收入的年均增长率将为 67%。到 2020 年，全世界国际旅游活动的规模将达到 16 亿人次；全世界国际旅游收入将超过 1 万亿美元。到 2020 年，包括各国国内旅游在内的全世界旅游活动的总体规模将达到 160 亿人次，全世界旅游收入总额将达到 70 000 亿~80 000 亿美元。

中国旅游业 20 世纪 70 年代末才开始发展，在 20 多年的时间里，中国已从一个旅游资源大国发展成为亚洲旅游大国，正在向世界旅游强国迈进。25 年来，我国入境旅游人次和旅游收入的年均增长速度一直保持在 10% 以上，超过同期旅游业发达国家的增长速度。经过二十多年的发展，旅游业已成为中国第三产业中最有活力和最具潜力的新兴产业，将成为中国国民经济新的增长点。在很多地方，旅游业还成为拉动地方经济发展的支柱产业、优势产业或先导产业。旅游业在中国国民经济中的地位不断得到提升。

（二）旅游业的发展需要心理学

旅游业是一个新的行业，人们对于旅游业的认识也经过了一个不断深化的历程。在 1978 年以前，旅游业被当作一个文化事业来看待；1978 年以后，旅游业被逐步认为是一个经济产业。旅游业与其他产业相比，旅游业具有很强的特殊性。

1. 旅游业的工作对象是人

旅游是人类社会的一项活动。古代只有少数人去从事这项活动。旅行者是为了政治、军事、宗教、经商、探险等需要外出旅行。如我国西汉的张骞，唐代的玄奘和鉴真和尚，西方的马可·波罗都是历史上著名的旅行家。那时的旅行条件非常艰苦，交通不便，住舍简陋，还没有形成成为旅游服务的行业。

旅游作为一种服务性的行业却是近代才出现的。随着经济和文化的发展，科学技术的进步、人类的物质和精神需求相应达到了新的水平。现代交通工具的出现大大缩短了时间和空间的距离，现代饭店业的发展极大地改善了人们外出旅游的食宿条件，为旅游的发展提供了便利，使越来越多的人有条件、有可能参加旅游活动。旅游人数的大量增加，促使了一种新行业的问世，那就是为旅游者提供各种服务的旅游业。

旅游业的性质决定了当它出现于人类社会时，就围绕着其如何更好地为旅游者服务这一根本问题开辟了自己的道路。从事这一行业的经营者、服务者总是以通过招徕、接待旅游者，组织旅游活动，为旅游者提供食、宿、行、游、购、娱等优质服务并取得赢利为其宗旨。旅游者也因经营者为其提供安全、方便、舒适和愉快的服务而获得生理和心理上的满足。因此，旅游业的工作对象不同于工农业等物质生产的产品，而是有血有肉的活生生的人，是来自四面八方的、形形色色的、具有不同心理过程和不同个性心理的旅游者。

旅游业的经营者和服务者只有懂得旅游工作的特殊性，了解旅游者的心理特点，才能为自己的工作对象提供优质的服务，才能显示旅游业强大的生命力。

2. 旅游业的发展需要心理学

心理学是一门研究人的心理现象及其规律的科学，旅游业的工作对象也就是心理学的研究对象，两者之间的密切联系，能有效地促进旅游业的发展。

随着世界经济的发展和人们生活水平的提高，旅游已经成为人们休闲度假的主要选择方式之一。旅游业也已经成为一些国家和地区国民经济的重要组成部分。旅游业的发展是这些国家和地区繁荣经济、赚取外汇、解决就业问题的重要渠道，同时也是各国、各地区人民之间友好往来的重要途径。但世界各国、各地区旅游业的发展是不平衡的，有些国家的旅游业相当发达，旅游者甚至超过了本国的人口数，在国民经济中占举足轻重的地位；有的国家则在一度兴旺后又出现衰退。其原因虽然是多方面的，但主要是心理方面的问题，如是否从各方面深入研究了旅游者的心理，然后针对旅游者的心理特点开展宣传工作，迎合旅游者的心理需求。

【补充阅读资料 1-1】

新加坡一无奇特的自然风景，二无著名的历史古迹，全国人口约 316 万。但 2004 年新加坡的入境旅游者创下 830 万人次的纪录，旅游收益达到 96 亿新加坡元。新加坡十分重视调查研究各类旅游者的心理，并采用各种方式展开宣传攻势，不遗余力地推广新加坡。

为了在中国推广新加坡，新加坡旅游局在北京、上海和香港等城市成立了办事处，负责广告和

宣传工作。新加坡政府鼓励国民使用华语,以使新加坡能够成为中国旅游者宾至如归的旅游胜地。新加坡还以低廉的飞机票价把旅游者吸引入境,然后在各方面想方设法延长旅游者的逗留时间,让旅游者多消费。如配合新加坡国庆节推出“狂欢新加坡”活动,活动期间,凡在当地旅行社报名参加在新加坡至少停留三晚的旅游线路的中国公民,前1000名将会获得新加坡旅游局送出的狂欢新加坡购物礼券一份,价值新币100元(折合人民币近500元),去新加坡最大的现代化商场——新达城购物中心尽情购物。新加坡还以高大的热带树、翠绿的草坪、盛开的鲜花、清洁的环境迎接旅游者。那里的飞禽公园、动物园和植物园更是独具匠心。新加坡以其高质量的服务,处处给旅游者以舒适、愉快的感觉。

影响旅游业的发展虽然有多种因素,如通货膨胀、石油危机和政治动乱等,但在一般情况下,人为的因素是主要的,其中包括政府和地方的积极性,旅游资源的开发和利用,旅游设施的改善,尤其是旅游服务质量的提高,无不体现着人的心理因素。又如旅游交通、食宿、游览等方面,怎样使旅游者感到舒适、满意;怎样使旅游者觉得不虚此行,对旅游留下难忘的印象,并有再次前来旅游的愿望,都需要从心理学方面去研究和探索。因此,旅游业的发展离不开心理学。

2000多年前,我国就有“仁者乐山,智者乐水”的说法,折射出人们出游的心理动机。旅游业形成之后,尤其是现代旅游业的发展,促使人们加强对旅游心理活动理论的研究,总结旅游心理规律。从实践角度看,旅游的主体是人,即旅游者和旅游从业人员,要更好地发展旅游,为旅游者提供服务,就要知己知彼,既要研究旅游者的心理,也要研究从业者的心理,于是旅游心理学便应运而生。

第二节 旅游心理学概述

一、旅游心理学的概念及研究对象

(一)旅游心理学的概念

旅游心理学属于应用心理学的分支,产生于20世纪80年代。1981年,美国CBI公司出版了由佛罗里达中心大学老迪克·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。我国旅游心理学研究开始于20世纪80年代。

旅游心理学既研究旅游主体的心理活动的规律,又研究旅游活动中人的行为规律。因此,旅游心理学是研究旅游活动中人们(旅游者、旅游从业人员)的心理活动和行为规律的科学。

(二)旅游心理学的研究对象

旅游心理学主要研究旅游消费心理、旅游服务心理和旅游企业员工心理。这三方面内容构成了旅游心理学的主体。旅游这一现象本身是一种复杂的社会、经济、文化和心理现象的综合,因而对心理规律的探讨常常不能单独进行,因为心理现象与旅游的其他方面交织在一起,通常旅游心理现象不能单独存在,所以进行这方面的研究是比较复杂并有相当难度的。

1. 旅游消费心理

人们的旅游消费行为是在其消费心理支配下发生的,因此了解旅游者消费心理的发生、发展的变化规律是非常有必要的。

人们的行为受两大因素影响,一是个性心理,二是人们所处的环境。个性心理体现出人们相互之间在心理因素上的差别。由于这种差别的影响,人们在面对相同的旅游条件时会产生不同的心理和行为反应。有的产生旅游行为,有的不产生旅游行为,有的产生这种旅游行为,有的产生那种旅游行为。

环境是影响人们行为的另一个重要因素,人们的行为往往取决于个性心理和环境二者力量的对比,以及它们之间的相互作用。因此,一方面要探讨旅游者的个性心理因素,另一方面还要探讨旅游者所处的外部环境对旅游行为的影响。探讨旅游者的旅游消费心理,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、旅游者的人格、旅游者的情感等,了解心理

因素对旅游行为的产生、旅游选择和旅游心理效果的影响。

对于旅游行业的从业者而言,了解旅游者的心理规律对正确理解并预测客人的行为有很大帮助,从而为影响和引导旅游者的行为打下基础。《孙子兵法》云:“知己知彼,百战不殆。”在今天旅游业竞争极端激烈的情况下,了解自己的工作对象是非常有价值的。

2. 旅游服务心理

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。因此,旅游服务实质上是旅游服务人员通过与旅游者之间的人际交往,帮助旅游者构造美好经历的过程。旅游业为旅游者提供的服务不是抽象的,它需要通过导游、前厅、客房、餐厅等具体环节来实现。为旅游者提供优质服务是旅游业存在和发展的宗旨。

因此旅游心理学必须研究旅游者在游览过程中,在前厅、客房、餐厅等场所的心理需求以及应采取的心理服务措施,帮助旅游服务人员迎合旅游者的心理,满足旅游者的需要,使旅游者在整个旅游活动过程中获得好的经历、好的体验和好的感受。

3. 旅游企业员工心理

旅游企业员工心理是旅游心理学的一个重要组成部分。它的研究对象主要包括两个方面:第一是研究企业员工人力资源的发展和使用问题,目的在于有效地调动员工的积极性,使员工为企业作出更大贡献;第二是研究企业人际关系问题,目的是创造一个良好的工作环境,使员工持久地保持极大的工作热情,充分发挥其主观能动性。旅游企业经营的成败取决于它的管理和服务。

旅游产品包括有形产品和无形产品两大类。其中,无形产品就是指旅游企业员工为旅游者提供的服务,它要通过旅游企业员工与旅游者进行交往来完成生产过程,这类产品质量有很大的不确定性,它的高质量生产只能依靠高素质的员工自觉完成。为了达到这个目标,旅游企业管理者就需要了解员工的心理,要把员工放在第一位,尊重员工,善待员工,充分调动员工的工作积极性,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。所以,了解旅游企业员工心理,在实施管理行为时是否做到知己知彼、有的放矢,就成为管理成败的关键。

二、旅游心理学的研究方法

旅游心理学作为心理学的应用学科,其研究方法主要来自心理学比较成熟的研究方法,只是在使用这些方法时,从旅游心理学特定的学科领域出发,有选择、有变化地使用。

(一)观察法

在自然条件下,对表现心理现象的外部活动进行有系统、有计划的观察,从中发现心理现象产生和发展的规律性,这种方法叫观察法。

心理学上的观察法分为两种。一种是在自然情景中对人或动物的行为直接观察和记录,然后进行分析,称为自然观察法。使用这种方法时一般尽量不让被观察者知道,以免他们的行为变得“不自然”。另一种是在预先设置好的情景中进行观察,称为控制观察法。在实际进行观察时,观察者可以有两种身份:一种是参与被观察者的活动,并随时将所见所闻记录下来(参与观察法),这种观察具有开放、灵活的特点。另一种是以旁观者的身份进行观察(非参与观察法),可以保持一定距离对研究对象进行比较客观的观察,操作起来比较容易。不管以何种身份出现,观察者都应该避免被观察对象发觉而影响观察效果。当观察成年人的社会活动(如旅游行为)时,能够以参与者的身份进行观察;观察动物和儿童时,只能以旁观者的身份进行观察。以旁观者身份进行观察时,有时为避免被观察者受到干扰,常在观察室里设置隔间,在隔间墙壁上安装单向玻璃,观察者和被观察者在两个不同的房间。

观察法的结果比较真实可信,有利于收集被观察者生动翔实的材料。但是,观察法不能人为引发,只能被动等待,由于时间、文化等因素,有些方面不能全面观察或不能观察(隐私)。作为收集一手材料的方法来讲,观察法是简便易行、较为客观的方法。

(二)实验法

在控制的条件下对某种心理现象进行观察的方法叫实验法。在实验中,研究者可以积极干预被

试者的活动。创造某种条件使某种心理现象得以产生并重复出现。这是实验法和观察法的不同之处。实验方法分两种：实验室实验和自然实验。

实验室实验法是在人为制造的实验室环境中进行，其特点是精确，但也因此而失去了一定的真实性和普遍性。

自然实验法是由研究者有目的地创造一些条件，在比较自然的条件下进行的。自然实验法兼有观察法和实验室实验法的优点。由于自然实验法是在实际情况下进行的，因此所得到的结果比较接近于实际。另外，自然实验法是由研究者有目的地改变或控制某些条件，因此具有主动性和严密性，所得到的结果也比较准确。但由于条件的控制不够严格，因而难以得到精密的实验结果。社会心理学中对从众现象、群体效应等的研究，都经常采用此法。自然实验法较适合于对旅游者的心理研究。

【补充阅读资料 1-2】

在教学条件下，由教师向两组学生传授相同的材料。其中，甲组学生在学习以后完全休息，而乙组学生继续进行另外的工作。一小时后，再比较他们的回忆成绩。结果甲组学生比乙组学生成绩好。这说明学习后适当休息有助于知识的保持。由于实验是在正常的情景中进行的，因此，自然实验的结果比较合乎实际。

(三)调查法

调查法指对不能直接观察的心理现象，通过调查、访问、谈话、问卷等方法收集有关资料，以间接了解被试者的心理和行为的一种方法。它有访谈法和问卷调查法两种形式。

访谈法是研究者通过与研究对象的交谈，来收集有关对方心理与行为的资料的研究方法。它是心理学研究中运用最广泛的研究方法之一。特别是在心理学应用研究中，研究者常常运用访谈法了解人们的兴趣、偏爱、态度、需要、感受和意见等，从而对人们的心理特征和行为特征进行形容。在旅游心理学研究中，访谈法可以单独使用，也可以与其他研究方法结合在一起使用。访谈法不仅是研究旅游心理问题的方法，也是旅游从业者的工作方法。使用访谈法，旅游心理学研究者与旅游从业者都可以比较全面深入地了解旅游者的心理和行为特征，如旅游者的期望、态度、偏爱、需要、价值观念、旅游方式、旅游目的等，为做好旅游开发、管理、服务等工作提供有益的参考。

问卷调查法是研究者使用预先设计好的一系列问题的问卷，向特定的研究对象征询答案，进行分析处理，做出结论的研究方法。问卷调查法的核心是问卷的设计。问卷分为封闭型问卷和开放型问卷。在封闭型问卷中，不仅有要求被调查者回答的问题，而且有供他们任意选择的答案。如您愿意乘什么交通工具去旅游？

A. 豪华大巴 B. 旅游列车 C. 飞机 D. 轮船

开放型问卷则只有问题而没有供选择的现成答案，要求被调查者酌情回答。封闭型问卷容易对答案进行量化处理，也便于统计分析，但由于受答案固定化的限制，不能充分地反映被调查者对问题的思维深度。开放型问卷具有封闭型问卷所不具有的优点，能更多地反映出被调查者的思想深度和答案之外的多种看法，但也可能提供一些与研究无关的信息。此外，使用开放型问卷，对资料的量化统计分析也有一定困难。在研究中要根据研究专题所需材料的范围、研究人员的水平和能力等各种因素，综合考虑后加以选用。

问卷调查法是通过被调查者回答一定的问题来研究心理现象的一种方法。问卷调查法的优点是能同时进行大规模的群体调查，快速收集大量资料。问卷调查法采取匿名回答，结果较真实，团体问卷调查法效率较高，是一种常用的调查方法。

(四)测量法

测量法是指采用标准化的心理测验量表或精密仪器，对有关心理品质或行为进行测定、分析的方法。采用此法有一些基本的要求，首先要求测验所用量表标准化，即量表的编制、实施的过程、算分标准和对测验分数的解释，都有明确一致的要求。能力测验、性格测验、人才测评等，都是旅游心理学中常用的测量法。这种方法往往用于测量旅游者的态度、旅游业工作人员的心理测试，在研究旅游企业员工心理方面用途比较大。

(五)案例分析法

案例分析法是研究者深入相关单位,对研究对象进行全面的较长时间的观察、调查和了解,研究其心理发展的全过程,分析整理、抽象概括有价值的理论例题的研究方法。在教学领域,案例分析法成为课堂教学中理论与实际相结合的常用手段。案例分析法有深入、全面的优点。研究者深入旅游业,对旅游企业、旅游者及旅游工作人员进行全面的较长时间的连续观察、调查和了解,研究其心理发展的全过程,在掌握各方面情况的基础上进行分析和整理,就是运用案例分析法。例如,通过研究一个旅行社的历史来了解其管理方法及成效。

案例分析法通过对事物进行深入的洞察,能够获得非常丰富、生动、具体、详细的资料,能够较好地反映出事物或事件发生、发展及变化的过程,而且能为后来较大的总体研究提供理论假设。因此,这种方法在旅游心理学的发展中发挥着重要的作用。

但其不足之处是,研究者很难将案例研究中所得到的结果进行推广,除了对所研究的对象进行详细全面的描述外,研究者更多的是努力从所研究的具体案例中,抽出一些有价值的命题,或提出一些具有更深理论意义的研究题目,为后续研究提供一些有价值的思路 and 方向。

心理学的研究方法还有很多,如活动分析法、个案研究法、投射法和资料分析法等。各种方法都各有特点,也各有局限性。由于人的心理现象和行为十分复杂,因此,在进行研究时,要根据研究对象和任务的不同,在使用某一种方法时辅之以其他方法,相互补充,使研究成果更准确、更科学。

三、旅游心理学的研究意义

旅游业在我国是朝阳产业,已成为国民经济中一个重要的支柱产业。旅游者是旅游的主体,是旅游业发展的命脉,对旅游者心理的研究和认识,对旅游业的发展有广泛而深刻的影响。旅游业的飞速发展对旅游心理学的研究也提出了越来越高的要求,因此,研究旅游心理学具有重大的理论和现实意义。

(一)有助于旅游服务质量的提高,促进旅游业的发展

旅游业是出售服务和风景的行业,了解旅游者对旅游景观的偏好,了解旅游者的心理需要,是旅游经营者和旅游从业人员的首要任务。要发展旅游业,就要吸引更多的旅游者参加旅游活动,所以其前提是如何能提供满足旅游者需要的旅游产品。这也是旅游业赖以生存和发展的生命线。

旅游者的需要既有生理方面的需要,如食、宿、行等,又有心理方面的需要,如兴趣爱好、情绪情感等。要满足旅游者心理的需要,旅游从业人员必须具备相应的旅游心理学知识。旅游心理学对于发展我国旅游事业,提高服务质量有着极其重要的价值。

在掌握和运用旅游心理学知识的时候,不但要着眼于知识的具体运用,以达到知己知彼、有的放矢,还要了解旅游者的心理,预测旅游者的行为发展,有目的地引导其行为,最终获得好的经济效益。进而帮助旅游者构建其美好的旅游经历,并通过旅游活动促进人们生活质量的提高。

旅游业只有对社会有价值,为人们所必需,能为人类造福,社会才能对其有所回报,旅游业才能因此而得到更大的发展。可见,旅游心理学的研究也为服务质量的提高提供了心理依据。

(二)有助于提高旅游企业的经营和管理水平

近年来,我国的旅游事业蓬勃发展,水平不断提高,规模日益扩大,旅游企业之间的竞争也日趋激烈,每个企业都面临着生存和发展的问題。在这机遇与挑战并存的时代,要想努力提高自己的经营管理水平,使旅游企业能够在激烈的竞争中立于不败之地,就必须加强对包括旅游心理学在内的旅游科学知识的研 究学习。对旅游心理学的研 究学习,可以帮助旅游从业者运用心理学的原理去分析旅游者的心理趋势和动态,有针对性地开展旅游宣传和促销活动,吸引众多的旅游者,并及时地调整经营方针和策略,不断提高旅游企业的竞争力。

旅游心理学有助于提高旅游企业的管理水平。旅游心理学为旅游企业中人的管理提供了必要的理论支持。旅游心理学通过对旅游企业员工心理进行深入细致的研 究和分析,可以帮助管理者了解员工的心理状态和个性心理,了解企业内部的人际关系状况,从而有的放矢地做好员工的思想工作,

调动员工的工作积极性,为实现旅游企业目标而共同努力奋斗。旅游心理学能对旅游企业实施科学管理提供帮助。

(三) 有利于科学合理地开发旅游资源和安排旅游设施

旅游资源和旅游设施是旅游业赖以生存和发展的基础。缺乏旅游资源和完备的旅游设施,旅游业就无法得到发展。

在旅游资源的开发中应遵循和利用旅游心理学的知识。以能否满足旅游者的需要为制定方案的依据。在规划、设计和开发一个新的旅游景点时,首先应该考虑该景点能否对旅游者产生吸引力,然后考虑其社会价值和经济价值等其他方面,从而取得更好的旅游效果。在旅游资源的开发利用中,要依据旅游者的心理特点,充分考虑旅游者的兴趣爱好、知觉特点、审美习惯等。

旅游设施是供旅游者所使用的。旅游设施的安排同样需要在充分考虑旅游者心理特点的前提下,才能论证它的科学性和实用性,成功的旅游设施在安排和建设上都十分注重旅游者的心理因素,尽力使旅游者在旅游活动中得到愉悦和满足。

本章小结

本章主要介绍了旅游心理学的研究对象、研究方法和旅游心理学的研究意义。旅游心理学的研究对象包括旅游消费心理、旅游服务心理和旅游企业员工心理。旅游心理学的主要研究方法包括观察法、实验法、测量法、调查法和案例分析法。

心理学是研究心理现象的科学。为更好地掌握旅游心理学,本章首先介绍了心理学的产生和发展过程,以及心理学的研究任务。科学心理学诞生于哲学怀抱之中,其标志是1879年德国心理学家冯特在莱比锡大学建立了世界上第一个心理学实验室。现代心理学影响最大的3个学派是弗洛伊德的精神分析心理学派、华生创立的行为主义心理学派和以马斯洛为首的人本主义心理学派。

研究旅游心理学对于旅游学科的发展和建设,对于旅游业的发展都有十分重要的意义。学习旅游心理学,更重要的价值还在于它的实用意义:旅游心理学的研究,有助于旅游服务质量的提高;有助于提高旅游企业的经营和管理水平;有利于科学合理地开发旅游资源和安排旅游设施。

重点概念

心理学 心理动力 心理过程 心理状态 心理特征 旅游心理学
观察法 实验法 调查法 案例分析法

案例分析

美国学者福塞斯曾描述了参与式观察的一个案例。其中,调查者为了研究旅游对农业生产和土壤环境所产生的影响,参与到泰国山民的乡村生活中。他们在去当地之前学习了一年的泰语,而且还得到了会泰语和瑶语的当地翻译的帮助。通过当地一个开发组织,调查者能够确定关键的被调查者,并有机会住进村长家里。他们和这个大家庭共住一间大房子。调查者去过该地几次,共花了半年时间,每次访谈调查逗留的时间最长一个月。

(资料来源:[美]亚伯拉罕·匹赞姆.旅游消费者行为研究.舒伯阳等译,243~244页,大连:东北财经大学出版社,2005)

问题:参与式观察的特色是什么?适用于什么情形?

复习思考题

一、判断题

1. 测量法是在实验室里控制条件进行研究的一种方法。()
2. 旅游心理学的研究是为旅游者提供更好的服务,所以旅游服务心理是它的主要研究对象。()
3. 旅游心理学已经很成熟。()
4. 旅游心理学属于心理学的一个分支,因此普通心理学的研究方法均适用于旅游心理学。()

二、选择题

1. 人的心理现象包括()等部分。
A. 心理特征 B. 心理动力
C. 心理状态 D. 心理过程
2. 旅游心理学的研究方法主要有()。
A. 实验法 B. 测量法
C. 调查法 D. 观察法
3. 人本主义心理学派的重要代表人物是()。
A. 弗洛伊德 B. 华生
C. 斯金纳 D. 马斯洛
4. 旅游心理学的研究对象是()。
A. 旅游者 B. 旅游企业管理者
C. 旅游从业人员 D. 旅游业服务人员

三、简答题

1. 旅游心理学的研究对象是什么?
2. 如何认识旅游者的心理现象?
3. 为什么说旅游业的发展需要心理学?
4. 研究旅游心理学的意义是什么?

四、实训题

运用你学过的旅游心理学的调查方法进行一次社会调查。

第二章 旅游知觉

世界是多姿多彩、五彩缤纷的，人们外出旅游就是为了去感受这些能产生主观幸福感的東西，从而实现自己的目的。就个体而言，先看到、听到、摸到、嗅到、感觉到进而综合地对此进行加工，形成对某个事物的整体认识，这就形成了个人旅游的主观感受，达到了个体旅游的目的。所以对于旅游工作者而言，要想很好地为旅游者提供周到的服务，就需要先了解他们的旅游感受产生的过程。而旅游者认识外物，对外物的审美过程都是以感觉和知觉为基础的，所以对旅游感受产生的过程进行分析，就必须先对旅游感觉和知觉进行分析和研究。因为感觉与知觉是人心理过程的初始阶段，是研究旅游者复杂的心理活动的基础。

第一节 旅游感觉和知觉概述

心理学的研究指出，感觉和知觉是人类认识世界的开始。人的心理过程始于感觉和知觉。只有在了解感觉和知觉的基础上，才能对人们的行为进行深入探讨。旅游者的感觉和知觉是影响旅游者行为的重要心理因素。因此，必须对旅游者的感觉和知觉进行研究，了解旅游者感觉和知觉的特性和影响旅游者感觉和知觉的各种因素，认识旅游者的消费行为活动规律，才能更好地开展旅游工作。

一、旅游感觉和知觉的概念

感觉是所有复杂心理现象的基础，要对旅游中的知觉进行研究，就必须先了解感觉的相关概念和它的属性。

(一)感觉的概念与基本规律

1. 感觉的概念

人类认识世界是从感觉开始的。感觉提供了内外环境的信息，保持着机体与环境的信息平衡。日常生活中，我们经常会用到“感觉”这个词。“今天我感觉很好”，“这件事我感觉不对劲”，这里使用的“感觉”，其含义与心理学中所要阐述的“感觉”的含义大相径庭。

那么，在心理学中，“感觉”这种心理现象其含义是什么呢？心理学把感觉定义为：感觉是人脑对当前直接作用于感官的客观事物的个别属性的反映。感觉是一切较高级、较复杂的心理现象的基础，是人的全部心理现象的基础。人的知觉、记忆、思维等复杂的认识活动，必须借助感觉提供的原始资料。可以说，没有感觉，一切较复杂的、较高级的心理现象就无从产生。旅游者主观幸福感的产生都是从感觉外物开始的。

感觉作为一种心理现象与其他心理现象相比具有两个明显的特点：第一，感觉所反映的是当前直接作用于感官的客观事物，而不是过去的或间接事物；第二，感觉所反映的是客观事物的个别属性，而不是事物的整体和全貌。它对客观事物的反映，只局限在“个别属性的范围之内”。

根据刺激物的性质和它们所作用的感官的性质，人们通常把感觉分为两大类：外部感觉和内部感觉。外部感觉接受外部世界的刺激，主要有视觉、听觉、嗅觉、味觉、肤觉等。在这些感觉中，视觉对人的认识作用最大，在人接受的外部信息中，80%~90%都是通过视觉获得的，听觉次之。内部感觉主要包括平衡觉、运动觉、机体觉三种。它们是对身体内部状态的感觉，感受器位于体内。一般而言，大多数的感受器都只对一种刺激(适宜刺激)敏感而产生兴奋，它们与刺激的关系基本是固定的。例如，眼睛与光、耳朵与声波、鼻子与气味，不适宜刺激一般不会引起兴奋。此外，痛觉遍布全身，没有专门的感受器，一般是由于伤害性刺激或过分强烈的刺激而引起的。