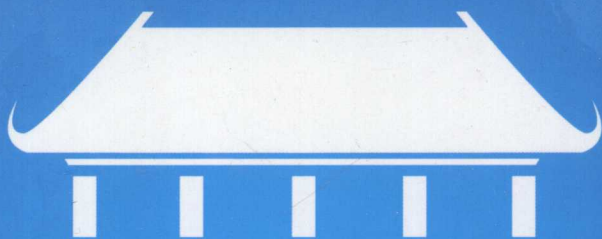


21 世纪大学旅游教材

沈祖祥 主编



LUYOU XINLIXUE

旅游心理学

沈祖祥 主编

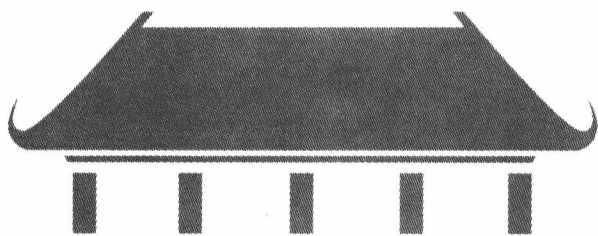


福建人民出版社

21

世 纪 大 学 旅 游 教 材

沈祖祥 主编

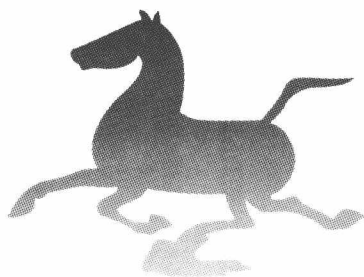


LUYOU XINLIXUE

旅 游 心 理 学

主 编 沈祖祥

副主编 李 萌 闫喜琴



福建人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游心理学/沈祖祥主编. —福州: 福建人民出版社, 2009. 1

21 世纪大学旅游教材

ISBN 978-7-211-05835-8

I. 旅... II. 沈... 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 (2008) 第 0211906 号

旅游心理学

LUYOU XINLIXUE

作 者: 沈祖祥 主编

责任编辑: 何海勤

出版发行: 福建人民出版社

电 话: 0591-87533169 (发行部)

网 址: <http://www.fjpph.com>

电子邮箱: 211@fjpph.com

地 址: 福州市东水路 76 号

邮政编码: 350001

印 刷: 福建省天一屏山印刷有限公司

地 址: 福州市铜盘路 278 号

邮政编码: 350003

开 本: 730 毫米×990 毫米 1/16

印 张: 19

插 页: 2

字 数: 329 千字

版 次: 2009 年 1 月第 1 版

印 次: 2009 年 1 月第 1 次印刷

印 数: 1—3000

书 号: ISBN 978-7-211-05835-8

定 价: 31.00 元

本书如有印装质量问题, 影响阅读, 请直接向承印厂调换

版权所有, 翻印必究

“21 世纪大学旅游教材”编辑委员会

主 任：俞金树

主 编：沈祖祥

委 员：（以姓氏拼音字母为序）

巴兆祥	陈建勤	陈宗海	储九志	董观志	郭英之
何海勤	后智钢	李 萌	林 彬	刘亚忠	楼嘉军
罗兹柏	吴 本	吴国清	沈祖祥	史霄鸿	魏向东
肖江南	徐德宽	俞金树	袁书琪	张 帆	张 捷
张 璟	张文建	章尚正	周作明		

“21 世纪大学旅游教材”总序

沈祖祥

20 世纪世界经济的飞速发展，使人类从以劳动为中心的“工作时代”步入讲究生活品质的“消费时代”。旅游成为一种时尚和热门产业。21 世纪推崇的生活理念更是将旅游的魅力数倍放大。旅游正在渗透着现代社会的每个角落，改变着人们传统的生活观念和价值体系。

改革开放以后，随着中国经济的高速发展，中国的旅游业也进入持续发展的快车道。

顺天时、应地利、聚人和。经过短短 20 多年的发展，中国的旅游教材从无到有，日渐丰富多彩、种类齐全。但是当用“特色”和“水平”这两个坐标体系来给它定位时，我们不得不坦承，中国旅游教材仍处于“摸着石头过河”的阶段，大多还属于“简单积累”，存在着很大的问题。目前，教材技术标准好像很完善、简单，编制也容易，但本质的、决定教材发展的不是教材编写规则，而是旅游发展自身，或者说是社会需求。由于旅游发展总是充满着不确定性，没有太多的规范和标准可以依据，因此，中国旅游教材的编写，也面临着三大难题和三大困惑。

三大难题：

(1) 中国的旅游学术研究与旅游教材编写大体上同步。总体来说，中国的旅游学术研究理论深度不够，学术水平不高，这就使得中国的旅游教材编写缺乏应有的厚实基础，许多理论问题本身还在不断探索和形成之中。

(2) 旅游涉及多学科领域的知识，既要求有较深厚的学术功底、广博的历史文化知识，同时又要求有旅游学、经济学等相关学科的理论知识融入其中，这对于作者的综合学术素养是极大的考验。

(3) 编教材易，写教材难。教材不同于学术著作，不能仅仅是阐述理论和观点，成一家之言，更不能天马行空，有感就发。教材有教材的特点和要求，编写一套特色鲜明的、适合学生学习的旅游教材实为不易。

三大困惑：

- (1) 旅游教材要不要创新, 能不能创新, 如何创新?
- (2) 旅游教材编写要不要一定的理论体系、理论水平和学术高度?
- (3) 旅游教材到底是旅游各学科的知识构建, 还是整体学科构建?

面对这些问题和困惑, 我们对整套教材的规划控制和体系做了思考。

首先是对丛书定位做了方方面面的研讨: 目前国内有哪几种不同类型和层次的旅游院校或旅游专业? 学生各有哪些特点和需求? 不同类型和层次的旅游院校是否需要编制不同的旅游教材? 不同类型的旅游教材是否存在共同点? 它们之间的差异有哪些? 核心差异是什么? 怎样的旅游教材比较适合我国当前的现状和实际? 旅游教材如何体现学术深度和理论高度? 怎样的旅游教材模块更适合未来发展的要求? 现有各种旅游教材改进的方向在哪里? 什么样的旅游教材可以称得上是一套好教材? 我们在深入调查和分析、评价的基础上, 对这些问题进行多方思考和比较后, 对本系列教材明确做出了以高校本科旅游管理专业为主要对象的定位选择。

其次是对教材组成体系有的放矢, 做了“精益求精”的调整。在原先“大学旅游教材”这套书的基础上, 一方面继续发扬光大和强化“文化”优势与特色, 另一方面, 由点及线及面, 不断强化教材选题的广度和亮点。

第三, 对作者队伍进行了重组和扩容, 多学科、多学校、多专业整合作者队伍, 以期使本教材有更广泛和坚实的“基石”。

通过对教材规划控制体系的构建, 我们可以从以下两个方面去着手解决上述的难题和困惑。

一是努力体现“教材特征”, 二是努力体现“学术水平”。

努力体现教材特征, 是本教材系列的中心思想、突出特色和努力方向。本教材系列明确于教材定位, 并且将最大限度地按照教材的要求构建框架体系。

本教材系列的教材特征具体从以下六个方面体现:

(1) 注重信息量。本教材系列有计划、有目的、有系统地收集、记录、整理、分析和总结各相关学科的各种信息, 以尽可能减少和规避因旅游基础知识相对不足给学生带来的学习困难。

(2) 注重知识面。本教材系列注重将旅游作为一种知识节点进行学习、传播和推广。

(3) 注重思考力。本教材系列在立足于传递信息和传播知识的基础上, 特别注重学生独立思考能力的培养, 而不是死读书、读死书式的灌输。

(4) 注重方法论。旅游课题学习归根结底是方法的学习, 而不全是知识和理论的学习。本教材立论的核心在于提供一个观察、了解和研判旅游各相关学

科事象的方法。

(5) 注重整体性。系统性和完整性是本教材系列的又一显著特征，不仅注重旅游作为一种知识和理论的完整性和系统性，而且还特别注重旅游作为一门学科以及作为一个独立的系统的完整性和系统性。

(6) 注重案例法。在具体的体例中，我们采用了一部分综合性的案例，试图找到规范学习与启发引导的理想结合点。

没有规矩不成方圆，但是，如果为了规矩而使教材变得没有学术价值或降低学术价值，那是对规矩的曲解和误解。我们按照教学发展规律和学生对象特征，制定出主要是基于掌握和理解的控制图则，为教师和学生留下了相当的余地，但某些基础性知识节点却又很具体、带有强制性。在我们的观念中，这可能更是一种“底线”。

中国的旅游教材再也不能“摸着石头过河”，是到了总结、提升的时候了。为我国旅游业的腾飞，为中国旅游教育的发展，编写有特色的、适合我国旅游院校学生学习的好教材，是我们的努力方向。为此，我们这些参与“21 世纪大学旅游教材”编写的作者，愿担负起一名教师、一个作者应尽的一点义务和责任。同时，我们愿与全国各旅游院校的同仁加强交流、学习与合作，共同努力。我们期待着更多高质量的大学旅游教材面世。

2006 年 7 月

引 言

呈现在读者面前的这部《旅游心理学》著作，不仅量增质跃，而且力求体现作者更多的经验累积，与已有《旅游心理学》著作相比较，在体系、构思和观点等方面，均有明显的不同。具体体现在以下五个方面：

一、思想：学用并重

改革开放三十年，在有着学以致用、经世致用传统的中国高教系统中，学问与其现实功用之间的关系经历着剧烈的震荡。从教学到科研，到直接服务社会，无不把学问的现实功用作为核心的价值标准。

学是基础，是潜力所在。用是目的，是优秀所系。学用并重，在重视基本理论的基础上，重视学问的现实功用，强调对社会需要的满足，是本书努力遵循的主线。

二、理念：凸出主线

从现有研究成果来看，几乎所有的旅游心理学著作都呈现三大块布局，即旅游者消费行为和心理、旅游服务行为和心理、旅游企业管理行为和心理。不仅“三足鼎立”，而且作为“卖方市场”的旅游服务企业事实上还三分天下有其二。我们认为，旅游心理学必须进行理论创新，围绕旅游消费这条主线，突出“旅游者消费行为和心理”这一中心。也即，旅游心理学研究对象，应该是旅游者在旅游活动过程中产生的心理活动及其变化规律。而作为旅游服务从业人员的导游、陪同、旅游汽车的司售人员、旅游饭店的服务人员、现代化旅游场所的工作人员、旅游商店的售货人员，以至于领导和这些旅游服务从业人员的旅游企业的管理人员，如经理、主管等等，他们的心理活动及其变化规律，应该属于旅游服务心理学研究的范畴。在旅游心理学对象的研究中，他们应该作为“旅游者消费行为和心理”的需要和补充，而不是完全独立的平起平坐。也就是说，我们的理念不是传统的“三大块”，而是脉络分明的一条线，即旅游者消费行为和心理这条主线，纵贯和统帅全书于始终。

三、体例：自成一体

全书分为相互衔接的五个部分。第一部分，为旅游心理学学科理论；第二部分，属于旅游心理学的静态分析，也即影响旅游者心理和行为的诸多内部因

素和社会因素,如动机、需要、知觉、态度、学习、人格以及所属群体、社会文化等,进行个案解剖;第三部分,承接第二部分,属于动态分析、系统分析,也即从系统论的角度,以旅游者在旅游活动过程中的六个不可缺少的构成要素和构成环节,即住、行、游、购、娱,进行具体的应用分析,探讨旅游者的饮食心理、住宿心理、交通心理、娱乐与审美心理和购物心理以及服务心理。虽然,我们也探讨旅游服务心理,但是这种探讨主要是指旅游者对于旅游服务工作作为一种产品的心理需要和心理需求。第四和第五部分则为旅游心理学的具体实践及案例分析。

四、内容:与众不同

本书在著述内容上也与一般《旅游心理学》有所不同,重点在以下新增篇章中下了功夫:第三编旅游行为心理学单元有旅游娱乐心理和旅游风险心理二章;第四编旅游应用心理学和第五编案例分析则全部为其他的旅游心理学著作所没有的内容,旨在提升旅游心理学教学的实际应用效果。

五、方法:将教材当底本自主地学

教材“由瘦变胖”,是出于旅游心理学教学和高校旅游教学的特殊性考虑。在全部 26 章内容中,既不要求教师全部都教,也不要求学生全部都学。教师和学生要用好这些章节,要把教材当作底本,自主地去学习,不用死记硬背,而是提供教师和学生结合课本进行知识参照。

一切只当从头开始,我国的旅游心理教学和研究,都十分稚嫩和薄弱,因而,任何肺腑之言,都会帮助我们对旅游心理学有新的感悟。希望阅读本书的读者,在选择和不能选择中,都能将知识与生活联系起来,多一些独特而富有创新的灼见,多一些执著与热情,从枯燥和乏味中,从无奈和失落中,找到自己,找到快乐。

目 录

引 言	(1)
-----------	-----

第一编 绪 论

第一章 旅游心理学的理论基础	(1)
第一节 普通心理学基本原理	(2)
第二节 消费心理学、社会心理学、管理心理学和行为科学原理	(6)
第二章 旅游心理学研究的对象和研究的任务	(9)
第一节 旅游心理学研究的对象	(9)
第二节 旅游心理学研究的任务	(11)
第三章 旅游心理学研究的意义和研究的方法	(12)
第一节 旅游心理学研究的意义	(12)
第二节 旅游心理学研究的方法	(13)

第二编 旅游心理学原理

第四章 旅游需要与旅游动机	(16)
第一节 旅游需要	(16)
第二节 旅游动机	(24)
第三节 旅游兴趣	(30)
第五章 旅游知觉	(35)
第一节 知觉原理	(35)

第二节 旅游活动知觉	(38)
第六章 旅游学习	(43)
第一节 旅游学习的内容	(43)
第二节 旅游学习的方法和过程	(46)
第七章 旅游态度	(48)
第一节 态度原理	(48)
第二节 态度与旅游决策	(54)
第三节 通过改变态度影响旅游行为	(57)
第八章 旅游者的人格和人格特征	(60)
第一节 旅游人格理论	(60)
第二节 旅游人格与旅游行为	(65)
第三节 人格结构理论与旅游决策	(69)
第九章 旅游社会文化	(74)
第一节 群体与旅游行为	(74)
第二节 家庭与旅游行为	(76)
第三节 社会阶层与旅游行为	(83)
第四节 文化与旅游行为	(83)

第三编 旅游行为心理学

第十章 旅游食宿心理	(87)
第一节 旅游住宿心理	(87)
第二节 旅游饮食心理	(90)
第三节 旅游消费心理与旅游食宿场所的选择	(91)
第十一章 旅游交通心理	(95)
第一节 旅游交通的安全需要	(95)
第二节 旅游交通的高效、快速需要	(97)
第三节 旅游交通的方便、灵活和舒适需要	(98)

第十二章 旅游游览心理	(100)
第一节 旅游审美的心路历程	(100)
第二节 旅游审美需要和旅游审美动机	(104)
第三节 旅游审美心理活动的层次特点	(107)
第十三章 旅游购物心理	(111)
第一节 旅游商品特征及其类型	(111)
第二节 旅游者的购物心理	(114)
第三节 影响旅游购物心理的几种因素	(118)
第十四章 旅游娱乐心理	(120)
第一节 旅游娱乐概说	(120)
第二节 旅游者的娱乐心理	(124)
第三节 影响旅游娱乐心理的常见因素	(126)
第十五章 旅游服务心理	(129)
第一节 旅游服务理论	(129)
第二节 旅游服务心理需要	(134)
第三节 旅游服务心理需要与旅游服务艺术	(141)
第四节 旅游人际交往和人际关系	(144)
第五节 旅游服务人员的职业心理素质和职业心理要求	(149)
第六节 旅游服务人员最佳情绪状态的自我调节	(155)
第十六章 旅游投诉与旅游法律保护心理	(161)
第一节 旅游投诉的法律规定	(162)
第二节 旅游投诉的心理分析及其对策	(163)
第三节 旅游法律保护心理	(168)
第十七章 旅游风险心理	(172)
第一节 风险和旅游风险	(172)
第二节 旅游风险与旅游者心理障碍	(180)
第三节 旅游风险的防范与化解	(183)

第四编 旅游应用心理学

第十八章	文化旅游心理	(194)
第一节	历史文化旅游的内涵.....	(194)
第二节	历史文化旅游者心理行为特征.....	(197)
第三节	影响历史文化旅游心理的因素.....	(200)
第十九章	民俗旅游心理	(204)
第一节	民俗旅游的内涵.....	(204)
第二节	民俗旅游者心理行为特征.....	(207)
第三节	常见的民俗旅游心理误区及矫正策略.....	(208)
第二十章	宗教旅游心理	(213)
第一节	宗教旅游的内涵.....	(213)
第二节	宗教旅游者的心理行为特征.....	(216)
第三节	影响宗教旅游心理的主要因素.....	(218)
第二十一章	生态旅游心理	(222)
第一节	生态旅游的内涵.....	(222)
第二节	生态旅游者的心理行为特征.....	(225)
第三节	生态旅游心理误区及矫正策略.....	(228)
第二十二章	探险旅游心理	(232)
第一节	探险与探险旅游.....	(232)
第二节	探险旅游者的心理行为特征.....	(236)
第三节	探险旅游心理误区及矫正策略.....	(239)
第二十三章	事件旅游心理	(243)
第一节	特殊事件与事件旅游.....	(243)
第二节	事件旅游者的心理行为特征.....	(246)
第三节	影响事件旅游心理的因素.....	(249)

第二十四章 休闲旅游心理	(252)
第一节 休闲旅游的内涵	(252)
第二节 休闲旅游者心理行为特征	(255)
第三节 影响休闲旅游心理的因素	(257)
第二十五章 都市旅游心理	(260)
第一节 都市旅游概说	(260)
第二节 都市旅游者心理行为特征	(263)
第三节 影响都市旅游心理的主要要素	(267)
第二十六章 乡村旅游心理	(270)
第一节 乡村旅游的内涵	(270)
第二节 乡村旅游者的心理行为特征	(272)
第三节 影响乡村旅游心理的因素	(274)
附录 案例分析	
案例一：服务的魔力究竟有多大	(277)
案例二：历史文化遗迹如何满足文化旅游心理	(279)
案例三：农业、渔业怎样让人“休闲”	(281)
案例四：外国游客为何不看风景看晨练	(284)
案例五：“寺庙休假”背后的宗教旅游心理	(286)
案例六：生态旅游者在追求什么	(287)
主要参考引用书目	(290)
后记	(291)

第一编 绪 论

时间的车轮进入 21 世纪，遍及全球的平民百姓大众化旅游黄金时期已经到来，这是一个辉煌灿烂又催人奋进的伟大时代。

21 世纪旅游时代，呼唤 21 世纪旅游教学。而 21 世纪旅游教学，必须重视被旅游业界视为从业人员必修课程旅游心理学的学科建设。

我们对仿若“无形链条”般的旅游心理学进行重新的审视，注目它引发的系念和玄想，研究它作为一门应用性很强的新兴学科在我国旅游事业发展和高等旅游教学学科体系建设中所起到的越来越重要的作用，研究它自身特定的对象、内容、任务和方法。

显然，这是一个极其广阔的研究领域，具有若干层次，横跨许多学科，因此，全面系统地涉猎这个领域，就不能不对旅游心理学的理论基础给予足够的重视，进行认真的探索。

第一章

旅游心理学的理论基础

旅游心理学是心理学的分支学科和应用学科。旅游心理学理论体系的构架和综合运用，必须以心理学的基本理论体系和现有研究成果为基础。心理学基本理论体系，包括普通心理学、生理心理学、实验心理学和社会心理学等。心理学基本理论的发展，推动和促进了应用心理学的研究，教育心理学、医学心理学、体育心理学、工业心理学和行为科学等应运而生，并被广泛应用，形成了各自相对独立而又完整的学科体系。

第一节 普通心理学基本原理

普通心理学是旅游心理学的基础学科，也是其他心理学学科的基础学科。普通心理学经过长期探索并运用科学实验的方法总结出的一些基本原理，为我们研究旅游活动中人的心理和行为提供了理论依据。

一、什么是心理和心理学

在日常生活中，我们经常使用“心理”这个词，比如说“某人有自私心理”，“受到批评就不高兴，这是一般人共有的心理”，等等。那么，“心理”这个词，究竟是什么意思呢？

19世纪，由于自然科学的迅速发展，特别是生物学、生理学、解剖学的发展，为心理学研究提供了科学依据。自1879年德国莱比锡大学哲学教授、生物学家冯特创立第一个心理实验室以后，心理学才开始成为一门独立的科学。而马克思创立的辩证唯物主义学说，又为人们找到心理的正确定义，给心理学提供了方法论基础。

现代心理学理论认为：心理是人脑的机能，是客观世界在人的头脑中的主观现象和反应。而心理学，顾名思义，也就是研究人的心理现象的发生、发展及其规律的科学。

二、什么是心理现象

心理学是研究人的心理现象的一门科学。那么，什么是人的心理现象呢？

心理现象，由于通常是在人的各种各样的心理活动中表现出来的，因此心理学意义上的心理现象一般就是指人的心理活动。从系统论的观点看，人的心理活动和心理现象是一个复杂的系统。现代心理学理论从心理活动的动态变化过程、相对持续状态和比较稳定的特征这三个维度，把人的心理活动分为心理过程、心理状态和个性心理三个方面或三个子系统，三个子系统又分别附有若干个附属系统。

1. 心理过程

主要包括认识过程、情感过程和意志过程。它们彼此区别，又相互联系，是一个统一的不可分割的整体。在认识、情感和意志三个方面的心理活动过程中，认识过程是其中最基本的心理过程。

认识过程是人们通过感觉、知觉、记忆、思维和想象等心理现象，了解和认识客观事物的一种心理活动过程。人生活在世界上，总免不了要看东西、听声音、嗅气味、吃食物、触摸各种物体，并努力对这些活动进行认识、理解和想象。心理学把这种用眼、耳、鼻、舌、身等五种器官去感知事物的心理活动，称之为感觉和知觉。感觉和知觉，是人脑对直接作用于感觉器官的各种事物的个别属性的一般意义上的认知。当人们在感觉和知觉的基础上对事物作进一步的分析和思考时，便产生了思维。思维是人脑对客观事物的一种间接的和概括的反映，它可以进一步获得事物本质属性和内在联系的认知。人不仅能够感知事物，而且当感知过的事物已经不在眼前时，人脑中还会再次浮现和联想该事物的形象，心理学家把这种心理现象称之为想象。由此可见，想象是人的形象思维和创新事物的特有的心理现象。感觉、知觉、思维和想象这些心理活动，是一个连续的过程，而对构成这个连续过程起重要作用的一个心理条件，就是人们可以回忆起以前经历过的事情。这种现象，心理学家把它称之为记忆。感觉、知觉、记忆、想象和思维这些心理活动，即属于人的心理过程的认识过程。

人们在接触和认识客观事物的过程中，不可避免地产生这样那样的情感体验，例如高兴或悲伤、热情与冷漠、赞许或反对、冷静或激动等。人的这种喜、怒、哀、乐、爱、恶、善、憎的情感体验，即属于心理过程中的情感过程。

意志过程是指人们经常表现出来的意志方面的心理活动。人类认识世界的根本目的，是为了改造世界。所以，人们不但要去体验和认识各种各样的事物，而且要在认识事物的基础上去改变世界。这就需要周密的计划、坚定的信念、顽强的意志和不屈不挠的精神。这种根据预定的目标，主观能动地行动，克服一定困难，坚持达到目的的心理活动过程，即属于心理过程的意志过程。

心理过程是人的心理现象最重要的方面。

2. 个性心理特征

心理学不仅研究人的心理现象的共性和一般性，而且还要研究这些共性和一般性在每个人身上表现出的特性和差异性。现实生活中，由于环境不同、教育不同、生活不同、健康不同、社会不同、家庭不同，心理过程在每个人身上产生时，总是带有这样或那样的不同倾向和特点。譬如说，对同一事物的认识，有的人深刻，有的人肤浅；有的人感觉迟钝，有的人反应敏捷；有的人善于形象思维，有的人善于抽象思维。这些表现在认识及其活动