



本章导读

旅游在当今世界是一种普遍的,具有重要的社会、经济、文化等价值的社会现象。旅游活动作为人的活动,其中包含着心理因素对旅游活动的发展起着极其重要的作用,这就提出了研究旅游心理的客观要求。我国蓬勃发展的旅游业客观上也迫切需要系统、深入地研究旅游活动中各种复杂的心理现象,从而为发展旅游业、扩大旅游客源、提高旅游服务质量、改善旅游业经营管理、科学安排旅游设施和开发旅游资源等从心理学的角度发挥力所能及的理论指导。



经典案例

旅游开发,调查是关键

美国人曾经为了开拓英国的旅游市场,对英国人进行了调查,问他们在决定出行美国时,他们考虑最重要的因素是什么。英国人毫不犹豫地回答:“费用。”根据这些调查,美国人在英国展开了一场昂贵的广告宣传。广告说:“去美国旅游的费用,要比你们想象的要便宜,一天花 15 美元,就能观赏美国。”按照这个推广计划,理应有成千的新游客去美国旅游。可是事与愿违,只去了数百名游客。其中症结何在?美国旅游部决定对英国人的心理状态进行深层次的调查。最后发现,从表面上看,英国人认为费用是一个障碍,而他们真正害怕的是在美国可能看到的那些东西——耸入云霄的摩天大楼、纵横交错的公路系统和没有个人感情的消费经济;更令人担忧的是,英国正步美国的后尘,休闲宁静正遭到破坏,几年或几十年后,英国将变成美国。在深知英国人的旅游心理后,美国改变了宣传的内容,大力宣传科罗拉多大峡谷、尼亚加拉瀑布、黄石公园等自然风光,这种着眼于旅游心理的宣传吸引了众多的英国游客。

案例简评 这个案例说明,根据旅游者的不同需求来开发旅游产品,用全面系统的科学方法调查研究,才能找出问题的真正原因。坚持系统分析研究的方法,必须对旅游心理进行全面、动态的研究,必须根据各种因素及条件的变化,综合分析、动态考察,从而成功有效地解决问题。



第一节 旅游心理学的研究对象

一、旅游心理学的定义

旅游心理学是心理学的分支应用学科,它的理论基础主要借助于心理学的研究成果,它是将心理学的基本原理应用到旅游业实践的结果,要了解旅游心理学必须首先研究心理学。

对青年人来说,旅行是教育的一部分;对老年人来说,旅行是阅历的一部分。

——培根

(一) 心理学

1. 心理学的流派及概念

现代心理学自 1879 年德国心理学家冯特在莱比锡大学创建世界上第一个心理学实验室以来,已有 100 多年的历史。其间最著名的现代西方心理学有三大流派。

一是弗洛伊德心理学,二是以华生为代表的行为主义心理学,三是以马斯洛为代表的人本主义心理学。

弗洛伊德心理学注重研究导致人心理失常的病因。他认为,由于人的本能冲动受到压抑,这些隐藏在人内心深处的冲动长期得不到宣泄,而使人心理失常。行为主义心理学则重视揭示人的一般规律,找出人的行为为什么有些不断地重复、巩固,而有些却难以巩固的根本原因。马斯洛的人本主义心理学,则注重分析人的不同需求,提出了需要层次学说。

自 20 世纪 70 年代以来,在人本主义心理学的发展中又兴起了一个新的心理学派别,即超个人心理学。该学派认为,人要实现自我,就必须超越自我,以宇宙为中心,而不是以人的需要和兴趣为中心。这些心理学的研究对我们探寻消费者行为轨迹,发掘消费者行为的规律都有很高的参考价值。比如,现代社会人们的生活、工作节奏越来越快,造成精神上的压力越来越大,为此人们找到一种宣泄的办法,即逃避,用旅游、度假、休闲的方式来缓解精神上的压力。同时,又以旅游、度假、休闲作为实现自我,超越自我,寻求人与自然和谐统一的途径。在这种宣泄过程中,人们的需要不断得到满足,紧张感得到缓解。现实社会中,人在清醒状态下经常都在进行心理活动:回忆往事、思索现实、想象未来等。人在现实生活中之所以能做出各种各样的行为,都有其深远的社会根源,但外因必须通过内因而起作用,其最直接的内部动因就是各种心理活动。心理学就是研究这些心理活动及其规律的科学。心理学的研究对象是人的心理,从人的心理固有的特征看,心理学的研究既涉及自然科学,又涉及社会科学。因此,心理学最显著的特点是介于自然科学和社会科学之间的中间学科。一

个世纪以来,心理学研究取得了很大进展,人们对自身心理活动的规律已经有了较深入的认识。心理学在很多学科领域得到广泛的运用,从而产生了众多的分支学科,如管理心理学、教育心理学、体育心理学和旅游心理学等。

2. 心理学的基本内容概述

现代心理学的一种流行的观点是把人的心理现象看作一个复杂的系统。据此,有些人把心理现象划分为心理事实与心理规律;有的人把心理现象划分为无意识现象与意识现象;我们采取的是多数心理学家的观点,即把心理现象划分为心理过程、个性心理两大方面。

(1) 心理过程

心理过程是指人对客观事物不同方面及相互关系的反映过程。它是心理现象的动态形式,包括认识过程、情感过程、意志过程。

认识过程是人的最基本的心理过程,是人从感性认识到理性认识的发展过程,包括感觉、知觉、记忆、思维和想象等过程。我们看到一种颜色,听到一种声音,尝到一种滋味,闻到一种气味,摸到事物表面的光滑程度,都是属于最简单的认识过程——感觉。在感觉的基础上,我们能够辨认出这是盛开的牡丹花,那是歌唱的百灵鸟;这是鲜红的苹果,那是崭新的书桌等,这就是知觉。感觉和知觉往往紧密地联系在一起,不能截然分开,可以统称为感知觉。感知过的事物能够以经验的形式在头脑中留下痕迹,以后在一定条件下还可以再认或回忆起它的形象和特征。例如,游览了杭州西湖,其美丽的景色会在大脑中留下深刻的印象;读了李白的《望庐山瀑布》后,遇到一定的情境,又自然地吟诵出来,这种人脑对过去经历的事物的反映,叫做记忆。人不仅能直接地感知事物的表面特征,还能间接地、概括地反映事物的内在的、本质的特征。例如,医生根据病人的脉搏、体温、舌苔等的变化,可以推断其体内的疾患;导游根据游客的外部表现和言行,可以了解其内心世界,这些都是思维。人在头脑中不仅能够再现过去事物的形象,而且还能在此基础上创造新事物的形象。例如,文学艺术家塑造典型形象,我们在头脑中对未来生活和工作情景的勾画等,这类心理活动的过程叫做想象。

人对客观事物的认识,并不是呆板的、冷漠的,而总是对它表现出鲜明的态度体验,渗透着一种感情色彩。例如,我们对祖国名山大川的赞美,对侵略者的愤恨,对本职工作的热爱,为取得的成绩而喜悦等,这些在认识基础上产生的喜、怒、哀、乐等态度体验,心理学上称之为情感过程。

人不仅能认识客观事物,并对它产生一定的情感体验,而且还能够自觉地改造客观世界。为了认识和改造世界,人总是主动地确定目标,制订计划,并树立信心,坚持不懈地去战胜困难和挫折,以达到预期的目的,这种心理活动的过程叫做意志过程。人凭借意志的力量,支持、保护自己所喜欢的事物,反对、摒弃自己所厌恶的事物,积极主动地创造人类的物质文明和精神文明。所以,意志是人的意识能动性的集中表现。认识、情感和意志过程是相互联系、相互统一的整体。一般说来,认识过程是情感、意志过程的基础。没有认识,人的情

感既不能产生,也不能发展,“知之深,爱之切”,就是这个道理。同样,只有在认识和情感的基础上,人才能自觉地进行意志行动。反过来,情感、意志过程又能巩固和深化人的认识过程。

(2) 个性心理

心理过程是人的心理的共性,但在每一个人身上体现时,由于社会生活环境、教育、先天条件等因素的影响,又会表现出特殊性、差异性,并逐步形成人的心理的个性。个性是一个人在活动中所表现出来的比较稳定的带有倾向性的各种心理特征的总和,它是人的心理现象的静态形式。个性心理包括两个方面:个性倾向性、个性心理特征。个性倾向性包括需要、动机、兴趣、信念、世界观等,它是人的个性心理结构中最活跃的因素。

在个性倾向性的成分中,需要是基础,对其他成分起调节、支配作用;信念、世界观居最高层次,决定着一个人总的思想倾向。总之,个性倾向性作为个性的潜在力量,使人的个性心理表现出一定的社会倾向性,在阶级社会中还表现出阶级性。

个性心理特征包括能力、气质和性格,这是人的个性心理的具体表现。个性心理特征体现着人的心理的鲜明的差异性。例如,在记忆力方面有的人记得快、记得牢,有的人则记得慢、忘得快,有的人能诗善画;有的人能歌善舞;这些都是能力方面的差异。有的人外向,有的人内向,有的人性情暴躁,有的人则安静沉着。这是气质方面的差异。有的人踏实勤恳,有的人敷衍懒惰;有的人自私虚伪,有的人大方诚挚。这是性格方面的差异。“人心不同,各如其面”,就是指人的个性心理特征方面存在的差异。

(二) 旅游心理学

旅游活动的主体是人,其心理活动对旅游活动有着决定性影响。例如,旅游者的旅游动机是什么,旅游者的个性意志与旅游行为有什么关系,社会风气、文化习俗对旅游者有什么影响;旅游者在旅游活动中在生理上、心理上需要得到什么样的满足,怎样的服务和管理才能使旅游者感到满意等等,这些都需要从心理学的角度进行深入研究。旅游心理学就是专门研究旅游活动中人们的心理和行为及其规律的科学。它主要研究旅游者的心理活动、旅游从业人员的心理活动和旅游服务、旅游管理中的心理问题。旅游心理学是以心理学为理论基础的应用性学科,是将心理学的研究成果及其一般原理运用到旅游领域而形成的一门新兴学科。

二、旅游心理学的兴起

(一) 旅游业的发展

1. 旅游的含义

1991年6月25日,世界旅游组织在加拿大召开了“旅游统计国际大会”,对旅游基本概念作了新的定义:旅游是包括人们为了休闲、商务和其他目的,离开他们惯常的环境,到某些地方去以及在某些地方停留,但连续不超过一年的活动。

这一定义的特点是：除商务活动和其他目的外，突出了“休闲”。随着世界各国包括我国在内的经济、科学技术、文化的发展，个人经济收入及自由支配时间的增加（如不少国家实行每星期五天工作制），劳动与休闲成为人们生活不可分割的两个方面。法国社会学家杜马兹迪埃（Joffre Dumazedier）在《走向休闲的社会》一书中提出了对休闲的看法：“所谓休闲，就是用个人从工作岗位、家庭、社会义务中解脱出来的时间，为了休息，为了消遣，以及为了自发地参加社会活动和自由创造力而进行的随心所欲活动的总称。”

2. 人类旅游活动的发展

旅游活动作为在一定社会经济条件下发生和发展的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。旅游和人们的心理活动密不可分，人们从事旅游活动是在心理活动的驱使下进行的。人类旅游活动一般可以按时间发展分为古代、近代、现代三个阶段。

（1）古代旅游。旅游活动在古代何时出现，一些历史学家、旅游学专家说法不一。上古原始社会的人类，由于生产工具简陋和生产力的低下，人类生存无时不在饥饿和自然灾害侵袭的威胁之中，在客观上既无旅行的物质基础，主观上亦无外出旅游的愿望。当时虽因气候天灾等自然原因，或战争的威胁，人类为求生被迫从一个地方转移到另一个地方，但这不属于现今意义的旅游。

人类有意识的外出旅游活动，应始于原始社会末期，并在奴隶社会时期得到了迅速的发展。但这主要不是消遣和度假活动，而是由产品或商品交换而促发的。有人认为，世界最早的旅游活动，大约是在公元前 4000 年出现的，当时的巴比伦王国发明了钱币、文字和车轮，人们既可以用货币，也可以用货物来支付他们的交通和食宿费用。这些旅游活动是由于贸易的发展而产生的。公元前 1490 年，古埃及霍茨海贝塞女王奔走诸国之行，或许是有史以来第一次以寻找安宁和观光为目的的旅游。在埃及的狄爱儿拜哈里神庙的墙上，记载着这次重大巡游事件的经过。

小 知 识

我国历史上记载最早的、行程最远的旅行家是西汉的张骞。他于公元前 139 年奉汉武帝之命出使西域，越过葱岭，途经大宛、康居、大月氏、大夏（今中亚一带）等地，在外 13 年，为发展汉朝与中亚各地人民的友好关系做出了很大的贡献。另外，还有我国西汉的司马迁，20 岁就开始游历全国，为写《史记》积累了丰富的资料；明代的徐霞客游历全国，留下了《徐霞客游记》。

（2）近代旅游。就整个世界的旅游发展来说，到了 19 世纪初期，旅游在较多方面已开始具有今天意义的旅游特点。旅游作为一项经济事业是在 19 世纪 40 年代开始的。1841 年 7 月，英国人托马斯·库克利用包租火车方式，运载了 500 多人去参加一次禁酒大会。1845 年，他创办了世界上第一个旅行代理业务（也可以说世界上第一个旅行社），开始提供最早的

有组织的旅行服务,他设置了最早的导游员,编写了最早的《旅游手册》,还组织了其他方式的旅游活动,等等。他也因此被公认为现代旅游业的创始人。至1864年,经托马斯·库克组织的旅游人次已累计达100多万。从此,旅游不再是个人的消费活动,开始向商品化方向发展。

(3)现代旅游。现代旅游是指1945年第二次世界大战结束到今天这一时间段。世界经济迅速发展、闲暇时间的增加,高科技发展促使交通运输工具的进步,都促使现代旅游在世界范围内蓬勃发展。旅游作为一种休闲方式,越来越被人们所接受,成为人们重要的精神享受和现代文明生活的一个标志。

我国的旅游业在党的十一届三中全会后,从1978年到1998年的20年间,实现了由旅游资源大国到亚洲旅游大国的历史性跨越。1978年我国入境人数只有180.9万人次,居世界第48位;旅游创汇仅2.63亿美元,居世界第41位。据统计,1998年我国的入境旅游有6437.8万人次,位居世界第6位;创汇126亿美元,世界排名为第7位。随着经济的发展,特别是我国实行“五一”、“十一”长假后,出游的人数明显增多。

(二) 旅游心理学的产生与发展

旅游心理学产生于20世纪70年代末,最早散见于一些国外学者在报刊上发表的关于旅游中的心理学问题研究的文章。我国学者也随后在20世纪80年代中期开始了旅游心理学的教学与科研。

1981年,美国CBI公司出版了由佛罗里达中心大学老迪克·波普旅游研究所所长小爱德华·J·梅奥和商业管理学院副院长兰斯·P·贾维斯两位博士的著作《闲暇旅行心理学》(The Psychology of Leisure Travel),该书第一次从行为科学角度考察旅游和旅游业,从心理学角度分析研究旅游者的旅游行为,揭开了旅游心理学研究的序幕。日本等一些国家的学者也相继开展了旅游心理学的研究。

国外学者对旅游心理学的研究有两条思路。一种是以旅游者对象,研究旅游者消费行为的一般规律,以美国学者小爱德华·J·梅奥和兰斯·P·贾维斯两位博士的著作《闲暇旅行心理学》为代表,该书以旅游企业如何有效地进行市场营销为出发点,详细地分析了知觉、学习、人格、动机、态度等心理因素以及角色与家庭、参照群体、社会阶层、文化和亚文化等社会因素对旅游消费行为的影响。另一种是研究旅游工作者和旅游者的互动关系。以相互作用分析为理论基础,对旅游接待业中的人际关系进行了深刻的分析。其代表著作有美国旅游专家Donald E. Lundberg的Human Relation in Hospitality Industry等。

改革开放后,随着我国旅游业的发展,我国学者也随后在20世纪80年代中期开始了旅游心理学的研究工作。开始的时候,是直接把国外的有关旅游心理学的著作拿来,介绍国外一些先进的研究成果和理论,如《闲暇旅行心理学》的中文译本。后来,许多专家学者为建立有中国特色的“旅游心理学”体系付出了艰辛的劳动,对旅游心理学的研究越来越深入。截至今日,正式出版的“旅游心理学”教材、专著已经有数十种。这些教材在吸收、借鉴国外理

论的同时,注意结合中国国情和我国旅游业的实际,为我国旅游心理学的发展奠定了基础。目前,对旅游心理学的研究已经深入到许多具体的问题,并在许多问题上产生了不少新观念和新观点,较高水平的论著和论文不断问世,旅游心理学的研究正在不断向前发展。

三、旅游心理学的研究对象和任务

旅游心理学是以进行旅游活动的人(旅游者和旅游从业人员)的心理活动和行为及其规律为研究对象。这一研究对象包括旅游者的心理活动过程和个性心理;旅游者的心理、动机与个性特征;旅游条件对旅游者的心理影响;旅游服务心理及其对旅游者的影响;旅游管理心理。旅游者和旅游从业人员的心理活动是错综复杂的,他们的心理活动趋向决定着旅游业的发展方向。旅游心理学的任务就是要通过对以上内容的深入研究,从根本上揭示出旅游活动的基本规律,用以指导旅游业务的服务和管理。

(一) 分析和研究旅游者的心理活动规律

旅游者是旅游活动的主体,是旅游心理学的主要研究对象。人们为什么要旅游?在旅游过程中人们怎样去感知周围的事物?人们在旅游中的态度是如何变化的?有哪些因素形成旅游者之间的个别差异?旅游者对旅游企业的服务是否满意?这些问题关系到旅游业的健康发展,必须从理论和实践方面进行深入分析研究。要想深入地了解旅游现象,就必须分析旅游者的心理和行为。所以,建立和解释旅游者旅游学理和行为的理论模式是旅游心理学的一个重要任务。了解旅游者的心理活动、规律以及掌握研究旅游者心理活动的方法,可以帮助我们科学地、正确地了解我们的工作对象。

(二) 分析和研究旅游从业人员的心理活动规律

旅游从业人员包括服务人员和管理者。服务人员和管理者的情绪、态度关系到服务质量的好坏,关系到旅游企业的形象和经营成败。因此,在了解旅游者心理活动规律的基础上,旅游心理学还必须分析研究旅游从业人员的心理,从而揭示出旅游服务人员和管理者的心理特点及应具备的心理品质,找出培养和锻炼良好的心理品质的途径。

(三) 从心理学的角度,分析和研究旅游工作中的指导思想和服务措施

在了解旅游者和旅游工作者心理活动的基础上,旅游心理学要在酒店服务、导游服务、旅游商品和交通服务及旅游资源开发等方面进行研究,即在旅游过程中的食、住、行、游、娱、购几个方面,总结出符合旅游者心理的服务规律,帮助旅游业服务人员有效地开展工作,争取最佳的服务效果。研究怎样运用心理学原理精心考虑和安排旅游设施、开发旅游资源,使旅游者更舒适、更愉快。

(四) 旅游管理能力和领导艺术

领导行为是领导者或领导集团心理活动的结果,又是其完整的心理面貌在领导活动全过程中的外在表现。领导者或领导集团以完整的心理面貌来实现领导功能,并组织与激励

下属组织和成员为完成共同目标而努力工作的活动,构成了领导行为过程。领导者的管理水平和领导艺术与心理有密切关系,所以通过对领导行为过程心理进行专门研究,提高旅游企业的领导管理能力和领导艺术水平,是学习旅游心理学的重要任务之一。

第二节 旅游心理学的研究方法

任何一门学科都有适合于揭示其研究对象的特征、规律的基本原则和研究方法,旅游心理学也不例外。

一、旅游心理学研究的基本原则

(一) 客观性原则

客观性原则是指研究者按照旅游活动中的人的心理活动的本来面目研究其特点与规律所遵循的法则或标准。

从不出门的人,必定是
满腹偏见。

——杰哥尔多尼

旅游活动中的人的心理活动的内容来源于客观现实,通过旅游活动的实践对客观现实进行反映。它同其他现象一样是一种客观存在的事实,有其发生、发展的规律性。客观性原则要求研究者必须坚持实事求是的科学态度,按照旅游活动中的人的心理现象的本来面目去考察、研究其特点及规律,而不能附加个人主观的任何臆想和猜测。研究者在研究过程中要运用一定的方法去获得旅游活动中的人的心理和行为表现的大量的材料和数据,即第一手材料,并对第一手材料进行科学分析,从而作出基本符合研究对象的心理真实状况的结论。如果违反客观性原则的上述要求,就不能保证研究结论的科学性。

(二) 联系性原则

联系性原则是指研究者在旅游活动内外因素相互联系和相互制约的作用下,考察、研究人的心理活动所遵循的法则或标准。

联系性原则要求研究者在观察研究旅游活动中的人的心理活动时,必须考虑各种内部、外部因素之间的相互联系和制约作用,注意把某一心理活动放在多层次、多因素的系统进行分析。旅游活动中人的心理活动是一个极其复杂的动态系统,它与外部因素、旅游内容、旅游设施及其他心理现象之间都有紧密的联系。其中,任何一种因素的变化,都会引起人的不同程度的心理变化。研究者在分析它们之间的联系时,要特别注意分析它们之间的本质联系和非本质联系、必然联系和偶然联系、主要联系和次要联系、直接联系和间接联系等,决不能把旅游活动中人的心理现象当作孤立的東西进行简单研究。

(三) 发展性原则

发展性原则是指研究者根据旅游过程中客观刺激物的发展变化来考察、研究心理活动

所遵循的法则或标准。

世界上的任何事物都处在永恒的运动和不断的发展变化之中。旅游活动中的心理活动是客观事物的主观反映。它必须随着客观事物的发展变化而不断地发展变化,任何静止的心理活动都是不存在的。发展性原则要求研究者坚持用动态的、发展的观点,把旅游活动中的人的心理活动看作一个发展变化的过程进行研究。研究者研究个体旅游者的某一心理活动,必须根据游览的景点(区)、旅游设施、旅游者的年龄的变化进行研究;研究旅游从业人员的某一心理品质的形成,要根据旅游企业内外环境和实践活动的发展变化作出符合实际的结论。发展性原则还要求研究者不仅对旅游活动中的人的心理活动作出符合实际的结论,而且要根据心理学的原理对其将来的变化发展作预测,以便自觉地超前地引导旅游者的旅游活动,促进旅游消费,发展旅游事业。

(四)理论联系实际原则

理论联系实际原则是指研究者的研究成果为旅游业的实践服务时所遵循的法则或标准。

理论是人们由实践概括出来的关于自然界和社会的知识的有系统的结论,是人们把感性材料加以整理和改造而达到的思维成果。实践即社会实践,是人类能动地改造自然和社会的活动,是主观见之于客观的东西。理论和实践的统一,是马克思列宁主义认识论的一个根本原则。理论与实践的关系是辩证的,理论来源于实践,理论在实践中得到检验与发展,理论为实践服务并指导实践。理论与实践的辩证关系决定了旅游心理学的研究必须坚持理论联系实际的原则。理论联系实际的原则要求旅游心理学的研究课题要密切联系旅游服务工作的实际,了解旅游服务和旅游企业管理中需要解决的主要问题,从中提出心理活动的有关研究课题;旅游心理学研究的成果要为发展旅游业的实践服务。

二、旅游心理学研究的具体方法

(一)观察法

观察法是指研究者在自然条件下,有目的、有计划、有系统地直接观察被研究者的外部表现,了解其心理活动产生和发展的规律性的方法。旅游心理是在旅游活动中的人的大脑内进行的,不可能被直接观察到,它决定、支配旅游活动中的行为。它必然通过旅游者和旅游从业人员的言语、表情、动作表现出来。研究者只要有目的、有计划、有系统地观察、研究,是可以了解他们的心理状态、心理特征及其规律性的。

观察法,根据观察时情境不同,可分为自然观察和控制观察(自然实验法和实验室实验法);根据观察者和被观察者之间的关系,又可分为参与观察和非参与观察。

观察法的要求:观察者在观察前,要确立明确的观察目的、制订可行的观察计划、写好详细的观察提纲;在观察过程中,要注意捕捉多种现象,准确、详细地做好观察记录;观察后,要认真整理和分析观察记录的材料,从中引出科学的结论。

观察法的优点：观察者对被观察者的心理、行为进行直接了解，获得第一手资料，能保持被观察者的心理、行为表现的自然性和客观性；在自然条件下进行观察，被观察者的正常活动不受干扰，收集的资料真实，得出的结论比较符合实际情况；方法的操作简便易行，可以涉及相当广泛的内容。

观察法的缺点：观察者处于被动地位，只有消极地等待需要观察的心理和行为；在自然条件下，对被观察者的心理、行为难以进行重复观察，致使观察的结果难以进行检验和证实；自然条件下影响被观察者的心理、行为的因素复杂多变，观察的结果难以进行精确分析；观察的结果容易受观察者自身因素的影响。

（二）调查法

调查法是指调查者通过事先拟定一系列问题，对不能直接观察到的被调查者的心理现象，收集信息以分析其心理及发展规律性的方法。在旅游活动中，调查者向旅游者明确地提出需要调查的问题，通过对方对所提问题的回答来了解其心理特点及心理倾向，如旅游者的需要、旅游者的动机、旅游者的知觉、旅游者的旅游偏好及旅游者的情绪特征等。

调查法的具体方式有下列几种。

1. 座谈会。座谈会是邀请旅游者或其他社会人士举行座谈，就需要了解的问题请他们自由地发表自己的看法、意见和愿望，从而了解他们的心理倾向。

2. 问卷法。问卷法是指调查者事先把要调查的内容拟成一个个问题，印成问卷，通过被调查者的书面回答，以了解他们的心理倾向的方法。

问卷法在实际应用中，可采取开放型问卷和封闭型问卷两种。

(1) 开放型问卷，即让被调查者对每一个问题可根据自己的情况自由作答。例如，你对某旅游景点有何评价？您希望旅行社还应该在哪些地方进行改进？此类问卷常用于探索性研究。开放型问卷能得到生动、丰富的原始资料，有时还能得到研究者没有考虑到的信息，但所得资料不易进行编码和统计分析。

(2) 封闭型问卷是指调查者对所调查的问题事先给出两个或两个以上的答案，被调查者只能按调查者的要求选择一个或几个答案。具体可分为是非法、选择法、等级排列法。

3. 谈话法。谈话法是指调查者运用谈话的方法，了解被调查者的心理特点及其倾向的方法。在旅游活动中，调查者与旅游者在适当的场合与时机通过友好、真诚的交谈，了解旅游者的需要、动机、兴趣、情绪、意向及气质、性格等个性心理特征等。

调查法的要求：调查者在调查前确定调查的目的、制订可行的调查计划、编写调查提纲或问卷、拟定被调查的对象；在调查过程中要准确、详细地做好调查记录和及时收集问卷资料；调查后，认真整理、分析调查中收集的所有资料，作出比较科学的结论。

调查法的优点：它可以对很大范围的调查对象进行调查研究。其中，座谈会、谈话法简便易行，调查者与被调查者可直接、反复地交谈。

调查法的缺点：它不便于随时随地进行。它需要被调查者付出一定的时间代价和选定

合适的地点。其中,座谈会的参加者,彼此易受从众心理和暗示心理的影响。问卷法的问卷回收率偏低,取得的材料难以进行质量分析,不能将卷面答案与被调查者的心理与行为表现进行核实与对比分析。谈话法在非自然状态下进行,变量不易控制,客观性差;谈话内容受被调查者主观因素(有心理准备)的影响,不一定可靠;掌握谈话技巧有一定的难度。

(三) 测量法

测量法是指研究者采用标准化的心理测量表或精密的测验仪器测量被研究者的有关心理品质和行为反应的研究方法。测量法按内容可分为能力测验、气质测验、性格测验、态度测验、职业性向测验、领导功能测验、人际关系测验;按形式可分为文字测验和非文字测验等。心理测量常用于旅游企业的人员选拔、人员考核、人力资源的配置等。

测量法除了观察法、调查法的一般要求外,还要注意两个基本要求,即测量的信度和效度。信度是指一次测量的可靠程度,即测得的结果的可重复性。效度是指一次有效地测量了所需要的心理品质,即测量的结果与测量的目的的一致或者符合。否则,测量的信度和效度就低了。为保证心理测量的信度与效度,一要对某种心理品质进行深入研究;二要注意量表的科学性。

测量法的优点:具有普遍的应用价值,可以大面积运用;测量结果能进行定量分析,具有一定的信度与效度;信息反馈迅速;成本较低。

测量法的缺点:量表的制作有一定的难度;研究者要有心理学的专业知识与技能;被研究者如不配合,数据难以精确;处理数据的工作量大。

(四) 自然实验法

自然实验法亦称现场实验法。它是指研究者在自然条件下,对创造或改变一些条件所引起的被实验者的某些心理现象进行研究的方法。该方法应用于旅游心理研究,就是研究者把旅游者、旅游从业人员作为实验对象。实验时,先将实验对象分组,然后将其放在一种特殊的环境中进行有控制的观察。如选择两个基本相等的旅游组和服务组,将他们分在两个楼面的客房,采用不同的服务方式。一个组以当面服务为主,一个组以背面服务为主,也可以一个组采用标准服务方式,一个组采用个性化服务方式。观察、分析条件变化对实验对象的心理和行为的影响,即分析条件变化(自变量)与实验结果(因变量)的相关性,找出规律性的东西。

自然实验法的基本要求与观察法、调查法相同。

自然实验法的优点:它把实验法的主动性和观察法的自然性相结合,排除了实验室实验的人为性质与观察法的观察者的被动局面;能揭示实验对象的心理与行为变化的原因,有数量指标,便于定量分析;实验研究与日常生活相结合,研究的结果比较切合实际,具有实践意义和应用价值。

自然实验法的缺点:实验情境不容易严格控制;客观指标的制定和变量的分析比较困难。所以,在许多情况下还需要由实验室实验法加以检验和补充。但是,实验室实验法由于

其条件、要求难以达到,加之操作难度较大,在旅游心理中一般不予使用。

(五) 资料分析法

资料分析法是指研究者在对旅游活动中的人进行全面综合分析的基础上,对各类对象作旅游心理的纵向和横向比较的研究方法。研究者采用这一方法,可以对不同年龄、性别、阶层、文化教育程度和经济收入的旅游者分别进行旅游心理分析;可对来自不同国家和地区的旅游者进行旅游心理分析,从而发现同一类型的旅游者共同的旅游心理特征和心理倾向;在对不同旅游群体分别研究的基础上,对各类旅游者的心理特点进行比较,从中可以发现他们之中哪一类型的旅游者的旅游需要最迫切、旅游动机最强烈,哪一种旅游的内容和服务方式最能满足他们的需要。

资料分析法要求研究者有目的、有计划、有准备地选定研究对象;通过各种渠道,充分地收集有关资料;对所占有的资料用科学的方法加以归类、对比分析,作出比较符合实际的结论。

资料分析法的优点:有普遍的应用价值;研究的结果可比性强;操作简单方便。

资料分析法的缺点:涉及的研究对象和研究的内容多;对各种资料的归类、比较,工作量大,费时较长;对原有的资料的真伪难以验证。

旅游心理学的研究方法还有很多,在此不一一介绍。旅游心理学的研究方法各有优点和缺点。鉴于旅游心理活动的特殊性与复杂性,研究者在研究旅游心理现象时,应该根据旅游者的特点和具体任务的要求,选择一种或几种研究方法。

第三节 研究旅游心理学的意义

从旅游心理学产生和发展的过程,我们可以看出,旅游心理学是旅游发展的产物,具有明显的社会性、科学性和应用性。旅游心理学同时也是旅游发展的推动力量。对它的研究,有助于旅游事业的发展 and 旅游服务质量的提高,有助于提高旅游企业的经营和管理水平,有助于科学合理地开发旅游资源和安排旅游设施,这些对于我国旅游事业的发展和经济腾飞有着重要的意义。

旅行对我来说,是恢复
青春活力的源泉。

——安徒生

一、有助于旅游事业的发展和旅游服务质量的提高

(一) 有助于旅游事业的发展

旅游产品要能够满足旅游者的需要,这是旅游业生存和发展的主要前提。旅游者有哪

些需要,又如何满足旅游者的这些需要,是一个科学的问题,需要旅游从业人员具备一些旅游心理学知识才能回答。旅游心理学还可指导旅游企业或旅游从业人员了解旅游者的旅游动机、态度、人格等方面的心理特点,了解不同性别、年龄、国籍、民族等的心理特点及其差异。这样,提供服务时,就能做到有的放矢,提供有针对性的服务,这样才能赢得旅游者,使旅游企业蓬勃发展。

我国改革开放以来的旅游市场飞速发展,在旅游设施等硬件上进步神速,修通了连接景区景点的高速公路,食宿条件也明显改善。但是,我们应该看到,我国的旅游业在软件方面和国外先进国家还存在着明显的差距,差距来自于哪里呢?有人认为来自于旅游从业人员的素质良莠不齐,其实归根结底,差距来自观念,来自对旅游者一般和特殊旅游心理规律的把握上。俗话说:“革命事业需要有革命的理论”,旅游事业要想向前发展,也必须有“正确的理论”作为指导,这个“正确的理论”一部分就来自对旅游心理的认真研究。

(二)有助于提高服务水平

1. 热情接待旅游者

旅游者到景区景点来,不仅想看到秀美的风景,还想得到旅游从业人员热情、耐心的接待服务。旅游心理学可以指导导游员如何根据游客的心理特点,热情接待、耐心服务,提高旅游者的满意程度。

2. 提供售后服务保证

良好的服务不仅要有良好的服务态度,还要使旅游者旅游活动结束后有安全感,即要处理好游客的抱怨与投诉,这也是旅游心理学中提倡的提高服务水平的一种手段。

二、有助于提高旅游企业的经营和管理水平

旅游心理学可以为旅游企业经营发展提供心理依据。旅游企业管理人员可以利用旅游心理学知识去分析游客的心理趋势,开展有效的宣传活动、招徕游客,制定科学合理的经营措施,促进旅游企业的顺利发展。还可以研究旅游企业员工的心理,搞好管理工作。比如,管理学专家道格拉斯·麦格雷戈(Douglas McGregor)提出了有关人性的两种截然不同的观点:一种是基本上消极的 X 理论(Theory X);另一种是基本上积极的 Y 理论(Theory Y)。信奉“X 理论”的管理者更多地看到了人性的弱点,信奉“Y 理论”的管理者则更多地看到了人性的优点。如果说“严”是为了防止人们表现出人性的弱点,那么“爱”就是要创造条件,让人们更充分地表现出人性的优点。作为一个管理者,应该实行“严”和“爱”相结合的管理,这样才能更好地激发员工的工作积极性。

三、有助于科学合理地开发旅游资源和安排旅游设施

(一)为科学安排旅游设施提供心理学依据

旅游设施的安排必须以人为本,以“旅游者”为本,要考虑到游客的生理需要和心理需

要。旅游设施的安排要体现一定的心理规律。一所学校可分为教学区、活动区、实验区,一个工厂可分为生产区、生活区等。景区景点在安排旅游设施上也需要划分一定的区域,每个区域都有自己的一些特色,要讲究旅游活动的动静结合,劳逸结合。消费者在逛商场时会发现,商场的入口处或一层陈设的商品一般是玻璃制品、工艺品或化妆品,这样陈设的目的是想给消费者留下美好的第一印象。安排旅游设施时我们也可以借鉴这一原理,在景区景点的入口处应该设置一些能给游客留下美好印象的宣传画、雕塑等。

(二)为开发旅游资源提供心理学依据

旅游资源是开展旅游活动,发展现代旅游业的先决条件之一。旅游资源作为旅游客体,与旅游主体(旅游者)和旅游媒体(旅行社)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结合起来才能成为旅游目的地。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。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学依据。这样既发挥了吸引游客的作用,又达到争取和扩大客源的预期目的。

知识拓展

调查问卷的类型和设计技巧

◆问卷类型

问卷的类型,可以从不同角度进行划分。按问题答案划分,可以分为结构式、半结构式、开放式3种;按调查方式划分,可以分为访问问卷和自填问卷;按问卷用途分,则分为甄别问卷、调查问卷和回访问卷等。

一、按问题答案划分

按问题答案划分,问卷可分为结构式、开放式、半结构式3种基本类型。

1. 结构式

通常也称为封闭式或闭口式。这种问卷的答案是研究者在问卷上早已确定的,由回卷者认真选择一个回答划上圈或打上对号就可以了。

2. 开放式

开放试问卷也称为开口式。这种问卷不设置固定的答案,让回卷者自由发挥。

3. 半结构式

这种问卷介于结构式和开放式两者之间,问题的答案既有固定的、标准的,也有让回卷者自由发挥的,吸取了两者的长处。这类问卷在实际调查中运用还是比较广泛的。

二、按调查方式分

按调查方式分,问卷可分为:自填问卷和访问问卷。自填问卷是由被访者自己填答的问卷。访问问卷是访问员通过采访被访问者,由访问员填答的问卷。自填式问卷由于发送的方式不同而又分为发送问卷和邮寄问卷两类。发送问卷是由调查员直接将问卷送到被访问者手中,并由调查员直接回收的调查形式。而邮寄问卷是由调查单位直接邮寄给被访者,被访者自己填写答案后,再邮寄回调查单位的调查形式。

这几种调查形式的特点是:访问问卷的回收率最高,填答的结果也最可靠,但是成本高,费时长,这种问卷的回收率一般要求在90%以上;邮寄问卷,回收率低,调查过程不能进行控制,因此可信性与有效性都较低。而且由于回收率低,会导致样本出现偏差,影响样本对总体的判断。一般来讲,邮寄问卷的回收率在50%左右就可以了;发送式自填问卷的优缺点介于上述两者之间,回收率要求在67%以上。

三、按问卷用途分

按问卷用途来分,可分为3种,即甄别问卷、调查问卷和回访问卷(复核问卷)。

1. 甄别问卷

甄别问卷是为了保证调查的被访者确实是调查产品的目标消费者而设计的一组问题。它一般包括对个体自然状态变量的排除、对产品适用性的排除、对产品使用频率的排除、对产品评价有特殊影响状态的排除和对调查拒绝的排除五个方面。

2. 调查问卷

调查问卷是问卷调查最基本的方法,也是研究的主体形式。任何调查,可以没有甄别问卷,也可以没有复核问卷,但是必须有调查问卷,它是分析的基础。

3. 回访问卷

回访问卷,又称复核问卷,是指为了检查调查员是否按照访问要求进行调查而设计的一种监督形式问卷。它是由卷首语、甄别问卷的所有问题和调查问卷中的一些关键性问题所组成。

◆ 调查问卷的设计技巧

1. 事实性问题

事实性问题主要是要求应答者回答一些有关事实的问题。例如,你通常什么时候看电视?

事实性问题的主要目的在于求取事实资料,因此问题中的字眼定义必须清楚,让应答者了解后能正确回答。

市场调查,许多问题均属事实性问题,例如应答者个人的资料:职业、收入、家庭状况、居住环境、教育程度等。这些问题又称为分类性问题,因为可根据所获得的资料将应答者分类。在问卷之中,通常将事实性问题放在后边,以免应答者在回答有关个人的问题时有所顾忌,因而影响以后的答案。

2. 意见性问题

在问卷中,往往会询问应答者一些有关意见或态度的问题。例如,你是否喜欢××电视节目?

通常而言,应答者会受到问题所用字眼和问题次序的影响,即不同反应,因而答案也有所不同。对于事实性问题,可将答案与已知资料加以比较。但在意见性问题方面则较难作比较工作,因应答者对同样问题所作的反应各不相同。因此,意见性问题的设计远较事实性问题困难。意见性问题通常有两种处理方法:其一是对意见性问题的答案只用百分比表示等。另一方法则旨在衡量应答者的态度,故可将答案化成分数。

3. 困窘性问题

困窘性问题是指应答者不愿在调查员面前作答的某些问题,比如关于私人的问题,或不为一般社会道德所接纳的行为、态度,或属有碍声誉的问题。例如:平均说来,每个月你打几次麻将?除了你工作收入外,尚有其他收入吗?

如果一定要想获得困窘性问题的答案,又避免应答作不真实回答,可采用以下方法。

(1)间接问题法。不直接询问应答者对某事项的观点,而改问他认为其他事项的看法如何。

(2)卡片整理法。将困窘性问题的答案分为“是”与“否”两类,调查员可暂时走开,让应答者自己取卡片投入箱中,以减低困窘气氛。应答者在无调查员看见的情况下,选取正确答案的可能性会提高不少。

(3)随机反应法。根据随机反应法,可估计出回答困窘问题的人数。

4. 断定性问题。

些问题是先假定应答者已有该种态度或行为。

例如,你每天抽多少支香烟?事实上该应答者极可能根本不抽烟,这种问题则为断定性问题。正确处理这种问题的方法是在断定性问题之前加一条“过滤”问题。

例如,你抽烟吗?

如果应答者回答“是”,用断定问题继续问下去才有意义,否则在过滤问题后就应停止。

5. 假设性问题

有许多问题是先假定一种情况,然后询问应答者在该种情况下,他会采取什么行动。

例如,如果××晚报涨价至2元,你是否将改看另一种未涨价的晚报?

你是否愿意加薪?

对于假设性问题,应答者多数会答“是”。这种探测应答者未来行为的问题,应答者的答案事实上没有多大意义,因为多数人都愿意尝试一种新东西,或获得一些新经验。

摘自:百度百科



重点回顾

旅游心理学就是专门研究旅游活动中人们的心理和行为及其规律的科学。它主要研究旅游者的心理活动,旅游从业人员的心理活动和旅游服务、旅游管理中的心理问题。

旅游心理学研究的基本原则包括客观性原则、联系性原则、发展性原则和理论联系实际原则四个原则。其研究的具体方法有观察法、调查法、测量法、自然实验法和资料分析法五种。

研究旅游心理学对于我国旅游事业的发展和经济腾飞有着重要的意义:有助于旅游事业的发展 and 旅游服务质量的提高;有助于提高旅游企业的经营和管理水平;有助于科学合理地开发旅游资源和安排旅游设施等等。



巩固练习

一、实训题

从黄菊花看各国风俗

时值隆冬,北京街头已是银装素裹,大风呼啸,行人甚是稀少。可是在市中心和某大酒店里却张灯结彩,充满热闹景象。今晚这儿有一盛大宴会,各国在京的大商人将汇聚一堂,听取某大公司总经理关于寻找合作伙伴的讲话。

会后,客人被请到了大宴会厅。每张桌上都放着一盆大绣球似的黄菊花,远远望去甚是可爱。客人按指定的桌位一一坐定,过了一会儿,引位小姐发觉,左边有几张桌子前仍有数名客人站着,不知是对不上号还是有别的原因,于是她走上前去了解。原来,那些客人都是法国人,由于她不懂法语,只得把翻译请来,交谈后获知,法国人认为黄菊花是不吉利的,因此不肯入坐。

引位小姐赶紧取走插花,换上红玫瑰花束,客人脸色顿时转愁为喜,乐滋滋地坐下了,引位小姐再三请翻译转达她真切的歉意。

思考并回答:

1. 法国客人有怎样的心理需求?
2. 请列举出不同国家客人的生活习惯和禁忌

二、简答题

1. 旅游心理学的研究对象是什么?
2. 旅游心理学的研究内容有哪些?
3. 什么是旅游心理学研究的观察法?