

Principles and Methods of
Tourist Guide

导游学

原理与方法

夏学英 / 著

辽宁教育出版社

导游学原理与方法

夏学英 著

辽宁教育出版社

图书在版编目(CIP)数据

导游学原理与方法/夏学英编著. —沈阳:辽宁教育出版社,
2003. 4(2004. 6 重印)

ISBN 7 - 5382 - 6617 - 8

I. 导... II. 夏... III. 导游—专业学校—教材. F590. 63

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 026783 号

辽宁教育出版社出版发行

(沈阳市和平区十一纬路 25 号 邮政编码 110003)

辽宁北方彩色期刊印务有限公司印刷

开本: 850 毫米×1168 毫米 1/32 字数: 250 千字 印张: 9

2003 年 4 月第 1 版

2004 年 6 月第 2 次印刷

责任编辑:黄胜军

责任校对:陈文本

封面设计:吴光前

版式设计:熊 飞

定价:22.00 元

目 录

第一章 绪 论

第一节 导游学的研究对象及任务	1
一、导游的含义	1
二、导游学的研究对象及任务	3
三、导游学的研究方法	4
第二节 导游学与其相关学科	5

第二章 导游的起源与发展

第一节 导游的起源与发展历程	8
一、劳动剩余物与旅行的出现	8
二、旅行的发展与导游的萌芽	9
三、近代旅游与职业导游的出现	10
四、现代旅游与导游的发展	12
五、我国职业导游的出现和发展	14
第二节 新形势下对我国导游的要求	15
一、入世后的中国旅游业	16
二、新形势下对我国导游员的要求	20

第三章 导游员的社会角色和从业素质

第一节 导游员概述	22
-----------------	----

一、导游员的概念	22
二、导游员的分类	23
三、导游员的工作性质	27
四、导游员的工作原则	30
第二节 导游员的社会角色	34
一、角色的含义与特性	34
二、导游员的角色定位与适应	37
三、导游员的角色冲突与协调	39
第三节 导游员的从业素质	40
一、良好的道德品质	40
二、宽厚的知识底蕴	47
三、较强的工作能力	49
四、较强的创新意识	52
五、较好的身体素质和心理素质	53
第四节 导游员的职业形象	54
一、导游员的仪表、仪容、仪态	54
二、导游员的行为举止	59

第四章 旅游消费行为及导游服务策略

第一节 旅游消费行为	70
一、旅游消费特点	70
二、旅游消费者的心理需求	72
三、旅游消费者的个体差异	74
四、旅游消费行为	76
第二节 影响旅游消费行为的因素	79
一、心理因素	79
二、社会环境因素	95
第三节 导游服务策略	98
一、旅游活动各阶段游客的心理特征	99
二、导游服务中的主要心理策略	100

第五章 旅游团队导游服务规程

第一节 旅游团导游服务集体	106
一、导游服务集体的构成及关系	106
二、导游服务集体协作效应及方法	107
第二节 地方导游员的服务规程	108
一、服务准备	109
二、接待服务	112
三、后续工作	122
第三节 全程导游员的服务规程	123
一、服务准备	123
二、全程陪同服务	125
三、后续工作	127
第四节 领队导游服务规程	128
一、服务准备	129
二、全程陪同服务	130
三、后续工作	132
第五节 景区景点导游员服务规程	132
一、服务准备	132
二、导游讲解服务	133
三、送别服务	133

第六章 散客导游服务规程

第一节 散客导游服务概述	135
一、散客导游服务特点	135
二、散客导游服务要求	136
第二节 散客导游服务规程	137
一、接站服务	137
二、导游服务	139
三、送站服务	140

第七章 导游艺术

第一节 带团艺术	143
一、树立良好形象	143
二、促成团员的从众行为	145
三、协调好各种关系	146
四、平息旅游团骚动	149
第二节 导游语言艺术	150
一、导游语言艺术的形式	150
二、导游语言艺术的功能	156
三、导游语言艺术的风格	158
四、导游语言艺术的运用	160
第三节 导游讲解艺术	171
一、导游讲解的基本要求	171
二、沿途导游讲解艺术	175
三、导游讲解技巧	178
四、导游讲解艺术手法	182
第四节 导游工作的人际交往艺术	187
一、坚持“从我做起”	187
二、坚持“平等”和“双胜”的交往原则	188
三、要善于运用“选择”和“诱导”的交往艺术	189
四、要善于运用“情商”	191

第八章 旅游审美与导游

第一节 游客的审美需求及美感层次	192
一、游客的审美需求及审美类型	192
二、游客的审美感受层次	196
第二节 导游员的美学修养	199
一、导游员的审美角色	199
二、培养自我审美意识	202

三、研究游客的审美需求	203
四、尊重游客的审美习惯	204
五、提高创造美的能力	205
第三节 导游工作中的美学原理	206
一、动态观赏与静态观赏	206
二、移情观照	208
三、观赏距离和角度	209
四、观赏时机	211
五、观赏节奏	212

第九章 旅游故障及特殊情况的应对

第一节 旅游故障的种类及特征	214
一、安全性故障和业务性故障	214
二、重大故障和一般性故障	215
三、单一性故障和复合性故障	215
第二节 各种旅游故障的应对	216
一、漏接、空接、错接及人数变更的应对	216
二、变更计划的应对	219
三、误机(车、船)事件的应对	221
四、遗失、走失的应对	223
五、游客患病、死亡等问题的应对	230
六、旅游安全事故的应对	233
第三节 游客越轨言行的应对	237
一、对攻击和诬蔑性言论的应对	238
二、游客违法行为的应对	238
三、游客越轨行为的应对	239
第四节 游客个别要求的应对	239
一、餐饮、住房、娱乐、购物方面的个别要求的应对	240
二、要求自由活动、亲友随团活动的应对	243
三、要求代其转递物品和信件的应对	244
四、要求中途退团或延长旅游期限的应对	245

第十章 导游科学管理

第一节 导游管理的含义及内容	247
一、导游管理的含义	247
二、导游管理的内容	248
第二节 导游人员管理	248
一、国外导游人员管理	248
二、我国导游人员管理	253
第三节 导游服务质量管理	259
一、导游服务质量的含义	259
二、导游服务质量的构成要素	261
三、导游服务质量评价	263
四、导游服务质量的监控与管理方法	271
第四节 导游培训	273
一、导游人员培训的意义	273
二、导游人员培训的工作原则	274
三、导游人员的培训内容	275
参考文献	
后记	

旅游业已成为当今世界上发展势头最为强劲、规模最大的产业。随着旅游业的飞速发展,导游服务在旅游业中的特殊地位越来越突显,导游学的研究也越来越被人们所重视。

第一节 导游学的研究对象及任务

导游学是一门研究导游活动现象及其内在规律的学科。它既是一门横跨多学科的综合性学科,又是一门应用性很强的边缘学科。目前,导游学还是一门正在创建中的新兴学科,学科的许多问题还有待于探讨和研究。

一、导游的含义

“导游”一词,从词义上分析,“导”是引导、开通的意思,“游”是指旅行游览。顾名思义,导游就是引导旅行游览的意思;从用法和内涵上分析,“导游”一词有两种用法及含义:一是作为名词时,是指导游者——导游员(Tour Guide);二是作为动词时,是指导游活动——导游服务。导游的概念目前在我国表述不一。刘静艳等在《导游学教程》中将

导游定义为：以游客为工作对象，以指导、参观游览、沟通思想为主要工作方式，以安排游客的吃、住、行、游、购、娱为主要任务，以增进相互了解和友谊、为国家建设积累资金为目的的接待服务人员，也是进行民间外交和地区间横向联系的第一线工作人员。陈永发在《导游学概论》一书中把导游的概念表述为：导游是在旅游供给过程中，为引导游客消费，对旅游活动进行组织、指导、沟通、协调等的服务活动。其实，这两个概念中，前者是指导游的第一层含义——导游者的定义，后者是指导游的第二层含义——导游活动的定义。导游一词既然有两层含义，那么，导游的概念也应从两个方面来表述——导游者和导游活动。

导游者就是导游人员，简称导游员，是指运用专门知识和技能为游客组织、安排旅行和游览事项，提供向导、讲解和旅途生活服务的人员。在我国，导游员是指依照《导游人员管理条例》的规定取得导游证，接受旅行社委派，为游客提供向导、讲解及相关旅游服务的人员。^①我国导游员实行持证上岗，从事导游活动首先必须取得导游人员资格证书，获得导游证后经与旅行社订立劳动合同或者在导游服务公司登记，并受其委派的人员方可从事导游活动。未经旅行社委派不得从事导游活动。

导游活动是指导游人员受旅行社委派，陪同游客旅行、游览，为游客提供向导、讲解和其他服务的过程。

导游服务是旅游业不可缺少的组成部分，导游员是旅游活动的灵魂，是完美旅行的保证。由旅行社组团的旅游消费活动主要是通过导游员的服务来实现的。导游服务质量直接影响旅游消费行为，导游员在某种程度上可以起到“点石成金”的作用。原本是一座山、一条河、一些古迹，经过导游员的讲解，就使其富有生命力，使游客得到艺术享受，增强游客的旅游情趣，所以有人说：“祖国山水美不美，全凭导游员的一张嘴。”

^①全国导游人员资格考试教材编写组编《导游实务》，旅游教育出版社，2001年，第11页。

二、导游学的研究对象及任务

导游学是一门应用性很强的、跨学科的、综合性的边缘学科,它有其自己独特的研究对象。由于导游是一种旅游服务活动,它是以游客为服务对象,以组织、指导、沟通、协调旅游活动为基本服务形式,以赢得社会效益和经济效益为目的的旅游服务活动。因此,导游学研究主要围绕着导游的两层含义加以研究,并从中发现导游活动的规律。旅游消费活动涉及食、住、游、行、购、娱六大要素,所以导游活动是一项综合性的活动。导游学不仅要研究导游主体(导游员)、导游服务,还要研究导游客体(游客)。导游学的任务是:

1. 通过对导游活动的产生、发展及不同时期导游活动特点的研究,揭示导游的本质特征、属性,阐明导游服务在旅游业中的地位和作用,总结导游活动的发展规律,预测导游活动的发展趋势。

2. 研究导游的基本概念及导游服务原理。任何一门学科都有自己的理论基础,导游学也不例外。导游学是一门应用性的边缘学科,目前正处在创建和形成之中,许多概念及理论尚在探讨之中。研究导游的基本概念及导游服务的基本原理、完善导游学科体系是导游学研究的重要任务。导游服务原理是指对导游服务的本质及其活动规律的认知,包括宏观和微观两个方面的研究。宏观方面是指对导游在旅游业中的地位以及导游对社会的作用的认知的研究,微观方面则是指对导游接待服务规律性的认知的研究。

3. 研究导游的主体——导游员。主要研究导游员的社会地位和作用、从业素质(业务素质、思想素质、身心素质)、职业形象、社会角色。

4. 研究导游的客体——游客。主要研究游客在旅游过程中的心理活动和行为特征及其影响因素。导游活动是一个客我交往过程,了解游客,是做好导游服务的前提。

5. 研究导游服务规程及方法。通过对地方导游员(地陪)、全程导游员(全陪)、海外领队在特定旅游情境中的接待流程及规范化操作的研究,来指导导游服务工作,促使导游服务趋向标准化。导游学是一门应用性的学科,导游服务方法的研究在导游学中占据重要的位置。导

游服务不仅要符合规范,更要给游客以愉悦和美的享受。加强导游服务规程及方法的研究,把导游服务提升到新的境界,是导游学的任务之一。

6. 研究导游员的培训与管理。鉴于导游人员的服务质量直接关系到一个国家和地区旅游业的声誉及发展,因此必须对导游员进行科学培训与管理,包括对导游员的日常管理与考核,对导游过程中导游员行为的监控,并且通过有效的管理机制来调动导游员的工作热情和积极性,不断提高导游服务质量,以适应游客不断发展的需要。

三、导游学的研究方法

导游学既是一门跨学科的、综合性的学科,又是一门应用性的边缘学科。它的研究对象是导游活动及导游活动中活生生的、有血有肉的人,研究对象复杂,因此导游学在研究方法上和其他学科既有共性又有不同之处。导游学的基本研究方法有:

(一) 实践研究法

实践研究法是指在实践活动中进行研究的一种方法,这种研究是在不加人为控制的情况下进行的。实践研究法主要有观察法、体验法和案例研究法。

1. 观察法。观察法是指研究者深入旅游企业,对导游员、游客以及其他旅游工作人员有目的、有计划地直接进行观察、了解、记录导游活动过程,并加以分析归纳,从中总结出导游活动本质和规律的一种方法。

2. 体验法。体验法是指研究者通过亲身的旅游或导游实践活动,把自己的感受、体会真实地记录下来,并加以分析总结,从中得出结论的一种方法。

3. 案例分析法。案例分析法是指研究者通过对导游服务中所发生的各种案例进行全面细致的分析研究,了解导游活动中人的心理、行为及其发展规律,总结出导游活动中各种问题及事故的发生、发展、处理原则及有效途径的一种方法。

(二) 抽样调查法

抽样调查法是导游学研究的一种常用方法。旅游业的特点之一是

服务对象——游客的流动性大,逗留时间短,一般不可能深入全面了解。抽样调查法就是通过对有代表性的群体和个人进行访问、谈话、问卷等方法搜集有关资料,并对抽样调查的资料加以分析,从中间接了解导游主体和客体的心理、行为、需求及游客对导游服务的满意度等的一种方法。

第二节 导游学与其相关学科

导游学是正在创建中的、新兴的应用性学科。导游学研究内容广泛、综合性强,涉及心理学、美学、传播学、人际关系学、管理学、经济学、行为学、语言学、文化学、社会学、地理学、环境学、历史学等多门学科,它们分别从不同角度、不同层次指导旅游实践活动。这些学科的基本理论已成为导游学理论基础的营养源,这些学科的研究成果有助于导游学理论体系的建设,这些学科的发展将推动导游学的发展,这是由导游活动的综合性决定的。

1. 心理学。心理学是研究个体心理现象、心理活动及其规律的科学。人的心理现象是一个十分复杂的系统,包括心理动机、心理过程和特性三个方面的内容。导游活动的主体、客体都是人,人的心理活动复杂多变,这是由心理过程和个性心理特征两方面相互作用的结果。在旅游活动中,心理服务是导游服务的重要内容,了解和把握游客心理活动特点及其变化规律,是做好导游服务的基础。导游工作是一项艰苦复杂的服务性工作,要求导游员不仅要有较好的身体素质,更要有较高的心理素质和较强的心理调节能力。所以心理学理论对导游学的理论建设具有重要意义,心理学和导游学的交叉产生了导游心理学。心理学的分支——社会心理学是研究人在社会环境中心理活动及其规律的科学,社会心理学的社会群体理论及社会角色研究对游客的从众心理及导游员的角色定位研究有指导意义。

2. 美学。美学是研究人类审美活动及其规律的科学。爱美之心,人皆有之。人类的一切活动,都是“按照美的规律来塑造”并运行的。未来世界是审美的世界。人本身要审美化,客观事物要审美化,劳动生活也要审美化。用发展的眼光看,以旅游为定向的审美需求将会是人类的主要审美形式之一。旅游活动是人们喜爱的一项求知、求新、求奇、

求异、求乐的活动,是集自然美、社会美和艺术美于一身的综合性审美活动。导游员在旅游审美活动中至少扮演三个角色:游客的审美对象、审美信息的传递者、审美行为的协调者。这就需要导游员能正确引导游客欣赏美,正确运用审美标准,并能使游客保持最佳的审美状态。导游员要深入了解旅游的审美感受,尊重游客固有的审美习惯,正确引导游客观景赏美。导游员只有掌握一定的美学知识,才能更好地帮助游客欣赏美,使游客获得最大的美的享受。

3. 传播学。传播学是一门研究人类信息交流的学科。所谓传播是人们借助于一定的载体进行信息传递并引起互动的活动,传播的目的在于使传者与受者的双方的认识趋于一致达到沟通。现代社会是信息社会,导游活动也是一种信息传播活动,导游员不仅要向游客传播知识,而且还要向游客传递旅游信息。传播学关于信息传播原理、信息传播模式和信息传播技巧等理论,对导游学的理论建设都有指导作用和借鉴意义。

4. 公共关系学。公共关系学是一门研究人际关系的新兴学科。旅游是大规模的人际交往活动,导游工作的性质特殊,工作对象广泛,人际关系复杂,导游员要善于和各种人打交道,较好地处理各种人际关系是导游员的重要素质之一。公共关系学关于人际关系的理论及方法技巧对导游工作实践都具有指导意义。

5. 管理学。管理学是一门研究管理理论及其规律的应用性科学,是人类近代史上发展最迅猛、对社会经济发展影响最为重大的学科之一。只要有人群,就有管理。导游员既是旅游计划的执行者,又是旅游活动的组织者、指导者、协调者,管理学研究的计划、组织、指挥、协调、控制等管理职能,对导游工作和导游管理都有积极的指导意义。

6. 历史学。历史学是研究人类社会发展过程的科学。现代历史学研究领域极其广泛,早已渗透到旅游学的研究领域,产生了旅游发展史这门学科。旅游是人类社会发展到一定阶段的产物,导游服务是旅游服务的一个组成部分,是在旅游活动的发展过程中产生的,随着旅游活动的发展而发展。旅游活动发展史蕴含在人类社会发史之中。研究导游的起源和发展首先要搞清人类社会的发展历程及规律,用历史知识和方法去研究导游活动。历史年代学、历史人物学已直接用于导游发展史的研究。历史学的开阔视野和独特的研究方法也为导游学

研究提供了便利条件。

7. 其他相关学科。导游学综合性强,涉及学科较多,除上述学科外,还有组织行为学、文化人类学、人类资源学、经济学、民俗学、考古学、地理学、生态学、宗教学、文学艺术等,这些学科都与导游学结成了近缘关系。

导游学作为一门综合性的、边缘性的应用学科,需要其他相关学科的理论支撑,但又不局限于其中的某一理论框架。导游学是在总结导游实践经验并汲取各学科营养的基础上而创建自己的理论体系的一门新兴学科。

第一节 导游的起源与发展历程

导游活动是随着人类旅游活动的发展而逐渐产生的。要研究导游的发展史,首先就要了解旅游的发展史。那么,旅游活动是什么时候产生的,又是怎样发展的呢?有的旅游学书中认为:旅游活动自古有之。其实不然,旅游活动产生于原始社会末期,是社会经济发展到一定阶段的产物。

一、劳动剩余物与旅行的出现

旅游是社会经济发展到一定阶段的产物,是由娱乐性旅行转化而来的。人类社会早期,由于生产力水平低下,没有劳动剩余物,也不可能外出旅行的意识。人类有意识的外出旅行是由于劳动剩余物的出现而产生的。早期人类社会出现过三次社会大分工,社会分工促进了劳动组织的进步,提高了劳动生产率,促进了社会发展,开始有了劳动剩余物,并且逐渐有了积累,再后来出现了劳动剩余物交换现象。尤其是第三次社会大分工使商业从农牧业和手工业中分离出来,出现了商人,正是他们在原始社会末期开创了人类旅游活动的先河——商贩活