第一图书网, tushu007.com

<<美容心理学>>

图书基本信息

书名：<<美容心理学>>

13位ISBN编号：9787030176837

10位ISBN编号：7030176839

出版时间：2006-8

出版时间：卫生职业教育分社

作者：何伦，张逸 主编

页数：168

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

内容概要

本书是普通高等教育“十一五”国家级规划医疗美容技术专业的教材之一，是美容心理学的专业教材。
内容包括美容心理学概述，容貌形体审美与体像心理，求美者人格特征，美欲、求美动机与行为，美容社会心理学，容貌缺陷心理学，美容与心理障碍，美容心身医学，心理诊断、咨询与美容受术者选择，容貌心理障碍的治疗与疏导，美容心理护理等11章。
　本书作为美容医学专业的本（专）科教学用书，力求系统与实用，也可以作为临床美容医学工作者的参考用书。

<<美容心理学>>

书籍目录

第一章 美容心理学概述 第一节 美容与心理学 第二节 美容心理学的概念、对象和范围 第三节 美容心理学研究的内容 第四节 美容心理学涉及的心理学流派和研究方法第二章 容貌形体审美与体像心理 第一节 容貌形体美感 第二节 美容中的审美与容貌审美心理 第三节 体像与美容医学 第四节 体像知觉与自我体像的形成 第五节 消极体像、病态体像与错觉第三章 求美者人格特征 第一节 人格与人格理论 第二节 求美者的心理特征 第三节 人格障碍 第四节 美容整形求术者特殊人格类型与行为第四章 美欲、求美动机与行为 第一节 需要与动机概述 第二节 美欲与心理需要 第三节 求美动机与求美行为第五章 美容社会心理学 第一节 美容医学与社会心理 第二节 容貌与人际交往和吸引 第三节 美容与社会态度、偏见和从众行为 第四节 容貌缺陷的社会心理问题 第五节 文化与美容心理第六章 容貌缺陷心理学 第一节 容貌缺陷心理学概述 第二节 心理防卫机制与容貌缺陷的心理补偿 第三节 容貌缺陷者的心理特点第七章 美容与心理障碍 第一节 异常心理与美容心理概述 第二节 神经症概述 第三节 体像障碍和躯体变形障碍第八章 美容心身医学 第一节 心理与容貌、形体的关系 第二节 损容性心身疾病 第三节 与容貌有关的进食障碍 第四节 肥胖症的心理病因与治疗 第五节 损容性皮肤心身疾病第九章 心理诊断、咨询与美容受术者选择 第一节 美容心理诊断的概念和意义 第二节 美容心理诊断的方法与心理测验 第三节 美容与心理咨询 第四节 美容心理咨询的内容与方法第十章 容貌心理障碍的治疗与疏导 第一节 心理治疗概述 第二节 美容心理治疗的方法 第三节 催眠、暗示与美容第十一章 美容心理护理 第一节 美容求术者的心理定势、期待与满意 第二节 美容手术后的心理反应与护理 第三节 美容手术失败患者的心理和护理参考文献

章节摘录

版权页： 插图： 3.容貌的可变性带来的审美差异容貌审美不仅仅是审美主体对他人容貌的欣赏，更重要的是对自身容貌形体的看法。
随着岁月的流逝，容貌不是一成不变的，那么审美的感受随之也会发生变化。
（四）容貌审美的个性化 容貌审美具有个性化的基本特点。
对于容貌人们似乎有更多的评判标准，本身就反映了容貌审美的多样性，多样性的原因之一就在于人们审美过程中有不同的情趣。
所谓审美个性（aesthetic individuality）指个人在审美活动中所呈现出的独特性，即审美感受的差异性。
人们的审美认识、审美情感是有千差万别的个性差异的。
这是因为，人们的生活经历、经验、环境各不相同，有时，也由于个人的情绪、心境不同，便形成了各人独特的审美感受，使审美个性呈丰富的多样性，这是符合人的精神生活需要的。
在审美活动中，最忌那种要求一律或一致。
容貌审美个性具有积极的审美价值，是造就丰富多彩人世间生活的前提。
其实，人的容貌本身就具有个性化的特点，即本身就不是千人一面的状态。
所以，容貌审美的个性化与容貌本身的个性化是相统一的。
在美容热潮中，有一种低俗的审美倾向就是在容貌美上追逐时髦，如不少女性在选择隆鼻术不顾自己的容貌特征，一味追逐流行，结果鼻梁虽然垫高了，却破坏了容貌的整体性与个性。
六、人体审美感知觉与印象模式 （一）审美感觉与知觉 感觉是人的一切认识活动的基础，它是对客观事物个别属性（如各种色彩、声音、形状、硬度、温度等）的反映。
审美感觉（aesthetic sensation）是人的一种特殊感觉，是审美主体对审美对象各种感性状貌的把握，是审美感受最基础的心理形式。
审美感受中其他一切更高级、更复杂的审美心理现象（如知觉、想象、情感、思维等）都是在通过审美感觉所获得的感性材料基础上产生的。
人的视觉和听觉是最发达的感觉，审美感觉主要是由视觉和听觉构成的。
因为客体对象所能引起人的审美感受的感性形式，主要是色彩、形状、声音等与视、听器官有关系的属性。
审美知觉（aesthetic perception）是人所特有的一种特殊知觉，是对审美对象的感知，是由知觉主体（即审美主体）与知觉客体（事物的审美的属性而不是它的物理属性）相互契合、渗透而成的，是一种对事物表现性的知觉，是审美感受的心理形式。
它的发生首先有赖于某种对象的刺激，这和普通知觉一样。
它在表面上是迅速地和直觉地完成的，但它的后面却隐藏着知觉者的全部生活经验（包括信仰、偏见、记忆、爱好），从而不可避免地有着想象、情感和理解的参与，在它们共同作用下，将一般感性映像改造为审美意象。
它排除对对象的功利性考虑，特别注意选择和感知对象的形象特征（如外貌、线条、色彩），使对象的全部感性丰富性被感官充分接受。
审美知觉活动的结果就是将外部世界与人的丰富的内心世界融为一体，在审美主体的头脑中以表象呈现出来。

编辑推荐

第一图书网, tushu007.com

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