

孙喜林 荣晓华 编著

# 旅游

# 心理学

高等专科旅游管理专业

系列教材

LÜYOUXINLIXUE



东北财经大学出版社

高等专科旅游管理专业系列教材

# 旅游心理学

孙喜林 荣晓华 编著

东北财经大学出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

旅游心理学/孙喜林,荣晓华编著.-大连:东北财经大学出版社,1999.2(2000.2重印)

高等专科旅游管理专业系列教材

ISBN 7-81044-484-0

I. 旅… II. ①孙…②荣… III. 旅游-心理学  
IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(98)第 29160 号

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

网 址:<http://www.dufep.com.cn>

读者信箱:[dufep@mail.dlptt.ln.cn](mailto:dufep@mail.dlptt.ln.cn)

大连海事大学印刷厂印刷 东北财经大学出版社发行

---

开本:850×1168 毫米 1/32 字数:260 千字 印张:10 3/8

印数:6001-12 000 册

1999 年 2 月第 1 版

2000 年 2 月第 2 次印刷

---

责任编辑:李智慧

责任校对:孙 萍

封面设计:冀贵收

版式设计:吴 伟

---

定价:15.00 元

## 总 序

改革开放 20 年来,我国旅游业有了较大发展,其营运方式经历了由计划轨道向市场轨道的转换,旅游市场从单一的观光市场发育为多元的结构市场。在此期间,国际旅游业也发生了巨变,一种适应个性化、多样化需求的新旅游模式——“新时代旅游”,正在取适应大众化、单一化常规需求的旧旅游模式——“大众旅游”。另一方面,随着知识经济时代的到来,传统旅游企业的组织和功能、管理理念、营销哲学、经营手段、服务措施等,已经并正在受到全面挑战,发生重大变化。

为适应上述转换和变化,迎接 21 世纪中国旅游业的黄金时代,我国旅游管理学科建设必须有较大发展,教材建设应当与之同步。“高等专科旅游管理专业系列教材”的推出,正是顺应了这一要求。

本套的出版,旨在弥补我国高等专科旅游管理专业教材建设的相对不足与滞后,满足新时期国内普通专科、职业技术教育专科、自考专科、成人教育专科、电大专科及岗位培训等对旅游管理专业新教材的需求。

本套教材共有 23 种,涵盖“旅行社管理”方向和“酒店管理”方向的必修与选修教材,具体如下:

1. 《现代管理基础》;
2. 《旅游法规》;
3. 《旅游学概论》;
4. 《旅游经济学》;
5. 《旅游心理学》;
6. 《旅游美学》;
7. 《旅游英语》;
8. 《旅游交际礼仪》;
9. 《旅游公共关系学》;
10. 《旅游市场营销管理》;
11. 《旅游企业会计》;
12. 《旅游企业财务管理》;

理》；13.《旅游信息管理》；14.《中国旅游海外客源市场概况》；15.《旅行社运行与管理》；16.《中国旅游地理》；17.《导游原理与实务》；18.《酒店管理概论》；19.《酒店实用英语》；20.《前厅客房服务与管理》；21.《餐饮服务与管理》；22.《酒店设备运行与管理》；23.《食品营养与卫生》。

本套教材力求摒弃反映传统计划经济体制要求的陈旧内容，充实反映中国社会主义市场经济体制的新内容，并考虑与国际市场接轨的要求，充分吸收反映学科发展新貌和中外旅游实践新动态的海内外研究最新成果，突出专科教材的特征，侧重理论指导下的管理实务与运作，简化以学科知识新体系为背景的知识要点的陈述，适当增大图、表、例和典型案例等内容的比例，着眼于国内餐旅企业新岗位群的诸多最新现实需要，强化知识的应用性和可操作性，借以提高学生的专业技能和整体素质。

本套教材编写由国内处于学科领先地位的多所高校院系负责人牵头，各书的作者从这些高校学术群体中择优选聘。参加本套教材编写的单位有：东北财经大学渤海酒店管理学院、上海旅游高等专科学校、郑州大学文博学院旅游管理系、桂林旅游高等专科学校、海南大学文学院旅游系、浙江大学旅游学院、湖北大学旅游学院、西安外国语学院旅游系、中国旅游管理干部学院。

由于编写时间仓促，本套教材疏漏之处在所难免，恳请读者不吝赐教，以便于修订，使之日臻完善。

**“高等专科旅游管理专业系列教材”**

**编写委员会**

1998年12月

# 目 录

## 第一编 总 论

<b>第一章 旅游心理学概述</b> .....	1
第一节 旅游心理学的研究对象 .....	2
第二节 旅游心理学的研究方法 .....	5
第三节 研究旅游心理学的意义 .....	9
<b>第二章 旅游心理学与相关学科</b> .....	15
第一节 旅游心理学与普通心理学 .....	15
第二节 旅游心理学与社会心理学 .....	22
第三节 旅游心理学与管理心理学 .....	26

## 第二编 旅游者心理

<b>第三章 旅游知觉</b> .....	35
第一节 旅游知觉概述 .....	36
第二节 旅游中的社会知觉 .....	50
第三节 对旅游条件的知觉 .....	56
第四节 旅游者的风险知觉 .....	60

<b>第四章 旅游动机</b> .....	66
第一节 动机概述 .....	66
第二节 旅游者的旅游动机 .....	68
第三节 旅游动机的激发 .....	84
<b>第五章 旅游者的态度</b> .....	87
第一节 态度概述 .....	87
第二节 态度与旅游行为 .....	92
第三节 旅游者态度的改变 .....	99
<b>第六章 旅游者的人格</b> .....	108
第一节 人格概述 .....	108
第二节 旅游者的人格特征与旅游行为 .....	121
<b>第七章 旅游者的情绪和情感</b> .....	133
第一节 情绪和情感概述 .....	133
第二节 旅游者的情绪和情感 .....	145
<b>第八章 旅游审美心理</b> .....	150
第一节 审美心理学回顾 .....	150
第二节 审美心理要素 .....	155
第三节 旅游审美态度 .....	160

### 第三编 旅游服务心理

<b>第九章 旅游服务心理</b> .....	166
第一节 旅游服务中的客我交往 .....	166
第二节 客人的需求心理 .....	176
第三节 前厅服务心理 .....	179
第四节 客房服务心理 .....	184
第五节 餐厅服务心理 .....	189
第六节 旅游商品服务心理 .....	194
第七节 导游服务心理 .....	202
第八节 旅游者投诉心理 .....	206

### 第四编 旅游企业员工心理

<b>第十章 旅游企业中的人际关系</b> .....	212
第一节 人际关系概述 .....	213
第二节 影响人际关系的因素 .....	219
第三节 人际关系的测量 .....	227
<b>第十一章 旅游企业员工的心理保健</b> .....	234
第一节 员工的心理健康 .....	234
第二节 员工的挫折与心理防卫 .....	240
第三节 心理障碍 .....	247
第四节 如何维护员工的心理健康 .....	256



<b>第十二章 旅游企业员工疲劳心理</b> .....	273
第一节 员工疲劳心理 .....	273
第二节 心理疲劳 .....	283
第三节 工作疲劳的测定 .....	290
<b>第十三章 旅游企业领导者心理</b> .....	293
第一节 领导行为概述 .....	293
第二节 领导有效性理论 .....	300
<b>主要参考文献</b> .....	315
<b>后记</b> .....	319

# 第一编 总论

旅游心理学是一门新兴学科,作为心理学家族的一个新成员,问世二十几年,其体系并不完善,知识积淀尚显单薄。在这一编中本书探讨旅游心理学的一些基本问题,目的在于使读者能较清晰地了解这门新学科形成过程中的亲本关系,为今后的学习与研究奠定坚实的基础,确定明确的方向。这一编共分两章,第一章——旅游心理学概述——主要讲述旅游心理学的研究对象、方法和研究旅游心理学的意义;第二章——旅游心理学与相关学科——阐述旅游心理学与相关学科的关系。普通心理学、社会心理学和管理心理学构成了旅游心理学最主要的知识和方法来源。

## 第一章 旅游心理学概述

旅游在当今世界是一种普遍的、具有重要的社会、经济、文化等价值的社会现象。由于其日益凸显的价值,人们对它的研究也日益深入。旅游心理学是探索研究旅游现象的一个重要学科。人们为什么外出旅游?哪些因素影响人们作出旅游决定?为什么他们选择甲地而没有选择乙地?作为旅游从业人员怎样帮助旅游者获得美好经历?这些都是旅游心理学应该给予回答的问题。此外,如何对旅游企业员工进行管理,怎样调动他们的积极性,从而提高服务质量,旅游心理学也能提供帮助。

## 第一节 旅游心理学的研究对象

旅游心理学是心理学的一门分支学科,它是把心理学的相关研究成果和有关原理及研究方法运用到分析、了解旅游这一现象上来而产生的新兴应用学科。旅游心理学的产生在世界上也不过二三十年,介绍到中国只有十几年。在旅游心理学产生的初期,主要是把心理学的知识方法移植过来,直到近些年才有独立研究成果出现,所积累的研究成果并不丰厚,所以说旅游心理学还不是一个很成熟的学科。

### 一、旅游心理学的研究对象

旅游心理学主要研究旅游消费心理、旅游服务心理和旅游企业员工心理。这三方面内容构成了旅游心理学的主体。旅游这一现象本身是一种复杂的社会、经济、文化和心理现象的综合,其中,心理现象与旅游的其他方面交织在一起,旅游心理现象通常不能单独存在,所以进行这方面的研究是比较复杂并有相当大的难度的。

#### (一) 旅游消费心理

人们的旅游消费行为是在其消费心理支配下发生的,因此,了解旅游者消费心理的发生、发展及变化规律是非常必要的。美国著名心理学家勒温提出的行为公式,有助于我们对这个问题的分析。

勒温的行为公式是:

$$\text{行为} = f(\text{人格} \times \text{环境})$$

勒温认为,人的行为受两大因素影响,一个是人格,一个是人所处的环境,人的行为就是人格和环境的函数。所谓人格,简单地说就是个人的心理特点系统。在我们研究旅游行为的规律时,对旅游者个人心理因素的探讨就成为最有价值的切入点。每个人的心

理都具有与他人不同的特点,因而形成相互之间在心理因素上的差别。由于这种差别的影响,使得人们在面对相同的旅游条件时产生不同的反应:有的产生旅游行为,有的不产生旅游行为;有的产生这种旅游行为,有的产生那种旅游行为。另外,环境是影响人的行为的另一个重要因素,人的行为就取决于人格和环境二者力量的对比,以及它们之间的相互作用。所以,我们一方面要探讨旅游者的人格因素,广而言之也就是旅游者的心理因素对旅游行为的影响,另一方面要探讨旅游者所处的外部环境对旅游行为的影响。

探讨旅游者的旅游消费心理,就是要探讨旅游行为产生的规律,探讨旅游者的旅游知觉、旅游动机、旅游态度、旅游者的人格、旅游者的情感以及旅游审美心理等方面,了解心理因素对旅游行为的产生、旅游选择和旅游心理效果的影响。

对于旅游行业的从业者而言,了解旅游者的心理规律对正确理解并预测客人的行为有很大帮助,从而为影响和引导旅游者的行为打下基础。孙子兵法云:“知己知彼,百战不殆”,在今天旅游业竞争激烈的情况下,了解自己的工作对象是非常有价值的。

## (二)旅游服务心理

旅游业在当今世界上存在和发展的一个重要理由,在于旅游业有“接待”这一特点,换句话说,要通过人与人打交道来完成其生产过程。从心理学角度可以把旅游产品解释为:旅游者花费一定的时间、金钱和精力所获得的个人经历。从这个角度看旅游服务,则旅游服务实质上是旅游服务人员通过与旅游者打交道,以帮助旅游者构造其美好经历的过程。使客人有好的经历、好的体验、好的感受并不是一件简单的事,它需要迎合旅游者的心理,满足旅游者的需要。不了解旅游者的心理而进行的旅游服务则是无理性的,它无异于“盲人骑瞎马”,撞到哪儿是哪儿,这样是无法得到好的结果的。

### (三) 旅游企业员工心理

旅游心理学的研究对象也包括员工心理,它不是简单地把管理心理学搬过来,那样没有任何意义,而是根据旅游心理学的需要和特殊性,把管理心理学和工程心理学以及其他与心理学学科相关的内容有选择地运用于旅游企业中来,为旅游企业的管理提供理论指导。

旅游企业经营的成败取决于它的管理和服 务。由于旅游业的特殊性,旅游产品包括两大类:有形产品和无形产品。无形产品要靠员工通过与客人交往和打交道来完成其生产过程,这类产品的质量有很大的不确定性,对其生产过程进行监控非常困难,它的高质量生产只能依赖高素质的员工自觉完成。在旅游服务业,人们常说一句话:“顾客是上帝”,其含义无非是服务人员要尊重客人,永远把客人放在第一位。而要想使员工做到这一点并不是一件简单的事。针对这种情况有人提出了“员工是第一位的”管理思想。作为管理者,为了达到使顾客变成“上帝”这一目的,首先他要把员工放在第一位,尊重员工、善待员工,充分调动员工工作的积极性,科学地使用员工,使员工愉快地、主动地、创造性地做好服务工作,从而达到组织目标。而这一切都必须以了解员工的心理为前提。所以了解旅游企业员工的心理,在实施管理行为时做到知己知彼、有的放矢就成为管理成败的关键。

总而言之,旅游心理学是一门新兴的应用学科,是心理学的一个分支。它是把心理学的研究成果和一般原理运用到旅游领域而形成的一门新学科。它是应社会发展和旅游学科发展的需要而产生的,是旅游学科丛中重要的一门学科。旅游心理学的研究对象是旅游活动中人的心理活动和行为规律,其中包括旅游消费心理、旅游服务心理以及旅游企业员工心理,以及如何遵循这些规律来搞好旅游服务和旅游管理工作。

## 二、旅游心理学研究的内容

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。旅游心理学的任务是剖析这一复杂现象。根据旅游心理学的研究对象,旅游心理学的具体研究内容应包括以下几个方面:

(一)旅游者心理。具体包括旅游知觉,旅游动机,旅游者的人格,旅游者的态度,旅游者的情绪和情感,旅游审美心理。

(二)旅游服务心理。具体包括导游与风景区服务心理,酒店服务心理,旅游交通服务心理,旅游商品服务心理。

(三)旅游企业员工心理。具体包括旅游企业中的人际关系,员工的心理保健,员工劳动心理,旅游企业领导心理。

## 第二节 旅游心理学的研究方法

旅游心理学是心理学的一个新兴的分支应用学科,其研究方法主要来自于心理学中已经非常成熟的研究方法,同时从旅游心理学的学科特点出发,有选择、有变化地使用这些研究方法。心理学的发展为旅游心理学的研究发展提供了知识和方法上的基础,这使得旅游心理学的研究发展变得迅速而有成效。此外社会学的知识和研究方法也成为旅游心理学的重要的知识和方法的来源。这些构成了旅游心理学发展的先天优势,而其后天优势则是强大的社会需要。

### 一、旅游心理学研究的基本原则

#### (一)客观性原则

任何事物的发生、发展和变化都有其本身的客观规律,心理现象也不例外。因此,研究旅游心理学必须采取客观性原则。所谓客观性原则,就是对任何心理现象必须按照它的本来面目加以考察,

必须在人的生活和活动中进行研究,这是因为心理现象是人脑对外部事物的反映。根据客观性原则,在设计旅游心理学研究方法时,应该注意以下几个问题:

第一,要确定一定的外部活动,在这种活动中,可以表现所要研究的心理现象。例如,研究旅游者的旅游偏好,就要根据研究的需要选定课题(如在金钱和时间允许的情况下你选择哪些地方去旅游),作为确定旅游偏好的某种指标,通过旅游者完成这些课题的活动来考察和研究旅游者的旅游偏好。

第二,控制外部条件。心理现象是受外部条件制约的。心理学的研究很大一部分是要确定心理现象与外部条件的关系,旅游心理学也不例外:一定的心理现象依存于什么样的外部条件;一定的外部条件的变化会引起心理现象什么样的变化。控制和改变一定的外部条件,可以确定外部条件与所要研究的心理现象的关系。

第三,确定观察心理现象的生理指标。对心理现象的生理指标方面的研究,标志着从对心理现象的描述到本质的说明。在许多心理现象的研究中,都要确定心理现象与生理变化的关系,要说明在发生一定的心理现象时,会有什么样的生理变化,或者一定的生理变化的产生,会引起什么样的心理现象的出现。所以在研究某种旅游心理现象时,有时要记录、观察生理的变化,使旅游心理现象的研究建立在客观、科学的基础上。当然这相对于难以控制的旅游者而言困难较大。

第四,对于旅游心理学研究所获得的材料或数据必须进行全面的分析,特别要注意分析那些矛盾的材料,力图对矛盾的材料作出解释或者进行补充的研究。

## (二)发展性原则

世界上的任何事物,都是处在永恒的运动和不断的变化之中,人的心理也是随着客观刺激物的发展变化而变化的。不仅如此,作

为人的心理的物质基础——人的大脑，也是历史发展的产物。这都要求我们坚持发展性原则来进行旅游心理学研究。

## 二、旅游心理学研究的主要方法

心理学是一门边缘学科，其研究方法往往兼有自然科学和社会科学的特点，作为心理学的分支学科的旅游心理学的研究方法也具有此类特点。旅游心理学的基本研究方法主要是观察法和实验法。此外，还有测量法、调查法、个案法、测验统计法等。

### (一)观察法

观察法是在自然情况下，有计划、有目的、有系统地直接观察被研究者的外部表现，了解其心理活动，进而分析其心理活动规律的一种方法。观察法应在自然条件下进行，研究者不应去控制或改变有关条件。否则，被试者行为表现的客观性将受到影响。

运用观察法，首先应有明确的目的，要制定研究计划，拟定详细的观察提纲。观察过程中要敏锐捕捉各种现象，准确、详细地记录下来，及时予以整理和分析，以利于科学结论的产生。由于观察法很少干扰或不干扰被观察者的正常活动，因而得出的结论比较符合实际情况，另外观察法简便易行，可以涉及相当广泛的内容。但由于观察者往往处于被动地位，只能等待需要观察的现象自然出现，不能在必要时反复观察，因而对观察所得的材料往往不足以区别哪些是偶然的，哪些是规律性的。此外观察法对研究者要求较高，表面看起来观察法很简单，但实际运用起来难度非常大，因此，只有经过严格训练的人才能有效地使用观察法。

### (二)实验法

实验法是有目的地严格控制或创设一定的条件，人为地引起某种心理现象产生，从而对它进行分析研究的方法。实验法有两种形式：实验室实验法和自然实验法。

实验室实验法是在专门的实验室内借助于各种仪器来进行



的。在设备完善的实验室里研究心理现象,从呈现刺激到记录被试者的反应、数据的计算和统计处理,都采用电子计算机、录音、录像等现代化手段,实行自动控制。因而对心理现象的产生原因、大脑生理变化以及被试者行为表现的记录和分析都是比较精确的。实验室实验法在旅游研究中使用起来难度较大,一般很少使用。

自然实验法是由研究者有目的地创造一些条件、在比较自然的条件下进行的,它既可以用于研究旅游者一些简单的心理活动,又可用于研究比较复杂的心理活动。

自然实验法兼有观察法和实验室实验法的优点。由于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。又由于自然实验法是由研究者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,所得到的结果也比较准确。

### (三)测量法

测量法是指使用测量工具对具有某一属性的对象给出可资比较的数值而采取的方法。测量时所使用的工具称为测验。例如,要想知道某人的智能水平如何,一般使用智力测验作为测量工具,测出该人的智力商数,然后将所得数值与一般人的智商比较,以此来判断这个人的智力水平的高低。这种方法往往用于对旅游业工作人员的心理测试上,用以研究员工的心理事实与服务行为的关系,在研究旅游企业员工心理方面用途比较大。

### (四)调查法

对不能直接观察到的心理现象,需要收集有关的侧面资料,以间接了解有关人员的心理状况,这种研究方法称为调查法。调查法包括谈话法、问卷法、作品分析法等。

谈话法是研究者通过同被调查者谈话,了解和确定被调查者的某些心理特点。运用谈话法了解被调查者的各方面情况,要确定谈话的目的、拟定谈话的内容纲要。谈话法的缺点在于被调查者的