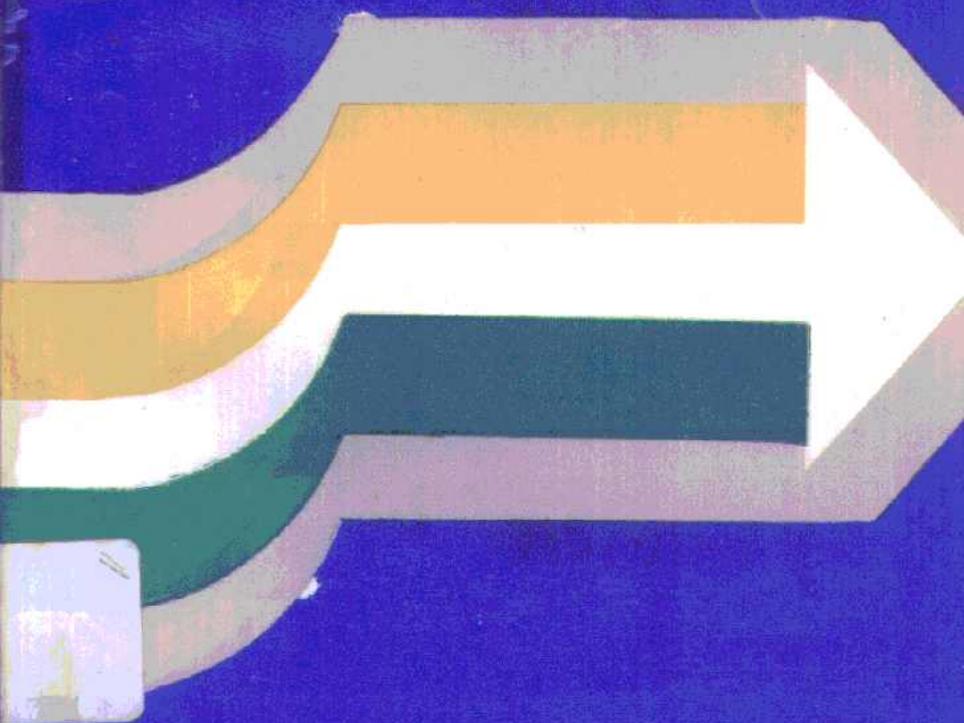


实用旅游 心理

● 李秋洪 编

● 重庆出版社



实用旅游心理

李 秋 洪

重 庆 出 版 社

1 9 8 8年·重庆

责任编辑：杨建恒

封面设计：周曙光

李 秋 洪 著
实 用 旅 游 心 理

重 庆 出 版 社 出 版、发 行 （重庆长江二路205号）
新 华 书 店 经 销 达 县 新 华 印 刷 厂 印 刷

*

开本787×1092 1/32 印张9.75 插页2 字数192千
1988年5月第一版 1988年5月第一版第一次印刷
印数：1—2,400

*

ISBN 7-5366-0439-4/B·9

定价：2.15元

前 言

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，载运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，德国著名心理学家冯特创立了世界上第一所心理实验室，标志着心理学正式形成一门有自己独立的研究对象和独特的研究方法的学科。从此，心理科学开始突飞猛进地发展起来。

这两件相距38年而又似乎毫无联系的事情，却在一个世纪后一起成为一门新的心理学分支——旅游心理学的滥觞。这大概是库克和冯特两位先人始料不及的吧。

许多人可能还未接触过心理学，对旅游心理学更感陌生。这不足为奇。因为，心理学作为一门科学，至今只有100多年

的历史；现代旅游业也只是近几十年才兴起和发展起来的；至于把心理学应用到旅游领域，形成一门新的应用学科，则是更晚的事情了。

为什么旅游业会与心理学发生联系并由此形成一门新的学科呢？这要从旅游业的形成和发展谈起。

旅游活动并非始于今日，中外历史上都有很多关于旅行活动的记载。例如，我国西汉的司马迁20岁就开始漫游全国，为写作《史记》积累资料；明代的徐霞客周游全国，写下有重要科学、历史和文学价值的《徐霞客游记》；意大利马可·波罗游历中国；哥伦布环球航行；英国的达尔文也曾进行过为期五年的探险考察旅行，在旅行中搜集的科学资料证据导致了生物进化论的诞生；等等。然而，旅游成为一种社会行业则是从库克才开始的。

20世纪50年代以后，旅游业得到空前迅速的发展。1980年，全世界仅国际旅游即达28500万人次，旅游收入达925亿美元。近年来我国的旅游业也得到迅猛的发展，全国接待的各类海外旅游者1978年为1883000人，1981年就达到7763000人^①，1986年更达到2282万人^②。现代旅游业之所以得到如此迅速的发展，首先是由于世界经济、科学技术、交通运输和文化的迅速发展；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、经济原因造成了人们心理上的变化，认为旅游是人们重要的精神享受，是现代文明生活

①《旅游概论》，第16页、49页，天津人民出版社，1982年版。

②《光明日报》，1987年2月22日。

的一个标志。此外，现代化大工业日益发展，加快了生活节奏，城市环境污染严重，工作紧张单调，人们经受着巨大的身心紧张，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，以消除身心疲劳。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。

总之，旅游活动已成为人民群众物质文化生活需要中不可缺少的内容之一。从这简单的叙述中也可以看出，心理因素对旅游业的发展起着重要作用。这就提出了研究旅游心理的客观要求。

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心理因素在旅游服务中的作用，开始探索针对旅游者心理搞好服务工作的措施，积累了大量经验素材，只是缺乏系统的理论论证和深化。每一门新的学科都是适应客观的需要而出现的。随着旅游业的发展，心理学家，不少其它领域的学者逐渐开始从不同的角度来研究旅游心理。同时，旅游业本身的发展也迫切要求系统地深入地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、培养优秀的旅游服务员工提供心理学依据。在这种背景下，旅游心理学应运而生了。

旅游心理学作为一门应用心理学分支，它的研究对象就是旅游活动中人们（包括旅游者和旅游业员工）的各种心理现象及其规律。通过旅游心理学的研究，人们可以更好地了

解旅游者的思想、需要和爱好,掌握他们在食、住、行、娱乐等方面的具体要求,预测旅游者的动机发展倾向和旅游业发展的趋势,从而使我们可以根据旅游者心理活动规律确定旅游发展战略,提供深受旅游者欢迎的、高质量的旅游服务,生产和销售能满足旅游者需要的旅游商品,培养大批符合旅游业需要并具有良好的职业心理素质的旅游业员工,也有助于采取有效管理措施来提高员工的工作积极性和服务效率,发展旅游事业。凡此种种,都可说明旅游心理学对于发展旅游业具有十分重要的意义。

旅游心理学尽管还很年轻,但它的作用和意义已开始为人们普遍承认和重视。在我国的社会主义旅游事业中,旅游心理学也应该,而且必然会发挥日益重要的作用。本书是为帮助旅游业员工和其他对旅游研究有兴趣的读者了解旅游心理学而写的。作者从实用出发,简单扼要地介绍旅游心理学的主要内容,包括旅游心理学的基本理论及其在旅游宣传、导游、旅馆、餐厅、旅游设施和资源、企业管理等各个领域的应用。笔者在写作时力求浅显通俗,但由于涉及范围广泛而篇幅有限,有些地方难免语焉不详。读者若能阅读一两本普通心理学和社会心理学(它们是旅游心理学的理论基础)书籍,将能更好地理解旅游心理学的理论与应用策略。再者,本书内容较多地涉及国际旅游,但道理相通,国内旅游也是适用的。

第一章

旅游的需要和动机

中国有句俗话说：“在家千日好，出门一日难。”但是，今天的世界上，每年都有数以亿计的人在各地旅游，来来往往，其乐无穷。是什么原因使得如此众多的人离开家园故土，四处奔波，跋涉千里，外出旅游？要回答这个问题，就必须了解旅游者的需要和动机。同时，旅游业是一种新兴产业。它不仅向旅游者提供交通工具、食物和出售各种旅游纪念品，更多地是出售“无形商品”——服务。我们只有知道旅游者需要什么服务，才能确定开发何种旅游资源会受到欢迎；采取什么宣传形式最为有效；旅游业员工应该怎样提高工作效率和服务质量，旅游者才会欣然而来。旅游业的这种特点也要求我们必须从心理学的角度深入研究旅游者的需要和动机，以确定旅游服务的心理对策和措施。在这一章，我们就主要分析旅游需要和动机的形成、分类和旅游动机的个体差异等问题。

一、一篇有趣的旅游者祈文

——旅游动机及其分类

下面这篇祈文摘要，是美国记者布 切沃德（Art Buchwald）所作：

“天父，瞧瞧我们——您谦卑、顺从的旅游奴仆，他们已命定要在这个世上游览、拍照、寄明信片、买纪念品、穿着一身易干的衬衣四处奔走。

“主呵，恳求您，务必使我们的飞机不要被劫持，行李不要丢失，超重的行李没让人发觉。

“给我们神旨，教会我们选择饭店。在那里，我们的预订受到尊重，房间已经清扫完毕，水龙头里流出的是热乎乎的水（如果这一切是可能的话）。

“我们祈求，我们房间里的电话线畅通，接线员能讲一口我们的语言；没有从我们孩子那边寄来的邮件，因为这或许会迫使我们取消余程。

“引导我们，亲爱的主，上那些价廉物美的餐馆去，有鲜美可口的食物、和蔼友好的侍者，酒费已包括在膳食中了。

“给我们以聪明，当我们用看不懂的外币付小费时，不出差错，宽恕我们因无知而付得不足，因害怕而多付。让当地人仅因为我们的为人爱我们，而不因我们能为他们的财产增添点什么。

“给我们力量去参观博物馆、庙宇、宫殿、城堡等在导游册上列出的‘必去之处’。

“若有可能，午餐后让我们略去一个历史遗址，稍睡一会，怜悯怜悯我们，我们的身体太虚弱了。”

以下部分是旅游结束后的祈求——

“当旅程结束，我们返回我们的亲友处，给我们以特惠，让人们来观看我们的家庭电影，聆听我们的奇闻轶事，这样，我们作为旅游者的生活也就没有白白过去。主呵，我们以××××的名字向您祈求。阿门。”^①

这篇诙谐有趣的祈文告诉我们，旅游者有多种旅游需要和动机，旅游行为是一种综合了政治、经济、文化、生理等因素在内的行为。

人们的各种旅游需要属于精神文化性质的需要，主要以游览自然风光、瞻仰文化古迹、欣赏现代著名建筑、观看体育竞赛、考察民情风俗、购买旅游纪念品等活动来取得心理上的满足。在旅游需要基础上形成的各种旅游动机则起着把旅游者引向合适的旅游目的地，决定他们对旅游活动项目和旅游方式的选择，使他们的需要得到满足这样一种心理功能。

这里应该说明的是，人的旅游行为都是有特定的动机的，但在动机和行为之间还有复杂的中间环节。由于环境条件和个性心理的差异，动机的表现常常因人而异。类似动机

①《中国旅游报》，1985年1月29日。

可表现为不同行为。例如，同样外出旅游的动机，有人选择长途出国旅游，有人选择中短途国内旅游。反之，类似的行为也可以由不同的动机产生，或者由几个动机及其他因素综合产生。比如，同是去一地的旅游者，有人以度假为动机，有人则以参加学术会议为直接目的，还有人是为了观看在当地举行的世界锦标赛。可见，动机与行为之间的关系，必须经过反复综合考察才能确定。正因为如此，要做好旅游服务，只知道旅游动机是旅游行为的动力是不够的，还必须深入研究有哪些具体因素激励人们去从事旅游，旅游者有哪些动机，各人的旅游动机有哪些差异等一系列问题，才能有针对性地满足旅游者的各种需要，使他们得到心满意足的享受。

首先，我们要了解的是，人们萌发与形成旅游动机，受的是哪些因素的影响和制约。

人们之所以日益普遍地外出旅游，原因主要有四：

1. 经济生活水平的提高和科学技术的发展，为旅游需要和动机的产生提供了物质基础。十分明显，如果缺乏必要的闲暇时间，个人就无法形成具体的旅游动机，可能有的只是一种无法实现的愿望。收入也是一个决定性因素，如果生活贫困，旅游只是一种奢望，更不可能去作长途豪华旅游。如果没有方便的交通工具，没有火车、远洋轮船和飞机，即使有几天或几个星期的假日也是无法进行舒适的和远程的跨洋旅行的。没有现代化的通讯设备，人们无法迅速预订几千里之外的客房和了解有关旅游信息，得不到高效率的旅游

服务。世界经济、科学技术、交通运输和文化的迅速发展导致的社会经济生活水平的提高为人们的旅游提供了良好的条件。有薪的假期(3周到6周)使人们有了可供旅游的时间。于是越来越多的人产生了旅游的愿望,过去只是达官贵人、富商大贾的特权享受变成人民群众日常生活需要的一部分,旅游活动日益普及。可见,旅游动机这种心理现象是产生于一定的社会经济生活基础之上的。

2. 各国政府推行鼓励旅游的政策,是产生旅游动机的政治原因。旅游业可以赚取巨额外汇收入,解决就业问题,带动交通运输、工艺美术、商业、建筑、饮食服务等部门的发展,活跃经济,而且具有投资少,收益快,利润高等特点,深受各国政府的重视。一些小国,旅游业收入竟占国民生产总值的一半以至70%以上。意大利旅游业每年约赚80亿美元,可以弥补赤字的40%左右。因此,大多数国家都制定和执行鼓励旅游的政策,千方百计招徕旅游者,用旅游业的收入解决发展经济所需的外汇,促使旅游业蓬勃发展。但也有的国家有些时候为了各种原因而限制旅游,如法国1983年3月宣布,限制法国人去国外旅游,同时宣布法国人出国旅游时兑换外汇的限额,成年人每人每年只准携带2000外汇法郎,10岁以下的儿童只准携带1000外汇法郎。由于这一措施,许多原来准备出国旅游的人放弃了旅游的动机^①。此外,还有的国家或地区由于担心文化渗透、恐怖活动或政局不稳等

^①《旅游报》,1983年5月31日。

原因限制旅游，这也会阻碍人们形成旅游动机。

3. 经济、社会等方面的原因造成旅游观念的日益普遍，旅游已成为一种社会风气，西方国家尤甚。在联邦德国等国，人们认为旅游度假是一种文明的标志，不去度假，倒是一种反常现象。甚至，旅游已成为人们满足认识需要、获得他人尊敬和社会地位、以及与人交往的需要和娱乐需要的重要途径。由于这样的观念和风气，在人们的价值观中，旅游已被提到重要地位上来了。谁要是假日不外出旅游，就是生活中的一大遗憾。相反，谁旅游经历丰富，到的国家越多，就越受到人们的尊敬。这是产生旅游动机的心理原因。某个名人到一个地方旅游，会引起公众注目而成为一种权威暗示；一个自己的熟人由于到新奇的地方旅游而获得大家尊敬、一部深受欢迎的旅游电影也会成为刺激因素，有意或无意地引起模仿，这些都可能使旅游行为成为时尚，在众人身上产生旅游动机和行为。

4. 现代化社会生产造成工作紧张、重复、枯燥，生活节奏紧迫、单调，易于使人感到烦闷压抑，造成持续的心理压力。近年西方社会中精神病发病率增高也与此有关。这种状况使得人们迫切需要在长期从事紧张的工作或被繁琐的事务纠缠之后，暂时改变一下生活环境，调剂生活节奏，放松身心。旅游则被视为能够使人产生其他行为无法产生的满意和轻松之感，是一种高级复杂的精神享受。这是产生旅游动机的生活原因。

上述这些因素，以及旅游东道国或地区的社会经济文化

特点、自然环境和旅游业的发展，旅游者所在地区（客源地）的社会经济文化和政治因素，旅游宣传，旅游者的生活水平和个性特征如认识特点、知识素养、情感倾向、兴趣、好奇心和需要，以及社会心理（暗示、模仿、时尚）等因素彼此激荡、相互作用，制约着、决定着人们是否产生旅游动机以及产生什么样的旅游动机。

当今世界各国为了促进旅游业的发展，都在不惜巨大代价，投入许多人力、物力来研究旅游动机及其产生和发展的规律。人们有哪些旅游动机是重要的研究内容之一。

旅游服务员工在大量的旅游接待实践中已经体会到，不同的旅游者有着不同的旅游需要和动机，同一个旅游者也有多种旅游动机，同一旅游动机的表现还有各种变化。在旅游心理学的研究中，很多学者对旅游动机作了划分。我们可以把旅游动机按照起源于何种需要以及这种需要在人的需要结构中所处地位、动机的发展水平高低，划分为如下几类：

1. 生理性动机：它是人们从事旅游活动最基本的动机。生理性动机首先包括食住行的动机。任何人都有这些需要，但是旅游者的食、住、行需要与动机有其特点：一是他们要求食、住、行都有浓厚的旅游色彩和异国情调；二是绝大多数旅游者有一个共同特点，即“家贫路富”，消费水平高于居家生活，要求食住行的方便、舒适、豪华（相对于他们居家生活而言）。其次，生理性动机还包括保健、休养方面的动机。早期的旅游几乎全是达官贵人的度假疗养旅游，现在为此目的而旅游的也还有不少人。人们出于保健的需要而寻找

避寒、避暑、气候干燥或阳光充足的地方。各种出于创作度假、疗养度假和休息度假的旅游者在紧张工作之余外出，目的在于体验轻松愉快的旅游生活，呼吸新鲜空气，享受温暖的阳光、清澈的溪水和绿色的草地构成的静谧的自然美，涤除大城市的喧嚣和噪音带来的疲劳，使身心得到调剂和休养。资本主义旅游业强调满足旅游者对四个S即阳光(Sun)、沙滩(Sands)、海浪(Sea)和性(Sex)的需要，这些都是生理需要的对象。当然，以性欲满足来吸引旅游者是社会主义的旅游事业所不取的。

2. 经济性动机：这种动机可以说是绝大多数旅游者都有的动机之一。它首先表现为旅游者对旅行费用低廉、路程合理的要求。尽管旅游日益普及，但中低收入的人仍占大多数，人们的支付能力毕竟还是有限的。经济支付能力的大小是他们选择长途、中途还是短途旅游，以及在旅游中选择什么水平服务的决定性因素。不言而喻，人们在确定旅游地点和路线、接受旅游服务、考虑旅游方式时，可以说无一不从经济角度考虑，不愿花冤枉钱、白跑路是很自然的。其次，它还表现为购物动机。几乎所有旅游者外出旅游，或多或少都有购买物产的打算。购买旅游纪念品、地方土特产，更是旅游者的必然要求。旅游者购物花费通常占各国旅游业收入的一半或一半以上，可见购物动机是不容忽视的。对购物动机的研究是旅游商品心理研究的中心内容。

3. 社交性动机：人们外出旅游往往带有社会交往的动机。这首先表现为怀旧心理和归土动机，即从居住地返回祖

籍，寻根访祖，亲人团聚，共享天伦之乐。来我国旅游的人中间，有超过一半的人是定居海外的华侨、港澳台同胞、外籍华人，还有相当多的外国旅游者是近邻日本人。这些人到中国来大都有归土动机、怀旧心理，为缅怀先辈故土而旧地重游，重温历史，探亲访友，或者到亲友去过之处以表敬仰，等等。其次表现为交友动机，在旅游中与异国异地的新朋老友交流感情，发展友谊。随着社会发展，信息交流日益重要，人们比以往更厌恶孤独，不仅在工作时需要集体支持，在闲暇时也需要互相支持。

4. 文化娱乐性动机：旅游者在旅游中不仅要求吃得好、住得好，还要求玩得好，游得好，富有浪漫色彩。这种动机也有几种形式：一是从事体育活动，这包括亲身参加游泳、航海、滑雪、登山、球类、狩猎等活动，以及观看各种体育比赛。每年的世界性重大体育比赛，都有许多体育迷不远万里，乘坐飞机赶去观战助威。二是欣赏有旅游东道地区特点的戏剧、音乐和各种娱乐活动，参加各种著名的民间节日如狂欢节、啤酒节、收获节、玩偶节等等，与当地人民共享节日欢乐。三是以旅游形式度蜜月，让欢乐的旅行在生活中留下美好的记忆。这些人在旅游者中占有相当一部分比例。

5. 精神寄托性动机：有这类动机的旅游者都有寻找某种精神慰藉的需要。他们或者瞻仰革命圣地，缅怀革命先辈，坚定革命志向和信心；或者思怀重大历史事件而游览历史遗迹，凭吊古人；或者到宗教圣地朝圣、参加宗教集会，以了

平生之愿，满足其宗教情感。

6. 专业性动机：有这类动机的旅游者都是为了某种与自己的专业、职业或工作有关的目的而旅游的。例如，考古学者去外地从事考古工作，探寻远古遗迹；医学专家到国外从事医学考察；人类学家到原始部落从事社会调查；企业人员出国考察管理和技术；从事商务、教育或其它公务旅行的旅游者，也都各有其动机。专业性旅游者主要是为了学习技艺，交流专业知识，进行学术考察和社会调查，满足增长专业知识、促进信息交流、完成公务、取得成就的需要而外出旅游。在追求专业目的的同时，他们也会顺便作一些游览观光的活动。但是，在安排旅行日程时，如果二者发生矛盾，他们一般都选择专业目的而舍弃游览目的。

7. 认识性动机：这类动机与人们认识自然、认识社会、了解世界的需要紧密相关，其最典型的表现就是游览观光动机。这种动机是最普遍、最常见的旅游动机。不论何种类型的旅游者，其旅游动机中都有认识的愿望，只是有强有弱而已。人们通过游览观光，达到开阔眼界，认识大自然，了解异国风情，增长见识和娱乐身心的目的。认识性动机表现之二是审美动机。爱美之心，人皆有之。无论男女老幼，都有审美需要。人们不会满足于局限在自己生活的小圈子里，而总是倾向于丰富自己的美感经验，扩大审美范围。旅游为人们亲临其境、取得在家里得不到的美感享受创造了条件。人们对美的追求不仅体现在对旅游资源（风景、文物、古迹、娱乐设施）的要求上，还体现在对旅游服务各个环节的要求上。