



教育部职业教育与成人教育司推荐教材
中等职业学校旅游专业教学用书

旅游心理学

(第3版)

国家旅游局人事劳动教育司 编

LÜYOU
XINLIXUE

旅游教育出版社



LÜYOU XINLIXUE

教育部职业教育与成人教育司推荐教材
中等职业学校旅游专业教学用书

国家旅游局人事劳动教育司 编

旅游心理学

(第3版)

旅游教育出版社
· 北京 ·

责任编辑:李静

图书在版编目(CIP)数据

旅游心理学/国家旅游局人事劳动教育司编. —3 版. 北京:旅游教育出版社,
2005. 3

中等职业学校旅游专业教学用书

ISBN 7-5637-0780-8

I. 旅… II. 国… III. 旅游心理学—专业学校—教材 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 016324 号

教育部职业教育与成人教育司推荐教材

中等职业学校旅游专业教学用书

旅游心理学

(第3版)

国家旅游局人事劳动教育司 编

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里1号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www. tepcb. com
E-mail	tepx@sohu. com
排版单位	首都经济贸易大学出版社激光照排服务部
印刷单位	北京科普瑞印刷有限责任公司
装订单位	北京科普瑞印刷有限责任公司
经销单位	新华书店
开 本	787×1092 1/16
印 张	9.75
字 数	184千字
版 次	2005年3月第3版
印 次	2005年9月第2次印刷
定 价	14.00元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

出版说明

为适应旅游中等职业教育的需要,国家旅游局人事劳动教育司根据旅游中等职业学校的课程设置和教学大纲,组织业内专家编写了这套《全国旅游中等职业教育教材》。该教材自1994年出版以来,受到广大师生的普遍欢迎,对我国旅游中等职业教育的发展起了重要作用。迄今为止,该教材已成为出版时间最早、使用范围最广的国家旅游中等职业教育骨干教材。

为了进一步适应旅游专业的发展要求,提高教材质量,反映旅游业的最新发展状况和旅游职业教育研究的最新成果,我们组织有关专家根据教育部、国家旅游局对旅游职业教育的学科规划和行业要求,对该套教材进行了必要的修订增补,以确保国家骨干教材应有的科学性、先进性,充分反映国家职业教育改革的新精神、新要求,满足21世纪旅游业的人才需求。

此次修订,一是根据教育部与国家旅游局关于旅游中等职业教育的课程设置、教学大纲与教学计划,结合劳动部关于旅游职业技能鉴定标准的要求,吸收国外职业教育的成果与经验,按课程设置和课程标准的要求,对每科教材的课程性质、适用范围、教学重点、教学方法、教学时数、考核评估等进行了认真研究。新版教材正确把握了课程设置与教材编写的关系,从课程标准的角度把旅游业对人才的具体要求与旅游职业教育教材的具体编写有机结合起来,既体现了教材紧贴行业实际的针对性、实用性,又体现了教材的科学性、规范性,使可教授性与可学习性得到有机的统一,全面反映了现代职业教育教材应有的教育理念。二是在教材的具体修订中,我们根据旅游业的发展需要和旅游职业教育的课程设置与教学要求,组织有关专家编写增补了近年来旅游发展的行业新内容,使教材体系更完整、更科学。三是在保持原教材科学性、权威性的基础上,本次修订特别注意了中职学生的学科基础与未来职业要求,重点强调了教材的实用性。在原版教材科学性的基础上,本版教材强调了教与学、学与用的关系,加大了技能技巧、实际应对、操作标准、模拟训练等内容的比重,使之既能体现课程要求和行业特点,又符合国家职业技能标准的要求。四是在内容安排上,适当精简了部分内容,即将原版教材中既占课时又不便于教学的内容,或删减或置于附录,便于教师灵活运用和利于学生分清主次。五是针对旅游学科实践性强的特点,本版教材特别注意增补了一些案例,目的是强化案例教学的作用。最后,为方便教师教学和学生学学习,还增设了学习重点、案例分析、本章小结、中英文对照规范服务用语等栏目,旨在让读者花最少的时间掌握最有用的信息。

为深入贯彻《中共中央国务院关于大力推进职业教育改革与发展的决定》中关于职业教育课程和教材建设的总体要求,进一步落实教育部等七部门《关于进一步加强职业教育工作的若干意见》,全面实施教育部《2003—2007年教育振兴行动计划》,按照教育部职业教育与成人教育司《关于制定2004—2007年职业教育教材开发编写计划》通知精神,我社对《全国旅游中等职业教育教材》进行了重新梳理,并向教育部职业教育与成人教育司申报了《2004—2007年职业教育教材开发编写计划》,旨在积极推进教材改革,开发和编写具有职

业教育特色的教学改革试验教材。

教改试验教材将以学生为中心、以能力为本位、以就业为导向,全面推进素质教育,重点培养学生的职业能力,使学生获得继续学习的能力,能够考取相关技术等级证书或职业资格证书,为旅游业的繁荣和发展输送学以致用、爱岗敬业、脚踏实地的高素质劳动者。

教改试验教材将贯彻如下职业教育理念:

1. 职业教育性。渗透职业道德和职业意识教育;体现就业导向,有助于学生树立正确的择业观;培养学生爱岗敬业、团队精神和创业精神;树立安全意识和环保意识。

2. 内容先进性。注意用新观点、新思想来审视、阐述经典内容;适应经济社会发展和科技进步的需要,及时更新教学内容,反映新知识、新技术、新工艺、新方法。

3. 教学适用性。教学内容符合专业培养目标和课程教学基本要求;取材合理,分量合适,符合“少而精”原则;深浅适度,符合学生的实际水平;与相邻课程相互衔接,避免不必要的交叉重复。

4. 知识实用性。体现以职业能力为本位,以应用为核心,以“必需、够用”为度;紧密联系实际、生产实际;加强教学针对性,与相应的职业资格标准相互衔接。

5. 结构合理性。教材的体系设计合理,循序渐进,符合学生心理特征和认知、技能养成规律;结构、体例新颖,有利于体现教师的主导性和学生的主体性;适应先进的教学方法和手段的运用。

6. 使用灵活性。体现教学内容弹性化,教学要求层次化,教材结构模块化;有利于按需施教,因材施教。

目前,《全国旅游中等职业教育教材》已列入教育部职成司《2004—2007年职业教育教材开发编写计划目录》,并成为教育部职业教育与成人教育司推荐教材,实现了行业教育与职业教育的平稳对接。

作为全国唯一的旅游教育出版社,我们有责任及时反映旅游业发展的新要求和旅游专业教育的新理念、新成果,把专业权威的教材奉献给广大读者。为此,我们将不断努力,回报广大师生和读者对我们的厚爱!

旅游教育出版社

目
录

第1章 绪 论	1
学习重点	1
第一节 什么是旅游心理学	1
一、旅游业和旅游心理学	1
二、旅游心理学的依据与相关学科	3
第二节 学习旅游心理学的意义	4
一、叙述、解释旅游心理活动	4
二、提高旅游工作者的心理品质	4
三、提高组织内部的管理水平	4
四、推动旅游事业的更快发展	4
五、创建和完善具有中国特色的旅游心理学	4
第三节 旅游心理学的研究方法	5
一、观察法	5
二、自然实验法	5
三、调查法	5
四、经验总结法	6
本章小结	6
思考与练习	6
第2章 工作人员对旅游者的鉴貌辨色	7
学习重点	7
第一节 感觉与知觉的规律	7
一、感觉	7
二、知觉	8
第二节 人际知觉的特点	10
一、第一印象	11
二、晕轮效应	11
三、心理定势	12
四、刻板印象	13
第三节 良好观察的条件及观察能力的培养	13
一、什么是观察和观察力	13
二、良好观察条件的组织及观察力的培养	13
第四节 如何对旅游者进行鉴貌辨色	15

一、从外部特征观察·····	15
二、从言语、动作观察·····	17
三、从行李、用具、生活习惯观察·····	18
案 例·····	19
本章小结·····	20
思考与练习·····	20
第3章 旅游工作者良好心理品质的培养 ·····	21
学习重点·····	21
第一节 良好注意力的培养·····	21
一、注意的概念·····	21
二、注意的种类和特点·····	21
三、注意力的重要性·····	22
四、如何培养良好的注意力·····	23
第二节 良好记忆力的培养·····	23
一、记忆的概念·····	23
二、记忆的分类·····	24
三、记忆力的重要性·····	25
四、如何培养良好的记忆力·····	26
第三节 良好思维能力的培养·····	27
一、思维的概念·····	27
二、思维的种类·····	28
三、解决问题的思维过程·····	29
四、思维能力的重要性·····	29
五、怎样培养良好的思维能力·····	30
第四节 情感自制能力的培养·····	31
一、情感概述·····	31
二、情感的外部表现·····	32
三、情感的分类·····	32
四、情感的自我控制·····	34
案 例·····	36
本章小结·····	37
思考与练习·····	37
第4章 旅游者的需要、旅游动机及兴趣 ·····	38
学习重点·····	38
第一节 旅游者的一般需要·····	38
一、需要的概念·····	38
二、旅游者的需要的特点·····	39
第二节 旅游者在旅游过程中不同阶段的需要·····	41
一、旅游准备阶段的需要·····	41

二、途中阶段的需要·····	41
三、游览阶段的需要·····	42
四、结束阶段的需要·····	43
第三节 各种类型旅游者的不同需要·····	43
一、不同类别旅游者的需要·····	43
二、不同层次旅游者的需要·····	44
三、不同性别旅游者的需要·····	45
四、不同年龄旅游者的需要·····	45
第四节 旅游者的旅游动机·····	46
一、旅游动机的概念·····	46
二、旅游动机的类型·····	47
三、旅游动机的激发·····	49
第五节 旅游者的兴趣·····	50
一、兴趣的概念·····	50
二、兴趣的种类·····	51
三、旅游者的兴趣特点·····	51
案 例·····	52
本章小结·····	54
思考与练习·····	54
第5章 旅游者的个性心理特征·····	55
学习重点·····	55
第一节 旅游者个性在气质上的特征·····	55
一、气质的概念·····	55
二、气质的类型·····	55
三、旅游者的气质表现及服务对策·····	56
第二节 旅游者个性在性格上的特征·····	57
一、性格的概念·····	57
二、旅游者性格特征分析·····	57
三、旅游者性格类型的鉴别与服务对策·····	58
第三节 旅游者的个性·····	59
一、个性的概念·····	59
二、旅游者的个性类型与服务对策·····	60
案 例·····	61
本章小结·····	62
思考与练习·····	62
第6章 旅游服务心理·····	63
学习重点·····	63
第一节 导游服务心理·····	63
一、旅游者在游览过程中的主要心理·····	63

二、导游应具备的心理品质·····	65
三、运用美学观点做好导游工作·····	65
四、市场迫切需要一批新型导游·····	67
第二节 风景名胜区服务心理·····	67
一、旅游者在风景名胜区的主要心理需要及服务策略·····	67
二、旅游业可持续发展与服务策略·····	70
第三节 前厅服务心理·····	71
一、旅游者在前厅的一般心理·····	71
二、第一印象与最后印象在前厅服务中的特殊意义·····	71
第四节 客房服务心理·····	73
一、旅游者在客房的主要心理需要·····	73
二、满足游客需求的服务策略·····	74
第五节 餐厅服务心理·····	77
一、旅游者在餐厅的主要心理需要及服务策略·····	77
二、宴会服务心理·····	80
第六节 商场服务心理·····	82
一、旅游者购物的一般心理·····	82
二、旅游者购物的个性心理及服务策略·····	83
三、综合服务心理·····	84
第七节 旅游交通服务心理·····	87
一、游客的交通心理需要·····	87
二、旅游交通服务策略·····	88
案 例·····	91
本章小结·····	93
思考与练习·····	93
第7章 旅游服务中的人际交往 ·····	95
学习重点·····	95
第一节 旅游服务交往的特点与沟通方式·····	95
一、旅游服务交往的特点·····	95
二、旅游服务交往的沟通方式·····	95
第二节 服务交往中的“双胜”原则·····	97
一、“双胜”的含义·····	97
二、在旅游服务中如何体现“双胜”原则·····	97
第三节 双重服务与个性化服务·····	99
一、双重服务·····	99
二、个性化服务·····	99
三、个性化服务与“金钥匙”、“定制化”·····	102
案 例·····	103
本章小结·····	104

思考与练习	104
第8章 旅游者投诉心理	106
学习重点	106
第一节 旅游者投诉原因分析	106
一、正确处理投诉的意义	106
二、引起旅游者投诉的原因	106
第二节 旅游者投诉的心理分析与对策	108
一、冲突发生过程中宾客的心理特点	108
二、旅游者投诉时的心理特点	108
三、旅游者投诉的主要类型及服务策略	109
第三节 处理投诉的程序和注意要点	110
一、处理投诉的程序	110
二、处理投诉的注意要点	111
案 例	112
本章小结	114
思考与练习	114
第9章 旅游者的心理与旅游设施	115
学习重点	115
第一节 旅游者的感知觉规律与旅游设施	115
一、旅游者的联觉与旅游设施	115
二、错觉在旅游设施中的应用	117
第二节 旅游者的注意、兴趣、想像规律与旅游设施	117
一、旅游者的注意、兴趣与旅游设施	117
二、旅游者的想像作用与旅游设施	118
三、旅游标志与旅游设施	118
案 例	119
本章小结	121
思考与练习	121
第10章 旅游管理心理	123
学习重点	123
第一节 人本管理	123
一、管理的概念	123
二、怎样理解人本管理	123
三、员工满意的具体要求	124
第二节 激励	125
一、激励的概念	125
二、激励理论	125
三、激励理论在旅游企业管理中的应用	127
第三节 人际沟通	128

一、人际沟通的概念	128
二、管理者与员工的沟通	128
三、管理者与实习生的沟通	130
四、营造让下属对你说真话的环境	131
五、冲突及其处理	132
第四节 管理者心理	134
一、领导者素质要求	134
二、管理者应具备的心理品质	135
三、管理者的行为	137
案 例	139
本章小结	141
思考与练习	141
后记	142

第1章

绪论

学习重点

- 掌握旅游心理学的概念及心理因素对发展旅游业的重要作用
- 了解旅游心理学学习的意义及其研究方法

第一节 什么是旅游心理学

旅游心理学是研究旅游活动中旅游者和旅游工作者心理活动规律的科学。通过这一学科的研究,对于发展旅游事业、扩大旅游客源、提高服务质量、改善旅游经营管理、科学安排旅游设施和开发旅游资源等,都有着重要的意义。

一、旅游业和旅游心理学

(一) 旅游业的发展需要心理学

1. 旅游业的工作对象是人

随着旅游这一新兴事业的兴旺发达,作为旅游业与心理学交叉学科的旅游心理学应运而生。旅游作为人类社会的一项活动古已有之,但作为一种服务性的行业却还是近代的事情。旅游业的性质决定了当它一出现于人类社会时,就围绕着如何更好地为旅游者服务这一根本问题开辟了自己的道路。从事这一行业的经营者、服务者总是以招徕、接待旅游者,组织旅游活动,为旅游者提供吃、住、行、游、购、娱等优质服务并取得盈利为其宗旨。旅游者也因经营者为其提供安全、方便、舒适和愉快的服务而获得生理和心理上的满足。因此,旅游业的工作对象不同于工农业等物质生产的产品,而是有血有肉的活生生的人,是来自四面八方的形形色色的旅游者。旅游业只有在为自己的工作对象提供优质服务时,才能显示出它强大的生命力。

2. 心理学是研究人的心理活动的科学

旅游业的工作对象是人,而心理学是一门研究人的心理活动的学问,要做好与人打交道的工作,就必须学习这门学问。

人的心理活动是世界上最复杂的现象之一。但无论何等复杂,就其实质来说,都是人脑对客观现实能动的反映。心理既是客观的,又是主观的,是主客观在实践基础上的统一。这是一个很重要的原理,我们了解这一原理的意义在于:不能忽视在旅游服务与管理中任何客观现实对旅游者产生的心理影响。服务质量的优劣,不是仅靠自我宣传得怎样,而是表现在具体的服务项目、服务态度和服务技巧上。同时还应注意到不同类型(包括地区、性别、年龄、经济水平、文化修养、个性特点等)的旅游者因认识经验、消费意识存在差异而对客观事物认识所表现出的迥然不同的态度。因此在向他们提供服务或推销商品时所施加的心理影响,在诱导方式、方向、程度等方面应该区别对待,而不能千篇一律。这样,我们的服务才能

收到事半功倍之效,我们的旅游事业才能迅速向前发展。

3. 心理因素问题是各国旅游业成败兴衰的核心

发展旅游业,一要增进友谊,二是促进社会经济发展。为了增进友谊和促进社会经济发展,就必须研究如何才能知人心,得人心。不能得人心,就谈不上友谊,也不可能促进社会经济发展。而要得人心,首先就须知人心。按照我们的想法,最好是让客人“把钱花够了再走”。可是,我们又不可能强迫客人花钱,只能针对他们的心理,对他们施加影响,让他们自觉地、高高兴兴地花钱,花了钱还心满意足。无论是旅游业发达还是衰退的国家或地区,其经验教训中,主要问题之一就是心理因素方面的问题。

我国旅游业起步甚晚,发展却异常迅速,主要是靠得天独厚的资源优势 and 对外开放的一系列政策。一座座现代化宾馆、饭店相继拔地而起,但人才问题,特别是人才素质问题却未能引起足够的重视。中国旅游业在人才素质方面存在着先天不足和后天发育不良的严重缺陷,加入 WTO 后国际游人对中国旅游资源神秘感的逐渐减少、消失,中国旅游业面临着十分严峻的考验。未来学家曾预言:21 世纪,世界上最激烈的竞争是人才的竞争,而无论哪类人才都必须以良好的心理素质为基础。可以断言,人才素质的高低将对中国旅游业的兴旺发达起着决定性的作用。

无数事实证明,单靠先进的硬件设施,不可能充分满足旅游者的需要,也不可能使旅游业提供尽善尽美的服务。要使旅游设施转化为最佳服务,特别是有针对性的服务,就必须努力探讨旅游心理学的一系列问题。比如:人们为什么要外出旅游;旅游者的心理过程和个性特征与旅游行为有什么关系;社会风气、文化习俗等对旅游者的心理及旅游行为有什么影响;心理学对旅游市场的开发、对旅游企业的经营管理与服务有什么作用;在旅游活动中,人们在生理上、心理上需要得到哪些方面的满足;怎样的服务才能使旅游者感到是一种享受和乐趣,等等。对此,旅游心理学都会给我们以知识、智慧和力量。

(二) 旅游心理学的研究对象

1. 旅游者心理

旅游者是旅游活动的主体。旅游心理学运用心理学的分析方法和研究成果,着重研究旅游者在旅游活动中的心理和行为及其规律。旅游者是旅游业的服务对象,是旅游业的客体,凡从事这一行业的工作人员都有必要去熟悉他们、研究他们。由于旅游活动在一个人的一生中所花的时间有限,旅游者在每一次旅游活动中逗留的时间更为短暂,我们不可能对他们做更深入的了解,更难于用心理实验的手段对旅游者心理进行定量分析。但旅游心理学所揭示的种种规律可以帮助我们从一般推测个别、从外表推测内心,在工作实践中不断积累经验,做到理论与实践相结合,很好地研究并掌握旅游者的心理特点。

2. 旅游工作者心理

(1) 服务人员心理

研究包括前厅、客房、餐厅服务员,商场售货员,导游陪同,景区景点讲解人员,旅游汽车司机与乘务员,厨房与娱乐场工作人员在内的从事具体工作的服务人员的心理活动特点、应具备的心理品质,以及怎样锻炼和培养良好心理品质的途径和方法等。

(2) 管理者心理

研究包括总经理、部门经理等在内从事管理工作的人员的心理活动特点、应具备的心理品质,并研究旅游企业管理中的若干心理学问题。

3. 旅游服务心理

旅游业对旅游者的服务不是抽象的,而是通过导游、前厅、客房、餐厅、商场等具体环节实现的。提供优质服务是旅游业的宗旨,因此必须研究旅游者在浏览过程中,在前厅、客房、餐厅、商场等场所的心理特点,以及我们所应采取相应的心理服务措施。

4. 旅游设施中的心理学问题

从分析旅游者对旅游设施建造的需求入手,研究旅游者的感知觉规律与旅游设施,旅游者的注意、兴趣、想像与旅游设施,以及旅游标志、宣传广告与旅游设施等问题。研究怎样运用心理学原理精心考虑和安排旅游设施,使旅游者更舒适、更愉快。

5. 旅游管理工作中的心理学问题

旅游心理学虽不专门研究管理,但它的研究内容要涉及管理。管理者的心理品质如何,管理工作怎样更符合旅游者的需要等等一系列管理工作中的心理学问题,都是旅游心理学研究的对象。

二、旅游心理学的依据与相关学科

(一) 旅游心理学的依据

1. 辩证唯物主义观点

辩证唯物主义的观点认为,客观事物是发展变化运动着的。旅游心理学的研究必须遵循辩证唯物主义的基本原理。

2. 心理学的研究成果

心理学的研究成果广泛而硕大,特别是半个世纪来更是取得了惊人的成绩。作为心理学分支应用学科的旅游心理学,其理论基础主要借助于心理学研究成果。

3. 旅游服务工作的实践活动

实践是检验真理的唯一标准,是人们认识的源泉。战斗在第一线的广大旅游服务工作者的实践活动为旅游心理学的研究提供了重要依据,并保证了旅游心理学研究的客观性。

(二) 旅游心理学的主要相关学科

旅游心理学是应用于旅游领域内的心理学。普通心理学是它的基础学科,其相关学科主要有哲学、美学、伦理学、社会学与社会心理学、经济学和市场学、管理心理学等。

1. 旅游心理学和哲学

哲学是关于世界观的学问,即关于整个宇宙、整个世界,包括自然界、社会历史和人的思想等等在内的根本观点的学问。旅游心理学只有在辩证唯物主义的哲学思想指导下进行研究,才能方向正确、成效卓著。

2. 旅游心理学和美学

美学是研究美以及人对美的感受和创造的一般规律的学科。旅游实质上是一种高层次、全方位的审美活动。旅游心理学应根据美学原理,合理开发利用旅游资源与设施,积极培养和提高旅游者和旅游工作者的审美修养。

3. 旅游心理学与伦理学

伦理学主要是研究人与人之间的道德关系。在旅游业人与人交往中的很多问题都涉及道德问题。旅游心理学的研究要吸收伦理学研究的成果,来分析和评价旅游服务活动中的道德行为。

4. 旅游心理学和社会学、社会心理学

社会学是把社会作为整体,研究社会现象及其变化发展规律的科学。社会心理学是研究人们在社会生活中的心理活动及其规律的科学。它们所研究的如社会角色、社会生活方式、人际沟通、人际关系等,对旅游心理学都有借鉴和指导意义。

5. 旅游心理学和经济学、市场学

有些人从社会学与经济学的角度来研究旅游,把旅游看成是一种社会经济现象。特别是现代大规模旅游的出现,必须要有许多人来为它服务,必然要出现为它服务的各种机构,需要交通工具、旅游设施、旅游饭店等。这样就出现了市场营销,也带来了经济效益。因此,经济学与市场学的研究成果对旅游心理学都有重要的借鉴作用。

6. 旅游心理学和管理心理学

管理心理学的研究对象是组织中人的心理规律。它从管理的角度出发,旨在充分调动组织中人的积极性。管理心理学与旅游心理学的研究对象有共通之处。

第二节 学习旅游心理学的意义

一、叙述、解释旅游心理活动

在旅游活动中,旅游者与旅游工作者的心理活动究竟怎么样,要科学地叙述、解释清楚,并不是一件轻而易举的事。然而,学习了旅游心理学,就可逐步做到使用健康准确的语言、丰富生动的词汇,以及图表、数字、公式等,使旅游心理活动得到科学的叙述和解释。

二、提高旅游工作者的心理品质

旅游服务工作是依靠人来进行的,人的心理品质如何直接影响旅游服务的质量。提高旅游工作者的心理品质,是旅游心理学的头等任务。

心理品质的提高,一方面取决于实践,一方面取决于学习。学习旅游心理学有助于我们形成辩证唯物主义世界观,正确地了解自己,控制自己的情感,培养良好的心理品质;有助于我们掌握旅游者心理,提高服务质量。

三、提高组织内部的管理水平

一个旅游企业要在市场经济的竞争中取胜,要在广大旅游者的心目中树立良好形象,组织内部的管理状况如何是一个很重要的因素。管理最重要的职能是调动全体工作人员的积极性,创造性地去实现组织的目标。旅游心理学要把自觉推进组织的管理模式的发展列为自己的任务,积极地为提高组织内部的管理水平而努力。

四、推动旅游事业的更快发展

学习旅游心理学的根本任务是用旅游心理学的原理指导实践活动,提高旅游服务质量,发展旅游事业。旅游工作者心理品质的提高、旅游工作者对旅游者心理的认识,最终都要通过旅游服务活动的实践接受检验。因此,提高自身的素质,认识旅游者的心理和运用心理规律来开展旅游服务活动,预测将来,推动旅游事业的更快发展,这是一个整体。旅游心理学在这一整体活动中发挥着特殊的功能。

五、创建和完善具有中国特色的旅游心理学

我国有灿烂悠久的历史文化,特别有不同于世界其他国家的文化背景。对于旅游心理

学而言,我国有丰富的历史素材和现代心理学的研究成果可资借鉴,有广大的旅游工作者和旅游者的社会实践活动可资运用。虽然我国旅游心理学成为一门独立学科的历史还非常短暂,但只要持之以恒,创建和完善具有中国特色的旅游心理学的任务是可以很快实现的。

第三节 旅游心理学的研究方法

一、观察法

观察法是在未经控制的自然状态中,通过被观察者的谈吐表情、举止行为等外部表现,去探求人的心理活动的一种常用的方法。

统称“观察法”的活动有不同的分类。从对象来看,有对特定的个人进行的观察和对特定的群体进行的观察;从时间来看,有长期观察(跟踪观察)和定期观察;从目的来看,有针对性观察和随机观察,等等。不管采用哪种观察都必须仔细、全面,做好记录。

观察法的优点是简便易行,被观察者所表现的心理活动很自然,很真实,很直接,很客观。缺点是观察者从总体上说处于被动地位,只能由当事人表现什么观察什么,不易精确地确定某种心理现象的原因。同时,观察法得来的材料也难以量化,难以说明刺激条件与心理变化之间的精确关系,最后难以进行统计处理。为了克服这些缺点,根据旅游业的实际情况,需要有控制地进行观察,即自然实验法。

二、自然实验法

这种方法不是在实验室内进行,而是在适当控制条件下并结合经常业务进行的。例如在导游服务中使用不同的导游方法,观察游客的情绪反映,从中研究他们的心理需求。在客房服务中,我们可选择游客人数和基本情况大致相同的两个楼层,采用不同的服务方式进行观察并记录,一定时期后进行分析比较,作出心理实验总结。

自然实验法兼有观察法的自然、经济可靠和实验法的主动、集中、精确等优点,因此目前已成为应用心理学中普遍采用的一种研究方法。

三、调查法

由于旅游业具有服务对象(旅游者)流动性大、逗留时间短的特点,对他们的心理现象常常不可能进行深入了解或直接观察,因而可采用根据既定目的搜集有关资料,间接了解被试者心理活动的方法,这种方法就是调查法。

调查法有多种形式。从调查类型来看,有普遍调查、抽样调查和典型调查;从调查方法来看,有谈话法、开会法、问卷法等。

普遍调查,是在较大范围内对某一专项或某些专项进行全面调查,划定范围内的每个人或每一户都是调查对象。抽样调查,是在一定范围内通过对某些样点的调查,推论出该范围内总体情况的调查。典型调查,是对具有某种特征或某种代表性的对象进行专门的调查。如果典型条件选择得好,也具有一定的普遍意义。

谈话法和开会法是口头调查的主要方法。谈话法是运用谈话方式来了解对方的心理特点和需求情况。这是旅游业,特别是导游用来研究旅游者心理活动的常用方法。使用这种方法时,研究者应根据研究目的和谈话对象的特点,拟定谈话要点,以提问的方式在同被试者进行谈话中了解其心理活动,并详细记录被试者在谈话时的表情、动作等等。谈话时要注意

意:第一,所提问题是对方乐于回答的;第二,与对方建立相互信任的关系;第三,注意谈话态度,做到谈话气氛自然;第四,善于诱导,随时察言观色,随机应变。有时为了比较深入地了解情况,还可在适当的情况下,约请一些人组织座谈,这就是上面所说的开会法。使用开会法时,事先可将座谈主题预告对方,并取得对方的同意与合作。有时,也可重点访问一些人,如旅游团领队、旅游经验比较丰富的游客等。

谈话法所了解的情况比较主动,比较有目的性,也比较全面。但这种方法的缺点是被试者的口头问答不能作为下结论的可靠依据。因而,最好与其他方法并用。

问卷法是书面调查的方式。问卷法是通过被试者以填写回答事先拟定好的表格、问题等形式来研究其心理的一种方法。一般的旅游部门都备有调查表或意见表格,采用比较简单易懂的方法,使旅游者在省力的情况下填写。这种表格经常反映着旅游者在心理方面的一些感受,是我们研究旅游者心理状态的常用方法。

无论使用哪种形式的调查法,都要让人讲真话,这是调查获得成功的关键。调查对象要尽量广泛全面,调查后的资料应加以归类、分析、综合。调查法不仅适用于对旅游者的心理研究,也适用于对工作人员的心理研究。

四、经验总结法

在旅游心理学研究中,广泛地运用经验总结法。这可由心理学工作者与旅游工作者一起进行,也可由旅游工作者单独进行,或由心理学工作者在旅游工作者的协助下进行。这种方法还包括借鉴国外旅游心理学的研究成果。

方法是为一一定目的服务的,在一个具体的旅游心理学课题研究中,应采用何种方法,要根据研究目的和当时当地的具体条件而定。社会在前进,旅游业在发展,人类的认识能力与控制能力也在不断增强。我们在使用前人已经研究出的各种方法的基础上,定能在实践中不断创造出新的方法。

本章小结

本章以“什么是旅游心理学”为中心,明确指出旅游心理学的研究对象是“人”。这个“人”既包括旅游者,也包括旅游工作者。同时,介绍了学习旅游心理学的意义和常用方法。

人的心理活动是世界上最复杂的现象之一,心理因素问题是各国旅游业成败兴衰的核心,我们必须予以足够重视。学好本章,将为学好全书内容打下良好基础。

思考与练习

1. 什么是旅游心理学?旅游业的发展为什么需要心理学?
2. 旅游心理学的研究对象与主要研究方法有哪些?
3. 从成功与失败两方面各举一例说明旅游企业的经验教训中心理因素是个主要问题。