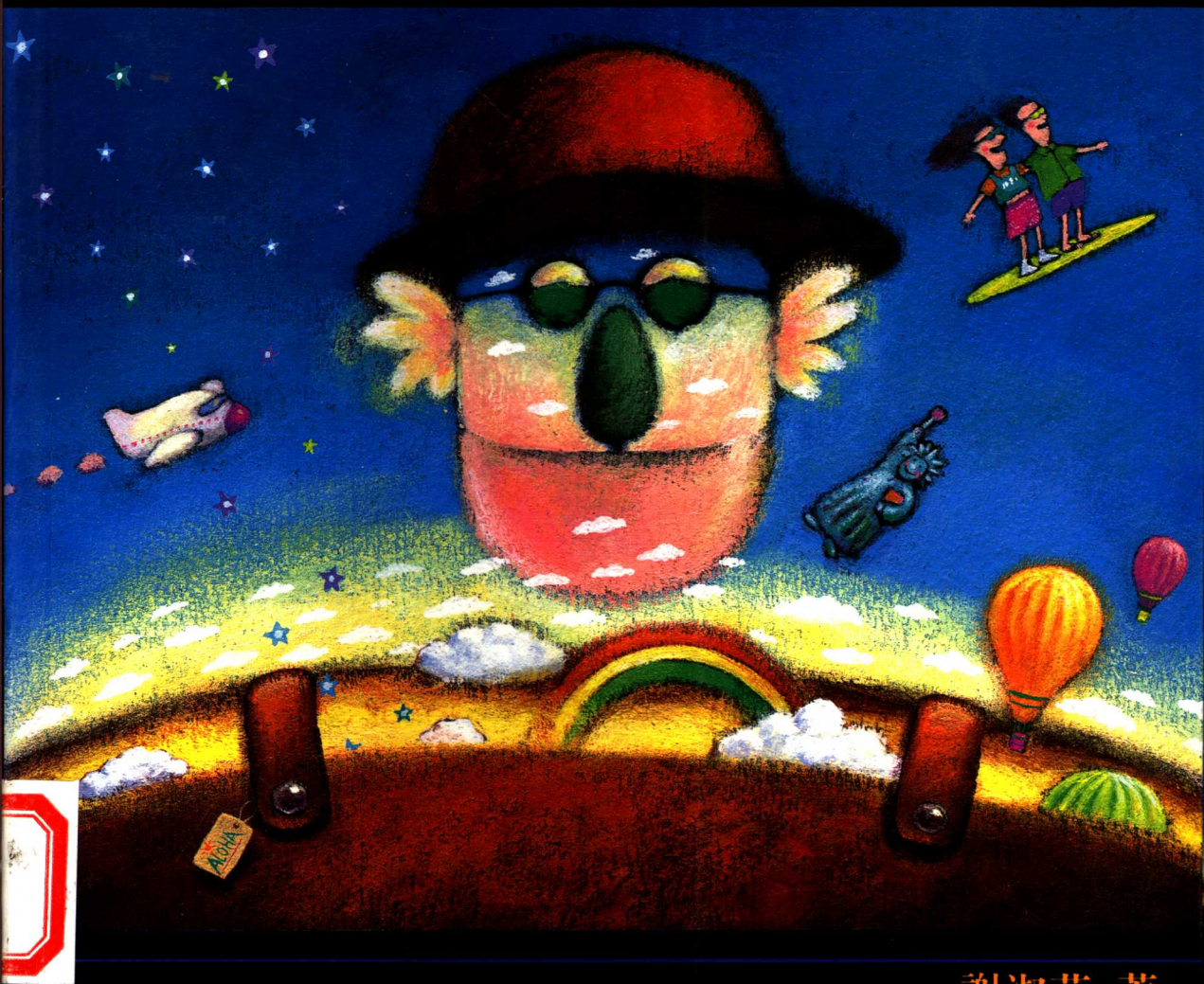


學術著作 大專用書

觀光心理學



謝淑芬 著

五南圖書出版公司 印行

F 590
X 523

觀 光 心 理 學

謝淑芬 著

韓國京畿大學觀光經營碩士
景文商專觀光科專任講師

五南圖書出版公司 印行



封面插畫⇨陳應龍

作者簡歷

謝淑芬

韓國京畿大學觀光經營碩士
景文商專觀光科專任講師

目次

□ 第一篇 觀光心理學之理論背景 □

第一章 一般心理學概要 3

第一節 心理學之定義 / 3

第二節 心理學之發展歷程 / 4

一、古代心理學 / 4

二、科學心理學 / 5

三、現代心理學 / 8

第三節 心理學的研究方法 / 12

一、觀察法 / 12

二、實驗法 / 13

三、測量法 / 14

四、問卷調查法 / 14

五、個案研究法 / 15

六、會談法 / 16

第四節 心理學之研究對象 / 16

一、個人之心理研究 / 17

二、社會的行為研究 / 18

第二章 消費者心理學概要 21

第一節 消費者行為與行為科學 / 21

一、消費者行為之定義及研究的必要性	／ 21
二、行為科學之定義及特性	／ 23
第二節 消費者行為研究之發展階段	／ 23
一、發祥期（直至一九五〇年）	／ 24
二、形成期（一九五〇年代）	／ 25
三、成長期（一九六〇年代）	／ 25
四、成熟期（一九七〇年代～一九八〇年代）	／ 27
第三節 消費者行為模式	／ 27
一、哈華德與施實（Haward and Sheth）模式	／ 28
二、尼克西亞（Nicosia）模式	／ 30
三、柯特勒（P. Kotler）模式	／ 32
四、EKB 模式	／ 33
五、羅吉斯（Rogers）之創新與擴散理論	／ 33
第四節 消費者行為的研究對象	／ 33
一、個人因素	／ 34
二、社會文化因素	／ 35
三、消費者之購買決策歷程	／ 36
第三章 觀光心理學概述	39
第一節 觀光心理與觀光客	／ 39
第二節 觀光心理研究的目的	／ 41
第三節 觀光心理學的研究對象	／ 46
第四章 觀光心理學之理論基礎	51
第一節 心理學和社會學	／ 52
第二節 觀光社會心理學	／ 54
第三節 人類學	／ 55
第四節 管理學	／ 56

□ 第二篇 觀光客心理 □

第五章 序 論 63

- 第一節 觀光與觀光行為 / 63
- 第二節 經濟條件和觀光行為 / 65
- 第三節 時間價值和觀光行為 / 67
 - 一、時間之利用與休閒 / 67
 - 二、觀光環境中的時間壓力 / 69
- 第四節 心理因素和社會因素 / 70

第六章 觀光行為和知覺 71

- 第一節 感覺的基本特徵 / 71
 - 一、絕對覺閾 (Absolut Threshold) / 72
 - 二、差異覺閾 (Different Threshold) / 72
 - 三、感覺的適應 (Sensory Adaptation) / 73
- 第二節 知覺的概念 / 73
 - 一、知覺的一般特徵 / 74
 - 二、空間、時間、運動知覺 / 78
 - 三、錯覺 / 79
 - 四、知覺的選擇性和注意力 / 80
 - 五、分類歷程 / 81
- 第三節 觀光客之知覺 / 82
 - 一、影響觀光客知覺的客觀因素 / 83
 - 二、影響觀光客知覺的主觀因素 / 85
 - 三、其他個人因素 / 89

- 第四節 對旅遊條件的知覺 / 89
 - 一、對旅遊距離的知覺 / 89
 - 二、對航空公司的知覺 / 90
 - 三、對觀光產品價格的知覺 / 92
- 第五節 形象與觀光地點的選擇 / 93
 - 一、觀光形象 / 93
 - 二、觀光地的形象 / 94

第七章 觀光行為和學習 99

- 第一節 學習的基本概念 / 100
 - 一、學習之基本歷程 / 100
 - 二、類化作用和區辨作用 / 102
- 第二節 影響學習的因素 / 104
 - 一、學習材料 / 104
 - 二、學習方法 / 105
 - 三、學習者的個人因素 / 107
- 第三節 觀光客的旅遊決策 / 108
 - 一、觀光客的旅遊決策因素 / 108
 - 二、觀光客的旅遊決策過程 / 109
- 第四節 消費者的學習和觀光行為 / 111
 - 一、消費者之知覺性風險 / 111
 - 二、降低知覺性風險的方法 / 113
- 第五節 購買後疑慮處理的學習 / 118
 - 一、購買後疑慮產生的原因 / 118
 - 二、減少購買後疑慮的方法 / 120
 - 三、旅遊業如何減少觀光客的購買後失調 / 121

第八章 觀光行為和人格 125

- 第一節 人格的概述 / 125
 - 一、人格的意義 / 125
 - 二、人格的形成和發展 / 126
 - 三、人格的結構和功能 / 128

第二節 自我概念 / 132

第三節 觀光客的人格特徵 / 135

- 一、以度假類型描述的人格特徵 / 135
- 二、以性格傾向描述的人格特徵 / 137
- 三、以生活型態描述的人格特徵 / 139
- 四、其他類型的分類 / 144

第九章 觀光行為和動機 151

第一節 動機的意義和類別 / 151

- 一、動機的意義 / 151
- 二、動機的類別 / 153

第二節 動機理論 / 155

- 一、本能論 (Instinct Theory) / 155
- 二、驅力理論 (Drive Theory) / 156
- 三、場地論 (Field Theory) / 156
- 四、成就理論 (Achievement Theory) / 157
- 五、認知理論 (Cognitive Theory) / 157

第三節 觀光需求 / 158

- 一、觀光需求的本質 / 158
- 二、需求層次理論 / 159
- 三、一致性和複雜性的需求 / 162

第四節 觀光動機 / 164

- 一、何謂觀光動機 / 164
- 二、觀光動機的種類 / 165

- 第五節 觀光動機的激發 / 168
 - 一、銷售訊息的傳達 / 163
 - 二、個人影響力 / 169
 - 三、觀光業者之銷售促進 / 170

第十章 觀光行為和態度 175

- 第一節 態度的意義和形成 / 175
 - 一、態度的意義 / 175
 - 二、態度的形成 / 178
- 第二節 態度的特性和功能 / 179
 - 一、態度的特性 / 179
 - 二、態度的功能 / 182
- 第三節 態度的改變 / 184
 - 一、態度改變的理論 / 184
 - 二、溝通的過程 / 185
 - 三、改變或維持消費者態度的廣告策略 / 193
- 第四節 態度與觀光行為 / 194
 - 一、態度與旅遊偏愛 / 194
 - 二、旅遊環境中之獲益 / 196
 - 三、透過改變態度影響旅遊行為 / 197

第十一章 社會文化的影響和觀光行為 205

- 第一節 社會文化之影響要因 / 205
 - 一、文化和次文化 / 205
 - 二、社會階層 / 210
 - 三、社會團體與購買行為 / 216
 - 四、家庭與購買行為 / 225
- 第二節 文化對觀光行為的影響 / 231

一、文化的差異和旅遊行為	／ 231
二、社會文化認知下的旅遊行為	／ 232
三、文化對觀光事業的影響	／ 233
第三節 社會階層對觀光行為的影響	／ 234
一、社會階層和休閒型態	／ 234
二、社會階層與家庭生活	／ 236
第四節 團體對觀光行為的影響	／ 237
一、參考團體、朋友的影響	／ 237
二、次級團體和旅遊團體	／ 238
第五節 家庭對觀光行為的影響	／ 239
一、家庭生活周期與旅遊行為	／ 239
二、家庭的旅遊決策	／ 243
第十二章 觀光客與當地接待者之互動關係	…… 249
第一節 觀光客與當地居民之接觸情況	／ 249
一、接觸的原因	／ 250
二、接觸的特徵	／ 250
三、接觸後所產生之影響	／ 253
第二節 當地人對觀光客的態度	／ 256
第三節 觀光客對當地國之認識程度	／ 258
一、觀光客對當地國之適應性及接觸意願	／ 258
二、影響觀光客對當地國認識程度之因素	／ 260
第四節 觀光客旅遊後之態度變化	／ 262
一、旅遊前與旅遊後對當地國之態度變化	／ 262
二、旅遊後對自己國家的態度變化	／ 263
第五節 促進觀光客與當地接待者之良好互動關係	／ 264

◆ 第 ◆ 一 ◆ 篇 ◆

**觀光心理學
之理論背景**

第一章

一般心理學概要

第一節

心理學之定義

什麼是心理學呢？簡單地說，即是研究人類心理歷程及行為的科學。所謂行為，其意義極為廣泛，凡有機體所作的活動及反應皆可稱之為行為。它包括可以看見的外在行為，亦包括外在所不易察覺到的心理狀態。至於心理歷程即是行為的一類，所以心理學亦是一種行為科學。

研究心理學，除了包括可以觀察到的行為、動作，亦包括許多內在而不能直接觀察到的一些事情，諸如，感覺、態度、情緒、興趣、性向、思維及一切因腦活動而產生的一些結果。因為要直接研究人的內心是件困難之事，所以需透過外在的行為的觀察，進而研究人的心理。這也是「行為科學」漸受重視的原因之一。著名的行為主義心理學家華生（J. B. Watson），即主張心理學應強調直接研究人的行為，而不是不能被直接觀

察到的內心知覺。

由此可知，沒有行為即沒有意義。此外，華生也強調學習是可以觀察到的行為，心理學家必須要直接觀察人們由刺激反應所產生之明顯行為。如神經系統、腺體、肌肉等的反應，是刺激反應學理論（Stimulus-Response）的開始。同時也促成心理學和生理學之間障壁的解除。

由此看來，就單純之意義而言，心理學雖是研究個體之心理歷程和行為，但由於人類並不是獨居，而係生活在與社會、文化學習相關的環境裡，因此社會心理學亦漸受到重視，這也是現今應用心理學比一般心理學更被廣為研究的原因。

第二節 ◆ 心理學之發展歷程

將心理學視為一門科學並以科學的方法來研究是始於十九世紀末期，這也是心理學之科學發展之始。在這之前的心理學總脫離不了哲學或神學的範圍。以下即以時代之順序，簡述心理學之發展歷程。

一、古代心理學

古人經常將心靈和精神視為一種超自然現象，也將靈魂當成信仰的對象，或將形而上學的實體認為是宇宙的根本原理。古代哲學家經常談論心靈與精神的理論，是可以遠溯至古希臘時期。代表人物如亞里士多德、柏拉圖及蘇格拉底等人的心與

身問題之探討。柏拉圖相信無形的世界（精神）和有形的世界（身體）是各自獨立運作的，且精神勝於肉體。而亞里士多德則主張身與心（精神）存在著極為密切的關係，兩者並存且相互調合。精神能使身體有生氣，並且是造就身體的現在模樣。由此可知，亞里士多德比柏拉圖更能就現實面掌握精神的活動。精神不僅是生命的動因，也是促成團體生命之美化。而且同時具備培育個體組織、感受周圍環境刺激、思考理解之三大功能。所以亞里士多德之心理學，即是研究生物之生命、刺激感受、思考，和現代心理學所認為之問題與研究目標非常類似。

二、科學心理學

到了十九世紀後期，由於受到當時快速發展的物理學、生物學、數學、天文學等之影響，重視測量與計量之方法。於是科學的心理學擡頭。英國學者高登（F. Galton, 1822-1911）即是用統計方法來研究個體行為之個別差異。然而近代心理學可說是由德國心理學家馮德（Wilhelm Wundt, 1832-1920）所創立的。他首先建立了世界上的第一個心理實驗室，開啓了使用「科學的」方法研究心理學。

（一）結構心理學

由馮德所創之心理學可稱為結構心理學（Structural Psychology），馮德對心理之研究遍及各方面，包括生理心理學、實驗心理學、社會心理學，甚至論說推涉到哲學方面。但其結構心理學所主張的是心理研究應從獲有經驗之個體的觀點

來看問題。因此其研究方法乃係由被研究的個體作出自述，即是將個人的感覺過程說出。此方法稱為內省法（introspection method）。日後更由其學生鐵欽納（E. Titchener, 1867-1927）在美國發揚光大。

但是結構心理學的最大缺點是不夠客觀。當被研究者的描述不真實或是難以用恰當之言辭來描述時，就無法正確地表達其心理現象。

（二）功能學派

功能學派（Functionalism）是由美國心理學家詹姆斯（William James 1890）和美國另一位教育心理學家杜威所倡導研究的。功能學派有別於結構心理學之主觀的內省法，而是重視運用觀察法來觀察人的行為，進而分析感官的經驗及心智活動。功能學派認為感官及心理上的各現象是幫助人來適應環境，所研究的是心理上的各種功能，而不是心理的結構。

此外，他們不僅研究個體的意識，還研究其外顯行為，更因關注人適應環境的能力，也較注重能力的測量及學習行為。在研究方法上，除了重視觀察，為了獲得更客觀的資料，也極重視實驗。

（三）行為學派

行為學派（Behaviorism）的出現，很快地就取代了功能學派。其創立者乃係美國心理學家華生（J. Watson, 1878-1958）。其雖受過功能學派之洗禮，但卻認為功能學派之理論有些主觀，他主張心理學應強調直接研究他人所能觀察到的外顯行為。並認為心理學是門純粹的自然科學，必須以客觀的