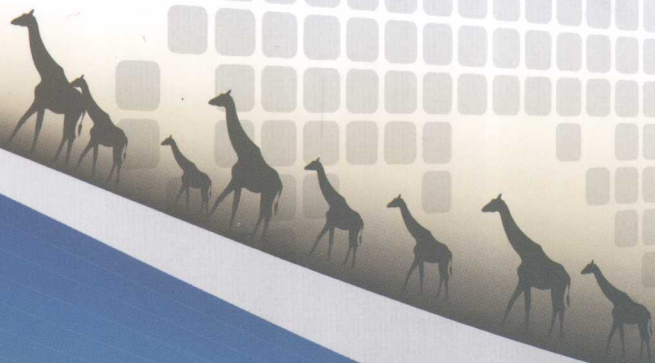


高等教育旅游类专业系列教材

旅游心理学

主 编 单铭磊 武国强
副主编 栗惠英 孙 晟
王俊燕 刘文彬



中国财富出版社
CHINA FORTUNE PRESS

高等教育旅游类专业系列教材

旅游心理学

主 编 单铭磊 武国强

副主编 栗惠英 孙 晟 王俊燕 刘文彬

中国财富出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游心理学/单铭磊, 武国强主编. —北京: 中国财富出版社, 2016. 2

(高等教育旅游类专业系列教材)

ISBN 978 - 7 - 5047 - 6025 - 8

I. ①旅… II. ①单…②武… III. ①旅游心理学—高等学校—教材 IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 005423 号

策划编辑 寇俊玲

责任编辑 敬 东 倪嘉彬

责任印制 何崇杭

责任校对 饶莉莉

责任发行 敬 东

出版发行 中国财富出版社

社 址 北京市丰台区南四环西路 188 号 5 区 20 楼

邮政编码 100070

电 话 010 - 52227568 (发行部)

010 - 52227588 转 307 (总编室)

010 - 68589540 (读者服务部)

010 - 52227588 转 305 (质检部)

网 址 <http://www.cfpress.com.cn>

经 销 新华书店

印 刷 中国农业出版社印刷厂

书 号 ISBN 978 - 7 - 5047 - 6025 - 8/F · 2533

开 本 787mm×1092mm 1/16

版 次 2016 年 2 月第 1 版

印 张 17.75

印 次 2016 年 2 月第 1 次印刷

字 数 420 千字

定 价 38.00 元

版权所有 · 侵权必究 · 印装差错 · 负责调换

前 言

《旅游心理学》是应中国财富出版社邀请，由山东青年政治学院、石家庄铁路职业技术学院、塔里木大学、济南大学、山东女子学院、济南技师学院合编的旅游规划教材之一。

本教材是专门为旅游管理及酒店管理专业学生编写的，教材内容新颖、案例丰富、注意实用性，体现了特色与适用相结合的原则。本教材分四个部分，包括引论、旅游者心理、旅游服务心理、旅游管理心理。本教材涵盖了旅游心理学的基本原理，介绍了旅游心理学最新的研究成果和实践案例，其主要特色是案例导入理论知识、丰富的案例阅读材料、大量的理论知识习题、可讨论的案例分析和可操作的实训题，为读者提供了很多旅游业工作中的实用性很强的策略和指导。

本教材由山东青年政治学院单铭磊、石家庄铁路职业技术学院武国强任主编，石家庄铁路职业技术学院栗惠英、山东青年政治学院孙晟及王俊燕、山东女子学院刘文彬任副主编，石家庄铁路职业技术学院王会娟、塔里木大学王晶、济南大学金岩、济南技师学院孙欣、何静等参加编写。本书在编写的过程中参考了很多专家、学者有关旅游心理学方面的理论成果，在此表示诚挚感谢。

由于编者水平有限，书中如有不足之处恳请使用本书的师生与读者批评指正，以便修订时改进。所有意见和建议请发至编者电子邮箱（mingleishan@126.com 或 guoqiangwu68@163.com）。

编 者

2015年9月



目 录

第一篇 引 论

第一章 旅游心理学导论	(2)
第一节 心理学概述	(3)
第二节 旅游心理学概述	(7)

第二篇 旅游者心理

第二章 旅游知觉	(18)
第一节 旅游知觉概述	(19)
第二节 旅游者对旅游条件的知觉	(30)
第三节 旅游者对旅游活动中的社会知觉	(34)
第三章 旅游需要与旅游动机	(44)
第一节 旅游需要	(44)
第二节 旅游动机	(52)
第四章 旅游态度与旅游行为	(60)
第一节 态度概述	(60)
第二节 旅游偏好和旅游决策的形成	(65)
第三节 旅游者态度的改变	(68)
第五章 旅游者个性与旅游行为	(75)
第一节 个性概述	(76)
第二节 气质与旅游倾向	(90)
第六章 旅游者的情绪情感	(98)
第一节 旅游者情感概述	(99)
第二节 旅游者的情绪情感	(107)
第七章 社会群体与旅游行为	(117)
第一节 社会群体对旅游行为的影响	(117)
第二节 家庭与旅游行为	(122)



第三节 几种典型群体的旅游行为特点	(128)
-------------------------	-------

第三篇 旅游服务心理

第八章 酒店服务心理	(140)
------------------	-------

第一节 旅游者对酒店的需求心理	(140)
-----------------------	-------

第二节 前厅服务心理	(145)
------------------	-------

第三节 客房服务心理	(148)
------------------	-------

第四节 餐饮服务心理	(151)
------------------	-------

第九章 旅行社服务心理	(157)
-------------------	-------

第一节 导游服务心理	(157)
------------------	-------

第二节 旅行社服务心理	(165)
-------------------	-------

第十章 其他旅游服务心理	(174)
--------------------	-------

第一节 旅游交通服务心理	(174)
--------------------	-------

第二节 旅游购物服务心理	(179)
--------------------	-------

第三节 旅游者投诉心理	(188)
-------------------	-------

第四篇 旅游管理心理

第十一章 旅游企业个体管理心理	(202)
-----------------------	-------

第一节 员工个体差异与管理	(202)
---------------------	-------

第二节 激励理论	(214)
----------------	-------

第三节 劳动心理	(222)
----------------	-------

第四节 压力心理	(230)
----------------	-------

第五节 心理保健	(240)
----------------	-------

第十二章 旅游企业群体管理心理	(249)
-----------------------	-------

第一节 群体概述	(250)
----------------	-------

第二节 人际关系	(253)
----------------	-------

第三节 领导心理	(255)
----------------	-------

第四节 组织心理	(263)
----------------	-------

参考文献	(277)
------------	-------

第一篇 引论



篇首案例

1. 小林发现自己每次带团两天以后,总会有几位游客表示对自己的不满。这一天,小林请赵先生跟自己的团,帮自己找一找,究竟是在什么地方出了问题。到了晚上,赵先生把小林带团时说话的录音放给他听。要他一边听录音,一边回忆当时的情景。早上出发之前,有几位客人要上厕所,走错了方向,小林很热情对他们说:“先生,不是在那边,是在这边”。

中午就餐的时候,有几位客人因为在附近的商店购物来迟了一点。差点走错了就餐的包厢,小林又是很热情地说:“先生,不是那边,是在这边。”

在茶室品茶的时候,有一位先生把手伸向了另一位客人的茶杯,小林笑着对他说:“先生,不是这一杯,是那一杯。”

傍晚自由活动的时候,有几位客人要去小吃一条街。但是他们朝相反的方向走去了,小林用手做成喇叭的样子朝他们喊:“喂,先生,不是那边,小吃一条街在这边。”

“哦。我知道了,原来我总是一开口就说‘不是’!”小林听了自己对客人说的话恍然大悟,一再向赵先生表示感谢,并表示一定要把这个毛病改掉!

2. 某五星级酒店销售员小王最近心情很烦躁,因为他工作的酒店要裁员,并且女朋友对他的态度忽然变冷漠了,让他不知所措。所以,他总想随处坐躺,感到无所事事,每一件事物都显得晦暗,时间变得难熬。他的脾气变得暴躁,而且常用睡眠来驱走忧郁或烦闷,但后来此方法也失效了,出现了慢性疲劳症候群、失眠或经常睡觉而且睡眠时间过长、失去食欲或狼吞虎咽、头痛、背痛,而且会感到人生空虚及毫无意义。低落的情绪状态严重影响了他的工作,他的客户也开始投诉他。

小王很想改变这样的状况,但是似乎找不到很好的办法……

3. 导游员小张在带团的三四天前开始患口腔炎,口腔黏膜溃疡、疼痛,临近带团日,其病痛达到顶点,给工作带来了极大的不便。小张看上去活泼开朗,轻松自得,她本人也称自己拿得起,放得下,生性逍遥自在。但是,近两年来,随着出团日期的逼近,她的口腔会反复出现同样的症状,而她的口腔炎与因心理紧张造成的压力有很大关系。通常情况是,属于时间控制非常严格的人常患此类症状。

请根据以上信息,完成以下任务:

1. 辨析旅游心理学与旅游学的研究对象有何区别。
2. 讨论旅游心理学的研究对象有哪些。
3. 讨论旅游心理学的研究意义。



第一章 旅游心理学导论



案例导入

旅游学以研究旅游现象的基本矛盾为核心,而旅游心理学以影响旅游者旅游活动的产生、影响旅游选择和旅游心理效果的主客观因素为研究对象。旅游者旅游活动的主体,旅游服务的主要对象,是旅游决策者。只有了解旅游者心理活动的规律、特点,掌握研究旅游者心理的方法,才能更好地为旅游者服务。旅游服务是旅游业的灵魂。服务质量关系到旅游业的兴衰成败。在导游服务、旅游饭店服务和旅游商品服务等方面,要想提高服务质量,除了研究旅游者心理外,还要研究旅游服务人员心理及二者的关系心理,为旅游者提供情感化、个性化、针对性的服务。另外,研究旅游从业人员心理,利用其心理活动规律和心理学等行为科学原理对员工进行管理、培训,也可以很好地开发利用人力资源,使现有的人力、物力、资源有机结合,发挥出整体效益。

思考:对于旅游心理学你了解多少?



学习目标

1. 了解心理学的发展和主要流派;
2. 了解旅游心理学的产生背景;
3. 识记旅游心理学概念;
4. 掌握旅游心理学的研究方法;
5. 理解旅游心理学的研究对象及研究意义。



本章重点、难点

1. 旅游心理学的研究对象及研究意义;
2. 旅游心理学的研究方法。

旅游心理学是介于旅游学和心理学之间的一门新兴应用性学科,它是有自己独立研究内容的边缘学科,从它对旅游学应用问题的研究来看,它属于旅游学科范畴,而从用普通心理学知识原理对旅游者行为和心理的研究来看,它属于心理学的一个分支学科。20世纪90年代初期,我国心理学与旅游学实现了最初嫁接和移植尝试,初步奠定了旅游心理学的框架体系。

鉴于旅游心理学领域的各项研究是建立在以往心理学理论研究基础之上的缘故,



我们在开展旅游心理学研究之始,先来了解和认识心理学知识。

第一节 心理学概述

一、心理学的发展历程与主要流派

心理学最早起源于哲学,它是一门从哲学中分离出来形成独立研究的学科,是人类自我思维、行为方式的认知和剖析,研究人类怎样感知外界信息和怎样进行信息内化处理的心理和行为规律的科学。

(一) 心理学的发展历程

随着自然科学的迅速发展,尤其是生物学、生理学对人体知识的大量积累,启发了人们的思维,也促进了人们对人类本身心理研究的冲动。1879年,德国生理学家、哲学家威廉·冯特在吸收前人成果的基础上,在德国莱比锡大学建立了世界上第一个心理学实验室,并开始了对人的感觉、知觉、情感等系统的研究。从此,心理学脱离了哲学而成为一门独立的研究学科。

作为一门独立的研究学科,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。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、社会服务等各个领域和部门,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) 现当代心理学流派

1. 精神分析心理学

奥地利心理学家弗洛伊德(见图1-1)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。

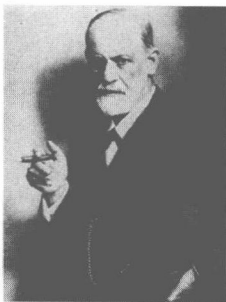


图1-1 弗洛伊德

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



图 1-2 华生

行为主义心理学在 20 世纪初产生于美国，其创始人是华生（见图 1-2）。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。

在一大批“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（见图 1-3），认为所谓自我实现是通过发挥人的潜能来实现人的价值。

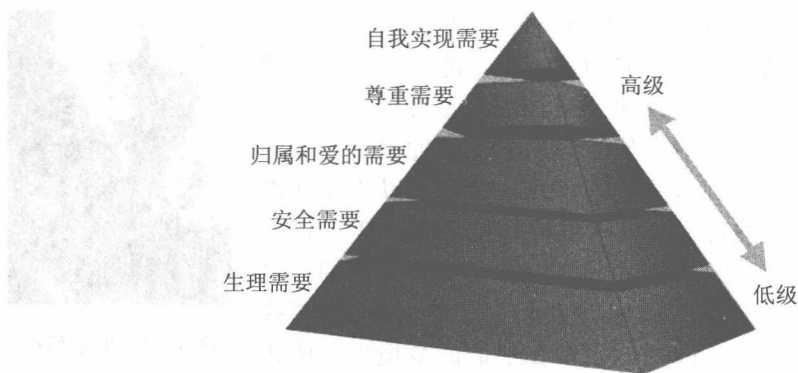


图 1-3 马斯洛需要层次理论

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、罗杰斯等共同发起直到 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”。

二、心理学的基本概念和研究对象

(一) 心理的实质

虽然心理活动和心理现象人人都有, 与生俱来, 但是要科学地理解和掌握心理现象的实质, 却并不是一件容易的事情。围绕着心理学的两个最根本的问题, 即心理与身体的关系 (心身关系), 心理与客观现实的关系 (心物关系), 心理学家形成了不同的观点。

主观唯心主义者认为, 心理是一种主观存在的人的心理或精神现象, 是世界的本源。世界上的万事万物都是由人的感觉或精神现象决定的。离开了人的精神现象, 世界上什么东西都不会存在。而客观唯心主义者则认为, 心理是一种“绝对精神”世界, 是由某种神秘的精神决定的。

唯物主义者认为, 心理是物质派生的。例如, 19 世纪德国的庸俗唯物主义者毕希纳和福格特都认为, 脑髓分泌思想正如肝脏分泌胆汁、胃分泌胃液一样; 后来法国机械唯物主义者拉美特利和狄德罗认为人的心理活动是脑对客观现实的机械反映; 而德国的费尔巴哈认为人的心理是自然的本能活动。虽然这些观点都对心理与物质的关系问题提出了比较进步的看法, 但都忽视了人的心理的社会本质, 其对心理实质的理解也是错误的。

辩证唯物主义者认为, 心理是人脑的机能, 客观现实是人心理的源泉, 人的心理具有主观能动性。

1. 心理是人脑的机能

心理现象离不开人的大脑, 它依附于人的大脑器官, 并通过人的大脑器官的活动得以实现和反映, 这是人们随着科学的发展和实践经验的积累逐渐认识到的。正是在这样一种意义上, 我们说心理是人脑的机能, 没有人脑这块按特殊方式组成的物质的高级产物, 就不可能产生人的心理。

2. 客观世界是人的心理的源泉

如果没有外部客观世界的作用, 人脑本身是无法独立产生人的心理的。同样道理, 一个人即使有了人的头脑, 但如果没有社会生活这一外部世界客观环境的熏陶, 还是不能产生人的心理的。“狼孩”故事, 有力地说明了这一点。所以, 我们说, 人所生活的外部客观世界是心理的源泉和内容, 心理是对客观现实的一种反映。

3. 人的心理具有主观能动性

人的心理是客观世界在人脑中形成反映的过程, 这种反映并不像人照镜子那样机械, 而是要受个人知识经验、实践领域和全部的个性特征制约, 并通过完整的心理活动表现出来, 这样心理活动就会带有个体色彩, 从而表现出人的心理的主观性。并且, 这种主观性是能动的, 表现为对现实的反映并不是消极的、被动的, 而是对客观现实



进行积极的、能动的反映,并通过实践反作用于客观世界,进而创造出客观世界中不存在的事物和形象,以此推动客观世界不断向新的方向发展。在人和周围世界相互作用的过程中,人无疑是最积极、最活跃的因素,充满着智慧和谋略,并且还运用这些智慧和谋略自觉地创造性地认识周围的世界。这是人的心理具有主观能动性的最重要的表现。

(二) 心理学的基本概念

心理学(Psychology)源于西方哲学,西方哲学源于两千多年前的古希腊。“心理学”这一名称,最早来源于古希腊,它是由古希腊文中的 Psyche 演变而成的,在希腊文和拉丁文中 Psyche 都表示灵魂或者精神的意思。

在古代,很长的一段时间,人们认为心理活动是由心脏产生的。譬如,门子就曾认为思维的器官是心脏;古希腊哲学家亚里士多德也认为思想和感觉的器官是心脏,而脑的工作只不过使流出心脏的血液冷静一点而已。后来,由于很多事实都解释不通,人们才逐渐意识到心理活动不是与心脏有关,而是与大脑有关。人们观察到,在睡眠和麻醉时内脏的活动没有大的变化,这与精神状态大不相同;大脑受到损伤的人,如植物人,心理活动就会受到严重破坏。

综上所述,心理学是研究人心理和行为现象发生、发展及其变化规律的科学。所谓心理现象,就是指感觉、知觉、记忆、思维、联想、想象、注意、情感、意志、能力、气质和性格等。心理现象是在复杂的社会实践和社会交往中产生并发展起来的,是人脑对千变万化的客观世界的反映,也是每个处于清醒状态的人所熟悉并时刻产生着的,人的任何活动都离不开心理现象。

(三) 心理学的研究对象

心理学主要研究人的心理现象,也研究动物的心理现象,既研究个体的心理现象,也研究群体的社会心理现象。与物理、化学等现象不同,心理现象不具形体性,是人的内部世界的精神生活,他人无法直接进行观察。但是通过对行为的观察和分析,却可以客观地研究人的心理。因此,心理学还研究行为及其与心理的关系。

普通心理学主要研究正常成人个体心理的产生、发展及其规律。但是,个体心理和社会心理又是紧密联系的。因此,普通心理学也要涉及社会心理。

三、旅游心理学的产生

旅游活动也是一种心理活动,自旅游活动产生之日,人们就注意到旅游领域中存在的心理现象。两千多年前,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,旅游业的经营者、服务者如何为旅游者提供吃、住、行、游、购、娱等优质服务,满足旅游者的生理和心理上的需求,才能获得盈利;旅游者如何选择经营者的优质服务而获得生理上和心理上的满足,都是需要研究的问题。于是,旅游心理学便应运而生。

旅游心理学是应用心理学的分支,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，又有不少旅游心理学专著和教材问世，但是，我国的旅游心理学研究还很薄弱。

第二节 旅游心理学概述

一、旅游心理学的概念

对旅游心理学的定义，目前我国学者的研究有不同的表述：第一种研究认为，旅游心理学是研究旅游者的心理与行为的科学；第二种研究认为，旅游心理学是研究旅游者心理、旅游企业管理心理和旅游服务心理的科学；第三种研究认为，旅游心理学是研究旅游者心理、旅游服务心理和旅游从业者心理的科学；第四种研究认为，旅游心理学是研究旅游者和旅游从业者的互动心理的科学；第五种研究认为，旅游心理学是研究旅游者心理和旅游业的开发、经营和管理的心理依据的科学。

旅游心理学的定义通常认为，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

从旅游心理学的概念来讲，旅游心理学以影响旅游者旅游活动产生、影响旅游选择和旅游心理效果的主、客观因素为研究对象。其主要研究对象包括：旅游者消费心理、旅游服务心理和旅游企业员工心理。旅游心理学的研究对象是旅游活动中人们的心理活动和行为规律。

研究旅游者心理，主要是研究旅游者的心理活动和旅游者的个体心理特征。心理活动包括心理过程和人格两大部分。心理过程分为认识过程、情绪情感过程和意志过程。认识过程有感觉、知觉、记忆、学习、思维、想象等过程，是心理活动对一定对象的指向和集中。人的心理活动的认知过程必须在注意的情况下才能产生。人格又称个性，由人格特征和人格倾向性构成。人格特征包括气质、性格和能力，人格倾向性包括需要、动机、兴趣、理想、信念、人生观、世界观、价值观等。但是旅游心理学并不研究上述全部心理现象，只关注诸如旅游知觉、旅游需要和动机、态度与旅游行为、个性与旅游行为、旅游者的情绪情感等心理现象。研究旅游行为规律，包括旅游服务心理和旅游企业管理心理，具体包括酒店服务心理、旅行社服务心理和其他服务心理。

三、旅游心理学研究方法

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

观察法是研究者在未经控制的日常生活条件下，直接察看、了解和分析他人言谈举止等外部表现以探求其心理活动及其规律的一种方法。

观察法在心理学上分为两种。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。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。

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。因此，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。

（二）自然实验法

自然实验法是在日常生活条件下，研究者有目的地对一些条件加以控制和改变，从而进行研究的一种方法。在比较自然的条件下结合经常业务来进行。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。例如，我们为了了解旅游者不同的旅游服务需要，可以通过变动不同的服务态度和不同性别、不同年龄的服务人员进行旅游服务，从中观察旅游者的情绪反映、满意程度。自然实验法切近实际，简便易行，兼具实验法和观察法的优点，所以被广泛应用。

（三）心理测量法

心理测量法是用量表测量人在某一方面的心理特征的方法。采用此方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心理测量法。常用在研究旅游企业员工心理方面，如测量旅游者的态度、旅游业工作人员的心理测试。

（四）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、问卷调查法、访问调查法等，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、问题等形式来研究其心理的一种方法。它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，并且采取匿名回答，结果较真实，团体问题问卷调查法效率较高，是一种常用的调查方法。问卷调查法的核心是问卷的设计。问卷分为封闭性问卷和开放性问卷。在封闭性问卷中，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。

例：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

开放性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。封闭性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。开放性问卷具有封闭性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,使用开放性问卷,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,它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,并且采取匿名回答,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。

(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。此法有深入、全面的优点。研究者深入旅游业,对研究对象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,这种方法在旅游心理学的发展中发挥着重要的作用。

总之,旅游心理的研究方法是多种多样的。在进行研究时,不应孤立地采用一种方法,而应根据研究的需要综合采取各种方法,或者以某种方法为主,辅之以其他方法,这样才能获得全面、准确而客观的数据资料,利于对旅游心理做出一个完整的评定。

四、旅游心理学的研究意义

研究旅游心理学对旅游学科建设和发展以及旅游业的繁荣都有着十分重要的意义。作为旅游学科建设与完善的需要,必须对旅游心理学进行深入研究,才能解答有关旅游方面的一些问题。研究旅游心理学不仅能回答理论问题,更重要的价值在于它具有多方面的实用意义。

(一) 有助于提高旅游企业的经营和管理水平

21 世纪的中国,是旅游事业飞速发展的中国。旅游企业之间为了更好地发展,也展开了全面的竞争,不仅在技术上和环境上竞争激烈,更深层次的竞争还体现在经营方针和策略上,在竞争中,每一个旅游企业都有被淘汰的可能。在这种机遇和挑战并存的年代,要想取得最后胜利,就要把注意力放在旅游市场的变化和发展趋势上,学会对旅游市场进行科学的预测和决策,这就要求旅游管理人员加强对旅游科学知识的学习和研究,努力提高自己的经营管理水平。研究旅游心理学可以帮助旅游管理人员运用心理学知识去分析旅游者的心理规律,了解其需要和变化,有针对性地开展旅游宣传吸引游客,并依据旅游者心理变化的特点和趋势,分析并及时地调整经营方针和策略,在了解旅游者心理趋势的基础上进行科学的预测和决策。旅游业的竞争实际就是瓜分市场的竞争,是争夺旅游者的竞争,旅游心理学能在这场竞争中为旅游管理人员提供有效的帮助。



【案例分析 1-1】

旅游广告要“对症下药”

美国为了开拓英国的旅游市场，曾对英国人进行调查。在问他们在决定去美国旅游时，最重要的考虑因素是什么？英国人毫不犹豫地回答：“费用。”根据这一调查，美国人在英国展开了广告宣传：“去美国旅游的费用，要比你们想象的便宜，一天只要花费 15 美元，就能观赏美国。”通常按照这个推广计划，理应有成千上万的英国人争着去美国，然而却事与愿违，只去了数百名游客。其症结何在？美国旅游部门决定对英国人心理状态进行深层次地调查：发现从表面上看，英国人认为费用是一个障碍，实际上他们真正害怕的是在美国可能看到的那些东西——高耸入云的摩天大楼、复杂的高速公路网、令人毛骨悚然和没有感情的消费经济。更令他们担忧的是，英国正在步美国的后尘，宁静的休闲正遭到破坏，几年或几十年后，英国也许会变得和美国一样。在深知英国人的旅游心理后，美国改变了宣传内容，大力宣传科罗拉多大峡谷、黄石公园、尼亚加拉大瀑布、夏威夷热带海洋等优美、独特的自然风光，这种着眼于旅游心理的宣传一下子就吸引了许多英国游客。

请根据以上信息，完成以下任务：

1. 讨论旅游心理学的研究方法及其各自的特点。
2. 讨论如何根据研究对象的特点来选取研究方法。

旅游心理学有助于提高旅游企业的管理水平，为旅游企业在人员管理上提供了理论保障，用旅游心理学的理论知识来分析和研究旅游企业员工的心理，可以帮助管理者了解员工的心理状态和心理特征，了解企业内部的人际关系状况，有针对性地做好员工的思想工作，调动起工作积极性，对改善企业的经营管理，实现企业效益最大化具有十分重要的意义。

（二）有助于更好地了解旅游行为

旅游行为是一种复杂的消费行为，旅游行为的主观原因到底是什么？到现在人们还没有真正全面系统地解释旅游行为。

旅游者的需要、动机及购买行为构成了旅游购买活动的周期。当旅游者产生旅游需要而未得到满足时，就会引起一定程度的心理紧张，当出现满足的目标时，需要就会转化为动机，动机推动旅游者进行旅游购买。当旅游者的需要通过旅游消费活动得到满足时，紧张心理就会消失，购买及消费结果又会影响到新的需要的产生，一个新的循环过程就又开始了。旅游行为产生于旅游需要和旅游动机。不仅社会因素、文化因素以及经济因素等宏观外部因素对旅游者的旅游需要有影响，而且，旅游行为还受个人心理因素的影响。同时，社会文化和经济因素还间接地从更深层次上对旅游者的旅游需要产生很大影响。旅游行为的产生来源于旅游者的旅游动机，旅游动机是旅游行为的动力。动力产生于人的某种需要，正是由于存在未满足的愿望或需要，才激发了满足此种愿望的动机，所以旅游动机与人的需要层次相关。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。在从旅游动机到



行为产生的过程中,旅游者会主动地搜寻相关信息,并同时接受来自旅游企业的信息,以供决策使用。这时,旅游行为的产生还受到旅游营销活动的影响。旅游者的心理因素也限制着外界信息的输入与加工,最终影响到旅游购买行为。最后行为会对旅游营销活动以及旅游者新的旅游需要的产生和旅游决策发生作用,影响着下一次旅游购买活动。

如果旅游从业者不了解甚至不知道如何去了解旅游者的旅游决策,做好旅游服务只能是一句空话。旅游心理学就是研究旅游者旅游行为的主观原因,解释旅游者的选择原因。通过对旅游心理学的研究就会知道,旅游者之所以做出了不同的选择,是因为不同旅游者的不同的心理特征(如需要、动机、态度、兴趣、人格特征)发挥作用的结果。经济学等学科只能研究旅游行为的可能性,而旅游心理学则能研究旅游行为的必然性。按照旅游心理学的理论去研究旅游行为,就能够获得更加全面系统的科学解释。

(三) 有助于更好地开发旅游资源和建设旅游设施

旅游资源的开发和利用其前提是旅游者的需要,这是制订资源开发和利用方案的依据。这就需要遵循和利用旅游心理学的知识做理论依托。旅游产品和旅游景点的设计开发首先要考虑旅游者的需要、旅游者的心理特点和旅游者的兴趣爱好、知觉特点、审美习惯等。只有旅游者愿意购买,旅游资源开发才更有意义,否则开发即是浪费。

一项成功的旅游产品策划及推出,首先要调研的就是旅游者市场,对旅游者的调查,着重了解旅游者希望在旅游活动中获得什么。要想获得游客满意,旅游设施建设是不容忽视的。在旅游设施的安排上,也必须考虑旅游者的心理特点,论证它的科学性和实用性。只有充分重视了旅游者的心理因素,才能使旅游者在旅游活动中得到最大满足。现代化的旅游交通设施也是随着旅游者的安全、快速和舒适的心理需求的不断变化而改进和发展的。在设施安排上更应充分考虑旅游者的生理需要、心理需要和心理特点,以求得吸引更多的旅游者。旅游娱乐设施设计和建设也需要以旅游心理学知识作为理论支持,根据现代人生活和工作的特点,来指导旅游经营者开发设计相应的旅游娱乐项目,从而达到吸引旅游者的目的。

旅游资源和旅游设施的开发利用一定要考虑旅游者的心理活动规律,否则就会事倍功半,浪费人力、物力,甚至破坏旅游资源,更难发挥其应有的社会效益和经济效益。所以旅游心理学为旅游设施和旅游资源的开发利用提供了理论基础。

(四) 有助于提高旅游从业人员的素质

旅游从业人员的素质包括职业素质和心理素质。提高旅游从业人员的素质,关键要提高他们的职业心理素质,正确地认识 and 了解自己,学会调节和控制自己的情感,更好地发挥团队精神。系统掌握旅游心理学的理论知识,掌握旅游者的心理特点,处理同事之间和上下级之间的关系,培养个人健全的心理素质,富有创造性地完成旅游服务工作,这一切都是旅游心理学要研究和完成的任务。