

旅游高等职业教育

专业基础课教材

国家旅游局人事劳动教育司指定用书

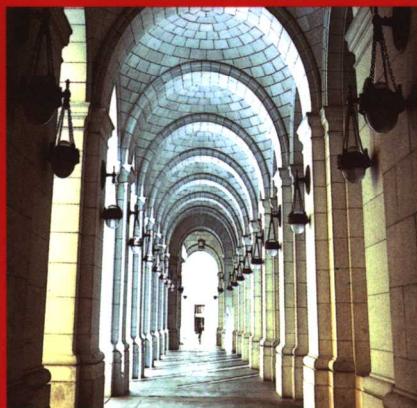


TOURISM

# 旅游心理学

L U Y O U X I N L I X U E

PSYCHOLOGY



吴正平 阎纲 / 编著

Lüyou xīnlǐ xué

旅游教育出版社

# 旅游心理学

第 2 版



旅游心理学(第2版)

F190-43  
W55-1

旅游高等职业教育专业基础课教材  
国家旅游局人事劳动教育司指定用书

# 旅游心理学

吴正平 编著  
阎 纲

LÜ YOU  
XIN LI  
XUE

旅游教育出版社  
· 北 京 ·

TOURISM

H1104/03

责任编辑:杨晓娟 张毅

图书在版编目(CIP)数据

旅游心理学/吴正平,阎纲编著. -北京:旅游教育出版社,2003.1

(旅游高等职业教育系列教材)

ISBN 7-5637-1094-9

I. 旅… II. ①吴… ②阎… III. 旅游心理学-高等学校:技术学校-教材  
IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 091543 号

旅游高等职业教育专业基础课教材  
国家旅游局人事劳动教育司指定用书

旅游心理学

吴正平 阎纲 编著

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
E-mail	tepx @ fm 365. com
印刷单位	河北省三河市文化局灵山红旗印刷厂
经销单位	新华书店
开 本	787×960 1/16
印 张	15.25
字 数	230 千字
版 次	2003 年 1 月第 1 版
印 次	2003 年 1 月第 1 次印刷
印 数	5 000 册
定 价	21.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

# 出版说明

为配合职业教育体制改革,受国家旅游局人事劳动教育司委托,我社组织业内专家,根据高职教育要求和行业特点,精心编写出版了这套系列教材。该教材充分注意高职教育特点,既有一定理论深度,又注重学生职业能力的提高,既高于同类中专教材,又有别于本科教材,符合旅游高职教学要求和人才培养目标。

为进一步丰富和完善图书品种,我社又开发了旅行社专业、导游专业和景区景点管理专业等旅游高职教材新品种。新增教材在充分听取广大读者意见基础上,根据国家最新职业教育改革精神,征求了教育部旅游职业教育教学指导委员会有关专家委员的意见,并由业内专家杜江主持,确定了编写原则和编写方案。

本书系新增教材之一,秉承修订版教材的编写风格,设有课前导读、教学目标、案例分析、本章小结等模块,旨在教师和学生之间搭建一个互动的平台,使教师能够更好地和学生沟通。文中示例、公式及学习要点一律突出显示,目的是让读者花最少的时间掌握最有用的信息。新增教材在编排上主要具有以下显著特征:

**引用最新资料。**根据旅游业发展动态,新增教材全部引用最新教材和数据,能充分反映业内最新发展和研究成果。

**专家编写权威把关。**本教材所选作者均为业内专家,旅游教学及企业管理经验丰富,能将“学”“用”矛盾很好地统一起来,经业内权威专家把关和专业编辑审读加工,确保了教材的权威性和专业性。我们深信:只有专业的,才是最好的!

**贴近教学的全新编排。**设课前导读、拟教学目标、补案例分析、增思考与练习,以帮助教师更好地与学生沟通,使学生尽快消化所学知识。

作为全国唯一的旅游教育专业出版社,我们具有丰富的旅游教育专业教材的编辑出版经验和庞大的专业作者队伍,有责任把最专业、最权威的教材奉献给广大读者。我们想借这套新版高职教材的出版、面市之机,探索一种全新的教材编写模式,把一本本赏心悦目、专业实用的教材奉献给大家,使其真正成为您的贴心朋友。

旅游教育出版社

2003.1

— 1 —

# 前言

20世纪80年代中期,浙江教育出版社出版了一本《旅游心理学》,南开大学出版社也出版了一本《旅游心理学》,这两本书都是美国学者所著的《闲暇旅行心理学》(The Psychology of Leisure Travel)一书的中译本。进入90年代,我们听说台湾扬智文化事业股份有限公司出版了“第一本关于旅游心理学的著作”,拿到手一看,原来也是那本《闲暇旅行心理学》的中译本。

《闲暇旅行心理学》一书的作者,小爱德华·J·梅奥和兰斯·P·贾维斯两位博士认为,应该把旅游者当作“个人旅游行为的决策者”来加以研究。他们在书中写道:“旅游行为是一种特殊形式的消费行为。这里提到的一些因素已公认是对这类行为产生影响的主要因素。这些因素中的每一种因素,即知觉、学习、人格、动机、态度和群体影响,各为本书中一章的标题。”

《闲暇旅行心理学》这本书有许多很有价值的内容,但从严格的意义上说,它还不能算是一本“旅游心理学著作”,它基本上是“消费者行为学在旅游业中的应用”。

可喜的是,二十年来,国内的旅游大专院校、旅游中专以及“职高”和“高职”的旅游专业,普遍地开设了“旅游心理学”这门课,旅游行业的各种培训班上一般也都有“旅游心理学”的课程或专题讲座。许多专家学者为建立“旅游心理学”这一新的学科付出了辛勤的劳动,正式出版的“旅游心理学”教材也已有数十种之多。然而,“旅游心理学”这一新学科的基本框架是什么?“旅游心理学”这门课究竟应该讲些什么?至今仍无定论。

似乎大家都同意“旅游心理学”应该是“心理学在旅游业中的应用”,但是,具体到用“什么样的心理学”来解决旅游业中的问题,以及用心理学来解决“旅游业中哪些方面的问题”,就不免仁者见仁,智者见智了。

本书编著者之一吴正平,为北京旅游学会理事,中国旅游学院心理学课程主讲教授;于1989年发表《旅游工作者处理客我关系的“双胜原则”》一文,十年后又发表《从“双胜原则”到“双胜八法”》一文;著有《旅游业心理学》(山东友谊书社,1987)、《实用服务心理学——客我双满意的奥秘》(中国旅游出版社,1990)、《旅游心理学教程》(旅游教育出版社,1994)、《现代饭店人际关系学》(与邹统钜合作,广

东旅游出版社,1996)等;长期从事旅游行业的培训工作,曾参加中级导游考试考前培训教材的编写工作和第三届特级导游员的评审工作。

本书的另一位编著者阎纲,在“旅游第一线”工作二十余年,坚持不懈地进行着“把心理学用于旅游业”的理论思考和实践尝试,并长期从事旅游行业的培训工作;除总结自身的实践经验之外,还对许多旅游者和旅游工作者进行过调查和采访;于20世纪80年代末和90年代初,在《旅游学刊》发表有关“旅游团队特殊群体现象”的论文多篇,著有《转换视角看导游——100个案例的多维心理分析》(广东旅游出版社,2002)等。

本书是按照“以问题为中心”的原则来编写的。编著者所考虑的第二个问题不是“要向使用这本书的同学传授哪些心理学知识”,而是“同学们在以后的工作中会遇到哪些需要用心理学知识来解决的问题”。本书的《服务篇》约占全书篇幅的一半,其中包括如何运用心理学知识去实现优质的酒店服务和导游服务,以及如何运用心理学知识去处理旅游服务工作中的各种人际难题。本书的《管理篇》讲了如何适应“从普通员工到管理者”的转变,以及如何运用心理学知识去做好旅游企业的基层管理工作,最后还讲了有关旅游工作者心理健康的问题。《服务篇》和《管理篇》之前的《入门篇》并不是一般意义上的“心理学入门”。这一部分的内容主要是讲“如何从心理学角度看问题”,包括如何从心理学角度看人的心理和行为,如何从心理学角度看社会交往,如何从心理学角度看旅游和旅游工作,以及如何从心理学角度看旅游团队。

本书的正文,由“要点”、“对要点的阐释”、“案例”和“参考资料”四个部分组成。为便于阅读,要点用的是黑体字,对要点的阐释用的是宋体字,案例用的是仿宋体字,参考资料用的是楷体字。此外,在每一章的开头有“课前导读”和“教学目标”,在每一章的结尾有“本章小结”和“复习与思考”。

全书共有14章,41节,188个要点。各章节的要点多少不等。一节中最多的有9个要点,最少的只有3个要点;一章中最多的有28个要点,最少的只有7个要点。我们的想法是:要求同学们把各章节所有的内容全都准确无误地记住是不实际的,但是,准确地记住各章节的要点是有必要的,也是完全可能的。希望同学们不要一听说“要记住”就以为是要“死记硬背”。实际上,即使是“死记硬背”也未必都是坏事。应该说,以前我们对中国传统教育中所谓“死记硬背”的批判是有一些偏颇的。经验证明,趁着年轻、学习积极性高、记忆力好的时候,把有用的东西多记一点在脑子里是大有好处的。即使现在还不能完全理解,只要还记在脑子里,就一定会在以后的学习和工作实践中加深理解的。

除了在对要点的阐释中有举例说明之外,书中还为同学们提供了60个大小不

等的案例。要提请同学们注意的是：许多案例不仅能在某一方面给我们以启示(如书中所指出的那样)，而且能在其他的方面给我们以启示。希望同学们能经常在学完了后面的章节之后，再回过头来重新分析前面的那些案例。

书中的参考资料是作为“非必读”的内容来撰写的，这些参考资料有的对书中的要点作了更带理论性的阐释，有的为进一步的学习和研究提供了线索。是否需要把某些参考资料列入“必读”的范围，由任课老师来定。

本书有一个很重要的案例是根据骆剑双先生的文章改写的，特在此向骆先生深表谢意！

多年以来，许多朋友无私地向我们介绍了他们在旅游服务工作和旅游企业管理工作中极为宝贵的经验教训，许多朋友让我们分享他们学习和研究心理学的心得体会。这本书虽然出自我们的笔下，但也有朋友们的心血渗透其中。让我们在这里，对这许许多多的朋友们表示深深的思念与感激之情！

我们恳切地希望使用这本书的老师和同学们能对这本书提出批评和改进的意见。来信可请本书的责任编辑杨晓娟女士转交。在这里，我们也向杨晓娟女士为本书的出版所付出的辛劳表示诚挚的谢意！



# 目 录

## 入 门 篇

<b>第 1 章 从心理学角度看人的心理和行为</b> .....	( 1 )
课前导读 .....	( 1 )
教学目标 .....	( 1 )
第一节 人与环境之间的相互作用 .....	( 1 )
第二节 人的心理对行为的驱动和调控 .....	( 4 )
第三节 人的意识和潜意识 .....	( 8 )
本章小结 .....	( 13 )
复习与思考 .....	( 13 )
<b>第 2 章 从心理学角度看社会交往</b> .....	( 14 )
课前导读 .....	( 14 )
教学目标 .....	( 14 )
第一节 社会交往中的人际认知 .....	( 14 )
第二节 社会交往的两个层面 .....	( 17 )
第三节 交往中的人和人所扮演的角色 .....	( 21 )
第四节 交往中的因果环与第三者 .....	( 23 )
本章小结 .....	( 27 )
复习与思考 .....	( 27 )
<b>第 3 章 从心理学角度看旅游和旅游工作</b> .....	( 28 )
课前导读 .....	( 28 )
教学目标 .....	( 28 )
第一节 第一现实和第二现实 .....	( 28 )
第二节 旅游者的三求心理 .....	( 30 )
第三节 旅游环境中的社会交往 .....	( 36 )

本章小结·····	(42)
复习与思考·····	(42)
<b>第4章 从心理学角度看旅游团队</b> ·····	(43)
课前导读·····	(43)
教学目标·····	(43)
第一节 旅游团队是一个特殊的群体·····	(43)
第二节 旅游团队的中心人物·····	(46)
第三节 旅游团队的骚动·····	(49)
第四节 旅游团队中的亚群体对抗·····	(51)
本章小结·····	(53)
复习与思考·····	(53)

## 服 务 篇

<b>第5章 酒店服务中的功能服务与心理服务</b> ·····	(54)
课前导读·····	(54)
教学目标·····	(54)
第一节 以双重服务、优质服务赢得客人满意·····	(54)
第二节 调整好自己的情绪状态·····	(64)
第三节 用好有声语言和无声语言·····	(68)
第四节 做客人的一面好镜子·····	(73)
本章小结·····	(77)
复习与思考·····	(78)
<b>第6章 酒店服务中的一视同仁与特别关照</b> ·····	(79)
课前导读·····	(79)
教学目标·····	(79)
第一节 服务的必要因素与魅力因素·····	(79)
第二节 坚持一视同仁,体现特别关照·····	(86)
本章小结·····	(94)
复习与思考·····	(94)
<b>第7章 正确对待服务中的缺陷与是非</b> ·····	(95)
课前导读·····	(95)
教学目标·····	(95)

第一节 零缺陷观念与补救性服务 .....	(95)
第二节 服务中的是非问题 .....	(104)
本章小结 .....	(110)
复习与思考 .....	(110)
<b>第8章 导游工作中的人际难题与对策</b> .....	(111)
课前导读 .....	(111)
教学目标 .....	(111)
第一节 透视人际难题,找出症结所在 .....	(112)
第二节 分两步作出反应,变不讲理为讲理 .....	(128)
第三节 树立良好的个人形象和旅游专家形象 .....	(136)
第四节 运用调控技巧,做好劝导工作 .....	(142)
本章小结 .....	(151)
复习与思考 .....	(151)
<b>第9章 导游员对旅游团队的调控</b> .....	(153)
课前导读 .....	(153)
教学目标 .....	(153)
第一节 导游员与旅游团队的中心人物 .....	(153)
第二节 导游员与旅游团队的骚动 .....	(160)
第三节 导游员与旅游团队中的亚群体对抗 .....	(167)
本章小结 .....	(173)
复习与思考 .....	(174)

## 管 理 篇

<b>第10章 从实际出发,逐步提高管理水平</b> .....	(175)
课前导读 .....	(175)
教学目标 .....	(175)
第一节 从普通员工到管理者 .....	(175)
第二节 从依从到认同,从认同到内化 .....	(179)
本章小结 .....	(181)
复习与思考 .....	(181)
<b>第11章 实行严与爱相结合的管理</b> .....	(182)
课前导读 .....	(182)

教学目标 .....	(182)
第一节 旅游企业需要什么样的管理 .....	(182)
第二节 严格的要求与对员工的关心相结合 .....	(187)
第三节 严肃的评价与对员工的理解相结合 .....	(190)
第四节 严明的赏罚与对员工的尊重相结合 .....	(192)
本章小结 .....	(197)
复习与思考 .....	(198)
<b>第 12 章 员工的核心需要与公平感 .....</b>	<b>(199)</b>
课前导读 .....	(199)
教学目标 .....	(199)
第一节 员工的核心需要 .....	(199)
第二节 员工的公平感 .....	(203)
本章小结 .....	(205)
复习与思考 .....	(205)
<b>第 13 章 勇于创新与集思广益 .....</b>	<b>(207)</b>
课前导读 .....	(207)
教学目标 .....	(207)
第一节 团队的进取精神与凝聚力 .....	(207)
第二节 正确对待意见分歧,善于集思广益 .....	(210)
本章小结 .....	(214)
复习与思考 .....	(214)
<b>第 14 章 心理保健与自我调节 .....</b>	<b>(215)</b>
课前导读 .....	(215)
教学目标 .....	(215)
第一节 心理支持与心理自助 .....	(215)
第二节 情绪状态的自我调节 .....	(222)
本章小结 .....	(233)
复习与思考 .....	(233)

# 入门篇

## 第1章

### 从心理学角度看人的心理和行为

#### 课前导读

学习本书的《入门篇》，主要是学习“如何从心理学角度看问题”。本章是《入门篇》的第一章，其内容是讲如何从心理学角度来看“人的心理和行为”。需要注意的是：当我们从心理学角度来看人的心理和行为时，重点不在于“如何评价”人的心理和行为，而在于“如何解释”人的心理和行为。能够正确地去解释人的心理和行为，才有可能有效地去影响人的心理和行为。

希望同学们从第一章的学习开始，不仅注重知识的掌握，而且注重能力提高。这里所说的能力，主要是指在所要研究的各种对象之间“找联系，找区别”和“在联系中找区别，在区别中找联系”的能力。

#### 教学目标

- 理解心理学家如何在人与环境的相互作用中研究人的心理和行为
- 懂得环境因素如何作为“前因”与“后果”来影响人的行为
- 懂得人的心理如何对人的行为起“驱动”和“调控”作用
- 懂得人的心理有“意识”与“潜意识”之分
- 了解“潜意识”的构成及其特点

#### 第一节 人与环境之间的相互作用

一些人以为，学习心理学就是为了能知道别人“心里是怎么想的”。这种想法

不能说不,因为心理学家的确要研究人们“心里是怎么想的”,但是,心理学家不能离开人们的所作所为和人们所处的环境,孤立地来研究人们“心里是怎么想的”。心理学家是在人与环境的相互作用中来研究人的心理和行为的。

**本节要点之一:**心理学家在人与环境的相互作用中来研究人的心理和行为。一些心理学家把环境对人的作用称为“刺激”,而把人对环境的反作用称为“反应”。如果说人的行为是“对刺激的反应”,那么,人的心理就是“刺激”和“反应”之间的一个“中介”。

举例来说,你在校园的布告栏中看到一张海报,海报上说:“本星期四下午有一个心理学讲座,地点是在阶梯教室”,这张海报就是环境给你的一个“刺激”。到了星期四下午,你准时到阶梯教室去听心理学讲座,这就是你对“刺激”作出的“反应”。

如果有人问你为什么要到阶梯教室去听讲座,你可能会说,这是因为你前两天看到了有心理学讲座的海报;但实际上,使你走到阶梯教室去听讲座的直接原因并不是那张海报,而是你看了那张海报以后,在脑子里产生的那些“想法”(比如,“啊,太好了,我正想多学点心理学呢!”)。产生这些想法就是你的“心理活动”。它发生在“刺激”和“反应”之间,是“刺激”和“反应”的“中介”。

看了那张海报,你就一定会准时去听那个讲座吗?不一定。也许在看了那张海报以后你会这样想:“星期四下午有心理学讲座,可是星期五就要考英语,如果我去听讲座,就不能用这段时间来复习英语了,怎么办?算了,还是复习英语吧!”如果你这样想,你的“反应”就是不去听讲座,仍按原定计划复习英语。由此可见,人对“刺激”的“反应”固然与“刺激”有关,但并不是由“刺激”直接决定的,而是作为“中介”的心理活动,在“刺激”和“反应”之间起着非常重要的作用。

现代心理学中有一个流派叫“行为主义心理学”。行为主义心理学家认为,科学研究应该从对研究对象的观察开始,但是人的心理是无法观察的,所以心理学研究的对象不应该是人的“心理”,而应该是人的“行为”。他们的观点受到许多人的批评,但我们不能因此就否定他们对心理学所作的贡献。在“控制论”产生以后,有人认为行为主义心理学家实际上是在用“控制论”的“黑箱方法”研究人的心理。如果说人的心理是一个无法打开的“黑箱”,那就只能通过它的“输入”和“输出”(也就是“刺激”和“反应”)去进行研究。

**本节要点之二:**人并不总是被动地等着环境来“刺激”自己的,人会主动地作用于环境。实际上,环境对人的“刺激”往往是由人的行为所引起的。这就是说,“刺

激”可以是“反应”的前因,也可以是“反应”的后果。

一些心理学家把人的行为分为“应答性行为”和“操作性行为”,“应答性行为”是“被动”的,而“操作性行为”是“主动”的。

例如:你开车快到十字路口的时候,看见红灯亮了,于是你就赶紧刹车——这就是一种“应答性行为”。晚上你回到家里,伸手把墙上的电钮一按,于是你看见房顶上的吊灯亮了,如果你不按电钮,吊灯就不会亮——在这里,你伸手去按电钮就是一种“操作性行为”。

在前一个例子里,红灯亮,给了你一个“刺激”,这个“刺激”是你刹车的“前因”;在后一个例子里,房顶上的吊灯亮,也给了你一个“刺激”,但这个“刺激”不是你按电钮的“前因”,而是你按电钮的“后果”。

**本节要点之三:**环境因素既可以作为“前因”来影响人的行为,也可以作为“后果”来影响人的行为。人的某种行为是否会出现,受其“前因”的影响;而这种行为是否会重复出现,则要受其“后果”的影响。

说人的行为受“前因”的影响,这很好理解;说人的行为受“后果”的影响,这就有点不好理解了。按时间顺序来说,肯定是先有某种行为,然后才会有这种行为的后果;当后果出现的时候,行为已经成为“过去”。已经成为“过去”的行为怎么还会受到影响呢?答案是:说“行为受其后果的影响”,这不是说它能影响行为“是否出现”,而是说它能影响行为“是否重复出现”。

举一个很简单的例子来说,因为你闻到了炸鸡的香味,所以你就跑过去吃炸鸡;如果你没有闻到炸鸡的香味,你就不会去吃炸鸡——在这里,炸鸡的香味是环境给你的一种“刺激”,是你跑过去吃炸鸡这一行为的“前因”。你吃了以后,可能有两种后果:一种是炸鸡的肉质很好,你觉得很好吃;另一种是肉质“不怎么样”,虽然闻起来香,但是并不好吃。不管它肉质好还是不好,你都已经吃了。但是,你以后还会不会吃呢?那就要看它“好吃不好吃”了。如果你觉得很好吃,那你以后还会吃;如果你觉得其实并不好吃,你以后就不会再吃了。“行为的后果能影响行为是否重复出现”说的就是这个意思。

行为主义心理学的创立者沃森的研究模式是“S-R(刺激-反应)”,他主要是研究某种行为“是否会出现”;而新行为主义心理学家斯金纳的研究模式是“R-S(反应-刺激)”,他主要是研究某种行为“是否会重复出现”。

**本节要点之四:**心理学家曾提出一个“行为公式”,这个公式是  $B=f(P \cdot E)$ ,公式中的B代表行为,P代表人,E代表环境,f的意思是函数。公式的含义是:行为

是人和环境的函数,它会随着人的变化而变化,也会随着环境的变化而变化。

“行为公式”是由心理学家库尔特·勒温提出来的,他用这个公式来表示:人(P)、人所处的环境(E)和人的行为(B)都是可以改变的“变量”。这三种“变量”之间存在着一种规律性,这就是B会随着P的改变而改变,也会随着E的改变而改变。换句话说,B是“因变量”,而P和E是“自变量”。

“行为公式”告诉我们,对人的行为要从两个方面去找原因。一方面,要从行为者所处的环境中去找原因,看看环境给了他什么样的“刺激”,包括作为“前因”的刺激和作为“后果”的刺激。另一方面,要从行为者自身来找原因,看行为者是一个什么样的人,他有什么样的想法,处于什么样的状态等等。

“行为公式”还告诉我们,当行为者不变时,其行为会随着环境的改变而改变;当环境不变时,行为也会随着行为者的改变而改变。

“行为公式”看起来很简单,却为我们解释人的行为和对人的行为施加影响提供了一条清晰的思路。

## 第二节 人的心理对行为的驱动和调控

谁都知道人的行为不仅受环境的影响,而且受人的心理的支配,但是,人的心理怎样支配着人的行为呢?这就不是谁都能说得清楚的了。现在,就让我们从“驱动”和“调控”这两个方面,来看一看人的心理如何支配着人的行为。

**本节要点之一:人的行为既受环境的影响,又受人的心理的支配。人的心理对人的行为起“驱动作用”和“调控作用”。“调控作用”包括“导向作用”和“制动作用”。**

如果把人的行为比作一辆汽车的行驶,那么,驾驶员踩油门,就好像是人的心理对人的行为起“驱动作用”;驾驶员转动方向盘,就好像是人的心理对人的行为起“导向作用”;驾驶员踩刹车,就好像是人的心理对人的行为起“制动作用”。当然,这样来打比方,只能对人的心理所起的作用作一个非常粗浅的说明。不过,就打这样一个非常简单的比方,也能启发我们思考一些非常重要的问题。比如;如果一位驾驶员不能很好地驾驶他的汽车,那就不仅不能迅速地到达目的地,而且还有可能出车祸;如果一个人不能很好地发挥他的心理对行为的调控作用,那又会怎样呢?

汽车的能源是汽油,人的行为的“能源”则是人的需要。假如一个人什么需要也没有,他就什么事情也不会做了。当然,实际上不可能是这样的。每一个活着的人都有其尚未满足的需要,而这也就是他的行为的“能源”。



应该说,一个人要满足自己的需要是没有错的,问题是他选择什么样的对象和方式来满足自己的需要。换一种说法,人的心理对人的行为起“驱动作用”是没有错的(这就好比要让汽车跑起来,就一定要踩油门一样),问题在于人的心理能不能对人的行为起到应有的“导向作用”和“制动作用”。起“导向作用”(好比转动方向盘),就是要选择恰当的对象和方式来满足自己的需要;起“制动作用”(好比踩刹车),就是不该做的事坚决不做。

**本节要点之二:人的需要是人的行为动力的源泉。关于人的需要有多种学说。心理学家马斯洛认为,人的需要是一个“分层次的结构”,按从低到高的顺序,人有生理需要、安全需要、归属和爱的需要、尊重的需要和自我实现的需要。“自我实现”,是指通过发挥自己的潜能来实现自己的人生价值。**

马斯洛是人本主义心理学最杰出的代表人物之一。人本主义心理学出现在弗洛伊德心理学和行为主义心理学之后,被称为西方现代心理学中的“第三思潮”。弗洛伊德在解释人的行为时,把人的一切行为的原动力都归结为人与动物所共有的“本能冲动”。一些行为主义心理学家则认为,就行为与其“前因”、“后果”的关系而言,人的行为与动物的行为并无根本的区别。针对弗洛伊德和一些行为主义心理学家的观点,人本主义心理学家提出一个响亮的口号:要把人真正当作人来研究!

马斯洛指出,如果一个人所有的需要都还没有得到满足,那么,他首先要满足他的生理需要。这一点无须多说——不吃饭就会饿死,即使饿不死,也没有力气干别的事了,所以,首先要满足的是吃饭、喝水这一类生理需要。但是,吃了上顿没下顿也不行,一定要让自己的生活有保障。这就是说,人不仅要满足生理需要,而且要满足安全需要。基本上满足了安全需要之后,还要满足归属和爱的需要,也就是要有所归属,要有人来关心和爱护自己。归属和爱的需要得到满足以后,还要满足尊重的需要,也就是要得到别人对自己的尊重和自己对自己的尊重。在所有这些需要都基本上得到满足之后,人还是会感到“不满足”,因为人还有更高层次的需要,即“自我实现”的需要。

马斯洛所说的“自我实现”,是指通过发挥自己的潜能来实现自己的人生价值。马斯洛认为,人最宝贵的潜能是爱的潜能和创造的潜能,“自我实现”就是要把爱的潜能和创造的潜能变成现实的爱的能力和创造的能力。

马斯洛把生理需要、安全需要、归属和爱的需要、尊重的需要称为“缺失性需要”,把自我实现的需要称为“成长性需要”。如果说“缺失性需要”还能通过“索取”来满足,“成长性需要”就只能通过“奉献”而得到满足。马斯洛在谈到“如何走向自