



教育部人才培养模式改革和开放教育试点教材

LÜYÓUXÍNLIXUE

旅游心理学

颜绍梅 主编

中央广播电视大学出版社

教育部人才培养模式改革和开放教育试点教材

旅游心理学

颜绍梅 主编

中央广播电视大学出版社

北 京

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游心理学 / 颜绍梅主编. —北京: 中央广播电视大学出版社, 2007. 7

教育部人才培养模式改革和开放教育试点教材

ISBN 978 - 7 - 304 - 03912 - 7

I. 旅… II. 颜… III. 旅游心理学—电视大学—教材 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 116802 号

版权所有, 翻印必究。

教育部人才培养模式改革和开放教育试点教材

旅游心理学

颜绍梅 主编

出版·发行: 中央广播电视大学出版社

电话: 发行部: 010 - 58840200

总编室: 010 - 68182524

网址: <http://www.crtvup.com.cn>

地址: 北京市海淀区西四环中路 45 号 邮编: 100039

经销: 新华书店北京发行所

策划编辑: 李 朔

责任编辑: 张 轶

印刷: 北京集惠印刷有限责任公司

印数: 0001 ~ 3000

版本: 2007 年 7 月第 1 版

2007 年 8 月第 1 次印刷

开本: 787 × 1092 1/16

印张: 12.25 字数: 278 千字

书号: ISBN 978 - 7 - 304 - 03912 - 7

定价: 18.00 元

(如有缺页或倒装, 本社负责退换)

前言

由于世界经济、科技文化、交通运输的迅速发展,以及各国政府对发展旅游业的重视和相关政策支持,旅游业经历了举世瞩目的持续发展。今天,旅游作为一种休闲方式,越来越被人们所接受,成为人们文化生活中不可或缺的内容之一。着眼于全球经济,旅游业总产出占 GDP 总量、居民旅游消费支出占总消费支出、投资旅游业资本占总投资的份额都超过了 10%。世界旅游组织预测,到 2020 年,全球旅游人数将达到 15 亿人次,总收入将达 2 万亿美元,旅游业将取代石油、汽车成为世界头号产业。

在新的世纪里,中国旅游业本着“大力发展入境游,积极发展国内游,规范发展出境游”的方针,努力发展成为出入境旅游客源输出大国和旅游目的地大国。为实现这一战略目标,关注旅游市场的发展变化动态,认真探索旅游者的心理和行为的新变化和发展趋势,不断开发出创新的旅游产品以适应现代旅游消费心理,是我国旅游业面临的一项重要课题,也是对我国旅游从业人员的专业水平和旅游企业管理水平的一项新挑战。旅游者出于何种动机出游?他们是如何选择旅游目的地的?他们的需要是否都能得到满足?他们怎样评价旅游活动?旅游企业及相关部 门如旅行社、航空公司、酒店、旅游景区等迫切需要寻求对上述问题的答案,以赢得游客,从而在旅游市场中立于不败之地。正是这一系列的现实问题,促使旅游心理学学科的建设吸引了越来越多的人来研究它,也吸引了越来越多的人来学习它。

本教材正是为了满足广大学习者的需求而编写的,它既适合中央广播电视大学旅游专业类专科学习者的学习,同时也适合普通高等院校、高职高专旅游类专业的学生学习。本教材在编写中具有以下突出特点:

1. 实用性强。教材的内容在编排上重视理论联系实际,力图做到深入浅出,既有理论基础,又有实用价值。内容突出以“旅游者的心理”为主体,针对性很强;编写中每一章的文尾均设置了“补充阅读材料”或“案例分析”、“自测题”和“思考题”,以达到扩展学习者的知识面、以实例理解本章理论、通过练习和思考进一步巩固知识的目的;编写的语言文字侧重简易、流畅,可读性较强。

2. 结构完整。在教材的编写中,我们力求系统地、完整地 and 准确地介绍旅游心理学的基本理论和知识,简明地对旅游心理现象和活动规律进行了阐述。教材共分12章,基本涵盖了旅游心理学研究的主要内容,即旅游者心理、旅游业服务心理、旅游管理心理,注重学习者对旅游心理学学科知识的全面了解、总体把握。

3. 资料较新。教材在编写的过程中,重视对现代相关理论的吸纳,参考了近年来旅游心理学及相关学科的一些最新研究成果,借鉴了国内外本学科中一些合理有用的理论和观点,力求使内容更为充实、新颖,以便更好地与时代保持同步。

本教材由云南广播电视大学经济学院教授颜绍梅主编,负责设计基本框架,确定基本内容,并最后统稿、定稿。同时,由中央广播电视大学财经部副教授陈凌明、云南广播电视大学经济学院副教授李艳担任副主编,她们做了大量的工作。具体分工如下:颜绍梅编写第一、六、九章,陈凌明副教授编写第二、三、四章,李艳副教授编写第五、七、八、十章,云南大学职业与继续教育学院的李家祥副教授编写第十一、十二章。

本教材在编写的过程中,参考了大量的旅游心理学及有关学科的教材和著作,并引用了相关资料。在此,谨向所引文献的作者致以诚挚的谢意!

由于编者水平有限,书中不足之处在所难免,恳请广大读者、专家批评指正。

编 者

2007年7月

目 录

第1章 绪 论 (1)

第一节 旅游心理学的研究对象 (1)

第二节 旅游心理学的基本概念 (2)

第三节 旅游心理学的研究方法 (5)

第四节 旅游心理学的理论基础 (8)

第五节 研究旅游心理学的意义 (9)

本章小结 (10)

补充阅读材料 (11)

复习与思考 (11)

第2章 旅游者的知觉 (12)

第一节 旅游知觉概述 (12)

第二节 旅游活动中的社会知觉 (18)

第三节 旅游者对旅游条件的知觉 (21)

第四节 旅游者的风险知觉 (26)

本章小结 (29)

补充阅读材料 (29)

复习与思考 (30)

第3章 旅游者的需要与动机 (31)

第一节 旅游需要 (31)

第二节 旅游动机 (38)

本章小结 (43)

补充阅读材料 (43)

复习与思考 (45)

第4章 旅游者的学习	(46)
第一节 学习及学习理论	(46)
第二节 旅游者学习的内容	(52)
第三节 旅游者学习的途径	(57)
本章小结	(60)
补充阅读材料	(60)
复习与思考	(60)
第5章 旅游者的态度	(62)
第一节 态度概述	(62)
第二节 态度与旅游行为	(65)
第三节 旅游者态度的改变	(69)
本章小结	(73)
案例分析	(73)
复习与思考	(74)
第6章 旅游者的个性心理	(76)
第一节 个性概述	(76)
第二节 个性特征与旅游行为	(81)
第三节 生活方式与旅游行为	(89)
第四节 个性结构与旅游决策	(90)
本章小结	(92)
案例分析	(93)
复习与思考	(93)
第7章 旅游者的情绪情感	(95)
第一节 情绪和情感概述	(95)
第二节 旅游者的情绪情感	(102)
本章小结	(106)
案例分析	(106)
复习与思考	(107)
第8章 旅游者的审美心理	(108)
第一节 审美心理要素	(108)

第二节 旅游者的审美心理	(114)
第三节 旅游者的审美体验	(117)
本章小结	(119)
补充阅读材料	(119)
复习与思考	(120)
第9章 社会因素与旅游者的行为	(121)
第一节 社会角色	(121)
第二节 家庭与旅游行为	(123)
第三节 社会阶层与旅游行为	(127)
第四节 社会文化与旅游行为	(131)
第五节 消费流行与旅游行为	(134)
本章小结	(137)
补充阅读材料	(137)
复习与思考	(138)
第10章 旅游业服务心理	(140)
第一节 饭店服务心理	(140)
第二节 旅行社服务心理	(146)
第三节 旅游交通服务心理	(151)
第四节 旅游购物服务心理	(153)
本章小结	(156)
案例分析	(157)
复习与思考	(157)
第11章 旅游企业员工心理与管理	(159)
第一节 员工的个体心理和管理	(159)
第二节 员工的群体心理与管理	(164)
第三节 员工的激励	(168)
第四节 员工的挫折与管理	(170)
本章小结	(172)
案例分析	(172)
复习与思考	(173)

第12章 旅游企业领导心理	(174)
第一节 领导概述.....	(174)
第二节 领导者个体的心理素质.....	(177)
第三节 领导者群体的心理结构.....	(179)
本章小结.....	(183)
案例分析.....	(183)
复习与思考.....	(184)
参考文献	(185)

第1章

绪论

学习目标

通过本章学习，你应该能做到：

1. 掌握旅游心理学、心理、行为的基本概念；
2. 熟悉旅游心理学的研究对象；
3. 了解旅游心理学的研究方法；
4. 掌握学习和研究旅游心理学的意义。

第一节 旅游心理学的研究对象

旅游心理学是一门年轻的科学，是旅游学与心理学相结合的产物，主要研究现实的旅游者及潜在的旅游者的消费心理和行为，旅游业中各个领域的从业人员的服务心理和行为，以及旅游企业管理人员的管理心理和行为。

一、旅游心理学的研究对象

旅游心理学作为一门独立的学科，有它自己特定的研究对象。狭义的旅游心理学，只研究旅游者及旅游行为主体的心理。广义的旅游心理学则不仅研究旅游者的心理，而且研究旅游业开发、经营与管理的心理依据。本书采用广义的定义，着重研究旅游者的消费心理活动以及旅游服务与管理心理，从而了解旅游者及潜在旅游者需要什么，为什么选择这个地方而不去那个地方，影响旅游行为的主观因素和客观因素是什么，这些因素是如何影响个体的旅游行为的，旅游服务的内容和心理对策是什么，旅游企业管理者应该如何调动员工的积极性等等。简要地说，旅游心理学是一门系统研究旅游活动过程中旅游者及旅游从业人员心理和行为的现象和活动规律的新兴应用学科。

二、旅游心理学的研究内容

旅游心理学的研究内容是与其研究对象紧密联系的。旅游心理学以研究旅游活动中所有人员的心理活动和行为规律为对象，而对他们的心理活动及行为规律的深入探索与剖析，则

构成该学科的研究内容。

（一）研究旅游者的消费心理和行为

1. 研究旅游者旅游行为的心理过程和心理状态。旅游者行为中的心理过程和心理状态，是一个发生—发展—完成的过程，而这个过程是每个消费者都具有的。心理过程和心理状态的作用是激活旅游者的目标导向和系统导向，使他们采取某些行为或回避某些行为，主要包括：旅游者对旅游产品的认识过程、情绪过程和意志过程，以及三个过程的融合、交汇与统一；旅游者的普遍倾向；旅游者的需求动态与消费心理变化趋势。

2. 研究旅游者的个性心理特征对旅游行为的影响。旅游者的气质、性格上的差异，必然在旅游行为中表现出不同的心理活动特点；旅游者的能力差异，在旅游活动中也会表现出不同的能力特点。

3. 研究各相关因素对旅游者心理和行为的影响及程度。旅游者在旅游活动中所表现出的行为是他们借以满足个体需要的手段，除了受自身心理因素的影响，还要受到各种社会因素、自然因素和消费流行、消费习惯的制约与影响。对这些因素的研究主要包括：有哪些社会因素和自然因素影响旅游消费心理，它们是怎样影响旅游者的心理活动的；消费流行、消费习惯与消费心理的关系怎样，例如，消费流行是怎样引起旅游消费心理和行为的变化的。

（二）研究旅游业的服务心理和行为

旅游业最为明显的特点是服务，服务质量直接关系到旅游业的兴衰成败；旅游业从业人员的服务心理与服务行为体现着旅游企业的服务水平和质量，是旅游企业在市场竞争中能否取胜的关键。旅游者参与旅游活动的目的是为了获得美好的经历和体验，得到精神上的享受，往往对服务水平有着较高的期望值，只有服务人员具有良好的心理素质才有可能满足旅游者的心理需要。在整个旅游活动过程中，旅游业对旅游者的服务是通过行、游、住、食、购、娱各个具体环节实现的。因此，要提高服务质量，除研究旅游者心理外，还要研究旅行社服务心理（如接待、导游的心理）、饭店服务心理（如前厅、客房、餐饮、商场等服务人员的心理）、旅游景区服务心理等等，从而为旅游者提供情感化、个性化的针对性服务。

（三）研究旅游企业的管理心理和行为

旅游业服务质量的提高和工作成败的关键，在于科学的管理。旅游心理学通过探讨旅游企业中个体、群体、领导、组织的心理和行为活动规律，说明如何通过激励动机、提高领导水平和领导艺术、增强组织凝聚力等手段来提高领导者的素养，激发员工的积极性和创造性，以提高旅游企业的管理水平，使之最大限度地满足旅游者的需求。

第二节 旅游心理学的基本概念

学习和理解旅游心理学的基本知识和基本原理，必须首先掌握心理学的两个关键概念，即心理和行为。

一、心 理

(一) 心理的概念

人是怎样认识世界、认识自己的？人的内心世界又是怎样的？俗话说“人心不同，如同其面”，人的心理是千差万别、丰富多样的。所谓心理，是有机体在现实生活中对客观事物的主观反映活动，是脑的一种特殊反映机能。心理不是独立的实体，而是过程或活动。心理具有主观性，这是因为心理是通过个人来实现的，总带有个人的特点；同时，心理也具有客观性，一方面心理活动反映的是客观事物，另一方面心理作为机体的一种运动形式，属于客观的物质世界的一部分。

(二) 心理的实质

心理的实质是什么？人的心理是如何产生和发展的？这是心理学研究中的一个基本问题。只有正确把握心理的实质，才能更好地认识人、分析人、理解人。根据现有的研究成果，我们可以从以下方面来认识人的心理实质：

1. 心理是脑的机能。人脑是人的神经系统的核心部分，是人的心理活动的重要物质基础。恩格斯在总结了人类经验和科学研究的成果后，深刻指出：“我们的意识和思维，不论表面上如何像是超感性的东西，但它们是物质的、肉体的器官，即头脑的产物，心理的东西、意识等等是物质的最高产物，是叫做人脑的这样一块特别复杂的物质的机能。”^① 心理学研究认为，人的心理活动是神经系统有规律活动的结果，如果人脑发育不全或损伤，人的心理和行为就会异常。

2. 客观现实是心理的源泉。心理是人脑的机能，人脑是怎样产生心理的呢？人脑必须在客观事物的影响下，通过各种感官，引起脑神经的活动，最后将客观事物转变成主观映像，从而产生心理。人脑好比加工厂，客观事物好比原材料，没有原材料，头脑这个加工厂就不能生产出任何产品。所以说，客观现实是人的心理的源泉和内容。

3. 实践活动是心理产生和发展的必要条件。脑是心理产生的物质基础，客观现实是影响心理产生的原因，但二者兼备并不意味着心理就能产生。人只有在实践活动中，通过和客观事物相互作用，由认识事物的表面现象到事物的本质和规律，从而产生一定的情感体验，产生克服困难的意志和行动，最终形成一定的认识、情感、个性等心理品质。可见，实践活动是人心理产生和发展的基础。

4. 人的心理具有能动性。人的心理具有自觉能动性，人对客观事物的反映不是死板的、照镜子似的被动反映，这是人与动物的本质区别。在社会实践活动中，心理的能动性表现在人的头脑在反映客观事物时，对反映的对象、进程以及结果都可以清楚地意识到。同时，人所已有的主观世界（知识、经验、个性特点等）会对当前所反映的事物产生影响。在正常情况下，不同主观世界的人对同一事物常常会有不同的反映。

^① 马克思、恩格斯：《马克思恩格斯选集》，第4卷，223页，北京，人民出版社，1972。

5. 人的心理具有社会历史制约性。人既是一个自然实体, 又是一个社会实体。他的心理的发生和发展必然要受到这二者的制约和影响。然而人的本质在于他的社会特质, 所以人的心理发生和发展与他所处的社会发展的历史进程和生活的实际条件及社会阶层和所扮演的角色有密切关系。一定社会历史条件下的人, 长期处于一定社会地位, 以一定生活方式活着, 就必然要形成他们特殊的生活方式、特殊的心理和行为习惯。

(三) 心理的构成

人的心理活动一般分为两个相互联系的方面: 心理过程和个性心理特征。

1. 心理过程。心理过程是心理活动的主要方面, 是人脑对现实的反映过程。人类最基本的心理过程主要包括三个方面: 即认识过程、情感过程和意志过程。认识过程是指人脑的信息加工活动, 如感觉、知觉、记忆、想象和思维等, 在内容上都是人脑对客观事物的反映。情感过程是指人在认识客观事物时所产生的态度的体验, 称为情绪或情感。如, 看到他人的高尚行为, 我们会赞美、愉悦; 看到他人的丑陋行为, 我们会愤恨、厌恶等等。根据对客观事物的认识, 人们自觉地确定目标, 克服困难, 力求加以实现的心理过程, 称为意志过程。认识、情感和意志, 简称知、情、意, 它们既有区别又相互联系, 是统一的心理过程的三个方面。

2. 个性心理。心理过程是人类共有的心理活动形式和规律, 但具体在每一个人身上却由于各人的先天因素和后天条件不完全相同, 会有不同的表现, 从而构成了个体心理上的差异, 即个性心理。个性心理主要包括两个方面: 即个性心理特征和个性倾向性。个性心理特征是指个体身上经常地、稳定地表现出来的心理特点, 主要包括能力、气质和性格, 其中以性格为核心。个性心理特征影响着个体的言行举止, 反映出一个人的基本精神面貌, 集中体现了人的心理活动的独特性。个性倾向性是个体对事物的态度和行为的内部动力系统, 包括需要、兴趣、动机、理想、信念和世界观等。这些心理倾向在整个个性倾向中的地位, 会随着个人的成熟与发展而有所不同。

心理过程和个性心理相互作用、相互制约, 从而形成了人的个性; 同时, 个性心理特征在心理过程中形成, 反过来又影响心理过程的性质和进行, 使人的心理过程总带有个性的色彩。

二、行 为

人的心理看不见、摸不着, 我们怎样才能把握旅游者的心理呢? 要知道, 人在与环境的相互作用中会产生相应的心理和行为。心理支配行为, 行为反映出人的心理。因此, 我们可以通过反映人的心理的行为来间接研究。那么, 什么是行为呢?

不同学科领域的学者对行为具有不同的理解。哲学家认为: 行为是人类日常生活中所表现的一切活动。生理学家认为: 行为是指可以观察到的肌肉、骨骼和分泌腺所表现出来的活动。行为主义学者认为: 行为是在外部刺激的影响下, 经由内部经验折射而产生的反应活动。德国心理学家勒温认为人的行为等于与环境变化的函数。他列出了一个“行为公

式”，即

$$B = f(P \cdot E)$$

其中： B 表示个体的行为； f 表示函数； P 表示个体的各种特征； E 表示环境。此公式表明，人的行为是随他本人的主观因素（包括心理和生理的因素）和他所处的客观环境（包括个人社交环境、群体、社会等）因素的变化而变化的。同一个人因所处的环境不同而会有不同的行为反应。同样，不同的人在不同的环境中也会作出不同的行为反应。

综合各学科学者不同的定义，我们认为行为泛指有机体在一系列心理活动支配下对外界环境刺激所产生的外显的活动、动作、反应或行动。人的行为，有的很简单，如吃饭、穿衣、行走，有的则很复杂，如写字、计算、驾驶等，这些行为都是由一系列的动作组成各种特定的反应系统。

总之，行为是在人的心理指导下产生的，了解一个人的行为，可以间接推断出他的心理。但行为又不同于心理。相同的心理可能产生同一种行为或不同行为，而同一种行为也可能是由同一种心理或是不同心理产生的。

第三节 旅游心理学的研究方法

任何一门学科的研究方法通常既要受作为客体的研究对象属性的规定，又要受作为主体的研究者观念的指导和制约。为了在旅游心理学的研究中获得正确的结论，实现预期的目的，必须坚持科学性、客观性、发展性等原则，采用科学的方法。由于旅游心理学的研究范围十分宽泛，所以研究方法也多种多样。以下是几种比较常用的研究方法。

一、观察法

观察法是观察者在旅游活动中，运用自己的感觉器官，或借助摄像机、闭路电视等工具，有目的、有计划地去观察旅游者的言行举止、表情动作等外部行为，从而了解旅游者的心理状态和心理活动的一种方法。

所谓“观其行，听其言，而知其意”，因此，观察法的长处是运用广泛，比较直观，简单易行，能及时获得许多有用的信息。由于旅游者的语言、表情和动作形态是在没有干扰的情况下被观察的，是一种心理状态的自然流露，因而观察所得的材料一般比较真实。在旅游的各种相关活动过程中边服务，边观察，有助于及时了解顾客需求，及时发现、控制活动中出现的突发事件，有助于旅游从业人员积累工作经验。自然观察法是提高旅游综合服务质量和效能的有效方法。由于观察素材纷繁庞杂，且有相当多的信息是稍纵即逝，无法重现，因此，观察要有明确的目的和对象，要有准备，观察时要细心、耐心，善于把握细节，每次观察后及时记录，事后作观察分析。

观察法的不足之处是带有一定的被动性与局限性，它往往只能被动地等待所要观察的对

象出现,并着重于了解旅游者的旅游消费行为,至于影响他们旅游消费行为的内在的心理活动则较难把握。因此,要准确地认识、分析旅游者的心理活动,还必须借助其他的研究方法。

二、实验法

实验法是利用必要的设备和仪器,通过有目的地控制或创设一定的条件来引起旅游者的某些心理现象,从而揭示其心理现象发生的原因或发展规律的一种研究方法。实验法可分为实验室实验法和自然实验法两种方式。

(一) 实验室实验法

这是研究者在实验室里借助各种仪器或在实验室里模拟自然环境条件(或工作条件)进行研究的一种方法。例如,要测定旅游消费者对广告的意义记忆率,就可以在实验室里运用音像、图片与文字等广告媒体,测定旅游消费者的广告记忆率。运用这种方法研究的结果一般比较准确,但它往往只适宜于测定一些比较简单的心理现象。

(二) 自然实验法

这是在日常的营销环境中,有目的地创造某些条件或变更某些条件,给旅游消费者的心理活动以一定的刺激或诱导,从而观察消费者心理活动的表现。这是一种研究者主动进行、能实现人为控制的研究方法。在旅游消费心理学的研究中,自然实验法具有较为广泛的应用范围。

三、案例研究法

案例研究法是指研究者深入旅游业,对某一个体、某一群体或组织中的某一事件进行全面的、较长时间的、连续的观察、调查、了解,研究其心理发展的全过程,在掌握各方面情况的基础上进行分析整理的方法。

使用案例研究法一般具有很强的针对性,得到的结果对教学、科研以及指导旅游实际工作都有很大意义,它可以使人们通过典型的案例了解旅游活动中人的心理、行为及其发展规律;同时有助于获得启发,解决现实工作中遇到的问题。但案例研究法自身也有一定的局限性,如存在文化差异、组织内外环境差异等。个案反映的可能只是局部的问题、个别的情况。因此,在研究个案时必须慎重处理其结论。

四、调查法

调查法是对那些不可能深入了解的心理现象,通过调查、访问、谈话、问卷等方法收集有关资料,间接了解被试者心理和行为的一种方法。调查法主要有以下三种形式:

(一) 问卷法

问卷法是根据研究内容的需要,由调查者设计调查表、被调查者填写(回答),然后汇总、整理、分析的一种书面调查方法。它能帮助调查者在相对短的时间内取得较大数量的调查样本,以数字去说明现状,反映问题。问卷法在旅游业内被大量运用在对被调查者的需要、动机、认知、兴趣、态度以及旅游者行为等方面的研究上。

问卷的类型主要有开放型问卷和封闭型问卷两种。所谓“开放型问卷”，是指对所有被调查者提出同样的问题，但事先对所提问题不提供任何可选择的答案，被调查者可以根据自己的意愿自由作答。而“封闭式问卷”，是指不仅所提的问题是相同的，而且对所提的问题都事先列出若干个可能的答案，由被调查者根据自己的意愿在其中选择认为恰当的答案。封闭式问卷中提出的问题是是非题形式出现，被调查者根据自己的实际情况作出“是”或“非”的判断；或要求被调查者在可供选择的若干个选项中选择一个或几个。如：

1. 您第一次入住玫瑰酒店？ ☐是 ☐否
2. 您对石林风景区的整体服务感觉（ ）。
 - A. 非常满意
 - B. 比较满意
 - C. 一般
 - D. 不满意
 - E. 很不满意

无论问卷采用哪一种题型，在问卷设计中都应注意问题的表达正确，题量适中，形式尽可能生动活泼，尽量减少被调查者对问卷的厌烦感和抵触情绪。方便作答是鼓励被调查者认真作答的办法之一。

问卷法的优点是可在较短的时间内得到大量范围广泛的材料，并使结果数量化。但由于问卷作答过程受被调查者心理因素、问卷设计质量及填写环境等影响，使统计结果有时难以进行质量分析。必要时对重点调查对象配合使用谈话法，有助于做到点面结合，更容易达成调查目的。问卷法大多采用邮寄、个别分送或集体分发等形式发送问卷。

（二）访谈法

访谈法是研究者通过与访谈对象面对面地交流，在口头信息沟通中了解访谈对象的心理状态，从而掌握所需材料，实现调查目的的一种方法。在旅游服务与管理的实践中，要经常运用谈话的方式来联络客户，了解客户的需要，征询客户的意见，上传下达有关信息和指令，激励士气。

访谈法具有直接、灵活等特点。访谈对象可以不受文化程度、价值观念、个人性格及年龄的限制，访谈者也可以根据访谈时的情况变化而调整访谈的内容与时空，以达到预期的调查目的。运用访谈法，要有明确的谈话目的，要根据谈话对象的特点与当前工作的要求，事先确定好谈话的内容和范围，离题的谈话不但费时而且不利于达到目的。谈话要讲究方式，可采用集体座谈或个别谈话，为省时省力，一般问题可采用集体座谈，以消除被调查者的紧张感，而有针对性、意义重大的问题，可采用个别谈话，以引起被调查者的高度重视，方便作个别意见交流。无论是集体座谈还是个别谈话，都应注意创造和谐气氛，设法让被调查者作出真实的回答。

访谈法的不足之处在于费用大，而且标准化程度不高，常常给最后的统计分析带来一定的困难。所以，这种方法一般应用于对那些深层次旅游心理问题的探讨研究上。

（三）心理测试法

心理测试法是指研究者通过一些心理测试量表，测试出被测试者有关的心理品质。这一方法往往用在旅游业工作人员的心理测试上，用以研究员工的心理品质（能力、人格等

方面)与服务行为的关系,对研究旅游管理心理具有积极作用。

五、内省法

内省法是指个体对自己心理活动的观察、评价。旅游从业人员学习旅游心理学,可以尝试把自己作为研究对象。旅游从业人员的职业角色是服务工作者,但在业余时间也可以进行旅游消费,扮演顾客角色。通过对自己角色行为的有意识观察,可了解作为消费者在旅游活动中的感知、注意、记忆、思维、想象等心理规律,了解作为消费者的心理状态与旅游从业人员间的交互作用,了解旅游动机与行为的关系,等等。通过对自己专业行为的持续观察,了解旅游知识与技能的学习规律,了解自己的个性特征及其对专业工作的正、负面影响,了解个体生理与心理的相互作用规律等。

除此之外,旅游心理学的研究还可以使用调查、资料分析、现场实验、投射等方法。一般认为,各种方法各有特点,也各具局限性,因此要综合运用多种研究方法展开对同一专题的研究,以期更有效、准确地探究旅游行为过程的心理活动规律。

第四节 旅游心理学的理论基础

旅游心理学是心理学发展到一定阶段,运用相关心理学理论研究的成果为旅游业服务的一门新兴应用学科。旅游心理学研究对象的特点,使得旅游心理学与心理学内外的相关学科具有非常密切的渊源关系,这些学科的发展为旅游心理学奠定了深厚的理论基础,成为旅游心理学建设与发展过程中不可缺少的理论基础。

一、直接理论基础

1. 普通心理学。作为心理学的主干分支学科,研究一般正常人的心理现象及基本规律,研究内容包括心理动力、心理过程、心理状态和心理特征四个方面。心理动力系统决定着个体对现实世界的认知态度和对活动对象的选择与偏向,它主要包括动机、需要、兴趣和世界观等心理成分。人的心理是一种动态的过程,即人脑对客观现实的反映过程。而心理状态是心理活动在一段时间里出现的相对稳定的持续状态,心理特征便是人在认知、情绪和意志活动中形成的那些稳固而经常出现的意识特性。

2. 社会心理学。引用社会心理学家周晓虹的观点,社会心理学是研究生活在特定的社会生活条件下、具有独特的文化和完整的人格结构的人,对各种简单与复杂的社会刺激所作出的反应(包括内隐与外显两个方面)。简言之,社会心理学主要着眼于从群体的角度来研究心理现象,主要研究人的社会或文化行为发生、发展、变化的过程及规律。

3. 管理心理学。以企业中人的心理规律为研究对象,以调动人的积极性、达到最大的工作绩效为目的,研究涉及企业中具体的社会心理现象,包括个体心理、群体心理、组织心