

总主编 张广海
21世纪旅游管理规划教材

山东省旅游行业协会推荐教材
山东省旅游行业协会组织编写

旅游心理学

Tourism Psychology

主编/霍淑芳



中国海洋大学出版社
CHINA OCEAN UNIVERSITY PRESS

21世纪旅游管理规划教材

总主编/张广海

旅游心理学

Tourism Psychology

主编/曹淑芳

中国海洋大学出版社

· 青岛 ·

图书在版编目(CIP)数据

旅游心理学/霍淑芳主编. —青岛:中国海洋大学出版社, 2010. 8
(21 世纪旅游管理规划教材/张广海总主编)

ISBN 978 - 7 - 81125 - 425 - 9

I. ①旅… II. ②霍… III. ③高等学校-教材 IV. ④F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 147589 号

出版发行 中国海洋大学出版社

社 址 青岛市香港东路 23 号

邮政编码 266071

网 址 <http://www.ouc-press.com>

电子信箱 junpingteng@yahoo.com.cn

订购电话 0532 - 82032573(传真)

责任编辑 滕俊平

电 话 0532 - 85902342

印 制 日照报业印刷有限公司

版 次 2010 年 8 月第 1 版

印 次 2010 年 8 月第 1 次印刷

成品尺寸 185mm×236mm

印 张 22.5

字 数 410 千字

定 价 35.00 元

| 出版说明 |

近年来,随着旅游教育的迅速发展,我国旅游教材的建设也逐渐走向繁荣。从旅游教材的系列与品种来看,已由旅游管理专业一个系列几十个品种,发展并细化到现今旅游管理、饭店管理、旅行社管理、会展管理及景区管理等若干系列上百个品种;从出版旅游教材的出版社数量来看,已由过去两三家发展到近百家。但由于学科建设时间短、师资多元化以及教材编写质量等问题,很多旅游院校使用的教材不可避免地存在着数据陈旧、内容纷杂、缺乏针对性、没有地方特色等问题。

作为旅游业大省与强省,山东省的旅游教育正在蓬勃发展,汇集了一大批优秀的旅游院校和教师。在山东省旅游行业协会教育分会的指导下,我们以山东为中心,联合全国一批致力于旅游教育的院校,成立了“21 世纪旅游管理规划教材编委会”。编委会以交流教学改革成果及经验、研讨旅游教育教学改革方向为宗旨,以“立足山东,面向全国”为目标,以中国海洋大学出版社为平台,以教材为载体,进行分享与传播,期望进一步向全国推广,为我国的旅游教育尽一份力量。

编委会根据既定的方针,邀请具有丰富教学经验的一线教师、具有相关行

业工作背景的双师型教师以及企业一线工作者联合编写了“21 世纪旅游管理规划教材”。教材遵循“从实际出发、学以致用”的基本原则,凸显旅游行业相关知识的应用性和前瞻性,以实用性为基础,以市场需求为导向,以任务为驱动,以学生为主体,以案例教学为特色,突出实践教学环节,并通过大量的案例分析和实践技能操作训练窗口等内容,确保培养内容与就业市场的需求达到无缝对接。本套教材涵盖旅游管理专业的主干课程,首批出版《旅游概论》、《旅游资源概论》、《旅游文化》、《旅游心理学》、《旅游市场营销》、《旅游政策与法规》、《中国旅游地理》、《民俗旅游》、《旅游公共关系》、《菜点酒水知识》等。本套教材被中国海洋大学出版社列为“十二五”期间重点发展的教材,将会在实践中逐步完善整个教材体系,同时将参评山东省“十二五”省级规划教材。

在编委会运作及教材编写出版期间,得到了国家旅游局政策法规司、山东省旅游局等旅游主管部门的悉心指导,得到了山东省旅游行业协会教育分会及各会员单位的鼎力相助,得到了一大批优秀院校和教师的全力支持,在此致以最衷心的感谢!

同时,恳请广大读者对教材提出宝贵意见和建议,以便修订时加以完善。

21 世纪旅游管理规划教材编委会

中国海洋大学出版社

2010 年 6 月

Foreword | 前言

改革开放以来,我国旅游业迅猛发展,已成为最具发展活力和潜力的产业之一,这对旅游从业人员提出了更新更高的要求。《旅游心理学》是从心理学角度研究旅游和旅游业的一门新型学科;是利用心理学知识针对旅游者心理及行为开展有效服务与管理的一门应用性学科;是旅游管理专业学生必修的一门职业基础课程。

本书旨在使学生掌握心理学的基本知识,并培养学生运用这些知识分析实际旅游行为的能力。教材结合现代旅游的实践,全面、系统地介绍了旅游心理学的基本原理以及解决旅游实践中有关心理学问题的方法,把旅游心理学的理论与实践融为一体。作为高职高专教材,《旅游心理学》既兼顾了理论性,又突出了教育部《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》的精神,立足岗位实际,突出旅游行业具体心理现象的分析能力和具体心理应对能力的培养,充分体现出旅游心理学研习过程的真实、生动与趣味性,使高深的旅游心理学理论通俗易懂。本教材与同类教材相比有以下特点。一是知识的系

统性,在体系架构上涵盖了整个旅游活动的始终,构成了一个完整的心理学应用体系。二是知识的综合性,注重了心理学、旅游学、社会学、管理学等知识的融合。三是信息的时代性,通过案例等形式引入了最新的行业发展动态,使内容贴近行业发展的前沿。四是实践的操作性,着重从旅游心理的角度对有关知识进行取舍和扬弃,针对旅游活动中的实际问题分析根源,论证应对策略,增强了实战性。

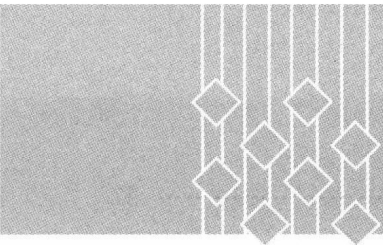
本书内容由四大模块组成:一是心理学基本原理和方法,主要介绍心理学的一般知识及其与旅游行业的密切关系;二是消费心理和服务心理,主要分析了旅游者在各个旅游环节的心理特征和形成的根源,并以“优质服务”的实现为中心,从服务态度、服务语言、服务技术、服务时机等方面阐述了旅游服务者的应对策略;三是管理心理,从管理学的角度阐述了员工的心理保健和激励问题;四是社会心理,将旅游活动放到社会人际关系和群体规范之中,以体现人类心理现象的共性。本书不仅可以作为高等旅游类专业学生旅游心理学的教材,而且也可作为旅游业从业人员学习旅游心理学知识的参考用书和培训教材。

本书在编写过程中参阅了相关的著作,引用了一些网站、报刊和书籍中的案例及相关信息,在此向这些作者表示诚挚的谢意!向给予编者提供各方面帮助和支持的领导、同事表示衷心的感谢!

限于水平,书中不足甚至谬误之处在所难免,敬请读者批评指正。

编者

2010年6月



目 次

第一章 绪论	1
第一节 心理学概述	2
一、心理学的定义及其研究对象	2
二、心理学的产生及其发展	3
三、现代心理学的三大学派	4
第二节 旅游心理学概述	8
一、旅游心理学的定义及其研究对象	8
二、旅游心理学的研究方法	10
三、旅游心理学的研究意义	11
第三节 现代旅游及旅游产品	13
一、现代旅游的发展状况及其特点	13
二、旅游产品的定义及其特点	15
三、中外旅行社在旅游产品策略方面的差异	16
第二章 旅游的感知觉规律	23
第一节 感觉与旅游行为	24
一、感觉的定义及分类	24
二、感觉的规律	26
第二节 知觉与旅游行为	31
一、什么是知觉	31
二、知觉的规律	32
三、错觉	35

第三节 影响社会知觉的心理效应	37
一、什么叫社会知觉	37
二、首因效应(第一印象)	37
三、晕轮效应	38
四、刻板印象	39
五、期望效应	39
第四节 如何感知旅游者的特点	41
一、观察旅游者的体貌特征	41
二、倾听旅游者的语言表达	41
三、理解旅游者的肢体语言	42
四、研究旅游者的个人习惯	42
五、锻炼和培养自己的观察力	43
第五节 旅游者如何感知旅游环境	45
一、旅游者对旅游时间的知觉	45
二、旅游者对旅游距离的知觉	45
三、旅游者对旅游目的地的知觉	46
第三章 旅游者的需要、旅游动机及兴趣	50
第一节 旅游需要	51
一、需要概述	51
二、旅游者的多层次需要	54
三、旅游需要对旅游者行为的影响	56
四、旅游需要的发展趋势	57
第二节 旅游动机	60
一、什么是旅游动机	60
二、旅游动机产生的心理动因	62
三、旅游动机的分类	64
四、旅游动机的激发	66
五、研究旅游动机对旅游经营者的意义	68
第三节 旅游兴趣	71
一、什么是兴趣	71
二、兴趣的特点	73

三、兴趣对旅游行为的影响	74
第四章 旅游者的个性心理特征	82
第一节 个性概述	83
一、个性的概念	83
二、个性的特征	83
三、个性的内容	84
四、影响个性形成的因素	85
第二节 旅游者的个性与旅游行为	89
一、旅游者的气质	89
二、旅游者的性格	91
三、旅游者的能力	94
四、旅游者的个性类型	96
第三节 个性结构理论	99
一、弗洛伊德的个性结构理论	99
二、伯恩的个性结构理论	101
第五章 导游综合服务心理	107
第一节 旅游者的心理需求	108
一、旅游者的一般心理特征	108
二、旅游活动中各个阶段的旅游心理	110
第二节 导游员导游服务技巧	113
一、引导旅游者进入景点的氛围	113
二、游览活动张弛有度	115
三、灵活导游适时、适地	116
四、计划导游与兴趣导游结合	117
第三节 导游员的服务心理策略	120
一、塑造职业形象,赢得游客信任	120
二、尊重旅游者,建立伙伴关系	122
三、使用柔性语言,保持微笑服务	123
四、把握关键时刻,满足特殊需要	124
五、注重个性需求,提供超常服务	125

第六章 导游工作中的人际难题应对策略	130
第一节 旅游者心理分析	131
一、现代人的生活特点	131
二、旅游者的三求心理	132
三、旅游者的自尊心理	133
四、刺激—反应行为因果环	137
第二节 解决导游工作中人际难题的心理举措	139
一、解决问题的方式	139
二、解决问题的原则	140
三、解决问题的步骤	144
第三节 树立导游员良好的职业形象	146
一、导游员的职业素质	146
二、树立良好形象的关键时刻	150
第七章 导游员对旅游团队的调控	156
第一节 导游员与旅游团队“中心人物”	157
一、旅游团队的“中心人物”	157
二、“中心人物”的作用	160
三、应对“中心人物”的方法	161
第二节 导游员与旅游团队骚动	164
一、什么是旅游团队骚动	164
二、旅游团队骚动的原因	165
三、避免旅游团队骚动的方法	166
第三节 导游员与旅游团队亚群体对抗	170
一、什么是亚群体对抗	170
二、亚群体对抗的危害	176
三、避免亚群体对抗的策略	177
第八章 酒店服务心理与策略	182
第一节 前厅服务心理	183
一、前厅服务在心理学上的重要性	183
二、宾客在前厅的心理需求	184
三、前厅满足宾客心理需求的举措	186

第二节 客房服务心理	190
一、宾客在客房的心理需求	190
二、客房满足宾客心理需求的举措	191
第三节 餐厅服务心理	195
一、宾客在餐厅的心理需求	195
二、餐厅满足宾客心理需求的举措	196
第四节 综合服务心理	201
一、康乐服务心理	201
二、宴会服务心理	203
第九章 酒店的双重服务举措	210
第一节 双重服务的含义及举措	211
一、双重服务的含义及客我服务的关系	211
二、现代酒店优质服务类型	213
三、礼貌在酒店服务中的含义与作用	215
第二节 情绪服务心理举措	217
一、服务人员情绪情感的重要性	218
二、服务人员的“七色情绪谱”	219
三、调整好自己的情绪状态	221
第三节 语言服务心理举措	223
一、服务语言的分类	223
二、顾客对服务语言的心理需求	223
三、用好服务语言的技巧	224
第四节 过度服务心理举措	227
一、优质服务与过度服务的区别	227
二、过度服务的危害	227
三、过度服务的症结及心理举措	228
四、抓住关键时刻做好瞬间服务	229
第十章 旅游售后服务心理与策略	235
第一节 旅游者的挫折感	236
一、旅游者受挫心理成因	236
二、旅游者受挫行为特征	237

三、旅游者受挫心理疏导	237
第二节 旅游者的投诉心理	239
一、引起旅游者投诉的原因及心理分析	239
二、旅游者投诉的处理	242
三、避免投诉的举措	246
第三节 旅游活动中的管理与追踪服务	248
一、售后服务的概念	248
二、加强售后服务的心理依据	248
三、旅游售后心理服务的方法	249
第十一章 旅游工作者的心理保健	256
第一节 心理健康的标准	256
一、心理健康的概念	256
二、心理健康的标准	257
第二节 挫折与心理健康	259
一、挫折的含义及其产生的原因	259
二、挫折后的行为表现及心理防卫机制	264
第三节 引发旅游工作者心理问题的原因	267
一、由于心理问题导致的现象	268
二、问题产生的主要原因	268
第四节 旅游工作者的心理保健措施	271
一、自我调适措施	271
二、企业组织维护员工心理健康的措施	277
第十二章 旅游企业员工的激励心理	283
第一节 激励的含义、作用与激励理论	284
一、激励的含义	284
二、激励的作用	285
三、激励理论	286
第二节 心理学理论在激励中的运用	292
一、鲶鱼效应	292
二、归因效应	294
三、期望效应	295

第三节 激励员工的举措	299
一、物质奖励与精神奖励结合	299
二、严格管理与尊重、关怀结合	302
三、目标管理与过程管理结合	304
四、正激励与负激励结合	306
第十三章 旅游企业人际关系与群体规范	312
第一节 旅游企业中的人际关系	313
一、人际关系的概念	313
二、人际关系的功能	313
三、人际交往的理论	315
四、旅游企业改善人际关系的途径	318
第二节 旅游企业中的群体规范	321
一、群体概述	321
二、群体规范	325
三、旅游企业群体规范的建立	327
第三节 群体的竞争、冲突和合作	331
一、群体的竞争	332
二、群体的冲突	332
三、群体的合作	334
四、影响竞争与合作的因素	335
五、旅游企业增强凝聚力的方法	336
参考文献	341

第一章

绪论

学习目标

知识要点:了解心理学的产生和发展过程;了解旅游产品的特点;理解旅游心理学的定义及其研究对象;掌握旅游心理学的主要研究方法。

技能训练:利用心理学研究中常用的观察法,观察某一同学或某一影视作品中的人物行为,并写出一个关于观察对象的心理描述。

能力拓展:做一份问卷调查,主要调查在旅游活动中旅游从业人员对于心理学知识的需求程度以及应用程度。

引例

苏格拉底的苹果

苏格拉底的学生,曾向苏格拉底请教怎样才能获得真理。

苏格拉底用手指捏着一个苹果,慢慢地,从每个同学的座位边走过,一边走一边说:“请大家集中精力,注意品味空气中的味道。”

然后,他回到讲台上,把苹果举起来,左右晃了晃,问:“哪位同学闻到了苹果的味道?”

有一位同学举手回答说:“我闻到了,是香味儿!”

苏格拉底再次走下讲台,举着苹果,从学生的座位旁边走过,一边走一边叮嘱:“你们务必集中精力,仔细嗅一下空气中的味道。”

稍停,苏格拉底第三次走到学生中间,让每位学生都嗅一下苹果。这一次,除了一位同学外,其他学生都举起手来。那位没有举手的学生,突然左右看了看,也慌忙举起手来。

苏格拉底脸上的笑容不见了,他举起苹果,缓缓地说:“非常遗憾,这是一个假苹果,



什么味道也没有。”

案例引发的问题:案例中,学生们的心理经历了一个怎样的变化过程?

资料来源: <http://www.xuerwx.com/Html/Book/20/20020/1320400.html> (雪人文学社)

第一节 心理学概述

一、心理学的定义及其研究对象

1. 心理学的定义

心理学发展到现在,对其定义的各种描述大致相同,即心理学是研究人与动物的心理活动及其发生、发展规律的科学。心理学主要研究人的心理活动,人的心理是以不同的形式能动地反映客观事物及其相互关系的活动。

2. 心理学的研究对象

作为一门学科,心理学的研究对象是心理现象及其规律,而心理现象包括心理过程和个性心理两个方面。

(1) 心理过程

心理过程是指人脑对客观事物不同方面及其相互关系的反映过程,是不断变化、暂时性的心理现象,包括认识过程、情感过程和意志过程三个方面。

认识过程。在认识过程中,人们通过感觉、知觉、记忆、思维、想象和注意等心理活动对客观事物形成大概的了解。例如,一个香蕉,用眼睛看它是弯的、黄色的,用鼻子闻它是香的,用手摸它是光滑的,用口尝它是甜的。这些零散的反映就是我们对香蕉的感觉。它是认识事物的开端。如果我们在以上这些感觉的基础上,把它复合成一个香蕉,这个过程就是知觉,它是在感觉的基础上形成的。我们知觉到的香蕉能够以经验的形式在头脑中留下痕迹,必要时我们能够回忆起它的形象、特征及名称,这就是记忆。而思维是人们在感知的基础上对事物进行分析思考,做出判断。人还能在感知、记忆、思维的基础上创造出新事物的形象,那就是想象。

情感过程。在认识基础上,人对客观事物能否满足人的需要而产生的心理体验,如满意、厌恶、喜欢、反感等心理活动,由此形成人们的情感过程。

意志过程。经过情感过程,人们需要对所认识的事物进行处理,并为此而采取一定的措施,克服一定的困难,以便达到自己的某种目的。人根据预定的目的,主观能动地去行动,与克服困难相联系的心理过程就是意志过程。

人的三大心理过程并不是彼此独立、毫无联系的,而是统一的心理过程的不同方面。

(2) 个性心理

心理过程是人的心理的共性,而个性心理是在心理过程中发生、发展而形成的;已经形成的个性心理又对心理过程起着调节作用。心理过程和个性心理是统一的心理活动的两个方面,两者相互影响、相互制约。个性心理包含两方面的内容:

个性心理特征,即个体经常地、稳定地表现出来的心理特点,主要包括气质、性格和能力。气质是一个人典型的、稳定的个性心理特征,是指一个人在心理活动和行为表现的强度、速度、稳定性和灵活性等动态方面的特征。例如,人们常说,有的人活泼好动,有的沉默寡言;有的性急,有的则是慢性子;有的暴躁,有的性情温和;有的善交际,有的则孤僻;有的反应灵活,情感明显外露,等等。这些就是个人的气质特点。性格是指人对客观现实的稳定态度以及与之相适应的习惯化了的行为方式,如坚毅、勇敢、顽强、热情、公而忘私、与人为善、冷酷无情、自尊、虚荣、谦虚、傲慢等。能力是指人能顺利地完成一定活动所必须具备的心理特征,如观察能力、记忆能力、想象能力、思维能力和注意力、试听能力、运算能力、鉴别能力、组织能力等。

个性倾向性,即个人在社会生活过程中逐渐形成的思想倾向,主要包括需要、动机、兴趣、态度、理想、信念、世界观等。个性倾向性制约着人的全部心理活动的方向,是人的行为的动力。

二、心理学的产生及其发展

心理学是一门具有长远历史但又很年轻的科学。“心理学”一词源于希腊文,意思是“关于灵魂的科学”。古希腊学者亚里士多德(公元前384—公元前322)的《灵魂论》一书,是人类文明史上有关心理现象研究的专著。在我国,两千多年前,思想家孔子(公元前551—公元前479)和孟子(约公元前372—公元前289)的著作、《黄帝内经》等古籍中,已蕴含着丰富的心理思想。

从亚里士多德起在长达十几个世纪的时期内,心理现象大多是由哲学家作为哲学问题加以研究,心理学一直处于哲学的怀抱之中。1825年德国哲学心理学家赫尔巴特(1776—1841)的《作为科学的心理学》一书的问世,第一次庄严宣布心理学是科学。同时,他还主张将心理学与哲学、生理学区别开来。

心理学从哲学中真正分离出来而成为一门独立的科学,主要由德国生理心理学家冯特(1832—1920)完成。1879年,冯特在德国的莱比锡大学创立了世界上第一个心理实验室,用实验的手段来研究心理现象,这被公认为是心理科学独立的标志。冯特是科学心