

<<旅游心理学>>

图书基本信息

书名：<<旅游心理学>>

13位ISBN编号：9787501937097

10位ISBN编号：7501937095

出版时间：2002-05-01

出版时间：中国轻工业出版

作者：马莹

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<旅游心理学>>

### 内容概要

作者在总结前辈研究的基础上结合教学科研与实践经验，打破传统的结构体系，尝试从实践出发，根据旅游业的需要安排内容，以案例引出，讲解理论，再由理论来指导实践的方法构建体系。

本书力求从旅游业的实践出发，理论联系实际，融国内外旅游心理学方面现有的文献资料以及作者的研究成果，突出科学性和应用性。

## <<旅游心理学>>

### 作者简介

马莹，女，36岁，副教授，甘肃秦安人。  
现在海南大学旅游学院工作，从事心理学的教学研究与心理咨询工作。  
主要研究方向为 人格发展与培养、旅游心理学。  
编著有《旅游心理学》、《心理学》、《现代家庭教育的奥秘》等书籍。  
相关论文多篇。

<<旅游心理学>>

书籍目录

- 第一章 绪论
- 第二章 旅游与感知觉
- 第三章 旅游与情绪情感
- 第四章 旅游与个性
- 第五章 旅游与态度
- 第六章 旅游与人际关系
- 第七章 旅游服务人员的心理素质与职业要求
- 第八章 旅游服务心理
- 第九章 旅游管理人员心理
- 第十章 组织心理与旅游行为
- 参考文献

## &lt;&lt;旅游心理学&gt;&gt;

## 章节摘录

书摘 (二)主观因素 旅游知觉不仅受客观因素的影响,也受知觉者自身的主观因素的影响。影响知觉的主观因素主要有以下几个方面: 1. 需要和动机 一般情况下,只有那些能够满足旅游需要、符合旅游动机的事物,才能引起旅游者的注意,从而被清晰感知。同一个旅游区,可以同时接纳各种类型的旅游者,如观光型、度假型、健身型、疗养型、商务型等等。

由于各种类型的旅游者具有不同的旅游需要和旅游动机,所以,他们感知的范围、具体的对象,以及最终的整体知觉印象是多种多样的。

此外,有些事物本来不是知觉对象,但当它们的刺激强度达到足以干扰需要和动机所指向的目标时,旅游者也会转移注意,把它们纳入知觉范围。

如各国民居建筑风格,道路通畅状况,各地大同小异的旅游车,通常不会引人注目。

但是,当旅游者因为塞车问题而耽误行程时,它们就又会进入旅游者的知觉。

2. 兴趣 兴趣是人们积极探究某种事物或从事某种活动的意识倾向。

这种倾向是和一定的情感体验联系着的。

旅游者通常把自己感兴趣的事物作为知觉对象,而把那些和自己兴趣无关的事物作为背景,或干脆排除在知觉之外。

普陀山有“海天佛国”之称,但旅游者的知觉印象并不一定符合这四个字的评价。

对天空、海洋感兴趣的旅游者可能更多地感知海与天,对佛教感兴趣的旅游者可能更多地感知寺院。

“上有天堂,下有苏杭”。

杭州有“人间天堂”的美誉,尤其是西湖,苏轼比它为西子,让人想见其绝世风华。

但别的旅游者未必有苏轼同样的感触。

旅游者观光山水的兴趣不一样,他们对知觉对象的选择及留下的知觉印象也就会不一样。

总之,兴趣影响旅游者知觉什么,知觉的程度,以及留下什么样的知觉印象。

指在某人身上经常表现出来的、比较稳定的心理特点。

包括能力、性格和气质。

(1)能力:是人们顺利完成某种活动所必须具备的个性心理特征。

能力有类型差异,如有人言语能力较强,有人逻辑抽象思维能力较强;在同一服务活动当中,有的服务员以责任心、事业心及坚强的意志力搞好了接待服务工作,而有的服务员以灵活性、敏锐的观察力同样出色完成了接待任务。

能力有水平差异。

如有的人智力超常,有的人智力低能;能力还有表现早晚的差异,如有人早慧,有人大器晚成。

如控制论创始人之一维纳,4岁读专著,11岁写论文,14岁大学毕业,18岁获得哈佛大学哲学博士学位。

中国著名画家齐白石40岁才表现出绘画才能,50岁才成为著名的画家。

(2)性格:是人对现实的稳定态度和习惯化了的行为方式中表现出来的个性心理特征。

性格是在现实生活中形成的。

中国有句话即:“积行成习,积习成性,积性成命。”

如有人大公无私,有人自私自利;有人正直圆滑,有人奸诈虚伪;有人干净整洁,有人懒惰肮脏;有人独立性强,有人依赖性强等。

另外勇敢、怯懦、情绪稳定或波动大、思维严谨或草率等的描述,都是关于性格的描述。

再比如:爱整洁、家庭观念强、喜欢舒适安宁的人,一般喜欢选择环境优美的地方,参与钓鱼、野营、日光浴、海水浴等轻松的活动。

(3)双性化人格特征:在传统的观念中,性格有性别差异,通常认为:男性生来勇敢、坚强、独立、进攻性强,有野心;女性天生柔弱、温顺、依赖性强,自信不足等。

对于男女性格特征差异形成的原因,心理学家、社会学家们都有自己的说法。

但随着经济的多样化,根据性别规定的旧有分工正在不断被打破。

## &lt;&lt;旅游心理学&gt;&gt;

女子受教育程度的不断提高，妇女进行社会劳动的范围不断扩大，使男人作为惟一养家者的角色正在迅速被削弱，男人在家庭中的统治地位也随之被削弱，围绕着传统的性别角色定型化的讨论也开始分化。

20世纪70年代，以贝姆(Sandra Bem)为代表的一些心理学家认为：现实社会中的个体既有男性化的特征，又有女性化的特征，即指个体不仅具备男性化的个性特征，比如勇敢坚强，独立性强，进攻性强，雄心勃勃，同时，还具备女性化的个性特征，如重感情，温柔，易同情人，感情脆弱等。

像这种人格特征叫双性化人格特征。

如：一个男性在公司表现得勇敢、果断、独立，在家中对孩子温存可亲，细致耐心，重视感情生活。

贝姆认为，个体的人格特征，根据男性特征和女性特征程度的高低，可分为：男性男性化、女性女性化、男性女性化、女性男性化、双性化、未分化等人格特征。

(1)性格形成的因素：遗传。

中外心理学家对长期生活在不同环境或相同环境中的孪生子的性格特征进行了研究，发现性格的某些方面有相似之处。

遗传因素是性格的自然前提。

环境(包括自然环境、家庭环境、学校教育环境、社会实践、主观因素)。

自然环境包括母亲的子宫环境和地理气候等环境。

研究表明，母亲的心理活动对胎儿的发育及性格的形成有很大的影响。

常言道：北方人是“土性”，坚硬；南方人是“水性”，柔滑。

“一方水土养一方人”等都说明了自然环境对性格的影响。

家庭是“创造人类性格的工厂”，从出生到五六岁是人性格形成的重要阶段。

因此家庭中，父母的教育态度和方式、家庭气氛和家庭成员的关系都会影响孩子性格的形成。

如：女孩子一出生，就给她穿花色的衣服，玩布娃娃，注重女孩的听话和逗人喜爱，这样的对待就易形成孩子的羞怯和顺从性格。

即使是男孩子，从小格外保护或关注，不允许其冒任何风险，或过分严厉等的教育，都易使孩子形成女性化特征。

作者在关于影响大学生性格形成的因素研究中发现：男性男性化特征较强的被试几乎都认为小时候受父母男女性别观念影响较大；女性男性化特征较强的被试一部分认为受母亲影响较大，其母男子气较强。

一部分认为父母不大计较自己应像男孩还是女孩；女性女性化特征较强的被试认为她们生来就较柔弱，父母格外呵护，父母认为这才像女孩子，文文静静，所以她们就更加柔弱了；男性女性化特征较强的被试认为小时候体弱，较为胆怯，因此父母格外保护关注，凡事都依赖父母做主解决；双性化特征较强的被试认为父母对他们的期望是，不论男女，将来都应有所成就，要求他们既要学习好，还要有责任心，能帮助家人或他人。

研究表明：双性化类型的个体会比较自由地表现男性化和女性化的行为，因此，在社会生活中自我概念更为完善，更具有灵活性和适应性。

学校教育对学龄儿童的性格发展有重要的作用。

因为教师具有一定的权威性，教师的品德、言行都是学生学习、模仿的榜样。

教师的性格特征潜移默化地影响着学生。

长期从事某种职业或社会实践对性格的形成发展也有重要的影响。

如：飞行员冷静、沉着；科学家求实、严谨等。

性格是在人和环境相互作用的实践活动中形成和发展的，但任何环境都不能直接决定人的性格，它必须通过人已有的心理发展水平和心理活动才能发生作用。

个体已有的理想、信念、世界观等对接受社会影响有决定性作用。

因此，从某种意义上说，每个人都在塑造着自己的性格。

四、影响人际关系的因素 在人际交往中，往往会产生性质和程度各不相同的人际关系，这取决于各种不同的因素的作用和影响。

## &lt;&lt;旅游心理学&gt;&gt;

其中有的因素可以促进乙际关系的建立和发展，有的因素则对人际关系产生阻碍作用。

(一)增进人际交往吸引的因素 人际吸引是双向的，因而它不仅取决于个人的品质，还取决于相互间能否协调。

增进人际交往吸引因素主要有以下几种。

1. 距离的接近 人与人之间在地理位置上越接近，越容易形成彼此之间的密切关系。

如同一个办公室的同事、同一个住宅区的邻居、同一个班级的同学等，由于空间位置上接近，有利于形成较密切的人际关系。

2. 交往的频率 人们由于种种原因而共同从事的活动交往的次数多，彼此有更多的机会相互沟通，容易形成共同话题，共同的经验和感受，因此，易于建立较密切的人际关系。

3. 相似因素 双方有相似的方面，也容易产生较密切的人际关系。

特别是这样一些相似因素：年龄上的相似，社会背景的相似，兴趣爱好的相似，这些因素能够更有效地促进人际关系的顺利发展。

4. 互补性 有一些因素虽然并不相似，但如果具有互补关系，亦能成为促进人际关系的积极因素。

这些互补因素主要包括：需要上的互补，即双方均能满足对方的需要，性格上的互补，即性格上的适当反差也能互相满足对方的心理需要从而形成互补关系。

5. 言行举止 包括一个人的容貌、衣着、体态、风度等。

这些都是影响人际吸引的因素。

仪表端庄大方和有风度，表现一个人的修养，可以得到别人的喜爱、尊重和信赖，对人际关系的建立有很大的作用。

6. 外貌的晕轮效应 在通常情况下美貌会产生晕轮效应，使人们对有美貌的人的其他方面作更为积极的评价。

但是如果人们感到有魅力的人在滥用自己的美貌，则会反过来倾向于对他们实施更为严厉的惩罚。

7. 真诚 一个人要想吸引别人，赢得别人，与别人保持良好的交往，真诚是必须有的品质和交往方式。

这是人际交往的一个基本原则。

因为人需要自己在物理环境和社会环境中都处于一个安全的境地。

真诚使人们对于与自己交往的人有明确的预见性。

而面对不真诚或欺骗，则意味着有可能受到侵害。

8. 能力与才干 能力强而表现出才干的人，对别人具有吸引力，使别人产生敬佩、羡慕之情和愿意与其接近、交往，从而容易建立良好的人际关系。

但是心理学的研究表明，实际上在一个群体中，最有能力、最能出好主意的成员，往往不是最受喜爱的人。

因为，人对于别人有着两种不同的需要。

一方面，人希望自己周围的人有很好的才能，有一个令人愉快的人际交往背景。

但同时，如果别人超凡的才能使人们可望不可及，则人们就会感到一种压力。

因此，当一个榜样被描绘成在才能和人格上都达到了普通人不可企及的地步时，人们就只好敬而远之了。

如“毛泽东热”的掀起，所表明的就是这一现象的另一面。

9. 相悦和熟悉 人们愿意与喜欢自己的人建立良好的关系。

相互熟悉的人比陌生人易于建立良好的关系。

所以，在人际交往中有意识地唤起对方的熟悉感，有利于建立较密切的人际关系。

.....

## &lt;&lt;旅游心理学&gt;&gt;

## 媒体关注与评论

前言随着旅游事业的蓬勃发展，如何提高旅游业的服务质量、旅游企业管理者的管理水平以及如何对旅游者的心理和行为作科学的预测，将是旅游心理学研究的主要课题。

近几年来，心理学界和旅游业界的不少专家学者，为此已撰写了不少论文和专著，但是作者在教学和实践中发现，由于旅游专业的学生或旅游界的一些从业人员，以前很少或没有系统地学习过心理学等有关学科，在有限的时间内学习《旅游心理学》，感到易理解，难把握，难实践。

因此，作者在总结前辈研究的基础上结合教学科研与实践经验，打破传统的结构体系，尝试从实践出发，根据旅游业的需要安排内容，以案例引出，讲解理论，再由理论来指导实践的方法构建体系。

《旅游心理学》一书，力求从旅游业的实践出发，理论联系实际，融国内外旅游心理学方面现有的文献资料以及作者的研究成果，突出科学性和应用性。

本书在编写过程中，参考了大量有关心理学、管理学、社会心理学、旅游学概论、旅游心理学等方面的论文和著作，并引用了其中有关的资料。

谨向这些文献的作者致以诚挚的谢意。

同时，还得到了海南大学旅游学院院长、博士张俐俐教授的大力支持，得到了我爱人无怨无悔的帮助，在此表示崇高的敬意和真挚的谢意。

由于编著者水平有限，错误和不妥之处在所难免，敬请专家、学者给予批评指正。

编著者

2002年4月



## <<旅游心理学>>

### 编辑推荐

本书成书于2002年。

作为心理学丛书·心理学导读系列书目之一，该书一经出版就在心理学界引起广泛关注。

该书从旅游业实际出发，就旅游心理学产生及其内容进行了翔实的阐述。

全书逻辑清晰，语言流畅，是为研究旅游心理学问题的一本重要参考书目。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>