



- 普通高等教育“十二五”规划教材
- 高职高专旅游类专业任务驱动、项目导向系列化教材

# 旅游心理学

LÜYOU XINLIXUE

主编 袁忠霞



国防工业出版社

National Defense Industry Press

普通高等教育“十二五”规划教材

高职高专旅游类专业任务驱动、项目导向系列化教材

# 旅游心理学

主 编 袁忠霞

副主编 唐欣然 程春旺 王小利

参 编 张 玲 林 琳 蒋艳君

周桔飞 袁栋煊 贡钰榕

国防工业出版社

· 北京 ·

## 内 容 简 介

旅游心理学是心理学的一个重要分支,它研究旅游活动中人们心理和行为发生、发展及其变化的规律。旅游心理学是一门新兴学科,在旅游事业发展中起着十分重要的作用,被旅游业界视为旅游从业人员的必修课程。

本教材重点研究旅游者、旅游从业人员心理,对于旅游者,可提高旅游质量;对于旅游从业人员,可提高经营效益和市场竞争能力。

本教材全面借鉴和吸收国内外学者对旅游心理学的研究成果,体现了当今国内外旅游心理学的重要理论成果,有助于读者更好地把握旅游心理学界的前沿动态,既可作为高职院校旅游专业教材,也可作为旅游业培训用书。

### 图书在版编目(CIP)数据

旅游心理学/袁忠霞主编. —北京:国防工业出版社,  
2012.8

高职高专旅游类专业任务驱动 项目导向系列化教材  
ISBN 978-7-118-08260-9

I. ①旅... II. ①袁... III. ①旅游心理学—高等职业  
教育—教材 IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 172631 号

※

国防工业出版社 出版发行

(北京市海淀区紫竹院南路 23 号 邮政编码 100048)

北京奥鑫印刷厂印刷

新华书店经售

\*

开本 787×1092 1/16 印张 15½ 字数 380 千字

2012 年 8 月第 1 版第 1 次印刷 印数 1—3000 册 定价 29.00 元

(本书如有印装错误,我社负责调换)

国防书店:(010)88540777

发行邮购:(010)88540776

发行传真:(010)88540755

发行业务:(010)88540717

# 普通高等教育“十二五”规划教材

## 高职高专旅游类专业任务驱动、项目导向系列化教材

### 编写委员会

#### 一、编委会主任

张树夫(南京师范大学)

华国梁(扬州大学)

#### 二、编委会主任委员

高菊生(南通职业大学)

张超一(南通农业职业技术学院)

袁忠霞(南通农业职业技术学院)

章晓康(苏州信息职业技术学院)

费寅(无锡商业职业技术学院)

蔡丽巍(江苏信息职业技术学院)

章飞(常州纺织服装职业技术学院)

周丽(常州轻工职业技术学院)

王志民(镇江高等专科学校)

胡强(江苏经贸职业技术学院)

董正秀(南京铁道职业技术学院)

王春华(江苏经贸职业技术学院)

任孝珍(扬州环境资源职业技术学院)

赵军(江苏食品职业技术学院)

张海红(连云港职业技术学院)

孙宅俊(金肯职业技术学院)

姜锐(钟山职业技术学院)

姜华(应天职业技术学院)

赵丽华(青海交通职业技术学院)

吴翔(开封文化艺术职业学院)

#### 三、编委会委员

|     |     |     |     |     |     |     |     |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 陈燕  | 陈宁  | 陈慧敏 | 程春旺 | 蔡海燕 | 曹文捷 | 崔玲  | 邓宏宝 |
| 方小燕 | 高雯雯 | 高联辉 | 贡钰榕 | 胡晓涛 | 胡强  | 何调霞 | 黄志刚 |
| 黄艳婷 | 郝芳  | 贺云  | 贾凌红 | 焦慧  | 金丽娇 | 蒋艳君 | 阚志霞 |
| 梁平  | 李华  | 李爽  | 陆一萍 | 卢常艳 | 刘陆燕 | 刘文涛 | 林琳  |
| 林又佳 | 梅玲玲 | 米阳  | 缪芳  | 倪雪华 | 潘文祥 | 阮瑾  | 沙蕾  |
| 涂玮  | 汤丽娜 | 王艳蓉 | 汪锋  | 王琼  | 王小利 | 王峰  | 吴英鹰 |
| 魏海波 | 魏琰  | 吴成罡 | 徐婷  | 杨艳  | 杨绪光 | 杨荣斌 | 易玉婷 |
| 唐欣然 | 唐燕  | 唐晓红 | 徐小冬 | 于丽曼 | 袁斌  | 袁栋煊 | 张月明 |
| 张红英 | 张昊  | 张玲  | 周贵平 | 周桔飞 |     |     |     |

# 前 言

高等职业教育肩负着培养面向生产、建设、服务和管理第一线需要的高技能人才的使命。作为一门新兴学科,旅游心理学是高职旅游类专业必修的专业基础课程,它是将心理学基本理论、基础知识运用于旅游服务业的应用性学科。学习旅游心理学,对发展旅游类专业学生的专业兴趣,增强学生的专业基础知识有着非常重要的意义。

在编写的过程中,我们本着精炼理论、强化应用、培养技能的原则,内容上力求原理清晰、实务突出,着力于培养学生的综合能力和实际操作能力。以“旅游心理与旅游行为之间的关系”为主线,构建教材体系;以就业需求为导向,探索“模块结构”;以“必须够用”为原则,实现教学内容的有机联系;以高职培养目标为指引,体现教材“浅、实、特、新”的特色,顺应旅游行业对人才的需求。

依据旅游业涉及的旅游者、旅游服务人员、管理者三大对象,全书分为三篇即旅游者心理、旅游服务心理、旅游管理心理,按课程内容分模块,实施项目化教学。全书共分十个项目,在体例安排上,每个项目均有引导语、学习目标、导入案例、工作任务、理论知识、能力训练、思考与练习,文中穿插知识链接、资料库、它山之石等。全书形式新颖、图文并茂、语言活泼,具有较强的可读性、实用性和操作性,既可作为高职院校旅游专业教材,也可作为旅游业培训用书。

本书由袁忠霞主编,具体编写分工为:袁忠霞(绪论、项目九),唐欣然(项目七、项目八),王小利(项目二、项目四),周桔飞(项目一),袁忠霞、贡钰榕(项目三),张玲、袁忠霞(项目五),蒋艳君(项目六),林琳、袁忠霞(项目十)。全书由袁忠霞提出最初思路和框架结构,并组织人员讨论、编写,程春旺等参与统稿与定稿。

南京师范大学地理科学学院张树夫教授百忙中拨冗审阅了书稿,并给予指导和提出很好的意见;南通绿岛公司袁栋煊经理提供大量来自一线的典型案例,并根据行业的要求提出建议;南通农业职业技术学院领导对本书的编写给予了热情的鼓励与关怀;南通大学教育科学学院邓宏宝教授参与了本书部分内容的修订工作。国防工业出版社在本书的出版过程中自始至终予以最大的支持,书稿撰写过程中参考并引用了专家学者的研究成果,多数已经在书后(文中)的参考文献中有所标注,在此一并表示衷心的感谢!

由于编者水平有限,书中难免存在疏漏或错误之处,恳请专家、学者和广大读者批评指正!

# 目 录

|           |   |
|-----------|---|
| 绪论        | 1 |
| 一、心理学概述   | 2 |
| 二、旅游心理学概述 | 6 |

## 旅游者心理篇

|                  |    |
|------------------|----|
| 项目一 旅游者的知觉       | 13 |
| 模块一 感知觉概述        | 13 |
| 一、感觉的概述          | 14 |
| 二、知觉的概述          | 16 |
| 模块二 感知觉特性        | 18 |
| 一、感觉的特性          | 19 |
| 二、知觉的特性          | 21 |
| 模块三 旅游活动中的社会知觉   | 24 |
| 一、社会知觉           | 24 |
| 二、社会知觉的主要对象      | 25 |
| 三、社会知觉中的效应与偏差    | 27 |
| 模块四 旅游活动中的条件知觉   | 30 |
| 一、旅游者对旅游距离的知觉    | 30 |
| 二、旅游者对旅游交通工具的知觉  | 31 |
| 三、旅游者对旅游地的知觉     | 32 |
| 四、旅游者对娱乐服务的知觉    | 33 |
| 项目二 旅游者的需要、动机与兴趣 | 35 |
| 模块一 旅游者的需要       | 35 |
| 一、需要概述           | 36 |
| 二、马斯洛的需要层次理论     | 38 |
| 三、旅游需要           | 40 |
| 模块二 旅游者的动机       | 43 |
| 一、旅游动机的含义和分类     | 44 |

|                               |    |
|-------------------------------|----|
| 二、旅游动机的基本特征 .....             | 47 |
| 三、旅游动机产生的条件 .....             | 48 |
| 四、旅游动机的激发 .....               | 49 |
| 模块三 旅游兴趣 .....                | 51 |
| 一、兴趣的概述 .....                 | 52 |
| 二、旅游兴趣 .....                  | 53 |
| 项目三 旅游者的态度 .....              | 58 |
| 模块一 态度概述 .....                | 58 |
| 一、态度与旅游态度 .....               | 59 |
| 二、态度的构成 .....                 | 60 |
| 三、态度的特性 .....                 | 60 |
| 四、态度的形成 .....                 | 62 |
| 模块二 旅游态度与旅游行为 .....           | 64 |
| 一、态度与旅游行为 .....               | 64 |
| 二、态度与旅游决策 .....               | 65 |
| 三、态度与旅游偏好 .....               | 65 |
| 模块三 旅游者态度的转变 .....            | 68 |
| 一、态度转变的概述 .....               | 69 |
| 二、影响旅游者态度转变的因素 .....          | 69 |
| 三、改变旅游者态度的方法 .....            | 71 |
| 项目四 旅游者的气质、性格与能力 .....        | 74 |
| 模块一 个性心理概述 .....              | 74 |
| 一、个性的概念和特征 .....              | 75 |
| 二、个性的基本理论 .....               | 76 |
| 三、影响个性形成的因素 .....             | 78 |
| 模块二 旅游者的气质 .....              | 79 |
| 一、气质的概念 .....                 | 80 |
| 二、气质的类型及特征 .....              | 81 |
| 三、不同气质类型旅游者的主要表现与旅游服务技巧 ..... | 82 |
| 模块三 旅游者的性格 .....              | 86 |
| 一、性格的含义 .....                 | 87 |
| 二、性格的特征 .....                 | 87 |
| 三、性格的类型 .....                 | 88 |
| 四、不同性格类型旅游者的旅游行为与旅游服务技巧 ..... | 88 |

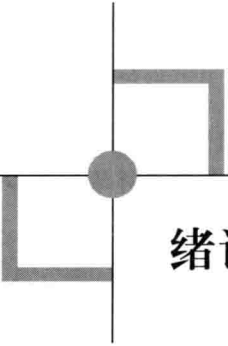
|                               |     |
|-------------------------------|-----|
| 模块四 旅游者的能力 .....              | 91  |
| 一、能力的含义 .....                 | 92  |
| 二、能力的类型 .....                 | 92  |
| 三、不同能力类型旅游者的旅游行为与旅游服务技巧 ..... | 93  |
| 项目五 旅游者的消费决策 .....            | 98  |
| 模块一 旅游者的消费决策 .....            | 98  |
| 一、旅游消费行为概述 .....              | 99  |
| 二、消费决策概述 .....                | 102 |
| 三、旅游者的消费决策内容 .....            | 102 |
| 四、旅游者的消费决策模式 .....            | 104 |
| 五、旅游者的消费决策过程 .....            | 105 |
| 模块二 旅游消费决策的影响因素 .....         | 108 |
| 一、旅游者自身因素与旅游消费 .....          | 109 |
| 二、社会环境因素与旅游消费 .....           | 111 |
| 三、旅游环境因素与旅游消费 .....           | 119 |
| <b>旅游服务心理篇</b>                |     |
| 项目六 旅游服务人员的心理素质 .....         | 122 |
| 模块一 旅游服务人员的仪表和服务要求 .....      | 122 |
| 一、仪表的概述 .....                 | 123 |
| 二、注重个人仪表的意义 .....             | 123 |
| 三、旅游服务人员的仪表要求 .....           | 124 |
| 模块二 注意、记忆与服务效能 .....          | 126 |
| 一、旅游服务人员的注意特点与服务效能 .....      | 127 |
| 二、旅游服务人员的记忆力与服务效能 .....       | 129 |
| 模块三 情绪、情感与服务热情 .....          | 130 |
| 一、旅游服务人员的情绪与服务热情 .....        | 131 |
| 二、旅游服务人员的情感 .....             | 133 |
| 模块四 意志、能力与服务质量 .....          | 135 |
| 一、旅游服务人员的意志与服务质量 .....        | 137 |
| 二、旅游服务人员的能力与服务质量 .....        | 138 |
| 项目七 旅游服务人员的职业素养 .....         | 144 |
| 模块一 旅游服务概述 .....              | 144 |
| 一、旅游服务的定义和内容 .....            | 145 |

|                         |         |
|-------------------------|---------|
| 二、旅游服务的特点 .....         | 146     |
| 模块二 旅游服务的客我交往 .....     | 147     |
| 一、客我交往的含义 .....         | 150     |
| 二、客我交往的特点 .....         | 151     |
| 三、客我交往的原则 .....         | 152     |
| 模块三 旅游服务的投诉和处理 .....    | 155     |
| 一、引起投诉的原因 .....         | 156     |
| 二、旅游者投诉时的心理需求 .....     | 158     |
| 三、旅游者投诉的处理 .....        | 159     |
| <br>项目八 旅游行业服务心理 .....  | <br>164 |
| 模块一 饭店服务心理 .....        | 164     |
| 一、客人的需求心理 .....         | 165     |
| 二、前厅服务心理策略 .....        | 167     |
| 三、客房服务心理策略 .....        | 169     |
| 四、餐厅服务心理策略 .....        | 170     |
| 模块二 导游服务心理 .....        | 174     |
| 一、旅游者在游览活动中的心理需求 .....  | 175     |
| 二、导游服务中的心理策略 .....      | 177     |
| 模块三 交通服务心理 .....        | 182     |
| 一、旅游者对旅游交通服务的心理需求 ..... | 184     |
| 二、旅游交通服务的心理策略 .....     | 185     |
| 模块四 购物服务心理 .....        | 188     |
| 一、旅游者购物的动机 .....        | 189     |
| 二、旅游购物服务的心理策略 .....     | 191     |

## 旅游管理心理篇

|                          |     |
|--------------------------|-----|
| 项目九 旅游工作者的心理保健 .....     | 195 |
| 模块一 旅游工作者的心理健康 .....     | 195 |
| 一、健康概述 .....             | 196 |
| 二、心理健康的含义 .....          | 197 |
| 三、旅游工作者心理健康的意义 .....     | 199 |
| 模块二 旅游工作者心理健康的影响因素 ..... | 201 |
| 一、旅游工作者常见的心理困扰 .....     | 202 |
| 二、影响旅游工作者心理健康的因素 .....   | 204 |
| 模块三 旅游工作者心理健康的维护 .....   | 207 |

|                             |            |
|-----------------------------|------------|
| 一、心理防御机制 .....              | 208        |
| 二、心理健康的自我维护 .....           | 210        |
| <b>项目十 旅游工作者的团队建设 .....</b> | <b>215</b> |
| 模块一 群体理论概述 .....            | 215        |
| 一、群体的概述 .....               | 216        |
| 二、群体心理 .....                | 217        |
| 三、人际关系心理 .....              | 221        |
| 模块二 领导者素质 .....             | 225        |
| 一、现代领导素质的内涵 .....           | 226        |
| 二、员工积极性的调动 .....            | 230        |
| <b>参考文献 .....</b>           | <b>237</b> |



## 绪论

人之所以爱旅行,不是为了到达某地,而是为了享受旅途中的种种乐趣。

——歌德



### 学习目标

1. 知识目标:理解心理现象,了解心理实质的内容,掌握旅游心理学的研究对象,熟悉几种旅游心理学的研究方法。

2. 能力目标:分析旅游活动中的若干心理现象并加以说明,能尝试运用观察法、访谈法和问卷法进行旅游心理研究。



### 任务导入

#### 两个导游的对话

导游小王:前天,我带团去游西湖。从杭州香格里拉饭店出发,绕湖一周,到了苏堤的一端,大家又说又笑又拍照,非常开心。这时有位客人突发奇想说:“咱们沿着苏堤走向酒店吧?”我连忙说:“路太远,那要走一个多小时啊,连午饭都要耽搁了!”可是客人的情绪非常高,都说没关系。就这样老老少少一路说笑,一直走向杭州香格里拉饭店。

导游小张:今天,我带团去游西湖,天气非常不好,阴沉沉的,还有大雾,船到了“柳浪闻莺”,才看到一点点山的影子,客人情绪极低。游湖以后是丝绸表演,本来这是客人早就盼望的节目,可是一上岸,就有一位客人以身体不好为由提出不想去看表演,其他客人竟然也都说不想去看了。任凭我怎么劝说都没有用,客人情绪就是提不上来,最后只好回酒店。

思考:小王和小张的客人行为有哪些不同?为什么?心理学究竟是一门怎样的学科?人的心理与我们所从事的旅游服务工作又有什么联系呢?你希望从旅游心理学的学习中收获哪些?

提示:旅游活动是人的活动,其中包含着多种心理因素,是最富有人性特征的活动。情绪会通过影响人的认知过程而影响人们的行为。导游可以根据旅游者的情绪状态来调控旅游行

为,更应通过积极调节旅游者的情绪来调动其旅游积极性。因此,旅游心理学要系统、深入地研究旅游活动中的各种复杂心理现象,为发展旅游业、提高旅游服务质量和效率提供心理学依据。



## 工作任务

任务1:借助案例,分析生活中的心理现象,掌握旅游心理学研究的对象。

任务2:结合日常生活,尝试运用观察法、访谈法和问卷法等,分析旅游活动与心理现象。



## 理论知识

### 一、心理学概述

随着心理学知识的日益普及和现代人们认识的逐步提高,“心理学”一词,已经不再像过去那样是一个陌生而神秘的字眼了。但是,对于到底什么是心理学、心理学的研究内容以及心理学的实质是什么等问题,还经常存在一些不正确或片面的理解。有人认为,心理学就是心理咨询;有人认为,研究心理学就是揣摩别人的所思所想,心理学家应该能透视眼前人的内心活动,和算命先生差不多;还有人认为,心理学是“伪科学”,是骗人的东西等。可见,在学习旅游心理学之前有必要了解一些普通心理学的知识。

#### (一) 心理学的定义

心理学的产生源远流长,不同时期对“心理学”有不同的界定。在哲学心理学时代,心理学被认为是阐释心灵的学问。在古希腊语中,心理学包括“灵魂”与“学问”两个方面的含义,后来解释为“关于灵魂的学问”。

现代心理学认为,心理学是研究人的心理现象及其活动规律的科学。心理现象又称心理活动,简称心理,包含的内容是丰富多彩的。现实生活中,人在清醒状态下经常进行心理活动:回忆往事、思索现实、想象未来等。在各种活动中随时都可以体验到某些心理现象,只不过有的人意识到了,有的人没有意识到。例如,当旅游者走进某旅游饭店进餐,餐厅柔和的灯光、清新的空气、优雅的环境会使旅游者感到舒适;当餐厅服务员热情主动地将旅游者引领到座位时,旅游者就会有一种宾至如归的满足;倘若长时间没有餐厅服务员为旅游者上菜,旅游者就会感到烦躁……以上提到的舒适、满足、烦躁等,都是人的心理现象。一般从人的心理过程和个性心理两个方面来研究人的心理现象,如图0-1所示。

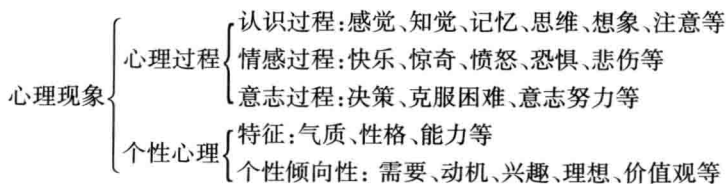


图0-1 心理学的研究对象

心理过程和个性心理与人的实际生活密不可分。个性心理是在实践基础上经过长期的心理活动过程而形成的,没有心理过程,个性心理特征就无从形成;同时,已经形成的个性心理,

又在当前的认识过程、情感过程、意志过程中表现出来,并对心理过程产生重要的影响,使之带有个人色彩。心理过程和个性心理是人完整的心理生活的两个侧面,它们有机地结合在一起,构成了一个人完整的心理面貌。

### 【知识链接】

◆ 心理过程即心理活动的过程,是指人的心理活动发生、发展、消失的动力过程,是心理现象的不同形式对现实的动态反映,是人们共同具有的心理活动。

◆ 认识过程又称为认知过程,主要包括感觉、知觉、记忆、思维与想象等过程,是个体在实践活动中对认知信息的接受、编码、储存、提取和使用的心理过程。

◆ 情绪和情感是指人对于客观事物是否符合自己的需要而产生的态度、体验,是外界事物所引起的爱、憎、愉快、不愉快、惧怕等的心理状态。

◆ 意志过程是人们自觉地确定目标,有意识地支配和调节自己的行动,克服种种困难以实现预定目标的心理过程。

◆ 个性心理是一个人在社会生活实践中形成的、相对稳定的各种心理现象的总和,包括个性倾向性、个性特征等方面,反映人心理现象的个别性一面。

◆ 个性倾向指个人的意识倾向,即人与客观世界的相互作用中形成的对事物的态度与趋向。它主要包括需要、动机、兴趣、理想、信念、世界观等。

◆ 个性心理特征是指个人身上表现出来的比较稳定的心理特征,主要包括人的气质、能力和性格等。

◆ 气质就是通常人们所说的“性情”、“脾气”,指在人的认识、情感、言语、行动中,心理活动发生时力量的强弱、变化的快慢和均衡程度等稳定的动力特征。

◆ 性格是人对客观现实的稳固的态度以及与之相适应的习惯的行为方式。

◆ 能力是直接影响活动效率、能够顺利地完成某种活动的心理特征。

## (二) 心理的实质

各种心理活动在每个人的身上都有所表现,但是人的心理实质是什么?这是需要研究的问题。科学研究已经说明:人的心理是人脑的机能,是客观现实的反映,它具有主观能动性。

### 1. 心理是人脑的机能

人类在长期进化过程中,在生产劳动和社会生活实践过程中,逐渐形成了高度发达的大脑。从医学的临床观察和大量的专门研究所获得的事实表明,人的心理活动是和人脑的活动密不可分的。如果人脑受损伤,那么人的正常心理活动就要受到严重的破坏。例如,车祸导致了大脑的听觉区和视觉区损伤,就会出现有的人尽管耳目外形完好,可是却完全变聋变盲了;有的可能记忆力完全消失;有的不会讲话;有的随意运动能力丧失以致瘫痪。又如,患流行性脑炎的病人,如果医治不及时或者不得当,损害了大脑,即使生命得以保全,但智力会发生障碍,严重的还会变成痴呆。

日常生活的大量事实也表明,醉酒的人容易胡言乱语,失去自控甚至昏迷不醒。这是因为酒精影响了大脑,使大脑失去正常工作的能力,以致不能控制机体的活动。研究还表明,人处于不同心理状态下,所获得的脑电图也是不同的。以上的事实都可以说明,心理是人脑的机能,人脑是心理的器官,没有大脑就不可能产生人的心理。

## 【阅读资料】

### 心理的生理基础——大脑

现代科学表明,心理现象是神经系统的属性。大脑是心理活动的物质基础,心理活动是大脑的机能。通常所讲的精神病患,主要是脑功能的障碍。

人脑的结构和机能极端复杂。人脑的平均重量为 1400g,脑重与体重之比为 1:50。近年的研究发现,人脑的左半球主要用于逻辑思维,右半球则主要用于形象思维。大脑两半球的表面有很多皱褶,叫做大脑皮层。皮层表面积大约有  $2.6\text{m}^2$ ,比人体的表面积还要大。人脑大约有 100 亿个神经元,9000 万个辅助细胞。在这些神经元和细胞之间可以建立浩如烟海般的极其错综复杂的联系。人的心理活动的物质基础就在这里。据统计,一个人一生中大脑可以储存一千万亿信息单位。有人作过比较,仅人脑的网络系统就比北美洲的全部通信网络还要复杂。遗憾的是,人脑尚有 90% 的潜力未被利用。

### 2. 心理是客观现实的反映

我们在前面分析了没有人脑就没有人的心理活动。那么,人脑能不能单独产生人的心理呢?如果没有人所生活的客观现实的作用,人脑本身是不可能凭空产生人的心理的。例如,我们看到红色时,我们才产生红色的视觉。当我们接触到一面红旗时,我们才有一面红旗的知觉。如果没有客观外界的红颜色和红旗的作用,我们的头脑中就不可能出现红色的感觉和红旗的知觉。印度“狼孩”的事例也说明,没有经历过人的社会生活是不能产生人的心理的。尽管她是人的孩子,具有正常人的大脑,也不可能产生人的心理而只有狼的心理。所以人所生活的客观现实是人的心理的源泉和内容,心理是客观现实的反映。

## 【阅读资料】

### 印度狼孩

1920 年,印度人辛格在狼窝里发现了两个小女孩,小的约 2 岁,但很快就死了;大的约 8 岁,取名卡玛拉。卡玛拉用四肢走路,用双手和膝盖着地歇息,用舌头舔食流质的东西和水,不吃人手里拿着的肉,只吃扔在地上的东西。她像狼一样怕光,每到深夜就像狼一样嚎叫。她怕水,从不让人帮她洗澡,白天睡觉,晚上活动。经过辛格的悉心照料和教育,她用 2 年学会了站立,用 4 年学会了 6 个单词,用 6 年学会了直立行走,用 7 年学会了 45 个词,她到 17 岁临死前,才具有相当于正常的 4 岁儿童的心理发展水平。卡玛拉由于早年失去了人类社会生活的客观环境,从而失去了通过人类的语言交际和运用工具进行生产劳动以及其他社会生活获得人类知识经验的可能性。

### 3. 心理具有主观能动性

心理是客观现实在人脑中的反映,但这种反映不是消极的、被动的像镜子般的反映,而是在实践活动中积极的、主动的反映。

人对客观现实的反映受个人的过去经验和他所形成的个性特征如气质、性格的制约。

尽管是同一事物,但各人的反映是有差别的。如一个知识量少、思想单纯的小学生和一位通古晓今、学识渊博的老科学家对同一场电影的反映是不相同的。又如,园艺师和建筑师对深圳“世界之窗”的评价和欣赏角度也是有差异的。不仅不同的人对同一事物的认识、体验有所不同,就是同一个人,在不同的时间、环境和不同的主观状态下,反映也会大不相同。对同一座君山,唐代大诗人李白清醒时写过“淡扫明湖开玉镜,丹青画出是君山”的佳句,极力赞美君山如画。但是,当他情绪不佳、酒醉后则写道:“划却君山好,平铺湘水流”,恨不得把君山削平,好让湘水奔流无阻。由此可见,人的心理具有主观能动性。

由于人的心理是客观事物的反映,具有主观性,因此我们可以通过分析一个人所生活的客观环境、他的行为、言语、情绪表现等去了解他的心理活动。同时要注意他的社会经验、能力、气质、性格等方面特点对他的心理活动所产生的影响,准确地认识一个人心理活动的特点。

### (三) 心理学的产生与发展

从原始社会人们关于灵魂与肉体的关系之争,到后来关于精神活动的物质器官是心还是脑的争论,人们对心理现象的认识逐渐趋于科学。在一个比较长的时间里,心理学像一个胚胎,孕育在哲学这一母体之中,它日渐成熟,脱胎而出,逐渐成长壮大。1874年,德国心理学家威廉·冯特(图0-2)出版了《生理心理学原理》,在这部书中他发明了用一个系统性的心理学来研究人的感知:感觉、体验、意志、知觉和灵感,使心理学从哲学中解放出来,成为一门独立的学科。1879年,冯特在莱比锡大学创建了世界上第一个心理实验室,作为心理学发展史上的新纪元,标志着科学心理学的诞生。



图0-2 德国心理学家威廉·冯特  
(1832—1920)

一百多年来,随着社会实践发展的需要,心理学也在不断地发展和完善,科学技术的进步,不断提出新的课题并为解决这些课题提供了手段。现在,心理学已经发展成为一棵枝繁叶茂的科学大树,是一门自然科学与社会科学交叉的边缘学科。哲学是孕育其成长的沃土,普通心理学是其主干,其他科学是其甘露,应用心理学是其分支。教育心理学、军事心理学、管理心理学、旅游心理学、营销心理学、消费心理学等如雨后春笋般得以发展。

#### 【知识链接】

#### 心理学的主要分支学科

◆ 普通心理学研究正常心理活动的规律。它主要介绍心理学的一般知识,是心理学各分支的基础。为此,要学好旅游心理学,就必须先掌握一些心理学的基础知识。根据研究人的心理活动的不同过程和个性心理的不同方面,普通心理学又可分为感知心理学、记忆心理学、思维心理学、情感心理学、意志心理学、能力心理学和性格心理学等。

◆ 发展心理学(也叫年龄心理学)研究个体发展过程中心理演变的规律及年龄特征。发展心理学又可分为幼儿心理学、儿童心理学、少年心理学、青年心理学、成年心理学、老年心理学等。

◆ 教育心理学研究在教育、教学过程中,受教育者掌握知识、技能以及发展智能和形成道德品质的规律。

◆ 工程心理学是研究人与机器的关系,特别是在生产高度机械化和自动化的条件下,怎样保证人的安全,维护人的健康和舒适,以提高劳动生产率。

◆ 医学心理学研究心理因素在疾病发生、发展和诊断、治疗以及预防中的作用。

◆ 体育运动心理学研究人在体育运动中的心理活动规律。其具体任务是研究人在体育训练和运动竞赛中心理活动的特点,为特定体育运动的教学和训练方法提供必要的心理学依据。

◆ 社会心理学是研究社会心理现象产生、发展与变化规律的科学。它研究各个社会群体,如集团和集体的心理结构的特点,以及人际关系等社会心理形成和变化的规律。

◆ 此外,还有军事心理学、航天心理学、艺术心理学、缺陷心理学、司法心理学、犯罪心理

学、管理心理学、商业心理学和旅游心理学等。随着社会实践的需要,人们对心理现象认识逐渐深化,心理科学还将会有许多新的分支学科出现。

## 二、旅游心理学概述

### (一) 旅游与旅游产品

“旅游”这个词,无论在电视中还是在互联网上,无论在书报中还是在人们的言谈中,都频繁地出现。旅游作为一种生活现象,有着悠久的历史。在古代社会中,旅游实际上首先是旅行,其后才是旅行和游览的结合,游览是附属的。古代旅游的发生主要依赖于各种实际需要,如谋生迁徙、经商贸易、赴任宦游、访师游学等。皇室权贵们纯属寻乐消闲的游览,无论发生的次数还是规模都是微乎其微的。在古代社会自然经济条件下,旅游者的食宿行游虽然需要社会环境给予支持,却是以接济施舍或强征摊派等形式发生的。商品交换虽然也有发生,但以现代观点看,充其量是萌芽,旅游者需要(特别是非物质性需要)的满足,基本上是通过“自助”形式完成的。旅游者并不是把游览享受作为第一目的,获取物质利益也不是为旅游者提供食宿行游的第一目的,旅游消费和旅游服务尚未被社会关注。

现代意义的旅游建立在大众化基础上。工业革命之后的社会,到了20世纪50年代后发展突飞猛进。第二次世界大战结束,社会局势相对缓和,世界范围内经济的恢复和发展,生产的自动化程度大大提高,使人们具备了外出旅游的“有钱”和“有闲”两个基本条件。交通运输工具的发展,使人们的旅游地拓展至偏僻闭塞的民俗风情地和自然生态地,甚至使人们实现跨国、跨州旅游。教育的普及发展和人们生活消费观念的变化,增强了人们的旅游动机。再加上各国政府推动缩短工作时间,普及带薪假期,各旅游接待国政府为发展旅游业和便利旅游者来访采取各种支持、鼓励政策和措施,对现代大众旅游的发展起了积极的推动作用。旅游活动成为现代社会不可或缺的经济活动,有关旅游活动的学科研究也随之蓬勃发展起来了。

旅游产品指旅游经营者向旅游者提供的、用于满足其旅游活动所需的物质产品和服务的总和。由旅游资源、旅游设施设备、旅游服务等多种要素组成,其中旅游服务是旅游产品的核心。旅游产品是一种特殊的产品,既不同于工业品或农产品,也不同于一般第三产业提供的服务产品,除了具有一般产品的基本属性外,还具有独特的产品特征。

(1) 无形性。旅游产品的产品构成中虽有交通、客房、餐饮等物质产品,但导游服务、接待服务等无形产品占有很大比重,是其主体内容,旅游产品的价值和使用价值也凝结在无形的服务中。

(2) 综合性。旅游产品包括食、宿、行、游、购、娱六大要素的综合性产品,既是物质产品和服务产品的综合,又是旅游资源、旅游基础设施和接待设施的组合。

(3) 依托性。作为旅游吸引物的自然景观和大部分人文景观以及旅游基础设施是依托于社会而存在的,是全社会所共有的,旅游企业在产品组合过程中对其部分地、暂时地加以利用。

(4) 不可储存性。比之一般的物质产品,旅游产品是一种深加工的高附加值产品,所附加的价值多数为劳务性价值。旅游产品只有进入消费过程才能实现其价值,必须有现场消费的旅游者,旅游产品才能生产,旅游者一旦停止消费,旅游产品的生产立即停止。旅游产品不能像一般物质产品那样,生产以后可以暂时储存,再销售。旅游产品是一种最终消费品。

(5) 可替代性。虽然现代旅游消费越来越大众化,但它毕竟不同于生活消费,因而具有较高的需求弹性和可替代性,不仅不同的旅游产品可以相互替代,而且其他的服务商品也能替代旅游产品。

## (二) 旅游心理学与研究对象

旅游心理学是心理学的分支科学,是心理学成果及一般原理在旅游领域的应用和发展。旅游心理学作为一门相对独立的应用科学的历史非常短暂。旅游心理学产生于20世纪70年代,当时一些学者在报刊上发表有关旅游心理问题的研究文章。1981年,美国佛罗里达中心大学迪克·波、爱德华·J·小梅奥以及商业管理学院副院长兰斯·P·贾维斯德著的《旅游心理学》,以旅游消费者为研究对象,从行为科学原理的视角对不同旅游者的个性心理因素和社会心理的消费行为进行了研究。该书的出版,标志着旅游心理学的诞生。此后,日本学者也在旅游心理学领域开展了一系列研究工作,如对旅游动机、旅游需要的研究。国外学者近十年的研究分析,主要集中在旅游心理行为、旅游目的地、旅游管理的研究,其发展趋势也有许多研究的热点,如节庆、探险旅游、网络与旅游、旅游影响、旅游从业人员的心理与行为等。我国旅游心理学研究起步于20世纪80年代,先后出现了一批研究者和一系列研究成果,他们重视心理学的应用研究,扩展了研究的领域。如我国学者重视对旅游从业人员的研究,扩展了旅游心理学的研究对象;运用心理描述法来促进旅游市场的开发与营销;从多角度分析了影响旅游心理及行为的因素,特别是对一些特殊的群体进行了研究,如农民、学生、入境游客等。但引用国外研究成果还不够,如心理学的定量研究,实验法、调查法、测验法的研究等,所以,我国的旅游心理学研究还需要进一步完善和不断发展。

通常认为,旅游心理学是研究旅游活动中人们(旅游者、旅游从业人员)心理和行为发生、发展及其变化规律的科学。其主要是运用心理学的基础知识,在旅游开发和旅游经营管理实践中,观察、了解和掌握人们不同的旅游需求,服务人员和游客在旅游活动中互动的一般心理过程的规律性,针对不同旅游需求,提供个性化的旅游服务;针对不同个性的员工,进行人力资源开发,有效激励员工,保护员工,充分调动其工作积极性,协调员工之间和企业内组织之间关系,增强凝聚力,发挥群体和组织的整体效应。旅游心理学的研究对象主要由旅游消费心理、旅游服务心理和旅游管理心理三方面构成。

### 1. 旅游消费心理

在现代社会,旅游是一种社会经济活动,是一种消费行为。人们的旅游消费行为是在其消费心理支配下发生的,了解旅游者消费心理的发生、发展变化规律显得非常必要。美国心理学家勒温认为人的行为受两大因素影响:一是人格,另一是人所处的环境。人的行为是人格和环境的函数。人格是个人所具有的所有特征的总和,是个人的心理特征系统。每个人的心理都具有与他人不同的特点,因而形成相互之间在心理因素上的差别。由于这种差别的影响,使人们在面对相同的旅游条件时产生不同的反应,有的产生旅游行为,有的不产生旅游行为,有的产生这种旅游行为,有的产生那种旅游行为。因此,探讨旅游者的个人心理因素成为研究旅游行为规律的最有价值的切入点。

研究旅游消费心理就是要探讨旅游者的旅游行为规律,探讨旅游者的旅游知觉、旅游动机、旅游态度、旅游气质与性格以及旅游消费决策等。学习旅游消费心理,有助于旅游从业人员从宏观上把握当代旅游发展趋势,从微观上正确理解并预测游客的行为,为游客提供优质服务。