

旅游心理学

LÜYOU XINLIXUE

主编 赵淑云



高等学校“十一五”规划教材
旅游管理系列丛书

总主编 胡善风

安徽大学出版社

安徽省高等学校“十一五”省级规划教材

旅游管理系列丛书

总主编 胡善风

旅游心理学

主 编 赵淑云

副主编 邱慧 朱生东

编 者 (以姓氏笔画为序)

朱生东 邱慧
赵淑云 傅士芹

项 华

安徽大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅游心理学 / 赵淑云主编. —合肥:安徽大学出版社, 2009. 1

安徽省高等学校“十一五”省级规划教材

ISBN 978-7-81110-517-9

I. 旅... II. 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 195727 号

旅游心理学

赵淑云 主编

出版发行 安徽大学出版社

(合肥市肥西路 3 号 邮编 230039)

联系电话 编辑室 0551-5108498

发行部 0551-5107716

电子信箱 ahdxchps@mail. hf. ah. cn

责任编辑 李梅 徐建

封面设计 孟献辉

印刷 合肥现代印务有限公司

开本 787×1092 1/16

印张 13.25

字数 310 千

版次 2009 年 1 月第 1 版

印次 2009 年 1 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-81110-517-9

定价 24.50 元

如有影响阅读的印装质量问题,请与出版社发行部联系调换

总序



进入 21 世纪后,伴随着经济全球化和区域经济一体化的深入推进,全球旅游业进入一个前所未有的大发展时期。尽管也面临着恐怖主义、政治冲突和局部战争、自然灾害、流行疾病,以及波及全球的金融危机等因素的巨大挑战,但在“和平与发展”的时代主旋律下,全球大众化群体旅游在不断地变革和调整中高速发展的强劲势头已不可扭转。

据世界旅游组织预测:2010 年全球国际旅游人数将达到 10 亿人次,2015 年将达到 12 亿人次,2020 年将达到 16 亿人次。与此同时,旅游活动也正从单一的观光旅游向着集观光、休闲、度假、商务、探险、考察等多功能于一体的综合性旅游方向发展,旅游的社会经济地位和作用日益显著,许多国家和地区纷纷将旅游业作为推动经济发展的重点产业甚至先导产业。

经过 20 年来的发展,我国旅游业从无到有、从小到大,产业形象日益鲜明,产业规模不断壮大,已成为国民经济中发展速度最快的行业之一,同时也是具有明显国际竞争优势的产业之一。我国已由旅游资源大国发展成为世界旅游强国。本世纪之初,中国旅游业的综合实力已位居世界第五,另据世界旅游组织预测:到 2015 年,中国将成为世界第一大旅游接待国和第四大客源输出国。到 2020 年,中国旅游入境人数将达到 2.1 亿人次;国际旅游外汇收入将达到 580 亿美元,国内旅游收入将达到 2.1 万亿元人民币,旅游业总收入将超过 2.5 万亿元人民币,相当于国内生产总值的 8%~11%,旅游业将真正成为中国国民经济中的支柱产业。

中国旅游业持续、高速的发展客观上为旅游学科的发展提供了千载难逢的机遇,对旅游学科理论建设提出了更加迫切的要求,同时也给旅游研究工作与教育工作创造了良好的外部环境,我国旅游学科的建设也取得了巨大的进步。与我国旅游学科发展相适应的是我国旅游教育事业的进步。改革开放 30 年来,我国旅



游高等教育和中等职业教育均得到了飞速发展,旅游类院校如雨后春笋般涌现,初步形成了从专业培训到职高、大专、本科、硕士、博士等不同层次,完备的专业旅游教育体系,旅游教育与旅游实践互促互长的格局已基本形成。

但在旅游高等教育蓬勃发展的同时,既具有前瞻性、时代性,又体现应用性、技能性等现代旅游高等教育特点的教材却非常缺乏。为此,我们策划开发了一套适应现代旅游高等教育特点的旅游管理专业系列教材。教材的编委会由业内权威专家组成,参加编写人员均为具有丰富旅游教学经验及旅游企业管理经验的教授、专家及骨干教师,这就确保了本套教材的权威性、专业性和实用性。

全套教材选题广泛,并紧扣教育部颁发的高等院校旅游管理专业的教学要求和人才培养目标。教材编写注重理论阐述与案例分析相结合,注重创新能力和综合素质的培养,既考虑到国内外旅游业发展的现实需要,又注重结合理论研究的超前性和未来旅游业的发展趋势,力求将学生培养成为旅游企业一线迫切需要的高素质人才。

这套教材的出版得到了很多高校学者及安徽大学出版社的鼎力支持,在此表示衷心的感谢!这套教材既可作为高等院校旅游管理专业教学用书,又可作为高等职业教育及职业培训的参考用书,希望能受到本专业师生和旅游行业人士的欢迎。

胡善风

2008年8月18日于黄山

目 录

第一章 旅游心理学基础	1
第一节 旅游心理学的基本问题	2
第二节 旅游心理学的研究方法	9
第三节 研究旅游心理学的意义	11
第二章 旅游知觉	14
第一节 知 觉	14
第二节 影响旅游者知觉的因素	19
第三节 知觉的心理定势	22
第四节 旅游活动中的知觉	28
第三章 旅游动机	37
第一节 旅游需要	37
第二节 旅游动机	47
第四章 旅游态度	57
第一节 态度概述	57
第二节 态度与旅游行为	60
第三节 改变旅游者的态度	63
第五章 旅游者个性	70
第一节 个性概述	70
第二节 个性与旅游行为	77
第三节 游客的个性结构与旅游行为	84
第六章 影响旅游决策的社会文化因素	88
第一节 家庭对旅游决策的影响	88
第二节 社会阶层对旅游决策的影响	97
第三节 社会文化对旅游决策的影响	100



第七章 旅游服务中的心理服务	106
第一节 服务与旅游服务概述	106
第二节 旅游服务中的心理服务	111
第三节 旅游服务补救	117
第四节 旅游投诉及其管理	124
第八章 旅游服务心理	131
第一节 顾客需求心理	131
第二节 旅游服务过程心理	135
第三节 服务者心理素质与优质服务	144
第九章 旅游企业职工心理健康	156
第一节 心理健康概述	156
第二节 情绪与心理健康	162
第三节 压力与心理健康	168
第四节 挫折与心理健康	172
第十章 旅游活动中的群体心理	182
第一节 旅游活动中的群体行为	182
第二节 旅游活动中的人际交往	189
第三节 旅游活动中的人际沟通	197
参考文献	204

第一章 旅游心理学基础



- 【学习目标】**
1. 了解旅游心理学的学科性质,掌握其研究对象和研究内容;了解旅游心理学有关的基本知识;认识旅游心理学研究的意义
 2. 掌握旅游心理学的研究方法,并掌握获取旅游消费者信息的技能
 3. 能运用旅游心理学的研究方法来分析和预测旅游消费者的行为

【导 入】 旅游心理学的形成

1841年,英国的木材商人托马斯·库克开办了世界上最早的近代旅游业务:他包租了一列火车,运载了540人去参加一次禁酒大会。库克在旅游业务方面还有许多创新,比如,他组织了最早的团体旅游,设置了最早的导游员,编印了《旅游手册》。他不仅组织以娱乐、宗教为目的的旅游,还组织了以参观博览会为目的的旅游,试图发挥旅游的文化和教育功能。正因为如此,托马斯·库克被公认为是第一个真正的专职旅游代理商和近代旅游业的创始者。

1879年,德国著名的心理学家冯特(W. Wundt)创造了世界上第一所心理实验室,标志着心理学的诞生,从此,心理科学开始突飞猛进地发展。

这两件相距38年而又似乎毫无联系的事情却在一个世纪后结合在一起,形成了心理学的一门新的分支学科——旅游心理学。

20世纪50年代以后,旅游业得到了飞速发展。这首先是由于世界经济、科技、文化和交通运输的迅速发展;其次是由于旅游业得到各国政府的重视和鼓励;再次是由于上述社会经济原因造成的人们心理上的变化,人们认为旅游是人们重要的精神享受,是现代文明生活的一个标志;此外,现代大工业日益发展,加快了生活节奏,城市环境污染严重,工作紧张单调,人们承受着巨大的身心压力,这种状况也促使人们在紧张的工作之后,离开“水泥森林”外出旅游,以消除疲劳。其他如家庭结构变小、教育水平提高、旅游宣传的刺激等因素,也是旅游日益普及的原因。

探讨旅游活动中的心理现象,几乎在旅游业形成之时就开始了。许多旅游管理人员和服务人员从实践中注意到了心理要素在旅游活动中的作用,开始了针对旅游者心理、搞好服务工作的措施的探索,积累了大量的经验素材,只是缺乏系统的论证和深化。旅游业本身的发展也迫切要求研究旅游活动中各种复杂的心理现象,为发展旅游业,提高旅游服务质量和效率,培养优秀的旅游从业人员提供心理学依据。在这种情况下,旅游心理学应运而生了。



旅游心理学作为心理学的一门分支学科,它是以研究旅游活动中人们(包括旅游者、旅游从业者)的心理活动和旅游条件中的各种心理现象及其规律的科学。旅游者及潜在旅游消费者需要什么,他们在想些什么,他们怎么娱乐;个体和群体心理对旅游消费决策产生什么影响,旅游决策是如何做出的,影响旅游行为及心理的因素有哪些,怎样分析导致旅游者满意或不满意的原因等,旅游心理学就是试图解决这些问题的。

在我国,旅游心理学的研究从20世纪80年代早期开始,至今已有近30年的历史。旅游心理学的学科属性、研究对象等渐趋统一;而且在这个趋势下,又有着可喜的变化,如研究内容不断丰富,应用研究渐受重视。

旅游心理学是心理学的一门分支学科,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、了解旅游这一现象上来而产生的新兴应用学科。也就是从心理学的角度、运用心理学的研究方法探讨旅游活动中人的心理活动和行为规律的科学,它是在旅游学和心理学这两门学科的理论基础上产生的。它既是应用心理学的分支,又是旅游专业中的基础学科。在旅游心理学产生的初期,主要是把心理学的知识方法移植过来,直到近些年才有独立研究成果出现,所积累的研究成果并不丰厚,所以说旅游心理学还不是一门很成熟的学科。

第一节 旅游心理学的基本问题

一、心理学的基本原理

心理学作为一门研究人的心理的科学,能运用辩证唯物主义观点和客观方法来研究和分析人的心理问题的历史还不太长,可以说还是一门年轻的科学。虽然在远古时代,一些哲学家和思想家曾经在他们的某些论述中探讨过人的心理问题,其中也有一些体现出唯物论的观点,但绝大部分都是唯心的、主观臆测的。科学地研究人的各种心理现象的本质、作用及其发生和发展的规律还是近代的事情。普通心理学在人的个体心理的研究方面,经过长期探索并运用科学实验的方法,总结出的一些基本原理,为我们研究旅游活动中人的心理和行为提供了理论依据。

(一)什么是心理

心理是心理现象、心理活动的简称。

人的心理现象就是指心理活动经常表现出来的各种形式、形态或状态,如感觉、知觉、想象、思维、记忆、情感、意志、气质、性格等等。这些心理现象或心理活动并不是杂乱无章的。从系统论的观点来看,人的心理现象是一个多层次、相互关联的、复杂的大系统。

从心理活动的动态变化过程、相对持续状态和比较稳定特征这三个维度来看,又可以把人的心理活动分为:心理过程、心理状态和个性心理三个方面或三个子系统。三个子系统还分别有许多附属系统。

1. 心理过程

心理过程是指在人的认识、情感、意志等许多方面表现出来的那些心理活动所处于的动态变化过程。它包括认识过程、情感过程和意志过程。

人的心理活动首先是在客观事物作用下通过认识过程进行的。这种认识活动从简单的、



反映事物表面现象的感知到复杂的思维活动,使人脑获得对外界事物由感性到理性的认识。当人们集中注意观察当前的事物时,即产生了感觉和知觉这样的心理活动;感觉和知觉是人脑对直接作用于感觉器官的各种事物个别属性和一般意义的认知。当人们在感觉和知觉的基础上进一步思考,即产生了思维活动,思维是人脑对客观事物的一种间接的和概括的反映,以进一步获得事物本质属性和内在联系的认知。当感知过的事物已不在眼前时,在人脑中还会再次浮现该事物的形象,即表象;而表象在人脑中再加工改造的过程,即产生着想象活动,想象乃是人的形象思维和创新思维引起的一种特有的心理现象。此外,还必须看到,感觉、知觉、表象、思维和想象等这些心理活动是一个连续的过程,而对构成这个连续过程起重要作用的一种心理条件,就是人对曾经历过的各种事物大多会以某种痕迹铭记在头脑中,并在一定条件下通过一定方式回想起来并继续参与到各种心理活动中去。这种现象我们称之为“记忆”。记忆是人对过去经验的反映,它也是人类极其重要的一种心理现象。

总括而言,以上所描述的各种心理现象,就是人们经常表现出来的、对客观事物和对象在认识方面的心理活动。

当然人们在与周围事物和对象打交道时,绝不会只停留在认识方面。人们在认识事物和他人的同时,不仅去感知、去思维,同时也伴随着一定的情绪或情感的过程,总要表露自己的观点和态度,产生着这样或那样的感受和体验,如满意或不满意、喜爱或厌恶、热情或冷淡、欢喜或忧虑、高兴或烦恼、赞赏或鄙视、沉静或激动等等。以上这些人们在认识活动中所产生的的各种各样的态度体验,就是人们经常表现出来的、心理学称之为“情绪”和“情感”方面的心理活动。心理学关于情感过程的理论对旅游者心理的研究有一定的启示:如何去了解和满足旅游者生理的和社会的需要,如何通过表情的观察去调节我们的工作,如何通过创造和宣传相应的服务条件引起旅游者的好感,都是极为重要的。

不仅如此,人们对与之打交道的事物和对象,并不总是满足于在认识、感情和体验上,人们还经常需要进一步改造他们。为了处理好这些问题,人们常常根据自己的认识和体验,产生一定的需要和动机,拟定行动目标和计划,人们的这类活动叫做“意志行动”。而支配意志行动的许多内部因素和过程,如人的动机、意志、决心、坚持性等等,就是人们经常表现出来的意志方面的心理活动。在旅游工作中,既要尽可能了解旅游者意志的特点,更要培养工作人员良好的意志品质,如自觉性、果断性、自制力和顽强性都是十分重要的。

以上所讲的人的认识、情感、意志这三方面的心理活动,是经常处于动态变化之中的,都有其发生、发展、终止或升华的过程。所以,这些心理活动都统称之为“心理过程”。而认识、情感、意志三种心理过程又以其相互联系、彼此制约而构成人的整个心理过程。心理过程是人的心理现象最重要的一个方面,是普通心理学研究对象的一个重要的组成部分。人的心理过程,从其活动结构和发生机制来看,具有人类的共同性,它们都受共同的规律的制约。

2. 个性心理

个性心理是指一个人在心理过程的发展和进程中,经常表现出来的那些比较稳定的心理倾向和心理特点。

人的个性的形成固然与先天遗传的生理因素有关,与人的高级神经活动的生理特征相联系,但更重要的是受后天社会环境等各方面条件的制约:家庭、学校教育和各种社会因素的影响对人个性的形成和发展起着决定性的作用。



在复杂的现实生活中,由于环境和所受的教育差异以及自身各种因素的不同,人们在形成需要、动机、兴趣、信念、理想和价值观方面,总会有这样或那样的个体差异。上述这些差异,就是人们经常表现出来的不同的个性倾向性。

与个性倾向性相关联,在人们的认识、情感、意志和行为中,也常常反映着个人的许多不同的心理特点。譬如说,对同一事物的认识,有的人感知敏锐、思维深刻、想象丰富,而有的人则感知迟缓、思维肤浅、想象贫乏;有的人记忆速度快且保持长久,有的人则记得慢且易遗忘;有的人善于形象思维,有的人则善于抽象思维;有的人善于解决问题、富于创造,而有的人则遵循常规、不擅开拓等。凡此种种在认识及其活动效率方面表现的不同,就形成了人们在能力或智力方面的个体差异。能力可分一般能力和特殊能力。一般能力包括观察力、注意力、想象力、记忆力、思考力、判断力、语言表达能力等,这些能反映人的智慧和能力。一般能力适用于广泛的活动范围,是在一切学习、工作和生活中表现出来的。特殊能力是指在某些专业活动中表现出来的能力,如数字能力、音乐能力、飞行能力、管理能力等。旅游业要求职工必须具备相应的一般能力和专业工作能力。

再如,有的人性情暴烈、易于激动,有的人则性情温和、不易发脾气;有的人反应迟缓、情感内向;有的人反应敏捷、情感外向;有的人情感深沉、动作有力;而有的人则心情易变、行动不定等。这些表现在情感、情绪等心理活动动力方面的不同特点,就形成了人们在气质方面的个体差异。气质受个体生理特点的制约,具有先天遗传性。它反映在人的心理活动和行为上的速度、强度、稳定性、灵活性方面。人的气质对人的实践活动有一定的影响,但不起决定作用,在挑选人员和安排工作时可作为参考。同时,心理学家认为气质无好坏之分,各种气质都有其优缺点。人的气质类型也不都是单一的。气质在人的生活实践和教育作用过程中也是可以改变的。

此外,还有的人经常是活泼愉快的,有的人则经常多愁善感;有的人善于交际,有的人则安然沉静;有的人勇敢顽强,有的人怯懦软弱;有的人主动进取,有的人被动不前;有的人机智果断,有的人优柔寡断。凡此种种经常表现在人们的态度和行为方式上的不同特点,就形成了人们在性格方面的个体差异。了解人的性格的特点,对旅游接待工作极为重要。旅游者在态度和行为方式上,反映出不同的性格特点,这就需要随时调节我们的接待服务工作;对旅游工作人员应培养其良好的性格特点以适应工作的需要。

兴趣也是构成个性的一个组成部分。兴趣是人对某些事物特别加以注意的倾向,同时对这些事物持有积极态度的心理特征。兴趣的产生来源于人对物质和精神的需要。它可以激励人积极地去获取知识,开阔视野,丰富人的精神生活,在人的生活实践中具有极为重要的作用。旅游者来自不同的地方,每个人的兴趣不尽相同,这就需要研究他们一般的兴趣和特殊的兴趣及如何使他们满足兴趣。在管理工作上,应重视职工的兴趣特点以及培养职业的兴趣。

人们在能力、气质、性格和兴趣等方面所表现出来的这些差异,心理学统称为“个性心理特点”。个性倾向性和个性心理特点有机地、综合地体现在一个人的身上,也就构成了一个人的个性心理或简称“个性”。

3. 心理状态

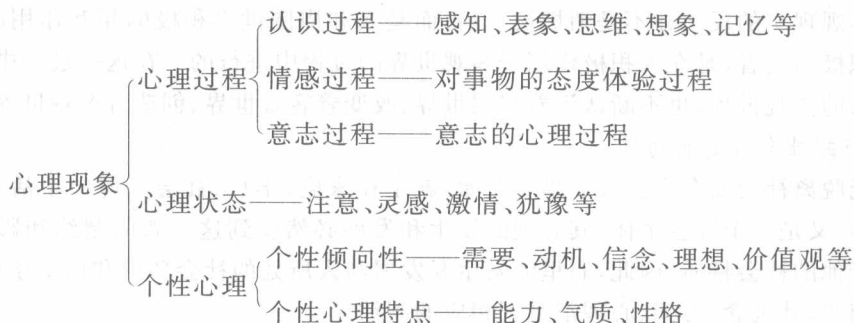
心理状态指在心理活动中或从心理过程到个性心理特点形成的过渡阶段,常常出现的一种相对持续的状态。例如,伴随着心理过程的注意状态;在创造性思维过程中出现的灵感状





态;在情绪过程中出现的心境状态、激情状态;在意志过程中表现出来的信心、决心和犹豫状态等。这些心理状态,只是在心理活动的进程中,在一定的时限出现的某种相对持续的状态,它既不像心理过程那样动态变化,也不同于个性心理特点那样持久稳定。

根据上面所述,人的心理现象大致可作如下分类:



在实际生活中,人们所表现的各种心理现象都是密切联系的、相互影响的,具有高度的整合性。

(二)心理的实质

1. 心理是人脑的机能

现代科学表明,人脑是人的神经系统的核心部分,是人的心理活动的重要物质基础。脑是心理的器官,心理是脑的机能。也就是说,人脑是人的心理活动的物质载体,没有大脑,就没有心理活动。

2. 心理是客观现实的反映

心理不是凭空产生的。人的心理是对客观现实的反映,是人脑与客观现实相互作用的结果。所以说,客观现实是心理的源泉和内容。

客观现实是不依赖于人的意志而独立存在的客观物质世界,包括自然界和社会环境。而对人的心理和行为具有直接影响的则是人生存的周围环境,即人的现实社会生活条件。

【案例】狼孩事件

20世纪20年代,在印度曾发现一个“狼孩”,他是一个在婴儿时被狼叼去并在狼群中生活长大的小孩。8岁时被人发现并带回到人类社会,当时他只有相当于6个月婴儿的心理水平,习性几乎和动物一样,用四肢走路,用双手和膝盖着地歇息,喜吃生冷的东西,直接用嘴吃扔在地上的肉,用舌舔流质食物,怕光、怕火、怕水,从不让人洗澡,不习惯穿衣盖被。

这个狼孩经过强化训练和教育之后,10岁时才学会站立,12岁时才学会6个单词,14岁时才学会走路,15岁时学会45个单词,并能用手吃饭,用杯子喝水,17岁时死去。

这个狼孩虽然是人生育的,具有人的一切组织、器官和神经系统,即具有产生人的心理的生物基础。但为什么变成了狼孩,没有相应的人的心理和行为呢?显然,这是由于他的生活环境直接造成的。

3. 实践活动是心理发生发展的必要条件

大脑是心理产生的物质基础,客观世界是影响心理产生的原因,二者的具备并不意味着心理的产生,人只有在其实践活动中,通过人和客观事物的相互作用才能产生心理。



4. 心理具有自觉能动性

心理的自觉能动性表现在人对反应的对象、进程以及结果都可以清楚地意识到。同时,已有的主观世界(知识、经验、个性特点、心理状态等)会对现实反映的事物产生影响。在正常的情况下,不同的主观世界对同一事物常有不同的反应。

人对客观现实的反映并不是消极被动的,而是人和周围世界积极的相互作用的过程。人是社会的积极活动者,是在人积极作用于客观世界的过程中进行的。在这一过程中,人们不仅丰富着自己的主观世界,也不断认识着客观世界、改变着客观世界、创造着客观世界。

5. 心理的社会历史制约性

人不能脱离社会而存在。人从出生开始,就是在家庭、学校、社会环境中生活。人既是一个自然个体,又是一个社会个体,其心理的发生和发展必然受到这二者的制约和影响;而且人的本质在于他的社会特质,因此,心理的发生和发展与人所处的社会环境和历史条件及生活方式等密切相关,其观念、习惯、心理都受到相应的制约。

但是,人在反映客观事物时不是被动的,而是能动的反映。在客观现实的影响下,逐渐形成人的心理状态的主观意识,也就是每个人的人生观、世界观,使人在反映客观事物时带有个人主观性的特点,人的心理是客观现实的主观印象。由于每个人在社会上所处的地位、所受的教育影响、所从事的实践活动不可能完全一样,因此,我们研究一个人的心理,要从他生理的特点考虑,更重要的是要研究他所处的社会条件和他所从事的实践活动,这些都是形成一个人心理特点的背景,也是心理学研究的心理实质问题。

二、旅游消费行为

【引 例】 旅游消费会惯性攀高吗?

“棘轮效应”最初来自对前苏联计划经济制度的研究,美国经济学家后来使用了这个概念。这一理论认为,对于消费者来说,增加消费容易,减少消费则难。因为一向过着高生活水平的人,即使实际收入降低,多半不会马上因此降低消费水准,而会继续保持相当高的消费水准,即消费“指标”一旦上去了,便很难再降下来,就像“棘轮”一样,只能前进,不能后退。

通俗点来讲,我们的消费有不可逆的特性,加上许多人注重旅游品质重于旅游价格的趋势,我们就像登上了“棘轮”,急急忙忙向前冲。出门旅游图个开心,旅游价格即使上涨一些,我们一般并不怎么去计较——就在我们“满不在乎”的时候,众商家却在一边偷偷地乐呵,国家的GDP也对你心存感激。

这是旅游者消费模式问题。旅游者的消费到底是理性的还是非理性的?我们怎样理解旅游者的消费行为?这涉及旅游动机、旅游态度和旅游者的个性等问题。本书将在后面章节探讨。

三、旅游心理学的研究对象和范围

旅游活动所涉及的人主要包括现实的旅游者、潜在旅游者及旅游业的从业人员,这些人在旅游活动中各自都有不同的心理活动。在旅游活动中,旅游者与“旅游产品”之间,旅游者与旅游设施和旅游资源之间,旅游者与旅游者之间,旅游者与旅游服务人员之间,旅游服务人员



与旅游服务人员之间,旅游服务人员与旅游企业管理人员之间,时时刻刻都在发生着关系,这些关系的发生取决于各自的心理活动。旅游心理学既研究在旅游活动中这些人的心理活动规律,又研究在旅游活动中这些人的行为规律。心理活动和行为是密不可分的,心理支配行为,而行为又反映心理。

(一)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,因而对旅游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、发展变化规律是非常有必要的。美国著名心理学家勒温提出的行为公式有助于我们对这个问题的分析。

勒温的行为公式是:

$$\text{行为} = F(\text{人格} \times \text{环境})$$

他认为人的行为受两大因素影响:一个是人格,另一个是人所处的环境。人的行为就是人格和环境的函数。在我们研究旅游行为的规律时,对旅游者个人心理因素的探讨就成为最有价值的切入点。每个人的心理都具有与他人不同的特点,因而形成相互之间在心理因素上的差别。由于这种差别的影响,使人们在面对相同的旅游条件时产生不同的反应,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。另外,环境是影响人的行为的另一个重要因素。人的行为取决于人格和环境二者力量的对比以及它们之间的相互作用。所以我们一方面要探讨旅游者的心理因素对旅游行为的影响,另一方面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、需要与动机、旅游态度、旅游者的个性等方面。

对于旅游行业的从业者而言,了解旅游者的心理规律对他们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。

2. 旅游服务心理

旅游业在当今世界上存在和发展的一个主要理由在于旅游业有“接待”这一特点,换句话说,要通过人与人打交道来完成其生产过程。服务是旅游业的基本性质。要完成服务工作,旅游工作者需要懂得旅游者的心理、满足旅游者的需要,有针对性地提供周到的服务。优质服务的实质就是心理服务。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经历。从这个角度看,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,以帮助旅游者构造其美好经历的过程。要想使游客有好的经历、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。不了解旅游者的心理而进行的旅游服务则是盲目的,它无异于“盲人骑瞎马”,撞到哪儿是哪儿,这样是无法达到预期效果的。因此,旅游服务心理是旅游心理学不可缺少的研究课题。



3. 旅游企业员工心理

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。无形产品要靠员工通过与客人交往完成其生产过程,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,它的高质量生产只能依赖高素质的员工自觉完成。旅游工作者是旅游企业经营成败的核心要素,是旅游企业的第一生产力。在旅游服务业,人们常说“顾客就是上帝”,其含义无非就是服务人员要尊重客人,永远把客人放在第一位。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“员工是第一位的”管理思想。作为管理者,为了达到使顾客变成“上帝”这一目的,首先他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,使员工愉快地、主动地、创造性地做好服务工作,从而达到组织的目标。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。

旅游心理学是把心理学的研究成果和一般原理运用到旅游领域而形成的一门新学科。它是应社会发展和旅游学科发展的需要而产生的,是旅游学科中重要的一门学科。旅游心理学的研究对象是旅游活动中人的心理活动和行为规律,包括旅游消费心理、旅游服务心理以及旅游企业员工心理,并在此基础上研究如何遵循这些规律来提高旅游服务和旅游管理水平。

(二)旅游心理学研究的内容

旅游活动是一项综合性的活动,它既是一种地理现象、一种商业活动,也是一种社会行为。旅游者 是旅游活动的主体,没有旅游者,旅游活动、旅游业也就无从谈起;旅游从业人员是为旅游者提供服务的,贯穿于旅游活动的各个环节。因此,旅游心理学以旅游者(包括现实旅游者和潜在旅游者)和旅游从业人员(包括各类旅游企事业单位的服务人员和管理人员)为对象,研究其在旅游活动中和旅游服务的每个环节所表现出来的心理活动和行为规律。

1. 旅游者心理

旅游者心理具体包括旅游知觉、需要与动机,旅游者的态度、个性、情绪和情感等。

2. 旅游服务心理

旅游服务心理具体包括旅游活动中为满足旅游者心理需要的服务及为旅游者做好旅游服务工作的服务心理(如导游与风景区服务心理、酒店服务心理、旅游交通服务心理、旅游商品服务心理)。

3. 旅游企业员工心理

旅游企业员工心理具体包括旅游企业中的人际关系、员工的心理健康、员工劳动心理等。

当然,旅游心理学的研究也有个逐渐递进的过程,它不仅要研究旅游者和旅游工作者在旅游活动 中所表现出来的心理现象和行为表现,还要更进一步地研究其心理和行为的一般规律,以及它的变化发展趋势。



第二节 旅游心理学的研究方法

任何学科都有其研究方法,旅游心理学作为一门应用学科,怎样才能更好地去研究它,使它成为指导旅游工作实际的一门学问,这就需要考虑方法问题。旅游心理学是心理学的分支学科,是以成人心理学和社会心理学以及管理心理学的一些原理为理论指导的,它既要反映旅游活动中人们的心理和行为的规律,同时又要研究旅游服务和管理工作中的心理问题。因此,除了需要有心理学的理论基础,还必须研究旅游这种社会现象以及旅游业工作的特点,包括它的历史现状和发展趋势。总之,要熟悉旅游业务。旅游心理学的研究应该是借助于心理学的基础理论,对旅游活动中人们心理活动的反映作客观深入的分析。

一、旅游心理学研究的基本原则

马克思主义的辩证唯物论不仅为旅游心理学提供了正确的研究方法,同时也提供了科学的基本原则。

(一)客观性原则

所谓客观性原则,就是坚持实事求是的态度。对任何事物必须按照它的本来面目实实在在地去考察。毛泽东说要实事求是,“实事”就是客观存在着的一切事物,“是”就是客观事物的内部联系,即规律性,“求”就是我们去研究。客观性原则是辩证唯物论的基本要求,是研究一切科学都必须遵循的基本原则。

任何事物的发生、发展和变化都有其本身的客观规律,心理现象也不例外。心理学作为一门研究心理现象的科学,由于它研究对象的特殊性,研究旅游心理学时就应该更加严格遵守客观性原则。

(二)发展性原则

坚持发展性原则就是要用运动和发展的观点去认识旅游活动中人的心理,它是伴随着客观事物的变化而变化的,绝不能用静止的、千篇一律的眼光去认识心理现象。旅游者的心理和行为、旅游条件不可能处于静止状态,都是在不断变化的。

遵循发展性原则不仅要求阐明旅游活动中已经形成的心理现象,阐明那些潜在的或刚刚发生的心理现象,同时还要预测心理活动的发展趋势,真正把握心理活动的客观规律。

(三)系统性原则

鉴于影响旅游者的心理和行为因素是多方面的,所以,一方面必须把每个因素都置于整个大系统中去研究分析,绝不可只从个别因素和个别方面孤立地分析研究。另一方面,由于新的知识又是在过去已有知识的基础上产生的,它是整个知识的一部分,因此,还必须把有关这方面的知识从过去到现在加以系统化、条件化。也只有从纵横两个系统中进行研究,才能得出正确的结论。

二、旅游心理学研究的主要方法

(一)观察法

观察法是心理学研究中常用的最简单的方法之一。它是在自然情况下,有目的、有计划地



观察被观察者的外部行为和活动表现,从而推断、分析其心理活动规律的方法。

观察法具有以下特点:

(1) 观察法的运用是在自然条件下进行的,观察者不改变被观察者日常生活的条件,对其行为活动也不进行干涉,使被观察者在正常自然的生活状态下接受观察。

(2) 观察法的运用是有准备、有目的、有计划的。有效的观察在事先要制定一定的计划,明确观察的对象和目的,观察时要细心、耐心。每次观察都要及时加以记录,并做出一定的分析。观察所能提供的往往是它的外部形态和表现,给人以感性的认识。如何将观察所得的表面现象和印象通过分析上升到理性认识,需要有一定的知识和经验。对旅游者心理状态的观察就需要一些心理学知识和熟悉旅游工作的特点,才能收到应有的效果。

观察法有优点也有缺点。由于观察法是在日常生活条件下、当被观察者发生某种心理活动时进行观察的,因而它带有一定的被动性;而且观察到的事实本身还不足以区分哪些是偶然的,哪些是规律性的。也正因为观察法是在日常生活条件下使用的,没有受到外界干扰,被观察者的行为是其心理活动的自然流露,因而所得材料就比较真实、切合实际。

(二) 自然实验法

指的是在日常生活中不影响被观察者的正常活动的前提下,适当控制条件,在比较自然的情况下进行研究的一种方法。

有目的创造某些条件或变更某些条件,给研究对象的心理活动以一定的刺激或诱导,从而观察其心理活动。这种方法具有主动性和严密性的特点,所得到的结果也比较准确。自然实验法既可以研究简单的心理现象,也可以研究人的个性心理特征,应用范围比较广泛。

例如,我们在两个楼面的客房采取不同的服务方式,如当面服务为主或背后服务为主的方式,然后通过同时观察并记录,一定时期后进行分析比较,作出心理实验总结。我们对旅游者当然无法编成人数相等的实验组,但应尽量做到两种方式实验的对象在人数和基本情况方面大致相同。

(三) 调查法

调查法是通过收集被调查者的有关材料,间接了解其心理活动的研究方法。它包括谈话调查法和问卷调查法,其中问卷调查法的应用最为广泛。问卷调查法是通过被调查者根据个人情况填写事先拟定好的表格等形式来研究的一种方法。采用问卷法要注意:(1)要注意研究范围,有针对性地提出一些问题。(2)提问的形式、语言、用语也要适当,不可给被调查者暗示,也不能过于直接、过于理论化。(3)要注意某些技术性问题,如设问的策略、要求的一致性、问题的量和质的关系、所获答案便于处理和统计等。

调查法在旅游业也是一种常用的方法。旅游业的特点是旅游者的流动性大、逗留时间短,一般不可能做深入了解。我们在运用调查法时必须明确调查目的和调查对象,如了解旅游者对活动的要求或对住房、食品的要求等。调查的对象也可分为民族、国籍、性别和年龄等。调查的形式一般可采取填写调查表或意见表、资料收集和向有经验的同志请教等。

调查的方法不仅适用于对旅游者心理的研究,对工作人员的心理研究也可经常运用这种方式。调查的方法一般也只能用抽样的办法,当然越广泛越具有代表性,同时也可适当综合运用调查会和谈话法。