



21 世纪中等职业教育系列教材
中等职业教育系列教材编委会专家审定

旅游心理学

主编 倪宏志



北京邮电大学出版社
<http://www.buptpress.com>



中华人民共和国教育部
推荐书目
教育部推荐书目
教育部推荐书目

旅游心理学

主编 王健

中国旅游出版社

中等职业教育系列教材
中等职业教育系列教材编委会专家审定

旅游心理学

主 编 倪宏志

北京邮电大学出版社

· 北 京 ·

图书在版编目(CIP)数据

旅游心理学/倪宏志主编. —北京:北京邮电大学出版社, 2007(2009.1 重印)

ISBN 978 - 7 - 5635 - 1517 - 2

I. 旅... II. 倪... 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(2007)第 117644 号

书 名 旅游心理学
主 编 倪宏志
责任编辑 周 堃 李子贞
出版发行 北京邮电大学出版社
社 址 北京市海淀区西土城路 10 号 邮编 100876
经 销 各地新华书店
印 刷 北京市彩虹印刷有限责任公司
开 本 787 mm × 960 mm 1/16
印 张 10
字 数 200 千字
版 次 2007 年 9 月第 1 版 2009 年 1 月第 2 次印刷
书 号 ISBN 978 - 7 - 5635 - 1517 - 2
定 价 13.00 元

如有印刷问题请与北京邮电大学出版社联系

E - mail: publish@bupt.edu.cn

电话: (010)82551166 (010)62283578

Http://www.buptpress.com

版权所有

侵权必究

出版说明

为了贯彻《中共中央国务院关于深化教育改革全面推进素质教育的决定》的精神，落实《面向 21 世纪教育振兴行动计划》中提出的职业教育课程改革和教材建设规划，我们组织编写了《旅游心理学》一书。

旅游心理学是心理学的一个重要分支学科，是心理学的原则和理论在旅游业的推广和应用，它对旅游服务质量及旅游企业经营管理水平的提高、科学合理地建立旅游设施和开发旅游资源以及正确调整旅游活动中的人际关系等方面有着积极的实际效用，越来越引起了旅游业的重视。

本书具有以下特点：

1. 具有综合性。本书一方面吸收了心理学、社会心理学、管理心理学、行为科学和社会学等学科的研究成果；全面反映旅游心理学的基本理论，注意旅游心理学理论的系统性和完整性；
2. 吸收国内外旅游心理学在旅游业中的作用和最新研究成果；
3. 本书注重理论与实际相结合，分析问题力求深入浅出，具有很强的应用性。从我国旅游业的实际出发，将旅游心理学的理论与实践融为一体，论述力求简明扼要、深入浅出。

本书除作为中等职业院校旅游服务与管理专业的学生学习的教科书外，还可以作为旅游行业从业人员培训的教材。

当然，由于编者的知识水平有限和经验不足，书中难免存在一些疏漏和不足，敬请广大师生朋友批评指正。

编 者

目 录

第一章 心理学与你	(1)
第一节 什么是心理学	(1)
第二节 旅游心理学的研究对象和任务	(5)
第三节 旅游心理学的研究方法	(7)
第二章 如何对旅游者鉴貌辨色	(9)
第一节 感觉和知觉的活动特点	(9)
第二节 培养良好的观察力	(16)
第三节 对旅游者的鉴貌辨色	(18)
第三章 良好旅游服务心理素质的培养	(20)
第一节 良好注意力的培养	(20)
第二节 良好情绪和情感自控能力的培养	(27)
第三节 良好意志品质的培养	(40)
第四节 良好记忆力的培养	(44)
第五节 良好思维力的培养	(50)
第四章 操作技能训练	(52)
第一节 技能概述	(52)
第二节 如何进行操作技能的训练	(55)
第五章 旅游者的需要以及旅游动机	(58)
第一节 旅游者的一般需要	(58)
第二节 旅游者在旅游过程各阶段的心理需要	(61)
第三节 各种类型旅游者的需要分析	(63)
第四节 旅游者的兴趣	(67)
第五节 旅游者的旅游动机	(69)

第六章 旅游者的个性	(75)
第一节 旅游者的气质	(75)
第二节 旅游者的性格	(80)
第七章 旅游业员工的心理保健	(84)
第一节 从业人员的心理健康	(84)
第二节 从业人员的心理挫折	(87)
第三节 从业人员的自信心	(89)
第八章 旅游服务心理	(93)
第一节 前台和客房服务心理	(93)
第二节 餐厅服务心理	(97)
第三节 旅游商场服务心理	(101)
第四节 导游服务心理	(111)
第五节 服务中的人际交往	(121)
第九章 旅游者的投诉心理	(126)
第一节 旅游者投诉的原因	(126)
第二节 旅游者投诉心理的分析与处理原则	(128)
第十章 旅游者心理与旅游设施	(133)
第一节 旅游者的感知觉规律与旅游设施	(133)
第二节 旅游者的注意、兴趣、想像作用与旅游设施	(135)
第十一章 旅游管理心理	(138)
第一节 旅游管理者心理	(138)
第二节 员工的管理	(147)

第一章 心理学与你

第一节 什么是心理学

我们在日常生活和工作中,受主观和客观的影响,不同时期有不同的心理状态,对同一事物人们也会产生不同的心理感受和体验,并由此发生记忆、情绪与情感、感觉、思维、技能等,这便是心理活动。正常人在清醒时,都能意识到这种活动。

一、人的心理活动

人的心理活动是由千奇百怪的自然和社会现象刺激人们的大脑而产生的,它是客观现实在人脑中的反映。但是,人的心理活动不是消极、被动地投影客观现实,而是积极、主动地反映客观现实,这种反映受人的经验和个性等的影响。

人的心理活动十分复杂,丰富多彩,但它又明显地表现为人的心理过程和个性心理两个方面。

人的心理过程包含认识过程、情感过程和意志过程。人们用眼、耳、鼻、舌、身等感觉器官去感受和认知自然和社会环境。在感知的基础上,形成记忆。感知到的事物是事物的表面现象。为了对事物认识更深刻、了解更全面,人们运用已有的知识对感知的材料进行分析、思考,从而形成对事物本质的认识,这就是思维。在思维和经验的基础上,人们创造出新事物的形象,这就是想像。感觉、知觉、记忆、思维和想像都是人们认识客观世界的心理活动。人们通过这些活动来认识、了解、掌握客观世界。这就是心理活动的认识过程。

人们在感知、认识事物的过程中,还会产生对客观事物的各种态度,形成喜、怒、哀、乐、爱、恶等类型的情感。客观对象的利害关系和客观对象与人们自身的兴趣、需要状况相联系,人们看到与自己兴趣相合的人或事物,心中就会涌起一种亲热、喜悦的感情;看到与自己兴趣相背的人或事物,心中就会生出厌恶的情感。这些心理情绪反映是心理过程中的情感过程。

人们做某一件事,明明知道很困难,但人们又渴求达到目的,下定决心,想方设法去克服、战胜一切困难,达到自己的目标。这个心理活动的过程就是意志过程。

认知过程是人们认识客观事物的心理过程;情感过程是人们对客观事物是否符合自己需要的态度的体验的心理过程;意志过程则是人们自觉地确定目标,调节自己的行为以实现预定目标的心理过程。这三者的关系紧密相连,并相互促进和发展。

人的心理活动的个性心理特征是指在个体身上经常地、稳定地表现出来的心理特点,它

包括能力、气质和性格。人们在与客观事物发生关系而处理各种事物时,会表现出各自不同的心理特征。“房谋杜断”说明房玄龄善于分析、谋划,而杜如晦则更长于做出决断。李贺“磨刀踏天割紫云”,表现出李贺有丰富的想像力。庐山圆通居讷祖印禅师“过目成诵”,则说明他有非凡的记忆力。这些就是人们能力的不同特征。有人外露,有人深沉;有人孤僻,有人好交际;有人敏感,有人迟钝。这是人们在气质上的不同特征。有人大公无私,有人见利忘义;有人诚实,有人虚伪;有人勇敢,有人怯懦。这是人们在性格上的不同特征。

心理学研究的就是人们的心理活动。心理活动的心理过程和个性心理特征构成心理学研究的主要内容。心理学就是通过对它们的研究以揭示心理现象的规律。它研究人的心理活动如何产生,如何发展,人的心理活动的表现形式及其相互关系。

二、心理学学科

心理学是一门古老而又年轻的学科,千百年来,人类就不断去探索心理活动及其规律。古希腊哲学家亚里士多德(公元前384—前322年)在他的《灵魂论》一书中提出人有灵魂,第一次对心理学作了探讨。我国思想家、教育家孔子主张“性相近也,习相远也”,也提出了心理学的一个命题。但直到近代,心理学才成为一门独立的学科。

1879年,德国生理学家、哲学家冯特(1832—1920)创办了世界上第一所心理学实验室,采用科学的实验方法对人的心理现象进行研究,从而成为这一学科的奠基人。从此,心理学从哲学中分离出来,成为一门独立的学科。心理学作为一门独立学科传至我国则在清末,历史更短。但是心理学又是近几十年来发展最快的学科之一。随着时代的发展,人们在认识客观世界的同时,也在不断地探索人类自身。可以预测,随着科学的发展,心理学将会起着越来越大的作用。

三、心理学的领域及应用

心理学作为研究人心理的学科,它是一门基础科学,也是一门应用科学。作为一门科学,心理学离不开哲学作指导,又为哲学一般原理提供材料与例证。它的研究范围扩展到了人所从事社会实践的各种领域。正因为心理学的研究涉及到人所从事社会实践的各种领域,因此,心理学应用的范围非常广泛,例如,社会、司法、刑事、军事、商业、劳动、文艺、医学、教育、犯罪、宣传、管理、老人、妇女、青年、儿童等等。心理学派生出各个分支,其中有的分支主要是自然科学,如生理心理学、医学心理学等;有的分支主要是社会科学,如教育心理学、犯罪心理学等。认识到心理学是一门中间科学这一特性十分重要,它有助于我们从总体上把握心理学的理论体系,并通过科学实验和联系社会实践来学习心理学,论证心理学所阐述的观点。

四、人的心理特征

人类的心理具有以下两个特征:

(一) 心理是人脑的机能

对各种事物产生的心理,人的生理器官最重要的组成部分——人脑是其物质基础。科学实验证明,人脑是一个极为精密、完善和复杂的物质,它是中枢神经系统的核心,使人体与外部世界发生联系,保持平衡。因此,人脑是人的心理器官,人的一切活动都是由于人脑对外界信息接收、传递、加工、储存和提取的结果。

(二) 心理是对客观外界的反映

人类是在社会实践中认识世界,离开了客观外界,即使有了人脑,心理活动也不会产生。因为没有被反映者,就不能有反映,被反映者是有依赖于反映者而存在的。没有旅游工作和游客的客观存在,旅游服务人员在工作中的心理活动也不会产生。所以说,人脑只有与客观事物相互作用时才会产生心理活动。

由于人们年龄、知识、经验等的差异,对于相同的客观存在,会产生不同的心理活动。因此说,对客观外界反映的心理活动有着明显的个性色彩。例如,两个陪团的旅游服务人员,一个热情、开朗,一个冷淡、沉静;一个思维敏捷,一个反应迟钝;一个对任何事情都感到好奇,一个对所有的事都感到无所谓。虽然两人有着不同的心理反应和外部表现,但两个人的心理却有着共同的东西,即两人都把客观外界与自己的心理活动联系起来,并实现自己与客观外界的平衡。

五、心理受社会实践的制约

心理反应在社会实践中产生,并通过社会实践得到发展。有了人脑作心理的生物前提,还是不能保证人产生心理活动,只有通过实践,大脑与客观现实在实践活动中发生联系,才能产生反映。实践是沟通主观与客观的桥梁。因此,人的心理受到社会实践的制约。例如,在任务多的旅行社,旅游服务人员的技能就比较容易形成,相反,在任务少的旅行社,旅游服务人员很少有技能练习的机会,技能就不容易形成。

六、心理学的作用

实践证明,掌握必要的心理学知识,不仅对自身心理修养大有裨益,而且对于正确认识客观事物并遵循其发生、发展的内在规律,搞好工作,提高效率,减少盲目性都十分必要。

(一) 心理学为我们提供了如何去影响人的心理的科学理论指导

教育工作、管理工作、服务工作、宣传广告等工作都是影响人的心理的工作。在这些工作中,就必须利用心理学的理论,去分析人们的心理,掌握住人们的心理,然后利用影响心理的环境因素、机体因素、心理因素的理论去寻找影响人们心理的途径、方法和手段。很难想像,一个不懂心理学理论的人会成为优秀的教育者、管理者、服务员、广告大师、宣传家、推销员,因为他们的工作都是要因循心理活动的规律去充分影响别人心理的工作。例如,一个宣传广告,要怎样设计才能在形、声、色等方面给人以强有力的刺激,从而引起注意。这就需要

判断你针对什么类型的人作广告,这些人的心理状况如何,他们对什么样的形、声、色会最喜欢,你如何创作广告词才能抓住他们的需要。要判明这些,离不开心理学理论的指导。在现实生活中,人们在看广告时,有些会让人感兴趣,给予高度注意,有些则是漠然置之,视而不见,这都是心理在起作用。

(二) 心理学还为如何控制人的心理提供了方法指导

人的心理是复杂的,在现实社会生活中,各种各样的心理都在发挥作用。就是在干同一件事情时,也会有心理矛盾冲突。但是,为了干好某种工作,提高工作效率,不仅要引导、诱发某种促进工作的心理,还要控制那些阻挠工作进展的心理,以减少阻力和干扰。有时,有些心理甚至会是导致失败的重要因素。对人的心理,我们不是无可奈何的。尽管人的心理千变万化、纷繁复杂,但还是有规律可循的。只要我们掌握了影响、决定心理的那些因素,就能控制心理,让它俯首听命。心理学理论指出:影响、决定心理的因素虽然很多,但概括起来就是环境因素、机体因素和过去的心理这几类。我们从这几类因素出发,就能找到如何控制人的心理的方法和途径。例如,工作中的骄傲心理是应该加以控制的,因为它让人夜郎自大,不认真、冷静地考虑问题。于是,为了让这种心理受到控制,我们就可以对环境因素作些改变,让人们的视野更宽广些,让别人的成功更大些,让本单位的失误更少些。人们常看到天外之天,看到本单位与其他单位的差距,就会有危机感、紧迫感,自大感就会受到控制,人们就会更扎实地工作。在社会生活中控制某种心理以防止其膨胀,是绝对必要的。

(三) 心理学为我们能够更好地对待人的心理提供了心理指导

人是在社会中生活的,随时随地都要和别人打交道,因而也有一个如何对待人的心理的问题。人的有些心理状态是影响不了的,有时影响人的心理要区别对象和情况。因此,影响人的心理、控制人的心理绝不是无限制的、无条件的。如果是影响不了的心理,我们就必须根据它来改变自己的行为或活动的内容方式。如果是此时改变不了,我们就必须容忍、宽待其人,等待时机再去改变人的心理。人的心理变化过程,呈高低起伏状,什么时候别人的心理能有效利用,什么时候难以利用,也是有一定的轨迹的。因此,学了心理学,我们就能够更好地对待人的心理。顾客在过分激愤时,解释越多越难以平息其激愤,那你就只能让他发泄,让他气出够了,愤开始平下来了,再去做工作,再去说服,才会收到好的效果。任何人不希望领导人在大庭广众之下批评自己,这是自尊心在作怪。在这种情况下,如果领导人不好好地对待别人的心理,偏要去严厉批评别人,结果会适得其反。不仅起不到教育别人的作用,反而会使被批评者激烈对抗,让领导人下不了台。不能认为学习心理学就只是去有效地影响和控制别人,还要学会尊重别人的心理,善于对待人的心理。

第二节 旅游心理学的研究对象和任务

一、旅游心理学是科学

旅游心理学是研究旅游活动中人的行为规律的科学,主要内容包括旅游消费行为、旅游服务行为和旅游企业管理行为。在此,我们所说的行为不仅指一般的行为举止,而且还包括各种心理品质和心理活动。人是有自我意识的动物,人的一举一动无不与心理活动相联系。旅游心理学研究旅游活动中人的行为规律,目的是弄清理论,指导人们的旅游消费活动,培养旅游服务人才和管理人才,服务旅游业,服务社会。

二、旅游心理学的研究对象和任务

旅游心理学既研究人的心理活动规律,又研究人的行为规律,它是把这两者作为一个统一体来研究的。因为心理支配行为,行为反映心理,两者是密不可分的。具体来说,旅游心理学的研究对象主要有三个方面:

(一) 旅游者、旅游业从业人员在旅游活动中以某种形式表现出来的心理现象和行为表现

在旅游活动中,旅游者作为消费者总是按照自己的兴趣、意图和偏好购买和选择自己所需要的旅游产品和服务,而旅游业从业人员则要按照企业及自身的原则、利益行事。于是双方在旅游产品和服务的提供与接受之间,在其形式、内容和要求上会表现出一致、矛盾或冲突,旅游者和旅游业从业人员则会表现出不同程度的兴奋、惊奇、愉悦、满足、平淡、紧张、愤怒等各种复杂的心理活动和行为表现。而所有这些正是旅游心理学所要研究的基本内容。

(二) 旅游者、旅游业从业人员在旅游活动中所反映出的一般心理和行为规律

旅游者和旅游业从业人员在旅游活动中所反映出的种种心理现象,必然要受其个性心理的影响而表现出明显的个性。因而,作为消费者的旅游者或作为为旅游者服务的旅游业从业人员,不论其每次具体的消费行为或服务行为是如何形成的,他们总是把自己以独特形式保持的那些稳定的、本质的心理特点即个性反映出来,并构成其旅游消费行为或服务行为的基础。所以,在对旅游者或对旅游业从业人员的心理活动过程分析中,可以发现并应研究旅游者或旅游业从业人员心理现象中的一致性;在对旅游者或旅游业从业人员的个性心理活动的分析中,可以发现并应研究旅游者和旅游业从业人员心理现象中的差异性;而对旅游者或旅游业从业人员心理现象的综合研究,则可以找出旅游消费过程中旅游者和旅游业从业人员的一般心理规律。

(三) 旅游者心理发展、变化的一般趋势和旅游业从业人员的心理适应

随着社会的发展,生活水平的提高,人们对旅游的消费越来越迫切。由于科学技术的发展,人们的信息更为灵通,因而人们更有权利意识、更精明、更成熟、更有教养。这反映在旅

游消费活动中,便是人们的消费更趋精神产品,要求上也更趋个人化。而快速、友好、高效的服务将是旅游消费者对旅游服务标准的最起码的要求。所有这些变化趋势,都将构成旅游心理学研究对象的重要组成部分。

三、研究旅游心理学的意义

旅游是人类社会的一项活动。它可以陶冶人的身心,丰富见闻,增添乐趣。因此,令人向往和追求。

随着世界经济的发展和人民生活水平的提高,旅游已成为现代人类社会重要的生活方式。我国改革开放以来,旅游事业取得了令人瞩目的辉煌成就。在面临世界旅游业大发展的时代,旅游心理学研究旅游活动中人的心理和行为规律就具有重要的实际意义。

首先,它有助于旅游事业的发展和服务质量的提高。旅游业以旅游者的存在为主要前提,没有旅游者旅游业就不能存在。从现实意义上讲,一个旅游企业赢得旅游者的多少,是衡量该企业是否兴旺发达的重要标志。如何赢得旅游者?众所周知“得人先得心”,而旅游心理学正是研究人的心理和行为规律的,它会为发展旅游事业,招徕更多旅游者提供重要的心理依据。旅游业是服务业,服务质量的高低主要取决于旅游业职工的服务态度和技术水平。良好的服务态度是提高服务质量的思想基础,高超的技术水平是实现高质量服务的技术保证。所有这些都与人的心理素质有关。旅游心理学所揭示的人的心理规律,对服务态度的产生和调节产生重要影响。而态度端正才会有提高服务技术的热情和持久的内在动力。由此可见,旅游心理学的研究为提高服务质量奠定了基础。

其次,旅游心理学的研究为旅游企业的经营管理提供了心理依据。世界旅游业是在环境变化、技术革新、竞争激烈的情势下发展的。一个国家或地区的旅游业要想在市场变化激烈竞争中占据优势地位,就要对变化的环境进行科学的预测和决策,然后在此基础上调整经营方针,改善经营措施,制定经营策略,才能吸引更多的旅游者,以保持充足的客源。旅游心理学的研究,可以帮助我们运用心理学的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,制定受欢迎的经营措施,提高经营效果。

再次,旅游心理学的研究对科学合理地安排旅游设施,开发旅游资源提供心理依据。旅游业的一切设施都是为旅游者所利用,无论现代化程度多高,都必须适应旅游者的生理和心理的特点。否则,等于虚设。旅游资源的开发,目的在于利用,如果不考虑旅游者的需要,则是盲目的开发。为此,旅游设施的安排和旅游资源的开发都必须以旅游者的需要为前提,以能否满足旅游者的需要为制订方案的依据。在资源开发利用和设施的安排上要真正做到科学合理,就必须对旅游者的心理规律进行研究。

最后,旅游心理学的研究有利于建设高质量的旅游企业职工队伍。旅游企业职工是企业的主人。旅游事业的发展和服务质量的提高主要依据全体旅游工作人员的努力。为此,提高旅游企业职工的职业素质是企业成功的关键。旅游心理学作为一门专业的学科,研究

的是有关旅游专业的心理方面的基本理论和知识,这是企业职工不可缺少的基本理论和知识。深入学习这门学科,掌握这门学科的基本理论和知识,可以使职工正确认识工作的对象,把握工作对象的心理特点和差异。旅游企业职工能否做到这些,关键取决于心理科学的应用水准。从旅游事业的发展趋势来看,建设高质量的企业职工队伍已刻不容缓。实践经验告诉我们,旅游心理学在提高职工职业素质方面具有重要的作用。

第三节 旅游心理学的研究方法

旅游心理学是采用系统分析的方法,并以综合运用心理学、社会学、社会心理学、经济学、管理学等学科的知识为手段,把旅游者作为旅游消费的决策者来研究的。旅游者作为旅游消费行为的决策者,真正实现旅游并非易事,而要经过一个包括心理因素在内和社会因素影响的复杂决策过程。因此,只有综合运用上述各学科的知识,才能对旅游活动中人的心理和行为作全面科学的解释。旅游心理学的理论基础是普通心理学,因此,在具体的研究方法上,旅游心理学主要借用普通心理学的一些方法。通常采用的方法主要有以下几种:

一、观察法

观察法是指在旅游活动中通过感官或仪器,有目的、有计划地观察和记录旅游活动中人的行为、动作、表情、言论等方面的表现,分析其内在原因、了解其内心活动的基本规律的方法。

在旅游活动中,旅游消费者在旅游这个特定的环境中活动,一般是无拘无束的,因此,观察到的情况除直观外,所获得的材料比较真实、切合实际。但观察到的往往只是表面现象,很难揭示现象背后的本质或因果规律,因此,观察法最好与其他方法结合使用。

二、访谈调查法

访谈调查法简称访谈法。它是通过调查人员面对面地与调查对象进行交谈、收集口头资料的一种调查方法。此种方法具有直接性、灵活性、适应性、回答率高、效度高等特点。当然访谈人员的访谈技巧、人品气质、性格特征会直接影响调查的结果。

在实际应用中,访谈人员可携带事先设计好的访问调查表或访谈提纲,依据调查对象的特点,采取集体式、个别式、横断式、纵向式,选择不同的地点进行访谈。访谈法也有其局限性,主要是标准化程度低、规模小、费时多。如果访谈法和问卷法相结合则可避免访谈法标准化程度低和问卷法回收率有限的弊端,并可以对一些问卷法所不能深入了解的问题进行调查。

三、问卷调查法

问卷调查法简称问卷法。它是指根据研究内容的要求,由调查者设计调查表,由被调查者填写,然后汇总调查表,进行整理、分类、分析研究的方法。问卷法可将调查的目的和内容

通过调查表清楚地反映出来,并能在较短的时间内大面积地了解消费者的需求倾向、兴趣、态度、购买动机和价值观念等因素。通过问卷调查,不仅可以了解消费者现期的心理和行为,而且也可以了解消费者预期的消费心理和行为。

在实际的应用中,问卷法可分为开放型问卷和封闭型问卷两种。

所谓开放型问卷,即让被调查者对每一个问题可根据自己的情况自由作答。此类问卷一般多用于探索性研究。例如:您对某某饭店(或景点、旅行社、交通运输部门等)服务有何评价?由于对被调查者作答不作任何限制,因此回答者发表的意见和看法不一定都与所问的主题有关,可能导致收集一些无价值和不相干的材料,使调查结果难以统计分析。由于开放性问卷的回答费时和费力,也容易引起较高的拒答率。

所谓封闭型问卷,是调查者对所调查的问题事先给出两个或两个以上的答案,被调查者只能按调查表的要求选择一个或几个答案。具体可分为两项选择式,即问题的答案只有肯定或否定两个,要求被调查者回答“是”或“否”;多项选择式,即拟定出多个答案,由被调查者从中选择一个或几个。封闭型问卷回答标准,材料有利于统计分析,可信度较高,但封闭型问卷因为对答案有所限定,不利于研究者发现新的问题。

四、测验法

测验法是通过对被调查者回答试题或完成某些“作业”,来揭示他的有关心理品质或行为的方法。被调查者对测验材料作出的反映,还要与经过大量取样而获得的常模加以比较,来确定被调查者完成某种活动的准备性水平。此种方法是研究旅游者和旅游业从业人员的心理活动和行为方面的心理学家们采用的方法。

心理学的研究方法还有很多,诸如活动分析法、个案研究法、投射法、实验法、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,在进行研究时不能单纯地使用某一种方法,应根据对象与任务的不同,在使用某一种方法时要辅之以其他方法,使之相互补充,以使其更准确、更客观地反映人的行为和心理活动的规律和特点。

第二章 如何对旅游者鉴貌辨色

第一节 感觉和知觉的活动特点

人是经常需要新鲜刺激的动物,人不能总是在同一刺激环境中工作和生活。囚犯的生活之所以令人恐怖,不仅仅是因为他们被剥夺了自由,而且是因为他们生活在一种单调乏味的环境之中。感觉剥夺的心理学实验就证明了这一点。感觉被剥夺超过三天以上的人普遍感觉迟缓、神经衰弱、情绪紧张、易怒、烦恼,并且需要一段调整适应期才能重新开始正常生活。而旅游正是给人提供丰富、新异的感官刺激的休闲娱乐活动。

一、感觉与知觉的概述

感知是人们理解世界的一种心理过程,风景、名胜古迹、旅游中的衣食住行都是通过人们的感知来形成印象的。在这一节里我们将着重讨论旅游者的感觉和知觉,分析旅游者的感觉是如何影响旅游者的旅游行为和看待旅游产品及服务的。

(一) 旅游者的感觉

1. 感觉的定义

感觉是外界客观刺激直接作用于感觉器官所引起的认知反应。例如视觉是光波刺激作用于眼睛后产生的反应。心理学意义上的感觉是多种感官对客观事物个别特性进行反应的总概念,它和我们日常所用的“感觉”意义不同。日常的“感觉”含义广,包括心理学意义上的感觉,还包括情绪、评价、判断、态度等。这里说的感觉是指作为认知过程中最初级的形式、阶段的感觉。感觉是人认识外部世界、形成各种复杂心理过程的基础。

2. 感觉的种类

感觉的种类如下(见表2-1):

表2-1 感觉分类一览表

	感觉器官	感觉刺激	功能
视觉	眼睛	可见光波	看东西
听觉	耳朵	声波	听声音
嗅觉	鼻子	气味	识别气味
味觉	舌头	味道	感觉物质味道

(续表)

触觉	皮肤	物理压力	感觉硬度、形状等
痛觉	皮肤	疼痛	生命安全
温度觉	皮肤	温度	生命安全
饥渴觉	内脏器官与大脑皮层	食物、水及体内失衡	吃、喝
动觉	所有感觉与大脑皮层	身体运动	日常行动
平衡觉	内耳中的前庭	身体倾斜度	身体平衡

(二) 旅游者的知觉

1. 知觉的含义

旅游知觉是指直接作用于感觉器官的旅游刺激的整体在人脑中的反应。个体通过旅游知觉来获得新的知识和生活智慧。中国自古就有“见多识广”，“读万卷书、行万里路”的说法。在旅游中不仅能愉悦身心，而且还可以学习和体验到其他地区、民族、国家的文化风俗，增长生活智慧。

2. 知觉的过程

知觉过程是选择、组织和解释感觉刺激，使之成为一个有意义的连贯的现实映像的过程。一个世纪以前，人们还把知觉类比成照相机来理解，但是计算机要模拟知觉时却发现远不是那么回事。知觉是一个主动探索客观世界的过程，在这一过程中，大脑对大量离散的感觉信息进行选择加工，在信息加工过程中又强烈地受个体的动机、人格、态度、学习等因素的影响。不同的人面临相同的风景时会产生不同的旅游知觉反应。

(三) 感觉和知觉的联系

感知觉是人的智慧之门。人是靠感觉和知觉来了解周围世界的。感觉与知觉是连续不可分的两个认知阶段。感觉以感觉器官为基础接受外界信息，知觉却是各种感觉加上人的记忆、思维等过程的综合。感觉的发生先于知觉，知觉的形成需要感觉提供有关材料。感觉是知觉的基础，没有感觉就没有知觉。知觉不是各种感觉的简单相加，而是各种感觉的有机组合。知觉对客观事物的反映比感觉更深入、更完整。掌握旅游者感觉和知觉的活动特点对理解旅游中风景的欣赏，旅游中景点的评价，以及广告的设计，旅游产品的开发都有积极的意义。

二、感觉与知觉的活动特点

(一) 感觉的活动特点

旅游者是通过不同的感觉器官来感受旅游活动的，下面逐一分析不同感觉的活动特点及其对旅游行为的影响。