

教育人文书系/周栓龙主编

XIU XIAN XIN LI XUE

# 休闲心理学

汤 舜◎著

线装书局

教育人文书系/周拴龙主编

# 休闲心理学

汤 舜 著

线装书局

## 图书在版编目 (CIP) 数据

休闲心理学 / 汤舜著. —北京: 线装书局,  
2012. 1

(教育人文书系/周栓龙主编)

ISBN 978-7-5120-0505-1

I. ①休… II. ①汤… III. ①休闲娱乐—心理学—研究 IV. ①C913.3 ②B84

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 010655 号

## 休闲心理学

著 者: 汤 舜

责任编辑: 杜 语 孙嘉镇

排版设计: 秋 水

出版发行: 线装书局

地 址: 北京鼓楼西大街 41 号(100009)

电 话: 010-64045283 64041012

网 址: [www.xzhbc.com](http://www.xzhbc.com)

经 销: 新华书店

印 刷: 北京天正元印务有限公司

开 本: 880mm × 1230mm 1/32

印 张: 8.75

字 数: 215 千字

版 次: 2012 年 3 月北京第 1 版 2012 年 3 月第 1 次印刷

印 数: 1000 册

定 价: 298.00 元(全 10 册)

# 序：心理科学园地上的一朵新花

近些年来，我国的心理科学研究发展迅速，一些分支学科不断产生，诸如《旅游心理学》、《广告心理学》、《网络心理学》等。汤舜同志的新作《休闲心理学》可以说是心理科学园地上的一朵新花。作为一名心理科学工作者，我由衷地感到高兴，也乐意向大家进行介绍和推荐。

《休闲心理学》进行了跨学科的研究，建立了融休闲学和心理科学为一体的新理论体系，开拓了心理科学研究的新领域。该书有许多独到之处，反映了作者在这方面深入研究的成果。

首先，新颖性。作为一门边缘学科，休闲心理学的基本观点该如何确立和理论体系该如何建立，目前都处在探索阶段。中国作为正在崛起的大国，理应为心理科学的新发展作出自己的贡献。基于这样的认识，本书作者近几年来潜心于休闲心理的研究，初步建立起了休闲心理学的理论框架。提出了一些在心理科学体系中未曾讲述的原理和概念。如初步确立了休闲心理学的理论框架和研究内容，提出了休闲体验心理、休闲审美心理、绿色休闲心理的概念，等等。

其次，科学性。该书在以休闲心理为主线的前提下，博采众



长，整合提炼，融汇了哲学、普通心理学、社会心理学、旅游心理学、管理心理学、消费心理学等学科的基本理论和方法，吸取了调查技术、抽样技术、评价技术和数据处理等技术，创设了富有科学性的理论体系，拓展了心理科学的研究和应用领域。

第三，实用性。该书不仅从理论上揭示了休闲心理的客观规律，而且注意密切结合我国的实际，立足于阐明休闲实践中的各种问题，以使自身的理论体系建立在更为普遍的实践基础之上，因而更具有科学性和实用性。书中所穿插的一些阅读资料，也很容易吸引读者的目光。《休闲心理学》虽然是一部理论著作，但它兼具启迪思路、指导实践等应用价值，将对心理科学的发展产生积极的作用和影响。

当然，作为国内研究休闲心理学的第一本著作，犹如“摸着石头过河”，是在探索中前行的，因此不足之处在所难免。不过，我们有理由相信，随着本书的出版发行，休闲心理学这门新的学科，必将引起更多专家学者的瞩目和研究，也必将在心理学科体系中占据其应有的地位。

中国心理学会副理事长：叶浩生

2011年11月于广州

# 目 录

## CONTENTS

|                        |    |
|------------------------|----|
| 第一章 绪 论 .....          | 1  |
| 第一节 休闲心理学的研究对象 .....   | 1  |
| 一、从心理学到休闲心理学 .....     | 1  |
| 二、休闲心理学的研究对象 .....     | 4  |
| 第二节 休闲心理学的研究原则 .....   | 6  |
| 一、客观性原则 .....          | 6  |
| 二、统计学原则 .....          | 6  |
| 三、发展性原则 .....          | 7  |
| 四、保密性原则 .....          | 7  |
| 五、质的研究与定量研究相结合原则 ..... | 8  |
| 六、直觉领悟与技术分析相结合原则 ..... | 11 |
| 第三节 休闲心理学的研究方法 .....   | 12 |
| 一、观察法 .....            | 13 |
| 二、问卷法 .....            | 16 |
| 三、访谈法 .....            | 19 |



|                             |    |
|-----------------------------|----|
| 第四节 学习和研究休闲心理学的意义 .....     | 25 |
| 一、提高休闲业服务质量 .....           | 25 |
| 二、为休闲企业经营管理提供心理依据 .....     | 26 |
| 三、帮助企业开发出符合休闲者需要的休闲产品 ..... | 27 |
| 四、提高休闲从业人员的素质 .....         | 28 |
| <br>第二章 休闲与休闲者 .....        | 32 |
| 第一节 休闲概述 .....              | 32 |
| 一、休闲的定义 .....               | 32 |
| 二、休闲的本质 .....               | 35 |
| 三、休闲的基本属性 .....             | 37 |
| 四、休闲与人的发展 .....             | 39 |
| 五、失范的休闲 .....               | 44 |
| 第二节 休闲者 .....               | 49 |
| 一、休闲者的界定 .....              | 50 |
| 二、休闲者产生的条件 .....            | 50 |
| 三、休闲者的类型及特点 .....           | 52 |
| 第三节 有关休闲的重要理论 .....         | 54 |
| 一、凡勃伦的休闲理论 .....            | 55 |
| 二、自由时间：马克思的休闲思想 .....       | 59 |
| <br>第三章 主要的休闲活动 .....       | 65 |
| 第一节 娱乐 .....                | 65 |
| 一、娱乐的本质 .....               | 65 |
| 二、享乐主义的寻源与批判 .....          | 67 |
| 三、休闲与娱乐的关系 .....            | 70 |
| 第二节 游戏 .....                | 72 |
| 一、游戏概述 .....                | 72 |



|                       |     |
|-----------------------|-----|
| 二、休闲与游戏的关系 .....      | 77  |
| 第三节 旅游 .....          | 78  |
| 一、旅游及特征 .....         | 78  |
| 二、休闲与旅游的关系 .....      | 81  |
| 第四节 体育 .....          | 82  |
| 一、体育及其社会功能的转变 .....   | 82  |
| 二、休闲体育与体育的休闲化 .....   | 84  |
| 第五节 网络休闲活动 .....      | 88  |
| <br>第四章 主要的休闲产品 ..... | 102 |
| 第一节 户外运动休闲产品 .....    | 102 |
| 一、高尔夫 .....           | 102 |
| 二、攀岩 .....            | 103 |
| 三、健美运动 .....          | 104 |
| 四、露营 .....            | 105 |
| 第二节 水疗康体休闲产品 .....    | 106 |
| 一、温泉 .....            | 106 |
| 二、SPA .....           | 107 |
| 三、足疗按摩 .....          | 107 |
| 第三节 购物美食休闲产品 .....    | 108 |
| 一、购物 .....            | 108 |
| 二、休闲餐饮 .....          | 111 |
| 第四节 都市娱乐休闲产品 .....    | 113 |
| 一、主题公园 .....          | 113 |
| 二、环球嘉年华 .....         | 114 |
| 三、KTV .....           | 115 |
| 第五节 乡村体验休闲产品 .....    | 115 |
| 一、农家乐 .....           | 116 |





|                           |            |
|---------------------------|------------|
| 二、农业观光园·····              | 118        |
| 三、农业新村·····               | 118        |
| <b>第五章 休闲者的认知心理·····</b>  | <b>123</b> |
| <b>第一节 休闲者的感觉·····</b>    | <b>123</b> |
| 一、感觉及其分类·····             | 123        |
| 二、感觉的一般规律·····            | 124        |
| 三、引起感受性变化的条件·····         | 124        |
| <b>第二节 休闲者的知觉·····</b>    | <b>126</b> |
| 一、知觉及其分类·····             | 126        |
| 二、知觉的基本特征·····            | 127        |
| 三、社会知觉·····               | 128        |
| 四、影响社会知觉的因素·····          | 131        |
| 五、错觉·····                 | 134        |
| <b>第三节 休闲者的记忆·····</b>    | <b>135</b> |
| 一、记忆及其分类·····             | 135        |
| 二、休闲者记忆的一般过程·····         | 137        |
| <b>第四节 休闲者的思维·····</b>    | <b>140</b> |
| 一、思维的概念·····              | 140        |
| 二、思维的种类·····              | 141        |
| 三、休闲者的一般思维过程·····         | 142        |
| <b>第六章 休闲者的情、意心理·····</b> | <b>145</b> |
| <b>第一节 休闲者的情绪和情感·····</b> | <b>145</b> |
| 一、情绪和情感的概念分析·····         | 145        |
| 二、情绪的机体表现·····            | 147        |
| 三、休闲者情绪与情感的类型·····        | 150        |
| 四、影响休闲者情绪情感变化的主要因素·····   | 156        |



|                        |     |
|------------------------|-----|
| 第二节 休闲者的意志.....        | 157 |
| 一、意志概述.....            | 157 |
| 二、休闲者心理活动的意志过程.....    | 159 |
| <br>第七章 休闲者的需要与动机..... | 167 |
| 第一节 休闲者的需要.....        | 167 |
| 一、什么是需要.....           | 167 |
| 二、需要层次理论.....          | 169 |
| 三、休闲需要.....            | 172 |
| 第二节 休闲者的动机.....        | 174 |
| 一、动机的含义与功能.....        | 174 |
| 二、休闲动机.....            | 175 |
| 三、休闲动机的分类.....         | 176 |
| 四、休闲者的动机冲突.....        | 178 |
| 五、休闲动机的激发.....         | 180 |
| <br>第八章 态度与休闲.....     | 185 |
| 第一节 态度的一般原理.....       | 185 |
| 一、态度的涵义与构成.....        | 185 |
| 二、态度的特性.....           | 186 |
| 三、态度的形成.....           | 188 |
| 第二节 态度与休闲决策.....       | 191 |
| 一、态度与休闲偏好.....         | 191 |
| 二、影响休闲偏好的因素.....       | 192 |
| 第三节 休闲者态度的改变.....      | 193 |
| 一、影响休闲者态度改变的因素.....    | 193 |
| 二、改变休闲者态度的方法.....      | 197 |



|                   |     |
|-------------------|-----|
| 第九章 体验与休闲         | 205 |
| 第一节 体验概述          | 205 |
| 一、体验的涵义           | 205 |
| 二、体验与经验           | 206 |
| 三、体验的本质           | 207 |
| 四、体验的特点           | 209 |
| 第二节 体验的类型         | 210 |
| 一、主动体验与被动体验       | 210 |
| 二、直接体验和间接体验       | 210 |
| 三、世俗体验与审美体验       | 212 |
| 四、封闭性体验与开放性体验     | 212 |
| 第三节 体验与休闲         | 213 |
| 一、休闲体验            | 213 |
| 二、休闲体验的过程         | 214 |
| 三、休闲体验产生的条件       | 216 |
| 第四节 体验的意义         | 217 |
| 一、促使休闲者不断成长       | 217 |
| 二、催生体验经济的发展       | 217 |
| 三、体验教育可促进学生人格健全发展 | 218 |
| 第十章 休闲审美心理        | 222 |
| 第一节 审美心理概述        | 222 |
| 一、美及审美心理的相关概念     | 222 |
| 二、审美心理要素          | 225 |
| 三、休闲审美效果          | 228 |
| 第二节 休闲审美态度        | 230 |
| 一、审美态度的含义         | 230 |
| 二、审美态度的主要学说       | 231 |



|                             |            |
|-----------------------------|------------|
| 三、休闲审美态度的一般心理功能·····        | 233        |
| 四、影响休闲者审美态度的主要因素·····       | 239        |
| <b>第十一章 绿色休闲与休闲者心理·····</b> | <b>241</b> |
| 第一节 绿色休闲的兴起·····            | 241        |
| 一、可持续发展与绿色革命·····           | 241        |
| 二、绿色休闲的兴起·····              | 243        |
| 三、绿色休闲的国际公约·····            | 244        |
| 第二节 绿色休闲者的心理和行为特征·····      | 246        |
| 一、绿色休闲者的心理特点·····           | 246        |
| 二、绿色休闲者的分类·····             | 249        |
| 三、影响绿色休闲行为的因素·····          | 250        |
| 第三节 促进绿色休闲的心理策略·····        | 253        |
| 一、政府的宏观管理·····              | 253        |
| 二、企业的绿色营销管理·····            | 255        |
| <b>主要参考文献·····</b>          | <b>260</b> |



# 第一章 绪 论

## 第一节 休闲心理学的研究对象

### 一、从心理学到休闲心理学

#### (一) 心理学

在现实生活中，一提到心理学，很多人都会有一种神秘玄妙之感，比如有的人认为学了心理学就能知道别人心里想的是什么，也有人认为与学过心理学的人打交道容易吃亏等。其实，这是由于不了解心理学的研究对象和学科性质所致。那么，什么是心理学呢？

心理学是研究人的心理现象及其活动规律的科学。心理现象又称心理活动，简称心理，其包含的内容是丰富多彩的。现实社会中，人在清醒状态下几乎都在进行心理活动，如感知当前的事物、注意环境的变化、记忆发生的事情、思考不同的问题、想象未来的情景等。这些感知、注意、记忆、思维（思考）和想象等



心理活动，就是人的认知（cognition）或认识（knowing）过程。人有喜、怒、哀、惧、爱、恨、愁等态度体验，这是人的情绪和情感过程。人为了实现预定的目标而做出努力，克服困难，调节自己的言行并作用于客观现实，这就是意志过程。这三个过程简称知、情、意，是人的心理活动过程。同时，对待某个事件，不同的人会表现出不同的能力、气质、性格、兴趣和价值观等差异，这就是人的个性（personality）。人的个性既与人的先天素质有关，也与人后天的学习和经验有关。人的心理现象，主要是针对人的心理过程和个性而言的。

在各种活动中随时都可以体验到某些心理现象，只不过有的人意识到了，有的人没有意识到。例如，当休闲者走进某休闲场所时，休闲场所柔和的灯光、清新的空气、优雅的环境会使休闲者感到舒适；当服务员主动热情地将休闲者引领到座位时，休闲者就会有一种宾至如归的感觉；倘若长时间内没有服务员为休闲者服务，休闲者就会感到烦躁……

与物理现象不同，心理现象不具形体，不能直接观察到。因此，在进行心理学研究时，人们首先把注意力集中于人的外表行为上，试图通过对人的外表行为的研究来把握人的心理活动的规律。

在两千多年的发展进程中，心理学是从属于哲学的，而且研究内容也局限于人们的精神和心理问题。19世纪末，德国心理学家威廉·冯特在莱比锡大学创立了世界上第一个心理学实验室，采用科学方法对人的心理进行研究，心理学才从哲学的怀抱中走出来，成为一门独立的科学。其中最著名的现代西方心理学有三大流派。一是弗洛伊德心理学；二是以华生为代表的行为主义心理学；三是以马斯洛为代表的人本主义心理学。弗洛伊德心理学注重研究导致人心理异常的病因。他认为，在人的内心深处都隐藏着一些本能冲动，这些本能冲动如果受到压抑并长期得不



到“宣泄”，就会使人心理失常。<sup>①</sup>行为主义心理学则重视解释人的行为的一般规律，找出人的行为为什么有些不断地重复、巩固，而有些却难以巩固的根本原因。马斯洛的人本主义心理学则注重分析人的不同需求，提出了需要层次学说。自20世纪70年代以来，在人本主义心理学的发展中又兴起了一个新的心理学派别，即超个人心理学。该学派认为，人要实现自我，就必须“超越”自我，以宇宙为中心，而不是以人的需要和兴趣为中心。

这些心理学的研究对我们探寻休闲者的行为轨迹，发现休闲者行为的规律都有很高的参考价值。比如，现代社会人们的生活、工作节奏越来越快，精神压力越来越大，为此人们不断寻找宣泄的方法，用诸如旅游、度假、休闲等方式来缓解精神上的压力，把这些作为实现自我、超越自我、寻求人与自然和谐统一的途径。在这种宣泄过程中，人们的各种需要可以不断地得到满足，紧张感也才能得到缓解。

心理学的研究对象是人的心理，从人的心理固有的特征看，心理学的研究既涉及自然科学，又涉及社会科学。因此，心理学是介于自然科学和社会科学之间的中间学科。一个世纪以来，心理学研究取得了很大进展，人们对自身心理活动的规律已经有了较深入的认识。心理学在很多学科领域得到了广泛的运用，从而产生了许多分支学科，如管理心理学、教育心理学、体育心理学和休闲心理学等。

## （二）休闲心理学

休闲活动包括了休闲者和休闲从业人员的心理和行为活动，心理因素对休闲业的发展起着重要的作用。休闲活动是当今世界上发展势头最猛、速度最快、最具有活力的领域之一，高速发展

---

<sup>①</sup> 许燕主编：《人格心理学》，北京师范大学出版社2009年版，第103页。



的休闲活动也对休闲业提出了更高的要求，并引起了一些心理学家的高度重视。许多休闲业者从实践中看到了心理因素在休闲工作中的重要作用，积极探索休闲活动中各种复杂的心理现象，为发展休闲业、提高休闲服务质量提供心理学依据。在这一大背景下，休闲心理学便成为一种客观需要，作为一门研究人在休闲活动中的心理活动及其规律的学科应运而生。

## 二、休闲心理学的研究对象

休闲心理学以进行休闲活动的人（休闲者和休闲从业人员）的心理活动和行为及其规律为研究对象。这一研究领域涉及以下几项内容：

### （一）休闲者心理

休闲者是休闲活动的主体。休闲心理学运用心理学的分析方法和研究成果，着重研究休闲者在休闲活动中的心理和行为及其规律。休闲者是休闲业的服务对象，是休闲业赖以生存和发展的基础，凡从事这一行业的工作人员都有必要去了解他们，研究他们的心理。休闲心理学所揭示的种种原理可以帮助我们一般推测个别，从外表推测内心，在工作实践中不断积累经验，做到理论与实践相结合，很好的研究并掌握休闲者的心理特点。

### （二）休闲服务心理

休闲服务实质上是休闲服务人员通过与休闲者打交道，以帮助休闲者获得美好经历的过程。众所周知，在服务工作中，要想使客人有好的经历、好的体验和好的感受并不是一件简单的事，它需要迎合休闲者心理，满足休闲者的需要。休闲服务心理就是要在了解休闲者的心理特点的基础上，有针对性地提供相应的服务，在很多时候，甚至要提供一些个性化的、专门的服务。如果不了解休闲者的心理就进行休闲服务则是缺乏理性的，它无异于





“盲人瞎骑马”，撞到哪儿是哪儿，这样是不会取得好的效果的。

### （三）休闲企业员工心理

休闲心理学虽不专门研究管理，但它的研究内容涉及管理。管理者的心理品质如何、管理工作怎样更符合休闲者需要等一系列管理工作中的心理学问题，都是休闲心理学研究的对象。

休闲心理学的研究对象也包括员工心理，应根据休闲心理学的需要和特殊性，把管理心理学和工程心理学以及其他心理学学科的相关内容选择地运用于休闲企业中来，为休闲企业的管理提供理论指导。

休闲企业经营的成败取决于它的管理和服务。由于休闲业的特殊性，很多工作要靠员工与客人打交道来完成。正如现在人们常说一句话：“顾客是上帝”，其含义无非是服务人员要尊重顾客，永远把顾客放在第一位。这句话说起来容易，而要使每一个员工都做到这一点却并不是一件简单的事。针对这种情况有人提出了“员工是第一位”的管理思想。作为管理者为了达到使顾客变成“上帝”这一目标，首先他要把员工放在第一位，尊重员工，善待员工，充分调动员工的积极性，科学地使用员工，使员工愉快、主动、创造性地做好服务工作，从而达到组织的目标。而这一切必须以了解员工的心理为前提。所以了解休闲企业员工心理，在实施管理行为时做到知己知彼、有的放矢，就成为管理成败的关键。

总而言之，休闲心理学是一门新兴的应用学科，是心理学的一个分支。它是把心理学的研究成果和一般原理运用到休闲领域而形成的一门新学科。它是应社会发展和休闲学科发展的需要而产生的，在心理学科丛中占有重要的地位。休闲心理学的研究对象是休闲活动中人的心理活动和行为规律，我们研究它，是为了在把握相关原理和规律的基础上，顺应社会发展的潮流，把休闲服务和休闲管理工作做得更好。