

GAODENGXUEXIAO
GUIHUAJIAOCAI

西南師範大學出版社
國家一級出版社 全國百佳圖書出版單位

 高等学校规划教材

旅游心理学

LÜYOU XINLIXUE

刘德秀 秦远好 编著



西南师范大学出版社
国家一级出版社 全国百佳图书出版单位

图书在版编目(CIP)数据

旅游心理学 / 刘德秀, 秦远好编著. — 重庆: 西南师范大学出版社, 2011.8

ISBN 978-7-5621-5402-0

I. ①旅… II. ①刘… ②秦… 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(2011)第 148975 号

旅游心理学

刘德秀 秦远好 编著

责任编辑: 郑持军

版式设计:  周娟 钟琛

照排: 夏洁

出版、发行: 西南师范大学出版社

(重庆·北碚 邮编: 400715)

网址: www.xscbs.com)

印刷: 重庆川外印务有限公司

开本: 787mm×1092mm 1/16

印张: 15.5

字数: 397 千字

版次: 2011 年 9 月第 1 版

印次: 2011 年 9 月第 1 次印刷

书号: ISBN 978-7-5621-5402-0

定价: 29.00 元

前 言

21 世纪以来,旅游产业进入快速发展的黄金时期,越来越多的人加入了旅游休闲大军的行列。与此同时,随着旅游企业的不断增多,旅游企业之间的竞争日趋激烈,而旅游企业竞争的焦点在于对旅游客源的争夺。在今天,谁能获得更多的客源,谁就能在竞争中立于不败之地。旅游企业要想赢得旅游者的“芳心”,必须充分把握旅游者的心理特点,想旅游者之所想,供旅游者之所需,真正做到“知己知彼”,方能“百战不殆”。因此,研究旅游活动过程中旅游者与旅游工作者心理活动规律的旅游心理学之地位与作用愈显突出。

为了适应旅游产业发展和旅游企业竞争、高等院校旅游管理专业教学改革的需要,全面深化旅游管理专业课程建设,编者一方面立足于旅游活动过程所涉及的各个要素构建旅游心理学的框架结构,安排内容,充分体现课程内容的完整性与科学性。另一方面为了方便读者深入认识和理解相关内容,特别安排了大量的案例与阅读材料,以启迪读者的思维,突出理论性与实践性的有机统一。

编者长期在高校从事“旅游心理学”“旅游者行为”等方面的教学与研究工作,在本书的编写过程中,一方面力图展现编者对旅游心理学的感悟与研究心得,另一方面尽其所能吸收学界同仁的最新研究成果,使之更具有时代感。

本书能够顺利完成并付诸出版,首先受益于学界同仁丰富的研究成果,得力于干婷、郭利华、施秀梅、王曦、王庆栋、刘钰佳、梁海兰、高栋等硕士研究生帮助查阅资料并参与部分章节的初稿撰写工作,仰仗于西南师范大学出版社的大力支持与杨光明、郑持军等同志的辛勤劳动,在此一并表示诚挚的敬意与谢意!

刘德秀 秦远好

2011 年 7 月于重庆北碚通灵斋



目 录

第一编 导论

第一章 旅游心理学的基本问题	002
第一节 心理学概述	003
第二节 旅游心理学的内容	008
第三节 旅游心理学的研究原则和方法	011
第四节 学习和研究旅游心理学的价值	015
第二章 旅游消费行为概述	018
第一节 旅游消费行为产生的基本因素	018
第二节 旅游消费决策	027
第三节 影响旅游消费行为的因素	031

第二编 旅游消费心理

第三章 感知觉与旅游消费行为	036
第一节 感觉与旅游消费行为	037
第二节 知觉与旅游消费行为	039
第四章 需要与旅游消费行为	054
第一节 旅游需要	055
第二节 旅游目标	063
第三节 旅游动机	065
第五章 个性与旅游消费行为	074
第一节 个性概述	075
第二节 个性特征与旅游消费行为	078
第三节 个性结构与旅游决策	083
第六章 态度与旅游消费行为	088
第一节 态度及其特性	089
第二节 旅游消费态度的形成与改变	094

第七章 社会群体与旅游消费行为	102
第一节 社会群体概述	103
第二节 家庭与旅游消费行为	107
第三节 社会阶层与旅游消费行为	115
第四节 文化与旅游消费行为	120

第三编 旅游服务心理

第八章 旅游服务心理	125
第一节 旅游服务	126
第二节 优质旅游服务要素	137
第三节 优质旅游服务过程	147
第四节 旅游投诉处理	151

第九章 旅游行业服务心理	156
第一节 旅行社服务心理	157
第二节 饭店服务心理	161
第三节 旅游交通服务心理	167

第四编 旅游企业管理心理

第十章 旅游企业员工个体心理	171
第一节 员工个体差异与管理	171
第二节 员工行为激励	182
第三节 员工情绪和压力管理	189
第四节 员工挫折管理	194

第十一章 旅游企业群体心理	202
第一节 群体动力与管理	202
第二节 群体人际关系管理	211
第三节 群体内信息沟通管理	216

第十二章 旅游企业领导心理	223
第一节 旅游企业领导行为概述	223
第二节 旅游企业的领导风格	229
第三节 旅游企业的领导艺术	234

参考文献	240
-------------------	-----

第一编 导论

随着世界经济的发展和人民生活的普遍提高,旅游已成为现代人类社会的一项重要活动和生活方式。据世界旅游组织预测,到2020年,国际旅游人数将增至15.61亿人次,旅游收入将增加到2万亿美元。在新的时期,旅游业必然呈现出强劲的发展势头。

伴随旅游业的发展,如何提高旅游业的管理水平、服务质量,预测旅游者的心理与行为,将是学术界和业界关注的重要课题,也是旅游心理学研究的重要内容。

为了更有效地把握旅游者的心理与行为,我们首先应当了解旅游心理学的基本理论,认识旅游消费行为的一般规律。

【主要内容】

- * 旅游心理学的基本问题
- * 旅游消费行为概述

第一章 旅游心理学的基本问题

【学习目标】

旅游心理学是一门新兴学科。通过本章的学习,使读者了解旅游心理学的学科性质、基本内涵,掌握旅游心理学的研究对象、研究方法以及研究旅游心理学的学术价值和社会价值。

【引导案例】

中国游客在国外为何个个成大款

中国奢侈品消费已经占据了世界奢侈品行业12%的销售额。中国人在境外为何都成大款(有钱人)?业内人士认为,原因是其消费心理为“摆阔”。

日前,一场名为“欧洲奢侈品公司在当前中国市场中的发展趋势与机遇”的学术研讨会在上海复旦大学召开,根据媒体从研讨会上得到的最新统计数据,中国奢侈品消费已经占据了世界奢侈品行业12%的销售额,其中10%是中国游客在境外的购物支出,中国人在境外人均购物花费高达987美元,堪称全球之最。

中国人什么时候开始在国外个个成了“大款”?这个“世界之最”的背后又说明了什么?记者在此采访了有关业内人士,作为意大利顶尖服饰品牌杰尼亚集团公司的总裁,保罗·杰尼亚先生至今仍对他见过的一些中国游客在境外的消费能力感到惊讶,他告诉记者,“中国人已经成为我们在全球的第三大销售对象,而且是增长最快的消费群体”“中国现在有条件去欧美等发达地区旅游的人,大部分是商人、演艺明星、官员以及一些管理人士”。一位熟悉境外旅游的人士在和记者私下聊天时说,“这些人的消费能力很强,香奈尔、路易威登、范思哲等奢侈品,都是他们的最爱”。

有关业内人士在接受记者采访时表示,民族传统文化,包括社交的准则、社会风气、习俗和习惯,是形成中国人海外旅游购物心理和行为的根源和基础。然而,登喜路亚太区行政总裁明显感到中国的奢侈品市场不够成熟:“中国奢侈品旅游者的最低年龄要比欧美及其他国家低5岁左右,分析其中原因,一是由于中国消费市场目前处于发展中市场,部分事业成功的年轻人是奢侈品的消费者;二是一些经济能力并没达到消费奢侈品水平的年轻人,为了圆奢华梦也在消费奢侈品。”这是一种消费心理不成熟的表现。复旦大学管理学院有关专家认为,中国富人在境外高消费与早期中国经济水平落后有关,是一种“炫耀性消费”。

.....

【资料来源】中国游客在国外为何个个成大款. 新华网 2005-7-17

随着经济的发展、科学技术的进步、劳动条件的改善、人们文化生活水平的提高、闲暇时间的增加,旅游逐渐成为人们日常生活的重要内容,成为人们物质生活和精神生活的一种需要。旅游消费的大众化使得人们对这一大规模社会现象及其参与者日益关注,探讨是什么



促使人们离开自己熟悉的居所,耗费时间、精力和财力去异地旅游、购物;在众多旅游胜地当中,人们如何选择自己的目的地;旅游地该如何吸引更多的旅游者来购买旅游产品;如何开展能够满足旅游者需要的旅游服务;旅游企业管理与其他行业管理有何不同。旅游心理学正是基于对旅游活动参与者进行研究的需要而产生和发展起来的。

旅游心理学的主要理论依据是心理学,旅游心理学是心理学的基本原理在旅游行业中的应用,其形成和发展建立在心理学已形成的基础理论之上。因此,我们研究和应用旅游心理学做旅游活动中人的工作,预测其行为的规律性,首先必须对心理学的相关知识有基本的了解和认识。

第一节 心理学概述

一、心理学及其研究内容

1. 心理学

心理学是研究人的心理现象及其规律的科学。

简单地理解,心理学研究人的所思所想。作为心理学所研究的人既是自然的人,也是社会的人。所以人的心理活动和行为必然要受到人自身的生物学规律的影响,同时还要受到人所在的社会、经济、文化等社会因素的影响。可见心理学具有自然科学和社会科学的双重属性。

2. 心理学研究的主要内容

心理学是研究人的心理现象及其规律的科学。心理现象是人类最普遍的精神现象,它是人脑的机能,是人脑对客观物质世界的主观反映。心理现象和每一个人息息相关,世界上人们的所有社会实践活动都是受其心理现象的支配。尽管人们在社会实践活动中所表现出的心理现象十分复杂,但是从总体上可以将其划分为心理活动过程和个性心理两个基本部分(见图 1-1)。

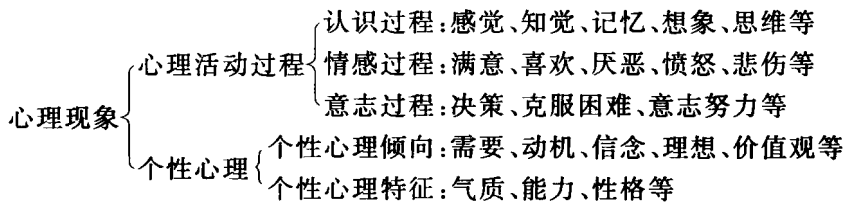


图 1-1 心理现象的构成

(1) 心理活动过程

心理活动过程也称心理过程,是指人在行为过程中产生和发展变化着的心理现象。心理活动过程包括认识过程、情感过程和意志过程。

认识过程也称为认知过程,是指人们获取知识和运用知识的过程。人们通过感觉、知觉、记忆、想象、思维和言语等等对客观事物形成一定的认识。人对世界的认识始于感觉和知觉,我们的五官是我们与外部世界保持接触的主要感觉系统,通过感觉我们获取事物个别属性的信息,如颜色、气味、软硬、冷热等等。知觉是对感觉信息解释的过程,它反映事物的

整体及其联系和关系。感觉和知觉通常是同时发生的,因而合称为感知。感知过的经验能贮存在人的头脑中,需要时还能提取出来,这就是记忆。人还能通过对已有的知识经验的加工去获取间接的、概括的知识,认识事物的本质和规律,这叫思维。正常成人的思维同言语活动有紧密联系,用言语把认识活动的成果与他人交流,并接受他人的经验。通过他人的描述,人脑想出从来没有感知过的新形象,这就是想象。比如,人们能想象出前人类社会的生活情景、“外星人”的形象。^① 认识过程是人的基本的心理活动,也是首要的心理功能。

人在认识客观世界的过程中,必然会对客观事物产生一种特殊的心理感受和情感体验。如满意、喜欢、高兴、厌恶、愤怒、悲伤、自豪感、自卑感等等,这些心理现象称为情绪和情感。情感过程就是人们对客观事物的一种态度体验,是对事物好恶的一种倾向。

人们根据自己对客观事物的认识和情感,产生一定的需要和动机,确定自己的目标,并为实现预定的目标有意识地支配和调节自己的行动的心理活动过程是意志过程。意志过程是人的意识能动作用的表现。

认识过程、情感过程和意志过程并不是彼此独立的,而是统一的心理活动过程的不同方面。发生在实际生活中的同一心理活动,通常既是认识的,又是情感的,也是意志的。任何意志过程总包含有认识成分和情感成分,实际上并不存在纯粹的、不与任何认识和情感过程相关联的意志过程。而认识和情感过程也包含有意志成分。认识过程、情感过程和意志过程是密切联系、彼此渗透的关系。每个人都会产生这三种心理现象,有时会在短时间内完成这三种心理活动过程。

(2) 个性心理

由于每个人先天遗传因素及后天所处社会环境的不同,人与人之间在心理活动过程的特点和风格上存在着明显的差异。每个人所独有的心理特点和风格,就构成了一个人的个性心理。个性心理主要表现为个性心理倾向和个性心理特征两个方面。

个性心理倾向是指个人在社会生活中逐渐形成的思想倾向。这种倾向性表明了个人对社会环境的态度和行为的积极特征,是个性结构中的动力系统,它能制约一个人的全部心理活动的方向和行为的社会价值。个性心理倾向包括需要、动机、信念、理想、价值观等。

个性心理特征是指一个人的心理过程进行时经常表现出来的稳定的心理特点。它体现个体的独特风格、独特的心理活动和独特的行为表现,是个性结构中的差异系统。正所谓“人心不同,各如其面”。人的个性心理特征是个体在先天素质的基础上,在一定的社会历史条件下,通过社会实践形成和发展起来的。个性心理特征具有稳定性、整体性、独特性的特点。这些特点具体在一个人身上表现为人的气质、能力和性格。在日常生活中,人们从事各种活动时,有人善于概括,有人长于分析,有人记忆力好,有人具有丰富的想象力等,这都是表现在能力方面的特征。在人的活动和交际中,有人精力充沛,动作迅猛;有人行动迟缓,动作无力;有人锋芒毕露,暴跳如雷;有人喜怒哀乐不形于色,只是沉湎于深刻的内心体验之中,这些差异属于气质方面的特征。在对人对事方面,有人勤奋,有人懒惰;有人见义勇为,有人胆小怕事;有人谦虚谨慎,有人目空一切,这是表现在性格方面的特征。这些表现在人的能力、气质和性格方面的特征称为个性心理特征。

对个性心理的研究,是心理学的一项重要内容,研究个性心理对于把握人的心理和行为

^① 黄希庭. 心理学导论. 北京:人民教育出版社,2002.3



具有重要作用。

心理现象的两个方面——心理活动过程和个性心理是密切联系、相互影响的。个性心理是通过心理活动过程形成和发展并表现出来的;同时,已经形成的个性心理又制约着心理活动过程。因此,只有把对人的心理活动过程和个性心理的分析结合起来,才能真正掌握人的心理,揭示人的心理活动的规律。人的心理活动过程和个性心理是心理学研究的主要内容。

二、心理学的产生和发展

1. 心理学的产生

人类对心理问题的探讨可以说源远流长,在古代中外学者的著作中就有丰富的心理学思想。在中国古代的哲学、医学、教育学等许多著作中都蕴涵着丰富的心理学思想。例如,孔子提出的有关因材施教的观点,是世界上最早的渗透心理学思想的教育原则。我国古代唯物论者也认识到心理是身体的一种机能,例如,战国时期的荀况认为:“形具而神生,好恶、喜怒、哀乐臧焉。”(《荀子·天论》)认为先有身体而后有心理,心理依附于身体,心理是身体的机能。古希腊哲学家亚里士多德把心理功能分为认识功能和动求功能,认识功能包括感觉、知觉、记忆、概念等过程,动求功能包括感情、欲望、意志、动作等过程。亚里士多德的《灵魂论》被认为是世界上第一部论述各种心理现象的著作。但是,在19世纪中期以前,人类对心理的探索和研究都是处于一种无明确的研究目的和目标、无明确的研究思想和方法的混沌状态下,自发地或不自觉地夹杂在对哲学和神学的研究之中。心理学的内容融进哲学和神学的内容体系中,心理学家通常是由哲学家、神学家、医学家等学者兼任。

1879年德国心理学家冯特在德国莱比锡大学建立世界上第一个心理学实验室。冯特用自然科学的方法研究人的心理现象,从此心理学从哲学中脱离出来,成为一门独立的科学,标志着科学心理学的诞生。冯特也因此被公认为第一个把心理学转变成一门正式独立学科的奠基者,也是心理学史上第一位真正的心理学家。他的《生理心理学原理》是心理学史上第一本真正的心理学专著。

2. 心理学的发展和应用

心理学作为一门独立的学科,至今只有100多年的历史,但整个心理学界呈现出学术研讨繁荣的局面,出现了各种学术流派和多种多样的心理学分支,已形成心理学独特的研究对象和广泛的应用范围。在心理学庞大的学科体系中,根据其担负的任务的不同,把心理学分为理论心理学和应用心理学两大研究领域。旅游心理学属于应用心理学领域。随着人类社会实践活动的进一步丰富,科学技术的不断发展,心理学的研究将会更加深入,应用将会越来越广泛,有人把21世纪称为“心理学的世纪”,认为心理学在21世纪将广泛应用到社会的各个领域,心理学的应用会在本世纪发挥更大的作用。

【阅读材料】

现代心理学的三大学派

自从冯特开创现代心理学的先河之后,各种心理学理论如雨后春笋,流派纷呈,其中最著名的是西方心理学的三大流派。即弗洛伊德的精神分析心理学、华生创立的行为主义心理学和以马斯洛为代表的人本主义心理学。

一、精神分析心理学

精神分析心理学的创始人是奥地利的心理学家、精神病学家弗洛伊德。精神分析又叫心理分析,是一种治疗精神病的方法。很多人对心理学的认识是从弗洛伊德的《释梦》开始的。在这本书中,弗洛伊德认为梦不是偶然的,而是把压抑的愿望通过伪装得以满足。他认为事出必有因,看起来微不足道的事情,如做梦、口误、笔误,都是由大脑中潜在的原因决定的,只不过以一种伪装的形式表现出来。他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”。认为人的本能冲动是可以控制的,但一味压抑本能冲动又是不行的,会生病的,可取的办法是既不放纵也不压抑而是“升华”,即把原用来做坏事的心理能量用来做好事。因为他的材料大多来自临床案例,特别是他对精神病患者和心理变态者的研究,所以他的研究受到了人本主义心理学家马斯洛的批判。但他的理论的确对心理学有极其重要的影响,有人将他同马克思、爱因斯坦合称为改变现代思想的三个犹太人。

二、行为主义心理学

行为主义心理学是现代心理学中影响很大的一个学派,其创始人是美国心理学家华生。1913年华生在《心理学论坛》上发表了名为《行为主义者心目中的心理学》的论文,认为科学研究应从观察开始,而人的心理是无法观察的,因此人的心理根本就不可能成为科学研究的对象,可以观察的只是人的行为,可以研究的也只是人的行为。华生所创造的行为主义心理学是一种只研究行为、不研究心理的心理学。提出心理学是行为的科学,而不是意识的科学。华生认为,行为是对来自环境的种种刺激的反应,他建立了著名的刺激—反应(S—R)模式。华生认为心理学研究的目的,是寻找预测和控制行为的途径。

三、人本主义心理学

人本主义心理学兴起于20世纪60年代的美国,是由于不满意前两大学派而产生的第三种心理学派,其创始人是马斯洛。马斯洛认为,无论是行为主义学说还是精神分析学说都带有一些宿命的色彩。马斯洛只关注心理健康的人,在他出版的《动机与人格》一书中,马斯洛提出了著名的需要层次理论,并以自我实现为最高层次,其研究主要从两个方面展开:一是人类动机的发展,二是自我实现者的特征。马斯洛采用回溯法研究了美国的历史人物和当代名人,根据研究总结出了自我实现者的人格特征。

20世纪50年代末,马斯洛与弗洛姆、罗杰斯等人共同发起并于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”。

【资料来源】花菊香. 旅游心理学. 北京:冶金工业出版社,2008.3

三、旅游业与心理学

1. 旅游业的发展

随着世界经济的发展和人们生活水平的提高,旅游已经成为人们休闲度假的主要选择方式之一。旅游业的发展不仅给许多国家提供了大量的就业机会,而且还为它们带来了丰



厚的外汇收入。因此,旅游业日益引起各国政府的重视。现代旅游作为一种广泛的社会现象自 19 世纪中期出现以来,发展迅猛,已成为全球产业经济发展最快的行业之一。

据世界旅游组织的统计,从 1950~2007 年,全球国际旅游人次从 1950 年的 2500 万人次,增长至 2007 年的 9.03 亿人次,年均增长率达 15%。旅游收入同步稳定增长,2007 年世界旅游总收入为 8560 亿美元,比 2006 年增长了 5.6%。根据世界旅游组织预测:在 2000~2020 年期间,全球国际旅游人次的年均增长率将为 43%,全球国际旅游收入的年均增长率将为 67%。到 2020 年,全世界国际旅游活动的规模将达到 16 亿人次,全世界国际旅游收入将超过 1 万亿美元。到 2020 年,包括各国国内旅游在内的全世界旅游活动的总体规模将达到 160 亿人次,全世界旅游收入总额将达到 70000~80000 亿美元。

我国拥有丰富的旅游资源。首先,我国疆域辽阔,既有风景秀丽的江南水乡,也有粗犷豪迈的西北风情。同时,我国民族众多,历史悠久。所有这些,都为我国旅游业的发展奠定了一个良好的基础。我国旅游业的发展起步较晚,从 20 世纪 70 年代末才开始,在这 30 多年的时间里,我国的旅游业得到了长足的发展,无论是国内、入境和出境旅游人数、旅游收入,还是我国旅游在世界旅游市场中的地位,都得到了很大的发展和提高。中国已从一个旅游资源大国发展成为亚洲旅游大国,正在向世界旅游强国迈进。据世界旅游组织预测,2020 年,我国将成为世界最大的旅游目的地国家,接待海外旅游者 1.37 亿人次,同时也会成为世界十大旅游客源国之一,出游人次将达 1 亿。旅游业已成为中国第三产业中最有活力和最具潜力的新兴产业,将成为中国国民经济新的增长点。很多地方,旅游业还成为拉动地方经济发展的支柱产业、优势产业或先导产业。旅游业在中国国民经济中的地位不断得到提升。尤其是在倡导低碳节能的过程中,旅游的优势充分突显。旅游业是低碳产业,其单位增加值能耗为 0.202,仅为工业的 1/11,是应对气候变化、低碳节能的优势产业,这也将构成中国旅游发展的长期重大机遇。如何更好地开发旅游资源、吸引更多旅游者、增加本国的外汇收入和就业机会,已经成为政府、业界、学者共同关注的问题。

【阅读材料】

我国旅游业稳步发展

2008 年,我国旅游业连续遭到金融危机和各种突发事件等多种因素的冲击,经受了前所未有的考验。面对严峻的旅游市场形势,全国旅游行业克服困难,总体上保持了平稳发展。

全年共接待入境游客 1.30 亿人次(2005 年为 1.20 亿人次),实现国际旅游外汇收入 408.43 亿美元(2005 年为 292.96 亿美元),分别比上年下降 1.4% 和 2.6%(2005 年增长 10.3% 和 13.8%);

国内旅游人数 17.12 亿人次(2005 年为 12.12 亿人次),收入 8749.30 亿元人民币(2005 年为 5286 亿人民币),分别比上年增长 6.3% 和 12.6%(2005 年 10% 和 12.2%);

中国公民出境人数达到 4584.44 万人次(2005 年为 3102.63 万人次),比上年增长 11.9%(2005 年 7.5%);

旅游业总收入 1.16 万亿(2005 年 7686 亿元人民币)元人民币,比上年增长 5.8%(2005 年 12.4%)。

【资料来源】中国旅游统计年鉴. 北京:中国旅游出版社,2006 年. 2009 年

2. 旅游业的发展需要心理学

旅游业是一个新的行业,人们对旅游业的认识也经过了一个不断深化的历程。我国在1978年以前,旅游业被当做一种文化事业来看待。1978年以后,特别是进入21世纪以后,旅游成为中国人生活方式的重要组成部分,旅游业已成为国民经济新的增长点。2000年1月,国家旅游局在全国旅游工作会议上正式提出“到2020年把中国建成世界旅游强国”的奋斗目标。由于旅游业与其他产业相比,旅游业的工作对象是人,是来自不同地方的具有不同心理活动过程和个性心理的旅游活动的参与者。2000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。旅游业的从业人员只有了解了旅游者的心理特点,才能为旅游者提供优质的服务,才能最终显示旅游业强大的生命力。旅游业形成之后,尤其是现代旅游业的发展,促使人们产生对旅游心理活动理论的研究,总结旅游心理规律,以确保旅游业更好地发展。正如萧乾先生所说:“现在旅游业这么兴旺,我想,该不该开设一门旅游心理学的课程呢?对于从事这一行当,那应该是一门必修课。”^①同时,心理学研究的主要内容也是研究人的心理活动和个性心理,旅游业的工作对象也就是心理学的研究内容。旅游业和心理学密切联系,能有效促进旅游业的发展。

第二节 旅游心理学的研究内容

旅游心理学是心理学的分支学科,是心理学的研究成果及一般原理在旅游领域中的运用。旅游心理学作为一门相对独立的学科,其历史短暂。20世纪30年代以后,才有一些欧美学者开始广泛关注旅游现象,研究涉及旅游心理学领域。真正的实证研究是到70年代后期才出现的,以1981年美国学者小爱德华·J.梅奥和兰斯·P.贾维斯(Edward J. Mayo & Lance P. Jarvis)编著的《旅游心理学》一书出版为标志。

一、旅游心理学

一方面,心理学的发展为旅游心理学的形成和发展提供了理论和方法;另一方面,商品经济的发展,尤其是旅游业的发展,对旅游心理学的形成和发展提出了客观的要求。在这种情况下,一门新的旅游科学和心理科学的应用分支——旅游心理学应运而生。

旅游心理学是运用心理学原理和方法探讨旅游活动中人的心理和行为及其规律的科学。

从实践的角度来分析,由于旅游活动的主体是人,其心理活动对旅游活动有着决定性的影响。例如,人们为什么要去旅游,人们为什么会兴致勃勃地将每次旅游活动进行到底并准备再次出游,作为旅游企业如何服务和管理才能让旅游者满意等等,这些都需要从心理学的角度进行深入探讨。旅游心理学就是运用心理学的原理和方法,专门研究旅游活动中人们的心理和行为及其规律的科学。在研究中,还将社会心理学、管理心理学、行为科学等学科的研究成果运用到旅游心理学的研究中,研究成果直接为旅游业服务。所以,旅游心理学是

① 转引至:邱扶东.旅游心理学.北京:立信会计出版社,2003.1



心理学的一门分支学科,属于心理学范畴。

从研究的目的看,旅游心理学是心理学在旅游科学中的运用,其目的在于探讨旅游活动中的心理现象,服务于旅游业,它与其他旅游科学的分支学科共同构筑了旅游科学体系。因此,旅游心理学又是旅游学中的基础科学,属于旅游科学范畴。

二、旅游心理学研究内容

旅游心理学作为一门独立的学科有其特定的研究内容。

迄今为止,旅游心理学研究的基本取向主要有以下五种:第一种取向认为,旅游心理学的研究内容是旅游者的心理与行为;第二种取向认为,旅游心理学的研究内容是旅游者心理、旅游企业管理心理和旅游服务心理;第三种取向认为,旅游心理学的研究内容是旅游者心理、旅游服务心理和旅游从业者心理;第四种取向认为,旅游心理学的研究内容是旅游者和旅游从业者的互动;第五种取向认为,旅游心理学的研究内容是旅游者心理和旅游业的开发、经营和管理的心理依据。

我们认为旅游活动是旅游者和旅游从业人员的共同协同活动。旅游者是旅游活动的主体,没有旅游者就没有旅游活动,旅游从业人员是为旅游者提供服务的,没有旅游从业人员的服务,旅游者的活动是不可能存在的。因此,旅游心理学是以旅游者和旅游从业人员为研究对象,旅游者包括现实旅游者和潜在旅游者,从业人员包括旅游企业服务人员和管理人员。旅游心理学就是研究以旅游者和旅游从业人员为对象,研究其在旅游活动整个过程中、在旅游服务的每一个环节上、在整个旅游活动的各方面所表现出来的心理活动和行为规律。

1. 旅游心理学研究的主要内容

旅游心理学是研究旅游活动中相关人群的心理活动规律,相关人群是指旅游者(现实旅游者和潜在旅游者)、旅游从业人员(旅游服务人员和企业管理人员)。所以,旅游心理学主要研究旅游消费心理、旅游服务心理和旅游企业管理心理三大部分的内容。

(1) 旅游消费心理

通常情况下,正常人在不同的情景下会有不同的心理需求,作为旅游者在旅游活动中除了有一般人的心理需求之外,还会表现出与旅游者身份相应的心理需求。旅游者是旅游活动的主体,是旅游业服务的主要对象,旅游企业的服务和管理活动的直接目标是为旅游者提供满意的服务。因此,为了满足旅游者的需求,促进旅游业健康有序地发展,了解旅游消费心理及其行为的发生、发展及变化规律是旅游心理学研究的核心内容,也是旅游心理学研究的出发点和归宿点。

(2) 旅游服务心理

旅游服务是旅游业的灵魂,旅游服务实质上是旅游从业人员通过与旅游者之间的人际交往,帮助旅游者构造美好经历的过程。旅游业从业人员的服务行为决定着旅游业的服务质量与水平,服务质量的优劣、水平的高低直接决定着旅游业的兴衰存亡。因此,满足旅游者的需要,真正达到让旅游者满意的目的,就必须给客人提供优质服务,优质服务的实质就是心理服务。所以旅游心理学在阐述旅游消费者心理的基础上,还要阐述旅游服务心理及服务心理策略两个方面的内容。旅游服务心理是旅游心理学要研究的一个基本内容。

(3) 旅游企业管理心理

现代旅游业离不开旅游企业的经营活动,旅游活动的质量与旅游企业提供的产品和服务

务密切相关。旅游产品和服务的提供是由旅游从业人员来完成的,旅游从业人员是旅游服务的主体,是旅游企业经营成败的核心要素,是旅游企业的第一生产力。因此,为了充分调动旅游企业员工的积极性,创造企业和谐的人际关系和良好的工作环境,提高旅游企业的管理水平,探讨旅游企业中个体、群体、领导的心理活动规律是旅游心理学研究的主要内容。旅游企业管理心理主要包括旅游企业员工心理、群体心理和领导心理。

2. 旅游心理学研究的主要层次

旅游心理学是研究旅游活动中人的心理和行为及其规律的科学,也就是研究旅游者和旅游从业人员在旅游活动的整个过程,在旅游服务的每一个环节,在整个旅游活动的各方面所表现出来的心理及其行为规律。所以,旅游心理学要研究三个层面的问题。

(1) 旅游活动中人的心理和行为的表现

在旅游活动中,旅游者总是根据自己的需要、兴趣、偏好选择和购买适合自己的旅游产品和服务,而旅游从业人员却要根据企业及自身的原则和利益行事。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程度不同的兴奋、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。旅游心理学正是通过研究旅游者和旅游从业人员在旅游活动过程中的心理活动和行为表现为旅游企业的经营管理提供心理依据。

(2) 旅游活动中人的心理和行为的一般规律

旅游者和旅游业从业人员在旅游活动中所反映出的各种心理和行为,必然要受其个性心理的影响进而表现出明显的个性差异。所以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,不管他们每次具体的消费行为或服务行为如何形成,他们总是把自己以独特形式保持的那些稳定的、本质的心理特点反映出来,并构成其旅游消费行为或服务行为的基础。因此,在对旅游者或对旅游业从业人员的心理活动过程和行为进行分析时,可以发现旅游者和旅游业从业人员心理和行为的一致性,同时也可以发现他们心理和行为的差异性。旅游心理学通过总结旅游活动中人的心理和行为的一致性和差异性探讨旅游活动中人的心理和行为的一般规律,为旅游企业合理安排旅游设施,开发旅游资源,改变经营策略提供心理依据。

(3) 旅游活动中人的心理和行为的变化发展趋势

随着社会经济的发展、科学技术的进步,人们生活水平的提高和生活环境的改善,特别是人们的文化生活的丰富和观念意识的改变,旅游作为一种休闲方式,越来越被更多的人所接受,成为人们文化生活中不可缺少的内容之一。人们在旅游活动中,更注重精神产品消费需求的满足,并向个性化、多元化方向发展。而快速、高效、友好的服务将是旅游者对旅游服务标准的最起码要求。所有这些变化趋势,都将构成旅游心理学研究对象的一个重要组成部分。旅游心理学通过研究人的心理和行为变化,预测心理和行为的发展趋势,并采取措施做好相应的工作以确保旅游业又好又快的发展。



第三节 旅游心理学的研究原则和方法

一、旅游心理学的研究原则

旅游心理学研究旅游活动中人的心理和行为,目的在于科学地揭示心理和行为发生、发展及其变化的规律。在实际的研究过程中,作为旅游心理学的研究者必须遵循以下基本原则。

1. 客观性原则

恩格斯说:“唯物主义的自然观不过是对自然界本身面目的朴素了解,不附加以任何外来成分。”^①也就是说,一切科学的研究都必须坚持客观性原则,客观性原则是指研究者要按照事物的本来面貌来反映事物,不要有任何主观想象。因为任何事物都有其自身发生、发展及其变化的客观规律,旅游活动中人的心理和行为也不例外,因此,旅游心理学研究必须遵循客观性原则,也就是要按照旅游活动中人的心理和行为产生、发展及其变化所依存的客观条件,以及它们的表现与作用来揭示其自身的规律性。研究者不能根据自己的主观猜测妄加评判,任何研究结果的提出都必须遵循客观性原则,反对任何臆测、武断、夸大等主观主义作风。

2. 变化发展性原则

辩证唯物主义认为,世界上万事万物都处在永恒运动与发展变化之中,作为人脑对客观现实反映的心理也是随着客观事物的发展变化而发展变化。旅游活动中人的心理也是如此,也是随着客观事物的变化而变化。例如,一个旅游者面对不同的旅游对象,产生的心理状态会不同,即使面对同一旅游对象,在不同时期也会产生不同的心理状态。同时,当一个旅游者的年龄、地位、处境或条件发生变化时,他的旅游需要、兴趣也相应发生变化。另外,人脑作为心理现象的物质基础,也是历史发展的产物。现今世界日新月异,人们心理急剧变动,随之引发许多新的旅游需求,整个社会的旅游心理发生着深刻的改变。用变化发展的观点来研究和预测旅游者心理的变化,对搞好旅游企业经营管理和服务工作有非常重要的现实意义。

在旅游心理学研究中必须遵循发展性原则,也就是要把旅游活动中人的心理和行为看成是一个动态的发展与变化的过程来进行研究。例如:研究某一个或某一类旅游者的旅游动机,不仅要描述旅游动机的现状,探索它们的影响因素,而且也要研究那些旅游动机的过去,弄清它们的来源和历史。只有这样,才能发现旅游动机发生、发展及其变化的规律,也才能预测它们未来的发展趋势。遵循发展性原则,实际上是向旅游心理学研究者提出了一个基本的研究框架。研究任何旅游心理和旅游行为,都必须在时间维度上探索它们的过去、现在和将来;在空间维度上,探索它们在不同场所的具体表现。总之,在研究旅游心理学的过程中用变化发展的观点来分析和看待旅游活动中人的心理和行为,掌握其变化规律,以便更

^① 恩格斯. 马克思恩格斯全集. 第20卷. 北京:人民出版社,1972. 539