

饮食心理学

王洪宝 著



TS2

中国财政经济出版社

责任编辑：樊 闽

封面设计：杨守本

饮食心理学

王洪宝 著

*

中国时代经济出版社 出版

(北京东城大佛寺东街8号)

新华书店首都发行所发行

黑龙江省青冈县印刷厂印刷

*

787×1092毫米 32开 8印张 180千字

1989年1月第1版 1989年1月第1次印刷

印数：1—10000 定价：3.20元

ISBN 7—5005—0491—8/F·0449

第一章 绪 论

饮食心理学是心理学的一个重要的分支，是一门涉及面很广的科学。它是以研究人的饮食心理，饮食个性、行为，饮食心理与食物关系等为目的，以指导人们科学饮食为目标的一门新兴的实用科学。

第一节 心理学发展概述

心理学的研究经历了漫长的年代。它真正走上科学的道路是在19世纪的后半叶，是在胚胎学、细胞学和人体解剖学的基础上建立起来的。德国生理学家冯德首先提出了“实验心理”这一名称。1867年以后，他正式开设“生理心理学”这门课，并在1873—1874年出版了《生理心理学纲要》这一巨著。1879年，冯德在德国莱比锡大学成立了世界上第一个心理学实验室，从而成为公认的心理学的奠基人。他的学生英国的铁钦纳继承和发展了冯德的学说，正式建立了“构造主义心理学”。与此同时，以瓦特生为代表的“行为派”、以维台默·柯勒等人为代表的“格式塔心理学”学派以及弗洛伊德创立的“精神分析心理学”等学派纷纷创立。在这一时期，心理学家们从不同的角度、不同的领域对不同的对象进行了具体的心理现象的研究，建立了许许多多的心理学部门和分支。到了本世纪二三十年代，心理学家以各自

的见解来回答心理学所涉及的问题，学派之争达到了顶点。近30年来，心理学家们已经从学派之争转变为热衷于实际问题的研究。

俄国生理学家巴甫洛夫在总结前人经验的同时，做了大量的试验，创立了条件反射学说。十月革命后，苏联心理学家依据马克思列宁主义理论并结合巴甫洛夫学说，创立了一套别开生面的辩证唯物主义心理学体系。

我国对心理学的研究，可以追溯到春秋战国时期，许多学者对人心、人性等心理问题作了阐述。虽然它在古代没有成为一门系统的学科，但它在某些方面已经自觉不自觉地运用心理学了。我国古代论述和应用心理学的资料是相当丰富的。如：我国古代兵法上一向强调“攻心为上”，在饮食方面也注意了饮食心理因素等。到了19世纪末、20世纪初，西方心理学逐渐传入我国，我们才开始了有系统地进行心理学研究。新中国成立后，我国以俄为师，学习苏联的心理学，使心理学迅速被人们所认识。到了今天，心理学已经被人们广泛地注意，并开始有重点地进行应用心理学方面的研究，其成果是显著的。

众所周知，心理学和其他学科的产生一样，都是以生产力的发展为前提的，它既是一门自然科学，又是一门社会科学。正因为心理学兼顾了两个方面的综合研究，才有可能更接触实际，形成许多的心理学分支。例如：按研究领域可分为教育心理学、医疗心理学、工程心理学、军事心理学、社会心理学、体育心理学、文艺心理学、司法心理学、商业心理学等；按研究对象又可分为成年人心理学、青年心理学、儿童心理学、犯罪心理学等

第二节 饮食心理学产生的基础

饮食心理是建立在一定的物质生活和精神生活基础之上的。在人类进化过程中，人的饮食心理已经从原始的低级阶段发展到了有目的和有选择的高级阶段。从“茹毛饮血”到开始吃熟食，从发明使用农具到小规模自耕自食的农业生产，从群居分食生活到具有社会性的饮食业，都说明人们的饮食心理是随着整个社会心理意识的发展变化而发展变化的。人们最基本的生存条件是摄取食物、获得营养，“人以食为本，民以食为天”，人们离不开食物。随着社会的发展，生产力水平的不断提高，人们的饮食心理不断地发生着变化，出现了愈来愈多的对食物的需求；而人类的食物在这种不断变化着的饮食心理作用下不断地更新。由此可见，人类的饮食心理既时时受社会存在条件的制约，又不时地对食物提出更高的要求或评价。精神和物质生活决定人们的饮食心理以及饮食的方式。

正因为人们同食物的关系是密不可分的，所以研究人们的饮食心理，研究人和食物间的关系也就显得非常有意义了。

一、饮食心理要求和社会需要

（一）任何一门学科的诞生，都必须依赖于人类和社会的需要。饮食心理学的研究意义在于它可以指导人类饮食意识、饮食结构和饮食行为朝着科学化的方向迈进。人类生存的基本条件是摄取食物、获得营养。

食物是人类延续的最忠诚的伙伴。人类靠对食物的摄取，才有可能供给营养，维持生命，使人们健康地发育成长和延年益寿。

(二)人们的饮食发展是一个循序渐进的过程。首先，人们对食物的认识，是在不断地提高和发展的，逐步地认识食物，才能逐步地扩大食物范围。其次，饮食的方式逐渐科学化。

(三)饮食是人们消费的一个重要的方面。饮食消费，是人类的终生消费，它将伴随着人类的始终。饮食消费可塑性较强，不论谁都对美味佳肴感兴趣，但又能适应低水平的饮食。

(四)人们要从繁重的家庭饮食劳动中解放出来。人们从家庭劳动中解放出来，可以节省大量的时间。在信息的时代，时间就是金钱和财富，这是人们多少个世纪以来都在追求的一种理想和愿望。

饮食心理学正是在这种新的形势下，在人们的心理要求和社会需要的前提下产生的。

二、饮食现象的启示

从一些比较零散的谈生意经的小册子中和一些多年从事饮食服务的饭店经理、服务员以及厨师的实践中，都可以看到人们已经注意到了饮食心理这一新的课题，只是没有进行科学的归纳、总结，把它上升到理论，使它成为一门完整的学科。很难想象，如果不能及时地研究、整理人们在饮食心理方面积累的经验，把饮食心理学上升到理论，无疑要影响人们对饮食、饮食心理的研究，影响饮食业朝着社会化、

专业化的方向发展。

总之，饮食心理学的研究，无论从人本身的需要方面，还是社会发展方面；无论从饮食业为社会承担义务的角度来说，还是从促进饮食业竞争的角度来说，都有着不可估量的现实意义。

第三节 饮食心理学的任务

人类在不同的生活环境中，在不同的经济、文化条件下，其饮食心理以及饮食现象等都有很大的差别。发达的国家由于经济基础好，人们的文化层次和生活水平高，饮食服务业、食品加工业发展是非常迅速的，人们通过购买食品或半成品，稍经加工就可以完成吃饭过程。而生产力水平低的国家，则是以家庭为单位，几乎大多数人都在从事各种劳动之后，去参加厨房劳动。与此同时，由于人们受经济、文化、生活习俗、民族习惯等主观和客观因素的影响，使人们的饮食现象出现了较大的差异。例如，有人习惯甜食，有人喜欢吃辣的；有人偏食，有人忌一些食物。在我们幅员广阔的祖国就有南甜、北咸、东辣、西酸的区域性的饮食差别。世界各地也是如此。不论是饮食方式，还是饮食的内容，都是有明显差异的。这些因素直接或间接地影响着人们的饮食心理，影响着人们对食物的选择和食用。

因此，研究人类的各种不同的饮食现象、不同的饮食需要以及不同的饮食意愿等，便成为饮食心理学责无旁贷的任务。

一、理论方面的任务

饮食心理学是心理学的一个重要的学科分支。饮食心理学是在运用心理学、逻辑学、人类学、社会学、烹饪学、营养学、经济学、生理学等学科的一些基本原理和方法的基础上，研究人们的饮食心理、饮食现象以及支配、导致人们饮食心理的各个方面因素同人们的饮食心理间的关系和探讨饮食心理发展、变化规律的一门科学。

消费是生产的前提和条件，而饮食则是实现一切生产目的的最重要的保证。人们的饮食既表现为生理上的需要，又表现为精神方面的需求。古人云：“入鲍鱼之肆，久而不闻其臭；入芝兰之室，久而不闻其香”，又云：“望梅止渴”。这些都说明人的饮食心理在起作用。所以，饮食心理学的首要任务就是研究人类的饮食心理和饮食行为，探讨人类饮食规律和人类饮食心理的发展变化过程，引导人们正确地、科学地进食，使人们能够掌握饮食心理的一般规律，克服人类在饮食方面出现的不科学的饮食现象。

其次，帮助饮食业分析顾客的就餐心理，并为他们的经营活动提供科学的依据。最后，通过深入的研究和探讨，为人类提供与人们生存休戚相关的饮食心理方面的研究成果，为人类服务。

二、实践方面的任务

饮食心理学在实践运用中，有着非常重要的作用。比如：视觉、嗅觉、味觉的作用、食物的诱惑、主观的需要、条件反射、还有习惯的饮食方式、客观环境的影响等等，都

需要运用饮食心理学的基本原理予以解答。因此，我们说饮食心理学的实践任务是非常繁重的。它不仅涉及面广，研究的对象多，而且还要在实践运用中，为饮食心理学的完善提供大量的依据。饮食心理学在实践运用方面的任务大致归纳如下：

（一）确立科学的饮食意识。要用饮食心理学的科学知识帮助人们正确地对待饮食心理问题，纠正偏见，确立科学的饮食意识。

（二）面向社会各方面的饮食问题。由于人类在地理分布上的不同，生活习惯、饮食习俗存在着差别，每个人都有自己的喜欢的食物、自己的嗜好和特点；又由于年龄、性别的不同，身体健康状况的不同，加上环境的影响等等，都必然会产生不同的饮食心理和饮食现象。饮食心理学恰好要为这些问题的研究承担义务。

（三）为饮食服务业提供指导服务。纵观人类饮食发展、变化过程，可以断言，人类的饮食方式必将愈来愈趋于社会化、专业化，饮食服务业必将承担起人类饮食这一艰巨的任务，将服务的大门向整个社会敞开。饮食服务业将成为世界上最大的行业。愈来愈多的顾客，愈来愈多的社会需要，开始向饮食业挑战，而饮食心理将是一个首要的问题。人们走进饭店、餐馆都有一个共同的要求，即吃饱，喝好，但是由于人们的饮食情绪和工作性质等不同，以及饭店的店容、店内设置、服务质量、饭菜质量、花样品种等不同，都会影响人们的饮食意识和行为。也就是说在满足人们对食物需要的同时，能否给人以精神上的享受，都必然要影响人们的饮食心理，影响人们的食欲、就餐情绪和饮食行为。所以，研

究这些常见的由各方面因素影响而出现的饮食心理和饮食现象，是饮食心理学面临的又一实践任务。可以说，为饮食业提高服务质量和竞争能力，提供指导和咨询服务，也是饮食心理学的重要任务之一。

总之，饮食心理学在人们的社会实践中已经自觉不自觉地被运用了，它是社会发展的产物。特别是饮食业、食品加工业的迅速发展和市场竞争的日趋激烈，必然导致人们对饮食心理的细致研究。用饮食心理学知识服务于实践，使饮食业最大限度地适应社会发展的需要。尤其是在自然和社会科学的分支愈来愈细，社会上出现了愈来愈多的特殊工种和行业的今天，许多从事特殊工种的人员，由于工作环境的影响，在饮食心理方面出现了许许多多的变异现象。如：经常接触放射性物质的工作人员，每天身体需要的糖类、蛋白质和维生素要比一般人多一些。饮食心理学在研究这种饮食心理变异现象的同时，还要为他们的健康提供科学的饮食依据。饮食心理学的研究涉及人的一切有关饮食方面的心理活动，所以，饮食心理学在实践中的任务是极其繁重的。

第四节 饮食心理学的研究对象

饮食心理学是研究人们饮食心理的科学，它主要研究人类在各种条件下对食物的选择和摄取过程中产生的饮食心理和饮食现象。正因为饮食心理学涉及了人这个具有感受性的特殊组织形态的物质，所以，它必然要从人类最低形态的心理既感觉开始，直到人的整个心理活动来研究人类饮食方面的心理特征和规律。人类社会发展到今天，人的饮食心理已

经从低级的本能阶段发展到了有目的、有选择的高级阶段。人类不仅能够发现、获取食物，而且能够通过劳动，创造出食物来。这是所有的其他生物都无法比拟的。因此饮食心理学的主要研究对象是人，是人们在饮食生活中出现的饮食心理和饮食动机、饮食行为等。

不同的地区，经济、文化的发展很不平衡，人们信仰和生活习惯也不同，其饮食心理必然会出现差异。而饮食心理学就是要研究和掌握那些制约人们饮食心理的因素与饮食心理的一般关系以及饮食心理的一般规律。

不同的人有不同的口味，有人喜欢吃清淡的饭菜，有人喜欢吃油腻的饭菜等，这些都是人们在认识食品以及在饮食过程中所表现出来的心理特征，即倾向性。因此，我们在研究饮食心理现象的同时，还要注意研究人的喜好、动机行为、个性、客观条件对饮食心理的作用，这样才能准确地分析人们的饮食心理，达到预期的效果。

每个人在不同的心境中，都会有不同的食欲，对食品的选择也会有所不同。例如：在盛怒之下的暴饮暴食或滴水不进；在喜悦之际，食欲迅速增加。这些饮食心理是在情感的作用下产生的诸种异常现象，超出正常的饮食心理范畴。人们的情感可以导致“食之无味”或“满口生津”。所以，在研究人们对食物的兴趣的前提下，还要研究人们情感的作用及其同饮食心理的关系。

在日常生活中，人们的饮食心理活动有一个明显的特点，即意识性或自觉性。大多数人的饮食心理活动是在自觉状态中进行的。“饥思食，渴思饮”便是这个道理。但也有许多人的饮食是在不自觉的情况下完成的。

例如没有饥饿感的病人充填食品的典型事例就可以说明这一点。因此在研究时，有必要把两者区分开来。

在人们的饮食活动中，已经融注了人的意志活动。比如：有的人为了减肥，节制进食量或多吃蔬菜，少吃油腻的食品。还有的人为了获得某种具有较高营养价值和审美价值的食品，而进行一系列的努力。这些都可以说明人的意志在支配或指导着人们的饮食心理。

因此，我们说，饮食心理学的研究对象是人的意识中与饮食有直接或间接关系的那一部分心理意识，是人们饮食心理现象以及同饮食心理相关联的各方面的因素。

第五节 饮食心理学的研究方法

“人的心理是人脑的产物，人脑是人的心理的器官。因此，我们在应用严格的客观的科学方法来研究人的心理的时候，还必须从生理方面来分析研究人的各种心理活动的生理机制。”^①就是说我们要采用客观的、科学的研究方法，从生理学的角度来研究分析饮食心理学。但是，由于饮食心理学是一门新兴的学科，笔者又因条件的限制，还不能直接从生理学的角度去研究它。这里介绍的几种方法，是从客观的角度和生理外在的角度来谈的。至于以后能否从生理机制方面研究，要看社会对饮食心理学的重视程度。不过可以相信，随着饮食心理学这一学科的建立和广泛运用，在不久的将来，一定会出现专门的实验机构，从生理学的角度研究饮食心理方面的生理机制。

^① 杨清《心理学概论》，吉林人民出版社1981年版，第30页。

一、观察法

观察法，就是在一般的条件下，有目的、有计划地从一个人的行动、言辞、表情等方面来了解人的饮食心理的方法。

大家知道，一个优秀的服务员为什么能使顾客高兴而来，满意而去呢？无非是他（她）在实践中掌握了顾客的饮食心理。掌握了叩开顾客饮食心理之门的钥匙，并运用自如。这就是观察法。

为了说明这一点，我们从饮食服务业的角度，对观察法作些具体的阐述。

（一）掌握顾客的饮食心理，是服务员研究顾客饮食心理的一个首要前提。

下面是笔者在观察中所做的记录：

甲、他急匆匆地走进一家饭店，还没站稳，就问服务员什么饭菜最快。服务员马上为他端来一碗豆腐脑和两个烧饼。

乙、他轻松地走进一家饭店，先环顾一下四周。然后，找个靠近窗户的座位，点上一支香烟，随手翻阅着桌上的食谱，似乎他并不是单纯地为了充饥，仿佛是为了欣赏、玩味、品尝。

丙、他挽着女朋友走进一家有名的饭店，客气地请她先坐下，试探性地问女朋友想吃点什么。

丁、他带了几个客人来到一家有名的饭店，礼貌地让客人入座，然后问服务员什么菜最好。

戊、他到一家经营品种较多的饭店后，并不问服务员什

么菜好，而是直接了当地点菜。

从上面的例子中，这几位顾客的饮食心理是不同的。究其原因，主要是这几位顾客的饮食心理受到了不同的因素（客观条件）的影响。因此，对不同的顾客就要采取不同的服务方法。有经验的服务员对甲顾客是迅速接待，用快速、热情的接待方法，满足顾客急和饥的需要。对乙顾客则是先介绍品种，任顾客挑选或帮助顾客选择。但必须是在弄清顾客的饮食心理及特点的前提下，才能达到准确地帮助顾客的目的，绝不可以主观地对待顾客。对丙顾客则是看准对象。有经验的服务员首先要主动征求女方的意见，并把经济实惠、清淡可口的饭菜简单地介绍一下。因为女方的意愿，这时便是男方要做到的事情。对于丁类顾客是尽量当好参谋，为他们提供美食方便，使主人和客人都满意。对戊类顾客则是帮助他找好座位，并不需要帮助选择饭菜，因为这类顾客对饭店是比较熟悉的，只要服务热情、周到，基本上就能使顾客满意。

顾客的饮食心理，在他们就餐过程中的言行里是显而易见的。这些外露的心理现象，为我们研究人们的饮食心理提供了第一手材料。有经验的服务员会立即抓住这一外在的特征，然后加以分析，区别对待，才能使顾客高兴而来，满意而去。如果抓不住这一特征，千人一法，势必影响顾客的就餐情绪。用饮食服务业的行话说，就是“炸锅”，挫伤了顾客的饮食热情，这意味着什么，是不言而喻的。

（二）观察顾客的身分、性格、气质、语言、装束等来研究顾客的饮食心理。

不同民族、地域的人具有不同的饮食习惯和饮食心理。

大多数情况下，人们的服饰、语言，都能标明其所属的民族和所在的地域，从而可以观察、判断其一般的饮食习惯和饮食心理。要具备这种观察能力，必须掌握各地的风土人情、各民族的饮食特点以及方言、服装等。当然，这种观察仍然是一般的、粗线条的。具体的就是经过细心的观察对一般的人予以精细的区别，如，每一个顾客的性格特征、修养等。有经验的服务员能从络绎不绝的顾客中，把各种类型的顾客区分开来，并不是没有根据的。事实上，每个人都有自己的性格特征和饮食特点，其饮食心理也是各有所异的。因此，我们必须掌握各民族的服装、地方方言、各地的风土人情；掌握各种人的性格特征，特别是同饮食心理有关的特征；掌握具有各种行为的人们不同的饮食心理和外露的东西，从而做好服务工作，满足人们的物质和精神需要。

二、应用实践法

应用实践法，是在人们的日常活动中，对某些条件作必要的控制和改变，从而观察其变化所采用的一种方法。

这种方法，是在对一个人或几个人的基础上，对一部分人或一群人进行的观察。

例如：某家饭店便餐部，为了提高经济效益，一方面狠抓了服务质量；另一方面改变了经营方式，销售量增加了，经济效益也随之猛增。这家饭店的记录表明：

饭店便餐部早餐的豆浆，原来放入糖精，现在改用白糖，价格也随之提高，但早点的销售量反而增加了。这是为什么呢？提高价格，不但没有影响顾客的饮食心理，反而引来更多的顾客。这是因为人们讨厌糖精对人体的副作用，

这是客观的。现代科学的发现和人们对科学的认识，达到了空前的程度。白糖不仅具备糖精的甜味，而且与糖精相比具有较高的营养价值。这家饭店不仅注意了人们的饮食习惯，还注意了人们对营养的需要和对糖精的厌弃。充分利用可能的条件，满足了人们的饮食需要，自然而然地使饭店愈办愈火红。

用白糖代替了糖精，人们并没有因为价格贵而不去食用，反而愈来愈习惯了。这就说明随着生活水平的不断提高，人们的饮食心理也在不断地发生着变化。特别是在目前，人们愈来愈注重食物的营养了。上述事例说明，他们掌握了人们的饮食心理，才敢于大胆地改变早餐的品种。因此，可以说凡顺应了人们饮食心理的一般规律的饭店，不用担心没有顾客，更不用担心不会产生好的效益。有的饭店经营炒菜，以前品种单一，现在不仅品种多、质量好，而且以快速服务获得顾客的好评，加上服务态度热情，就餐人数迅速增加。

认真地研究顾客的饮食心理，合理地改变经营方式，增加品种，提高服务质量，这本身就是从满足顾客饮食心理的角度考虑的，当然要受到社会的欢迎。国外有一句流行语叫做“顾客（用户）就是皇帝”，是很有道理的。

控制一定的条件，再看顾客的饮食心理反应，并不是一件很难的事。饮食服务业如能灵活运用此法，势必会达到事半功倍的效果。

应用实践法，要求把研究和实践密切地结合起来。它既在工作之中，又在工作之外，并不影响正常的工作。所谓在工作之中，是说这是我们份内的工作；工作之外，是说我们

在做好服务工作的同时，必须加以观察和研究。应用实践法，对广义的饮食心理的研究，有着特殊的功用。

（一）研究时可以主动地创造一定的条件，引起被试验的饮食心理的变化，不必被动地等待这一心理现象的偶然发生。

（二）在观察中，按照自己的计划，改变一些条件，来观察被试者心理方面的变化和结果，精确地分析出各种心理现象产生的条件、原因和结果。

（三）研究可利用（创设）相同的条件，引起不同被试者的同一心理现象，经过精确的比较，来确定饮食心理及现象的差异。

（四）可以验证饮食店是否顺应了人们的饮食心理规律，设置地点是否合理。

三、比较法

比较法，是把不同民族、生活习惯的人，把不同年龄、性格、性别的人，从饮食心理学的角度加以比较。

例如：年轻人多喜欢食用质脆的食物，老年人多喜欢食用软稀的食物，蒙古人对牛羊肉的食用和朝鲜族人对狗肉的食用，等等，都有着明显的区别。

运用比较法，首先要掌握不同民族、不同地区、不同生活习惯、不同年龄、不同性别的人的复杂的饮食心理和现象，才能做到准确无误地比较。

四、调查统计法

在饮食心理学中，我们把人们的饮食心理、饮食习惯，