

چارچوب مفهومی روانشناسی شناختی در طراحی تجربه گردشگران

تاریخ دریافت: ۹۹/۱۰/۲۳

تاریخ پذیرش: ۹۹/۱۱/۲۵

کد مقاله: ۳۵۸۶۳

امین سالم قهفرخی*^۱، سید رضا رضایی^۲، محسن رستمی^۳،
ساهره علیخواه^۴

چکیده

این بررسی با هدف بحث در مورد مفاهیم و نظریه‌های روانشناسی شناختی در پژوهش‌های گردشگری و هم‌بستگی زمینه‌های اصلی برای پژوهش‌های آینده صورت پذیرفته است. هدف این مقاله نشان دادن سودمندی روانشناسی شناختی برای درک این مسئله است که چرا گردشگران و به ویژه مسافران خوشگذران، رفتارهایی را از خود نشان می‌دهند که از محیط پیرامون خود الگو گرفته‌اند. این مقاله بر مبنای رویکرد مطالعه و بررسی ۱۶۵ مقاله در حوزه روانشناسی شناختی و ادبیات راجع به سفرهای لذت‌گرایانه مرتبط با آگاهی، ذهن آگاهی، تپان، گذشته‌نگری، آینده‌نگری، توجه، طرحواره و حافظه، احساسات، هیجانات و عواطف طراحی شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که تحقیقات مورد بحث بیشتر به جای تمرکز بر رویکرد شناختی در مطالعه سفر لذت‌جویانه، از یک نگاه صرفاً رفتارگرایانه استفاده کرده‌اند. روانشناسی شناختی می‌تواند به درک هر چه بهتر فرایندهای ذهنی که موجب یکپارچگی درک محرک‌ها با رفتار هستند به خصوص در گردشگری و مطالعات تجارب سفر کمک نماید. به طور کلی، استفاده از رویکرد شناختی باعث می‌شود تا درک بیشتری از رفتار گردشگران فراهم گردد و به مدیران برای درک اثربخشی تبلیغات مقصد و نیز درک رضایت و طراحی تجربه گردشگران کمک می‌کند.

واژگان کلیدی: هیجان، روانشناسی شناختی، رفتار گردشگر، طراحی تجربه، آگاهی

۱ - نویسنده مسئول، دکترای اجرایی مدیریت کسب و کار در گردشگری، موسسه آموزش عالی آزاد بهار (دپارتمان گردشگری، هتلداری و گردشگری سلامت)،

ecoamin@gmail.com

۲ - کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی، گرایش برنامه‌ریزی توسعه گردشگری، موسسه آموزش عالی علامه قزوینی

۳ - کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی، گرایش بازاریابی گردشگری، موسسه آموزش عالی علامه قزوینی

۴ - کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی، گرایش بازاریابی گردشگری، موسسه آموزش عالی علامه قزوینی