

中等职业教育国家“十一五”规划教材

旅游服务与饭店管理专业



根据国家教育部中等职业教育教学大纲编写

旅游心理学

Lvyouxinlixue

旅游服务与饭店管理教材编委会 编写

主编 / 蒋正芳 马国庆 罗怡平

内容简介

本课程是中等职业学校旅游服务与管理专业的一门主干专业课程。其主要任务是：要求学生掌握心理学的一般知识及原理，着重了解旅游者的心理活动及消费需要，同时培养学生具有良好的心理素质。

绪论 / 旅游与感知觉 / 旅游者的情绪情感
旅游者的需要、动机及兴趣 / 旅游者的个性 / 旅游者的态度
旅游服务心理 / 旅游服务中的人际关系 / 旅游行业服务心理
旅游服务人员的心理素质和职业意识
旅游企业员工的心理健康



国家“十一五”规划教材



电子科技大学出版社
Dianzikejidaixuechubanshe

中等职业教育国家“十一五”规划教材

旅游服务与饭店管理专业



根据国家教育部中等职业教育教学大纲编写

旅游心理学



旅游服务与饭店管理教材编委会 编写

主编 / 蒋正芳 马国庆 罗怡平



电子科技大学出版社

Dianzikejidaxuechubanshe

图书在版编目(CIP)数据

旅游心理学 / 蒋正芳等主编. —成都: 电子科技大学

出版社, 2007.6

ISBN 978-7-81114-457-4

I. 旅... II. 蒋... III. 旅游心理学 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 057173 号

内容简介

本书融国内外旅游心理学理论研究文献, 结合来自旅游行业的实践经验及作者的教学实践, 针对旅游中等职业教育的课程特点和教学要求编写, 突出科学性和实用性。主要包括旅游心理学的产生及其研究对象; 旅游与感知觉, 旅游者的情绪情感, 旅游者的需要, 动机及兴趣, 旅游者的个性, 旅游者的态度, 旅游服务心理, 旅游服务中的人际关系, 旅游行业服务心理, 旅游服务人员心理素质和职业要求, 旅游企业员工的心理健康等内容。

本书内容丰富, 案例生动活泼, 适合作为各中等职业学校、中等专科学校、高等职业学校(三年中专+两年大专)、成人高校以及民办高校的相关专业的通用教材, 也可以作为有关人员的岗位培训教材或作为社会读者的自学读物。

旅游心理学

主编 蒋正芳 马国庆 罗怡平

出版: 电子科技大学出版社(成都市一环路东一段 159 号电子信息产业大厦 邮编: 610051)

策划编辑: 吴艳玲

责任编辑: 江进优

主页: www.uestcp.com.cn

电子邮件: uestcp@uestcp.com.cn

发行: 新华书店经销

印刷: 四川省南方印务有限公司

成品尺寸: 185mm×260mm 印张 10.5 字数 270 千字

版次: 2007 年 6 月第一版

印次: 2007 年 6 月第一次印刷

书号: ISBN 978-7-81114-457-4

定价: 16.80 元

■ 版权所有 侵权必究 ■

- ◆ 邮购本书请与本社发行部联系。电话: (028) 83202323, 83256027
- ◆ 本书如有缺页、破损、装订错误, 请寄回印刷厂调换。
- ◆ 课件下载在我社主页“下载专区”。

导 言

随着我国国民经济的高速发展,旅游越来越成为人们重要的生活方式。与世界发达国家相比,我国的旅游起步较晚,旅游业在我国还是一个新兴的产业,旅游教育更是近20年来才逐渐发展起来的。

我国是一个文明古国,有悠久的历史,灿烂的文化,秀丽的山川,而且民族众多,旅游资源丰富而独特。改革开放以来,在党和政府发展旅游经济思想的指导下,旅游业得到迅速发展,其在国民经济中的作用不断增强,在世界旅游业中的地位不断提高。20世纪末,我国接待海外旅游者的人数跃居世界第五位,旅游外汇收入居世界第六位,我国已成为亚洲的旅游大国。

我国春节、五一、国庆三大黄金周旅游的冲击波,将我国的国内旅游和出境旅游推向了高潮,旅游业这一新经济增长点的旺盛生命力与其关联带动作用发挥到了极致。

根据国家旅游局的规划,到2010年,来华旅游入境人数将达到7100万人次,旅游外汇收入将增至380~430亿美元;国内旅游人数将达到20~25亿人次,旅游收入可望增至10 000~10 500亿元人民币。

面对如此巨大的旅游市场前景,在从政策上加速发展我国旅游经济的同时,需要大量的旅游服务与管理人才。调查研究表明,当前,旅游业人才缺口最大的是中、初级旅游行业管理者和劳动者,而中等职业学校的旅游服务与管理专业正是提供这类人才的摇篮。

为贯彻执行《中共中央国务院关于深化教育改革 全面推进素质教育的决定》精神,积极推进《面向21世纪教育振兴行动计划》。我们针对旅游教育的特点出版了符合新型教育理念的“全新教材”。旅游服务与管理专业涉及的课程(教材)极为广泛,根据教育部职业教育与成人教育司编制的“旅游服务与管理专业教学指导方案”,该专业的课程划分为“文化课”、“专业课”和“选修课”三大类。

在经过认真的分析和研究后,我们严格按照国家《中等职业教育旅游服务与管理专业教学大纲》的要求,邀请了一批在旅游教育一线从教经验丰富的教师,精心组织编写了一套极具活力、极为适用的全新教材,首期推出的有:《职业道德与职业指导》、《法律基础知识》、《计算机应用基础》、《旅游概论》、《旅游心理学》、《中国旅游地理》、《旅游政策与法规》、《中国民族民俗》、《导游基础知识》、《菜点酒水知识》、《导游业务》、《旅行社业务》、《旅游市场学》、《前厅服务与管理》、《餐厅与宴会管理》、《客房服务与管理》、《酒店管理概论》、《旅游英语基础》等近二十种规划教材。

本套教材在编撰过程中,得到了旅游部门的大力支持和帮助,业内知名专家审定后认为:“该套教材生动活泼,内容新颖,实践性强,能狠狠地抓住知识基础和技能训练这

个中职教育的根本主题；在同类教材中有出类拔萃之感，很适合于在全国旅游教学中采用……”

纵观本套教材，具有如下的特点和亮点：

一、定位准确。教材是教学中的根本，教材的内容既不能“偏高”，也不能“偏杂”。本套教材能抓住中职教育主要是培养“中、初级专门人才”这个根本，在每种教材的内容取舍、组织构架上都十分恰当，可谓亮点之一。

二、理念全新。旅游业是我国与国际接轨最早的行业，尤其是在当今经济全球化的时代，旅游业的服务规范、管理方法、经营理念，随时都在发生巨大的变化。而且，我国的旅游业，从产业上已由纯粹的“经济功能阶段”发展为以“经济功能为主，多种功能共同发挥的阶段”；从市场的角度来看，“大众化旅游”已经形成。因此，在教材中必须及时反应产业和市场的特点。本套教材能将国际、国内旅游业和市场的最新发展和变化有机地融入其中，可谓亮点之二。

三、重视基础。人文社科与科学技术一样，依然有其特定的知识体系，而在知识体系中，“知识基础”是其最重要的平台。本套教材能紧扣旅游服务和管理专业的特点，清晰地阐述了知识体系中的“重点”、“难点”和“盲点”，使读者在学习中能从容地抓重点、突难点、解盲点，建立起稳固的知识基础，可谓亮点之三。

四、突出实践。当代职业教育在全新教学理念的指导下，教学模式已经多样化，其中，模拟工作实践中真实环境的“情景教学”和以实际工作中的重要、典型、常见例子为主线的“案例教学”被广泛采用，这就要求教材从实践中来，通过“教”与“学”再到实践中去。本套教材从整体上结合得非常完美，可谓亮点之四。

五、强化应用。中等职业教育必须以职业岗位规范和职业能力的需要为依据，最终目的是要求把所学的知识应用到实际岗位上。本套教材无论从体例结构、案例选取、综合技能培训等方面，都始终贯彻了“应用”这个主题，可谓亮点之五。

此外，本套书架构别致，脉络清晰，语言流畅，具有极大的可读性；加之版式新颖、封面、装帧、印刷都极为考究，定价经济实惠。这些闪光的元素构成了巨大的卖点。

可以预测，本套书将成为 2007 年中等职业教育旅游服务与管理专业同类教材中的一朵奇葩。

教材或者图书虽然是特殊的商品，但毕竟是“商品”，任何商品最终都要接受市场的检验，出版者将企盼着千百万读者的回应。

中等职业教育教材编写委员会

目 录

第一章 绪论.....	1
第一节 旅游心理学的产生及其研究对象.....	1
一、心理学及其研究内容.....	1
二、旅游心理学的产生.....	2
三、旅游心理学研究的对象和研究内容.....	3
第二节 学习旅游心理学的意义.....	3
一、对旅游业的发展具有科学指导性.....	3
二、为旅游企业科学合理的经营发展提供心理依据.....	3
三、提高旅游管理人员及服务人员的心理素质和职业素质.....	4
第三节 旅游心理学的研究方法.....	4
一、观察法.....	4
二、自然实验法.....	5
三、调查法.....	5
四、经验总结法.....	5
复习思考题.....	5
第二章 旅游与感知觉.....	6
第一节 旅游过程中感知觉的特点.....	7
一、感觉及其特点.....	7
二、知觉及其特点.....	8
三、旅游过程中影响感、知觉的因素.....	10
第二节 人际知觉与旅游.....	12
一、人际知觉的途径.....	13
二、影响人际知觉的因素.....	15
第三节 对旅游条件的知觉.....	17
一、对旅游点的知觉.....	17
二、对旅游距离的知觉.....	17
三、对旅游交通的知觉.....	18
第四节 旅游者的风险知觉.....	18
一、风险知觉的种类.....	19

二、风险知觉产生的原因.....	19
三、消除风险的方法.....	20
第五节 如何观察旅游者.....	21
一、从外部特征观察.....	21
二、从言语、动作观察.....	23
三、从行李、用具、生活习惯观察.....	24
复习思考题.....	25
第三章 旅游者的情绪情感.....	26
第一节 情绪和情感概述.....	26
一、情绪和情感的概念.....	27
二、情绪的特点及其内容.....	27
三、情绪的状态.....	28
四、情感的特点及其内容.....	29
第二节 旅游者的情绪情感.....	31
一、影响旅游者情绪情感的因素.....	31
二、旅游者情绪的特征.....	32
三、情绪情感对旅游者行为的影响.....	33
复习思考题.....	33
第四章 旅游者的需要、动机及兴趣.....	35
第一节 旅游者的需要.....	36
一、需要及其特征.....	36
二、需要的种类.....	37
三、旅游者需要的特点.....	38
三、旅游者在旅游过程中不同阶段的需要.....	40
四、不同类型旅游者的不同需求.....	41
第二节 旅游者的动机.....	43
一、旅游动机.....	43
二、旅游动机的形成.....	43
三、旅游动机的特点.....	44
四、旅游动机的类型.....	44
五、旅游动机的激发.....	46
第三节 旅游者的兴趣.....	47
一、兴趣的一般概念.....	47
二、旅游者兴趣分析.....	47

三、旅游兴趣的激发	49
复习思考题	49
第五章 旅游者的个性	51
第一节 个性的基本内容	52
一、个性及其特点	52
二、个性的内容	53
三、旅游方式与个性特征	53
第二节 旅游者的气质	54
一、气质的四种类型	55
二、神经活动类型与气质类型	55
三、气质对旅游倾向的影响	56
第三节 旅游者的性格	57
一、什么是性格	57
二、性格形成的因素	57
三、性格与气质的关系	58
四、性格对旅游倾向的影响	58
五、对旅游者性格的鉴定	59
复习思考题	61
第六章 旅游者的态度	62
第一节 态度概述	63
一、态度及其组成	63
二、态度的特性	64
三、态度的形成	65
第二节 旅游者态度的改变	65
一、态度与旅游偏爱	65
二、态度和旅游决策	66
三、旅游态度的改变	67
复习思考题	70
第七章 旅游服务心理	71
第一节 旅游服务概述	72
一、旅游服务的含义和内容	72
二、旅游服务的特点	73
第二节 旅游服务态度	74

一、旅游服务态度的心理功能.....	74
二、良好服务态度的确立.....	75
第三节 旅游服务语言.....	76
一、旅游服务语言的心理功能.....	76
二、旅游服务语言的特点.....	77
第四节 旅游服务时机.....	78
一、旅游服务时机的含义.....	78
二、正确把握服务时机.....	78
第五节 旅游服务中的功能服务和心理服务.....	79
一、功能服务和心理服务的内涵.....	80
二、提供心理服务, 实现优质服务.....	80
第六节 旅游服务中的必要因素和魅力因素.....	84
一、必要因素和魅力因素的内涵.....	84
二、坚持一视同仁和特别关照.....	84
三、提供有特色的个性化服务, 提高服务质量.....	85
第七节 旅游者的投诉心理.....	86
一、引起投诉的原因.....	87
二、投诉心理.....	87
三、处理投诉的程序和要点.....	88
复习思考题.....	89
第八章 旅游服务中的人际关系.....	92
第一节 人际关系概述.....	93
一、人际关系的构成及内容.....	93
二、影响人际关系的因素.....	93
三、如何建立良好的人际关系.....	95
第二节 旅游服务中的客我交往.....	96
一、旅游服务中客我交往的特点.....	96
二、旅游服务中客我交往的原则.....	97
三、旅游服务中客我交往的沟通方式.....	99
第三节 旅游服务中的人际难题和对策.....	101
一、透视人际难题, 找出症结所在.....	101
二、运用人际交往艺术, 分两步反应法.....	102
复习思考题.....	105

第九章 旅游行业服务心理	107
第一节 饭店服务心理	107
一、前台服务心理	108
二、客房服务心理	110
三、餐厅服务心理	113
四、商场服务心理	118
五、综合服务心理	121
第二节 导游服务心理	123
一、旅游者在游览过程中的主要心理	124
二、导游服务心理对策	125
三、导游员应具备的心理品质	128
四、运用美学观点做好导游工作	128
第三节 旅游交通服务心理	130
一、旅游者的交通心理需求	130
二、旅游交通服务的心理对策	131
复习思考题	134
第十章 旅游服务人员的心理素质和职业意识	135
第一节 旅游服务人员应具备的心理素质	135
一、旅游服务人员应具备的气质特征	135
二、旅游服务人员应具备的性格特征	136
三、旅游服务人员应具备的情绪情感特征	137
四、旅游服务人员应具备的意志特征	137
五、旅游服务人员应具备的能力特征	138
第二节 旅游服务人员的职业意识	141
一、旅游服务人员的角色意识	141
二、旅游服务人员的形象意识	141
三、旅游服务人员的服务意识	142
四、旅游服务人员的信誉意识	145
复习思考题	145
第十一章 旅游企业员工的心理健康	147
第一节 员工的心理健康	147
一、健康的含义	147
二、心理健康的标准	147
三、员工心理健康的标准	148

第二节 员工的挫折心理和心理自助	149
一、什么是挫折	149
二、挫折产生的原因	149
三、心理挫折的容忍力	150
四、挫折后的行为表现	151
五、如何进行积极的心理自助	152
第三节 情绪状态的自我调节	153
一、对情绪状态进行自我调节的必要性和可能性	153
二、情绪状态自我调节的几种方法	154
第四节 如何维护员工的心理健康	155
一、对心理疾病应有的认识	155
二、如何提高心理健康水平	156
复习思考题	157
主要参考文献	158

第一章 绪 论

【本章提要】

本章是旅游心理学的概述,介绍了旅游心理学的性质、历史发展沿革和研究对象。通过学习要了解旅游心理学的价值及理论和实践目的。掌握旅游心理学的基本研究方法。

【案例背景】

旅游活动是一种综合性的活动,它是一种地理现象,一种商业活动,也是一种社会行为,一种人类经历。旅游心理学就是解剖这一复杂现象的一个角度。

【案例思考】

某市日报报道:某旅游城市两个旅行社的外联人员在争夺刚刚抵达码头的游客时,互不相让,大打出手,直到 110 警察赶到,经劝解双方才罢手。而那些被外联人员“热情相邀”的游客,早已吓得四散逃走,旅游欣赏的兴致也就荡然无存。

游客们为什么逃走?这种过度而不文明的“热情”接待方式是他们所期望的吗?

【知识要点】

- 旅游心理学的产生及其研究对象
- 学习旅游心理学的意义
- 旅游心理学的研究方法

第一节 旅游心理学的产生及其研究对象

一、心理学及其研究内容

心理学是研究人的心理活动及其规律的科学。

人类生活在极其复杂的自然和社会环境之中,因而人的心理活动是十分复杂和丰富多彩的。

人在现实世界中用眼、耳、鼻、舌、身等去感受周围的事物,我们称之为感觉和知觉。人经历过的事情,当再次出现时,能够认识它,必要时还能够回忆起以前经历过的事情,这叫记忆。人要认识事物,不能只限于它的表面现象,还要深入到它的本质,必须对感知的材料用已有的知识进行分析、思考,这种分析、思考活动叫做思维。人们还能在过去经验的基础上,在头脑中创造出新事物的形象,这就是想象。

以上我们说的感觉、知觉、记忆、思维、想象等都是对客观事物的了解、掌握,都属于认识过程。人在接触、认识客观事物的过程中,同时也认识到外界事物对个体的利害关系,即它们是否与个体的兴趣、需要相一致,从而产生对客观事物的态度,产生喜、怒、哀、乐、爱、恶等各种各样的情感。如对某人喜欢或者厌恶,对某事恐惧或者愤怒;听到好消息感到愉快,听到不幸的消息感到悲伤等等,这些都是情感过程。

人在认识事物的过程中,会遇到不利条件,产生某些困难,但人们并不肯屈服,而要想办法战胜困难,达到自己预定的目的。这种想办法克服一定困难、坚持达到目的的心理过程,叫意志过程。

认识过程、情感过程、意志过程并不是彼此孤立的过程,它们在人们的心理活动中,是作为一个统一的整体表现出来,相互紧密地联系在一起的。所以我们将它们称为心理过程,心理过程是人的心理活动的一个方面。

人的心理活动的另一个方面是人的个性心理。个性心理包括个性心理特征及个性心理倾向性两个部分。

人们在处理各种事物的过程中,会表现出各自不同的心理特征。正所谓“人心不同,各如其面”。在日常生活中,人们从事各种活动时,有人善于概括,有人长于分析,有人记忆力好,有人具有丰富的想象力等,这都是表现在能力方面的特征。在人的活动和交际中,有人精力充沛,动作迅猛;有人行动迟缓,动作无力;有人锋芒毕露,暴跳如雷;有人喜怒哀乐不形于色,只是沉湎于深刻的内心体验之中。这些差异属气质方面的特征。在对人对事方面,有人勤奋,有人懒惰;有人见义勇为,有人胆小怕事;有人谦虚谨慎,有人目空一切。这是表现在性格方面的特征。这些表现在人的能力、气质和性格方面的特征称为个性的心理特征。

我们在旅游接待工作中,常遇到客人不同的个性倾向,即客人不同的需要、旅游动机和兴趣等。这反映了一个人的个性倾向性。

我们通常所说的人的心理活动就是指人的心理过程和个性心理两个方面。这两个方面密切地联系并且不可分割。个性心理特征是在各种心理过程形成和发展的,并且要通过心理过程才能表现出来。因此,人的心理过程和个性心理是心理学研究的主要内容。

二、旅游心理学的产生

旅游心理学的产生是离不开旅游的。旅游是一项古老的活动,古老的巴比伦王国的人们用货币或货物支付旅行所花费的交通或食宿费用。2000多年以前,我国就有“仁者乐山,智者乐水”的说法。我国历史上记载最早的、行程最远的旅行家是西汉时期的张骞。他于公元前139年奉汉武帝之命出使西域,历时13年为发展汉朝与中亚各地人民的友好关系做出了杰出的贡献。还有西汉的司马迁20岁就开始游历全国,为写《史记》积累了丰富的资料;明代的徐霞客游历全国,留下了具有科学、历史和文化价值的《徐霞客游记》;意大利人马可·波罗在我国元代时游历中国;英国的哥伦布环球航行等等。

但是,旅游作为一项经济事业却是在19世纪40年代开始的。1841年,英国的木柴商人托马斯·库克创造了世界上最早的、有组织的近代旅游服务。当时,托马斯·库克包租了一列火车,运载540人去参加一次禁酒大会。之后,他又组织了最早的团体旅游,设置了最早的导游员,编写了最早的《旅游手册》,还组织了其他方式的旅游活动等等,他也因此被公认为现代旅游的创始人。

20世纪50年代之后,由于世界经济、科技文化、交通运输的迅速发展,旅游业得到飞速发展。各国政府也相当重视和鼓励开发旅游业。旅游作为一种休闲方式,越来越为人们所接受,成为人们重要的精神享受和现代文明生活的一个标志。总之,旅游活动已经成为人民群众物质文化生活需要中不可缺少的内容之一。随着旅游事业的发展,作为旅游业与心理学交叉学科的旅游心理学便应运而生。旅游业的性质决定了它一出现,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、服务者总是以通过接待旅游者,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他们提供安全、方便、舒适和愉快的服务而获得生理和心理上的满足。如果不了解旅游者的心理特点,不懂得旅游工作的特殊性,不明白什么是优质服务等问题,其结果是可想而知的。

因此,许多旅游管理人员和服务人员开始了探索针对旅游者心理搞好服务工作的措施,心理学家以及不少其他领域的学者也逐渐开始从不同的角度来研究旅游心理。同时旅游业本身的发展也迫切要求系统地深入地研究旅游活动中各种复杂的心理现象,为发展旅游业、提高旅游服务质量和效率、培养优秀的旅游从业人员提供心理依据。旅游心理学便产生了。

三、旅游心理学研究的对象和研究内容

旅游心理学是研究旅游者和旅游从业人员在旅游活动过程中产生的心理活动及其规律的科学。

旅游心理学是心理学的一个分支,是心理学在旅游服务业中的应用,属于应用心理学。在旅游活动中,旅游者的需要、旅游动机、旅游者的心理活动变化规律是旅游心理学研究的主要对象。目的就是要了解旅游者及潜在的旅游者需要什么?为什么选择这个地方而不去那个地方?影响旅游行为的主观因素和客观因素是什么?优质服务的内容是什么?旅游企业的员工应具有怎样的心理素质?以上问题均是旅游心理学要解决的问题。旅游心理学的研究对象主要包括旅游者心理、旅游服务心理和旅游企业员工心理。

旅游者是旅游活动的主体,是旅游业的服务对象,是旅游业的客体。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。旅游者心理具体包括旅游知觉、旅游动机、旅游者的情绪情感、旅游者的个性和旅游者的态度。

旅游业是为旅游者提供旅游服务的行业,提供优质服务是旅游业的宗旨。旅游心理学要研究旅游服务心理和旅游行业服务。如,导游服务、酒店服务、旅游交通服务等。

旅游企业的员工是旅游服务的提供者,优质服务的实施者,旅游企业员工的心理特点、应具备的心理品质和心理素质以及如何进行心理健康的维护就应该是旅游心理学必须研究的内容。

第二节 学习旅游心理学的意义

一、对旅游业的发展具有科学指导性

旅游业以旅游者的存在为主要前提,如何赢得旅游者的问题是一个科学的问题,也是一个衡量旅游企业是否兴旺发达的重要标志。赢得旅游者最根本的条件不是靠现代化的硬件设施,而是能否最充分地满足旅游者的需要。旅游心理学可指导旅游企业了解旅游者的需要、动机、态度、人格等方面的心理特点,了解不同性别、年龄、国籍、民族等的心理特点及差异。做好有的放矢的针对性服务,这样才能赢得旅游者,使旅游企业蓬勃发展。

二、为旅游企业科学合理的经营发展提供心理依据

旅游企业要开发旅游资源、旅游产品以及旅游设施建设,都必须适应旅游者的生理心理特点,以能否满足旅游者的需要为制订方案的依据。盲目地开发,等于人力物力的浪费。旅游心理学可

帮助旅游经营管理者运用心理学原理分析旅游者心理发展趋势,针对旅游者的心理特点,制定科学合理的经营措施,促进旅游企业的健康发展。

三、提高旅游管理人员及服务人员的心理素质和职业素质

旅游企业从业人员的心理素质和职业素质直接影响旅游服务的质量,因此,提高旅游企业从业人员的心理素质和职业素质是旅游企业的关键。旅游心理学作为一门专业学科,研究的是有关旅游专业的心理方面的基本理论知识,学习这些知识,可以使员工正确认识工作的对象,把握工作对象的心理特点和差异,真正做到个性化服务和优质服务。

第三节 旅游心理学的研究方法

旅游心理学的研究,必须遵循客观性原则和理论联系实际的原则。

客观性原则就是在研究中要采取实事求是的态度,按照客观事物的本来面目去研究事物。旅游者的心理活动是丰富多彩、千变万化的,但是无论他们的心理活动如何复杂,其心理都是客观现实的反映。旅游者的心理是由一定的刺激引起的,并在各种实践中表现出来。我们研究他们的心理,可以从客观表现,从他们的心理赖以产生的条件等方面加以客观地研究。

理论联系实际的原则要求研究课题从实践中来,研究成果为实践服务,并受实践的检验。也就是说,旅游心理学要密切联系旅游服务工作实际,了解旅游服务工作中存在的主要问题,从中提出有关心理学的研究课题。这样,旅游心理学的研究工作就可以为提高服务质量、提高旅游业科学管理的水平提供心理学依据。

由于心理现象的复杂性,所以研究的方法也是多种多样的,下面介绍常用的几种研究方法:

一、观察法

在旅游活动中,通过旅游者或从业人员的言语、表情和行为、动作等外部表现,了解他们的心理活动,这种方法叫观察法。

观察法是心理学研究中使用较广泛的一种方法。根据观察的时间长短,分为长期观察和定期观察。长期观察即在较长的时间内(几个星期、几个月)对被观察对象进行连续不断系统的观察。观察时作详细记录,然后整理所得资料,加以分析研究。定期观察,即按一定时间进行观察,每隔一定时间观察一次,经过多次观察后,将搜集的材料进行分析研究。根据观察的内容可分为全面观察与重点观察。全面观察如客房服务人员选择旅游者在宾馆客房范围内需求的不同特点、不同年龄客人的喜好等心理现象进行重点观察。

为了使观察富有成效,观察者必须事先制定观察计划、明确观察目的,对所要观察的问题有基本的了解。观察时要尽可能做到严密和客观,善于记录与观察目的有关的事实。观察法还应在自然条件下进行,使被观察者不知道自己在被观察,否则其行为表现的自然性就会消失。

观察法的优点是保持被观察者心理表现的自然性和客观性,其缺点是研究者处于被动地位,他只能等待他所需要的现象出现,根据观察所得的材料不易做数量的分析,也不能精确地确定某种心理现象发生的原因。

二、自然实验法

在旅游接待的自然过程中,适当控制某些条件,结合经常的服务工作而进行研究,这种方法叫做自然实验法。如在导游服务中使用不同的导游方法,观察游客的情绪反应,从而研究他们的心理需求。自然实验法是在实际情况下进行的,所得到的结果比较接近实际,又由于是研究者可以有目的地改变或控制某些条件,因此比较具有主动性和严密性,所得的结果也比较准确。

三、调查法

当研究的心理现象不能直接观察到时,可以通过搜集有关资料,间接了解被试者的心理活动的方法叫做调查法。

调查法的途径和方法是多种多样的,较常用的是谈话法与问卷法两种。

谈话法是运用谈话的方式来研究被试者心理的调查方法。运用谈话法,要了解被调查者的各方面情况,要确定谈话目的、拟定谈话的内容纲要。谈话法的缺点是被调查者的心理特点的结论是凭被调查者口头回答作出的,往往不可靠,因此常不单独使用。

问卷法是通过被试者填写事先拟定好的表格、回答事先拟定好的问题等形式来研究其心理的一种方法。如在宾馆餐厅中放置预先拟定的服务质量评价的问卷,让客人填写,然后归纳、分析研究客人的心理。问卷法的优点是可以同时进行大规模的调查,缺点是问卷回收率低,对所回收的问卷答案的真伪判断较难。

四、经验总结法

研究者从心理学角度,有目的地整理服务工作的经验,从中抽取和提炼出所包含的心理规律,这种方法叫经验总结法。如通过对优秀服务人员的经验总结的研究分析,归纳出优秀服务人员心理素质特点。

复习思考题

1. 什么是心理学?什么是旅游心理学?
2. 结合实际谈谈学习旅游心理学的必要性。
3. 旅游心理学的研究对象是什么?有哪些研究方法?

第二章 旅游与感知觉

【本章提要】

旅游者的感知觉是影响旅游者行为的重要心理因素。实践表明,旅游者的旅游决策、对旅游景点的印象、具体的旅游活动以及旅游需要满足与否的评价等,都与旅游者的知觉心理特点有密切的关系。因此,对本章的学习要掌握旅游者知觉的特性以及影响旅游者知觉的各种因素,以便为认识旅游者的活动规律,为更好地开展旅游工作提供依据。

【案例背景】

在旅游活动中,往往会有这样一种现象:同样的旅游景观,不同的旅游者会产生不同的认识和评价;同样地,对相同的服务方式和态度,不同的旅游者也会产生不同的心理感受和体验,从而产生不同的回应态度。

【案例思考】

丁女士(30岁,某大学教师)与张太太(52岁,家庭主妇,无工作)、周老师(35岁,某市中学历史教师)、李小姐(19岁,某单位职工)一起作为某单位员工的家属随团赴神农架旅游。得知其他人去年曾随该单位组织的旅游团游览过武当山,从未去过武当山的丁女士很想从其他人那里了解武当山,就主动挑起了关于武当山的话题。大家的发言主动而热烈,各自的感受却大相径庭。

丁女士:“武当山这么有名,我没去过,到底怎么样呢?”

李小姐:“怎么样?不怎么样!没什么好玩的,就山上那个金顶还有点儿看头,金光闪闪的。”

周老师:“武当山的建筑很有特色,是道教宫观建筑的典范。尤其是武当金顶,那可是我们国家建筑史上的杰作……”

丁女士:“我特别想亲眼看看那个金顶……”

张太太:“什么金顶?我怎么不知道?”

丁女士:“那你去武当山游的什么?”

张太太:“游什么?去拜祖师爷嘛!”

早就听说武当山是善男信女烧香许愿的绝佳去处,丁女士接着便问张太太:“武当山供奉的是哪位祖师爷?”

“反正是祖师爷,我也不知道叫啥名字。”张太太回答。

“游客的感受与书上的记载可不完全是一回事。”丁女士暗自感慨。

丁女士为什么会有如此感慨?同样的旅游景观,旅游者为什么会产生不同的认识和评价?

【知识要点】

- 旅游过程中感知觉的特点
- 影响人际知觉的因素
- 旅游者对旅游条件的知觉