

高职高专系列教材

21
世纪
旅游专业
高职高专系列教材

旅游心理学

张梅 主编 王林 副主编



南开大学出版社

21 世纪旅游专业高职高专系列教材

旅 游 心 理 学

张 梅 主 编

王 林 副主编

南开大学出版社

天 津

图书在版编目(CIP)数据

旅游心理学 / 张梅主编. —天津: 南开大学出版社,
2005.10

(21 世纪旅游专业高职高专系列教材)

ISBN 7-310-02343-9.

I. 旅... II. 张... III. 旅游心理学—高等学校:
技术学校—教材 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 062024 号

版权所有 侵权必究

南开大学出版社出版发行

出版人: 肖占鹏

地址: 天津市南开区卫津路 94 号 邮政编码: 300071

营销部电话: (022)23508339 23500755

营销部传真: (022)23508542 邮购部电话: (022)23502200

*

河北省迁安万隆印刷有限责任公司印刷

全国各地新华书店经销

*

2005 年 10 月第 1 版 2005 年 10 月第 1 次印刷

880×1230 毫米 32 开本 8.75 印张 2 插页 245 千字

定价: 16.00 元

如遇图书印装质量问题, 请与本社营销部联系调换, 电话: (022)23507125

出版说明

蓬勃发展的旅游产业已成为国民经济中最具活力的朝阳产业。旅游业的迅速发展,给旅游教育带来了新的机遇与挑战。近年来,全国大专院校旅游专业的数量与招生人数都呈上升趋势,但仍然不能满足日益增长的旅游产业的需求,促进中国职业教育的发展已被国家视为“具有战略意义的紧迫任务”。2004年9月,教育部、人事部等七部门联合下发了《关于进一步加强职业教育工作的若干意见》,强调要加快技能型人才培养,满足社会经济发展的需求,特别指出在教学中要坚持以能力为本位,优化教学与训练环节,强化职业能力的培养。为尽快改变我国职业教育发展相对滞后的局面,切实发挥职业教育在经济社会发展中的基础作用,教育部决定将高等职业教育基本学制逐步由三年制过渡为二年制。目前已有多家院校进行试点。

南开大学出版社的旅游教材起步早,数量多,已有本专科层次的多套教材问世,被全国几十所高等院校旅游专业选用,影响较大。

根据当前旅游职业教育学制改革的新形势,我们针对目前国内高校旅游专业职业教育尚无二年制教材的现状,及时组织相关旅游院校的教师、学者编写了这套教材,旨在满足学制改革后旅游职业教育的教学急需,填补空白,为旅游教育的发展再作贡献。

本套教材的特色是,按照职业教育本身的特点,以就业为导向,以培养学生职业能力为目的,理论以够用为度,知识以适用为本,注重反映旅游行业发展的最新动态。教学中围绕岗位群对员工技能的要求,强调可操作性,注重方法训练,以为学生今后在旅游行业就业奠定基础。

在编写体例上,为方便教与学,各章节前列出了本章的学习目的和主要内容,每章后附有思考题与案例。案例的选择多是依据教学需要,针对学生应该掌握的重要知识和技能编写,以考察学生对要点的掌握

程度与运用原理分析问题、解决问题的能力。

需要特别指出的是,本套教材的编写者既有长期从事旅游教育教育的知名专家学者,也有在职业教育教学一线辛勤耕耘的年轻教师。几位中青年教师来自北京城市学院旅游系,他们在参考旅游教育界前辈们多年总结的教学科研成果的同时,也把自己对旅游职业教育的理解以及几年来在旅游人才培养一线教学的经验体会融进教材。

这套新教材出版后,再加上原有的教材,基本涵盖了高等院校旅游职业教育的课程设置。

本套教材除了适用于高等院校职业教育外,也可作为大专层次旅游专业自学考试及旅游行业员工培训教材。

欢迎使用这套教材的师生与专业人员提出批评与意见。

南开大学出版社

2005年6月

前言

当前,由国内学者撰写的旅游心理学的著作有近三十多本,为旅游学科这一新兴的应用学科的建设与发展作出了贡献。本书在编写过程中,不论是结构体系上还是内容上均广泛吸收了国内外现有的研究成果。在此,对本书中所引用的资料来源和原作者特别表示衷心的感谢!

本书作为高等院校旅游专业的教材,力求体现系统性、实用性、先进性和可操作性。

本书正文分为十三章:第一章介绍旅游心理学的理论和科学研究方法,第二章至第六章分析旅游者心理特征,第七章至第九章分析旅游企业管理心理学方面的知识,第十章至第十三章分析旅游行业专题心理特征。

全书的知识结构分为价值性知识和工具性知识两大体系,价值性知识吸取了国内外旅游研究的最新成果,工具性知识包括案例和测试问卷,学生可以阅读案例和新闻报纸中关于旅游心理方面的文字材料,加深对价值性知识的理解。对于这些文章的作者,编者再次表示深深的谢意!

本书主编:张梅;副主编:王林。

第一、二、三、四、五、六章由张梅编写;第七章、第八章第一节由陈筱编写;第八章第二、三节,第九章由刘宇清编写;第十、十一章由冯耕耘编写;第十二章由王林编写;第十三章由熊继红编写。

欢迎广大读者批评指正!

2005 年

目 录

第一章 绪论	(1)
第一节 旅游心理学的研究对象	(1)
第二节 旅游心理学的理论基础	(3)
第三节 旅游心理学的研究方法	(5)
课后学习材料	(8)
第二章 旅游者的认知活动与旅游行为	(14)
第一节 旅游者的知觉	(14)
第二节 旅游者的态度	(22)
第三节 旅游者的决策	(26)
课后学习材料	(29)
第三章 旅游者的个性心理与旅游行为	(36)
第一节 旅游者的需要	(36)
第二节 旅游者的动机	(42)
第三节 旅游者的个性心理特征	(47)
课后学习材料	(50)
第四章 选聘员工的心理测验方法	(62)
第一节 心理测验概述	(62)
第二节 心理测验在员工选聘中的应用	(65)
课后学习材料	(72)
第五章 旅游者的学习与旅游行为	(94)
第一节 旅游行为的学习	(94)
第二节 旅游行为的改变	(101)
课后学习材料	(104)

第六章 环境心理与旅游行为	(119)
第一节 环境心理理论概述.....	(119)
第二节 环境心理与旅游行为.....	(121)
课后学习材料.....	(128)
第七章 激励与旅游企业管理	(131)
第一节 人性的假设.....	(131)
第二节 激励理论.....	(136)
课后学习材料.....	(140)
第八章 群体心理与旅游企业管理	(144)
第一节 群体理论概述.....	(144)
第二节 人际关系.....	(164)
第三节 意见沟通.....	(169)
课后学习材料.....	(175)
第九章 领导心理与旅游企业管理	(179)
第一节 领导心理概述.....	(179)
第二节 领导风格.....	(187)
课后学习材料.....	(193)
第十章 旅游营销心理训练	(203)
课后学习材料.....	(210)
第十一章 旅行社导游心理训练	(213)
第一节 带队服务心理.....	(214)
第二节 游览过程服务心理.....	(222)
课后学习材料.....	(228)
第十二章 饭店人员心理训练	(234)
第一节 饭店服务与客人.....	(234)
第二节 前厅服务与旅客心理.....	(240)
第三节 客房服务与旅客心理.....	(244)
第四节 餐饮服务与旅客心理.....	(248)
课后学习材料.....	(254)

第十三章 旅游资讯心理训练.....	(259)
课后学习材料.....	(261)
参考文献.....	(266)

第一章 绪论

学习目标

- 了解旅游心理学的概念
- 理解旅游心理学的理论基础
- 掌握旅游心理学研究的方法

旅游心理学是一门针对旅游者和旅游业的特点,运用心理学等学科的基础理论,结合现代旅游的实践,研究旅游者心理活动和旅游行为规律的科学。它主要研究旅游过程和组织中的个体行为、群体行为和领导行为,目的在于提高旅游企业员工的职业素质,为旅游者提供更好的服务,增进旅游企业的经济效益。

第一节 旅游心理学的研究对象

一、什么是心理学

心理学是研究人的行为和心理活动规律的科学。

早在 2000 多年以前,人类就开始了对自身心理活动的探索,如古希腊哲学家亚里士多德(前 384~前 322)在《灵魂论》中对人的心理现象进行了系统论述。在近代,人们开始科学地研究人的各种心理现象及其发展规律。1879 年,德国心理学家威廉·冯特(1832~1920)在莱比

锡大学建立了世界上第一个心理学实验室,标志着心理学成为了一门独立的学科。经过 100 多年的发展,心理学形成了理论心理学和应用心理学两大研究领域。将心理学的有关研究成果应用于探讨旅游业中的特殊问题,便形成了旅游心理学。

二、旅游心理学

旅游心理学属于心理学的应用范畴。关于旅游行为和旅游心理的科学研究的历史比较短暂,它经历了思辩—经验描述—实证研究三个发展阶段。旅游心理学产生于 20 世纪 70 年代末,最早散见于一些学者在报刊上发表的关于旅游中的心理学问题研究的文章。1981 年,美国 CBI 公司出版了由佛罗里达中心大学老迪克·波普旅游研究所所长小爱德华·J. 梅奥和商业管理学院副院长兰斯·P. 贾维斯德所著的《旅游心理学》。此书主要以旅游消费者为对象,以行为科学原理作指导,站在旅游企业的立场上分析不同旅游者的个性心理因素和社会心理的消费行为。美国学者 Donald E. Lundberg 著 *Human Relation in hospitality industry* 一书从旅游工作者和旅游者的互动关系的角度,揭示了旅游接待业的人际关系的一些规律。日本学者也在旅游心理学领域开展了一系列研究工作。目前,我国旅游心理学研究先后出现了一批研究者和一系列研究成果。这些专家分别是李灿佳、张鼎衡、薛国基、吴亚平、屠如骥、甘朝有、齐善鸿、孙喜林、蔡晓华、刘纯、吕勤、郝春东等。他们的著述作为高校旅游专业的教材,已分别由高等教育出版社、青岛出版社、南开大学出版社、东北财经大学出版社、广东旅游出版社等出版发行。

三、旅游心理学研究对象

界定旅游心理学的研究对象具有重要意义,这涉及学科的独立性、学科性质以及研究领域所涉及的范围,如果研究对象界定不清,势必会影响学科的发展和前景。

旅游心理学所关注的对象是旅游活动中活生生的有思想、有行动的人,而人是社会性动物,在现代社会,旅游是一种社会行为。具体来

说,旅游心理学主要关注两类人群:一类是旅游者。旅游者的基本特点体现为空间上的流动性、时间上的长短交替性和成分上的复杂性,既有现实的旅游者,又有潜在的旅游者。另一类是旅游从业人员。他们的基本特点在于其担负着旅游行业的服务职能和经营职能。旅游者的心理趋向和行为左右着旅游业的经营方式,旅游从业人员的心理趋向和行为决定着服务质量和经济效益、影响到旅游企业的生存和发展。因此,旅游心理学的研究对象是旅游活动过程中人们的心理过程和行为规律,主要包括旅游消费行为、旅游服务行为和旅游企业管理行为等三大内容。

一门学科建立之后,随着理论和实践的深入发展,它的研究对象有可能发生相应的变化。旅游心理学也不例外,它的进一步成熟和发展也要遵循其内在的规律。起初,一些学者根据旅游业实践的需求展开对一些具体问题的研究,积累了一段时期后,对研究成果加以总结,初步建构了较为系统的旅游心理学知识体系,并且界定了旅游心理学的研究对象,明确了研究范围。随后,旅游业的发展吸引了更多的学者开展研究,研究的范围或扩大或缩小,不同的观点可能形成争议,也可能达成新的共识,它们改变着同时也丰富着、完善着旅游心理学的知识和体系。这种持续不断的科学研究活动是推动旅游心理学发展的动力。

第二节 旅游心理学的理论基础

理论来源于经验的概括或研究工作的总结,并在为实践服务或反复实验中得到发展。旅游心理学的理论基础来源于与它相关的学科的研究成果,因此,了解旅游心理学就要了解它与邻近学科的关系。

一、旅游心理学与心理学的关系

旅游心理学是心理学的应用领域的分支,因此它和心理学的关系是部分与整体、应用研究与基础研究的关系。

旅游心理学与普通心理学在研究对象和研究方法上有以下区别:

一是普通心理学主要研究动物和人心理活动的基本形式、过程及规律,而旅游心理学研究特殊人群(旅游者和旅游从业人员)的心理现象和行为。二是普通心理学在研究中更多地运用观察法和实验室实验法,而旅游心理学较多采用现场研究、问卷调查、档案研究等方法。

二、旅游心理学与社会学的关系

社会学是研究社会结构及其内在关系与社会发展规律的科学。

(一) 旅游心理学与社会学的共同点

(1)它们所研究的都是社会现象。

(2)旅游心理学从现代社会人群外出旅游这一社会现象中寻找课题,既分析旅游中的微观心理活动,又分析旅游活动产生的宏观社会环境和条件。旅游作为现代人们一种生活方式和态度,越来越多地被社会学家所关注。

(二) 旅游心理学与社会学的差异

(1)社会学研究的是社会生活中全部的客观事实,旅游心理学研究的是社会生活中部分的客观事实——离开惯常生活的环境与其他人群交往或亲近自然、认知文化的行为。

(2)研究视角和方法各有侧重:社会学侧重对大群体活动趋势的了解和解剖,重视社会调查;而旅游心理学侧重研究旅游群体的心理特征和发展、个体心理和行为在旅游环境下发生变化的心理过程。

(三) 旅游心理学与其他学科的关系

旅游心理学和许多学科都有关联,社会心理学、管理心理学、文化人类学、经济学对旅游心理学学科的建设和发展都有贡献,旅游心理学的理论基础包含了这些学科对于各种旅游心理现象的实质的解释。学习这些理论的意义在于:

第一,可以帮助人们对许多具体旅游心理活动的研究成果有更深入的理解,还可以使各项具体旅游心理研究摆脱零散与孤立状态,使之构成一个体系而加以理解。

第二,可以对后继研究或行动起定向或参照作用。任何旅游心理学研究在开题前,必须有理论上的设想,然后通过一定操作步骤加以实

证。这种理论上的设想,可以直接从各个学派的理论中找到立脚点,也可以从中找到部分合理之处加以综合而构成新观点。理论能帮助研究者从全局高度发现某些欠缺的知识与亟待验证的环节。

第三,是旅游心理学自身理论发展的需要。正确的理论不能固步自封,必须有批评者或质疑者,这样才能推动理论发展。

第三节 旅游心理学的研究方法

一、旅游心理学研究的原则

了解已有的心理学、社会学的方法,结合旅游心理学课题的性质选定某些方法进行创造性运用或进行方法革新,就能使旅游心理学的研究通过有效方法达到预定的目的。

进行旅游心理学科学研究有其特殊的困难:科学研究的对象是旅游者和旅游从业人员,人的思想和行为既受外部环境和社会的影响,同时又受内在主观能动性的作用;影响人的行为和社会特征变化的决定性因素往往是相当复杂的,研究者很难把所有因素以及它们之间的关系全部考虑进去;由于研究中所涉及的人的心理与行为的变量往往是非确定的,要用非确定性研究方法去解释,结论通常不是以精确的数量形式而是以相对的概率形式给出。

虽然如此,从事旅游心理学科学研究仍然必须有较严谨、规范的研究程序:首先,在确定研究题目之后,要回顾和描述以往的有关理论和研究,明确所研究问题的性质和规律,知道前人做过的工作和未做的工作,确定自己的研究不是重复性工作;其次,在理论的指导下,在以往的研究的基础上提出自己打算证明的假设和理论框架,确定要做什么、怎么做;然后,对研究得到的数据进行整理、分析,在此过程中,对数据收集方式和质量进行评价,进行总体推断和显著性检验,数据所显示的结论才是有意义的;接下来,要建立数学模型,进一步描述和解释变量之间的相互关系;最后,在模型分析的基础上得出结论,证明自己的假设

是否成立,作出理论解释和定性分析。

旅游心理学属于心理学范畴,心理学研究的原则如客观性原则、系统性原则、发展性原则等都要遵循。虽然旅游心理学由于对象的特殊性,需要应用某些特殊的研究方法,但是如果不遵循科学的原则,即便用了科学的具体方法,结论仍有可能出现错误。

在旅游心理学研究中值得特别重视的原则有:

(一)客观原则

即研究者不要在毫无依据或缺乏足够的依据之前轻率地作出结论,要力求主观认识与客观事实相一致。从事旅游心理研究的人是科学工作者,不同于一般的生活观察者,他们必须保证研究工作具有理论的自觉性、目的明确性和方法的严密性。只有这样,才有可能揭示客观规律,缩短认识过程的周期,减少失败的次数。加之有关的心理现象,如态度、动机、情绪等具有内隐性,因此加大了研究的难度。如果不遵循实事求是这一客观原则,就会影响研究结果的真实性,损害旅游心理学科的发展。

(二)交往原则

旅游过程在很大程度上是人与人交往的过程,其中包含复杂的信息和情感沟通以及行为调节等过程。旅游者总是与其他人联系在一起,或组成一个相互交往的群体,通过活动跟自然环境、社会环境发生关系。因此,在研究旅游心理现象时,必须重视交往原则,在人际交往过程中进行动态的研究。

二、旅游心理学研究的主要方法

(一)实验法

在人为控制的情况下,实验者操纵自变量,使之有系统地变化,然后观察因变量随自变量的改变而受到的影响,探究自变与因变量之间的因果关系,这种研究方法即实验法。实验法分为两种形式:在特设的实验室中,借助各种仪器设备,严格控制各种条件进行研究的方法,称为实验室实验法;在日常生活条件下,实验者有目的地对某些条件加以控制或改变,从而进行研究的方法,称为自然实验法。

例如,以“厨房噪音对员工工作效率的影响”为研究课题,设计一项实验。假设:噪音的强度达到某种程度时,将显著影响工作效率。

课题内各个概念的操作定义是:①噪音:无韵律且不悦耳的声音,其强度按分贝(db)表示;②员工:来自不同饭店的厨师;③工作效率:以60分钟内配菜、做菜的速度和质量为标准。其中,噪音是自变量,工作效率是因变量。研究的目的在于:探究噪音对工作效率的影响。

需要控制的情境因素包括:①将自变量以外有可能影响实验结果(因变量)的所有因素,均加以控制,使之确定不变,影响力降到最小。如室内温度、照明、通风,工作台适合度,员工在实验前的活动等,都可能影响工作效率,要加以控制。②只用一组被试,难以断定噪音对工作效率有何影响,需要再设一个控制组,原来的一组称为实验组。控制组与实验组的成员应来自同一饭店、有相同性别比、从事相同工种、具有同等能力的人,称为“等组”。在实验中,控制组工作时不呈现噪音,而实验组在工作时呈现噪音,试验结束后将两组的工作效率加以比较,方可确定噪音对工作效率的影响。

研究者要系统操纵的因素包括:噪音何时出现,其强度如何变化,持续多长时间,间断呈现或连续呈现,等等。以上都必须在实验者有计划的操纵之中。

只有采用精确、严密的实验法,才能找出变量之间的因果联系,概括出原理、原则,以便在今后处理同类问题时,由因知果、由果推因,或据因选果、据果造因。才能达成描述、解释、预测及控制人的心理与行为的科学目的。

(二)现场研究

现场研究,即研究者亲临现场依据计划通过多种方法对有关的社会事件、群体活动及其中的心理过程进行观察与了解的方法。这种观察一般是非参与性的,即研究者作为旁观者,采取一定手段,也可结合问卷,定期对有关现象进行观察与了解,并可通过交叉蹲点进行比较。

现场研究的优点:第一,通过观察所获得的材料颇为真实并有深度,尤其能在事件的自然发展中观察到各种变化和新情况、新问题,这有助于对新事实的发现。第二,比较注意人们的行为、群体情境及相互

作用的活动,而不是自我表白。第三,由于采用非参与观察法,能消除被访者人为的紧张或唐突感,有利于保证材料的多样性和真实性。第四,所得到的结果来自不断发展变化的日常活动,其结论能直接运用到被考察的环境,甚至还可以推广。

现场研究的局限:第一,被考察的有关现象要等其自然出现时才能进行观察。第二,社会现象发生的原因具有多样性,研究者必须具有较高的素养,才有可能把握全局,作出正确的分析。

复习思考题

旅游心理学的研究对象有哪些特点?

课后学习材料

一、伴随体验经济的到来,中国开始流行心理消费

在当今商品经济迅速发展的中国社会,由于生活节奏的加快、工作压力的增加,人们就出现了一些新的心理变化。

入室并发症:在办公室内工作,工作者头晕、头痛、目眩、乏力,心情烦恼,甚至恶心欲吐、食欲不振等。

高压锅并发症:人不分事务的轻重,样样都以高压处理,怕输的心理在作怪。

节假日并发症:平日苦干,可是一到休假,出现情绪不安。

另外,人们在节假日,特别是传统的节日里,购买大量的商品,也是一种伴随心理消费……

心理消费是以付出金钱或者代价为手段,以获得心理平衡为目的的消费。心理市场有纯心理消费市场和伴随心理消费市场。纯心理消费以解决人们心理问题为目的。如心理诊所、心理咨询网站。伴随心理消费即