

高职高专旅游与酒店管理专业系列教材

旅游心理与服务策略

(第3版)

薛英 主编 钱小梅 副主编

清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

本书以旅游企业岗位能力需求为线索进行编写,采用项目任务编写体例,全书共分为六大模块,分别是导论、旅游者心理与旅行社服务、旅游者心理与导游服务、旅游者心理与酒店服务、旅游者心理与其他服务、旅游工作者心理。总体来看,本书具体阐述了旅游者心理、旅游服务中的心理学问题及旅游工作者心理三方面内容。本书的项目内容设计侧重对学生岗位能力的培养与训练,以企业岗位真实项目任务为载体,进行职业技能的训练和考评。本书共设计十八项旅游企业岗位真实项目任务,涵盖旅游企业多种岗位技能的训练,实现了知识向技能的正向迁移,充分体现了“教、学、做”一体化的教学理念。

另外,本书紧密结合旅游企业工作实际,载入大量的真实案例并融入丰富的拓展学习资料,以增强读者对理论知识的理解和运用能力。

本书可作为高职高专院校旅游服务类专业的教材,也可作为应用型本科院校旅游服务类专业的教材,还可作为旅游行业从业人员的培训参考书。

本书提供配套学习资料,请读者扫描书中二维码获取;同时提供课件,请读者扫描封底二维码获取。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。举报:010-62782989, beiqinquan@tup.tsinghua.edu.cn。

图书在版编目(CIP)数据

旅游心理与服务策略 / 薛英主编. -- 3版. -- 北京:
清华大学出版社, 2025. 3. -- (高职高专旅游与酒店
管理专业系列教材). -- ISBN 978-7-302-68493-0
I. F590
中国国家版本馆CIP数据核字第2025MN1941号

责任编辑:施 猛 王 欢

封面设计:常雪影

版式设计:恒复文化

责任校对:马遥遥

责任印制:杨 艳

出版发行:清华大学出版社

网 址: <https://www.tup.com.cn>, <https://www.wqxuetang.com>

地 址:北京清华大学学研大厦A座 邮 编:100084

社 总 机:010-83470000 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者:三河市人民印务有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm 印 张:17.25 字 数:399千字

版 次:2014年1月第1版 2025年3月第3版 印 次:2025年3月第1次印刷

定 价:59.00元

产品编号:104412-01

前言

在全域旅游和文旅融合的新时代背景下，旅游业正逐渐从传统的观光旅游向体验式、个性化、情感化旅游转变。如今，旅游已不再是单纯的地标打卡活动，而是现代人表达情感、寻求心灵慰藉和释放压力的一种方式。这种转变不仅对旅游目的地服务设施提出了更高的要求，同时也对旅游从业者的专业素质和综合能力提出了新的挑战。

党的二十大报告明确指出：“我们要坚持教育优先发展、科技自立自强、人才引领驱动，加快建设教育强国、科技强国、人才强国，坚持为党育人、为国育才，全面提高人才自主培养质量，着力造就拔尖创新人才，聚天下英才而用之。”这一论述不仅凸显了人才在国家发展中的重要作用，同时也为旅游业的人才培养明确了方向。作为现代服务业关键分支的旅游业对专业人才的需求日益增长，唯有培育出既具备高素质又掌握高技能的旅游专业人才，方能促进旅游业的持续健康发展。

正是基于上述背景，在清华大学出版社的大力支持下，《旅游心理与服务策略》一书展开了第三次修订工作。本次修订更加注重实践性和可操作性，力求为旅游管理相关专业的学生和旅游从业者提供一本全面、系统、实用的教材和参考书籍。

本书第3版(2025年)更新内容如下所述。

一、全面贯彻党的教育方针，落实立德树人根本任务

教育的核心在于培养德行，本次修订紧贴立德树人根本任务，强调“德技并重”的职业教育新理念。我们不仅关注学生在知识和技能方面的进步，更注重对学生在思想道德、人文素养、创新能力等方面的培育，强调实践在育人过程中的重要性。例如，在项目目标中增设了素质目标。通过设计多样化的项目实训任务和引入创新的教学方法和手段，如案例分析、项目式教学、角色扮演等，让学生在参与中学习、在体验中成长，从而实现素质培养与知识、能力提升的全面融合。

二、岗位能力导向，重构教材体系

本次修订更新了内容体系，具体包括：第一，以岗位核心能力培养为主线，重新构建六大模块，从旅游者心理与旅行社服务、导游服务、酒店服务以及其他服务的关系切入，延伸至旅游工作者心理赋能，形成覆盖旅游服务全场景的能力矩阵。第二，增加了“模块一 导论”，奠定了旅游心理学的方法论基础。六大模块涵盖基础理论、服务场景应用与职业能力发展三大维度，体现知识体系的内在关联与实践导向特征。第三，重新整合并确定学习项目，采用“项目知识—案例(拓展阅读)—项目测验—项目实训”四步学习路径，融入文化自信、至诚服务等元素，强化职业核心能力培养。

三、融入数字化元素，满足自主学习需要

本次修订紧跟时代步伐，深度融入二维码技术，精心打造了一套独具特色的立体化教学资源体系。该体系涵盖“视频在线课程”“任务成果范例”“项目测验”以及“心理测试结果分析”等多元模块，以视频演示、图文并茂、题库测试、结果分析等多种形式呈现教学内容，实现了专业教学与职业能力培养的深度融合，有效解决了课程教学中“学与训”“训与评”的难点问题，为学生课后自主学习提供了全方位、强有力的支持。

四、任务驱动+数字赋能，构建技能迁移新模式

通过十八项真实岗位项目实训任务(例如云南“奖励游”线路产品人员推介方案)驱动学习，结合数字资源中的视频解析(例如问卷设计中的常见错误)、任务范例实操模板(例如云南“奖励游”线路产品需求调查问卷)、心理测试工具和在线测验，推动学生将理论认知转化为实战技能。

本教材由大连职业技术学院旅游管理专业薛英担任主编，钱小梅担任副主编。具体编写分工如下：钱小梅编写模块一、模块二和模块六项目三；薛英编写模块三至模块六项目一、项目二；全书由薛英进行总纂和定稿；大连尊途国际旅游社有限公司导游员(中级)吴悠参与了教材模块三、模块四数字资源任务成果范例的撰写和视频在线课程的录制工作；沐航国际旅行社集团有限公司陈凯宏总经理依据行业前沿动态，更新了教材部分案例和拓展阅读内容。

在本书修订过程中，大连体育中心皇冠假日酒店人力资源总监马艺赫结合实践经验，在教材服务场景应用方面提供了专业指导，同时还广泛参考了众多国内外专家、学者的研究成果及相关文献，并得到了清华大学出版社编辑团队以及相关工作人员的具体指导和大力支持，在此一并致谢。

鉴于编者的知识和经验有限，书中可能存在疏忽和不足，恳请广大读者不吝指正，以便我们进一步修订和完善。反馈邮箱：shim@tup.tsinghua.edu.cn。

编 者

2024年8月

目 录

模块一 导论

项目一 心理学与旅游心理学	002
项目目标	002
项目知识	002
一、认识心理学	002
二、认识旅游心理学	006
项目测验	009
项目实训	010
项目二 问卷调查法	012
项目目标	012
项目知识	012
一、问卷的基本结构	013
二、问卷设计的原则	015
三、问题形式的设计	017
四、答案的设计	019
五、问卷设计中的常见错误	020
项目测验	022
项目实训	022

模块二 旅游者心理与旅行社服务

项目一 旅游者的需要	028
项目目标	028
项目知识	028
一、认识需要	028
二、马斯洛需要层次理论	030
三、旅游者外出旅游的内在原因	034
四、旅游者的一般需要	036
五、不同年龄旅游者需要分析	039
项目测验	040

项目实训	041
------------	-----

项目二 旅游动机	043
项目目标	043
项目知识	043
一、认识旅游动机	043
二、旅游动机的分类	046
三、旅游动机的激发	049
项目测验	052
项目实训	053

项目三 旅游购买决策	055
项目目标	055
项目知识	055
一、认识旅游购买决策	055
二、影响旅游购买决策的因素	061
三、旅游购买决策的风险知觉	063
四、旅游者的态度与购买决策	068
项目测验	070
项目实训	071

模块三 旅游者心理与导游服务

项目一 旅游知觉	074
项目目标	074
项目知识	074
一、感觉与知觉	074
二、感受性	075
三、感觉的特性	076
四、旅游知觉及其特性	080
五、错觉	083
六、影响旅游知觉的因素	086

项目测验	088	项目二 客房服务心理	149
项目实训	090	项目目标	149
项目二 旅游人际知觉	092	项目知识	149
项目目标	092	一、客房心理需求分析	149
项目知识	092	二、客房服务心理策略	153
一、认识人际知觉	092	项目测验	159
二、影响人际知觉的因素	094	项目实训	159
项目测验	101	项目三 餐厅服务心理	161
项目实训	101	项目目标	161
项目三 旅游服务中的人际关系	103	项目知识	161
项目目标	103	一、餐厅心理需求分析	161
项目知识	103	二、餐厅服务心理策略	165
一、认识人际关系	104	项目测验	176
二、影响人际关系的因素	104	项目实训	177
三、良好人际关系的建立	108	模块五 旅游者心理与其他服务	
四、旅游服务中的客我关系	110	项目一 旅游商品服务心理	180
项目测验	114	项目目标	180
项目实训	115	项目知识	180
项目四 旅游者的气质与性格	119	一、旅游商品心理需求	181
项目目标	119	二、旅游商品服务心理需求	182
项目知识	119	三、旅游商品购买行为分析	183
一、旅游者的气质	119	四、旅游商品导购服务技巧	185
二、旅游者的性格	126	五、旅游商品的开发	187
三、气质与性格的区别与联系	130	六、旅游商品的销售	189
项目测验	131	项目测验	192
项目实训	132	项目实训	193
模块四 旅游者心理与酒店服务		项目二 旅游交通服务心理	195
项目一 前厅服务心理	138	项目目标	195
项目目标	138	项目知识	195
项目知识	138	一、旅游条件知觉	195
一、认识前厅服务	138	二、旅游交通服务心理需求	203
二、前厅心理需求分析	139	三、旅游交通服务心理策略	204
三、前厅服务心理策略	141	项目测验	205
项目测验	146	项目实训	206
项目实训	147		

项目三 旅游投诉服务心理	208
项目目标	208
项目知识	208
一、引起旅游投诉的原因	208
二、旅游投诉心理分析	210
三、旅游投诉服务心理策略	212
项目测验	216
项目实训	216
 模块六 旅游工作者心理	
项目一 良好记忆力的培养	220
项目目标	220
项目知识	220
一、认识记忆	220
二、认识遗忘	223
三、记忆力提升策略	227
项目测验	231
项目实训	232
项目二 情绪与情感调控	234
项目目标	234

项目知识	234
一、认识情绪和情感	234
二、情绪的要素	237
三、情绪和情感的种类	240
四、情绪的调控	242
项目测验	248
项目实训	249
项目三 心理健康的维护	253
项目目标	253
项目知识	253
一、认识心理健康	253
二、心理健康的标准	254
三、维护心理健康的方法	255
四、挫折与压力应对	256
项目测验	260
项目实训	260
参考文献	266

数字资源目录

模块	数字资源	页码
模块一 导论	视频在线课程1-1 编写项目知识学习提纲	10
	视频在线课程1-2 问卷设计中的常见错误	20
	项目测验 项目一	9
	项目测验 项目二	22
	任务成果范例 “心理学与旅游心理学”项目学习提纲	10
	任务成果范例 调查问卷常见错误识别报告	25
	测试结果分析 测出你的幸福感	11
模块二 旅游者心理与 旅行社服务	视频在线课程2-1 旅游者的一般需要	37
	视频在线课程2-2 旅游动机产生的条件	45
	视频在线课程2-3 消除旅游产品购买风险的方法	66
	项目测验 项目一	40
	项目测验 项目二	52
	项目测验 项目三	70
	任务成果范例 云南“奖励游”线路产品需求调查问卷	42
	任务成果范例 “海岛游”动机激发方案	54
	任务成果范例 云南“奖励游”线路产品人员推介方案	72
模块三 旅游者心理与 导游服务	视频在线课程3-1 旅游知觉的特性	80
	视频在线课程3-2 晕轮效应对旅游服务的影响	97
	视频在线课程3-3 人际关系的功能	104
	视频在线课程3-4 认识气质	119
	项目测验 项目一	88
	项目测验 项目二	101
	项目测验 项目三	114
	项目测验 项目四	131
	任务成果范例 “浪漫大连三日游”导游心理服务策略	91
	任务成果范例 旅游人际知觉理论应用	102
	任务成果范例 客我人际交往策略集锦	116
	任务成果范例 气质识别与旅游接待策略	134
	测试结果分析 人际关系心理行为问卷	117
	测试结果分析 你是否有很重的疑心病？	118
	测试结果分析 陈会昌气质量表	136

(续表)

模块	数字资源	页码
模块四 旅游者心理与 酒店服务	视频在线课程4-1 前厅心理需求分析	139
	视频在线课程4-2 制定酒店客房接待服务策划案	159
	视频在线课程4-3 满足客人卫生需求的餐厅服务要点	172
	项目测验 项目一	146
	项目测验 项目二	159
	项目测验 项目三	176
	任务成果范例 酒店前厅接待服务策划案	148
	任务成果范例 酒店客房接待服务策划案	160
	任务成果范例 酒店餐厅接待服务策划案	178
模块五 旅游者心理与 其他服务	视频在线课程5-1 旅游商品心理需求	181
	视频在线课程5-2 旅行社交通服务策略	205
	视频在线课程5-3 旅游投诉心理分析	210
	项目测验 项目一	192
	项目测验 项目二	205
	项目测验 项目三	216
	任务成果范例 大连海产品导购技巧	194
	任务成果范例 旅游交通服务策略	207
	任务成果范例 旅游投诉接待服务小贴士	218
模块六 旅游工作者 心理	视频在线课程6-1 采用适当助记法提高记忆能力	229
	视频在线课程6-2 情绪调节的合理化作用法	246
	视频在线课程6-3 旅游工作者维护心理健康的方法	255
	项目测验 项目一	231
	项目测验 项目二	248
	项目测验 项目三	260
	任务成果范例 导游资格证备考助记法集锦	233
	任务成果范例 情绪管理实践报告	250
	任务成果范例 自我解脱故事分析报告	262
	测试结果分析 荒岛寻宝记忆力测试	233
	测试结果分析 情绪稳定性测试	252
	测试结果分析 心理健康自我测试	264
	测试结果分析 躯体化症状自评表	265

模块一



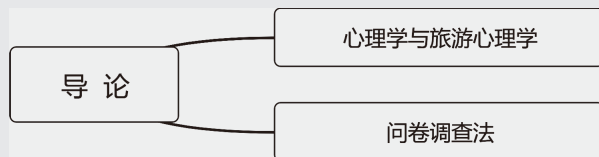
导论

模块背景

心理学和旅游心理学是相互关联的两个学科。旅游心理学是心理学在旅游领域的应用，主要研究旅游者在旅游活动中的心理活动和行为规律。考虑到部分学习者可能欠缺心理学基础知识，会影响其对旅游心理研究内容及研究方法的理解和运用，本模块在阐述心理学基础知识时引入旅游心理学，从知识体系上更利于学习者明确两者的关系，增强对旅游心理学的认知。

学以致用是职业教育的本质特征。为了提高旅游心理学的应用性和可操作性，本模块增设了旅游心理学在实践中应用较为普遍的一种研究方法——问卷调查法的相关内容。掌握问卷调查法，有助于学习者在进行旅游相关研究和决策时获得更客观、更科学的数据支持。

模块结构





项目目标

◇ 知识目标

1. 掌握心理学及旅游心理学的定义。
2. 掌握心理现象包括的内容。
3. 掌握旅游心理学的研究对象。
4. 掌握旅游心理学的研究方法。

◇ 能力目标

1. 理解心理过程与个性心理的相互关系。
2. 理解心理的实质。
3. 理解心理学研究方法的实践意义。
4. 理解学习旅游心理学的意义。

◇ 素质目标

1. 形成辩证唯物主义的科学世界观。
2. 形成积极、乐观的人生态度。
3. 学以致用，提高文化素养。
4. 理解“顾客至上、宾至如归”的服务宗旨。



项目知识

一、认识心理学

(一) 心理学的定义

心理学是研究人的心理现象及其发展规律的科学。

(二) 心理现象

心理现象(简称心理)的形式是多种多样的，心理学通常把心理现象划分为心理过程和个性心理两大类。

1. 心理过程

心理过程是指心理现象的动态过程，通常包括认知过程、情感过程和意志过程3个

方面。

(1) 认知过程。认知过程是人们获取知识、应用知识的心理活动过程，包括感觉、知觉、记忆、思维、想象等。认知过程的核心是思维，思维是人类心理发展高于动物的本质标志，恩格斯称它为“地球上最美丽的花朵”。

(2) 情感过程。情感过程是人们对客观事物是否符合自身需要的态度体验，包括喜、怒、哀、乐、爱、恶、惧等情感体验。

(3) 意志过程。意志过程是人们为了实现预定目标而自觉努力、克服困难，以达到预定目的的心理过程，包括动机斗争、决心、行动的调节等。

心理过程是一个统一的过程，认知过程、情感过程和意志过程之间既有区别又相互联系。认知过程是基本的心理过程，它是情感过程和意志过程的基础；情感过程是认知过程和意志过程的动力；意志过程对人的认知过程和情感过程具有调控作用。

2. 个性心理(简称个性)

人的心理现象的另一个方面是个性心理。个性心理包括个性心理特征和个性心理倾向，两者共同构成个体的独特性和差异性。古语道：“人心不同，各如其面。”这里的“心”，就是指个性心理，这句话的意思是人的个性心理犹如人的相貌一样，千差万别，各不相同。

(1) 个性心理特征。个性心理特征是指个体身上经常表现出来的本质的、稳定的心理特点，它包括能力、气质和性格。这些特征是人们在不同情境下表现出来的独特行为和思维方式，具有相对稳定性和持久性。例如，有的人记忆力好，有的人有丰富的想象力，有的人善于分析，有的人长于总结……这都是能力方面的特征表现。有的人精力充沛，动作迅猛；有的人活泼好动，动作敏捷；有的人老练沉稳，喜怒不形于色……这些是气质方面的特征表现。

(2) 个性心理倾向。个性心理倾向是指个体在认知、情感、动机和价值观等方面的心理倾向，它决定了个体的态度、行为和选择。个性心理倾向包括需要、动机、兴趣、理想、信念和世界观等。这些倾向是人们在不同情境下选择不同行为和思考方式的基础，具有动态性和可塑性。例如，前往同一旅游目的地的不同旅游者，常表现出需求、出游动机、兴趣等方面的差异。

个性心理特征和个性心理倾向相互影响，共同构成个体的个性；同时两者相互依存，共同构成个体的独特性和差异性。

我们通常所说的心理现象就是指人的心理特征和心理倾向两个方面，这两个方面是密切联系、不可分割的。心理特征是心理倾向形成的基础，而心理倾向一旦形成会直接影响心理特征。例如，人只有在认识某种事物的过程中，才能表现出认知能力的高与低。反过来，已经形成的心理倾向对人的心理特征也有影响作用。例如，能力、性格都会直接影响人们认知事物的效率和深度。

(三) 心理的实质

1. 人的心理是脑的机能

现代科学表明，脑是心理的器官，心理是脑的机能。正如肺是呼吸的器官，呼吸是肺

的机能一样。

在整个生物圈中,人类本可以说是很平凡的物种。人类的解剖特征和功能远不如大多数动物。例如,比起鹰的视觉、狗的嗅觉,人类只能自叹不如;人跑起来远不如梅花鹿迅速;比起猫的行走,人类显得很笨拙……但是,人类却成为地球上的“万物之灵”,这种优势的获得,得益于人脑。人脑由高级神经中枢和低级神经中枢构成。

大脑是高级神经中枢,位于脑的顶部,是脑的主要部分,占脑重的80%。大脑分为左右两个半球,两者通过由神经纤维构成的胼胝体相连。大脑表面覆盖着3~4毫米厚的灰质层,称为大脑半球皮质,简称皮层。皮层是控制整个机体活动的最高管理者和调节者,它由140亿个脑细胞按不同的密度、大小和类型互相交错分6层组成。皮层表面凹凸不平,有许多弯弯曲曲的沟裂,称为脑沟,其间凸出的部分称为脑回。灰质下面是白质,白质由脑细胞延伸出来的神经纤维组成。这些纤维上下左右纵横交错,相互联系,组成一个十分复杂的“有线通信网络”。大脑皮层以主要的沟或裂为界可分为4个部分,即额叶、顶叶、颞叶和枕叶。人的额叶得到充分发展,占大脑皮层表面积的29%(类人猿的额叶只占其大脑皮层表面积的16%,狗的额叶仅占其大脑皮层表面积的7%)。

低级神经中枢是指大脑以下的中枢神经各部位,包括脑干(中脑、脑桥、延脑)、间脑、小脑和脊髓。低级神经中枢除了有传递和过滤神经信息(又称神经冲动)的功能外,还对维持生命的基本活动起着重要的作用,如维持心跳、血压,发生吞咽、咳嗽、喷嚏反射,平衡和协调身体运动,调节植物性神经活动等。同时,低级神经中枢还具备接收感觉信息、调节情绪和维持机体觉醒状态的功能。低级神经中枢的活动受高级神经中枢的控制。

脑和脊髓构成中枢神经系统,中枢神经系统向全身各部位发出的大量神经纤维构成了外周神经系统。外周神经与感觉器官及肌肉、骨骼、内脏、腺体等联系,形成从中枢到外周又从外周到中枢的神经信息环路。神经信息在这个环路中以360公里/小时(即100米/秒)的速度迅速传递,一条信息在1/10秒内便可传遍全身。

拓展阅读

损伤大脑的生活习惯

①长期饱食;②长期熬夜;③长时间看电子产品;④不良饮食习惯(饥饿、饱食、饮食过甜、油炸食物摄入过多、饮食过咸);⑤吸烟、饮酒;⑥蒙头大睡;⑦不爱动脑;⑧带病用脑;⑨过度忧思;⑩缺乏运动锻炼;⑪少言寡语;⑫长期处于嘈杂环境;⑬空气污染。

2. 人的心理是客观现实的反映

没有人脑就没有人的心理活动。那么,人脑能不能单独产生人的心理呢?如果没有人所生活的客观现实的作用,人脑是不可能凭空产生人的心理的。也就是说,人的心理是由大脑中的神经元活动所引发的,而这些活动又受到外部环境刺激的影响。

例如,如果一个人在成长过程中受到了良好的教育和关爱,他就可能会形成积极向上的心理状态,具有自信、乐观、坚韧等品质。相反,如果一个人在成长过程中受到了忽

视、虐待或者不公正的待遇，他就可能会形成消极的心理状态，表现出自卑、抑郁、焦虑等情绪和行为。

印度“狼孩”事例也可以说明，人没有经历过社会生活是不能产生人的心理的。尽管“狼孩”是人的孩子，具有正常的人脑，也不可能产生人的心理。因此，人的心理现象，无论是简单的，还是复杂的；无论是寻常的，还是离奇的，其内容材料都来自客观现实。正是由于客观现实中复杂的事物作用于人脑，人才能产生认知、情感、意志等心理特征和心理倾向。所以说，客观现实是人的心理活动的内容和源泉。

拓展阅读

印度“狼孩”

1920年，在印度一个名叫米德纳波尔的小城，人们在狼窝里发现了两个女孩，大的约7岁，小的约2岁。人们把这两个女孩送到孤儿院，大的取名卡玛拉，小的取名阿玛拉。第二年，阿玛拉去世，而卡玛拉一直活到1929年。据记载，这两个女孩刚被发现时呈现“狼孩”特征，比如，两人均用四肢行走；白天躲藏起来，夜间潜行；怕火、光和水；不用手取食物，而是将食物放在地上用牙齿撕扯；每天午夜到凌晨3点，她们会像狼一样引颈长嚎。卡玛拉刚被发现时，只有6个月婴儿的智商，两年后学会直立，6年后才学会独立行走，4年内只学会了6个词，7年后才学会45个词并勉强会说几句话。卡玛拉于16岁左右去世，当时只有三四岁孩子的智商。

3. 人的心理具有主观能动性

人的一切心理现象，从简单的感觉、知觉到复杂的观念与意识，都是客观现实的各种特性、关系在人脑中的反映。人的心理从内容、源泉及其发生方式的角度来说是客观的，但就产生心理的人这一主体来说，任何心理都属于一定主体并产生于具体的人的脑中。每个人的知识经验、生活经历、世界观、需要、态度、个性特征以及当时的心理状态不同，其心理活动必然带上鲜明的个人色彩，在反映客观事物时表现出主观性。因而，不同的人对同一个事物的反映不同，甚至同一个人在不同时期、不同情境下对同一事物的反映也不同。例如诗人李白两次游君山，由于心境不同，所作诗词对君山的反映也完全不同。一句是“淡扫明湖开玉镜，丹青画出是君山”，另一句却是“划却君山好，平铺湘水流”，反映出李白截然不同的心理状态。所以说，人的心理是对客观现实的主观反映。

人对客观现实的反映，并不是机械的、刻板的、照镜子式的，更不是对客观现实的简单复制，而是通过人和客观现实的相互作用，对客观现实进行积极、能动的反映。人不仅可以反映客观现实的表面现象和外部联系，而且可以反映客观现实的本质和规律，从而有目的、有计划地改造客观现实。

因此，人的心理活动不仅具有客观性，而且具有主观性和能动性，是对客观现实的主观的、能动的反映。这种主观能动性是人类智慧和创造力的体现，也是人类文明和社会进步的重要推动力量。

(四) 心理学的相关学科

人类很早就对自身的心理现象发生兴趣,古代许多思想家发表过不少有关心理现象的见解。公元前4世纪,古希腊哲学家亚里士多德(公元前384—前322)就曾在他的名著《论灵魂》中,对人的心理现象进行系统论述。我国远在春秋战国时期,就有许多学者争论过有关人的心理的问题。例如孟子提出“性善论”,荀况提出“性恶论”等。但两千多年来,心理学一直只是哲学的一个部分,没有成为一门独立的心理学科。直到1879年德国心理学家威廉·冯特在德国莱比锡大学创立了世界上第一个心理实验室,采用科学的实验方法对人的心理现象进行研究。从此,心理学才开始从哲学中分离出来,成为一门独立的学科。

随着社会的进步和科学技术的日益发展,心理学研究领域以及应用范围越来越广泛,心理学在社会的各个领域发挥着越来越重要的作用。随着实践的需要,心理学产生许多面向社会实践、为社会各部门服务的分支学科,例如发展心理学、教育心理学、管理心理学、医学心理学、社会心理学、体育心理学等。

二、认识旅游心理学

(一) 旅游心理学的定义

旅游心理学是研究在旅游活动中,旅游者、旅游工作者心理和行为规律的科学。旅游心理学是将心理学的基本原理运用到旅游活动中而形成的一门新型的交叉学科。

(二) 旅游心理学的研究对象

1. 旅游者心理

旅游者是旅游活动的主体。旅游者心理与行为是指旅游者在系列心理活动支配下,为实现预定的旅游活动目标而做出的各种反应活动。这些反应活动包括旅游知觉、旅游动机、旅游态度、旅游活动中的情绪及情感、旅游者人格等。在旅游活动中的每一个环节,对于选择哪个地方作为旅游目的地、确定哪些旅游内容、采取何种旅游方式、逗留多长时间、选购何种旅游商品、花费多少等,旅游者都要做出相应的心理反应,进行分析、比较、选择、判断。旅游者心理是旅游者根据自身需要与偏好,选择和评价消费对象的心理活动,它支配着旅游者的旅游行为,并通过旅游行为加以外现。

2. 旅游工作者心理

旅游服务工作具有工作时间长、突发事件多、工作要求高等特点,因此旅游工作者应适应体力和脑力负荷量大、心理压力大、与旅游者处于互动关系中的工作要求。旅游工作者的心理素质、服务质量、工作效率、技术技巧直接关系到旅游服务产品质量、旅游者的心理感受等问题。因此,旅游心理学应研究旅游企业中从事具体服务工作的旅游工作者的心理活动特点、应具备的心理品质,以及怎样锻炼和培养良好的心理品质。

3. 旅游服务心理

旅游企业的服务宗旨是“顾客至上、宾至如归”。通过分析旅游企业服务过程中旅游者的心理因素,可以揭示并遵循旅游者的心理和行为规律,有助于旅游工作者采取积极的

服务措施,从而不断改进和提高旅游服务质量。具体实施时,可在分析旅游者心理活动规律的基础上,总结在酒店服务、导游服务、商品服务和旅游交通服务等方面,迎合和满足旅游者的心理需求的旅游服务心理原理和策略,从而帮助旅游工作者有效地开展工作,争取最佳的服务效果。

(三) 旅游心理学的研究方法

由于心理现象的复杂性,旅游心理学的研究方法也是多种多样的,下面介绍常用的观察法、自然实验法、调查法和经验总结法。

1. 观察法

观察法是指在自然状态下中,研究者通过有目的、有计划地观察旅游者在旅游过程中的行为和情绪表现,以及他们对景点、饮食、住宿等方面的体验,从而获取直观的研究数据,分析其内在的原因,进而发现其心理活动规律的一种方法。随着现代科技的发展,研究者不再局限于通过自己的视听器官进行观察,还可以运用先进的技术和仪器设备辅助观察,例如视听器材(包括摄像机、监测器、照相机等),以增强观察效果。观察法可获取第一手资料,是科学研究中较为常用、方便使用的研究方法。

2. 自然实验法

自然实验法是指在旅游接待过程中,结合经常性工作,适当控制某些服务条件,对旅游者的心理和行为进行测试和分析,以了解他们对旅游活动的认知、态度和行为的研究方法。例如,在导购服务中,导游通过改变导购讲解时机、导购讲解内容及方法,观察旅游者的情绪反应及行为变化,从而研究旅游者的心理需求。

3. 调查法

当需要研究的心理现象不能直接观察时,可通过收集有关资料(旅游者的心理状态、需求和感受等信息),间接了解被试者的心理活动,这种方法叫调查法。调查法的途径和方法是多种多样的,较常用的是访谈法与问卷法两种。

(1) 访谈法。访谈法是运用谈话的方式来研究被试者心理的调查方法。在访谈前,研究者要根据研究目的和访谈对象的特点,拟定访谈提纲。一般访谈的话题应该是被试者能够并乐于回答的,而且能有助于研究者从中分析被试者的心理活动。应详细记录访谈过程或录音,便于日后进行资料分析、整理。

(2) 问卷法。问卷法是通过被试者填写、回答事先拟定的表格和问题等形式来研究其心理的一种方法。例如,送团服务中,导游向旅游者发放旅游服务质量评价表让其填写,然后归纳、分析、研究旅游者对旅游服务的满意度。

4. 经验总结法

经验总结法是指研究者从心理学的角度,有目的地整理旅游服务工作经验,从而抽取和提炼出旅游者心理规律的一种研究方法。例如,通过分析旅游企业优秀员工的事迹和经验总结材料,归纳出优秀员工的心理素质特点,将其作为培训员工的依据和方向。

旅游心理学研究需要根据研究目的和对象的不同,选择合适的方法综合运用,如此才能获得更准确的研究结果。在实际应用中,研究者可以根据具体情况灵活选择一种或多种

方法,以达到最佳的研究效果。

拓展阅读

投射法

投射法是一种心理学研究方法,用于揭示个体潜意识中的心理特征、动机、情感和冲突。它通过向被试者呈现模糊或无结构的刺激材料,引导被试者自由表达其内在的心理状态,从而间接了解其心理活动。利用投射法设计的测验称为投射测验,由瑞士心理学家罗夏于1921年编制的罗夏墨迹测验(Rorschach test)是最著名的投射测验之一。

(四) 学习旅游心理学的意义

学习旅游心理学具有多方面的重要意义,主要体现在以下几个方面。

1. 提升旅游服务质量

通过学习旅游心理学,旅游从业者可以深入了解旅游者的心理需求和行为模式,从而提供更加个性化、情感化的服务。例如,了解旅游者的动机、决策过程和偏好,可以帮助旅游企业设计出更符合旅游者需求的旅游产品。这种基于心理学的应用不仅能够提高旅游者的满意度,还能增强旅游企业的市场竞争力。

2. 提高旅游企业经营管理水平

旅游心理学的研究成果有助于提高旅游企业的管理水平。通过分析旅游者的心理规律,旅游企业可以更有效地开展旅游宣传和招徕活动,及时调整经营策略。此外,旅游心理学还能帮助旅游企业管理者了解员工的心理状态和个性差异,从而更好地调动员工的积极性,提高团队协作效率。

3. 促进旅游资源的合理开发

旅游资源的开发和利用需要充分考虑旅游者的兴趣、爱好、知觉特点和审美习惯。通过应用旅游心理学的知识,可以科学合理地开发旅游资源,提升旅游目的地的吸引力。例如,旅游设施的设计和建设需要以旅游者的心理需求为出发点,以确保其科学性和实用性。

4. 培养旅游人才的专业素养

学习旅游心理学有助于旅游管理专业学生提升专业素养。通过系统学习旅游心理学的基本理论和方法,学生可以更好地理解旅游者的心理和行为,掌握旅游服务和管理的技巧,为未来的职业发展打下坚实的基础。这种教育模式不仅能提升学生的实践能力,还能旅游业培养更多具备心理学知识的专业人才。

5. 推动心理学在实践中的应用

旅游心理学为心理学的一个分支,其研究成果不仅在旅游业中具有重要的应用价值,还可以为其他服务行业提供借鉴和参考。例如,旅游心理学中的服务心理研究可以为酒店、餐饮、交通等服务行业提供有益的指导,帮助这些行业提升服务质量,优化客户体验。

6. 提升旅游者的体验和满意度

了解旅游者的心理需求和行为模式,有助于旅游从业者在面对突发情况时(如天气恶劣、航班延误等)采取有效的沟通策略和解决方案,减轻旅游者的负面情绪,提高其整体体验。此外,通过提供符合旅游者心理需求的服务,可以提高旅游者的满意度和忠诚度。

总之,学习旅游心理学对于提升旅游服务质量、提高旅游企业经营管理水平、促进旅游资源的合理开发、培养旅游人才的专业素养、推动心理学在实践中的应用以及提升旅游者的体验和满意度等方面都具有重要意义。



项目测验



一、单选题

1. “人心不同,各如其面”,这句话中的“心”指的是()。
A. 个性心理 B. 心理过程 C. 个性倾向性 D. 认识过程
2. 印度“狼孩”的案例反映了()。
A. 人的心理是脑的机能 B. 人的心理具有主观能动性
C. 人的心理是客观现实的反映 D. 脑是心理的器官
3. 诗人李白两次游君山,留下了描写君山景色迥然不同的诗句,体现了()。
A. 心理是脑的机能 B. 心理是客观世界的反映
C. 个性心理 D. 心理具有主观能动性
4. ()年,德国心理学家威廉·冯特在莱比锡大学创建了世界上第一所心理学实验室。
A. 1897 B. 1789 C. 1879 D. 1798
5. ()是科学研究中较为常用、方便使用的研究方法。
A. 调查法 B. 测量法 C. 经验总结法 D. 观察法

二、多选题

1. 心理过程包括()。
A. 情感过程 B. 个性心理 C. 意志过程 D. 认识过程
2. 大脑皮层以主要的沟或裂为界,分为()。
A. 额叶 B. 顶叶 C. 枕叶 D. 颞叶
3. 中枢神经系统由()和()构成。
A. 脑神经 B. 脑 C. 脊神经 D. 脊髓
4. 旅游心理学的研究方法有()。
A. 调查法 B. 测量法 C. 经验总结法 D. 观察法
5. 旅游心理学的研究对象是()。
A. 旅游者心理 B. 导游心理
C. 旅游工作者心理 D. 旅游服务心理



项目实训 | 编写“心理学与旅游心理学”项目学习提纲

视频在线
课程1-1



编写项目知识
学习提纲

◇ 任务导入

通过编写“心理学与旅游心理学”项目学习提纲这一任务，加强知识间的联系，培养学生构建知识框架体系的能力；同时，帮助学生掌握知识学习的方法，提高自主学习能力和逻辑思维能力等综合素养。

◇ 任务要求

一、编写一份“心理学与旅游心理学”项目学习提纲

二、“心理学与旅游心理学”项目学习提纲内容要求

1. 运用WPS思维导图工具来构建学习提纲。
2. 确保项目知识体系的表述思路清晰明确。
3. 展示项目知识之间的相互联系。
4. 根据知识点设计思维导图的层级结构。

三、项目任务成果提交形式

提交“心理学与旅游心理学”项目学习提纲Word文档。

四、“心理学与旅游心理学”项目学习提纲文档排版要求

1. 版面设计美观，纸张横向，格式规范。
2. 标题：小二号字，宋体，加粗，居中。
3. 思维导图字号分别为22px、12px。
4. 纸型：A4纸，单面打印。
5. 页边距：上2.5cm，下2cm，左2.5cm，右2cm。

◇ 任务实施

一、教学组织

1. 教师向学生阐述项目任务及要求。
2. 由4~5名学生组成学习团队，以团队形式完成项目任务。
3. 学习团队查阅教材、教师授课资料、办公软件应用资料等，完成任务要求。
4. 教师解答学生的相关咨询，监督、指导、检查、评价项目任务的实施。
5. 提交项目任务成果，教师进行成果评定和提升性总结。

二、知识运用

1. 心理学与旅游心理学。
2. WPS办公软件应用。

◇ 任务成果范例(参见二维码)





心理测试

测出你的幸福感

你误闯一家黑店，老板端出 4 杯饮品，告诉你只有 1 杯没毒，剩下 3 杯是有毒的，你直觉哪一杯饮品没毒？

- A. 刚刚挤出来的鲜牛奶
- B. 浓浓的美式咖啡
- C. 热腾腾的珍珠奶茶
- D. 一杯纯净的白开水

测试结果分析(详见二维码)

