

<<幸福论>>

图书基本信息

书名：<<幸福论>>

13位ISBN编号：9787560541310

10位ISBN编号：7560541313

出版时间：2011-12

出版时间：西安交大

作者：李齐光

页数：144

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<幸福论>>

内容概要

本书根据当代神经科学的实验结果和心理学家、社会学家等进行问卷调查的统计数据，从科学的实证观点出发，综合了现有主要幸福理论的要素，提出了一个系统的幸福理论，并总结出了与幸福相关的十几个特性。

本书分析和讨论了当前最主要的一种幸福定义存在的问题，并给出了本书的快乐和幸福定义，以及本理论的基本假设。

本书提出了脑生理状态概念；分析了影响脑生理状态的各种因素和物理脑的构成；说明了意识状态对脑生理状态的贡献；提出了等效原理；总结出了脑生理状态的主要特性；分析了快乐的生理基础和来源；强调了需求的时间性；建立了脑生理状态函数和快乐强度之间的对应关系；总结出了快乐强度的主要特性；划分了情绪的三种状态；给出了幸福的主要特性；划分了影响幸福的三类因素；分析了幸福的必要条件。

定义了需求强度和快乐强度，给出了定量估计快乐量的计算方法。

提出了测量脑生理量和心理量之间关系的实验原理和方法，并设想了几种实验方案，预期了有待于实验去验证的实验结果。

定义了幸福量，给出了定量估计幸福量的计算方法。

分析了当前具有代表性的生活满意度问卷调查表存在的问题，设计了两种测量幸福的问卷调查表，并举例说明了含权重问卷调查表的使用方法及其特点。

最后根据快乐特性和幸福特性等，对一些主要社会现象和问题给出了解释，提出了提高个人幸福和民众幸福的几点启示。

<<幸福论>>

作者简介

李齐光 (LI, QIGUANG), 获得复旦大学原子核物理专业学士学位; 获得中国科学院上海技术物理研究所半导体物理专业硕士和博士学位; 获得北京大学工商管理专业硕士学位 (在职MBA)。发表过多篇论文。从事过科研、行政、销售、生产、研发、管理等多种工作。

<<幸福论>>

书籍目录

- 第一章 幸福定义
 - 第一节 幸福定义的分析
 - 第二节 快乐幸福的定义
 - 第三节 基本假设
- 第二章 脑生理状态
 - 第一节 快乐幸福的物质基础
 - 第二节 脑生理状态
 - 第三节 影响脑生理状态的因素
 - 第四节 外部因素
 - 第五节 物理的脑
 - 第六节 意识状态
 - 第七节 等效原理
 - 第八节 脑生理状态的特性
- 第三章 快乐
 - 第一节 快乐的生理基础
 - 第二节 需求的时间性
 - 第三节 快乐的来源
 - 第四节 快乐强度的特性
 - 第五节 情绪的三种状态
- 第四章 幸福
 - 第一节 幸福的特性
 - 第二节 影响幸福的三类因素
 - 第三节 幸福的必要条件
- 第五章 快乐的衡量
 - 第一节 数学定义
 - 第二节 实验原理和方法
 - 第三节 假想实验
- 第六章 幸福的衡量
 - 第一节 数学定义
 - 第二节 科学方法
 - 第三节 问卷调查量表的分析
 - 第四节 含权重问卷调查量表及幸福指数
- 第七章 对主要社会现象的解释
 - 第一节 基本假设和观点
 - 第二节 对一些主要社会现象和问题的解释
- 第八章 结论和启示
 - 第一节 本理论的要点和主要结论
 - 第二节 本理论包含的其他幸福理论的要素
 - 第三节 本理论借用的其他幸福理论的概念和结论
 - 第四节 本理论的创新或可能创新之处
 - 第五节 提高个人幸福的启示
 - 第六节 提高民众幸福的启示
- 注释
- 参考文献
- 后记

章节摘录

2.“需求”强度 马斯洛需求层次理论里需求的五个层次，也没有考虑需求的强弱程度。在不同的时间，人的“需求”有程度的变化。

比如，我们刚吃饱了，对食物没有需求。

随着时间的推移，我们会感到有点饿了。

过了10个小时后，会感到很饿了；过了24小时后，感到非常饥饿了。

也就是说一次吃饱后，24小时内不再吃食物，在这24小时里，刚吃完时没有饥饿感，即对食物的需求程度为0。

后来有了饥饿感，然后饥饿感逐步增强，也就是对食物的需求程度逐步增加了。

3.具体的“需求” 我们除了生存的基本“需求”外，日常生活中，我们还有很多具体的“需求”。

比如，我们想买一部手机，想去旅游一次，去看一场电影，想去做一次美容，想去打一次球，想去唱一次歌，想去参加一个培训班，想去办一件事，去完成一件工作，去完成一个任务等等。

具体“需求”有生理上的“需求”。

例如，饿了想吃食物，渴了想喝水等等。

“需求”还具有社会性特点，人的“需求”还产生于社会中。

人们通过相互比较，相互模仿，不断产生“需求”。

旧的“需求”满足了，又会产生新的“需求”。

比如，看了服装广告想买件衣服；看到朋友的一款手机很好用想买部手机；看到了黄山的风景照片想去旅游；看到新闻里有部新电影上演了想去看电影；同事提议一起去打一次球等等。

也就是说，我们很多具体的“需求”是因受到环境的影响而产生的。

人在思维的状态、“回忆过去”的状态或“预期未来”的状态，如果想到了某样东西，希望得到它，“需求”就产生了。

有些“需求”短期可以满足。

有些“需求”较长时间才可以满足。

有些“需求”终生无法满足。

.....

<<幸福论>>

编辑推荐

《幸福论（第3版）》根据神经科学的实验结果和幸福问卷调查的统计数据，综合了现有主要幸福理论的要素，提出了一个系统的幸福理论，总结出了与幸福相关的主要特性，设计了含权重幸福指数调查量表，提出了提高人幸福和民众幸福的几点启示。

<<幸福论>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>