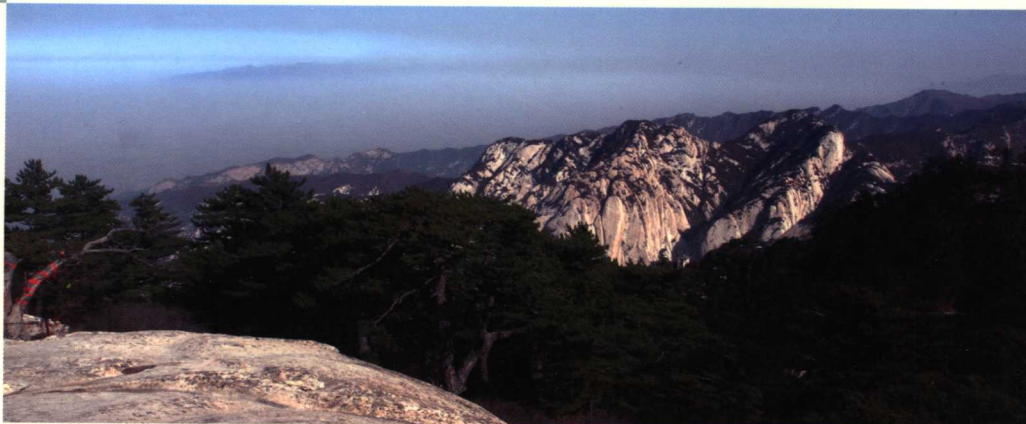


21世纪 高等院校 旅游管理 系列教材

Tourism Psychology



旅游心理学

舒伯阳 廖兆光 编著

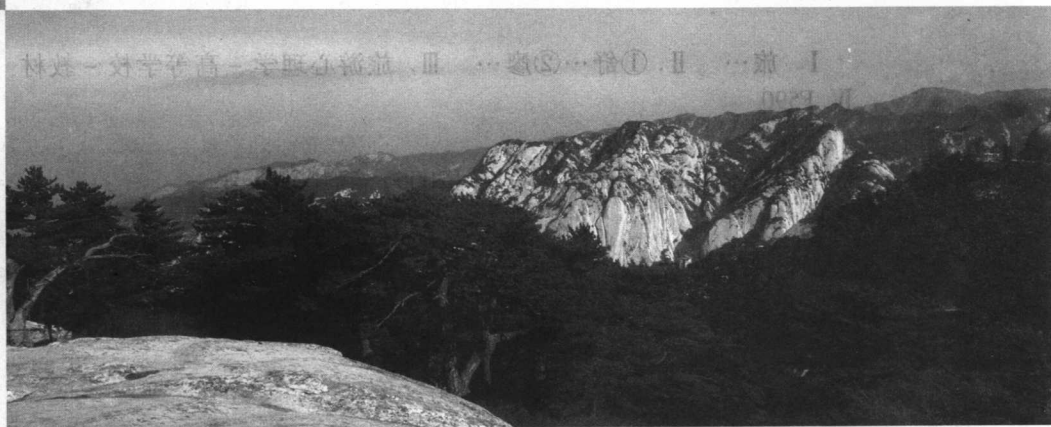
FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

21世纪 高等院校旅游管理系列教材

ISBN 958-0084-2-1

定价：18.00元

Tourism Psychology



旅游心理学

舒伯阳 廖兆光 编著

东北财经大学出版社
(大连市中山路217号 邮编 116025)

总编室：(0411) 84710523
营销部：(0411) 84710711
网址：http://www.dufe.cn
电子邮箱：dufe@dufe.edu.cn

东北财经大学出版社

大连理工大学出版社

18开

400千字

170mm x 240mm

2000年1月第1版

2000年1月第1版

2000年1月第1版

责任编辑：王淑娟

封面设计：王淑娟

版式设计：王淑娟

校对：王淑娟

封面设计：王淑娟



东北财经大学出版社

Dongbei University of Finance & Economics Press

© 舒伯阳 廖兆光 2007

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游心理学 / 舒伯阳, 廖兆光编著. —大连: 东北财经大学出版社,
2007. 1

(21 世纪高等院校旅游管理系列教材)

ISBN 978 - 7 - 81084 - 948 - 7

I. 旅… II. ①舒…②廖… 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 (2006) 第 109384 号

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

总 编 室: (0411) 84710523

营 销 部: (0411) 84710711

网 址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: dufep@dufe.edu.cn

大连业发印刷有限公司印刷

东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 170mm × 240mm

字数: 400 千字

印张: 18

印数: 1—5 000 册

2007 年 1 月第 1 版

2007 年 1 月第 1 次印刷

责任编辑: 刘贤恩 孙晓梅 田玉海 蔡丽

责任校对: 尹惠 龚小晖

封面设计: 冀贵收

版式设计: 钟福建

定价: 26.00 元

前 言

自20世纪80年代以来,伴随着国内经济的快速发展以及旅游业的兴起,旅游学科便开始在我国高等教育体系中崭露头角。而自旅游学科建立伊始,即普遍开设了“旅游心理学”这门课,并将其列入旅游管理专业的主干课程。在随后如雨后春笋般遍地开花的旅游行业的各类培训班上,一般也都设有“旅游心理学”的课程或专题讲座。直至今日,“旅游心理学”仍然是旅游管理专业设置的主干课程之一。由此可见,教育界与业界对“旅游心理学”在旅游学科中的重要性从来就不缺乏认识。

在“旅游心理学”的发展过程中,许多专家学者为建立“旅游心理学”的课程体系付出了辛勤的劳动。据不完全统计,自20世纪80年代以来正式出版的“旅游心理学”教材已有50种之多。然而,“旅游心理学”基本的理论框架是什么,“旅游心理学”这门课到底应该为旅游从业人员传授什么……所有这些似乎仍然停留在20年前的认识层面,没有太大的进展。

经过改革开放和市场化的洗礼,中国旅游业的发展取得了举世瞩目的成就,已经从亚洲旅游资源大国迅速发展成为亚洲旅游强国,今天,中国旅游业的多项指标已名列世界前茅。而作为旅游业重要支撑基础的教育事业也得到了空前发展,现已形成研究生、本科、专科(含高职)和中等职业教育四个培养层次。截至2005年底,全国共有高、中等旅游院校(包括完全的旅游院校和只开设旅游系或专业的院校)1336所,其中高等院校693所,中等职业学校643所。随着新一轮高等教育扩招与高校重组,一大批旅游中专以及“职高”和“高职”的旅游专业涌现出来,旅游学科又面临着新的发展思考,其中旅游教材的建设和升级已经迫在眉睫。

“旅游心理学”应该如何编写?这是本书作者在下笔之前反复思考的一个问题。在翻阅相关资料的过程中我们发现,现有的“旅游心理学”成果主要体现在如下几个方面:

国外的“旅游心理学”:更多体现了对旅游过程中的相关心理问题的专题探讨与思考。以小爱德华·J. 梅奥和兰斯·P. 贾维斯两位博士早期完成的《旅游心理学》一书为代表。

国内的“旅游心理学”: (1) 开创者,以刘纯、齐善鸿为代表的一批学者在20世纪90年代初期开始了心理学与旅游业现实的最初嫁接和移植尝试,并初步奠定了目前国内“旅游心理学”的框架体系。(2) 思想者,尤其值得一提的是,学者吴正平于1994年完成了《旅游心理学教程》一书,从此开始了对“旅游业中若干心理专题”的独特而系统的理论思考和实践尝试,并由此提出了一系列有价值的论题。(3) 编写者,目前,国内大多数的“旅游心理学”教材的作者属于该群体,由于教材编

写任务紧迫,因而水平高低参差。但大家所作的仍然是在沿用传统的体系,并无太大的突破。

尽管笔者大约也属于编写者层次,但仍试图作些新的尝试,期望能够通过自己的思考将教材编出些新意,唯有如此才能够及时跟上当前飞速发展的旅游业的步伐,另外,也希望新的“旅游心理学”教材能够真正对旅游学子开拓视野有所帮助。因此,在本教材的编写过程中,我们对传统的“旅游心理学”体例进行了重组,将其分成了“总论”、“旅游消费心理篇”(从消费者角度阐述,第1~4章)、“旅游服务心理篇”(从客我双方交往角度阐述,第5~9章)以及“旅游企业管理心理篇”(从企业管理角度阐述,第10~13章)四大部分,从而使论述相对集中。在理论引用方面,我们也尽量作到引用那些能够真正与旅游业心理现象关联的心理学理论,摒弃了一些陈旧而脱离旅游业实践的解释案例。另外,本书最大的特点(或者说作者作出的最大努力)就是大量采用了一些直接反映当前旅游业现实的新案例,并且力图作到生动而真实,从而使旅游心理学方面的理论变得浅显易懂。

本书由舒伯阳和廖兆光编著,其中舒伯阳完成总论及第1~8章,廖兆光完成第9~13章,全书由舒伯阳总纂定稿。在本书的编写过程中,工商管理学院的研究生为资料的收集和初稿的整理付出了大量心血,他们是陈凯、白露、伍新蕾、徐宁珺、周慧娟、罗艳、鲍富元、秦晶、赵进、杨义菊和肖博文。

本书的编写参考了国内外“旅游心理学”方面的诸多学者的成果,有部分案例改编自一些旅游相关书籍,在此对这些学者和专家深表谢意!他们为我们提供了旅游服务工作和旅游企业管理工作中极为宝贵的原始素材和经验教训,但愿对那些提到和因为疏忽未提到的朋友的感激之情能化作我们的勤奋之笔!

同时,我们也恳切地希望使用这本书的师生朋友能对本书提出批评和改进的意见,来信可直接与我们联系(sby420@126.com),我们将不胜感激。另外,在本书的写作过程中,东北财经大学出版社的编辑刘贤恩先生,不辞辛苦多次联系,在这里,我们也因他为本书的出版所付出的辛劳而向他表示诚挚的谢意!

作 者

2006年10月于武汉

目 录

总 论 ⇨1

学习目标 /1

0.1 旅游现象的心理透视 /2

0.2 旅游心理学的理论基础 /3

0.3 旅游心理学的分析框架 /5

0.4 研究旅游心理学的意义 /12

本章小结 /16

关键概念 /16

基本训练 /17

第1章 旅游消费行为的心理背景 ⇨18

学习目标 /18

1.1 消费者与旅游消费行为 /19

1.2 旅游消费的环境与心理因素 /29

1.3 旅游消费行为的一般过程 /31

本章小结 /45

关键概念 /45

基本训练 /46

第2章 认知、学习与旅游消费行为 ⇨47

学习目标 /47

2.1 知觉与旅游消费行为 /48

2.2 学习与旅游消费行为 /58

本章小结 /64

关键概念 /65

基本训练 /65

第3章 需要、动机与旅游消费行为 ⇨67

学习目标 /67

3.1 旅游需要的多样化 /68

3.2 旅游动机的驱动性 /75

3.3 影响旅游动机的个人因素 /79

3.4 消费环境与动机的互动 /81

本章小结 /83

2 旅游心理学

关键概念 /83

基本训练 /83

第4章 个性、态度与旅游消费行为 ⇨85

学习目标 /85

4.1 人格特征与旅游消费行为 /86

4.2 人格结构与旅游消费决策 /93

4.3 态度偏好与旅游行为 /97

本章小结 /110

关键概念 /110

基本训练 /110

第5章 旅游服务的心理环境 ⇨112

学习目标 /112

5.1 旅游服务中的客我交往关系 /113

5.2 服务中的功能服务与心理服务 /119

本章小结 /123

关键概念 /123

基本训练 /124

第6章 旅游服务各阶段心理的纵向分析 ⇨125

学习目标 /125

6.1 服务开始阶段的旅游者心理 /126

6.2 服务中间阶段的旅游者心理 /129

6.3 服务结束阶段的旅游者心理 /135

本章小结 /140

关键概念 /140

基本训练 /141

第7章 旅游服务具体环节心理的横向分析 ⇨143

学习目标 /143

7.1 服务场景与顾客心理 /144

7.2 服务时机与顾客心理 /151

7.3 员工表现与顾客心理 /156

本章小结 /162

关键概念 /162

基本训练 /162

第8章 专业旅游服务的心理要求 ⇨165

学习目标 /165

8.1 饭店服务的心理要求 /166

8.2 餐饮服务的心理要求 /173

8.3 旅行社服务的心理要求 /176

本章小结 /182

关键概念 /183

基本训练	/183
第9章 旅游从业人员心理素质要求	⇨184
学习目标	/184
9.1 仪表、气质与服务表现	/185
9.2 性格、情感与服务热情	/187
9.3 意志、能力与服务水平	/191
本章小结	/196
关键概念	/196
基本训练	/196
第10章 旅游企业员工心理及行为管理	⇨198
学习目标	/198
10.1 旅游企业员工个体心理差异	/199
10.2 旅游企业员工工作动机的激发	/204
10.3 旅游企业员工的情绪控制	/213
10.4 旅游企业员工心理引导与行为矫正	/216
本章小结	/220
关键概念	/220
基本训练	/220
第11章 员工的群体心理	⇨222
学习目标	/222
11.1 群体管理中的人际关系	/223
11.2 正式群体与非正式群体	/227
11.3 群体中的信息沟通与传播	/230
本章小结	/238
关键概念	/238
基本训练	/238
第12章 领导与管理激励	⇨240
学习目标	/240
12.1 领导行为与员工心理	/241
12.2 领导风格与情景权变	/247
12.3 管理激励与团队士气	/251
本章小结	/257
关键概念	/258
基本训练	/258
第13章 员工心理健康及调节	⇨260
学习目标	/260
13.1 现代员工的心理问题分析	/261
13.2 员工心理健康的调节	/271
本章小结	/276
关键概念	/276

基本训练	/276
主要参考文献	⇨278

总 论

学习目标

- 0.1 旅游现象的心理透视
- 0.2 旅游心理学的理论基础
- 0.3 旅游心理学的分析框架
- 0.4 研究旅游心理学的意义

本章小结

关键概念

基本训练

学习目标

通过本章的学习，建立对旅游心理学的基本认识；了解旅游心理学的主要研究对象：旅游消费心理、旅游服务心理、旅游企业管理心理；了解在旅游心理学分析中常用的四种研究方法：观察法、实验法、测量法、调查法；了解学习旅游心理学的意义。

● 0.1 旅游现象的心理透视

心理学也许是现代生活中人们最广泛涉及的主题，因为人们的现实生活主要是由人的心理和行为支配的。旅游是一种社会活动，是一种特定环境中的人际交往活动，而一切人际交往行为皆由意识和心理支配。例如，某位游客在“五一黄金周”即将来临之际广泛查询，向众多朋友请教，与家人商量，在几经周折、反复酝酿之后，终于在多个旅游目的地中作出了去桂林的选择。如果我们深入地探究和分析，就会发现这一旅游消费决策现象的背后其实有着深层的心理原因（参看相关链接0—1）。人们为什么要去旅游呢？也许源于他们心底久远的一个梦想，也许出于眼前的暂时需要，总之，他们在作出旅游决定的那一刻，大多有一种如流行歌曲《快乐老家》所唱出的那种强烈感觉：跟我走吧，天亮就出发！

由此我们可以看出，一个人的出游行为其实是有着其长期的心理原因的，在看似平常的现实生活中，每一个人都会酝酿自己的梦想，形成旅游的期望。有位学者曾经总结说，世界上有三大未解之谜：物质起源之谜，生命起源之谜，意识起源之谜。而心理学恰恰是探索关于意识起源之谜的科学，而且，由于“意识起源之谜”在很大程度上又和前两个未解之谜有着密切关联，所以这也使得心理学成为了当今一个相当庞大而复杂的学科领域，同时也是一个能够使任何人都可能在其中找到自己感兴趣主题的领域。学习旅游心理学能够帮助我们透视纷繁复杂的旅游现象背后的心理奥妙，这正是旅游心理学的魅力所在！

[相关链接0—1]

致旅游的情书

亲爱的旅游：

你好！

我不得不很坦率地告诉你，我对你仰慕已久，可以说在刚会走路时，我就萌发了对你的爱慕。三四岁时曾独行二里，这足以印证我对你感情。现在我的街坊邻居对这件惊天动地的事件还记忆犹新，因为他们曾敲着锣四处寻找，幸亏那时没有人贩子。

经过这么多年，这颗爱慕的种子已经发芽长大了，虽然世界各地并没有留下我的几双脚印，可我知道，在我的心里，对你有多么地热爱。何况，我们的大文豪鲁迅好像说过，没有面包的爱情是不会长久的，所以我还得先烤制“面包”，怎么说我也不能倒在追随你的路上吧，决不能让你的声名受损。

旅游，你知道吗？在我半夜醒来的时候，总是有个声音在对我呼唤：拉萨，美丽的布达拉！云南，永远的香格里拉……我多么希望在黎明的曙光里可以背起行囊，走在去旅游的路上。

你是我尘世中的梦想，是你让我张开想像的翅膀，让我的灵魂在世界的上空飞翔。我知道，世界各地都有你的崇拜者的身影，都在倾诉对你的向往，也许他们都像我一样深情，直至今生今世。

现在我要告诉你的是，我已无法忍受对你的渴想，我要接近你，去亲吻山间的小溪，去拥抱林间的古树，让我把高山的云、低谷的雾全部珍藏，用我的心去安放迟归的小鸟，去迎接初升的太阳。我就要去我魂牵梦萦的地方——我的西藏。在布达拉官

钟声敲响的时候洗涤灵魂的尘土，在最神圣的佛前倾诉我的梦想。

没有你，我的生活将黯淡无光，今生今世，不离不弃，永远永远爱你！

(资料来源 <http://www.ctnews.com.cn/index.htm>，中国旅游报)

● 0.2 旅游心理学的理论基础

如何深入地了解游客的真实心理，这是每一位旅游工作者都必须面对的问题，也是旅游工作者提高自己职业能力所必须突破的问题。自心理学诞生之日起，人们就一直没有停止对人类心理奥秘的理论解释，并且逐渐形成了一些具有代表性的心理学理论流派，这些理论正是今天旅游心理学的理论基础。

一些人以为，学习旅游心理学就是为了能知道别人“心里是怎么想的”。这种想法不能说不不对，因为心理学的确要研究人们“心里是怎么想的”，但是，心理学不能离开人们的所作所为和人们所处的环境，孤立地来研究人们“心里是怎么想的”。旅游心理学是在人与旅游活动环境的相互作用中来研究人的心理和行为的，一些心理学家把环境对人的作用称为“刺激”，而把人对环境的反作用称为“反应”。如果说人的行为是“对刺激的反应”，那么，人的心理就是“刺激”和“反应”之间的“中介”环节。

0.2.1 在人与环境的相互作用中研究人的心理和行为

举一个大学校园里的例子。4月底的某天，你在校园的布告栏中看到一张本校旅游协会的“五一出游”海报，海报宣布：“本周五下午4点，校旅游协会会员在学校国旗广场集中乘车，去市郊的天堂谷户外拓展野营地欢度‘五一’。”这张海报其实就是环境给你的一个具体“刺激”。到了星期五下午4点，作为校旅游协会一员的你准时来到国旗广场集中乘车，参加“五一”出游，这就是你对“刺激”作出的“反应”。

如果有人问你为什么要参加这次“五一”出游，你可能会说，这是因为你前两天看到了“五一出游”的海报，但实际上，使你走到国旗广场乘车出游的直接原因并不是那张海报，而是你看了海报以后在脑子里产生的具体“想法”——比如，“啊，太好了，我正想‘五一’去郊外散散心呢”。这些想法就是你的“心理活动”，它发生在“刺激”和行为“反应”之间，是“刺激”和“反应”的“中介”。

看了那张海报，是不是所有的校旅游协会会员都会准时去国旗广场集中乘车呢？不一定。也许在看了那张海报以后，有的会员会有另外的个人想法：“哟，星期五我还要回家与家人团聚过‘五一’呢，我都3个月没有回家啦，正好利用这个‘五一’和家人聚聚。协会的这次活动就请个假算了，还是回家吧！”如果你这样想，你的行为“反应”就是不去国旗广场，而是按自己的原定计划，周末回家过“五一”。由此可见，人对“刺激”的“反应”固然与“刺激”有关，但并不是由“刺激”直接决定的，而作为“中介”的心理活动，在“刺激”和“反应”之间起着非常重要的作用。

现代心理学有一个流派叫“行为主义心理学”，其观点认为，科学研究应该从对研究对象的观察开始，但是人的心理是无法观察的，所以心理学研究的对象不应该是人的“心理”，而应该是人的“行为”。他们的观点受到许多人的批评，但我们不能

因此就否定他们对心理学所作的贡献。在控制论产生以后,有人认为行为主义心理学家实际上是在用控制论的“黑箱方法”研究人的心理。如果说人的心理是一个无法打开的“黑箱”,那就只能通过它的“输入”和“输出”(也就是“刺激”和“反应”)去进行了。

心理学家库尔特·勒温曾提出一个行为公式:

$$B=f(P \cdot E)$$

公式中的B代表行为,P代表人,E代表环境。

库尔特·勒温用这个公式来说明:人(P)、人所处的环境(E)和人的行为(B)都是可以改变的“变量”。这三种“变量”之间存在着规律性,这就是B会随着P的改变而改变,也会随着E的改变而改变。换句话说,B是因变量,而P和E是自变量。

这个行为公式告诉我们,对人的行为要从两个方面去找原因:一方面,要从行为者所处的环境中去找原因,看看环境给了他什么样的“刺激”,包括作为前因的刺激和作为后果的刺激;另一方面,要从行为者自身来找原因,看行为者是一个什么样的人,他有什么样的想法,他处于什么样的状态等等。

这个行为公式还告诉我们,当行为者不变时,其行为会随着环境的改变而改变;当环境不变时,行为也会随着行为者的改变而改变。

这个行为公式看起来很简单,却为我们解释人的行为和对人的行为施加影响提供了一条清晰的思路。

0.2.2 除了被动地接受环境“刺激”之外,人有时会主动地作用于环境

实际上,环境对人的“刺激”往往是由人的行为引起的。这就是说,“刺激”可以是“反应”的前因,也可以是“反应”的后果。

一些心理学家把人的行为分为应答性行为和操作性行为。应答性行为是被动的,而操作性行为是主动的。

例如,旅游巴士的司机开车快到十字路口的时候,看见红灯亮了,于是他赶紧刹车——这就是一种应答性行为。经过一天的游览,游客晚上回到酒店客房,会自觉地伸手去按墙上的电源开关,客房的吊灯随之也就亮了;如果游客不按开关,吊灯就不会亮——在这里,游客伸手按开关就是一种操作性行为。

在前一个例子里,红灯亮,给了旅游巴士司机一个“刺激”,这个“刺激”是司机刹车的前因;在后一个例子里,客房内的吊灯亮,也给了游客一个“刺激”,但这个“刺激”不是游客按开关的前因,而是游客按开关的后果。

0.2.3 环境因素可通过前因和后果两种作用机制来影响人的行为

人的某种行为是否会出现,很显然要受其前因的影响;但这种行为是否会重复出现,则要受其后果的影响。

谈到人的行为受前因的影响,这很好理解;但谈到人的行为受“后果”的影响,也许就有点令人费解了。按时间顺序来讲,通常是先有某种行为,然后才会有这种行为的后果;当后果出现的时候,行为已经成为过去。那么,已经成为过去的行为为何还会受到后果的影响呢?心理学的解释是:“行为受其后果的影响”并不是指后果能直接影响行为“是否出现”,而是指后果会间接影响到行为“是否重复出现”。

眼下,温泉旅游在国内盛行,一位游客因为看到了某温泉度假地温泉旅游

(SPA) 的广告, 所以冬天的一个周末就前往那里泡温泉。当然, 如果没有看到这则温泉旅游广告, 他也许根本就不知道也不会去那里泡温泉。显然, 这则温泉旅游广告就是环境给他的一种具体刺激, 是他前往该地泡温泉这一行为的前因。当他泡过温泉之后, 可能会有两种结果: 一种结果是这家温泉度假地水质很好, 服务也很到位, 这位游客感觉很好; 另一种结果是他觉得这家温泉度假地虽然听起来有名, 但是服务却并不如期望的那样好, 感觉“并不怎么样”。那么, 这位游客以后还会不会再次光顾呢? 这就要看他感觉“好不好”了。如果他觉得很好, 那他以后可能还会再来; 如果他觉得这次泡温泉的体验不好, 那他以后就不会再来了。“行为的后果能影响行为是否重复出现”说明的正是这个道理。

行为主义心理学的创立者沃森曾经提出了一个“S—R (刺激—反应)”研究模式, 该模式主要研究某种行为“是否会出现”; 而新行为主义心理学家斯金纳提出的研究模式是“R—S (反应—刺激)”, 他主要研究某种行为“是否会重复出现”。

● 0.3 旅游心理学的分析框架

要了解旅游心理学, 我们不妨先从人的心理活动、旅游心理和心理学开始。

法国浪漫主义作家雨果曾说过: “世界上最浩瀚的是海洋, 比海洋更浩瀚的是天空, 比天空更浩瀚的是人的心灵。”心灵和意识是如此复杂、神秘莫测, 人类对于它的探究从古至今就没有停止过。心理学自成为一门学科不过 100 多年的历史, 但它已渗透到了各个行业。

人的心理活动如此丰富多样, 而其中的关联也异常复杂。比如, 我们听到风吹竹林的沙沙声, 看到竹影婆娑的光与色, 尝到竹筒饭的清香滋味, 摸到硬直、温湿的竹节等, 这都是感觉。在这些感觉的基础上, 我们能分辨出这是斑竹, 那是毛竹, 这是雨天的竹, 那是月光下的凤尾竹等, 这就是知觉。在离开了这些具体的刺激物的作用之后, 原来听过的关于竹的话题, 看过的某些竹的图形、影像仍话犹在耳、历历在目, 这就是记忆。人不仅能通过记忆把经历过的事物回想起来, 而且还能想出自己从未经历过的事物, 如同小说里所描写的人物形象和场面, 这就是想像。凭借人所特有的语言, 通过分析、综合、判断事物的本质及其发生、发展的规律, 如导游根据游客参观“蜀南竹海”过程中的表情、谈话的语气以及谈话的内容, 可以推断出游客对该旅游项目是否满意, 以及下一步需要改进的地方, 这就是思维。

感觉、知觉、记忆、想像、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, 常常会伴随产生满意或不满意, 愉快或不愉快等态度, 这在心理学上称为情感或情绪。

人不仅能认识客观事物并产生一定的感受, 而且还能根据对客观事物及其规律的认识自觉地改造世界。人能够根据自己的认识确定行动目的, 拟订计划和步骤, 克服困难, 最终将计划付诸行动, 这种自觉地确定目标并努力加以实现的心理过程就是意志过程。

所有这些心理现象, 认识、情感、意志过程统称为心理过程, 认识、情感、意志这三个心理过程是互相联系、互相促进、统一在一起的。

由于每个人的先天因素、受教育程度以及个人的实践经历各不相同,因此,每个人的心理过程总是带有明显的个人特征,于是就形成了个人不同的个性,并具体表现为每个人具有不同的个性倾向性、动机、兴趣、理想、信念、世界观和个性的心理特征(能力、气质和性格)。例如,个人的兴趣倾向性、兴趣的广度、兴趣的中心、兴趣的稳定性不同;个人的观察力、注意力、记忆力、想像力、思考力不同;个人的能力高低不同;在同一种情境下,个人的反应不同。例如,当诗人看到一棵挺直的青松时,他会把这棵青松人格化,写出“青松赞”之类的诗歌;旅游者看到这棵青松时,更多注意它的外形,在头脑中对比,看它与自己以前所见的青松有何不同;而生物学家看到这棵青松时,则会关注它生长的环境和它的生长特征。此外,个人的理想和信念,个人的情感体验的深浅度、情感表现的强弱,以及克服困难的决心和毅力的大小也不相同。所有这些都是个性的不同特点。

在一定的社会历史条件下,人的个性倾向性和个性心理特征的总和统称为个性心理或人格。个性心理是一个人相对稳定、平衡的动态系统。图0—1显示了心理现象的构成。

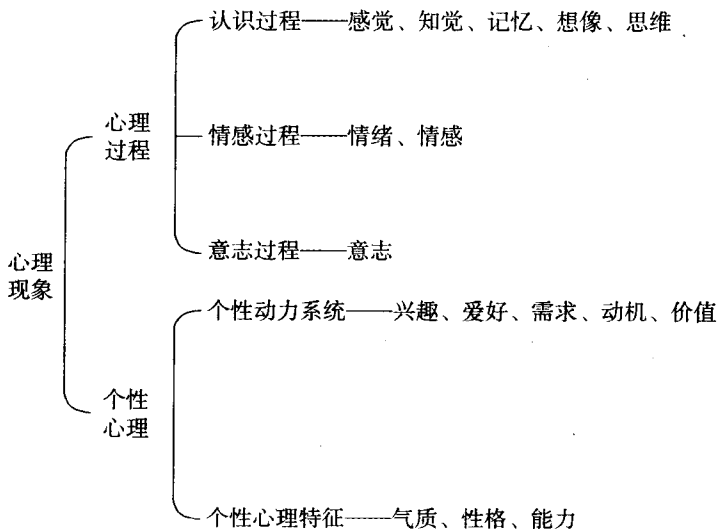


图0—1 心理现象的构成

总之,心理学是研究心理过程发生、发展的规律性,研究个性心理形成和发展的过程,研究心理过程和个性心理相互关系的规律性的科学。

旅游心理是旅游者、旅游工作者和旅游地居民在旅游活动过程中表现出来的特有的心理活动。旅游活动的主体即旅游者,吸引物是旅游景区景点、旅游酒店、旅游服务等,而使旅游活动得以实现的条件有旅游交通、旅游接待机构等。旅游者活动的外在表现行为是在主体的内部因素和外部条件相互作用下产生和进行的。在两者的相互作用中,心理因素是旅游者的内在因素,旅游者的心理特点、心理状态决定着其感知到了哪些旅游条件,选择什么样的旅游活动内容和方式,同时还影响着旅游者在旅游活动中的感受、体验的性质和程度。旅游吸引物的特点及建设、发展状况,对旅游行为的激发、旅游目的地选择及旅游心理感受、体验,直接产生积极或消极的作用。

因此,旅游心理学就是要对旅游活动中产生的心理现象进行研究,从而发现旅游活动中的心理规律。

综上所述,旅游心理学是一门新兴的学科,是介于旅游学和心理学之间,并有自己独立研究内容的边缘学科,也是应用性很强的学科。旅游心理学作为心理学的一个分支,是以研究旅游活动中人们(包括旅游者、旅游工作者、旅游地居民)的心理活动和旅游过程中的各种心理现象及规律为主的学科。它的起步与发展,一方面是因为旅游的普及、旅游人数的激增和旅游业的兴旺;另一方面也得益于相关学科的研究成果。旅游活动是一种综合性的活动。它是一种人文现象、一种商业活动,也是一种社会行为、一种人生经历。旅游心理学为解剖这一复杂现象提供了一个重要的视角。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,而且研究旅游业的开发、经营与管理的心理依据。根据旅游心理学的研究对象,目前认为旅游心理学的具体研究内容应包括以下几个方面:

(1) 旅游消费心理,具体包括旅游知觉、旅游动机、旅游者的人格、旅游者的态度、旅游者的情绪和情感及旅游审美心理。

(2) 旅游服务心理,具体包括导游与风景区服务心理、酒店服务心理、旅游交通服务心理和旅游商品服务心理。

(3) 旅游企业管理心理,具体包括旅游企业中的人际关系、员工的心理保健、员工劳动心理和旅游企业领导心理。

[相关链接 0—2]

旅游心理学研究的范畴

目前,国内外研究旅游心理学大致有以下几种思路:

(1) 以旅游消费者为对象,研究旅游者消费行为的规律,代表作有《旅游心理学》,作者为美国的小爱德华·J. 梅奥和兰斯·P. 贾维斯。

(2) 研究旅游者和旅游工作者的互动关系,代表作有美国 Donald Lundberg 的 *Human Relation in Hospitality Industry* 和我国吴正平的《旅游心理学教程》。

(3) 在我国最有代表性、被广泛采用的体系与前面两种都不同,这种体系通常将旅游心理学分为三部分:旅游者心理、旅游服务心理和旅游管理心理,代表作有刘纯的《旅游心理学》,屠如骥的《旅游心理学》,孙喜林、荣晓华的《旅游心理学》等。

0.3.1 旅游心理学研究的基本原则

1) 客观性与主观性原则

任何事物的发生、发展和变化都有其自身的客观规律,心理现象也不例外。因此,研究旅游心理学必须遵循客观性原则。所谓客观性原则,就是对任何心理现象必须按照它的本来面貌加以考察,必须在人的生活和活动中进行研究,因为心理现象是人脑对外部事物的反应。所谓主观性原则,是指对任何心理现象还必须充分考虑作为主体的人的主观作用,特定的心理现象往往带有明显的个人主观色彩,所以,在对旅游活动中的心理现象进行分析的过程中,应围绕该主体的经历背景、动机及个性倾向展开综合研究。根据客观性原则,在设计旅游心理学研究方法时,应该注意以下几个问题:

(1) 要设定一定的外部活动环境。在这种活动中,要突出所要研究的心理现象主题。例如,要研究旅游者的旅游偏好,就要根据研究的需要选定课题(如在经费

和时间特定的前提下你选择去哪些地方旅游),具体确定旅游偏好研究的某项指标,通过旅游者行为活动过程来考察和研究。

(2)要有意识地控制外部条件。心理现象是受外部条件制约的。心理学研究很大一部分是确定心理现象与外部条件的关系,旅游心理学也不例外。一定的心理现象依存于一定的外部条件,一定的外部条件的变化会引起一定的心理现象的变化。控制和改变一定的外部条件,可以探询外部条件与所要研究的心理现象之间的关系。

(3)要确定心理观察的生理指标。对心理现象的生理指标方面的研究,标志着从对心理现象的描述到本质的说明。在许多心理现象的研究中,都要确定心理现象与生理变化的关系,要说明在发生一定的心理现象时,会有什么样的生理变化,或者一定的生理变化的产生会引起什么样的心理现象的出现。所以,在研究某种旅游心理现象时,有时要记录、观察生理的变化,使旅游心理现象的研究建立在客观、科学的基础上。当然这相对于难以控制的旅游者而言困难较大。

2) 共同性与差异性原则

不同的旅游者在心理上或多或少都会有一些相同的因素,在研究中要注意发现那些具有共同性和普遍性的心理因素。同时,由于每一个旅游者的生活背景、受教育程度、思维方式等各不相同,每一个旅游者又有着自己不同于他人的心理特点。因此,在研究中既要注意共同性又要注意差异性。

3) 稳定性与变化性原则

曾经有一句很流行的话,“不是我不懂,只是这世界变化太快”。的确,世界上的任何事物都处在永恒运动和不断变化之中,人的心理也同样随着客观刺激物的发展变化而变化。不仅如此,作为人的心理的物质基础——人的大脑,也是生命不断进化发展的产物。这就要求我们必须坚持发展的原则,以发展的眼光来进行旅游心理学研究。

每个人在长期生活中形成的心理特点还具有相对的稳定性,当面对外界环境的刺激时,个体的反应会表现出稳定的一贯性。例如,某位游客因为长期的习惯和个人爱好选择了滑雪旅游项目,那么他有可能在以后冬季出游时继续表现出这种稳定的倾向性。另外,人们的旅游需要、旅游动机在未得到满足和实现前是不会消失的,也会表现出相对的稳定性。

但是,每个人的心理状况在不同时期、不同条件下会呈现不同的状态,又会表现出一定的变化性。比如说,个体受心理环境、生理状况的影响而使个体动机强度、情绪的性质和强度发生变化,由此产生不同的心理状态,就是这种变化性的体现。比如,上文中提到的那位游客因为今年冬天身体欠佳,加之心情郁闷,于是放弃了去外地滑雪旅游的打算。在研究旅游心理时要兼顾个体心理状况的稳定性和变化性两个方面。

0.3.2 旅游心理学的研究方法

旅游心理学是一门应用性极强的学科,其研究对象是旅游活动中的人,他们生活在不同的社会环境和文化背景之下,无一不打上了社会和文化的烙印。旅游活动表现出空间上的流动性、时间上的短暂性与构成上的复杂性等特点。旅游心理学是心理学的一个分支,其研究方法主要来自于心理学中已经非常成熟的研究方法,此外,社会学的知识和研究方法也成为旅游心理学的重要知识和研究方法来源。这些构成了旅游