

全国高等学校旅游管理专业教材

Travel

旅游心理学

张树夫 主编



高等教育出版社

全国高等学校旅游管理专业教材

旅游心理学

张树夫 主编

高等教育出版社

内容提要

本书是全国高等学校旅游管理专业教材。内容包括:旅游行为的影响因素,知觉与旅游行为,学习与旅游行为,需要与旅游行为,人格与旅游行为,态度与旅游行为,社会因素与旅游行为,旅游服务概述,旅游饭店服务心理,导游服务心理,旅游交通服务心理,旅游购物服务心理,员工个体心理差异与管理,员工群体管理心理,人际关系与管理,组织心理与管理,领导心理与管理。

本书还可作为自学考试教材,也可作为高职高专、旅游从业人员培训教材。

图书在版编目(CIP)数据

旅游心理学/张树夫主编. —北京:高等教育出版社,
2001 (2003重印)

ISBN 7-04-009417-7

I. 旅… II. 张… III. 旅游心理学 IV. F590

中国版本图书馆CIP数据核字(2001)第01138号

旅游心理学

张树夫 主编

出版发行 高等教育出版社

社 址 北京市东城区沙滩后街55号

邮政编码 100009

传 真 010-64014048

购书热线 010-64054588

免费咨询 800-810-0598

网 址 <http://www.hep.edu.cn>

<http://www.hep.com.cn>

经 销 新华书店北京发行所

印 刷 北京联华印刷厂印刷

开 本 787×1092 1/16

印 张 15.5

字 数 370 000

版 次 2001年6月第1版

印 次 2003年5月第2次印刷

定 价 18.20元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

前 言

旅游心理学是一门应用心理学,运用心理学的基本原理和研究方法,对旅游过程中人的心理活动及其规律进行分析研究的一门学科。主要涉及研究对象的主体为旅游者、旅游服务人员及旅游企业管理人员。旅游心理学着力分析旅游者的心理与行为,并依据游客的心理需求探索旅游服务中各环节的心理规律,为搞好旅游服务工作提供心理依据。同时,注意分析旅游企业管理中的心理因素,借鉴国外的一些研究成果,结合我国国情,从管理心理学的视角摸索提高我国旅游企业管理水平的对策。因此,旅游心理学的研究对旅游产品的生产、销售、旅游服务质量以及旅游企业经营管理水平的提高有重要的现实意义和理论意义。

本书内容分为四部分,第一部分绪论,主要阐述旅游心理学的学科性质、研究对象、任务和方法;第二部分即第一篇,旅游者的心理与行为,主要论述旅游者的旅游心理及其行为特点,以及在社会因素影响下游客的旅游行为的反映;第三部分即第二篇,旅游服务心理,是论述如何针对旅游者的心理需求提供个性化服务的要诀;第四部分即第三篇,旅游企业管理心理,是论述在企业管理中如何强化人的管理理论与方法。

本书的特点是:博采前人已有的教材及专著之众长,尽力融汇最新研究成果,反映新思想、新观念、新理论和新方法。其次,力求理论上系统化,同时理论联系实际,深入浅出,增强可读性。再则,本书各部分,既整合为一有机整体,又各自成体系,可根据需要选用。总之,本书具有科学性、完整性、实用性等特色。它既是高校旅游类专业教材,又可作为自学考试及旅游从业人员的培训教材,亦可作为相关学科研究人员的参考书。

本书由南京师范大学张树夫任主编,并由他设计大纲、审稿、定稿和最后统稿。各章执笔人员如下:第九、十章董琳;第十一章董琳、张树夫;第十二章汪德根、张树夫;第十三、十五章汪德根;绪论、第一、二、三、四、五、六、七、八、十四、十六、十七章由张树夫撰写。心理学专家、博士生导师余嘉元教授审阅了本稿,并提出了宝贵的意见。高等教育出版社副编审涂丽萍女士,编审黎勇奇先生为本书及本套教材的出版进行了具体的指导、协助和帮助,付出了大量的心血。在此一并深表谢意。

由于时间和水平有限,书中错误与不足之处在所难免,恳望专家学者和广大读者的批评指正。

编著者

2000年8月

郑重声明

高等教育出版社依法对本书享有专有出版权。任何未经许可的复制、销售行为均违反《中华人民共和国著作权法》。行为人将承担相应的民事责任和行政责任,构成犯罪的,将被依法追究刑事责任。社会各界人士如发现上述侵权行为,希望及时举报,本社将奖励举报有功人员。

现公布举报电话及通讯地址:

电 话:(010) 84043279 13801081108

传 真:(010) 64033424

E-mail:dd@hep.com.cn

地 址:北京市东城区沙滩后街 55 号

邮 编:100009

责任编辑	徐丽萍
封面设计	王凌波
责任绘图	黄建英
版式设计	周顺银
责任校对	胡晓琪
责任印制	杨 明

目 录

前 言	1
绪 论	1
第一节 科学的旅游心理学	1
第二节 学习旅游心理学的重要意义	3
第三节 旅游心理学研究的对象、任务与方法	5
第一篇 旅游者心理与行为	
第一章 旅游行为的影响因素	11
第一节 旅游心理与旅游环境	11
第二节 旅游行为的影响因素	16
第二章 知觉与旅游行为	20
第一节 知觉及其特性	20
第二节 旅游知觉的影响因素	26
第三节 旅游者对旅游条件的知觉	27
第三章 学习与旅游行为	33
第一节 学习与旅游消费的学习	33
第二节 怎样学习旅游	40
第四章 需要与旅游行为	43
第一节 马斯洛的需要层次理论	43
第二节 旅游需要	46
第三节 旅游动机与行为	49
第五章 人格与旅游行为	57
第一节 人格	57
第二节 人格类型与旅游行为	61

2 目 录

第三节 生活方式与旅游行为	63
第四节 人格结构与旅游行为	66
第六章 态度与旅游行为	74
第一节 态度及其特性	74
第二节 态度与旅游行为	75
第三节 改变旅游者的态度	82
第七章 社会因素与旅游行为	88
第一节 家庭对旅游行为的影响	88
第二节 社会阶层对旅游行为的影响	90
第三节 社会文化对旅游行为的影响	94
第二篇 旅游服务心理	
第八章 旅游服务概述	101
第一节 旅游服务的含义	101
第二节 旅游服务中的人际关系	102
第三节 客我交往双胜原则	105
第九章 旅游饭店服务心理	110
第一节 前厅服务心理	110
第二节 客房服务心理	112
第三节 餐厅服务心理	115
第十章 导游服务心理	119
第一节 导游工作概述	119
第二节 导游服务中的心理问题	123
第三节 导游服务中的心理对策	127
第十一章 旅游交通服务心理	131
第一节 游客对旅游交通服务的心理需求	131
第二节 游客对旅游交通条件的知觉	133
第三节 改进旅游交通服务的对策	136
第十二章 旅游购物服务心理	139
第一节 旅游者购物动机	139

第二节 影响旅游者购物的心理因素 141

第三节 旅游商品开发的心理需求 144

第四节 旅游商品销售服务心理 146

第三篇 旅游企业管理心理

第十三章 员工个体心理差异与管理 150

第一节 员工个体心理差异与管理 150

第二节 员工的激励与管理 157

第三节 挫折理论与管理 169

第十四章 员工群体心理与管理 176

第一节 群体的基本问题 176

第二节 群体的心理动力 180

第三节 群体的士气与内聚力 182

第四节 群体的冲突与化解 185

第五节 非正式群体及其管理 188

第十五章 人际关系与管理 192

第一节 人际关系及其影响因素 192

第二节 人际关系的建立与维持原则及平衡和改变的理论 195

第三节 群体管理中的信息沟通 197

第十六章 组织心理与管理 204

第一节 组织的特征与分类 204

第二节 组织结构的形式与设计 208

第三节 组织效率与组织管理心理 214

第四节 组织改革 217

第十七章 领导心理与管理 223

第一节 领导的地位与作用 223

第二节 领导行为理论 226

第三节 领导者的心理品质分析 229

第四节 领导策略 233

第五节 集体领导的结构与心理分析 235

参考文献 238

绪 论

旅游心理学是一门新兴的学科,它是在旅游学和心理学这两门学科的理论基础上产生的,是心理学的一个新分支,有它自己的特殊地位。

旅游心理学产生历史虽然不长,但随着我国旅游业的不断发展,却起着越来越重要的作用。不仅是从事这门学科的专家、学者在继续努力教学和探索研究,推动其发展,而且它已经成为旅游业管理人士和高等学校旅游专业学生的必修课程。

第一节 科学的旅游心理学

第二次世界大战结束后,旅游几乎在各国和地区都取得了巨大的进展。旅游业已成为世界上持续发展势头最强劲的产业。据世界旅游组织统计:1950年全世界的国际旅游人数仅为2 530万人次,旅游收入总数仅为21亿美元。而到1990年,经过40年发展,全世界的国际旅游人次已达41 500万人次,国际旅游收入达2 300亿美元;21世纪世界旅游业会更火爆。1999年全球跨国旅游人数达7.56亿人次,旅游外汇收入达4 550亿美元(世界旅游组织秘书长弗朗切斯科·弗兰贾利2000年1月25日讲话)。这表明旅游业成为朝阳产业,已是凌驾于石油、汽车等产业之上的世界大产业之一。

中国历史悠久,文化灿烂,山川秀丽,民族众多,旅游资源丰富而独特。但1978年,我国的入境游客只有180.9万人次,仅居世界第48位,旅游外汇收入只有2.63亿美元,居第41位。在改革开放、社会主义经济持续发展的20年来,旅游业迅速发展,在世界旅游业中的地位不断上升。在1980年的世界排名中就升至第31位,迈出了第一大步。接着又是急速的几大步。1986年上升到第20位;1992年上升到第17位。1994年,我国接待的海外入境旅游者人数和创汇额进入了世界前10位的行列;1996年我国的国际旅游创汇首次突破100亿美元,达到102亿美元,提前实现了邓小平提出的,到20世纪末我国旅游外汇收入达到100亿美元的宏伟目标。1998年,入境旅游人数达6 347.8万人次,上升到世界排名的第6位,旅游外汇收入126亿美元,位居世界第7位。这20年,我国实现了由旅游资源大国向亚洲旅游大国的历史性跨越。而1999年更上一层楼,全年接待入境旅游者7 279万人次,比上年增长14.7%,旅游外汇收入141亿美元,比上年增长11.9%。加上国内旅游收入,全年旅游收入突破4 002亿人民币。中国旅游业的高速发展引起了世人的注目。世界旅游组织(WTO)秘书长

弗朗切斯科·弗兰贾利于2000年1月25日,在西班牙马德里举行记者招待会,谈及世界旅游业前景时说“中国的势头令人瞩目。”他预测说:“到2020年,中国将超过其他国家,成为世界第一旅游大国;届时中国也有1亿人到世界各地去旅游。”

“旅游”作为一种综合性社会现象,同一切事物一样,有其产生、发展和变化的客观规律。随着旅游活动长期发展,社会科学的研究领域扩展到了“旅游”活动,从而一门新科学应运而生。旅游科学就是要对旅游活动(着重是旅游业)这种客观存在的社会现象进行深入的、系统的研究,从理论上找出其内在规律,以形成知识体系。旅游学研究的内容是很丰富的,涉及旅游业的定义、性质、特点、构成、要素、条件、意义、作用、市场、市场营销、旅游资源开发、区域规划、景点建设和国内与国际间协作等等。基于旅游业满足旅游者的需求和产业创收两个目的是同时实现的,而旅游活动的主体是人——旅游者和旅游业从业人员;旅游创收则有其特殊的价值规律,于是社会科学在旅游学研究领域又扩展到人,即旅游者和旅游从业人员。作为新的边缘科学、旅游学和心理学的分支——旅游心理学,便由此而产生了。旅游心理学是研究旅游者与各种旅游从业人员心理活动发生、发展和变化的规律的科学。科学上这无疑地抓住了维系旅游活动的主体的研究。

通常说,人的心理活动就是指人的心理过程和个性心理的特征两个方面。人类生活在世界上,是生活在极其复杂的自然和社会环境之中,因而人的心理活动是十分复杂和丰富多彩的。旅游者和旅游从业人员在旅游活动中,在自然和社会的特定环境内的心理活动,同样是十分复杂和丰富多彩的。

旅游者在旅游活动中,主要是观风景、听海浪波涛声和导游介绍,在万紫千红的园林里嗅到花香,吃当地名菜名点,接触各种物体。这就是用眼、耳、鼻、舌、手去感知事物,这称感觉和知觉。旅游经历过的景点和事物,当再次到该景点时,能够记识它,甚至还可以回忆起以前经历过的旅游活动,这叫记忆。在旅游中听到瀑布的声音,不会误认为海浪波涛声,这是因为两种声音都听到过,都有清晰记忆的缘故。人们要认识事物,不能只限于它的表象,还要深入到其本质。只靠感觉、知觉、记忆就不够了,还必须对感知的材料用已有的知识进行分析、思考,才能深入到事物的本质,把握事物的规律,这种分析、思考活动叫思维。人们还能在过去经验的基础上,在头脑中创造出新事物的形象,这就是想象。人们接着自觉的、有目标的去从事旅游活动,体验这样或那样的情感。这些知觉、感觉、记忆、思维、想象、意志、情感的过程,这就是心理过程。在人的头脑里发生着的每一种心理过程,也就是这个人的心理活动的某一方面的表现。

人不仅是活动的有机体,而且是具体的个人,社会的成员,是特定社会生活的积极的参加者。每一个人,作为一个个体,作为一个社会的实体之一,在他的生活和教育条件的影响下,就形成着心理活动上的若干固定的特点,这些特点表现在这样的一些方面,例如,一定的能力的发展,某种需要和兴趣的倾向,性格的特点等等。一个人在其发展过程中所形成的这些相对不变的心理活动的特点,就叫做个性的心理特性。

心理过程和个性的心理特性统称为心理活动,简称心理。

旅游心理学是研究旅游活动中旅游者心理、旅游从业人员、游客交往和对游客服务方面的心理,研究旅游业内部管理和领导者的心理等活动及其规律的科学。

这一门科学表明了:旅游心理学与其他心理学的区别,界定了自己在社会科学中的独特性。这是因为,旅游心理学是运用心理学的理论和方法,研究人类社会活动领域中特定的活动(旅游活动)中的心理现象及其规律。

第二节 学习旅游心理学的重要意义

旅游已成为当代发展势头最迅猛的社会活动。它作为物质与精神的全面感受,作为中、高层次的消费行为和生活方式,已经开始成为人们生活中自然需要和不可缺少的追求的内容,越来越多的人积极投入旅游活动之中,旅游心理学虽然年轻但为旅游业提供心理依据和心理理论指导与理论武器,使旅游业如虎添翼,因而旅游业的发展状况与趋势,使包括我国在内的各国旅游业收入逐年增长,旅游业将成为 21 世纪新的支柱产业之一。

学习旅游心理学的重要意义主要有以下五个方面:

一、为开发旅游资源提供心理学依据

旅游资源作为旅游客体,它与旅游主体旅游者和旅游媒体(旅馆与交通)共同组成旅游业。一定地理空间上的旅游资源及其相关的旅游服务设施的有机结合,就成为旅游者进行旅游活动目的地。因此,旅游资源是开展旅游活动,发展现代旅游业的基本条件之一。它的作用在于吸引游客,满足旅游者的需要,使旅游者产生积极愉快的心理感觉。“凡是能够造就对旅游者具有吸引力环境的自然因素、社会因素或其他任何因素,都可构成旅游资源”。这是旅游资源的基本概念,也正说明了这一点。通过对旅游心理学的学习与研究,了解人们产生旅游活动的需要、动机和兴趣等心理倾向;研究不同类型的人的心理;研究如何诱发游客动机和旅游者在旅游中的心理变化状况,从而为旅游资源和旅游景点有针对性地科学规划和合理开发提供心理依据,这样既发挥吸引游客的作用,又可达到争取和扩大客源的预期目的。

一般说,旅游者在外出旅游或出境游,都怀着强烈的猎奇心理和追慕名山大川、名胜古迹等的心理。这些心理可能是出于访古、观光游览、求知、探险和投身大自然等,他们都希望旅游目的地,能满足自己需要的独特风格、具有新意;或是符合自己长期梦想的追慕,而一旦实地游览后产生了喜悦心理,感到确实不虚此行。所以各地方的旅游开发区就应选择那些本地最吸引人的人文景观、著名自然风光旖旎的地方。旅游心理学提供的心理依据,可使我国大部分的旅游资源和旅游景区景点,都能以特色旅游来吸引广大旅游者。如果开发旅游资源违背这一理论依据,一些旅游景区景点大同小异,或大造假景,必然收效甚微。例如,有一地方兴建了一条“汉街”风景点,一位古建筑家看了这飞檐翘角的古风十足的街道大摇其头,说道“在汉代还没有街道,街道形成在宋代。”目前不少地方都在新建“明清一条街”,对这种全新的仿古街,不仅国内旅游者没有欣赏兴趣;识货的老外对这种精心安排的游街往往也是“NO”声不迭。

有的国家和我国一些大城市,虽然当地自然景观和文化旅游资源不太丰富。但通过调查和分析,根据旅游心理学的理论,精心设计的旅游开发搞得好的,仍使旅游有较大发展。

二、为安排旅游设施提供旅游心理学依据

旅游设施是旅游业必备的工作条件和服务手段,各旅游地区无论是在旅行、住宿、饮食、娱乐和购物点都必须有相应的良好的设施。这些旅游设施的现代化程度越高,它的效率和效益也可

能相应增加,当它为旅游业提供服务时,主要是以旅游者作为主体来考虑的。旅游业一切设施无论现代化程度多高,也都必须是在充分考虑到旅游者生理和心理特点的前提下,才能论证它的科学性和实用性。例如,现代旅馆在为旅游创造方便、恬静、雅致的生活环境方面,在设施上力求做到能吸引游客。但是不能够都是高档、豪华的四五星级宾馆,因为旅游者经济收入存在差异,生活条件也有差异,所以,旅游设施,尤其是住宿、饮食方面的设施,应安排有高、中档,也应有小旅馆、小饭店。即使经济上有条件住豪华宾馆的外国旅游者,往往在旅游中喜欢住乡村别墅式度假村,或者农民住宅、山间小屋或少数民族地区竹楼等等,他们以猎奇的心理,喜爱具有浓厚的中国特色的民间旅游设施。人的心理状态是一定条件下的反映,具有能动性和可变性。因此,在旅游设施安排上,很重要的是要学习、研究旅游心理学。

三、为提高旅游服务水平提供心理学指导

现代旅游业是为旅游者的旅行游览活动提供各种服务而收取费用的产业。为了适应现代旅游发展的需要,满足旅游者的需求,把与旅游活动密切有关的部门、企业综合成为一个为旅游者提供各种服务的特殊行业,它在国际上有“无烟工业”之称,而旅游服务工作又主要是面对具有丰富心理活动的、各种类型的旅游者,对旅游者提供优质服务,这对发展旅游业是至关重要的。

优质服务是旅游业大力提高服务质量的结果。为了提高服务质量,除了提高服务技能、加强规章制度、奖惩等条件外,重要的是了解服务的对象,这就必须学习、研究和掌握旅游者的心理,从而有根据地开展有针对性的优质服务,这样才能创造出最佳服务水平,使广大旅游者在观赏自然风光中既满足了自己的心理需求,又得到优质的服务,在身心上获得享受和产生喜悦与欢快。因此加强旅游心理学的学习和研究,普及其知识,对提高旅游服务质量和水平,是有重要意义的。

四、为优化旅游企业经营管理提供心理依据

旅游服务水平高低和旅游企业的经营管理水平也有密切关系。面对旅游市场的激烈竞争,面对旅游发展的日新月异纷呈多彩,需要旅游企业的管理人员在经营上灵活善变,不断调整经营方针,制定经营策略,改善设施,优化经营管理,才能在不断变化的市场竞争中取得优势。旅游企业优化经营管理,需要进行科学的预测和决策,其最终的目的是要能吸引旅游者,保持源源不断的客源。旅游心理学的学习和研究,可以帮助旅游企业管理人员运用这门科学的原理,一方面了解和分析旅游者的心理走势,开展有效的宣传去招徕游客,采取受旅游者欢迎的经营措施,不断提高经营效果和经济收入;另一方面熟谙旅游企业职工的求尊重、求荣誉、优越感和自卑感同时并存等心理,以有效地激发他们的工作积极性、主动性、创造性搞好旅游服务;同时要求企业经营管理增强自身素质,调适求尊重、求服从、求成功等心理,提高本身的管理艺术和领导水平;此外,还必须健全组织机构,形成良好的管理机制。旅游心理学致力于旅游管理心理的研究,就是为搞好旅游管理,提高旅游管理水平提供理论武器。

五、为建设高素质的旅游企业职工队伍提供依据

我国旅游企业的职工是企业的主人,发展旅游事业和优化服务质量,主要依靠全体旅游工作人员的共同努力。为此,提高旅游企业职工的素质,极大地调动他们的积极性是企业成功的关键。旅游心理学研究的是,有关旅游专业的心理方面的基本理论和知识。这是旅游业职工不可缺少的基本理论和知识,深入学习旅游心理学,掌握这门科学的基本理论和知识可使广大旅游企业职工能正确认识服务工作的对象,把握对象的心理特点、需要和不同对象的差异、不同需要;培养工作所需要的心理品质。旅游企业职工的高素质、高水平在很大程度上取决于旅游心理学这门科学的应用水准。

第三节 旅游心理学研究的对象、任务与方法

一、旅游心理学研究的对象

任何一门学科都有它的研究对象,旅游心理学和其他科学一样,有其特定的研究领域和对象。

旅游心理学研究的对象是旅游活动中的旅游者、旅游业从业人员和旅游业管理者的心理活动及其规律。

旅游者是旅游活动中的主体,旅游者的心理活动及其规律是旅游心理学的主要研究对象。参加旅游活动的旅游者的类型是多样的,他们的国籍不同、民族不同、宗教信仰不同、肤色不同、语言不同、经济收入不同、性格不同、职业不同、习惯不同和爱好不同。因此,他们对于旅游的需求、动机、兴趣就有很大的差异。而且这些旅游者在旅游活动中所注意、观察、感受到的旅游景点以及由此产生的心理现象,也不会是完全相同的。即使是同一个旅游者,由于受主观和客观条件的影响,在不同的时候也会有不同的心理状态。面对相同的旅游条件,在一个时期会有感到满足的反应;在另一个时期又会有感到不满足的反应。在同一个或大体相同的旅游条件下,心理状态的不同会使一个旅游者产生大不相同的心理感受和体验。因此,旅游者的心理因素是自始至终影响着旅游活动全过程的重要因素,所以旅游者是旅游心理学研究的主要对象。具体而言,旅游心理学是对旅游者的旅游动机、旅游感知、旅游态度、旅游情绪、旅游人际关系和旅游美感体验等方面的研究;是探索旅游者的心理现象对旅游行为的产生、旅游选择和旅游心理效应的影响。

在广大的旅游者的旅游活动中,有众多的旅游企业的从业人员,包括经理、部门经理、主管及从事具体服务工作的职工,如旅馆、餐厅的服务人员,商场的售货人员,导游,旅游汽车的司乘人员,游乐场的职工等等为之服务。由此,旅游者与旅游业从业人员发生紧密的人际关系。由于旅游者把旅游认为是一种精神上的享受,而旅游服务是有偿服务。又因旅游者处于异地他乡,面对生疏的环境和陌生的人,尽管在新鲜的自然情境中产生了好奇和兴奋喜悦的心理,但仍会产生紧张或不适的感觉。在这种心理状态中,他们对旅游服务人员中的人际关系是很敏感的,而且具有更明显、更突出的需求,所以旅游服务中的人际关系对旅游者的心理会产生很大的影响。他们还

受到不可忽视的旅游活动对象和旅游服务对他们的心理影响。旅游活动对象是一个具有广泛意义的概念,它包括已被开发的旅游资源,旅游活动的内容、方式以及旅游设施等条件;旅游服务包括旅游交通服务、旅行社接待服务、旅游饭店服务、旅游购物服务和旅游娱乐服务等旅游全程服务。这两者是开展旅游活动的物质前提,是个体产生旅游动机的诱因,是实现旅游活动的外部条件,是影响旅游选择和旅游心理效应的客观因素。旅游活动对象和旅游服务如果能符合旅游者的兴趣、需要和动机,就能成为个体旅游行为的促进因素。因此,联系旅游者的心理因素,对不同的旅游活动对象和旅游服务可能产生的心理影响进行研究,研究这两者怎样才能产生积极影响,怎样防止可能产生的消极影响,这是旅游心理学的研究对象。

旅游从业人员在与各种各样的旅游者交往和对其服务中,如何调适自身心理呢?旅游业从业人员的心理,优秀服务人员的心理品质,服务工作的规律,服务人员的各种心理活动的特点,以及旅游者和旅游业从业人员之间相互关系中的心理活动变化规律,都是旅游心理学研究的对象。

旅游业的管理工作是旅游活动中重要的一环,直接影响旅游者旅游活动的兴趣和满足需要。要搞好旅游管理工作,就必须清楚一般从业人员与领导者之间的心理状况,了解旅游管理者的心理,因为只有依据旅游管理心理的状况及规律去管理,充分调动每一位从业人员的工作主动性和积极性,才能提高服务水平,不断增加旅游经济效益。旅游心理学要把旅游管理作为自己的研究对象。

上述旅游心理学的几方面研究对象,是相互联系的,对其中任何一方面都应作为整体中的有机部分进行研究,而避免孤立的研究,才能研究出旅游活动的规律性。

二、旅游心理学的研究任务

旅游心理学是一门应用科学,它从理论上比较系统地、有目的地研究旅游活动中人们的心理现象、行为及其规律,掌握这些规律的目的就是指导发展旅游业。旅游心理学的研究任务如下:

(一) 发展旅游心理学的理论体系

旅游心理学还是一门年轻的科学,它是旅游学和心理学两门科学的结合,一般说运用旅游心理学原理可以分析研究许多旅游活动中人们的心理活动和行为。可是旅游是复杂的社会现象。旅游业的发展既有社会和经济的因素,又有心理和生理的因素,各种因素之间有着错综复杂的关系。多年来虽然我国和各国的一些旅游心理学研究者都在着手研究这一门科学,取得了一些令人瞩目的成果,但仍有许多问题尚未解决,而且还有一些新问题不断产生。例如,我国如何适应国际国内旅游市场多变的发展形势,如何发展大城市的会展旅游(据国际大会和会议协会统计,全世界每年举办的参加国4个以上、与会外宾人数超过50人的各种会议有40万个以上,其市场价格超过2500亿美元,这意味着会展旅游将成为21世纪令人瞩目的旅游活动),如何提高社会主义旅游业的竞争能力的探讨和研究等。这里有经济问题,也有很多心理问题,类似这种属于旅游心理学研究内容的问题得到圆满的解决,无疑将会充实和提高旅游心理科学的理论水平,不断完善和发展旅游心理学的理论体系。

(二) 研究旅游者心理活动及其规律

这是旅游心理学研究的主要任务。既要研究旅游者的一般心理现象,又要研究各种不同旅游者,尤其是我国主要客源国的旅游者,在需要、动机、兴趣、爱好、习惯、气质和性格等方面的心

理特点,并且要区分不同的国籍和民族、不同的性别年龄、不同的宗教信仰、不同的职业和文化背景等所造成的心理活动的差异。研究不同的旅游活动对象和旅游服务对不同的旅游者可能产生的心理影响。旅游者在旅游的全过程中的心理活动是十分活跃的。在旅游的准备阶段、旅途中、游览观光阶段和旅行的结束时均有所表现,剖析其在各个阶段的心理变化规律是很有必要的。

(三) 安排旅游设施,开发旅游资源,增加旅游活动的内容和方式

凡是符合旅游者兴趣、需要和动机的旅游活动的内容、方式和旅游设施,一定能收到良好的效果。例如,那些到我国大城市从事商务活动而又稍有闲暇的异国来客、那些在外资企业工作不知如何打发星期日的外籍员工,当地旅游部门根据旅游心理学理论,剖析这些国外旅游者心理的需要、动机和兴趣后,提出安排一日游散客服务这种旅游活动方式。在旅游业发达国家,散客服务是一个强大的系统。人们能在其中找到自己熟悉的旅游方式,并且在旅游活动中获得需要的满足,而新创设的散客服务中心的生意也稳定增长。而一日游的本身内容则迅速地丰富和拓展。国外散客的需求变化很快,已经不满足于一般的观光游,他们希望更多地接触、了解中国传统文化内容。

还要研究不同的旅游者的注意、想象、兴趣等心理活动与旅游设施的关系。据此,为旅游者提供一个舒适、满意的旅游生活环境,建立和安排妙趣横生、丰富多彩的旅游设施与活动。

(四) 研究服务心理

通过研究使旅游服务人员在游客旅游全过程中能够提供适合旅游者心理的优质服务。例如,作为宾馆管理中一项新课题,会展旅游服务要形成规范化操作程序,还有待进一步的探索。

(五) 研究旅游企业从业人员的心理

旅游企业从业人员在工作中保持良好的心理活动,与提高服务质量关系密切。他们应该具有哪些良好的心理品质?如何培养这些心理品质?从业人员的心理活动规律等都值得认真去研究。

(六) 研究旅游管理心理

研究旅游企业领导者的心理活动和行为很重要,因为他们担负着旅游活动的决策、组织、指挥和协调等多方面的任务,他们在旅游活动中占据重要的地位,旅游企业的命运与他们息息相关,旅游服务质量的高低也与他们的管理能力有着直接的关系。领导者心理活动对他们的管理工作也会产生重要的影响,要认真研究旅游管理心理,以调适企业领导者的心理,提高管理者的管理艺术,把绝大多数从业人员团结在一起努力搞好旅游服务。

三、旅游心理学的研究方法

心理学家认为,“人的心理现象是世界上最复杂和最难被认识的现象。”旅游心理学研究的对象是旅游活动中人们的心理现象,当然也不例外。如果没有正确的指导思想和科学的方法论,就很难使旅游心理学的研究达到科学的地步,取得较大的成效。恩格斯指出:“要精确地描绘宇宙、宇宙的发展和人类的发展,以及这种发展在人们头脑中的反映,就只有用辩证的方法……”(恩格斯.反杜林论.见:马克思恩格斯选集第3卷.北京:人民出版社,1972.62);列宁指出:“承认自然界的客观规律性和这个规律性在人脑中的近似正确的反映,就是唯物主义。”(列宁.唯物主义和经验批判主义.见:列宁选集第2卷.北京:人民出版社,1972.156)旅游心理学只有坚持辩证

唯物主义的方法论,才能发现并掌握旅游活动中人们的心理发生和发展规律。

(一) 旅游心理学研究的基本原则

1. 客观性原则。旅游者的心理活动是丰富多彩千变万化的,但是无论他们的心理活动如何复杂,其心理却是客观现实反映。他们的心理活动的内容来源于客观现实,他们通过旅游活动的实践对客观现实进行反映。心理活动也同其他现象一样,是一种客观存在的事实,有它发生、发展规律性。恩格斯说:“唯物论的世界观不过是对自然界本来面目的了解,不附加任何外来的成分。”(恩格斯. 自然辩证法. 北京:人民出版社,1955. 163)这就要求研究者坚持实事求是的科学态度,按照旅游活动中人们心理现象的本来面貌去反映,而不附加任何主观臆想和揣测。要保证获得真实客观材料,其结论能反映对象本身的真实状况。

2. 发展性原则。世界上任何事物都处在运动之中。旅游活动中人们的心理现象也是这样,总是在不断地变化发展着。就个体旅游者的某一心理活动来看,其在不同的旅游活动对象和旅游设施中,或在不同年龄阶段的表现方式就有所不同。旅游企业从业人员的一种心理品质形成之后,随着环境的实践活动的改变,也会有一定的发展。遵循发展性原则,既有利于预测人的心理发展的前景和方向,也有利于做好当前的服务工作。旅游心理学把旅游活动中人们的心理活动归于发展过程中的研究,防止和反对静止、凝固地看待心理现象,这是旅游心理学研究的一个重要原则。

3. 系统性原则。系统性原则要求旅游心理学对旅游活动中的人们心理活动进行研究时,必须考虑各种内外部因素之间相互联系和制约的作用,注意把某一心理现象放在多层次、多因素的系统之中进行分析。旅游者的心理活动是一个极其复杂的动态系统,它与外部刺激、旅游活动内容、旅游环境、旅游设施以及其他各种心理现象之间,都有紧密的联系。其中,任何一种因素的变化,都可能引起人的心理变化。因此,旅游心理学研究人的心理现象,必须进行全面的、系统的分析和观察,而决不能把它当做孤立的东西进行简单研究。

4. 理论联系实际的原则。理论联系实际的原则要求研究课题从实践中来,研究成果为实践服务,并受实践的检验。旅游心理学遵循这一原则要密切联系旅游服务工作实际,了解旅游服务工作中存在的主要问题,从中提出有关心理现象的研究课题。这样研究的成果,就可以为发展旅游业的实践服务。

(二) 旅游心理学的研究方法

在旅游心理学研究的基本原则指导下,旅游心理学的具体研究方法有多种,现介绍几种主要方法。

1. 观察法。观察法是人类认识世界的基本方法,也是心理学研究的主要方法之一。它是在通常的旅游活动的条件下,通过旅游者或旅游企业从业人员的言语、表情、行为,动作等外部表现,了解他们的心理状态和心理特点的方法。

人的心理活动是大脑的机能,人的各种活动都是在人的心理的支配、调节下进行的。旅游心理活动是在旅游活动中人们的大脑内部进行的。因而具有内隐性,不可能被直接观察到。但是,旅游心理活动是决定和支配旅游活动中人们行为表现的原因,它必然会在其外显的旅游行为上表现出来。

根据观察内容可分为全面观察与重点观察。全面观察,例如,通过旅游陪同观察国外入境旅游者从入境到出境期间全部旅游行为;重点观察,例如,研究人员可以通过对旅游者如何选择旅

游点、旅游线路和旅游活动方式的观察,重点了解人们的需要、动机、兴趣和态度的倾向性,发现他们有的倾向于自然风光旅游,有的主要倾向于历史名胜古迹的了解,有的对了解当地风土人情兴趣甚浓。

为了使观察富有成效,研究者还须事先制定观察计划,明确观察的目的,对所观察的问题有基本的了解。观察法在实施时,要使被观察者不知道自己被观察,否则行为表现的自然性就会消失。

观察法的优点是保持被观察对象心理表现的自然性和客观性。其不足是在很短的时间内对被观察对象很难观察得全面,并且研究者是处于被动地位,只能消极地对待他所需要观察的心理现象的出现,不能精确地确定某种心理现象的发生原因;由于观察所能提供的往往是对他的外部形态和表现,只能给人以感性的认识,这就需要有一定的旅游心理学的知识和经验,将观察所得的表面现象和印象通过分析研究上升到理性认识,得出比较正确的判断,才能取得应有的成效。

2. 调查法。调查法是指通过事先拟定的一系列问题,针对某些心理品质及其相关因素,收集信息加以分析的方法。在旅游活动中向旅游者明确地提出问题,通过对方对问题的回答来了解他们的心理活动。可是旅游业的特点是服务对象旅游者流动性大,逗留时间短,一般不可能作深入了解。然而通过调查旅游者对旅游活动的需要,对旅游设施的安排,对住房、饮食、购物的要求,最喜欢的旅游地,旅游方式等,可以得到旅游者较为真实的心理倾向。

开展调查必须明确调查的目的和调查对象。一般旅游部门可备调查表或意见表,采用比较简单易懂的方法,使旅游者在不用费力的情况下填写。这类表反映着旅游者心理方面的一些感觉,这是研究旅游者心理的常用方法,但调查后应加以归类分析,然后整理出旅游者心理活动的一些规律。

调查法的具体方式有座谈会和问卷调查。座谈会是邀请旅游者或其他社会人士举行座谈会,就需要了解的问题请他们自由地发表自己的意见、看法和愿望,从而了解他们的旅游心理倾向;问卷调查是事先把要调查的内容拟成一个个问题,印成问卷,请被调查者在问卷上回答,通过书面回答了解他们的旅游心理需要倾向。问卷设计得越简明,越能得到对方的合作。还可采用抽样调查法,对不同国籍、民族、年龄、性别、职业、阶层及文化教育程度的人分别进行专门的调查,以研究不同类型的旅游者的心理倾向和心理特点。调查法优点在于它可以对很大范围的人进行分析研究。缺点是需要对方付出一定的时间代价,不便于随时随地进行。而且,调查法不大适用于针对行为进行调查,对涉及态度的问题的回答未必完全真实,所得材料的价值要打折。

3. 谈话-询问法。谈话-询问法是运用谈话的方式,研究谈话对象的心理的方法。在旅游活动中与旅游者的接触交往中,利用适当的场合和机会同旅游者交谈,一般谈话前根据研究的目的和谈话对象的特点拟定谈话内容,这样在交谈中就可适当地提出问题询问对方的看法、感受和体会,以了解和分析他们的心理活动。从中理解旅游者的兴趣、需要、情感、意向和态度倾向,从语言的风格上还可以了解这位游客的气质、性格等。谈话一般应在无拘束的友好气氛中进行,态度要自然、真诚,使对方乐于交谈,以便取得较好的效果。

4. 资料综合分析法。资料综合分析法是对旅游活动中的人们进行全面分析,并对各类对象进行旅游心理比较的研究方法。例如,对不同国家的人进行旅游心理分析;对不同性别、年龄、阶层、信仰、文化教育程度和经济收入的人,分别进行旅游心理分析,从而发现同一类型的人共同的旅游心理倾向。在对不同人群分别研究的基础上,对各类人的旅游心理特点进行比较,从中可以