

# 积极心理学在旅游学研究中的应用

吴茂英<sup>1</sup>, Philip L. Pearce<sup>2</sup>

(1. 浙江大学管理学院, 浙江 杭州 310058; 2. 澳大利亚詹姆斯库克大学, 昆士兰 汤斯维尔 4811)

**[摘要]**积极心理学是心理学研究的一个新思潮。它关注人类的积极品质,探索人类的美德,主张用开放的、欣赏的眼光去看待人类的潜能、动机和能力等。积极心理学不仅契合社会发展背景,而且迎合民众追求幸福的心理,因此其在学术研究和普通民众中的影响力日渐增加。在澳大利亚旅游心理学家菲利普·皮尔斯等(Philip Pearce, et al.)的引荐下,旅游学,一门致力于提升个人和社会的和谐发展与幸福指数的学科,也开始关注积极心理学的应用。文章首先阐述积极心理学的基本主张,注重条理化归纳,然后对积极心理学与旅游学的融合研究做重点述评,注重客观的应用性拓展研究介绍,最后结合国内外的研究现状和国内实情,认为积极心理学在旅游学研究中具有广泛的应用和提升空间,创新的核心是融合中国传统与当代文化,做有深度的研究。结合国内外研究现状,文章提出三个创新提升方向:关注旅游社区的居民福祉,聚焦旅游与游客个人发展、社会和谐的关系,关注日益庞大的老年旅游群体。

**[关键词]**积极心理学;旅游学;研究应用;福祉;幸福

**[中图分类号]**F59

**[文献标识码]**A

**[文章编号]**1002-5006(2014)01-0039-08

Doi:10.3969/j.issn.1002-5006.2014.01.004

作为一门新兴学科,旅游学的成长与成熟很大程度上受益于母学科(比如心理学、地理学、社会学、人类学、管理学等)的发展与成熟<sup>[1]</sup>。本文关注心理学的新兴领域,即积极心理学对旅游学研究的影响和启示。本文首先阐述积极心理学的起源与背景、基本观点及其研究领域。澳大利亚旅游心理学家菲利普·皮尔斯(Philip Pearce)认为积极心理学与旅游学具有本质上的共通性,都致力于传播社会正能量,致力于提升个人和社会的和谐发展与幸福指

数,并于2007年将积极心理学理论引入旅游学研究<sup>[2]</sup>。随后,积极心理学及其相关概念在旅游学研究中逐步得到应用,两者互相丰富和深化对方的研究内容。本文将重点介绍近年来积极心理学在旅游学中的应用研究。本文认为,积极心理学为旅游学研究打开了另一扇窗户,不仅能提升游客的旅游“畅爽”(flow)体验,也能提升旅游目的地的亲和力、适游性、宜居性,以及旅游从业者的幸福感。最后,结合我国积极心理学的研究现状、旅游业的发展现状和社会文化环境,提出创新的核心是融合中国传统文化与当代文化,做有深度的研究。为使本研究更具有抛砖引玉的作用,本文提出三大研究创新领域,以期深化研究,共同推动旅游学在人类与社会和谐发展中的作用。

## 1 积极心理学:起源与背景

积极心理学(positive psychology)是20世纪末全球心理学界正在兴起的一个研究领域。1999年,在美国心理协会的一次会议上,当时的美国心理学会(American Psychology Association, APA)主席马丁·塞里格曼(Martin Seligman)指出,面对新世纪,心理学研究内容迫切需要多元化和深化<sup>[3]</sup>。二战后,心理学一直以各种心理问题为研究核心,以探究或寻找治疗各种心理问题办法为主要任务,以理解和解释人的消极情绪为己任。在反思传统心理学的基础上,塞里格曼主张心理学应关注普通人,而不是狭隘的病态人群。心理学应该用一种开放、欣赏性的眼光去看待人类的潜能、动机和能力。2000年,塞里格曼和米哈里·克森特米哈伊(Mihaly Csikszentmihalyi)在《美国心理学家》上发表《积极心理学导论》一文,该文总结了早期分散在心理学各领域中有关积极心理学的研究成果,倡导该领域的研究应该向更深入、更广阔的方向发展,提出积极心理学的研究模式<sup>[3]</sup>。塞里格曼和克森特米哈伊指出,心理学不仅要研究消极心理,治疗人的精神或心理疾病,更要致力于使人类生活更加丰富、充实和有

**[收稿日期]**2013-04-19; **[修订日期]**2013-07-04

**[作者简介]**吴茂英(1984-),女,浙江缙云人,博士,讲师,主要研究方向为旅游社区关系、游客行为、旅游学研究方法等, E-mail: maoying.wu@gmail.com; Philip L. Pearce,男,博士,澳大利亚旅游学首席教授,主要研究方向为旅游心理学、游客行为学和主客互动, E-mail: philip.pearce@jcu.edu.au。

意义,还要鉴别和培养有天赋的人。在他们看来,积极心理学的发展是实现心理学本体价值回归的重大里程碑,因为它大大丰富了传统病理心理学的研究内容,并更贴近普通大众。它致力于研究普通人的活力与美德,主张研究人类的积极品质,充分挖掘人固有的潜在的具有建设性的力量,促进个人和社会的发展,使人类走向幸福<sup>[3]</sup>。

塞里格曼和克森特米哈伊的《积极心理学导论》这篇文章引起心理学界的强烈震撼与反思,标志着积极心理学的正式开始。同年,《美国心理学家》设立两期专刊,云集全球心理学家,专题讨论积极心理学的各个方面。在2000~2005年的短短5年期间,有19个心理学期刊设立了20个专刊探讨积极心理学的相关领域<sup>[4]</sup>,相关的学术研究和专著更是不断涌现<sup>[4-8]</sup>。《幸福学研究》(*Journal of Happiness Studies*)于2000年创刊,专门致力于积极心理学的核心问题“幸福”的研究。在美国心理学会网站上,键入“positive psychology”可以搜到3701篇相关文章(截止到2013年2月5日)。积极心理学研究开始成为心理学研究的一个重要分支。很多人(包括心理学家和非心理学家)日益认识到,人性中的优点是对抗心理疾病的重要调节和缓冲剂,开发和培养人性的优点,促进人的健康成长和幸福快乐已经成为当代心理学知识的增长点与兴奋点。

## 2 积极心理学的实证研究

积极心理学虽然是一种自上而下的心理学运动,但由于其契合社会发展背景,又迎合民众追求幸福的心理,因此其在学术研究和普通民众中的影响力日渐增加。在哈佛大学,积极心理学成为最受欢迎的大学生选修课程,相关讲义也红遍网络。

积极心理学关注三个层面的研究:在主观层面上,研究积极情绪(positive emotion)的主观体验,体现在对过去的满足和幸福感、对现在的快乐和幸福感以及对未来的希望和乐观主义;在个人层面上,研究积极的个人特质(positive personality),包括爱的能力、工作的能力、勇气、人际交往技巧、对美的感受力、毅力、宽容、创造性、关注未来、灵性、天赋和智慧等;在群体层面上的积极的组织系统(positive institutions),主要研究如何创造良好的社会环境促使个体发挥其人性中的积极层面,使个体成为具有责任感、利他主义、有礼貌、宽容和有职业道德的公民,进而提升组织的效能<sup>[5]</sup>。

积极情绪是积极心理学研究关注的一个重点。其中,最有影响的理论是芭芭拉·费列德雷克森

(Barbara Fredrickson)提出的积极情绪的“拓展—构建”理论(broaden and build theory of positive emotions)<sup>[9,10]</sup>。她认为,某些离散的积极情绪,包括高兴、兴趣、满足、自豪、爱等,都有拓展并构建个体即时的思想和行为的作用,如使个体在当时的情景条件下反应更准确、认知更全面、思维的创造性更活跃等。在扩展即时资源的基础上,积极情绪还有助于个体建立起长远的、有利于个人未来发展的资源(健康、文化适应力、智力等)。比如说,爱情是一种产生于安全与相互吸引基础之上的复合型的积极情绪,获得了满意爱情的个体经常能表现出一些爱的思想和行为,而这种爱的思想和行为能迁移到其生活的各个方面。在该领域中,研究最多的积极情绪是主观幸福感(subjective well-being)和快乐(happiness)。

积极人格是积极心理学研究的另一个领域。人格在日常生活中支持着个体的认知、情感和行为,人格的形成受遗传因素和后天的各种生活经验影响。积极人格是指个体能在生活中不断主动追求幸福并经常体验到这种幸福,同时又使自己的能力和潜力得到充分发挥。在24种积极人格的研究中,引起最多关注的人格特征是乐观(optimistic)<sup>[11]</sup>。

除了积极情绪与积极人格之外,积极心理学关注的第三个重点内容是积极的组织系统。积极心理学把那种能够促使个体获得更多积极体验并易于形成积极人格的环境系统称为积极的组织系统<sup>[3]</sup>。组织系统涵括宏观层面(国家、国际),中观层面(工作单位、社区等,主要涉及个体的生活圈和交际圈)和微观层面(一个人的核心生活圈,主要是指个体的家庭组织系统)。

积极心理学的三个层面互相联系。个体通过自身长期而稳定的积极体验形成积极人格。个体行为受情绪的影响很大,一般而言,积极体验较多的人会更出现积极行为。当一种行为出现多次而成为一种模式固定下来之后,这种行为就具有了人格特征。再加上个体自我内在动机的影响,这种人格行为就会转化为个体人格的一部分。而积极人格一旦形成,个体也可能有更多的积极体验。积极的社会组织系统则为获得积极体验和形成积极人格提供外在环境条件<sup>[3]</sup>。

和以上三个层面密切相关的是积极干预(positive interventions)<sup>[12,13]</sup>。塞里格曼和他的同事主张采用小规模干预,引导个体树立积极的体验和积极的人格,引导组织系统创造积极的环境。心理学内常见的干预包括记录每天的积极体验,记录

对他人和社会的感恩,记录个体的优点与长处,观察他人的优点和长处等。近年来,不少学者和个体指出,旅游休闲等行为具有很好的干预作用,能促进积极体验和人格的形成,同时影响外在的组织环境。下一部分将重点介绍积极心理学在旅游学研究中的应用。

### 3 积极心理学在旅游学中的应用

自2000年起,有关积极心理学的研究成果层出不穷,然而在旅游学中的运用却有些滞后。2007年,澳大利亚旅游心理学家菲利普·皮尔斯在国际旅游学会(International Academy for the Study of Tourism)的年度大会上,首次将积极心理学的概念引入游客行为研究<sup>[2]</sup>。在这篇文章中,皮尔斯分别示例积极体验和积极人格对游客、社区居民行为的影响。他以参与生物海洋学研究的志愿者为研究对象,采用“情绪轮”(emotion wheels)方法,让志愿者记录其在海洋保护志愿行动中的情绪体验和变化。其研究表明,积极情绪体验影响志愿者对自身身体健康的感知。在同一篇文章的另外一个案例中,皮尔斯关注人格特质对游客行为的影响。在一项澳大利亚大堡礁保护与开发的研究中,他对比大堡礁沿岸居民对大堡礁现状的感知和对未来的预期,将调研对象划分为乐观者、悲观者和中立者。该人格特征取向的社区居民聚类,对其环境行为有着良好的指示作用。

2009年,赛博斯特·费乐普(Sebastian Filep)从积极心理学角度系统考察澳洲赴西班牙旅游的青年游客的“畅爽”体验<sup>[14]</sup>。通过内容分析游客眼中“完美的一天”,费乐普发现几大与游客“畅爽”体验相关的重要旅游动机,比如亲密关系、归属感、安全感、舒适、好奇、刺激和自我发展。通过在西班牙多处古迹景点的现场调研,费乐普发现游客的满意度往往与以下因素有密切关系:技能和挑战的平衡、备受鼓舞的事件、时间流逝感、个体的兴趣和精力、探索与发现的机会。费乐普还发现,在后旅游阶段,游客对某次旅行的记忆往往和该旅游的技能、挑战平衡程度,以及旅游过程中的关键事件具有紧密联系。

2011年,皮尔斯、费乐普及罗斯(Ross)合作出版积极心理学与旅游学研究的整合专著《旅游者、旅游业与幸福生活》<sup>[15]</sup>。该书不仅关注旅游个体的旅游体验,也关注旅游发生的场景。该书首先回顾旅游学和心理学的发展历程,并指出旅游学研究和积极心理学研究的互补之处。皮尔斯及其同事认

为,与日常生活相异的旅游活动可以给个体带来幸福,因为人们在旅游过程中往往具有积极的情感,并积极投入/参与,产生积极的意义/收获。皮尔斯及其同事结合旅游行为的全过程,指出积极心理学在游客行为研究过程中的十大结合点。皮尔斯和费乐普关于积极心理学在旅游学中的应用研究不断深化,2012年,皮尔斯具体阐述了旅行伴侣、旅行规模与性质(比如大团队、拥挤的场所、专项旅游、小规模等)、与其他游客的互动、与东道主的互动等对个体旅游体验的影响<sup>[16]</sup>。同年,费乐普系统回顾了积极心理学理论,认为积极心理学的视角不仅可以提升游客的畅爽体验,还可以应用到旅游工作场所之中,创造快乐的工作环境和快乐的员工,和积极心理学研究的第三个层面相呼应。费乐普认为,乐观、幽默等积极心理学倡导的品质,如果能有效地运用到旅游企业中,将大大提升旅游企业的效率<sup>[17]</sup>。遗憾的是,这本2011年的专著,虽然从多视角介绍积极心理学在旅游学中的应用,但该书偏向理论介绍和讨论,实证研究匮乏。

在前期研究积累和反馈的基础上,费乐普和皮尔斯再接再厉。2013年,他们联合全球19位学者,编辑出版新书《游客体验与满足:积极心理学的启示》<sup>[18]</sup>。积极心理学大师和“畅爽”理论的研究先驱克森特米哈伊为这本书作序,充分强调了旅游对积极心理、幸福个体和和谐社会的贡献。克森特米哈伊认为,与心理学的众多实验干预、习惯培养等相比,旅游有潜力成为一种更积极的干预手段,强化积极的人生体验,培育积极的人格和快乐多元的组织文化。该书与前期研究的最大差异在于,有着翔实的实证研究,可读性大大增强。在这本书中,费乐普、皮尔斯及他们的同事关注旅游企业如何运用幽默的解说系统增进游客体验,东南亚SPA游客的体验与幸福,宗教游客的精神体验,徒步旅行对个体的积极影响,南非义工经历对个体日常生活和价值观的影响,不同类型的假期性质对个体健康和幸福的影响,以及访问博物馆和植物园等公共设施的积极体验<sup>[18]</sup>。这些实证研究尽管聚焦多元,但共同揭示出旅游行为可为个体和社会带来积极影响。这些好处与塞里格曼提出的幸福PERMA模型有异曲同工之妙。塞里格曼认为个体的幸福是多种因素合力作用的结果,包括积极情绪(P, positive emotions)、投入(E, engagement)、关系(R, relationships)、意义(M, meaning)和成就(A, achievement)<sup>[19]</sup>。具体概括见表1。



表 1 旅游行为对旅游个体的好处:积极心理学的视角<sup>[20]</sup>

Tab. 1 The benefits of travelling to individuals: perspectives from positive psychology<sup>[20]</sup>

| 塞里格曼的幸福 PERMA 模型<br>Seligman's happiness<br>PERMA model | 旅游的益处<br>The benefits of travelling        | 示例<br>Examples  |
|---|--|---|
| 积极情绪<br>P, positive emotions                            | 提升愉悦指数<br>Enhanced pleasure                | SPA 使人放松心情,感到愉悦和宁静;随着旅游经验的提升,很多人感到生活更愉悦   |
| 投入<br>E, engagement                                     | 提升能力<br>Greater competence                 | 旅游增强人们的环境适应能力、学习能力与交流能力;非洲义工旅行后,人们变得更加自信和乐观,忧虑和绝望情绪大大减少,对各种文化更加包容开放;对旅游学者这个特殊群体而言,旅行是增强其职业能力的必要途径   |
|   | 畅爽<br>Flow                                 | 全身心投入义工活动带来强烈的自我激励感;旅游促进畅爽体验,因为与畅爽体验的 9 个维度(挑战技能平衡、行为和知觉的融合、目标明确、及时反馈、全神贯注、潜在控制感、“忘我”、时间扭曲感、以自身为目的的体验)具有相通性;旅游解说中的幽默运用使游客更加投入,更加放松,完成高难度的挑战游戏 |
| 关系<br>R, relationships                                  | 培养积极的人际关系<br>Positive relationships        | 旅行过程中的人际关系以及对他人的关注有利于个人成长;与旅游场景中其他参与者的交流有助于脑力放松、体力恢复和积极沟通技能的培养  |
| 意义<br>M, meaning  | 促进个人转型<br>Personal transformation          | 旅游促进个人世界观、价值观的转变;更好应对人生各个阶段的挑战;义工旅行极大地影响人们的世界观以及日后的行为   |
| 成就<br>A, achievement                                    | 改善个人健康状况<br>Improved fitness level         | 旅行活动(长途远足)尽管带来暂时的肌肉疲劳,有利于人的身心健康;义工在完成志愿者行为之后,精力更加充沛;大部分义工活动和体力劳动相关,完成义工之旅后,不少人身体素质变好  |
|   | 提升整体生活质量<br>Better overall quality of life | 老年人的旅游活动能有效提升其生活满意度;游客的旅游满意度与其生活满意度密切相关;旅游经历与生活满意度呈正相关;旅游改善睡眠质量(SPA 经历、荷兰游客实例)  |

资料来源:Filep S, Pearce P L. A blueprint for positive tourism research [A]. //: Filep S, Pearce P L. (Eds.). *Tourist Experience and Fulfilment: Insights from Positive Psychology* [C]. New York: Taylor & Francis, 2013.

表 2 积极心理学在旅游学中的应用与结合点

Tab. 2 The connecting points between positive psychology and tourism studies

| 积极心理学的关注点<br>The interests of positive psychology | 积极心理学在旅游学中的应用<br>The adoption of positive psychology in tourism     | 相关文献<br>Relevant literature   |
|---|---|---|
| 积极的情绪<br>Positive emotion                         | 游客在旅行过程中的情绪变化影响其体验质量;情绪体验是游客体验的重要组成部分                               | Pearce, Wu, De Carlo & Rossi (2013)   |
| 积极的人格<br>Positive personality                     | 关注人格特征的研究与实证分析比以往关注人口统计变量的研究更有意义                                    | Pearce (2007); Schweinsberg, Wearing & Darcy (2012)                         |
| 积极的组织系统<br>Positive institutions                  | 旅游企业可以运用幽默等积极情绪提升员工的士气和工作效率;亲密的旅行伴侣促进积极的旅游体验;良好的主客互动增进交流,强化积极的旅游体验  | Pearce & Pabel (2013); Wu & Pearce (in press); 周亚庆、邹益民(2008)                |
| 积极的干预<br>Positive interventions                   | 休闲旅游是一种有效的干预措施;休闲旅游能给人和社会的全面发展带来积极的益处,比如身体健康、心理健康、人际互动、归属感、充实感和成就感等 | Driver, Brown & Peterson (1991); Uysal, Perdue & Sirgy (2012); 龙江智、王苏(2013) |

资料来源:笔者根据文献整理。

除了以上阐述的以皮尔斯和费乐普为主导的将积极心理学的理论应用到旅游学中的研究之外,国内外不少实证研究验证,虽然没直接采用积极心理学理论,却从多个角度支持和丰富了积极心理学的三个层面理论<sup>[21-25]</sup>。比如在组织层面,周亚庆和邹益民提出了快乐员工管理等新思维,并从管理平台、

职业修炼等角度进行研究<sup>[25]</sup>。此外,皮尔斯及其同事关于中国游客出境旅游体验从正反两方面提供了有力的案例,支持主客交往互动(旅游活动及体验的现场组织层面)对游客体验的重要影响。在米兰大教堂及其广场的研究,皮尔斯及其同事发现中国游客因为众多强买强卖的北非小商贩而产生不安全

等负面情绪体验<sup>[21]</sup>。吴和皮尔斯的中国游客澳洲游研究则表明,淳朴热情的当地居民极大地提升了中国游客积极的现场体验,甚至使他们的后旅游回忆充满乐趣<sup>[24]</sup>。除了情绪、人格和组织层面的研究外,不少关于生活质量和主观幸福感的研究开始涌现<sup>[26-28]</sup>。这些研究表明并支持旅游休闲是提升人类幸福的一种有效干预手段。表2总结了这些零散的,但可以支持积极心理学理论的若干研究。

#### 4 小结:创新空间取向

积极心理学作为研究人类幸福的学科,对促进人类福祉具有积极意义。中国正处于社会转型的大发展阶段,休闲制度日益完善<sup>[29]</sup>,引进和实践积极心理学理论具有积极的现实意义。在非旅游领域,介绍综述积极心理学理论的文章有不少<sup>[30-32]</sup>。近年来,探索类研究文章不断涌现,主要集中在教育心理学<sup>[33]</sup>和企业管理心理学领域<sup>[34]</sup>。旅游业,作为一个致力于“让人民群众更加满意的现代服务业”,与幸福有着天然的密切联系,与积极心理学倡导的基本主张有着高度一致性<sup>[35]</sup>。中国旅游业发展起步虽晚,但独具特色,因此,笔者认为在积极心理学和旅游学研究的交叉研究中,中国学者能够有所作为。笔者结合已有的研究和中国的特殊国情,认为创新的关键是融合中国传统文化(比如东方佛教思想、儒家思想和道教思想)与当代文化中蕴含的积极心理学因素,进一步探索积极心理学在旅游学研究的运用与创新。以往的积极心理学的研究对象以西方成人为主。一个人的幸福、快乐等是与其价值观、生活背景、社会文化特点和生理特点等因素综合联系在一起的,我们不能用一种人的幸福涵盖所有其他人(如儿童、东方人等)的幸福<sup>[36]</sup>。在旅游学研究中,中国传统文化对中国游客行为的影响<sup>[37,38]</sup>、对旅游地居民的旅游感知影响<sup>[39-41]</sup>,日益受到国内外学者的关注与证实。在将积极心理学引入旅游学研究的过程中,也要关注中国悠久的传统文化和繁荣的当代文化对此领域研究的影响。在文化为魂的引领下,笔者认为,中国学者可以更多地探讨旅游社区居民福祉,聚焦旅游与游客个人发展、社会和谐的关系,关注日益庞大的老年旅游群体等领域。

审视国际上关于积极心理学在旅游学中的研究,不难发现,大部分研究较多关注游客积极情感、积极投入和寻求意义而带来的“畅爽”体验、旅游幸福、生活幸福和满足<sup>[2,14,16]</sup>。相对而言,较少有研

究关注旅游目的地居民和旅游从业者因旅游业发展而引致的积极体验<sup>[42]</sup>。在中国,特别是中西部边远地区,旅游业是当地经济的重要支柱产业,旅游是架起沿海和内陆沟通的有效桥梁。旅游业开发给当地带来人流、物流和信息流,从而提升当地百姓的福祉<sup>[43-45]</sup>。以积极心理学为视角审视旅游业发展如何为多利益主体,特别是目的地居民谋福利,对构建和谐稳定平等宽容的社会具有积极的现实意义。值得注意的是,这里的社区居民,不仅包括从事旅游业的居民,也包括从事其他行业、但直接或间接受旅游业影响的居民。

纵观国际旅游市场,一个显著的特点就是中国游客以惊人的速度开始崛起。不管是国内旅游市场还是出境旅游市场,形势一片大好<sup>[46]</sup>。2012年,中国出境游客达到8200万,全球各大旅游目的地纷纷使出全身解数吸引中国游客<sup>[47-48]</sup>。随之,游客体验及行为研究日益增加。与积极心理学相结合,更多的研究可以探索中国游客的现场体验,如研究哪些因素有助于营造中国游客积极的情绪体验。同时,更多的研究可以探索旅游,特别是新的旅游方式(如日益流行的海外自助旅行、间隔年、沙发客、自驾游等),如何给游客带来收益。这些收益包括知识性学习(如拉萨的海拔、纽约的气候类型、亚马逊丛林的物种),技能提升(如跨文化沟通、语言能力、应急处理能力),更包括对自身生活方式和对自身所处社会环境的反思与改革(如个人生活习惯、交通管控、文化遗产、环境管理、公共服务)。这些研究将有利于使我们更好地成为有特色的世界公民,更好地实现个人发展、家庭和睦和社会和谐。

此外,积极心理学也可以应用到特殊群体研究。比如,随着老龄化社会现象的日益凸显,关注老年人生活质量的研究不断涌现。北美的“雪候鸟(Snowbirds)”<sup>[49]</sup>,澳大利亚的“白发游牧民族(Grey Nomads)”<sup>[50]</sup>,欧洲的退休群体(Retirees)<sup>[51]</sup>的房车自驾跨州旅行规模日益显著。他们的慢旅游(slow tourism)生活方式日益受到学者们的关注<sup>[52]</sup>。中国的老年群体的旅游、休闲活动与国际最流行的环绕国家/大洲追逐温暖气候的长途自驾旅游具有显著的差异<sup>[28]</sup>。正是这些差异,为中国学者对国际学术圈做出独特贡献提供基础。紧密结合积极心理学,我们可以探索老年人旅游、休闲、义工、第二居所等活动对旅游社区的多维度的积极影响,以及对其自身身心健康的贡献。这些研究将有利于中国多部门更好地迎接老龄化社会的众多挑战,更好地做好老

年工作,引导老年人更好地服务社会,更好地颐养生息。

#### 参考文献(References)

- [1] Pearce P L, Packer J. Minds on the move: New links from psychology to tourism [J]. *Annals of Tourism Research*, 2013, 40:386-411.
- [2] Pearce P L. *The Relationship between Positive Psychology and Tourist Behaviour Studies* [Z]. Mugla, Turkey: Paper presented at the International Academy for the Study of Tourism Conference, 2007.
- [3] Seligman M, Csikszentmihalyi M. Positive psychology: An introduction [J]. *American Psychologist*, 2000, 55(1):5-14.
- [4] Sheldon K, King L. Why positive psychology is necessary [J]. *American Psychologist*, 2001, 56(3):216-217.
- [5] Seligman M. *Authentic Happiness: Using the New Positive Psychology to Realize your Potential for Lasting Fulfilment* [M]. New York: Free Press, 2002. 1-7.
- [6] Gable S L, Haidt J. What (and Why) is positive psychology? [J]. *Review of General Psychology*, 2005, 9(2):103-110.
- [7] Csikszentmihalyi M, Csikszentmihalyi I. *A life worth living: Contributions to positive psychology* [M]. Oxford: Oxford University Press, 2006. 3-15.
- [8] Linley P A, Joseph S, Harrington S, et al. Positive psychology: Past, present and (possible) future [J]. *The Journal of Positive Psychology*, 2006, 1(1):3-16.
- [9] Fredrickson B L. What good are positive emotions? [J]. *Review of General Psychology*, 1998, 2(3):300-319.
- [10] Fredrickson B L. The role of positive emotions in positive psychology: The broaden-and-build theory of positive emotions [J]. *American Psychologist*, 2011, 56(3):218-226.
- [11] Peterson C, Seligman M. *Character Strengths and Virtues: A Handbook and Classification* [M]. Oxford: Oxford University Press, 2004. 53-92.
- [12] Seligman M, Steen T, Park N, et al. Positive psychology progress: Empirical validation of interventions [J]. *American Psychologist*, 2005, 60(5):410-421.
- [13] Senf K, Liao A K. The effects of positive interventions on happiness and depressive symptoms, with an examination of personality as a moderator [J]. *Journal of Happiness Studies*, 2013, 14(2):591-612.
- [14] Filep S. *Tourists' Happiness through the Lens of Positive Psychology* [D]. Townsville: James Cook University, 2009.
- [15] Pearce P L, Filep S, Ross G. *Tourists, Tourism and the Good Life* [M]. New York: Routledge, 2011. 1-26.
- [16] Pearce P L. Relationships and the tourism experience: Challenges for quality-of-life assessments [A]. //: M. Uysal M, Perdue R, Sirgy J. *Handbook of Tourism and Quality-of-Life Research: Enhancing the Lives of Tourists and Residents of Host Communities* [C]. Dordrecht: Springer, 2012. 9-30.
- [17] Filep S. Positive psychology and tourism [A]. //: Uysal M, Perdue R, Sirgy J. *Handbook of Tourism and Quality-of-Life Research: Enhancing the Lives of Tourists and Residents of Host Communities* [C]. Dordrecht: Springer, 2012. 31-50.
- [18] Filep S, Pearce P L. *Tourist Experience and Fulfilment: Insights from Positive Psychology* [M]. New York: Taylor & Francis, 2013. 1-15.
- [19] Seligman M. *Flourish: A new understanding of Life's Greatest Goals* [M]. Sydney: Random House, 2011. 1-7.
- [20] Filep S, Pearce P L. A blueprint for positive tourism research [A]. //: Filep S, Pearce P L. *Tourist Experience and Fulfilment: Insights from Positive Psychology* [C]. New York: Taylor & Francis, 2013. 223-233.
- [21] Pearce P L, Wu M-Y, De Carlo M, et al. Contemporary experiences of Chinese tourists in Italy: An onsite analysis in Milan [J]. *Tourism Management Perspectives*, 2013, 7, 34-37.
- [22] Schweinsberg S C, Wearing S L, Darcy S. Understanding communities' views of nature in rural industry renewal: The transition from forestry to nature-based tourism in Eden, Australia [J]. *Journal of Sustainable Tourism*, 2012, 20(2):195-213.
- [23] Pearce P L, Pabel A. Humour, tourism and positive psychology [A]. //: Filep S, Pearce P. *Tourist Experience and Fulfillment: Insights from Positive Psychology* [C]. New York: Taylor & Francis, 2013. 17-37.
- [24] Wu M-Y, Pearce P L. Chinese recreation vehicle users in Australia: A netnographic study of tourist motivation [J]. *Tourism Management*, in press.
- [25] Zhou Yaqing, Zou Yimin. *Initiative Thinking in Hotel Staff Management: Research on Happy Work Management* [M]. Tianjin: Nankai University Press, 2008. 1-9. [周亚庆, 邹益民. 饭店员工管理新思维: 快乐工作管理研究[M]. 天津: 南开大学出版社, 2008. 1-9.]
- [26] Driver B L, Brown P J, Peterson G L. *Benefits of Leisure* [M]. Pennsylvania: Venture Publishing, 1991. 23-42.
- [27] Uysal M, Perdue R, Sirgy J. *Handbook of Tourism and Quality-of-Life Research: Enhancing the Lives of Tourists and Residents of Host Communities* [M]. Dordrecht: Springer. 2013. 1-3.
- [28] Long Jiangzhi, Wang Su. Serious leisure and a happy life [J]. *Tourism Tribune*, 2013, 28(2):77-85. [龙江智, 王苏. 深度休闲与主观幸福感[J]. 旅游学刊, 2013, 28(2):77-85.]
- [29] General Office of the State Council of the People's Republic of China. *Guidelines for National Tourism and Leisure Development* [R]. Beijing: 2013. [国务院办公厅. 国民旅游休闲纲要(2013-2020) [R]. 北京: 2013.]
- [30] Zhang Qian, Zheng Yong. The introduction and appraisal of American positive psychology [J]. *Psychology Exploration*, 2003, 23(3):6-10. [张倩, 郑涌. 美国积极心理学介评[J]. 心理学探索, 2003, 23(3):6-10.]
- [31] Li Jinzhen, Wang Wenzhong, Shi Jiannong. Positive psychology: A new trend in psychology [J]. *Advances in Psychological Science*, 2003, 11(3):321-327. [李金珍, 王文忠, 施建农. 积极心理学: 一种新的研究方向[J]. 心理科学进展, 2003, 11(3):321-327.]
- [32] Ren Jun. *Positive Psychology* [M]. Shanghai: Shanghai

- Education Press, 2006. 1-3. [任俊. 积极心理学[M]. 上海: 上海教育出版社, 2006. 1-3.]
- [33] Cao Xinmei, Liu Xiangping. The reflection on school mental health education models and positive psychology orientation [J]. *Teacher Education Research*, 2006, 18(3):65-70. [曹新美, 刘翔平. 学校心理健康教育模式的反思与积极心理学取向[J]. 教师教育研究, 2006, 18(3): 65-70.]
- [34] Ma Tianyu. *The Theory Research on Positive Psychology and its Practice* [D]. Changchun: Jilin University, 2009. [马甜语. 积极心理学及其应用的理论研究[D]. 长春: 吉林大学, 2009.]
- [35] General Office of the State Council of the People's Republic of China. *Opinions to Enhance Tourism Development* [R]. Beijing: 2009. [国务院办公厅. 国务院关于加快旅游业发展的意见[R]. 北京:2009.]
- [36] Ren Jun, Ye Haosheng. Positiveness: The core value of modern psychology studies [J]. *Journal of Shanxi Normal University*, 2004, 33(3), 106-112. [任俊, 叶浩生. 积极: 当代心理学研究的价值核心 [J]. 陕西师范大学学报, 2004, 33(3): 106-112.]
- [37] Mok C, Defranco A L. Chinese cultural values: Their implications for travel and tourism marketing [J]. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 2000, 8(2):99-114.
- [38] Pearce P L, Wu M-Y, Osmond A. Puzzles in understanding Chinese tourist behaviour; Towards a triple-C gaze [J]. *Tourism Recreation Research*, 2013, 38(2):1-7.
- [39] Ryan C, Gu H. Destinations and cultural representations: The importance of political context and decay of statism [A]. //: Ryan C, Gu H. *Tourism in China: Destination, Cultures and Communities*[C]. New York: Routledge, 2009. 139-156.
- [40] Wu M-Y. I would love to work in tourism, but... Exploring the outcomes of an ethnic tourism education initiative [J]. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 2013, 12(1): 47-58.
- [41] Yang L, Wall G. Ethnic tourism and entrepreneurship: Xishuangbanna, Yunnan, China [J]. *Tourism Geographies*, 2008, 10(4): 522-544.
- [42] Kang Xiong. *Research on Tourist Happiness: Perspectives from Psychology and Ethics* [D]. Xi'an: Shaanxi Normal University, 2011. [亢雄. 基于伦理与心理视角的旅游者幸福研究[D]. 西安: 陕西师范大学, 2011.]
- [43] Frangialli R. *Address for International Forum on Rural Tourism* [Z]. Guiyang: Paper presented at the International Forum on Rural Tourism, 2006.
- [44] Wu M-Y. *Tourism at the Roof of the World; Young Hosts Assess Tourism Community Futures in Lhasa, Tibet* [D]. Townsville: James Cook University, 2012.
- [45] Zhou Yongguang. *Endogenous Tourism Development in China's Mountainous Areas* [M]. Hangzhou: Zhejiang University Press, 2011. 2-3. [周永广. 山村旅游业的可持续发展研究[M]. 杭州: 浙江大学出版社, 2011. 2-3.]
- [46] China Tourism Academy. *Annual Report of China Outbound Tourism Development 2013* [M]. Beijing: Tourism Education Press, 2013. 1-7. [中国旅游研究院. 中国出境旅游发展年度报告 2013 [M]. 北京: 旅游教育出版社, 2012. 1-7.]
- [47] OTTI (Office of Travel and Tourism Industries, U. S.). 2011 *Market Profile: China* [R]. Washington: 2012.
- [48] Tourism Australia. 2020 *China ... Building the Foundations - Knowing the Customer* [R]. Canberra: 2012.
- [49] Hardy A, Gretzel U. Why we travel this way: An exploration into the motivations of recreational vehicle users [A]. //: Prideaux B, Carson D. *Drive Tourism: Trends and Emerging Markets*[C]. Oxon: Routledge, 2011. 194-209.
- [50] Onyx J, Leonard R. Australian grey nomads and American snowbirds: Similarities and differences [J]. *Journal of Tourism Studies*, 2005, 16(1):61-67.
- [51] Viallon P. Retired snowbirds [J]. *Annals of Tourism Research*, 2012, 39(4):2073-2091.
- [52] Fullagar S, Markwell K, Wilson E. *Slow Tourism: Experiences and Mobilities* [M]. Bristol: Channel View Publication, 2012. 227-237.



## Positive Psychology and its Applications in Tourism Studies

WU Maoying<sup>1</sup>, Philip L. Pearce<sup>2</sup>

(1. *School of Management, Zhejiang University, Hangzhou 310058, China;*

2. *School of Business, James Cook University, Townsville QLD 4811, Australia)*

**Abstract:** Positive psychology is an area of study that seeks to highlight the role of positive emotions, character strengths and positive institutions serving human happiness and well-being. There has been a rapid rise in the prominence of this area of psychology since the year 2000. Due to its consistency with the social economic concerns of the contemporary era, as well its accordance with ordinary people's pursuit of happiness, positive psychology has been increasingly adopted by a range of disciplines. Its application in tourism, however, has been very slow. It was first introduced to tourism studies by Dr. Philip Pearce, a tourism psychologist based in Australia, in 2007.

This article initially addressed the core ideas about positive psychology. Its background, its differences from the traditional clinical psychology, and its distinctive ways of doing research were reviewed. More importantly, the three core research areas, positive emotion, positive personality, and positive institutions were addressed in detail. The relationships among these three elements were also presented. In addition, positive interventions, which help to achieve the three afore-mentioned outcomes were considered.

The highlight of this overview lies in the introduction of earlier positive psychology studies to tourism. The work of Pearce and his colleagues', especially Sebastian Filep, has been thoroughly reviewed and acknowledged. Their work, together with others, fully supports a consistency between the goals of tourism and the aims of positive psychology. For example, tourist behaviour as a case study, the benefits of travelling for individuals can fit in all the elements proposed by Martin Seligman's (2011) PERMA model (e. g. pleasure, engagement, relationships, meaning and achievement).

The existing literature which underpins positive psychology and its adoption in tourism is helpful in enriching our understanding. Research in this area, however, can be more insightful and useful if we take the Chinese context into consideration. A critical issue is to incorporate the Chinese cultural issues, especially the influential Confucianism, the Buddhism, as well as the modern communist cultures. These cultural contexts offer insights in exploring the distinctive characters of both Chinese tourist behaviour and the tourism community development.

Considering the broader cultural issues and the research in and about China tourism, we proposed three areas for further research. Firstly, there is a paucity of positive psychology studies in tourism community research. As far as China is concerned, where many provinces and regions are using tourism as a tool to enhance local livelihoods, studies about how tourism can improve tourism community's well-being are both timely and important. Secondly, the thinking in positive psychologies can also be applied to the extraordinarily growing Chinese tourist market and consumer studies. Examples include what issues will influence Chinese tourists' positive on-site emotional experiences, and what are the learning outcomes of travelling, especially those for non-traditional travel (e. g. independent overseas travel, gap year, couch surfing, and self-drive tourism). The last but not the least point is concerned with the well-being of China's aging population and its increasing mobility. The kinds of tourism styles and benefits for this group in China may be very different from snowbirds and grey nomads in the western world. Research about how travel and serious leisure contribute to tourism communities and their own well-being is of particular help to both the policy makers and tourism industry in China.

**Keywords:** positive psychology; tourism studies; research applications; well-being; happiness

[责任编辑:吴巧红;责任校对:庞世明]