

21世纪高等院校旅游管理专业系列教材



LÜYOU XINLIXUE

旅游心理学

邱扶东 / 主编

立信会计出版社

21世纪高等院校旅游管理专业系列教材

旅游心理学

LÜYOU XINLIXUE

邱扶东 主编

立信会计出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

旅游心理学/邱扶东主编. —上海:立信会计出版社,
2003.9

(21 世纪高等院校旅游管理专业系列教材)

ISBN 7-5429-1172-4

I. 旅... II. 邱... 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(2003)第 084907 号

出版发行	立信会计出版社
经 销	各地新华书店
电 话	(021) 64695050 × 215 (021) 64391885 (传真) (021) 64388409
地 址	上海市中山西路 2230 号
邮 编	200235
E-mail	lxaph@sh163c.sta.net.cn

印 刷	上海申松立信印刷厂
开 本	890×1240 毫米 1/32
印 张	10.125
插 页	2
字 数	261 千字
版 次	2003 年 9 月第 1 版
印 次	2003 年 9 月第 1 次
印 数	3 000
书 号	ISBN 7-5429-1172-4F·1075
定 价	18.20 元

如有印订差错 请与本社联系

21 世纪高等院校旅游管理专业系列教材

编辑委员会

主编：冯学钢(华东师范大学旅游学系)

编委：郭英之(复旦大学旅游学系)

武邦涛(上海交通大学旅游管理系)

庄志民(华东师范大学旅游学系)

张文建(华东师范大学旅游学系)

吴承照(同济大学风景旅游系)

邹 益(上海对外贸易学院旅游系)

陈建勤(上海大学旅游学系)

吴国清(上海师范大学旅游学院)

刘 住(上海旅游高等专科学校)

朱卫娅(锦江集团教育培训中心)

王慧敏(上海社会科学院)

前 言

旅游心理学是一门非常年轻的学科,国内外学术界对此的研究探索都是比较晚近的事情。直到 20 世纪 80 年代,我国学术界才开始关注这个旅游业迫切需要的新兴学科。20 多年来,我国陆续出版了近 20 部旅游心理学的教材或专著,并发表了一些高水平的研究论文,为旅游心理学的持续发展奠定了基础。随着 21 世纪的到来和中国加入世界贸易组织,教育部对专业目录作了系统的调整。各级各类高等院校的旅游管理专业,在教学与研究实践中,对旅游心理学提出了一些新的要求。旅游心理学的内容既要反映新的时代精神和产业状况,又要最大限度地减少与其他专业课程尤其是与管理学类课程的矛盾冲突。为了顺应这种新的要求,我们开始了本书的编写工作。

本书的主要特点是,基本内容限定在旅游者的心理与行为范围之内,并且以旅游从业者的针对性服务贯穿始终。本书的适用对象主要是旅游管理专业的本科、专科学生,同时也期望能够为旅游业的从业者和研究者提供有益的参考。此外,本书也可以作为自学考试和旅游业在职培训的教材或参考书。

本书由我担任主编,负责设计基本框架,确定基本内容,最后统稿、定稿,并执笔撰写了第一、第二、第三、第四、第五章。同时,我又邀请了华东师范大学心理学系的吴明证、高旭辰、宋怡和第二军医大学心理学部的刘伟志,参与本书的编写工作。其中高旭辰撰写了第六章,刘伟志撰写了第七章,宋怡、吴明证撰写了第八章,吴明证撰写了第九、第十章。

本书在编写过程中,参考了国内外相关领域的研究成果,引证了其

中有关的文献资料,谨向这些作者致以诚挚的谢意。同时,感谢我在华东师范大学旅游系的同事们,他们对本书的框架、内容等方面提出了不少的意见和建议,使书中的错误大大减少。感谢华东师范大学图书馆的李维海,为我们的资料检索工作提供的热情指导和帮助。本书的顺利完成,也有赖于立信会计出版社的支持和责任编辑徐小霞女士的辛勤工作,在此,对他们表示感谢。最后,由于我们学识有限,书中不妥之处在所难免,诚望广大读者和同行方家不吝匡正,我们在此先致谢忱。

邱扶东

2003年9月于华东师范大学旅游系

目 录

第一章 绪论	1
第一节 旅游心理学的研究对象	1
第二节 研究旅游心理学的意义	5
一、研究旅游心理学有助于更好地解释旅游行为(5)	
二、研究旅游心理学有助于提高旅游服务的质量(7)	
三、研究旅游心理学有助于合理开发旅游资源(8)	
四、研究旅游心理学有助于旅游市场的细分(11)	
五、研究旅游心理学有助于旅游市场的预测(12)	
六、研究旅游心理学有助于为旅游者提供更加丰富的旅游体验(14)	
第三节 旅游心理学的研究方法	16
一、旅游心理学的研究原则(16)	
二、旅游心理学的研究类型(18)	
三、旅游心理学的研究方法(20)	
复习思考题	29
第二章 旅游者的知觉	31
第一节 知觉概述	31
一、感觉和知觉的概念(31)	
二、知觉的过程(33)	
三、知觉的基本特征(34)	
第二节 旅游者对旅游条件的知觉	48
一、旅游者对距离的知觉(48)	
二、旅游者对旅游区的知觉(51)	
三、旅游者对旅游环境的知觉(55)	
四、旅游者对旅游交通的知觉(57)	
五、旅游者对旅游服务的知觉(59)	
复习思考题	62

第三章 旅游者的需要与动机	64
第一节 需要与动机概述	64
一、需要概述(64) 二、动机概述(67)	
第二节 旅游需要	71
一、旅游需要分类(71) 二、旅游需要的发展趋势(79)	
第三节 旅游动机	81
一、旅游动机分类(81) 二、旅游动机的激发(88)	
复习思考题	95
第四章 旅游者的态度	96
第一节 态度概述	96
一、态度概念(96) 二、态度的特征(99) 三、态度的形成(102)	
四、态度的改变(106)	
第二节 态度与旅游行为.....	109
一、态度与行为的关系(109) 二、态度与旅游决策(113) 三、态度与旅游偏爱(114)	
第三节 改变旅游者态度的方法.....	116
一、改变旅游产品与服务(117) 二、进行旅游宣传(121) 三、引导人们积极参加旅游活动(127)	
复习思考题.....	129
第五章 旅游者的人格.....	130
第一节 人格概述.....	130
一、人格概念(130) 二、人格形成和发展的过程(132) 三、人格形成和发展的影响因素(135)	
第二节 人格类型与旅游行为.....	138
一、气质类型与旅游行为(138) 二、内倾型、外倾型人格与旅游行为(140) 三、生活方式与旅游行为(142)	
第三节 人格结构与旅游行为.....	144

一、弗洛伊德的人格结构理论(145)	二、本我、自我和超我与旅游行为(146)	三、伯恩的人格结构理论(147)	四、三种自我状态与旅游行为(150)
第四节 自我意识与旅游行为..... 151			
一、自我形象与旅游行为(152)			
二、自我控制与旅游行为(154)			
三、自我意识的矛盾与旅游行为(155)			
四、自我效能期望与旅游行为(156)			
复习思考题..... 158			
第六章 旅游者的挫折..... 159			
第一节 挫折概述..... 159			
一、挫折的定义(159)			
二、挫折产生的原因(160)			
第二节 旅游者的挫折行为..... 162			
一、旅游者挫折产生的原因(162)			
二、旅游者的挫折行为(174)			
第三节 旅游从业者的服务策略..... 179			
一、补偿性应对(180)			
二、即时性应对(182)			
三、预防性应对(184)			
复习思考题..... 186			
第七章 旅游者的学习..... 187			
第一节 学习概述..... 187			
一、学习的定义(187)			
二、学习的分类(190)			
三、学习的一般过程(192)			
第二节 学习理论与旅游服务策略..... 193			
一、行为主义的学习理论及相应的旅游服务策略(194)			
二、认知主义学习理论及相应的旅游服务策略(199)			
三、社会学习理论及相应的旅游服务策略(205)			
四、建构主义的自主学习观及相应的旅游服务策略(207)			
第三节 对减少觉察风险和购买后疑虑的学习..... 209			
一、对减少觉察风险的学习(210)			
二、旅游者对减少购买后疑虑的学			

复习思考题·····	217
------------	-----

第八章 旅游者的群体心理·····	218
-------------------	-----

第一节 群体概述·····	218
---------------	-----

一、群体概念(218) 二、群体的类型(220) 三、旅游活动过程中良好群体的作用(223)

第二节 家庭与旅游行为·····	224
------------------	-----

一、家庭概述(224) 二、家庭生命周期(224) 三、家庭旅游决策(228)

第三节 社会阶层与旅游行为·····	232
--------------------	-----

一、社会阶层概述(232) 二、社会阶层的分类(232) 三、社会阶层与旅游行为(235)

第四节 文化与旅游行为·····	238
------------------	-----

一、文化概述(238) 二、亚文化概述(241) 三、价值观与旅游行为(244)

复习思考题·····	248
------------	-----

第九章 旅游者的大众心理·····	249
-------------------	-----

第一节 流行与旅游行为·····	249
------------------	-----

一、流行的概念(250) 二、流行的旅游行为的特点(250) 三、旅游行为的流行过程(253) 四、旅游行为流行的心理原因(254) 五、参与流行的旅游者的个别差异(258)

第二节 舆论与旅游行为·····	260
------------------	-----

一、舆论的概念(260) 二、舆论的特征(261) 三、舆论的形成过程(264) 四、舆论对旅游者旅游行为的影响(265)

第三节 流言与旅游行为·····	267
------------------	-----

一、流言的概念(267) 二、流言传播的特点(269) 三、影响流言的主客观因素(271) 四、流言对旅游行为的影响以及旅游从业者的应

对措施(274)	
复习思考题.....	276
第十章 旅游者的社会行为.....	277
第一节 旅游者的相符行为.....	277
一、旅游者的从众行为(278) 二、旅游者的服从行为(284) 三、旅游者的众从行为(288)	
第二节 旅游者的侵犯行为.....	291
一、侵犯行为概述(292) 二、影响旅游者侵犯行为的因素(293) 三、旅游者侵犯行为的控制(295)	
第三节 旅游者的助人行为.....	296
一、助人行为概述(296) 二、旅游者助人行为的决策过程(298)	
三、旅游者助人行为的“旁观者效应”(302) 四、影响旅游者助人行为的因素分析(303)	
复习思考题.....	306
参考书目.....	308

绪论

1978 年以来,中国现代旅游业沿着改革开放的道路,用辉煌的成就迎来了 21 世纪。旅游已经是当代中国人生活方式的重要组成部分,旅游业也已经成为国民经济新的增长点。新世纪伊始,2000 年 1 月,国家旅游局在全国旅游工作会议上认真总结了过去 20 多年旅游业发展的历程和基本经验,正式提出了“到 2020 年把中国建成世界旅游强国”的奋斗目标。在这样的产业背景下,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,那应是一门必修课。”^①对此,业内人士早已达成了共识。但是,到底什么是旅游心理学呢?它的研究对象是什么?可以使用哪些研究方法?研究与学习旅游心理学的意义何在?在这一章当中,我们将就这些问题展开讨论。

第一节 旅游心理学的研究对象

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的应用与发展。作为一门相对独立的应用性学科,旅游心理学的历史非常短暂。20 世纪 30 年代以后,才有一些欧美的学者偶尔涉足这一领域,但是,直到 70 年代末期,真正的旅游心理学的实证

^① 萧乾著:《负笈剑桥》,三联书店 1987 年 10 月版,第 266~267 页。

性研究的成果依然寥若晨星。此后,随着世界范围内旅游业的蓬勃发展,其产业地位直逼汽车业、广告业、石油业等传统上的领先产业。1992年,世界旅游业取得了历史性突破,其产值第一次超过石油业,终于成为世界第一产业。1981年,以美国学者小爱德华·J·梅奥和兰斯·P·贾维斯(Edward J. Mayo & Lance P. Jarvis)编著的《旅游心理学》一书的出版为标志,心理学家开始广泛关注旅游现象,研究的触角越来越多地伸向旅游心理学领域。

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,旅游心理学的研究对象是旅游者的心理与行为;第二种取向认为,旅游心理学的研究对象是旅游者心理、旅游企业管理心理和旅游服务心理;第三种取向认为,旅游心理学的研究对象是旅游者心理、旅游服务心理和旅游从业者心理;第四种取向认为,旅游心理学的研究对象是旅游者和旅游从业者的互动;第五种取向认为,旅游心理学的研究对象是旅游者心理和旅游业的开发、经营和管理的心理依据。^① 我们比较认同第一种研究取向,因为它既有浓郁的心理学科色彩,又与旅游学的其他分支学科之间更加协调与适应,即在研究对象与任务、内容与范围等方面较少冲突与摩擦。因此,我们认为,旅游心理学是研究旅游者的旅游心理与旅游行为的发生、发展及其变化规律的科学。

研究旅游心理,就是研究旅游者的心理现象。心理现象包括心理过程和人格两大组成部分。其中心理过程分为认识过程、情绪情感过程和意志过程。认识过程是指人从现象到本质地反映客观事物的特征与联系的心理活动,包括感觉、知觉、记忆、学习、思维、想像等过程。情绪情感过程是指人对客观事物是否满足自己需要的反映过程,是人对客观事物的主观体验,往往伴随着广泛的情绪情感波动。人们平时所说的七情六欲中的七情,即喜、怒、哀、乐、爱、恶、惧就是最基本的情绪情感。意志过程是指人为了满足自己的需要,在动机的推动下,自觉确

^① 孙喜林等编著:《旅游心理学》,东北财经大学出版社2002年1月版,第11~12页。

定目标,并主动控制自己的行动,克服内部和外部困难,最终实现目标的心理过程。人格又被称为个性,由人格特征和人格倾向性构成。人格特征是一个人经常地、稳定地表现出来的心理特征的综合,集中反映了人与人之间的典型差异,包括气质、性格和能力。人格倾向性是人对客观事物的意识倾向,是人的心理活动与行为的基本动力,包括需要、动机、兴趣、理想、信念、人生观、世界观、价值观等等。在社会生活中,个体的人格是在心理过程中形成和发展的,但是,人格一旦形成,反过来又会影晌心理过程的进行,两者统一在心理现象当中。^① 心理现象的内涵丰富,构成要素众多,对旅游心理学来说,是否需要进行全面系统的研究呢?从旅游心理学以往的研究成果和旅游业的实践来看,旅游心理学并不需要、也不可能对旅游者的心理现象展开全面系统的研究。通常情况下,旅游心理学非常关注旅游者心理现象的某些部分,如旅游者的知觉、学习、需要与动机、态度、人格、决策、挫折,以及他们的大众心理、群体心理等等,对其他的心理现象往往存而不论。

研究旅游行为,主要是研究旅游行为的过程、性质、特征及其影响因素。传统的心理学为此提供了相当成熟的研究模式。美国心理学家勒温(Kurt Lewin)提出,任何行为或其他心理事件既取决于个体的状态,也取决于环境,虽然个体和环境的相对重要性在不同个案中有所不同。他认为个体的行为或其他心理事件是个体与环境的函数,可以用一个数学公式表述为:

$$b=f(pe)$$

其中, b 是行为(behavior), p 是个体(person), e 是环境(environment), f 是函数(function)。^②

使用这个公式来理解旅游行为时,我们可以看到,即使个体条件保

① 叶奕乾等主编:《普通心理学》,华东师范大学出版社1997年8月版,第1~4页。

② 库尔特·勒温著,竺培梁译:《拓扑心理学》,浙江教育出版社1997年9月版,第10~11页。

持不变,如果环境条件发生了变化,那么旅游行为也将随之变化;相反,也同样如此。这就意味着,旅游行为、个体、环境之间,可能存在四种基本情况:① 同一个旅游者在不同的环境中,会有不同的旅游行为;② 同一个旅游者在相同的环境中,会有相同的旅游行为;③ 不同的旅游者在相同的环境中,会有不同的旅游行为;④ 不同的旅游者在不同的环境中,可能会有相同的旅游行为。然而,这只是最简单、最基本的情况。由于个体与环境都是非常复杂的变量,又涉及两者之间匹配时建构的关系也具有几乎无限的可能性,只要个体、环境以及它们之间的关系存在差异,旅游行为的过程、性质和特征就必然表现出不同的状态。所以,即使拥有勒温的行为公式作为研究旅游行为的框架,要想正确地认识、理解、把握旅游行为的现象和本质,也还是相当困难的事情。

公式中的 P 包括旅游者个体的生理条件和心理条件。生理条件指旅游者个体的性别、年龄、身高、体重、身体健康状况等等具体因素;心理条件指旅游者个体的心理现象。两者都是旅游行为的重要影响因素,同时对旅游行为发挥作用。例如:探险旅游就和旅游者的诸多身心条件有关,身体健康状况、兴趣、态度、需要、动机、意志、能力、价值观等等,都会对探险旅游产生这样或那样的制约作用。公式中的环境包括物理环境、社会环境和心理环境。物理环境是指旅游者所在地点的实际环境,如他所在的公园,公园所在的城市,城市所在的国家。社会环境是指旅游者与其他人的关系,他个人的地位、人格、职业、雄心、梦想、渴望等等。心理环境是指旅游者头脑中的环境,也就是对他们的旅游行为实际发生影响的环境。心理环境是旅游者对物理环境和社会环境的主观反映,它直接对旅游行为发挥影响作用,而物理环境和社会环境对旅游行为的影响是间接的,必须通过心理环境才能发挥作用。心理环境分为准物理的事实、准社会的事实和准概念的事实。按照勒温的理论来看,正是这些旅游者对客观的物理事实、社会事实和概念事实的主观反映所形成的各种准事实,才是旅游行为的最直接、最重要的影响因素。因此,在旅游行为研究中,一方面要准确把握旅游者所处的客观

环境,对那些可能影响旅游行为的环境因素进行全面了解和描述;另一方面应该更加重视旅游者本人对这些客观环境因素的认识、理解和评价。

总而言之,作为一门新兴的应用性学科,旅游心理学是应旅游业发展需要而产生的,是心理学的研究成果和一般原理在旅游领域的应用和发展。旅游心理学既关注旅游者心理和旅游行为的规律,也关注影响旅游行为的心理因素,探讨旅游者心理与旅游行为的关系。旅游心理学的研究成果,必将为完善和发展心理学和旅游学的学科体系,丰富它们的知识宝库作出重要贡献。同时,也能够为旅游从业者作好实际的旅游开发、经营、管理、宣传和服务等工作,提供有益的指导和帮助。

第二节 研究旅游心理学的意义

一、研究旅游心理学有助于更好地解释旅游行为

旅游行为是具有高度象征意义的复杂的消费行为,按照世界旅游组织马尼拉会议(1980)的界定,旅游行为是指人们出于非移民及和平的目的,或者出于导致实现经济、社会、文化及精神等方面的个人发展与促进人与人之间的了解与合作等目的而进行的旅行。^① 现代意义上的旅游行为产生于 19 世纪 40 年代的英国,发展到 20 世纪 40 年代以后,旅游行为开始日益普遍化、大众化、国际化,到 60 年代,世界进入了大众旅游的时代。与此相应,旅游行为的经济意义、社会意义、文化意义、政治意义等属性得到了充分的彰显,因而引起了人们的广泛关注,使旅游行为成了诸多人文社会学科共同研究的对象,如经济学、社会学、人类学、人口学、统计学、心理学等学科,纷纷使用自己的理论和方法去研究、解释旅游行为。

^① 李天元编著:《旅游学概论》,南开大学出版社 2000 年 8 月版,第 31 页。

诸多学科共同研究、解释旅游行为的最具代表性的结果就是各种旅游年鉴。例如：中国国家旅游局和统计局每一年度都会联合出版《中国旅游年鉴》，书中会披露非常完整的统计资料，巨细不遗，几乎囊括了旅游行为、旅游业及旅游经济的方方面面，如入境旅游人数、国内旅游人数、出境旅游人数、旅游者的人均消费水平、旅游外汇收入和货币回笼、旅游目的、旅游者对中国旅游的评价、旅游者的地域分布、旅游企业数量、国家和地方的旅游法规与政策等等，其中涉及旅游行为的部分相当多。从中人们可以清楚地看到旅游行为的人数、目的、持续时间、分布空间、消费水平、经济产出、社会影响等等，旅游行为的过程与目的，以及旅游行为的经济与社会功能都获得了详细的描述。但是，由于缺乏旅游心理学的介入，一个非常重要的、人们普遍关心的问题，即旅游行为的主观原因到底是什么？被以旅游年鉴为代表的经济学等学科的旅游行为研究刻意回避了。如果不了解旅游行为的主观原因，就很难真正全面系统地解释旅游行为。

旅游业的实践和经济学、社会学、人类学、人口学、统计学等学科对旅游行为研究的结果可以一般性地告诉人们，某一个人或群体是否能够成为旅游业的服务对象。但是这些资料很难解释旅游者为什么选择杭州而不选择苏州？他们为什么愿意乘坐火车而不愿意乘坐汽车？他们为什么参加旅行社组织的旅游团而不独自出行？同时，这些学科的研究结果也不能解释那些几乎具有完全相同的社会背景或人口统计特征的个人或群体，经常表现出的完全不同的旅游行为。在旅游业的实践中，如果旅游从业者对于旅游者是怎样作出上述决策缺乏全面了解，甚至不知道怎样去了解，那就根本无法做好旅游服务工作。旅游心理学的研究正是围绕着旅游行为的主观原因展开的，其研究结果可以相当圆满地解释旅游者为什么会作出上述那些不同的选择。旅游者之所以作出了不同的决策，是因为他们具有不同的心理特征，如需要、动机、态度、兴趣、人格特征等等，是这些心理因素发挥作用的结果。从某种意义上说，经济学等学科研究的是旅游行为的可能性，旅游心理学研究