

Xinlixue Zai Daxing Gonggong Huodong Zhong De Yingyong

孙时进 编著

心理学 在大型公共活动中的应用： 以上海2010年世博会为例

Xinlixue Zai Daxing Gonggong Huodong Zhong De Yingyong

孙时进 编著

心理学 在大型公共活动中的应用： 以上海2010年世博会为例

上海三联书店

图书在版编目(CIP)数据

心理学在大型公共活动中的应用:以上海 2010 年世博会为例/孙时进编著. —上海:上海三联书店, 2013. 11
ISBN 978 - 7 - 5426 - 4169 - 4

I. ①心… II. ①孙… III. ①社会服务—应用心理学 IV. ①C916

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 077700 号

心理学在大型公共活动中的应用:以上海 2010 年世博会为例

编 著 / 孙时进

责任编辑 / 冯 征

装帧设计 / 豫 苏

监 制 / 李 敏

责任校对 / 张大伟

出版发行 /  上海三联书店

(201199)中国上海市都市路 4855 号 2 座 10 楼

邮购电话 / 24175971

印 刷 / 上海惠顿实业公司印刷部

版 次 / 2013 年 11 月第 1 版

印 次 / 2013 年 11 月第 1 次印刷

开 本 / 710 × 1000 1/16

字 数 / 200 千字

印 张 / 11.5

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5426 - 4169 - 4/B · 278

定 价 / 33.00 元

敬启读者,如发现本书有印装质量问题,请与印刷厂联系 021 - 56475597

总序

Foreword

在全球化背景下,中国的市场经济转型,在创造着经济增长、现代化进程的奇迹的同时,也把我们带入了一个“风险社会”(risk society),我们正处在一个社会风险不断累积、突发事件频发、公共安全危机的破坏性不断扩大的风险社会之中。

发达国家有关社会风险与公共安全管理的先行探索,提出了诸如风险社会理论、公共危机管理的系统理论、结构不良理论、文化理论等有较大影响的理论观点。这些理论对我们认识当前中国转型社会的风险和公共危机,具有一定启发意义,但中国转型社会的特殊性所提出的问题,超出了既有理论的解释能力。

基于对中国当前社会发展的基本判断,在统筹、集成文、理、医传统优势学科的基础之上,复旦大学面向国家、区域发展的重大战略需求,在“211工程”三期重点学科建设中设立了“公共安全与危机管理”项目。

本项目把研究聚焦于“中国长江三角洲地区公共安全与危机应对”,着重在三个方面开展研究:(1)当前中国转型社会公共安全的风险辨识与成因研究;(2)中国社会的社会风险和公共安全的测量指标体系研究,以及相应的数据资料的搜集方法、数据库建设、资料分析和模型建构研究;(3)基于以上理论研究和经验资料的社会风险和公共管理管理模式设计和政策研究。

本项目发挥复旦大学多学科的综合优势,在以问题为导向的研究实践中,集合了来自政治学、法学、管理科学、经济学、社会学、人口学、公共管理学、传播学、心理学等学科领域的专家学者,而以社会发展与公共政策学院为项目的组织协调单位。

经过4年的努力工作,在吸收、借鉴发达国家已有成果和经验的基础上,将公共安全的管理、公共安全的危机应对这一新兴、兼具理论性和应用性的交叉学科,置于全球化和中国转型社会的背景中建设:以全球化背景下中国转型社会的

制度安排、制度设计、制度变迁所可能产生的公共安全作为研究对象,着重研究与转型社会的制度安排有关的社会风险、公共危机及其管理;以长三角都市圈这一集中了各种社会危机与公共安全问题的区域社会为研究基地,把学科建设与决策咨询紧密结合起来,针对目前我国社会风险和公共安全管理中存在的基础研究不能为管理应对提供理论和技术的缺陷,解决社会风险和公共安全管理实践中的重大理论问题和技术难题,为之提供坚实的科学依据,在学科交叉融合中寻求公共危机管理的理论创新,孕育出新兴学科的增长点。

呈现在读者面前的这套丛书就是这个项目的主要学术成果,作者们从不同的学科背景出发,围绕公共安全和危机管理这个主题,进行了深入的理论探讨和对策研究。由于社会变迁进程的复杂性,丛书作者们的研究还具有学术探索性,所提出的一些学术观点 and 对策方案还需要经过更多的理论研究和实践检验。希望本丛书的出版能够为研究者提供有益的学术参考,为政府部门提供可行的对策思路,为广大读者提供有关公共安全和危机管理领域的基本知识,以推动本学科的发展。

感谢所有参与本项目研究的专家学者、学生和行政管理人员,感谢上海三联书店对本丛书出版所付出的辛勤劳动。

复旦大学社会发展与公共政策学院

彭希哲

2012 年 3 月 20 日

编者序

Foreword

由上海增爱基金会出资主办、复旦大学心理研究中心承办、上海市心理咨询行业协会协办的“世博心理服务项目”是心理学第一次比较全面、深入地介入国内的大型公共活动中。认真总结这个项目的意义、价值、经验和模式对今后心理学更好地服务于大型公共活动,以此提高大型公共活动的效率、影响力和品质有着重要的意义。本书就是以世博心理服务项目为例探讨心理学如何更好地应用于大型公共活动中。全书分为三篇九章。第一篇理论篇首先探讨了大型公共服务定义及特点,其次阐述了大型公共活动中的心理学应用,接着介绍了心理学服务的模式,最后讨论了心理服务从业者的资质及伦理。第二篇实践篇中主要对整个“增爱世博”心理服务项目的缘起和实施过程做了较详细的介绍,第三篇是根据“增爱世博”心理服务项目的实践和总结,对今后如何更好地开展这类活动提出了对策和建议。这是国内第一本探讨心理学如何应用于大型公共活动中的书,我们也希望通过这样的探讨,能使心理学在服务社会上作出自己的贡献,并且也使心理学在服务社会的同时获得自身成长。

参加全书撰写的有孙时进、高隼、吴国宏、蒋强、丁志强、陈雪和林婧婧。感谢上海增爱基金会为此书的出版提供资金上的支持。

编者序	1
-----	---

第一篇：理论篇

第一章 大型公共服务定义及特点	3
第一节 大型公共活动的定义和特点	3
一、大型活动定义	3
二、大型活动的特点	3
三、大型活动的作用	5
(一) 直接的效益和作用	5
(二) 间接效益和作用	5
第二节 大型活动中的公共服务	6
一、公共服务的定义	6
二、公共服务的特点	7
三、公共服务的作用	9
第三节 大型公共活动与世界博览会	10
一、大型公共活动的发展——以世界博览会为例	10
二、上海世博会是大型的博览活动	11
三、世界博览会充分体现了公共服务的特点	13
参考文献	15
第二章 大型公共活动中的心理学应用	16
第一节 心理学在大型公共活动筹备阶段的应用	16

一、心理学在场馆设计中的应用	16
(一) 从提高参观安全度看,场馆设计需要心理学支持	17
(二) 从提高参观人群的舒适度看,主办思路需要融入心理学因素	18
(三) 从提升参观人群的愉悦感看,了解群体习惯与科学布展需要心理学支持	18
二、从管理心理学中的胜任力理论看员工选择与使用	19
(一) 胜任力的概念及由来	19
(二) 胜任力模型	19
(三) 运用胜任力理论的人员来指导选拔和使用	21
第二节 心理学在大型公共活动运行期间的应用	23
一、日常运营中的心理学服务—EAP	23
二、心理学在危机管理与社会事件中的应用	24
(一) 危机的含义和特征	24
(二) 社会安全事件	26
(三) 危机与社会安全事件的解决——谈判心理学的支持	27
(四) 从社会心理学看群体事件中的群体心理特征	30
第三节 活动结束时的心理学服务	31
参考文献	33
 第三章 心理学服务的模式	 34
第一节 EAP 服务模式	34
一、什么是 EAP	34
二、EAP 服务模式	35
(一) EAP 常用模块	35
(二) EAP 服务模式	36
三、EAP 服务在中国	39
第二节 突发事件/灾难中的心理服务模式	40
一、突发事件及灾难的定义	40
(一) 突发事件的定义	40
(二) 灾难的定义	40

二、突发事件/灾难中的心理服务模式	41
(一) 干预的基本原则	41
(二) 工作内容	41
(三) 目标人群	41
(四) 工作流程	41
三、美国的心理卫生服务在紧急事件中的角色与规划	43
四、我国突发灾难事件后的心理援助服务反思	
——以汶川为例	44
(一) 缺乏统一的组织和领导	45
(二) 缺乏专业人才队伍	45
(三) 实施过程存在争议	45
(四) 欠缺长期规划	46
第三节 大型文体活动中的心理服务模式	46
一、美国运动心理咨询师奥运会心理服务	46
(一) 随队旅行	47
(二) 咨询服务	47
(三) 应对媒体	47
(四) 多队同时服务	48
二、大型文体活动中安保人员的心理应激干预	48
(一) 认知干预	48
(二) 应激反应训练	49
(三) 心理咨询	49
第四节 社区心理服务模式	49
一、国外社区心理服务模式简介	50
(一) 服务对象	50
(二) 从业人员	50
(三) 工作形式	50
(四) 服务体系	50
二、中国社区心理服务模式	50
(一) 卫生系统主办模式	51

(二) 非卫生系统主办模式	51
参考文献	52
第四章 心理服务从业者的资质及伦理	53
第一节 专业性心理服务	53
一、心理咨询师的资格认证	53
二、心理咨询中的伦理守则	56
三、网络心理咨询伦理	61
四、跨文化背景下的心理咨询伦理	64
第二节 辅助性心理服务	65
一、辅助性心理服务范围	65
二、辅助性心理服务从业者的资质	67
三、辅助性心理服务从业者的伦理守则	68
参考文献	69

第二篇：实践篇

第五章 “增爱世博”心理服务项目的缘起	73
第一节 上海世博会心理服务项目缘起	73
一、上海世博会心理服务项目的背景	73
二、“增爱世博”心理服务项目是一种外部的 EAP	74
三、“增爱世博”心理服务项目内容及其特色	75
(一) 项目内容	75
(二) 项目特色	76
(三) 团队介绍	76
第二节 中国慈善事业与增爱基金会	77
一、中国慈善事业的发展	77
(一) 慈善事业及其作用	77
(二) 中国慈善事业发展	78
(三) 当前中国慈善事业及未来的发展	78
二、增爱基金会的创新慈善	79

(一) 增爱基金会简介	80
(二) “增爱世博”心理服务项目是慈善事业的重要创新	80
参考文献	82
第六章 “增爱世博”心理服务项目的实施方案	83
第一节 项目的组织构架	83
一、上海增爱基金会	83
二、复旦大学心理研究中心	85
三、专家团队	86
四、项目志愿者	86
第二节 专家的遴选和构成	87
一、原则	87
二、构成	88
第三节 志愿者的构成和选拔	89
一、志愿者的构成	89
二、志愿者的选拔	89
第四节 心理咨询室的建设情况	91
一、环境及装修设计	91
二、有关软件、仪器和设备	92
第五节 项目的实施	93
一、上岗培训	93
二、心理健康手册的编撰	93
三、日常咨询服务	94
四、总结收尾阶段	95
第六节 项目的回顾与总结	96
一、开创性的一次尝试	96
二、各方精诚合作的产物	97
三、成果与不足	98
参考文献	99

第七章 “增爱世博”心理服务项目的实施:来访档案分析	100
第一节 数据采集及分析方法	100
第二节 档案分析结果	102
第三节 讨论	125
参考文献	127
附录	129
第八章 “增爱世博”心理服务项目的实施:志愿服务者的视角	133
第一节 志愿服务者的服务体验:志愿者体验问卷的结果	134
一、材料收集及分析方法	134
二、结果	135
三、讨论	145
第二节 志愿者的服务体验:志愿者在征文中的叙述	148
一、材料收集及分析方法	148
二、结果	149
三、讨论	154
参考文献	155
附录	157

第三篇:启示与展望

第九章 对策与建议	163
第一节 进一步开拓心理学参与大型服务活动的范围	163
第二节 聚合各方力量,发挥社会和民间非政府组织的作用	165
第三节 加大政府财政投入,采购 EAP 服务	166
第四节 实施项目全流程评估,形成行之有效的行动模式	167
第五节 着眼未来,打造一支队伍,形成一种模式	169
参考文献	170

第一篇

理论篇

第一章

大型公共服务定义及特点

第一节 大型公共活动的定义和特点

一、大型活动定义

大型活动是一项有目的、有计划、有步骤地组织众多人员参与的社会活动。这一定义要把握三个重要概念：

1. 大型公共活动要有鲜明的目的性。大型活动通常都有明确的目的。大型活动将要达到的社会性的目标和经济目标在一定程度上决定了活动的性质、规模以及过程。

2. 大型公共活动要有计划性。凡事都应有计划，大型活动更不例外，而且要求有更周密的计划，包括策划与组织、现场执行、突发事件应对等计划。

3. 社会各界广泛参与，社会化程度高。既然是大型活动，就应该有众多的人员参与，但并不是参与人数多就是大型活动。比如举世瞩目的 2008 年北京奥运会光是运动员、教练员和政府官员的参与就达 6 万之众，参与的广泛度刷新世界记录。

二、大型活动的特点

1. 目的明确

自古以来，无论是开国大典、联合国大会，还是奥运会、世博会，大型活动都具有明确的目的。就拿奥运会来说，在《奥林匹克宪章》就清楚地阐述了举行奥运会的宗旨，即“通过没有任何歧视、具有奥林匹克精神——以友谊、团结和公平竞争的精神——的体育活动来教育青年，从而为建立一个和平的、美好的世界做

出贡献”。^① 而对于一个国家来说,举办和参与奥运会具有特殊的意义。各国参加奥运会不仅展示一个国家的竞技体育运动水平,更重要的是展示一个国家、一个民族综合实力和民族素质。2008 年北京奥运会表达了中国人民与世界各国人民共有美好家园,同享文明成果,携手共创未来的美好愿景。通过北京奥运会,中国政府希望能推动中国经济的发展,而且还希望借此激发华夏儿女的民族自强之心,成为中国未来发展的强大动力。

2. 广泛的社会传播性

大型活动的社会传播性主要体现在两个方面。一方面是大型活动参与者众多,比如 2008 年北京奥运会,参赛国家及地区 204 个,参赛运动员 11,438 人。另一方面,大众传播媒介,特别是新兴媒体推动了大型活动的社会传播。比如在北京奥运会期间,新浪、腾讯、网易三大门户网站联合在一起组成奥运报道联盟,最大力度地推广奥运。根据全球知名媒介和资讯机构尼尔森在全球 37 个国家和地区所收集的数据表明,从 8 月 8 日至 8 月 24 日收看北京奥运会的观众达到了 47 亿人,约占全球人口的 70%。比雅典 2004 奥运会的 39 亿观众数增加了约 21%,比悉尼 2000 奥运会的 36 亿观众人数增加了约 31%^[1]。

3. 严密的操作性

大型活动不仅涉及庞大的人群,而且牵涉的社会因素也非常多。比如场馆的建设;各方参加人员的交通以及食宿;大量专业设备的购买、存储、调度和维修;主要工作人员的聘用;志愿者的招募、培训和组织工作;各类合同管理以及与赞助商、供应商、行业协会等缔约各方的关系维护。大型活动从策划到申办,再到实施,每一个环节都需要细致谋划,周密协调,可见其操作管理的严密性。如果稍有疏忽,都会导致难以预料的后果。

4. 高投资性

高投资性是大型活动的另一特点。大型活动需要人、财、物的大量投入。一个大型活动往往要投入的资金和费用都是比较大的。以北京奥运会为例,7 年投入总和 2800 亿元人民币,用于城市的基础设施、能源交通、水资源和城市环境建设。整个奥运会的场馆建设资金投入,包括新建场馆、改扩建场馆和临时性的场馆,还

^① 《奥林匹克宪章》,是国际奥委会制定的关于奥林匹克运动的最高法律文件。宪章对奥林匹克运动的组织、宗旨、原则、成员资格、机构及其各自的职权范围和奥林匹克各种活动的基本程序等做出了明确规定。奥林匹克宪章精神是奥林匹克运动的实质内容,《奥林匹克宪章》指出,奥林匹克精神就是相互了解、友谊、团结和公平竞争的精神。

包括改建的独立训练场馆,总投资约在 130 亿元人民币左右。在人力投入方面,仅仅消防警力一项,按照测算,开幕式上就用了 2000 多人,其中奥运场馆安保团队多达 1000 多人,另外还有 1205 人担负反化学和核生物恐怖袭击。^[2]

三、大型活动的作用

虽然大型活动的组织和实施需要消耗大量的社会资源,是一项复杂的系统工程,但是其巨大的经济和社会效益,广泛的影响力,也让众多国家和组织垂青于它。大型活动的直接和间接的效益和作用如下:

(一) 直接的效益和作用

1. 举办者直接获益。通过大型活动举办者可以扩大组织的知名度和美誉度,树立自身的形象和品牌;实现其内外的经营目标,增加其经济的收入。

2. 承办者直接获益。承办者不仅获得经济效益,而且扩大了承办者的知名度,密切了承办者与参展者的关系。以奥运期间中国门户网站广告收入为例,在奥运效应的推动下,新浪上半年广告营收破亿,达到 1.127 亿美元,二季度广告营收环比增长 35%;腾讯的广告收入 3250 万美元,环比增长 57%;而搜狐为 4170 万美元,环比增长 20%;网易的广告收入最少,环比增长 38%。

3. 参会者直接获益。大型活动不仅可以为参会者提供推销产品和服务的机会,可以借此机会扩大组织经营的规模和知名度,获取信息情报。

4. 参观者直接获益。参观者可以与同行沟通联系,获取信息,开阔思路和启迪创意。

(二) 间接效益和作用

1. 有效促进地方经济发展

大型活动可以提高地方的知名度,吸引投资者兴趣,比如中国各地举办的各种文化节,常常就是文化搭台,经济唱戏。

2. 有效推动城市基础设施建设

1990 年北京第 11 届亚运会,给北京带来了巨大变化,开辟了 8 条新路和百条街道,新建了 4 座大型立交桥,修建和改造了不少的体育场馆,修建了亚运村,使城市面貌焕然一新。

3. 提供了大量的商贸合作的机会

每年举办的“广交会”不仅展示了琳琅满目的商品,还为参会者搭建起了沟通和交流的平台,为他们创造进一步合作的商机。