

CRUISE

SERVICE PSYCHOLOGY

态度 理念 策略

邮轮服务心理

张蕊 龙京红 主编



中国旅游出版社

CRUISE
SERVICE PSYCHOLOGY

邮轮 服务心理

张蕊
龙京红 主编

中国旅游出版社

项目统筹：付 蓉
责任编辑：张珊珊
责任印制：冯冬青
封面设计：中文天地

图书在版编目 (CIP) 数据

邮轮服务心理 / 张蕊, 龙京红主编. --北京: 中国旅游出版社, 2015.6

ISBN 978 - 7 - 5032 - 5338 - 6

I. ①邮… II. ①张… ②龙… III. ①旅游船—旅游服务—商业心理学 IV. ①F590.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 105608 号

书 名：邮轮服务心理

作 者：张蕊 龙京红

出版发行：中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲9号 邮编：100005)

<http://www.cttp.net.cn> E-mail: cttp@enta.gov.cn

发行部电话：010 - 85166503

排 版：北京旅教文化传播有限公司

经 销：全国各地新华书店

印 刷：三河市灵山红旗印刷厂

版 次：2015年6月第1版 2015年6月第1次印刷

开 本：720毫米×1092毫米 1/16

印 张：10.25

字 数：196千

定 价：27.00元

I S B N 978 - 7 - 5032 - 5338 - 6

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与发行部联系调换

前 言

随着现代邮轮业的快速发展,邮轮游客的综合素质普遍提高,对邮轮从业人员的要求也随之提高,因而提高心理服务的质量成为邮轮业发展的必然要求。本书以系统性、实用性和针对性为目标,分为三部分共九章,每章分别由导入案例、章节内容、小贴士、案例分析、情景扮演和思考与练习题等组成。第一部分为邮轮服务心理概述,即第一章内容;第二部分为邮轮游客心理,包括第二、三、四、五、六、七章内容,分别从邮轮的不同部门出发研究邮轮游客的心理;第三部分为邮轮员工心理和邮轮企业管理心理,包括第八、九章内容。每章在开场处均以典型案例导入授课内容,在每章的结尾处准备了思考与练习题,以备教师进行应用互动教学之用,达到实践—理论—再实践的教学效果。

本教材的编写坚持以就业为导向,以职业能力为本位,以大量的实例研究为载体,揭示了邮轮旅游者和邮轮旅游从业人员的心理活动及其规律,因此在编写过程中兼顾心理学和邮轮旅游的内容,以邮轮上的各个部门为基础,让学生清楚地了解邮轮服务心理,不仅突出对学生心理素质的培养,而且突出对学生把握邮轮游客心理的技能培养。案例教学法是教学过程中的一个重要环节,在“邮轮服务心理”的教学过程中,案例教学法显得尤为重要和迫切,可以调动学生的学习积极性,充分地发挥他们的学习潜能。因此,本教材可谓理论性和应用性并重。

本教材具有如下特色:

1. 设计典型案例引导相关理论知识。本教材采用国际邮轮业典型真实案例,不仅每章都有典型案例导入,而且每章都穿插有案例分析;不仅能阐述各章的相关理论知识,而且能让学生熟悉国际邮轮业各项岗位的工作流程。

2. 采用“教学做”一体化编写模式,充分遵循教育规律。本教材打破传统的偏重理论的学科式的结构形式,在教材中设置特定的情景,使学生扮演邮轮上的客人和员工来处理不同的问题,在教材中遵循“教学做”一体化的高职教育规律,以培养学生职业心理和职业素质,这也有利于教师实施理论与实践相结合的教学。

3. 内容更具前瞻性、知识性、经济性和实用性。编者根据我国的国家发展规划以及国际邮轮业发展规律和趋势,在整个教材编写过程中更新了一些过时的理念和相关政策等内容,使教材更加具有前瞻性、知识性、经济性和实用性。

本教材由浙江国际海运职业技术学院张蕊老师和龙京红教授担任主编,书稿第一章、

第五章和第八章由张蕊编写,第二章和第三章由刘利娜、龙京红编写,第四章和第九章由刘燕婷编写,第六章和第七章由俞萍编写。在编写过程中,编者参阅了大量的教材和相关专业学术论文,以及图片等信息资料,按照编写理念汲取了许多精华。在本教材出版之际,谨向原作者表示深深的谢意!由于水平有限,加之时间仓促,本教材难免存有疏漏和不足之处,恳请专家和读者批评指正。

编者

2015年4月

目 录

CONTENTS

第一章	绪论	1
第一节	心理学概述	2
第二节	邮轮服务心理概述	17
	思考与练习题	23
第二章	邮轮餐饮服务心理	24
第一节	邮轮餐饮服务的心理要求	25
第二节	邮轮餐饮服务人员心理素质	34
第三节	邮轮餐饮服务中的客我交往	41
	思考与练习题	49
第三章	邮轮客舱服务心理	50
第一节	邮轮游客在客舱最突出的心理需求	51
第二节	邮轮客舱服务中的人际知觉效应	54
第三节	邮轮客舱服务的心理策略	59
	思考与练习题	64
第四章	邮轮康乐服务心理	65
第一节	邮轮游客的康乐心理分析	66
第二节	邮轮康乐部门游客心理服务策略	72
	思考与练习题	79

第五章	邮轮购物服务心理	80
第一节	邮轮游客的购物动机	81
第二节	设计与陈列邮轮旅游商品的心理因素	82
第三节	邮轮导购促销技巧	87
	思考与练习题	96
第六章	邮轮岸上导游服务心理	97
第一节	邮轮岸上导游应具备的素质	99
第二节	邮轮岸上导游服务中的邮轮游客心理分析	102
第三节	邮轮岸上导游服务中的心理对策	109
	思考与练习题	115
第七章	邮轮游客投诉心理及处理技巧	116
第一节	邮轮游客投诉的原因及意义	117
第二节	邮轮游客投诉的心理分析	119
第三节	邮轮游客投诉的处理原则	121
第四节	预防投诉	123
	思考与练习题	127
第八章	邮轮企业员工的心理保健	128
第一节	邮轮企业员工的压力来源及处理方法	128
第二节	邮轮企业员工挫折感的防御与调节	136
	思考与练习题	142
第九章	邮轮内部管理心理	143
第一节	管理心理学基本理论	144
第二节	邮轮企业员工的个体心理与管理	146
第三节	邮轮企业员工的群体心理与管理	153
第四节	邮轮企业管理的领导艺术	157
	思考与练习题	159

绪论



导入案例

皇家加勒比邮轮“海洋神话”号旅游广告的启示

“海洋神话”号是皇家加勒比公司执行亚洲航线的第二大邮轮。该邮轮全长 264 米、宽 32 米，总吨位 7 万吨，甲板楼层高达 11 层。邮轮上酒吧、健身室、精品店、网吧、图书馆、儿童娱乐场，以及室内和户外游泳池一应俱全。值得一提的是，“海洋神话”号上拥有可同时容纳 800 人的百老汇歌舞厅，也是为数不多的附设高尔夫球场的豪华邮轮。主餐厅是罗密欧与朱丽叶餐厅；每晚都有精彩演出在大剧院上演；没事时可以泡在游泳池，下雨时也可以在室内戏水；邮轮上有免税店，可以买到您心仪的物品，也可以帮朋友带礼物；有起航酒廊，邮轮起航前船长会在这里祝酒；有酒吧，不过您要注意哟，船票里不包括酒精饮料，您需要另外付费；还有攀岩墙，难度不大，可以一试身手；邮轮上的网吧，可以和家人联系，顺便向朋友炫耀一下；船上的咖啡是免费的，您可以尽情地品尝来自各国的咖啡。

“海洋神话”号依国际知名的专业邮轮评鉴 Fielding's Guide to Worldwide Cruises，菲尔丁全球邮轮指南，2000 年版，评定为四星级豪华邮轮。诚邀阁下共享海上缤纷行程。美轮美奂、梦寐以求的富豪生活将从您登上甲板那一刻开始，起航的汽笛已经拉响，还不快来欢度这浪漫极致的美妙假期！

思考

皇家加勒比邮轮“海洋神话”号的旅游广告抓住了人们的哪些心理？

第一节 心理学概述

一、心理学是什么

(一) 心理学的历史

“心理学”一词来源于希腊文，意思是关于灵魂的科学。灵魂在希腊文中也有气体或呼吸的意思，因为古代人们认为生命依赖于呼吸，呼吸停止，生命就完结了。随着科学的发展，心理学的对象由灵魂改为心灵。直到19世纪初，德国哲学家、教育学家赫尔巴特才首次提出心理学是一门科学。而原先，心理学、教育学都同属于哲学的范畴，后来才各自从哲学的襁褓中分离出来。科学的心理学不仅对心理现象进行描述，而且对心理现象进行说明，以揭示其发生发展的规律。

心理学是一门涵盖多种专业领域的科学，但就其根本而言，心理学是一种研究人类行为和心理过程的科学。它既是一门理论学科，也是应用学科，包括理论心理学与应用心理学两大领域。

(二) 心理学研究领域

心理学研究涉及知觉、认知、情绪、人格、行为和人际关系，也与日常生活的许多领域——家庭、教育、健康等发生关联。心理学一方面尝试用大脑活动来解释个人基本的行为与心理功能，同时，心理学也尝试解释个人心理功能在社会行为与社会动力中的角色。它也与神经科学、医学、生物学等科学有关，因为这些科学所探讨的生理作用会影响个人的心智。

一般而言，心理学分为7个子领域，分别是：认知心理学视角、社会文化心理学视角、临床心理学视角、行为心理学视角、生物心理学视角、发展心理学视角、特质（人格）心理学视角。简单来说，神经科学通过观察人类大脑的反应来研究其心理；发展心理学是研究人类如何成长、发育和学习的一门学科；认知心理学是通过计算机方法来研究心理，即将心理比喻成计算机，研究人类如何玩游戏、辨别语言和辨认物体；社会心理学则研究人类的群体行为，如怎样与他人交流等；临床心理学主要研究心理健康和心理疾病。由此可见，心理学主要是帮助人们提高心理健康水平的一门科学。

(三) 心理学的基本内容

心理学的基本内容可以分为心理过程和个性心理两大类（图1-1）。心理过程可以简称为知、情、意。知指的是认识过程，主要指感觉、知觉、记忆、思维、想象和注意

等；情指的是情绪和情感过程；意指的是意志过程。个性心理包括个性倾向性和个性心理特征，其中个性倾向性指需要、动机、兴趣、理想、信念和世界观等；个性心理特征指能力、气质和性格等。

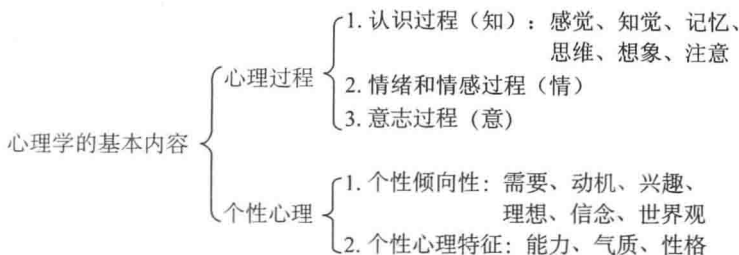


图 1-1 心理学的基本内容

二、认知

(一) 概念

概念 (concept) 是反映对象本质属性的思维形式。人类在认识过程中，从感性认识上升到理性认识，把所感知的事物的共同本质特点抽象出来，加以概括，就成为概念。

(二) 感觉

感觉是人脑对直接作用于感觉器官的客观事物个别属性的反应。感觉是产生一切较高级、较复杂的心理想象的基础。人类的感覺包括视觉、听觉、味觉、嗅觉、触觉、动觉或肌觉 (kinesthesia) 和平衡感 (vestibular sense)。其中，动觉或肌觉是指透过肌肉内与链接组织内的接收器可告知我们骨骼肌肉的位置及移动。平衡感是由内耳的接收器管理，侦测头部的位罝、移动、相对的地心引力来源而决定。人类的感覺十分复杂，因此会出现各种各样的感觉现象。

1. 感觉适应

在外界刺激持续作用下感受性发生变化的现象叫感觉适应。例如，从亮的环境到暗的环境，开始看不到东西，后来逐渐看到了东西，这叫对暗适应；从暗的环境到亮的环境，开始觉得光线刺得眼睛睁不开，很快就习惯了，这叫对光适应；“入芝兰之室，久而不闻其香；入鲍鱼之肆，久而不闻其臭”，这是嗅觉的适应；手放在温水里，开始觉得热，慢慢就不觉得热了，这是温度觉的适应。各种感觉都能发生适应的现象，痛觉则难以适应，因为痛觉具有保护性的作用。在各种感觉适应的现象中，暗适应是感受性提高的过程，其他适应过程一般都表现为感受性的降低。

2. 感觉后像

外界刺激停止作用后，暂时保留的感觉印象叫感觉后像。例如，电灯灭了，你眼睛里还会看到亮着的灯泡的形状，这就是视觉的后像；声音停止以后，你耳朵里还有余音在萦绕，这是听觉的后像。

与刺激物性质相同的后像叫正后像，如看到白光以后眼睛里仍保留着白光的感觉；与刺激物性质相反的后像叫负后像，如看到灯灭了，眼睛里却留下了一个黑色灯泡的形象。彩色的负后像是刺激色的补色，如红色的负后像是蓝绿色；黄色的负后像是蓝色。正负后像可以相互转换，后像持续的时间与刺激的强度成正比。

盯着图 1-2 中的灯泡看 30 秒钟以上，尽量不要移动你的目光，然后把你的目光移到灯泡右边的区域（或者任何白色的区域），你将看到灯泡发光了！

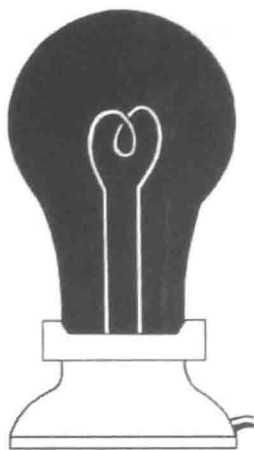


图 1-2 灯泡试验

(图: <http://news.50018.com/news/19/27819.html>)



小贴士

我们常常注意到后像，比如看到灯的闪光、太阳或是被突如其来的车灯照得眩晕时。这些后像有些是有益的，有些是有害的。为保护你的眼睛，绝不要看强的光源，尤其是太阳。英国心理学家肯尼思·克雷克（Kenneth Craik）的右眼视网膜上有一个永久的小孔，这是他在注视太阳两分钟后留下的。在这个实验后接下来的几天里，他想看看这种损伤是否对视觉有影响。他闭上眼睛时看到一个淡绿色的圆盘（正后像），睁开眼睛时后像就成了黑色的。幸运的是几年之后他的视觉恢复了正常，这是由于他的大脑功能弥补了视网膜上的损伤。

3. 感觉对比

不同刺激作用于同一感觉器官，使感受性发生变化的现象叫感觉对比。两种感觉同时发生所形成的对比叫同时对比，如明暗相邻的边界上，看起来亮处更亮，暗处更暗了（即马赫带现象），这是明度的对比（图 1-3）；又如，绿叶陪衬下的红花看起来更红了，这是彩色对比现象，彩色对比的效果是产生它的补色。两种感觉先后发生所形成的对比叫相继对比，如吃完苦药以后再吃糖觉得糖更甜了；从冷水里出来再到稍热一点的水里觉得热水更热了。

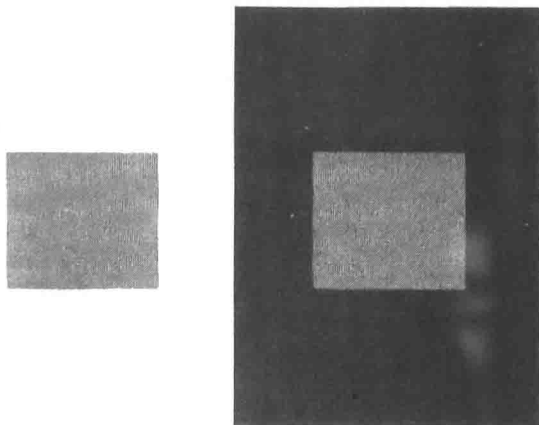


图 1-3 明暗对比 (克莱克·奥·布莱恩的康斯威特方块)

4. 联觉

一种刺激不仅引起一种感觉,而且会引起另一种感觉的现象叫联觉。例如,红色让人觉得温暖,蓝色让人觉得清凉;听节奏鲜明的音乐的时候觉得灯光也和音乐节奏一样在闪动,这些现象都叫作联觉。

(三) 知觉

知觉是直接作用于感官的客观事物整体属性的反映。知觉具有以下特征:

1. 知觉的整体性

虽然事物有多种属性,由不同部分构成,但是人们并不把知觉对象感知为个别的、孤立的几个部分,而倾向于把它们组合为一个整体。例如,呈现一个由许多小写字母 s 组成的大写字母 H,通常人们首先反映到大脑的是字母 H,然后才细辨它是由许多小写字母 s 组成的。再如,同样一个图形“13”,当它处在数字序列中时,我们把它知觉为 13,而当它处在字母序列中时,我们又把它知觉为 B。这些都反映了知觉把对象组合为整体的特性。

正因为如此,当人感知一个熟悉的对象时,哪怕只感知了它的个别属性或部分特征,就可以由经验判知其他特征,从而产生整体性的知觉。例如,面对一个残缺不全的零件,有经验的人还是能马上判知它是何种机器上的何种部件。这是因为过去在感知该事物时,是把它各个部分作为一个整体来知觉的,并在头脑中存留了部分之间的固定联系。当一个残缺不全的部分呈现到眼前时,人脑中的神经联系马上被激活,从而把知觉对象补充完整。而当知觉对象是没接触过的或不熟悉时,知觉就更多地以感知对象的特点为转移,将它组织为具有一定结构的整体,即知觉的组织化。其原则是视野上相似的、邻近的、闭合的、连续的易组合为一个图形。在图 1-4 中你能看到哪些形状?

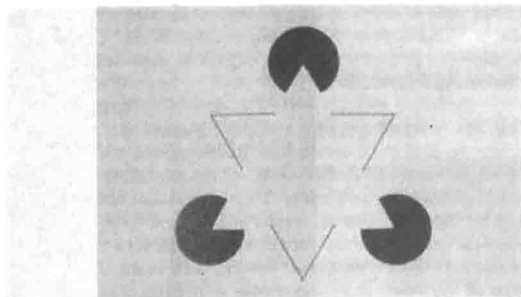


图 1-4 凯尼泽三角

2. 知觉的选择性

人所处的环境是复杂多样的。在某一瞬间，人不可能对众多事物进行感知，而总是有选择地把某一事物作为知觉对象，与此同时把其他事物作为知觉背景，这就是选择性。分化对象和背景的选择性是知觉最基本的特性，背景往往衬托着、弥漫着、扩展着，对象往往轮廓分明、结构完整。在图 1-5 和图 1-6 中，你最先看到的是什么？

知觉的对象从背景中分离，与注意的选择性有关。当注意指向某种事物的时候，这种事物便成为知觉的对象，而其他事物便成为知觉的背景。当注意从一个对象转向另一个对象时，原来的知觉对象就成为背景，而原来的背景则转化为知觉的对象。因此，注意选择性的规律同时也就是知觉对象从背景中分离的规律。



图 1-5 少女还是老妇

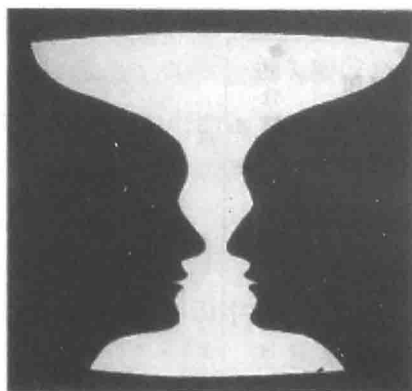


图 1-6 花瓶还是人脸（作者：心理学家爱德加·鲁宾）

3. 知觉的理解性

知觉的理解性是指在知觉过程中，人用过去所获得的有关知识经验，对感知对象进行加工理解，并以概念的形式标示出来。其实质是旧经验与新刺激建立多维度、多层次的联系，以保证理解的全面和深刻。在理解过程中，知识经验是关键。例如，面对一张 X 线片，不懂医学的人很难通过知觉了解到有用的信息，而放射科的医师却能获知病变

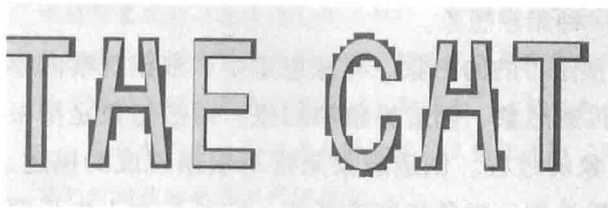


图 1-7 单词猜想

4. 知觉的恒常性

当知觉条件发生变化时，知觉的印象仍然保持相对不变，这就是知觉的恒常性。在视知觉中，知觉的恒常性十分明显。

视知觉的恒常性包括形状恒常、大小恒常、亮度恒常、颜色恒常。从不同的角度看同一扇门，视网膜上的投影形状并不相同，但人们仍然把它知觉为同一扇门，这是形状恒常性。一个人由近及远而去，在视网膜上的成像是越来越小的，但是人们并不会认为这人在慢慢变小，这是大小恒常性。煤块在日光下反射的光亮是白墙在月色下反射的光量的

5 万倍，但看上去我们仍然认为煤是黑的，墙是白的，这是亮度恒常性。家具在不同灯光的照明下颜色发生了变化，但人对它的颜色的知觉保持不变，这就是颜色恒常性。

恒常性使人在不同的条件下，仍然产生近似实际的正确认识，这对正常的生活与工作是有必要的。

(四) 判断

判断 (judgment) 是人脑反映事物之间联系和关系的思维形式，它是在概括的基础上形成的对事物有所断定的思维形式之一。任何一个判断都是由概念组成的，都是概念的展开。单个概念无法进行思维和表达思维，必须把多个概念联系起来，对事物有所肯定或否定。判断主要有直接判断与间接判断、肯定判断与否定判断等类型。

(五) 想象

心理学上，想象是指在知觉材料的基础上，经过新的配合而创造出新形象的心理过程。想象是人在头脑里对已储存的表象进行加工改造形成新形象的心理过程，它是一种特殊的思维形式。想象与思维有着密切的联系，都属于高级的认知过程，都产生于问题的情景，由个体的需要所推动，并能预见未来。心理学上，想象分为无意想象和有意想象。

(1) **无意想象**。无意想象是指事先没有预定目的想象。无意想象是在外界刺激的

与否。教师也应通过言语启发，提供线索，帮助学生提取知识经验，组织知觉信息。例如，图 1-7 中的两个单词，你认为它们是什么？又如，图 1-8 中间的是 B 还是 13？

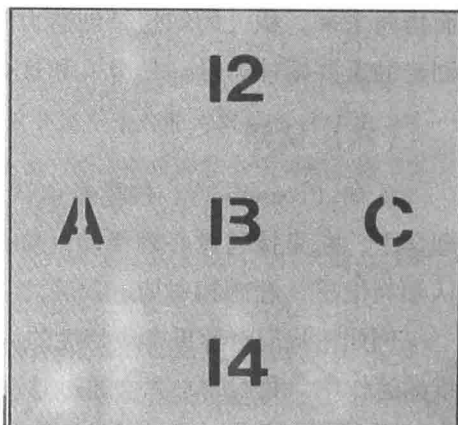


图 1-8 B 和 13 猜想

作用下，不由自主地产生的。例如，梦是一种无意想象。

（2）**有意想象**。有意想象是指事先有预定目的的想象。有意想象中，根据观察内容的新颖性、独立性和创造程度，又可分为再造想象、创造想象和幻想。再造想象是指根据别人的描述或图样，在头脑中形成新形象的过程。创造想象是指不根据现成的描述，而在大脑中独立地产生新形象的过程。幻想是创造想象的特殊形式，它是与个人生活愿望相联系并指向未来的想象。幻想体现了个人的憧憬或寄托，不与当前的行动直接联系而指向未来。积极的幻想是创造力实现的必要条件，是科学预见的一部分，是激励人们创造的重要精神力量，是个人和社会存在与发展的精神支柱。

（六）认知

认知（cognition），最早是承认父子关系的法律用语，后用于哲学、心理学等。在心理学上，它是指通过心理活动（如形成概念、知觉、判断或想象）获取知识，习惯上将认知与情感、意志相对应。简言之，认知就是人类自己对事物的诠释。

例如，我们对苹果本质特性的认知。当一个苹果作用于我们的感觉器官时，在心念思维的运作中，我们的心念会通过对视觉信号的读取，清楚它的色泽；通过对嗅觉信号的读取，明白它的清香；通过对味觉信号的读取，了解它的味道、知道它的酸甜；通过对触觉信号的读取，体会它的平滑与质感，等等。然后，再将色泽、清香、味道、酸甜、平滑与质感等情节进行智能的统合与衔接，得出具有整体效应的苹果统合信息。经由人类记忆思维功能的作用，会将苹果的统合信息进行资料存储。当我们用自己的语言形式来诠释所要辨别的苹果时，就会使用记忆库中所储备的信息资料。我们记忆库中所储备的苹果信息资料，就是对它的认知。信息资料越全面，对苹果的认知就越完整，诠释的内容就越丰富。



案例

认知偏差

邮轮上某旅游团原定要住海景房，但是由于预订时间太晚，只能订到内舱房。团里的客人史密斯先生听到要改内舱房的消息，但他并不了解旅行社和邮轮是什么样的关系，也不了解旅行社和邮轮这两方面都要受种种因素的制约，因此便不懂得由海景房改为内舱房实在是“不得已而为之”。他“想当然”地对此作出一番解释——即对“海景房改内舱房”这一事件的一种认知偏差。这一认知偏差使史密斯先生感到愤愤不平：“早就订好了的，怎么说改就改了！”

激动的情绪使史密斯先生产生了更大的认知偏差。他认定“海景房改内舱房”是旅行社“图省钱”的结果。事实上旅行社已承诺退还客人一定的差价，可史密斯先生仍如此认定，这已经不是对“事”的认知偏差，而是对“人”的认知偏差了。一想到“旅行社竟然这样对待游客”，史密斯先生就火冒三丈。他对领队艾米丽的解释根本就听不进去，还产生了一些联想，认为在这

以前所发生的一些事情也都是旅行社“图省钱”的结果。于是，他越想越生气，不仅不听艾米丽的解释，而且认为艾米丽向游客解释完全是在替旅行社和邮轮“欺骗客人”，现在他已经对邮轮和旅行社以及领队艾米丽有了“人际层面”上的认知偏差。

就这样，在认知偏差与情绪波动互相促进的“因果环”中，史密斯先生的认知偏差越来越大，他的情绪波动也越来越强烈了。

案例分析

如果只是在某一位邮轮游客的认知偏差与情绪波动之间形成一个互相促进的“因果环”，那么，它所引起的就只是这位邮轮游客的某种过激行为，而不会是整个邮轮游客群体的“骚动”。“触发事件”之所以会引起整个邮轮游客群体的“骚动”，是因为除了邮轮游客个体心理中的“因果环”之外，还有一个邮轮游客群体心理中的“因果环”在起作用。

当史密斯先生感到气愤时，他的气愤会感染到史密斯太太，而史密斯太太的气愤又会反过来感染史密斯先生。本来史密斯先生是一个人“越想越生气”，现在是他和史密斯太太两个人“越说越生气”了，这就是在史密斯先生和史密斯太太之间形成的一个互相感染的“因果环”。之后，史密斯太太的气愤又感染了詹姆斯太太，而詹姆斯太太的气愤也会反过来感染史密斯太太，她们两个人也“越说越生气”。接下去，还会有更多的邮轮游客受到感染，并互相感染。在这个互相感染的过程中，无论是史密斯太太，还是詹姆斯太太，或是别的邮轮游客，也都会在他们个人的情绪波动与认知偏差之间形成一个互相促进的“因果环”。就在这样一种“大环连着小环，小环连着大环”的复杂因果关系中，很快地，这一部分邮轮游客群体都有了很大的认知偏差和很强烈的情绪波动，从心理学角度来看，这才是引起“骚动”的直接原因。

总之，没有“触发事件”，不会出现邮轮游客群体的“骚动”，但“触发事件”并不必然地会引起邮轮游客群体的“骚动”。邮轮服务人员和领队如能及时地针对邮轮游客的心理因素来采取措施，“骚动”是有可能被阻止的。

三、情绪情感

（一）情绪

情绪，是对一系列主观认知经验的通称，是多种感觉、思想和行为综合产生的心理和生理状态。最普遍、通俗的情绪有喜、怒、忧、思、悲、恐、惊等，也有一些细腻微妙的情绪，如嫉妒、惭愧、羞耻、自豪等。情绪常和心情、性格、脾气、目的等因素互相作用，也受到激素和神经递质影响。无论正面还是负面的情绪，都会引发人们行动的动机。尽管一些情绪引发的行为看上去没有经过思考，但实际上意识是产生情绪重要的一环。

情绪可以被分类为与生俱来的“基本情绪”和后天习得的“复杂情绪”。基本情绪

和原始人类生存息息相关，复杂情绪必须经过人与人之间的交流才能学习到，因此每个人所拥有的复杂情绪数量和对情绪的定义都不一样。

（二）情感

情感是态度这一整体中的一部分，它与态度中的内向感受、意向具有协调一致性，是态度在生理上一种较复杂而又稳定的生理评价和体验。情感包括道德感和价值感两个方面，具体表现为爱情、幸福、仇恨、厌恶、美感等。

（三）情绪与情感的异同

情绪和情感都是人对客观事物所持的态度体验，只是情绪更倾向于个体基本需求欲望上的态度体验，而情感则更倾向于社会需求欲望上的态度体验。但实际上，这一结论一方面将大家公认的幸福、美感、喜爱等一些较具有个人化而缺少社会性的感受排斥在情感之外；而另一方面又显然忽视了情绪感受上的喜、怒、忧、思、悲、恐、惊，和社会性情感感受上的爱情、友谊、爱国主义情感在行为过程中具有的交叉现象。例如，一个人在追求爱情这一社会性的情感过程中，随着行为过程的变化同样也会有各种各样的情绪感受，而爱情感受的稳定性和情绪感受的不稳定性又显然表明了爱情和相关情绪是有区别的。基于这两点，将情感 and 情绪与基本需要、社会需求相区别，或者是将情感和情绪这两者混为一谈显然都是不合适的。

情绪是身体对行为成功的可能性乃至必然性在生理反应上的评价和体验，包括喜、怒、忧、思、悲、恐、惊7种。行为在身体动作上表现得越强说明其情绪越强，如喜会是手舞足蹈、怒会是咬牙切齿、忧会是茶饭不思、悲会是痛心疾首等，就是情绪在身体动作上的反应。生理反应是情绪存在的必要条件，为了证明这一点，心理学家给那些不会产生恐惧和回避行为的心理病态者注射了肾上腺素，结果这些心理病态者在注射了肾上腺素之后和正常人一样产生了恐惧。情感也是一样，比如没有性欲当然是不会有爱情的，而当人吃了春药以后，伴随着性欲的旺盛一见钟情的可能性也就会随之加大了。所以，由不同的药物刺激引发的行为过程也表明，情绪和情感显然是有区别的两种不尽一致的心理和生理过程。

实质上，在行为过程中，态度层面的情感和情绪的区别就在于：情感是指对行为目标的生理评价反应，而情绪是指对行为过程的生理评价反应。再以爱情举例来说，当我们产生爱情时是有目标的，我们的爱情是对相应目标的一种生理上的评价和体验，同时在我们追求爱情的这一行为过程中又会产生各种各样的情绪。



小贴士

人的情绪变化，主要是在7种不同的状态之间变来变去，心理学家曾用不同的颜色