

应用心理学丛书

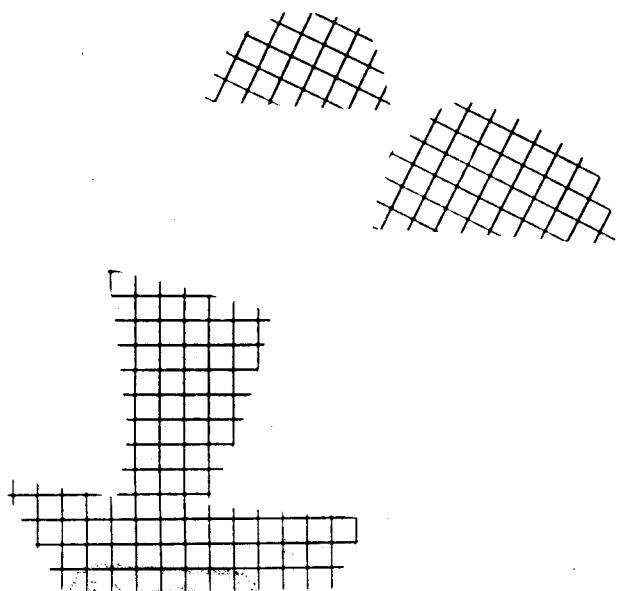
05

旅游服务 管理心理学

车文博 主编
张鼎衡 编著

旅游服务 管理心理学

车文博 主编
张鼎衡 编著



吉林教育出版社

应用心理学丛书 旅游服务管理心理学 张鼎衡 编著

责任编辑: 郑长利

封面设计: 曲 刚

出版: 吉林教育出版社 787×1092毫米32开本 8.5印张 4 插页 169 000字

发行: 吉林省新华书店 1990年12月第1版 1990年12月第1次印刷

印数: 1—2 300册 定价: 4.10元

印刷: 长春新华印刷厂 ISBN 7-5383-1178-5 / B·15

序

应用心理学 (applied psychology) 是同理论心理学相对应的心理科学的一大部类,是研究应用理论心理学,特别是实验心理学的方法和成果,以揭示各种实践领域特殊心理活动规律的一系列学科的总称。它主要包括:工业心理学、商业心理学、教育心理学、医学心理学、司法心理学、文艺心理学、军事心理学、运动心理学、管理心理学、宣传心理学、创造心理学、咨询心理学等等。

重视和加强应用心理学的研究是心理科学日益繁荣和发展的迫切需要。心理科学发展的高度综合和高度分化是对立统一的。高度分化使心理科学部类越分越细,越分越多。这是科学认识深入发展的必然结果,也是心理科学广泛应用于生活的自然产物。西方现代心理学派除构造主义外,都反对“象牙之塔”里面的纯心理学,极力主张发展应用心理学。如果说30年代以前西方心理学家几乎都局限于大专院校的话,那么今天则有百分之六十以上的心理学家任职于各级政府机关、工商界、医院诊所、教育部门、法院和部队。苏联15个加盟共和国的科学院、政府各部所属的研究机构,和高等教育部领导的大约50所大学或研究所,在继续加强基础研究的同时,越来越重视将心理科学成果应用于教育、医学、工程、宇航、运动、司法、管理等各种实际部门之中。前苏

联心理学会主席洛莫夫1984年在《苏联心理学的方法论和理论问题》一书中指出：“心理学更加积极地参与解决社会现实不同方面提出的问题。”从最近研究动向来看，苏联心理学已开始跨出心理学界的范围，逐步向全民心理学发展。就是说，心理学的研究课题逐步向社会生活各个领域渗透，社会生活各个领域的专家也开始进行心理学的研究。苏联心理学界最近又创办了两个专门联系实际的新刊物，以加强心理学为实际服务的工作。可见，应用心理学的突飞猛进是心理科学强大生命力的重要标志，也是心理学未来大发展的必然趋势。

重视和加强应用心理学的研究是我国社会主义物质文明建设和精神文明建设的迫切需要。实践证明，四个现代化非常需要心理学，而心理学也能够日益很好地为四个现代化服务。因为人是“四化”建设中的最重要因素，而心理学又是研究人的一门最主要的前沿科学，所以心理学为两个文明建设服务的实践领域是相当宽广的。比如，劳动心理学和企业心理心理学有助于改善劳动者的心理状态和人际关系，加速掌握生产技术，促进生产技术革新，实现企业管理合理化，不断提高劳动生产率，获得更大的经济效益和社会效益。教育心理学有助于掌握学生的年龄特征和教育规律，开展教学改革，提高教学质量，实现教育工作的科学化和教育效果的最优化。医学心理学有助于正确了解心理因素在疾病中的作用，掌握当代新的医学模式（即“生物——社会——心理”医学模式），开展心理治疗和心理咨询，不断增进人民的健康。运动心理学有助于掌握运动活动的心理特点、运动知觉和运动技巧，培养良好的情绪意志品德，取得优异的成绩。

军事心理学有助于选拔和培养优秀的战士、指挥员，加速掌握军事技术，锻炼顽强的意志与性格，提高军事素质和战斗力。艺术心理学有助于培养艺术知觉和表象，陶冶艺术情操和美感，提高艺术创造力和鉴别力。心理学还有助于认识自己，了解别人，处理好人际关系，提高学习效率，加强自我修养，在全面发展的道路上奋勇前进。总之，心理学与实现“四化”的关系是极为密切的。心理学的知识无论对各行各业的现代化，或每一个人的发展都是必不可少的。在实现“四化”的伟大实践中，心理学必然为把我国建设成为具有高度的物质文明和精神文明的社会主义强国做出日益重要的贡献。

为了更有效地研究和推广应用心理学，必须注意防止两种倾向：

一种是对立化的倾向，即把应用心理学和理论心理学割裂开来。诚然，两者各有自己特定的研究对象和探索领域。但是，它们并不是相互对立、相互隔绝的，而是相互依存、相互制约的。应当说，理论心理学为应用心理学提供理论依据，应用心理学的成果则使理论心理学得到不断丰富和发展。因此，应用心理学工作者和理论心理学工作者应当互相尊重、互相学习，取长补短，完善自我；两者只能走“结合”的道路，而决不能走“分家”的道路。只有这样，应用心理学和理论心理学才能携手前进，共同提高，为我国社会主义现代化和心理科学的进一步发展做出各自的贡献。

另一种是庸俗化的倾向，即不把应用心理学作为一门严肃的科学来对待，似乎不具备专业训练的人，也都可以搞。由此出现一些所谓“江湖心理学”，既危害于群众，又有损于

心理学的声誉。这是当前更应注意的一种倾向。应当说，应用心理学并不是科普工作，而同理论心理学一样，是我国心理科学百花园里的一项艰巨的基本建设。目前，在我国应用心理学科中，有些则有一定的基础，有些则刚刚起步，还有些则尚属空白。由于这一领域的队伍多半来自理论心理学和有关业务部门，因而存在着“有理论缺乏实际”、“有经验缺乏理论”等两种情况。所以，这里也有一个相互学习、共同提高的问题。只有我们自己队伍健全起来，才能彻底避免没有受过专业训练的人任意来讲授应用心理学。当然，这并不排斥其他行业对心理学有兴趣的同志参加我们的队伍，以严肃的科学态度来研究心理学的问题。

《应用心理学丛书》是全国心理学工作者的一个协作项目，也是吉林省“七·五”规划中的一个重点项目。编写这套《丛书》的目的，主要是推动我们自身对应用心理学的学习和研究，并为我国应用心理学的发展做点力所能及的工作。在撰写本书时，大家力图以辩证唯物主义与历史唯物主义为指导，坚持理论联系实际的原则，坚持“洋为中用”的方针，做到有理、有趣、有用。但是，由于我们对应用心理学尚缺乏认真而深入的研究，特别是我个人的水平有限，问题、缺点在所难免，望同行、读者予以指正。

在编写这套丛书过程中，我们得到了全国许多同行、吉林省哲学社会科学“七·五”科研规划办公室的大力支持，在此一并致以谢意！

车文博

1989年8月1日于吉林大学哲学系

目 录

序.....	(1)
绪言.....	(1)
一、旅游者的心理.....	(10)
(一) 旅游者主要心理活动特征.....	(11)
(二) 旅游者一般的心理差异.....	(32)
(三) 旅游者心理活动的决定因素.....	(40)
(四) 研究旅游者心理的一般常用的方法.....	(42)
二、旅游市场的心理.....	(54)
(一) 旅游市场的一般心理特点.....	(54)
(二) 旅游市场的心理划分.....	(58)
(三) 旅游市场的心理预测.....	(67)
(四) 旅游市场的心理反馈.....	(70)
三、旅游资源的心理.....	(80)
(一) 旅游资源的概述.....	(80)
(二) 旅游资源建设与开发的心理效果.....	(91)
(三) 旅游资源的心理倾向.....	(113)
四、旅游接待与导游的心理.....	(120)
(一) 旅游接待与导游的概述.....	(120)
(二) 旅游接待与导游工作的心理依据.....	(121)
(三) 旅游接待与导游服务的心理过程.....	(130)

(四) 旅游接待与导游工作的内容与方法·····	(141)
五、旅游设施的心理·····	(146)
(一) 旅游设施的概述·····	(146)
(二) 旅游交通与通讯设施的心理条件·····	(147)
(三) 旅游宾馆与餐厅设施的心理条件·····	(151)
(四) 旅游文娱与体育设施的心理条件·····	(166)
(五) 旅游商品与购物设施的心理条件·····	(172)
六、旅游广告的心理·····	(194)
(一) 广告的心理功能·····	(194)
(二) 广告的心理策略·····	(196)
(三) 旅游广告的心理作用·····	(205)
(四) 旅游广告的设计·····	(208)
七、旅游职业道德的心理·····	(210)
(一) 职业道德的心理因素·····	(211)
(二) 旅游业的职业道德·····	(212)
(三) 旅游职业道德的心理障碍·····	(218)
八、公共关系的心理·····	(227)
(一) 公共关系的概念·····	(227)
(二) 公共关系的功能·····	(231)
(三) 公共关系的品质·····	(241)
(四) 公共关系工作的方式·····	(245)
(五) 公共关系的人际吸引·····	(247)
(六) 公共关系的实务工作·····	(251)
编后记·····	(263)
主要参考书·····	(265)

绪 言

旅游服务管理心理学是心理学的一个分支，又是管理心理学的一个分支。随着社会生产的发展与社会生活的提高，心理学与管理心理学在各行各业中得到了具体的应用与发展，形成了各种各样的门类众多的专业应用心理学，由此，旅游服务管理心理学应运而生。

旅游服务管理心理学是研究什么的一门科学？

旅游服务管理心理学是研究旅游者在旅游活动中，所产生的心理活动的现象与规律，以及旅游业为旅游者在服务管理工作中人与物的心理问题的一门科学。

研究旅游服务管理心理学，不但要掌握心理学与管理心理学的基本原理，而且还要掌握旅游经济学的一般原理，才能从服务与管理的角度，揭示旅游业与旅游活动的主体与客体的心理活动的规律，而为提高旅游服务管理工作提供科学依据。

为了学好旅游服务管理心理学，必须对旅游、旅游业与旅游者等几个实质性的问题，进行概括性的了解，才能明确旅游业与旅游活动的主客体，才能进一步了解其心理活动的规律。

一、旅游活动的产生与发展

随着社会的发展，人类物质文化生活的提高，旅游已成为现代生活中不可缺少的组成部分，以旅游为对象的各种社会活动也越来越活跃。

旅游是一个包括各种因素的复杂的综合的社会现象与社会活动。

(一) 旅游概念

旅游是社会发展到一定阶段的产物。资本主义社会以前没有旅游的概念，如我国古代旅与游是两回事，不同解释：旅是迁居他地之意，游是闲无事邀游他方之意。本世纪以来，尤其是第二次世界大战以后，旅游已在全世界范围发展起来，旅游成为一个世界性的概念，引起各国学者广泛的兴趣，进行研究。

瑞士人洪齐克 (HUNZIKER · W) 与克拉夫 (KRA-PP · K) 对旅游下过定义：旅游是非定居者的旅行和暂时居留而引起的一种现象关系及其总和。这些人不会因而永久居留 (后改为不作主要居留)，并且不从事于赚钱的活动 (后改为原则上不从事于赚钱活动)。这个定义曾为国际旅游科学专家协会 (INTERNATIONAL ASSOCIATION OF SCIENTIFIC EXPERTS IN TOURISM) 简称为AIEST所采用。所以这个定义又称AIEST (“艾斯特”) 定义。

一般认为旅游是一种在一定经济条件下的社会活动，是人们寻求新的享受物质与文化生活为目的到异地去旅行与游览的综合性的一种活动。又有一种认为：旅游是人们观赏自

然风光、凭吊历史古迹、参观革命胜地与建设成就的旅行游览活动。

我们应该怎样理解旅游这个概念呢？必须弄清旅游的本质属性：（1）旅游是社会经济、政治、科技发展的必然现象。（2）旅游是人类物质文化生活的重要组成部分，有益身心健康发展的活动。（3）旅游是一种综合性的社会活动，旅与游要结合，旅行是手段，游览是目的。因此，旅游、旅行、郊游三者是不同的概念。

（二）旅游产生与发展简史

旅游是社会生产力发展到一定水平的产物。

在原始社会中，人类为了维持生存经常迁居，当后来出现分工与交换时，开始了小规模의 游迁。

奴隶社会的生产力有一定的发展，人类的旅行活动才有了可能，比如奴隶主拥有钱财与空闲时间，才能进行旅行活动。有过传说：埃及的法老墓碑上有反映王朝旅行游乐的雕刻；罗马帝国从事商业旅行、宗教朝圣旅行等活动。在不同程度上有旅游活动萌芽。

封建社会的生产力有较大的发展，社会旅行的目的与内容有很大的增多，成为政治、经济、文化、教育、宗教等密切结合的旅行与游乐。不过这种旅游都是帝王、士大夫阶级所享受的，比如，最有影响的是以隋炀帝、清康熙与乾隆为代表的帝王巡行，给交通与园林的开发，宗教寺院的建设，烹饪技术的开创留下了许多宝贵的遗产，至今仍为旅游的重要内容，而且有极大的影响。此外，孔子、孟子的教育旅行，张骞的外交旅行，司马迁、徐霞客的学术旅行，玄奘、

鉴真的宗教旅行；郑和的航海旅行；李白，杜甫、苏东坡的文学旅行等，都包括有旅游的因素。在西方中世纪，朝圣的宗教旅行是很盛行的，英国伊莉沙白一世时代的教育旅行，对近代旅游活动也有一定影响。

18世纪末期，英国的产业革命使人类社会的经济生活发生了剧烈变化，为旅游的产生创造了条件。首先，生产技术的进步，机器的使用，为旅游提供了先进的交通工具，如火车、轮船、汽车等。其次，资本家有钱有时间去旅游的同时，目的是为着寻找原料基地与扩大销售市场，增多全球性旅行与游览已成为资产阶级的必然需要。所以旅游这个词随着资本主义出现而生的。

进入20世纪后，旅游又有了一些新的发展。在科技不断进步中，汽车与飞机被旅游活动广泛应用。同时旅游活动得到稳定，并有飞跃的发展，比如，在一些先进国家里，每年的假日以法律形式固定下来，资本家与工人都享受假日的休息，只要有经济条件，就可以去旅游，所以出现了世界性的旅游组织，如1925年成立的“国际官方旅行宣传组织联合会”，1929年成立英国旅游管理机构等等。

（三）现代旅游发展的特征

在闲暇和金钱两大产生旅游的要素制约下，第二次世界大战前的旅游还是表现着很大的局限性，假日有限，收入也有限，所以人数有限，范围也有限，经济作用也有限。总之，战前资本主义社会的旅游，只是一小部分富有好闲阶层作消遣娱乐的一种社会活动。

第二次世界大战后，发达资本主义国家里，科技有了重

大发展，生产水平达到了新的高度。一系列社会主义国家在世界上出现，体现了社会主义制度的优越性，经济得到迅速发展。又由于民族解放运动的蓬勃兴起，民族革命的成功，发展了民族经济，加强了地区的经济合作，力量日益壮大。这些是战后人类社会的生产力与生产关系发生重大的变化，同这些重大变化密切相关的人类旅游活动也得到新的发展。所以现在旅游成为全世界发展较快的行业，引起各国政府、企业家、专家和个人的高度重视。体现着现代旅游在政治、经济和社会各方面的作用，越来越明显。

当今，生产的高度社会化带来了现代旅游高度的社会化，这是旅游的质的发展，形成了旅游社会化的五大特征。

第一特征是大众性。当今旅游已普及到广大劳动人民阶层。劳动人民成为旅游的主要力量，是战后出现的新发展。劳动生产力的提高，使劳动人民有一定的收入与闲暇来参加旅游。同时，随着资本主义企业管理的改进，旅游也成为资产阶级用来改善劳资关系的手段。

第二特征是世界性。现代旅游由于交通工具的发达，“周游世界”的旅游越来越方便，旅游人数在增多，旅游区域在扩大，旅游者足迹已是无处不到，已跨出国界与洲界，走向世界，冲破民族地区的限制，加强了民族之间的了解。

第三特征是综合性。旅游活动牵涉到交通、住宿、饮食、金融、商业、娱乐、保健、游览区等一系列行业。综合性为旅游者服务正日趋发展，比如，“综合服务旅游”(INCLUSIVE TOURS，简称IT)正在兴起，它是由一家旅游的机构组织，计划旅游一切细节程序，全程包办包价为旅游

者服务，可以大大促进旅游的发展，与之相适应的是“包机综合服务旅游”(CHARETINCLUSIVE TOURS)，简称(CIT)对旅游者服务更方便，设施与服务齐全配套，应有尽有，自成系统，旅游者的各种要求都能得到很方便的满足，又能降低费用。

第四特征是持续性。现代旅游不是偶然的享受，已成为人们一种经常性的活动。假日旅游已成为人民生活的必需。在一些发达国家里，大城市的居民，几乎周末都要出去旅游，所以旅游盛况一直经久不衰。私人小汽车的普及为旅游的持续性提供了良好的条件。当然，由于国际性的政治、经济、军事的影响，旅游的增长率呈波浪式的上升，有时还会有一定的下降，这是正常发展的现象。所以和平、稳定、友好是旅游持续发展的前提。

第五特征是多种性。随着旅游者需求在量上和质上不断提高，旅游的形式与内容必然要求多样化，才能适应旅游者的需要。所以各国纷纷采用新奇或独特的旅游形式与内容来宣传与招揽游客，而广大旅游者也会经常创造出新的旅游花样来，比如，旅游组织形式与交通形式，旅游目的与活动内容，旅游地区与场所，旅游年龄与性别，旅游价格与社会地位等等，都有丰富多采的花样。

(四) 旅游产生的条件

人为什么要旅游？为什么现代社会出现如此巨大数量的旅游者？是值得研究的重要课题，是复杂的社会经济问题，又是涉及人的心理问题。

1. 旅游产生的社会条件。旅游是一种享受物质文化生

活的社会活动，人们要旅游必需在经济上有足够的支付能力，并且要有空闲时间。因此，收入与闲暇就构成了旅游产生的两大基本社会条件。此外，人口结构中的年龄结构与教育结构，交通工具，旅游业设施，文化宣传，政府鼓励等，都成为其他条件。

2. 旅游产生的个人条件。旅游产生的社会条件是客观条件，旅游者个人条件是旅游产生的主要条件。个人的旅游目的是复杂多样的；观赏名胜古迹，欣赏山水风光，了解异地历史文化或风土人情，改换生活环境积极休息与增进身体健康，探亲访友与追怀故旧或是各种目的兼有。旅游者个人的旅游目的确定之后，进行收集有关的情报信息，作出决定，做好旅游前准备。

总之，旅游产生的社会条件与个人条件是统一的，概括起来就是三个方面：一是旅游主体即动态的人。二是旅游对象即可以实现旅游目的的事物和服务。三是旅游媒介即动态的人向旅游对象移动的手段方法和有关移动的情报信息。

二、旅游的作用

（一）旅游对国民经济的影响

旅游给国民经济包括旅游业在内的各部门带来好处，这些部门是旅游者花费的直接收入部门，也是直接满足旅游者需要向他们提供服务的部门与相关的业务部门。这可以促进生产的发展，经济效益的提高，国家财政税收的增多，商业与外贸的发展，外汇收入增加，并有利于就业人员的安排等等。

（二）旅游对社会政治的影响

1. 旅游对政治的影响。有助于维护世界和平，促进各国人民的思想交流。有助于人类文化教育的交流与提高。有助于世界经济合作，促进技术经济交流，平衡国际收支。

2. 旅游对精神文明的影响。人们通过旅游可以恢复体力，焕发精神，增长知识，陶冶性情，激发热情，增强友谊。

3. 旅游对文化的影响。人们通过旅游观察与了解了民族文化与民族风俗，相互交流文化信息，促进文化的发展。

这几方面的影响作用，对于制订指导与管理旅游政策是极为重要的。

三、旅游业与旅游者

（一）旅游业

旅游业是国民经济的一个重要部门，是一个综合性的经济事业。经营旅游事业，要解决旅游者的游、住、食、行、买各方面的需要，就必然涉及到许多行业。比如，游览要涉及园林、文物等部门，食宿要涉及旅馆与饭店等部门，交通要涉及铁路、民航、公路、航运等部门，购买要涉及生活用品与旅游纪念品的商业与工艺美术等部门。因此，广义的旅游业就包括直接为旅游者服务的有关部门的各行各业。狭义的旅游业，专指以经营旅游事业为主要职责的旅游事业机构，如旅游局、旅行社等。

旅游业是以旅游服务管理工作为主体，以旅游资源为凭借，以旅游设施为条件，以旅游服务为手段的一种服务性