

## 壹、前言

在全球環境變遷，各行各業快速蓬勃成長發展的趨勢下，使得人們的生活水準有相當程度的提升，同時也加重了某些程度的環境壓力與生活步調，尤其是在 108 課綱實施之後，學生的學習雖然看似不像以前已考試為主要升學管道，可是學生的閱讀素養隨著網路量使用大增，也在逐年退步之中，因此藉著用心理論的發展，來淺談如何提升閱讀素養。

## 貳、正文

### 一、動機（motivation）的定義與產生過程

動機是指引導人們去做他們想做的事的一種過程。透過引起人們的活動，並使活動指向特定目的。動機是在人希望得到滿足時所激發並產生的（劉純，2002）。

Bromley 在 1990 年的時候提出動機是一種被刺激的需求，能促使消費者採取行動來加以滿足、降低個人的焦慮與不安，也可以說是利用個人的傾向以及勇於嘗試的特性，以滿足個人本質的心理狀態。而 Moutinho（2000）認為動機是一種需求狀態，可以趨使個人採取某種行動並從中獲得滿足（巫喜瑞、梁榮達，2006）。

林靈宏在 1994 年的研究中指出，「動機」到目前並沒有一種被普遍接受的定義，但是大部分的定義都有以下兩個共通點：

1. 都涉及人類想要得到滿足的需求。
2. 促使人們採取行動的一種動力。（許銘珊、梁仲正，2006）

另外，張春興（2000）年指出動機是指引起個體的活動，並維持該被引起的活動，促使該活動朝向某一目標進行的內在歷程（黃儀蓁、李明聰，2006）。楊明賢（1999）指出所謂的動機，是指推動和維持人們進行某種活動的內部原因和實質動力，同時動機是需要具體化的，也是需求和行為的中介，轉換成行為後，透過結果來滿足動機的需要。

資料來源：劉純（2002），旅遊心理學，88 頁

同時，動機產生的過程如圖 2.2 中的過程加以解釋，這個過程說明，當人們在心中產生某種需求的時候，便希望可以透過不同的方式去得到滿足，這是一種對需求的期望，而期望的終點就是目標，當然，個人在現實狀態與理想狀態中會在心理上存在著差異，這樣的差異

將導致個人產生緊張的感覺，而此種導致緊張狀態產生的程度便是「驅使力」，一旦目標達成後緊張感便會消失，同時個人的動機也會跟著暫時消失（劉純，2002）

綜上所述，動機即是個人在從事某種行為活動之前所產生的一種想法與慾望，而當個人產生需求的時候，便希望能透過不同的方式去滿足個人的需求。

## 二、旅遊動機的定義

在現今社會中，每年都有數以萬計的旅客在自己的國家內或是到他國國家旅遊，是什麼樣的原因吸引這麼多人願意暫時離開自己熟悉的居住、家庭或工作環境到外地或他國去從事旅遊活動，雖然說已經有許多心理學家針對這樣的行為進行研究，但是直至目前為止仍然沒有一個完善的結論。其實，旅遊需求和旅遊動機都是用來解釋旅遊行為架構的觀念，兩者通常不能加以明確區分，但是卻可以互相交換使用（劉純，2002）。最初針對旅遊動機進行研究的是德國學者 R. Glucksmann，他在 1935 年發表的論述中將旅遊行為的動機分為四類，分別是：身體、心理、精神、經濟（劉純，2002）。

田中喜一（1950）根據 R. Glucksmann 的理論基礎，將身體的動機分為休養的需要、運動的需要、治療的需要；將心理的動機分為信仰心、遊樂心、思鄉心；將精神的動機分為歡樂的需要、知識的需要、見聞的需要；將經濟的動機分為商務目的和購物目的（劉純，2002）。

心理學家今井省吾則指出，現代人的旅遊動機包含：

1. 社會存在的動機：家人團聚、朋友聚會、大夥一起旅行、增加常識與知識。
2. 自我完善的動機：接觸自然、對未來的嚮往。
3. 消除緊張感的動機：從忙碌的生活中解脫、接觸自然環境、暫時轉換身邊的氣氛（劉純，2002）。

沈松茂（1985）指出趨使人們從事旅遊這項活動的動機就叫做「旅遊動機」，亦即人們就是因為有了旅遊的需求因而導致旅遊動機的產生，進而引起個人的旅遊行為。因為旅遊動機本身是形成旅遊需求的主觀因素之一，主要是在激勵人們去實現旅遊需求，因此，旅遊動機又有以下三個作用（劉純，2002）：

1. 旅遊動機之變化對旅遊行為將產生影響。
2. 旅遊動機對旅遊行為過程中有規範作用。
3. 旅遊動機對旅遊行為有啟動的作用。

綜上所述，旅客旅遊動機的產生主要源自旅客滿足自身需求的念頭，再加上人類本身的好奇心，所以當人們對於生活週遭以外的事務在心理上產生好奇感，透過這種好奇心的驅使，

成為人們啟動尋求新感受的動力，而促使人們會想到自己生活以外的地區或國家從事旅遊活動，以增加自身的常識與見聞，同時了解更多地區或國家的自然景觀、風土民情、習俗文化、社會制度、生活習慣等。

### 三、資訊來源

因為現代人所擁有的資訊蒐集能力越來越強，透過無遠弗界的網路世界，就可以輕鬆快速的搜集到自己想要的相關資訊，所以對於旅客資訊蒐集方面的影響，也開始與日俱增。

Fodness & Murraray 在 1997 年提出了一個有關旅客蒐集資訊的行為模式，認為資訊的來源具有相當程度貢獻性或決定性的影響。Engel (1995) 認為消費者的資訊搜尋行為是指：消費者因受到刺激，而去啟用先前儲存於記憶中的知識，或是從外在環境中獲得資訊的行為過程。Wikie (1994) 則認為消費者的資訊搜尋是指：為獲得相關產品、商店或購買訊息所從事的努力」意即消費者藉由獲得某些資訊來增加對某些事物的了解，同時降低消費者的不確定感，並幫助消費者做判斷（巫喜瑞、梁榮達，2006）。

Mcintosh & Goeldner (1990) 指出旅客搜集資訊的主要動機是為了要提升旅遊的品質，並且降低旅遊的不確定性，因此當旅客再決定從事旅遊活動的地點前，通常都會透過各種不同的資訊蒐集過程，去了解當地的食宿設備、可從事的活動以及吸引人的地方或景點（Jenkins, 1979）。另外，Schul & Crompton (1983) 指出旅客的資訊蒐集方式會先從內部的搜尋到外部的搜尋，而內部的搜尋即是依賴個人過去的旅遊經驗為主，等到個人過去的經驗已經不足以應付相關資訊的搜尋後，才會轉為尋求外部的搜尋（劉純，2002）。

最後，陳思倫（2005）認為觀光的資訊來源主要包括：地圖、導覽手冊、雜誌文章、錄影帶、導遊旁白、摺頁以及旅客軼文等。而提供觀光資訊的主要目的在於讓消費者或旅客了解與觀光目的地有關的人、事、時、地、物，若是能讓旅客在抵達當地以前對觀光目的地有較多的了解，則更能促進旅客在當地消費和保護旅客的生命財產安全，同時也可以讓旅客有更多的經驗與學習。

因此，當旅客在心中產生欲前往某地從事旅遊活動的時候，便會透過自己本身過去所擁有的經驗或學識涵養去搜尋與自己相關的資訊，並且從資訊蒐集的過程中去選擇對自己最有用的決策。

### 四、常規決策與廣泛性決策

在旅客準備外出旅遊之前，一定會先透過自己本身的經驗去蒐集想要前往目的地的資訊與資料，並同時在決定過程中思考要在當地停留多久、總共要花費多少金錢、與誰同行等等。

因此在旅遊行為研究中，就將旅客當成是決策者來進行研究與觀察，劉純（2002）就將決策行為分成兩種進行分析，如圖 2.3。

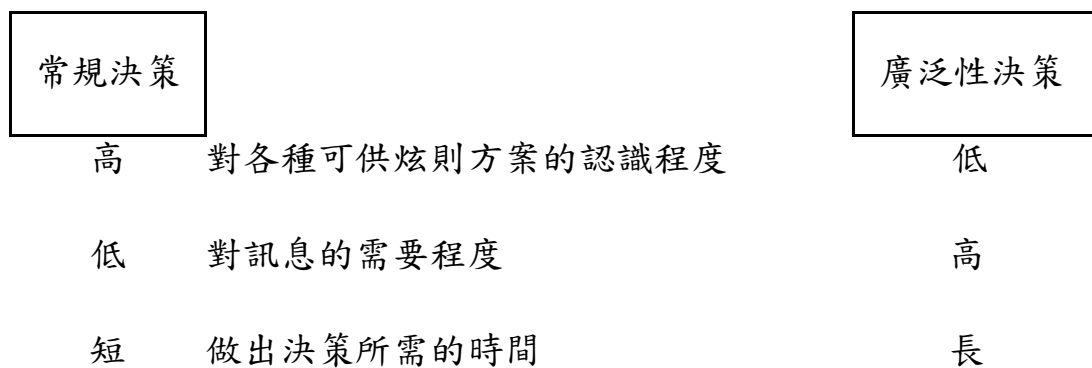


圖 2.3 常規決策與廣泛性決策的連續關係資料來源

源：劉純（2002），旅遊心理學，25 頁。

1.常規決策（routine decision）：通常是指決策者在日常生活或工作當中，經常需要解決的一般性決策事務，此類的決策因為背景、特點以及內外部的相關特性已經可以被決策者清楚掌握，因此個人只需要運用自己本身的經驗以及長期處理問題的知覺去處理即可完成。通常旅客在做旅遊決策的時候，常常會比較不經詳細思考的就做出決定，因此常規決策又可以稱為「習慣性決策」。

2.廣泛性決策（extensive decision）：通常沒有先例可循、不熟悉的事務或是存在大量不確定因素的決策，其特點是具有極大的偶然性和隨機性，決策者再面對這類的問題時，缺乏準確可靠的資料可供參考，因此將導致決策者很難看清問題的全貌。而解決此類問題的時候，決策者必須要具有相當敏銳的觀察力、豐富的學識與知識、活躍的思維模式、豐富的經驗，因此廣泛性決策又可以稱為「擴展性決策」。