



21世纪全国高等院校旅游管理类创新型应用人才培养规划教材

旅游心理学

杨 娇 刘丽梅 主 编



突出心理学科专业知识与应用方法
融合旅游学科行业特色与前沿动态



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS



21世纪全国高等院校旅游管理类创新型应用人才培养规划教材

旅游心理学

杨 娇 刘丽梅 主 编



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内 容 简 介

旅游心理学是心理学中一门新兴的应用性学科,是将心理学原理、相关研究成果及研究方法运用到旅游业中而产生的。为使读者对旅游心理学的研究内容有一个整体的、系统的把握,本书开篇介绍了心理学及其相关学科的基本概念和理论框架,进而对旅游者消费心理、从业服务心理和企业管理心理进行了详尽阐述。本书体系完整、论述详尽,反映了本学科的最新成果和前沿动态,具有极强的实务指导性。

本书既可作为旅游管理专业本、专科学生的教材,也可作为旅游企业和相关企业高级管理人员的培训用书。

图书在版编目(CIP)数据

旅游心理学/杨娇,刘丽梅主编. —北京:北京大学出版社,2014.1

(21世纪全国高等院校旅游管理类创新型应用人才培养规划教材)

ISBN 978-7-301-23475-4

I. ①旅… II. ①杨…②刘… III. ①旅游心理学—高等学校—教材 IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 273416 号

书 名: 旅游心理学

著作责任者: 杨 娇 刘丽梅 主编

策划编辑: 刘 嵩

责任编辑: 刘 嵩

标准书号: ISBN 978-7-301-23475-4/C·0961

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn> 新浪官方微博:@北京大学出版社

电 子 信 箱: pup_6@163.com

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62750667 出版部 62754962

印 刷 者: 北京鑫海金澳胶印有限公司

经 销 者: 新华书店

787 毫米×1092 毫米 16 开本 20.5 印张 489 千字

2014 年 1 月第 1 版 2014 年 1 月第 1 次印刷

定 价: 41.00 元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话: 010-62752024 电子信箱: fd@pup.pku.edu.cn



编写人员名单

主 编 杨 娇 刘丽梅

副主编 关海波

参 编 (按照编写章节先后顺序排名)

周春生 哈斯巴根 张 薇

徐 杰 杨 存 栋 崔秀萍

前 言

随着我国市场经济体制的逐步完善和对外开放程度的不断扩大,我国经济将完全融入世界经济体系之中,而教育水平的高低又与经济的发展密切相关,因此我国教育体制变革也在不断深入。作为旅游业重要支撑基础的旅游教育事业也得到了空前发展,现已形成研究生、本科、专科(含高职)和中等职业教育4个培养层次。旅游心理学自旅游学科建立伊始,就被列为旅游管理专业的主干课程之一,在旅游教育中占据重要地位,在旅游活动中的作用也已被人们所认可。

由于国内旅游业的快速发展和国外旅游企业的不断进入,企业之间的竞争越来越激烈。旅游者队伍的不断扩大和旅游者审美水平的不断提高,对旅游企业及其从业人员提出了更高的要求。只有深入了解和准确把握旅游者的心理,有针对性地提供产品和服务,才能最终赢得旅游者的青睐。如何围绕旅游者消费心理,结合旅游从业人员服务心理,进行旅游企业管理和提供旅游产品与服务,成为当前亟待解决的问题。

本书编者在编写过程中充分考虑我国旅游业及教育的现状,广泛征集了高等院校专业师生的建议,在内容编排上设有导入案例、知识链接,力求使学生能有效理解和把握相应章节内容,增强本书的实用性。同时,本书设置了类型丰富的复习思考题,方便师生检测教学效果和知识掌握程度。

本书共分为4篇15章。第1篇(第1章、第2章)为导论,主要对心理学及相关心理学学科内容进行了介绍;第2篇(第3~9章)为消费篇——旅游者消费心理,分别从旅游知觉、旅游学习、旅游者动机、旅游者态度、旅游者情绪、旅游者人格和社会因素等不同角度阐述了各自与旅游消费之间的关系;第3篇(第10章、第11章)为服务篇——从业服务心理,主要分析了酒店服务心理和导游服务心理两方面内容;第4篇(第12~15章)为管理篇——企业管理心理,主要分析了旅游企业员工激励、旅游企业团体心理、旅游企业领导心理和旅游企业员工心理保健4个方面的内容。

本书具体编写分工如下:杨娇撰写第1章、第2章,刘丽梅撰写第3章,周春生撰写第4章及第5章的5.1、5.2节,哈斯巴根撰写第6章及第9章的9.1~9.3节,张薇撰写第7章、第8章,徐杰撰写第10章、第11章,杨存栋撰写第12章、第13章,崔秀萍撰写第14章、第15章,关海波撰写第5章的5.3节、第9章的9.4节,全书由杨娇总纂定稿。

编者在编写本书的过程中参考了国内外诸多学者的成果,在此对这些学者和专家深表谢意。同时,由于编者水平有限,如有不足和遗漏之处,敬请广大读者谅解并批评指正。

编 者

2013年6月于呼和浩特

目 录

第1篇 导论

第1章 心理学概述 3

- 1.1 心理学是一门交叉科学 4
- 1.2 心理学的研究内容 4
 - 1.2.1 心理过程 4
 - 1.2.2 心理状态 6
 - 1.2.3 个性心理 6
 - 1.2.4 心理现象 7
- 1.3 当前心理学学科发展概况 8
 - 1.3.1 当前心理学学科的研究重点 8
 - 1.3.2 当前心理学学科的发展特点 9
- 1.4 旅游心理学概述 10
 - 1.4.1 旅游心理学的研究内容 10
 - 1.4.2 旅游心理学的研究方法 11
 - 1.4.3 旅游心理学的研究意义 14

第2章 相关心理学学科 20

- 2.1 普通心理学 21
 - 2.1.1 西方现代心理学的三大流派 21
 - 2.1.2 普通心理学的研究范畴 27
 - 2.1.3 普通心理学的研究方法 27
- 2.2 社会心理学 27
 - 2.2.1 社会心理学的研究对象 27
 - 2.2.2 社会心理学的研究方法 28
- 2.3 管理心理学 30
 - 2.3.1 管理心理学的研究对象 30
 - 2.3.2 管理心理学的研究内容 30
 - 2.3.3 管理心理学的研究方法 31
- 2.4 消费心理学 32
 - 2.4.1 消费心理学的研究对象 32
 - 2.4.2 消费心理学的研究内容 33
 - 2.4.3 消费心理学的研究方法 34
- 2.5 服务心理学 36

- 2.5.1 服务心理学的研究对象 36
- 2.5.2 服务心理学的研究内容 36
- 2.5.3 服务心理学的研究意义 37
- 2.5.4 服务心理学的研究方法 37

第2篇 消费篇——旅游者消费心理

第3章 旅游者知觉与旅游消费 43

- 3.1 感觉与知觉 43
 - 3.1.1 感觉 44
 - 3.1.2 知觉 46
- 3.2 旅游活动中的感知觉 51
 - 3.2.1 影响旅游知觉的因素 51
 - 3.2.2 旅游者的风险知觉 53
 - 3.2.3 旅游中的社会知觉 55
- 3.3 旅游感知与旅游消费 58
 - 3.3.1 感觉与旅游消费 58
 - 3.3.2 知觉与旅游消费 59

第4章 旅游者学习与旅游消费 65

- 4.1 学习心理学 66
 - 4.1.1 学习使旅游者从不成熟走向成熟 67
 - 4.1.2 成熟旅游者的表现 67
 - 4.1.3 减少旅游者购买后疑惑的学习 68
- 4.2 旅游者学习的作用及途径 69
 - 4.2.1 学习对旅游者的作用 69
 - 4.2.2 旅游者的学习途径 70
- 4.3 旅游者的学习规律 72
 - 4.3.1 行为学习理论 72
 - 4.3.2 认知学习理论 73
- 4.4 旅游者学习规律的运用 74
 - 4.4.1 学习理论的基本应用 74
 - 4.4.2 行为学习理论的应用 75
 - 4.4.3 认知学习理论的运用 76

第5章 旅游者动机与旅游消费 80

- 5.1 需要与动机 81
 - 5.1.1 旅游需要 81
 - 5.1.2 旅游者的需要 87
- 5.2 旅游动机 93
 - 5.2.1 动机概述 93
 - 5.2.2 动机的功能 94
 - 5.2.3 动机的种类 94
 - 5.2.4 旅游动机的产生条件 96
 - 5.2.5 各国学者对旅游动机的分类 98
- 5.3 旅游动机的激发 101
 - 5.3.1 不断开发有特色的旅游产品 101
 - 5.3.2 旅游设施必须具有供应能力 102
 - 5.3.3 旅游业必须具备强大的组织接待能力 102
 - 5.3.4 加大宣传力度,更新促销手段 103

第6章 旅游者态度与旅游行为 107

- 6.1 态度概述 107
 - 6.1.1 态度及其组成部分 107
 - 6.1.2 态度的特征 109
 - 6.1.3 态度的作用 110
 - 6.1.4 态度的形成与转变 111
 - 6.1.5 态度与旅游行为的关系 114
- 6.2 态度与旅游决策 116
 - 6.2.1 态度与旅游决策过程 116
 - 6.2.2 旅游偏爱的形成 116
 - 6.2.3 旅游促销 118

第7章 旅游者情绪与旅游消费 122

- 7.1 情绪、情感概述 122
 - 7.1.1 情绪、情感的内涵 122
 - 7.1.2 情绪、情感的分类 124
 - 7.1.3 情绪的特征 129
 - 7.1.4 情绪、情感的作用 132
- 7.2 旅游者的情绪、情感与旅游消费 135

- 7.2.1 旅游者的情感体验 135
- 7.2.2 旅游者情绪、情感的特征 136
- 7.2.3 影响旅游者情绪、情感体验的主要因素 137
- 7.2.4 情绪、情感对旅游者其他心理及行为的影响 139
- 7.2.5 旅游者情绪、情感的调控与激发 141

第8章 旅游者人格与旅游消费 144

- 8.1 人格概述 144
 - 8.1.1 人格的概念及特征 144
 - 8.1.2 气质概述 146
 - 8.1.3 性格概述 151
- 8.2 旅游者人格与旅游消费 152
 - 8.2.1 不同气质类型旅游者的旅游活动特点 152
 - 8.2.2 不同性格类型旅游者的旅游消费特点 157
 - 8.2.3 人格结构理论与旅游消费 158

第9章 社会因素与旅游消费 166

- 9.1 社会文化与旅游消费 167
 - 9.1.1 社会文化的一般概念 167
 - 9.1.2 社会文化对旅游消费的影响 167
 - 9.1.3 亚文化对旅游消费的影响 169
- 9.2 家庭对旅游消费的影响 170
 - 9.2.1 家庭生命周期对旅游消费行为的影响 170
 - 9.2.2 家庭变化对旅游消费行为的影响 172
 - 9.2.3 家庭决策对旅游行为的影响 172
- 9.3 社会阶层与旅游消费 177
 - 9.3.1 社会阶层 177
 - 9.3.2 社会阶层对旅游消费的影响 178
- 9.4 社会群体与旅游消费 179
 - 9.4.1 社会群体 179
 - 9.4.2 社会群体的形成 180
 - 9.4.3 社会群体对旅游消费的影响 181

第3篇 服务篇——从业服务心理

第10章 酒店服务心理 187

10.1 客房服务心理 187

10.1.1 宾客对客房服务的心理
需求 187

10.1.2 客房服务心理策略 188

10.2 餐厅服务心理 190

10.2.1 宾客对餐厅服务的心理
需求 190

10.2.2 餐厅服务策略 192

10.3 前厅客房服务心理 196

10.3.1 宾客对前厅服务的心理
需求 196

10.3.2 前厅服务策略 199

第11章 导游服务心理 203

11.1 旅游者心理 203

11.1.1 旅游者的一般心理 203

11.1.2 不同特征的旅游者的心理 206

11.1.3 不同游览阶段旅游者的
心理 208

11.2 导游员的心理素质和职业要求 209

11.2.1 导游员应具备的心理素质 209

11.2.2 导游员职业要求 212

11.3 导游服务心理策略 218

11.3.1 迎客服务心理 218

11.3.2 游览服务心理 220

第4篇 管理篇——企业管理心理

第12章 旅游企业员工激励 231

12.1 激励理论概述 232

12.1.1 激励 232

12.1.2 典型的激励理论 233

12.2 旅游企业员工激励 242

12.2.1 中国旅游企业发展概况 243

12.2.2 我国旅游企业员工激励中
存在的问题 24412.2.3 旅游企业员工激励的影响
因素 24712.2.4 旅游企业员工激励的基本
原则 24812.2.5 旅游企业员工激励体系构建
方法 250

第13章 旅游企业团体心理 254

13.1 群体心理与个体行为 254

13.1.1 群体与群体心理 254

13.1.2 个体与个体心理 258

13.2 团队建设 267

13.2.1 团队概述 267

13.2.2 团队发展阶段 269

第14章 旅游企业领导心理 273

14.1 领导概述 273

14.1.1 领导的概念 273

14.1.2 领导的功能 274

14.1.3 领导者的根本任务 275

14.1.4 领导的方式 275

14.2 旅游企业领导者概述 276

14.2.1 旅游企业领导者 277

14.2.2 旅游企业领导者的素质 277

14.2.3 旅游企业领导者的影响力 278

14.3 旅游企业领导者的领导风格与领导
艺术 27914.3.1 旅游企业领导者的领导
风格 28014.3.2 旅游企业领导者的领导
艺术 28014.4 旅游企业领导者的心理素质与心理
调整 28414.4.1 旅游企业领导者的心理
素质 28414.4.2 旅游企业领导者的心理
调整 288

14.5 旅游企业领导者群体的心理结构 291

14.5.1 领导者群体的心理结构的
效能 291

14.5.2 领导者群体的心理结构 292

14.5.3 领导者群体心理的优化 293

第15章 旅游企业员工心理保健 297

15.1 旅游企业员工的心理健康 297

15.1.1 健康的含义 297

15.1.2	心理健康的标准	298	15.3.2	旅游企业员工心理疲劳的 调节	306
15.1.3	旅游企业员工心理健康的 标准	298	15.4	旅游企业员工情绪状态的自我 调节	308
15.2	旅游企业员工的挫折心理和心理 自助	299	15.4.1	对情绪状态进行自我调节的 必要性和可能性	308
15.2.1	挫折的概念	299	15.4.2	情绪状态自我调节的方法 ...	309
15.2.2	挫折产生的原因	299	15.5	旅游企业员工心理健康维护	311
15.2.3	心理挫折的容忍力	300	15.5.1	对心理疾病应有的认识 ...	311
15.2.4	挫折后的行为表现	301	15.5.2	提高心理健康水平的途径	312
15.2.5	进行积极的心理自助的 方式	302			
15.3	旅游企业员工的心理疲劳与调节 ...	303	参考文献		316
15.3.1	心理疲劳	303			

第 1 篇

导 论



第1章 心理学概述

学习目标

1. 掌握心理学的基本概念。
2. 了解心理学研究任务及发展历史。
3. 掌握旅游心理学的概念及基本内容。
4. 熟悉旅游心理学的研究方法。
5. 熟悉旅游心理学的研究意义。

导入案例

错失时机，寡不敌众^①

按计划，小林的团队应该是晚上7点整在某市游湖赏月，但路上遇到交通事故，他们到达该市的时候，已经是晚上8点半了，原来计划要坐的那班游船早就开走了。小林和地陪先把客人带到餐厅去用餐，然后把情况通知了地接社。

正当小林一边吃饭一边等着地接社的决定时，他听到客人在餐桌上就不能进行游湖的事议论开了。小林觉得客人有些议论也是正常的，就没有在意。吃完饭，小林刚刚走出餐厅，鲁太太就冲着他喊：“全陪，全陪！你过来一下。我们有话要正式地对你说。”鲁太太十分严肃地对小林说：“你知道，今天是中秋节。团圆之夜，我们不在家里待着，不远万里来到这里，为的就是游湖赏月。报名的时候，旅行社保证我们今天晚上一定能够游湖赏月。你今天必须给我们安排这个节目！”

小林刚想解释，另一个客人接着说：“你想说堵车吧？车是你们旅行社的车，走哪条路是你们定的。游船也是你们安排的，全都是你们的事！可能会遇到什么样的事，你们应该事先做好准备的。难道你们收了钱就不管了吗？凭什么要我们来承担这个后果！”

小林耐心地对客人解释：“我理解各位的心情，现在地接社也正在想办法。我们在这里要住两个晚上，今天不能游湖赏月，明天还可以去，俗话说，十五的月亮十六圆……”

“你说些什么呀！告诉你，再敢乱说，那就别怪我骂人！”说话的是团队的“头”鲁太太，“八月十五中秋节游湖赏月，过了十五，谁还去赏月？你们觉得再包租一条游船费用太高，是不是？费用太高，就不让我们今天去游湖赏月，是不是？告诉你，如果今天晚上不帶我们游湖赏月，我这里有全团的签名，我要去告你，告你们旅行社，我还要在香港报纸上把这件事登出来。你好好想想吧！你就把我的话告诉你们单位领导。”

小林还想解释，鲁太太把手一挥，说：“别说了！这是我们大家一致的意见，对不对呀？”其他客人立即附和：“对！”接着，还响起一阵掌声。

【问题】

1. 小林对于旅途出现的问题，在处理时机和方式上应如何把握比较恰当？
2. 在游览过程中，影响游览效果的因素有哪些？

^① 资料来源：阎纲．导游实操多维心理分析案例100[M]．广州：广东旅游出版社，2003．

旅游心理学是心理学中一门新兴的应用性学科,是将心理学原理、相关研究成果及研究方法运用到旅游业中而产生的。本章首先概括介绍了心理学的基本概念和理论框架,并在此基础上对旅游心理学的基本问题进行了分析和阐述,主要涉及旅游心理学的研究对象、研究方法和研究意义。

1.1 心理学是一门交叉科学

心理学是一门既古老又年轻的学科。从科学史的角度看,人类自从有文字记载起(约5 000年前),几乎所有的古老文明,就开始讨论与心理有关的问题,甚至与身心关系有关的问题。但与现代其他科学相比,只有100多年历史的心理学是很年轻的。现在国际心理学界公认科学的心理学于1879年诞生于德国的莱比锡。由于心理学科学目标的艰难和研究手段的限制,这100多年来,心理学在相当长的时间内还停留在初步的数据积累和理论探索阶段。最近20年来,随着脑成像和基因技术的发展,大批相关学科的科学进入心理学领域。而综合方法的应用,也使得心理学又进入了一个突飞猛进的阶段。

心理学研究的目标是人类意识的本质及其生物基础、机制和起源。心理学是研究意识问题的最主要的学科,即研究意识(灵魂)的科学。心理学研究的意识是相对于肉体的意识,而不是哲学意义的意识,它试图不关注意识的内容和哲学性。为强调心理学的科学性,国际心理学界又引入了一个新的词组——心理科学。

由于心理学的研究对象是人,而人必定受到环境的影响而千差万别,人类对于自身行为的理解和改善的渴望,加之行为主义,使得心理学又担负起了理解人类行为的任务。对具体的人而言,意识是由存在决定的,存在就是环境和社会,这就不可避免地要涉及人的社会属性因素。由此一来,现实中的心理学又引进了很多社会科学的内容和方法,使得心理学具有了一些社会科学的特性。因此,心理学成为一门横跨自然科学与社会科学的交叉科学。无论是从知识探究的角度,还是从社会需要的角度来看,心理学都是一门不可或缺的学科。

1.2 心理学的研究内容

心理学是研究人的心理活动及其规律的科学,它的基本任务是揭示心理活动的本质和发生、发展的规律。心理学的研究对象是人的心理现象,如感觉、知觉、记忆、思维、想象、情感、意志、气质、性格等。它们是一个多层次相互关联的复杂系统,大体包括心理过程、心理状态和个性心理3个子系统。

1.2.1 心理过程

心理过程就是心理现象的动态变化过程。心理过程按性质和功能的不同,可分为认知过程、情感过程和意志过程。

1. 认知过程

认知过程又称认识过程,指人们获得知识信息与应用知识信息的过程,也称信息加工



过程。这是人的最基本的心理过程,是为了弄清客观事物的性质和规律而产生的心理活动。人脑接受外界输入的信息,信息经过头脑的加工处理,转换成内隐的心理活动,再进而支配、影响人的行为,这个过程就是认知过程。认知过程包括感觉、知觉、记忆、思维、想象等心理现象。

感觉是人脑对直接作用于感觉器官的客观事物的个别属性的反映。任何客观事物都有许多个别属性,如颜色、声音、气味、味道、温度等。当这些个别属性直接作用于人的眼、耳、鼻、舌、皮肤等感觉器官时,就在大脑中引起相应的视觉、听觉、嗅觉、味觉、触觉等感觉。用信息加工的观点解释感觉,感觉就是信息向人脑的传递或人脑接受信息的过程。

知觉是人脑对直接作用于感觉器官的客观事物的整体的反映。在知觉过程中,人脑总是在已有经验的参与下对各种感觉信息进行加工,对事物作出解释。从信息加工的角度考察知觉,知觉是人脑对感觉信息的组织和解释过程。

记忆是人脑对经历过的事物的反映。按照信息加工理论,记忆就是人脑对所得到的信息进行编码、储存和提取的过程。人脑对经历过的事物的识记、保持、再现的过程就是记忆。记忆的主要内容是表象,表象是过去感知过的事物不在面前时在头脑中重现出来的形象。

思维是人脑对客观事物本质属性和规律性联系的概括后的间接反映。思维具有间接性和概括性两个最基本的特征。间接性是指凭借一定媒介来反映客观事物,能对没有直接作用于感觉器官的事物及其属性加以反映。概括性思维是指通过抽取同一类事物的共同特征和事物间的必然联系来反映事物。在认识过程的初级阶段,感知觉能对客观事物直接反映,反映其外部特征和外联联系。而在认识过程的高级阶段,思维则是对客观事物的间接、概括的反映,反映的是客观事物的本质特征和规律性联系。

想象是人脑对已有表象进行加工改造而形成新形象的过程,是由头脑中已有的一些表象黏合、重组而成的。

以上所描述的感觉、知觉、记忆、思维、想象等心理活动是人们用来获得知识信息与应用知识信息的过程,是人们为弄清事物性质和规律的活动,因此被称为认知过程或信息加工过程。

2. 情感过程

人在认识客观事物时,常常会伴随产生满意或不满意、喜欢或厌恶、热情或冷淡、欢欣或忧虑、高兴或烦恼、赞赏或鄙视、沉静或激动等感受和体验,这在心理学上称为情感或情绪。它是人们在认识活动中产生的各种各样的态度体验。情感在认知的基础上产生,又会对认知活动产生巨大的影响。积极的情感具有增力性,能够激发人们认识事物的积极性,使人乐观向上、锐意进取;消极的情感具有减力性,使人意志消沉,削弱人们认知和创造的热情。

3. 意志过程

人不仅能认识客观事物并产生一定的感受,而且还能根据对客观事物及其规律的认识自觉地改造世界。人能够根据自己的认识确定行动目的,拟订计划和步骤,克服困难,最终将计划付诸行动,这种自觉地确定目标并努力加以实现的心理过程就是意志过程。

意志是个体自觉地确定目标,并根据目标调节自身行动、克服困难的心理过程。它是人类特有的心理活动,是人类意识能动性的集中表现。意志对行为执行着两种功能,即激励功能和抑制功能。前者推动人去从事达到预定目的所必需的行动,后者抑制与目的不符的愿望和行动。意志的这两项功能在实际活动中是统一的。例如,利用业余时间学好外语的决心一方面推动人进行外语学习活动,另一方面又抑制那些可能干扰他学好外语的其他活动。

认知、情感、意志过程统称为心理过程,三者并不是彼此孤立的,而是相互联系、彼此制约的有机整体,是互相联系、互相促进、统一在一起的。认知、情感、意志这3方面处于动态变化中,有其发生、发展、升华的过程。情感的发生与深化、意志行动的确立与执行都以认知为基础;情感和意志又反过来影响认知活动的进行和发展。同样,情感可以激励或弱化意志行动;意志又有利于情感的丰富与升华。总之,心理过程是人的心理现象最重要的一个方面,是心理学研究对象的一个重要组成成分。

1.2.2 心理状态

心理状态是介于动态的心理过程和静态的个性心理之间的相对持续状态。其持续时间可以是几小时、几天或几个星期,它既不像心理过程那样动态、变化,也不像个性心理那样持久、稳定。它是人在一定时间内各种心理活动的综合表现。俗话说“人逢喜事精神爽”,就是指人在一段时间里,感知敏锐、记忆清晰、思维活跃、精神开朗、做事果断等表现出的各种心理振奋状态。

注意是心理活动对一定对象的指向和集中。指向性和集中性是注意的两个基本特征。指向性是在某一瞬间,人们的心理活动有选择性地朝向一定对象。集中性是心理活动停留在一定对象上的强度或紧张度。注意集中时心理活动会屏蔽一切无关事物,抑制多余活动,保证注意的清晰、完整和深刻。一方面注意总是伴随着心理活动而产生,离开了心理活动,注意就失去了内容;另一方面注意在整个心理活动中发挥着重要的作用,是整个心理活动的引导者和组织者,是一切心理活动发生的背景,能够使心理活动处于积极状态。

1.2.3 个性心理

由于每个人的先天因素、受教育程度及个人的实践经历各不相同,因此,每个人的心理过程总是带有明显的个人特征,于是就形成了个人不同的个性,并具体表现为每个人具有不同的个性倾向性、动机、兴趣、理想、信念、世界观和个性的心理特征(能力、气质和性格)。例如,个人的兴趣倾向性、兴趣的广度、兴趣的中心、兴趣的稳定性不同;个人的观察力、注意力、记忆力、想象力、思考力不同;个人的能力高低不同;在同一种情境下,个人的反应不同。此外,个人的理想和信念,个人的情感体验的深浅度、情感表现的强弱,以及克服困难的决心和毅力的大小也不相同。所有这些都是个性的不同特点。

在一定的社会历史条件下,人的个性倾向性和个性心理特征的总和统称为个性心理或人格。个性心理是一个人相对稳定、平衡的动态系统。人在认知、情感、意志过程中,会形成各种各样的比较稳定的心理特征,造成人与人之间的种种心理差异,这些比较稳定的心理差异称为个性。个性心理包括个性倾向性和个性心理特征。

1. 个性倾向性

个性倾向性是人对客观事物的稳定的态度，是从事各项活动的基本动力，规定着人的行动方向。

与个性倾向性相关联，在人们的认知、情感、意志过程中，常常表现出许多不同的心理特点，形成人们在能力或智力方面的个别差异。

在情感、情绪等心理活动方面的不同特点，就形成人们在气质方面的个别差异。气质是指心理活动的较稳定的动力特征，主要表现在心理活动的强度、速度和灵活性及指向性等方面。心理活动的强度指情绪的强弱、意志努力的程度、注意集中时间的长短及注意的转移等；心理活动的速度和灵活性指知觉的速度、思维的敏捷性和灵活性等；心理活动的指向性为心理活动是指向外部客观现实还是指向自己的内心世界。

在人们的态度和行为方式上的不同特点，就形成了人们在性格方面的个别差异。性格是人在对现实的态度和行为方式中表现出的较稳定的心理特征的总和。个体在长期的生活实践中逐渐形成对现实的各种稳定态度，并以一定的方式表现于个体的行为之中，构成个体所特有的行为方式时，其性格特征也就形成了。性格在整个个性特征中处于重要地位，具有核心意义。一个人对现实的稳定态度和行为方式总是与他的价值观、人生观、世界观相联系，具有明显的社会评价意义。在对其他个性特征的影响上，性格制约着能力发展的方向与水平，同时也掩盖或改造着人的气质。

2. 个性心理特征

人们在能力、气质和性格等方面所表现出来的这些差异，心理学统称为个性心理特征。个性心理特征是一个人身上经常表现出来的心理状态，是个体从事活动的速度、效率、方式、风格等方面表现出来的特点。

个性倾向性和个性心理特征紧密联系。个性倾向性渗透于个性心理特征中，个性心理特征反映出人的个性倾向性，两者的紧密结合体现着一个人完整的个性。个性心理是人的心理现象的另一个重要方面，也是心理学研究对象的一个重要组成成分。

1.2.4 心理现象

以上描述的人的心理现象系统就是心理学研究对象的主要内容。归纳起来，可以把人的心理现象大致分类，如图 1.1 所示。

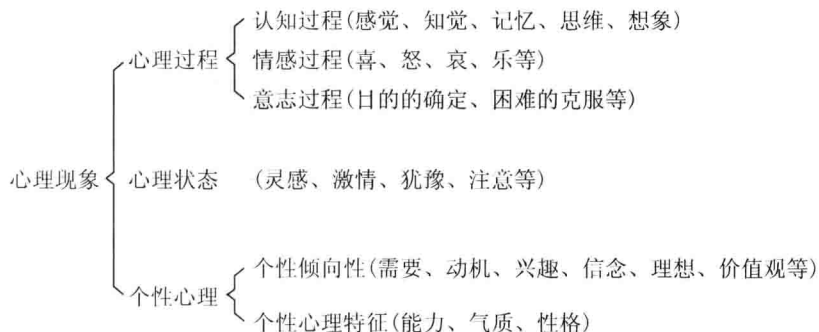


图 1.1 人的心理现象分类

心理过程、心理状态和个性心理三者是相互联系、相互影响的有机整体。个性心理是在心理过程的基础上逐渐形成和发展的，而个性心理又总是通过各种心理过程表现出来。相反，已形成的个性心理又积极地影响着心理过程，使人的心理过程打上个性的烙印。不管是心理过程，还是个性心理，它们又都是在心理状态这个背景上发生的。总之，心理过程、心理状态和个性心理的相互关系，从整体上反映着人的心理现象的共同规律和个别规律的统一。心理学就是研究人的这些心理现象，并揭示其规律的科学。

1.3 当前心理学学科发展概况

1.3.1 当前心理学学科的研究重点

意识的本质和其生物学基础仍然是心理学界最感兴趣的问题，与此相应的是，对潜意识和阈下刺激的影响的研究得到更多的重视。心理学早就明确了人的感受器官对外界特定的刺激有所反应，而刺激必须达到一定的强度，才能引起这种特异性的反应，这种刚刚能引起某一感觉器官的刺激的强度，就被认为是在阈限之上，阈限强度以下的刺激是不能引起反应的。然而现在，有越来越多的实验证据表明，阈限下的刺激确实对人的行为有所影响。这个现象与非意识(或者意识下)的状态太接近了，很多人认为这是研究意识的一个重要的途径。

行为(广义的行为，包括记忆、决策等)的脑机制是当前研究的热点。脑是心理的器官这一观点早已为学术界所接受。通过对脑损伤等方法，脑的很多部位的功能定位和脑内的信息传递，也已经有了上百年的研究。现代脑成像技术不仅使得研究者可以研究未受损伤的、正在活动的脑，而且能更精确地定位脑的功能部位和活动过程。各类功能定位的研究方法已经广泛用于心理学各个分支的研究工作，而且仍然处于上升的趋势。PsycINFO收录的心理学各分支文章数量趋势如图 1.2 所示。

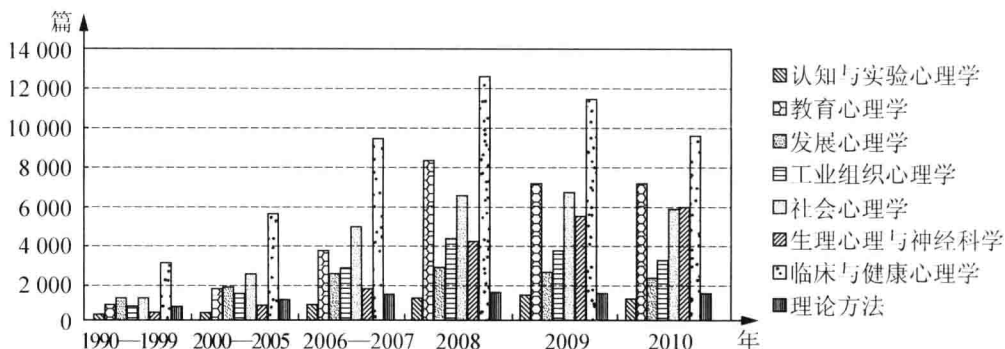


图 1.2 PsycINFO 收录的心理学各分支文章数量趋势

群体行为的生物学基础和社会学因素的影响也是当前心理学研究的前沿问题。人类心理的基因基础在有条件的国家也得到更多的重视。

健康心理学是最近 20 年心理学发展最快的领域之一。它从心理因素的致病性和心理