



高等院校旅游专业“十三五”规划教材

旅游 心理学

主 编 谢彦波 邓卓鹏

副主编 杨 利 陈丽云

刘 萍 吴有进



本书配有PPT课件

湖南大学出版社

旅游心理学



高等院校旅游专业“十三五”规划教材

旅游 心理学

主 编 谢彦波 邓卓鹏
副主编 杨 利 陈丽云
刘 萍 吴有进
参 编 杨晓玘 周义龙
彭文静 骆 娟

常州大学图书馆
藏书章

湖南大学出版社

内 容 简 介

全书由旅游心理学的研究框架、旅游者消费行为与心理、旅游者个性、旅游者的知觉、旅游者的态度、旅游者情绪情感、旅游者动机、旅游服务的客我交往心理、导游服务心理、酒店服务心理、旅游购物等其他服务心理、领导的心理品质与管理艺术、员工心理管理十三章组成,且每章附有二维码链接编者制作的PPT课件。

本书适合高等院校旅游类专业学生使用,也可作为旅游行业人员培训和资格考试教材,还可作为旅游者参考图书。

图书在版编目(CIP)数据

旅游心理学/谢彦波,邓卓鹏主编. —长沙:湖南大学出版社, 2018.7

(高等院校旅游专业“十三五”规划教材)

ISBN 978-7-5667-1577-7

I. ①旅... II. ①谢... ②邓... III. ①旅游心理学—高等学校—教材 IV. ①F590-05

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第139509号

旅游心理学

LÜYOU XINLIXUE

作 者: 谢彦波 邓卓鹏(主编)

策 划: 严小涛

责任编辑: 严小涛 责任校对: 尚楠欣

印 装: 长沙鸿和印务有限公司

开 本: 710×1000 16开 印张: 15 字数: 262千

版 次: 2018年7月第1版 印次: 2018年7月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5667-1577-7

定 价: 47.00元

出 版 人: 雷 鸣

出版发行: 湖南大学出版社

社 址: 湖南·长沙·岳麓山 邮 编: 410082

电 话: 0731-88822559(发行部), 88821343(编辑室), 88821006(出版部)

传 真: 0731-88649312(发行部), 88822264(总编室)

网 址: <http://www.hnupress.com>

电子邮箱: yanxiaotao@hnu.cn

版权所有,盗版必究

湖南大学版图书凡有印装差错,请与发行部联系

高等院校旅游专业“十三五”规划教材

编委会

总主编：韦开蕾

执行总主编：王永强

执行副总主编：何彪 傅轶 杜肖寒 潘富

审定委员会委员：(以姓氏笔画为序)

韦开蕾	王永强	尹华光	冯树祝	李永文	李旭芳
邵小慧	张宇红	陈芳	陈德广	吴肖淮	周志宏
罗艳菊	尚志强	欧阳莉	柴勇	黄学彬	

编委会委员：(以姓氏笔画为序)

于丽	韦开蕾	邓文渊	王永强	王丹	田言付
冯树祝	伍海琳	李永文	李旭芳	李昭	李铭
邵小慧	张宇红	张国强	张洪双	张静	陈芳
陈德广	何进武	何丽芳	何彪	吴肖淮	杜肖寒
杨哲昆	欧阳莉	尚志强	罗艳菊	金海龙	金颖
赵梦雪	柴勇	徐新华	银又	黄学彬	谢彦波
董在明	彭飞	蒋岚	蒋宸	傅萍	傅轶
谭殊萌	熊艳琴	潘富	颜燕		



前言

中国正进入大众旅游时代，未来十年，中国旅游业将迎来新一轮的发展周期。旅游业具备融合度高、覆盖面广、拉动力强的综合特性。在新的发展时期，为了满足多元化旅游消费需求，如何通过产业融合开发旅游新业态将成为旅游供给侧改革的重要问题和考量方向。随着旅游消费需求的不断升级和产业变革的不断深化，旅游新业态不断涌现，市场上出现了“旅游+互联网”“旅游+地产”“旅游+文化”“旅游+虚拟现实（VR）/增强现实技术（AR）”等新概念。与此同时，在全域旅游的带动下，目的地全域大旅游综合协调管理体制能够发挥“旅游+”功能，旅游与其他产业融合势必形成新的生产力和竞争力。可以预见，旅游业作为综合性产业在经济社会发展中的作用和影响将会更加广泛、更加深远。

随着中国社会经济的发展、旅游业的快速增长，作为旅游供给侧改革的一部分，旅游高等教育的重要性日益凸显。在质量强国、人才强国的理念下，以提高质量为核心的内涵式发展成为高等教育发展的必由之路。旅游高等教育质量的提升同样需要不断深化教育教学改革，探索新的人才培养模式和教育教学方法。在这个进程中，开发适用于旅游高等教育的教材成为一个不断探索的课题。海南省旅游人才培养创新联盟的成立，旨在加快旅游教育教学模式改革和人才培养机制创新，实现资源共享、优势互补，培养旅游产业急需的一流创新型、应用型人才。有鉴于此，为更好地服务旅游业，促进旅游高等教育的发展，经湖南大学出版社和海南省旅游人才培养创新联盟精心策划，汇集了重点高等院校旅游专业的专家、学者，组织编写了这套产教融合的旅游管理系列教材。该套教材直接为社会培养一线的实用型人才，强调学以致用，具有以下几方面特色：

第一，以学生为中心，贯彻高等教育新理念。人才培养是高等学校的根本任务，提高人才培养质量的重点是提高教学质量。当代教育理念告诉我们：学校及教师应该牢固树立“以学生为中心”的服务观念；解放思维，以



学生为中心组织教学,发挥其学习主体的主观能动作用。

第二,以就业为导向,突出能力培养。旅游高等教育以实用为核心内容,把专业理论和操作技能系统地结合在一起,追求“零距离就岗”,即用最短的时间和最有效的方法,使学生熟练掌握某项技能,适应中国旅游业发展的新趋势、新业态,弥补了传统教材讲练分离的不足,收到事半功倍的效果。

第三,以新技术为工具,提高学习的趣味性。在数字化教材的框架下,本套教材用二维码链接编者的微课或PPT课件,生动形象地帮助学生更好地理解 and 复习所学知识。借助手机扫描二维码,学生能从枯燥无味的单色课本上体验到多姿多彩的视频教学;借助手机扫描二维码,大段的文字说明变成简单的演示,学生可以更好地学习、掌握重点和难点。

总而言之,本套教材的编写体现了产教融合的特点,提供了国际前沿的行业资讯和实践范例,具有一定的创新性和引领价值。

本套教材包括《旅游学概论》《旅游文化学导论》《旅游经济学》《旅游心理学》《旅游市场营销》《旅游英语》《中国旅游客源国概况》《中国旅游地理》《酒店管理概论》《酒店前厅服务与管理》《酒店餐饮服务与管理》《酒店市场营销》《酒店英语实训教程》《商务礼仪》和《旅游人力资源管理》等。本套教材适合高等院校旅游专业学生使用,也可作为旅游从业人员行业培训和资格考试的教材,还可作为旅游者参考图书。

编委会



目次

第一章 旅游心理学的研究框架

第一节	旅游心理学的研究对象及任务	001
第二节	旅游心理学的研究方法及其意义	005
第三节	旅游心理学的理论基础	009
>>>	思考与习题	018

第二章 旅游者消费行为与心理

第一节	旅游者消费行为概述	019
第二节	旅游者消费决策	027
>>>	思考与习题	034

第三章 旅游者个性

第一节	旅游者个性概述	035
第二节	旅游者的个性心理与旅游行为	037
>>>	思考与习题	049

第四章 旅游者的知觉

第一节	知觉的基本原理	050
第二节	知觉的心理定势	063
第三节	旅游活动中的条件知觉与服务策略	066



思考与习题	071
-------	-----

第五章 旅游者的态度

第一节 旅游者态度概述	073
第二节 旅游者态度与旅游行为	078
第三节 旅游者态度的改变	081
思考与习题	087

第六章 旅游者情绪、情感

第一节 情绪、情感概述	088
第二节 旅游者的情绪、情感	095
第三节 旅游者情绪的调节与控制	100
思考与习题	104

第七章 旅游者动机

第一节 旅游需要	105
第二节 旅游动机	114
思考与习题	125

第八章 旅游服务的客我交往心理

第一节 旅游服务中的客我交往	126
第二节 旅游服务中的功能服务与心理服务	136
第三节 坚持一视同仁与体现特别关照	140
思考与习题	145



第九章 导游服务心理

第一节	导游人员应具备的职业素养	146
第二节	旅游者在不同旅游阶段的心理特征与服务策略	151
>>>	思考与习题	158

第十章 酒店服务心理

第一节	前厅服务心理	159
第二节	客房服务心理	164
第三节	餐厅服务心理	169
第四节	康乐服务心理	175
>>>	思考与习题	177

第十一章 旅游购物等其他服务心理

第一节	旅游购物服务心理	178
第二节	旅游交通服务心理	183
第三节	旅游投诉服务心理	187
>>>	思考与习题	192

第十二章 领导的心理品质与管理艺术

第一节	领导的心理品质	193
第二节	领导的管理艺术	198
>>>	思考与习题	207

第十三章 员工心理管理

第一节	员工的心理诉求与满足	208
第二节	员工的职业倦怠与关怀	212



第三节	员工的心理焦虑与缓解	216
第四节	员工激励	221
▶▶▶	思考与习题	228
参考文献		229



第一章

旅游心理学的研究框架



- **教学目标** 知识目标：明确旅游心理学的研究对象和旅游心理学的任务，掌握旅游心理学研究的方法，明确学习旅游心理学的意义
- 能力目标：学会用心理学的研究方法分析旅游心理学问题，分析旅游心理学的理论基础
- **教学难点** 旅游心理学的理论基础
- **教学重点** 旅游心理学的研究对象，旅游心理学的研究方法

第一节 旅游心理学的研究对象及任务

一、旅游心理学的产生

1841年，英国的托马斯·库克开办世界上最早的近代旅游业务。他包租一列火车，运载540人去参加一次禁酒大会。以此次事件为开端，库克后来又连续组织了赴利物浦的纯消遣旅游，开创了旅游业业务发展的最基本模式，设置了最早的全程陪同导游和地方接待导游，还组织了世界上第一次环球旅游。正因为如此，托马斯·库克被公认为近代旅游业的创始者。

1879年，德国著名的心理学家冯特创立世界上第一所心理实验室，标志着心理学正式成为一门有自己独立的研究对象和独特的研究方法的学科。从此，心理科学开始突飞猛进地发展起来。

这两件看似毫无联系的事情，却在一个世纪后产生了联系：一门新的心理学分支学科——旅游心理学产生了。

旅游心理学作为心理学的一门分支学科，是以研究旅游活动中人们的心理活动和旅游条件中的各种心理现象及其规律为主的科学。在旅游过程中会出现各种问题，如旅游者的需求是什么，他们在想什么，怎样让他们玩得更开心、更舒适，个体和群体的旅游决策又是如何做出的，影响旅游行为及心理的环境因素，旅游者满意或不满意的原因等。旅游心理学就是试图解决这些问题的。



旅游活动包括食、住、行、游、购、娱六个环节，旅游购物服务是旅游服务体系的重要组成部分。旅游购物是伴随着现代旅游活动的开展而产生的，从经济产业的角度来看，旅游者在吃、住、行、游等方面的消费支出具有相对稳定性、有限性，而旅游者的购物支出则具有较大的伸缩性。购物在旅游活动中不属于必须消费的内容，它在旅游收入总量中的比重，反映了旅游业发展的深度以及整体发展状况。在旅游活动中，良好的旅游商品服务，不仅能满足旅游者的购物需要，使其感到更加愉快和满意，还能充分体现一个国家（地区）的历史文化和人民的智慧，特别是在增加外汇收入方面起着重要的作用。因此，销售、服务人员应掌握旅游者的购物动机，更好地激发旅游者的购物兴趣，充分地满足旅游者的购物愿望。

二、旅游心理学的研究对象

1. 旅游者心理

旅游者心理活动是旅游者在旅游活动过程中对旅游刺激物的反应活动，是人脑所具有的特殊功能和复杂的活动方式。它处于内在的隐蔽状态，不具有可以直接观察的现象形态，因而无法从外部直接了解。但是心理活动可以支配人的行为，决定人们做什么，不做什么，以及怎样做。因而，观察一个人的行为表现，即可间接了解他的心理活动状态。

同样，人作为旅游者在旅游活动中的各种行为也无一不受到心理活动的支配。例如选择哪个地方作为旅游目的地，采取何种方式旅游，逗留多长时间，确定什么样的旅游内容，选购何种旅游商品等等，其中每一个环节、步骤都需要旅游者做出相应的心理反应，进行分析、比较、选择、判断。所以，旅游者的旅游行为都是在一定心理活动支配下进行的。

旅游心理是其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。相应地，旅游者心理与行为则是指旅游者在一系列心理活动支配下，为实现预定旅游活动目标而做出的各种反应、动作、活动和行动。这些反应活动包括：旅游知觉、旅游动机、旅游态度、旅游学习、旅游活动中的情绪情感、旅游者人格、旅游审美心理等。作为旅游活动的主体——旅游者的这些心理活动与行为是旅游心理学研究的主要内容。旅游者的心理活动主要由旅游知觉、旅游需要、旅游动机、旅游态度、旅游者的学习、旅游者个性、旅游审美、旅游活动中的情绪情感等组成。作为旅游企业经营者必须关注旅游者心理活动的规律和需求，谁把握了旅游者心理，谁就可以把握旅游市场的变化，谁就可以抢占市



场先机,甚至还可以开发新的市场。

2. 旅游工作者心理

旅游服务工作具有工作时间长、体力脑力负荷量大、突发事件多、心理压力大、工作要求高、与旅游者处于互动关系中等特点,旅游工作者的心理素质、工作效率与工作技术和技巧直接关系到旅游服务质量、旅游者的心理感受、旅游产品创新等问题,因此,旅游心理学必须研究酒店前厅、客房、餐厅、商场的旅游工作者,导游等从事具体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。如何维护旅游工作者的心理健康,如何提高员工心理健康水平,探究旅游工作者疲劳心理的种类及原因,心理疲劳的表现,了解心理疲劳的生理学机理与因素,心理疲劳的预防和消除,工作疲劳的测定方法等都是旅游心理学关注的问题。因此,旅游工作者的心理状态也是旅游心理学关注的重点。伴随着社会的发展和进步,人的社会交往和社会需求更加复杂,生活也更加紧张。旅游企业是一个精神压力大、工作时间长、劳动强度大的企业,旅游工作者面临着很多压力,很多冲突,要想员工高效率地工作、愉快地工作,发挥其积极性、创造性,就需要为他们创造一个良好的工作氛围,使他们调节好自身的心理状态,克服工作中的挑战、困难、挫折,这就需要我们深入地探讨这些问题。

3. 旅游服务心理

旅游服务心理要研究的是以旅游者为研究对象,在旅游业的主要工作范围内,如何根据旅游者的心理和行为特点出发,提供符合旅游者心愿的最佳服务。研究旅游工作或服务对象是做好服务工作的前提,旅游业的宗旨是“顾客至上,宾至如归”。旅游工作者首先要对服务对象有深刻的认识,并在工作实践中不断去发现和了解旅游者的心理需求,去迎合和满足旅游者的心理,才能保证应有的服务质量。旅游企业对旅游者的服务不是抽象的,而是通过导游、前厅、客房、餐厅、交通、购物等具体环节实现的。因此,必须研究旅游者在游览过程中,在前厅、客房、餐厅、商场等场所的心理特点以及应采取的相应的心理服务措施。旅游服务心理通过分析存在于旅游业服务过程中旅游者的心理因素,旨在揭示并遵循旅游者的心理和行为规律,采取相应的积极的服务措施,从而不断改进和提高质量。旅游心理学为有针对性的旅游服务提供了理论基础。

4. 旅游管理心理

旅游心理学虽然不专门研究管理,但它的研究内容要涉及管理心理。旅



游业服务质量的提高和工作成功的关键,在于科学的管理。旅游心理学应在管理工作方面研究如何遵循人的心理和行为方面的特点而采取有效的措施。管理最重要的职能是调动员工的工作积极性,创造性地去实现组织的目标。旅游心理学要研究组织内成员在心理和行为方面的特点,在个体行为、团体行为、领导行为方面应该怎样调节和控制,从而发挥管理的最佳效能。在旅游管理实践中,管理者逐渐认识到了,“快乐的员工是具有生产效率的员工”,员工心存不满,怒气冲冲,是不可能为旅游者提供尽善尽美服务的。旅游工作者能否积极主动、创造性地为顾客服务,也是能否提高旅游服务质量的关键。因此,要使旅游者得到最佳服务,关键在于拥有一支高水准、高素质的员工队伍。这就需要管理者将员工的利益放在首位,关爱下属、尊重下属。只有对员工的思想、感受和需要深入地了解,才能使员工获得提供优质服务所不可缺少的精神力量。旅游心理学正是从旅游管理心理、员工心理的角度,研究如何调动员工工作的积极性、如何引导员工培养良好的心态。克服挫折感、与旅游者建立良好的关系等,可以使旅游管理工作更加科学化、人性化。同时,还可为旅游企业员工培训提供理论原则与方法。

三、旅游心理学的任务

1. 阐明旅游者心理活动的特点和规律

这是旅游心理学的主要任务。旅游心理学既要研究旅游者的一般心理现象,又要研究各种不同旅游者在需要、动机、兴趣、爱好、习惯、气质、性格等方面的心理特点,还要区分不同的国籍和民族,不同的性别、年龄,不同的宗教信仰,不同的职业和文化背景等使旅游者产生的心理活动的差异,并且要研究相同的旅游活动对象和旅游服务对不同旅游者可能产生的各种心理影响。此外,旅游心理学也要研究旅游活动全程中旅游者的心理活动,剖析他们在各阶段的心理变化规律。例如:旅游者如何选择旅游宾馆、旅行社,选择何种交通工具等,都是其心理活动的反映。了解旅游者心理活动规律,掌握研究旅游者心理的方法,将有助于旅游工作者有效预见旅游发展新趋势,更好地为旅游者服务。

2. 分析激发和影响旅游消费行为的各种心理因素

旅游消费行为实际上是一种特殊的消费行为,它是个体在旅游过程中搜寻、购买、消费、评估的行为表现,是旅游主体在有时间和资金保证的情况下,从自身享受和发展需要出发,凭借环境和旅游媒体服务创造的条件,在旅游过程中对以物质形态和非物质形态存在的行、住、吃、游、购、娱等旅



游客体的购买、享用和体验过程的支出的总和。它不仅包含一系列个体心理活动过程,而且与众多的社会心理因素有关。在研究过程中,应把旅游者看作旅游消费行为决策者,分析其为什么会做出旅游决策。这对激发人们的旅游行为具有积极意义,同时也对旅游服务和旅游者后续的旅游行为的研究有重要作用。

3. 探索提高旅游从业人员素质及工作质量的途径

旅游者购买的旅游产品从更大程度上来讲是一种心理体验。它不仅包括旅游资源、设备、设施因素,还包括良好的服务这个决定因素。现代旅游企业之间的竞争,就是服务质量的竞争。旅游从业人员服务质量的高低关系着企业形象的好坏和经营的成败。因此,旅游心理学要从我国国情出发,探索出如何有针对性地解决旅游从业人员中存在的普遍问题,如何提高他们的素质及工作质量的途径。

第二节 旅游心理学的研究方法及其意义

一、旅游心理学研究的基本术语

变量。变量可以是任何一种可改变强度或幅度并可观察、测量的一般性特征。

假设。假设是对两个或两个以上的变量之间关系的尝试性说明。

因果关系。因果关系是指变量之间的导引关系的方向性。

相关关系与相关系数。相关性说明两个变量之间在变量上是否有稳定关系,表示为相关系数。

效度。效度是指心理测验测出它所要测量的能力或特性的有效程度或正确程度,一般用测验所得的分数与某种标准的相关系数来表示。

信度。信度是指测量的一致性 or 稳定性。

普遍性。普遍性意味着结果符合广大人群的实情,而不是只符合受试者的实情。

二、旅游心理学研究方法

1. 旅游心理学研究的信息来源

(1) 一手资料。一手材料是从亲身实践或调查中直接获得的材料,是直接的证据,是未经过任何修饰的信息,经由本人调查验证的,不是道听途说而得到的信息。一手资料是最原始、最真实的信息。

(2) 二手资料。二手资料是指特定的调查者按照原来的目的收集、整理



的各种现成的资料,又称次级资料,如年鉴、报告、文件、期刊、文集、数据库、报表等。它与实地调查法、观察法等收集原始资料的方法是相互依存、相互补充的。

2. 旅游心理学研究的类型

(1) 定性研究。它是确定事物本质属性的科学研究,是科学研究的基本步骤和基本方法之一,是通过观测、实验和分析等来研究对象是否具有某种属性或特征,以及之间的相互关系等。由于它只要求对研究对象的性质作出回答,故称定性研究。

(2) 定量研究。定量研究是指确定事物某方面量的规定性的科学研究,就是将问题与现象用数量来表示,进而去分析、考验、解释,从而获得意义的研究方法和过程。定量,就是以数字化符号为基础去测量。定量研究通过对研究对象的特征按某种标准作量的比较来测定对象特征数值,或求出某些因素间的量的变化规律。由于其目的是对事物及其运动的量的属性作出回答,故名定量研究。

3. 旅游心理学研究的方法

(1) 观察法。

①观察法的含义。观察法是指在自然状况下,有计划、有目的地观察被试的外部表现,从而分析其心理活动。观察时,可以利用摄影机、摄像机、录音笔等各种仪器进行记录,但必须保证不干预被试活动的正常进程,使被试处于安全自然状态之下,以取得真实可信的观察材料。

②观察法的类型。观察法有不同的类型。从观察对象来说,有对个体的观察,有对群体的观察,例如通过一天的游览,游客愉快或沮丧的原因是什么;从观察时间来看,有长期观察(跟踪观察)、短期观察(定期观察);从观察目的来看,有针对性观察和随机观察。根据观察内容,又可以分为全面观察与重点观察:如果可以像导游那样陪同旅游者从入境至出境,观察他们在此期间的全部行为表现,就是全面观察;而如果可以像客房服务员那样根据不同旅游者在宾馆客房范围内需求的不同以及不同年龄客人喜好的不同等心理现象进行观察,就是重点观察。

③观察法的优点和缺点。观察法的主要优点包括:能直接获得资料,不需其他中间环节,观察的资料比较真实;在自然状态下的观察,能获得生动的资料;观察具有及时性的优点,它能捕捉到正在发生的现象;观察能搜集到一些无法言表的材料。



观察法的主要缺点包括：受时间的限制，某些事件的发生是有一定时间限制的，过了这段时间就不会再发生；受观察对象限制，如研究青少年犯罪问题，有些秘密团伙一般不会让别人观察的；观察者只能观察外表现象和某些物质结构，不能直接观察到事物的本质和人们的思想意识；观察法不适用于大面积调查。

(2) 实验法。

①实验法的含义。实验法是指有目的的严格地控制或创设一定条件，人为地引起或改变某种心理现象并加以记录的研究方法。

②实验法的类型。一是自然实验法，是指在日常生活情况下，适当地控制某些条件，变更某些条件，结合经常性的业务工作进行心理研究的一种方法。自然实验法是在被试的生活和工作环境中进行的，因此，它具有实验法和观察法的优点，既主动地创造条件，又是在比较自然的状态下进行的，再与经常性的业务结合起来，所获得的结果更符合实际。二是实验室实验法，在人为的情况下，严格控制外界条件而进行的一种心理研究的方法。实验室实验是在有实验设备的实验室进行的，通过一定的条件引起被试某种心理现象的出现。

③实验法的优点和缺点。优点是比较客观，目的针对性强；缺点是设计困难，费用相对比较高。

资料1-1

第一个有记载的心理学实验

古埃及有一个国王叫 Psamtik 一世，他为了证明埃及是世界上最古老的民族，将2个出生不久的婴儿带到一个遥远的地方与世隔绝，每天有人提供食物和水，但不允许人与他们讲话。国王设想，这2个与世隔绝的孩子发出的第一个音节，一定是人类祖先的语言了。他希望这个音节是埃及语中的一个词。待孩子两岁时，他们终于发出了第一个音节。可惜埃及语中没有这个发音。于是，国王伤心地发现埃及不是人类最古老的民族。

(3) 问卷法。

①问卷法的涵义。问卷法是通过被试书面回答一定的问题，从中研究其心理现象的方法。问卷法也是心理学研究的基本方法之一，多运用于对旅游者认知、情感、个性、需要、动机、态度、职业、文化等各方面情况的了解和研究。