

# 《美学的经济2》

## 图书基本信息

# 《美学的经济2》

## 前言

# 《美学的经济2》

## 内容概要

# 《美学的经济2》

## 作者简介

# 《美学的经济2》

## 书籍目录

第一章美学的迫切需要 1、美学，至关重要的竞争力 2、美，一种用感觉沟通的方式 3、用“我的方式”取代“最好的方式” 4、设计的重生：美国被风格彻底击败了 5、打造一个“身临其境”的环境 6、新美学时代：个人表达、社会期望以及通用审美标准的交汇 第二章外观和美感的兴起 1、美丽新世界：不要再牺牲美 2、无处不在的美 3、美，是一种奢侈吗？ 4、越来越多的美学选择 5、美学能象芯片一样更新换代吗？ 6、不断变化的品味 7、美学观念传播的加速器 第三章形式和实体 1、感官盛宴的欺骗性 2、不只是想要脱颖而出 3、驱动形式与美感变化的动因 4、形式与美感的终极价值 第四章有意义的外观 1、美学的文化意味 2、美学认同也是自我的一种表达 3、不一样的美学真实性 4、我就是那样的 第五章设计的界限 1、一个没有“视觉污染”的世界 2、消解设计力量的美学批评 3、避免过度扩大设计的界限 4、调和美学冲突的唯一方式 5、对奇怪风格的容忍导致美学的升值 6、对美学未来的担心 第六章聪明而且漂亮 1、每一次的美学触动 2、美学投入的价值 3、创意阶层的崛起 4、重新设计我们的身体 5、享受一个既聪明又美丽的世界 注释 致谢 索引

## 《美学的经济2》

### 章节摘录

版权页：自20世纪80年代以来，我们还经历了文化评论家乔纳森·劳赫（Jonathan Rauch）所说的“健美革命”。几个世纪以来头一次地，英裔美国人变得关注和推崇男性的身体。劳赫写道：“突然之间，在‘7—11’便利店的报刊亭上，出现了半打与体形相关的杂志。不知不觉，突然间穿梭于城市的公交车上就刷满了这样的广告——袒胸的年轻男子，轮廓分明，皮肤呈健康的古铜色，躯体健美，向人们展示着一个微波炉（一个微波炉？）。”劳赫认为总体而言，这场革命是件好事，尽管有些过度。其他人担心男性日益关注自己的容貌，引用杂志上的一句话，“会把男孩变成女孩”。女权主义者苏珊·法吕迪（Susan Faludi）猛烈抨击“装饰文化”对男人自尊造成的恶劣影响。像《安东尼斯情结》（The Adonis Complex）和《看起来不错》（Looking Good）这样的书担心男性在追求漂亮外表时会伤害了自己的身体和心理健康。不论是男性还是女性，健康和美丽、药品和化妆品之间的边界都在融合。医药品宣称能促使男性的头发增长，同时延缓女性嘴唇上胡须的增长。“即使你的视力是完美的，也要享受美丽多彩的瞳孔颜色。”一则隐形眼镜的广告提出了这样的建议。从1992~2001年，在美国，进行美容手术的人数增加了近4倍，从41.3万人增加到了190万。有60%的美国女性和35%的男性说如果整形手术安全、免费、效果自然的话，他们愿意做”。年轻人更是愿意尝试，这体现了一代人态度的转变。现在牙医的工作不仅是预防和治疗大多数牙齿疾病，他们用邮寄销售化妆品的方式不断轰炸潜在的病人——推销能让人们呈现出更年轻笑容的牙齿修补和美白服务。美国和加拿大的牙齿矫正医师宣称2000年有500万名患者进行了牙齿矫正，而在1989年仅有350万名。“牙医界的传统领域以根治牙科疾病为中心，现在它发现自己处在一个新领域的门槛上——改善外观。”《美国牙科协会杂志》（The Journal of the American Dental Association）的封面文章这样写道。一位记者评价说：牙齿美白产品“是未来的身体芳香剂：过去人们为了改善个人卫生而可做可不做的事，现在变成必须做的了。这只是一个时间问题，因为做过牙齿美白的人越多，相比之下，你没有增白的牙齿看起来就越脏、越丑。”



## 《美学的经济2》

### 编辑推荐

《美学的经济2:美国社会变迁的32个微型观察》编辑推荐：不管是什么样的鞋子都会有人喜欢，你听你的鸟鸣，他看他的日出，彼此都有各自美的感受。为什么一个贫穷的农民在已经有了两件蓝色长袍的情况下，还要再买一件绿色的？一个沿街乞讨的寡妇，为什么要把指甲涂成红色的呢？追求美，是人类的本能。美，将成为人类识别所有人、事、物必备要件。风格，如同消费的外衣，可以增添消费的价值，更可以为厂商创造经济价值。不论任何人事物，其“外观和感觉”的重要性，已远远超乎我们想象。美感产生的愉悦，不但会触动我们内心深处的本性，也是创意及成长的精髓。



# 《美学的经济2》

名人推荐

## 《美学的经济2》

### 精彩短评

- 1、徒有其名
- 2、那个1和这个是一回事儿吗？这类书买了就会后悔
- 3、对北欧特定美学商品的观察和价值发现可以借鉴。
- 4、美学可以产生经济效应，表表象并不是脱离本质可有可无的，表象也很重要
- 5、不是在网上买的，在书店买的。包装，印刷都不错。内容也很好，强调了美（外观、色彩等主观性、感官的、自我展示）在商品价值与现代社会中越赤越突出的地位与影响；尽管在传统思想中，人更注重强调内在与美德。
- 6、喜欢什么颜色？彩色。内外美与外在美哪个重要？两样都要。多彩与共存才是现实，我不认为所有事情都要二选一。所以很高兴有人提出美学的价值。噢，生活不是这样吗？工作和享受只能二选一吗？那只是说明不够努力而已。
- 7、美是永恒不变的追求。
- 8、中信略坑啊，这书都十年前的了。目前的美学经济又是一番世界。
- 9、中心思想明确，阐释却不明确，内容逻辑性不强；观点大都是一般归纳性的，现代的美学确实有了更深层的意义和价值，已经从视觉发展到心理需求与个性表现得重要途径，美学自然是多元化的，美学是具有心理感应的~美学适用在不同的场景产生不一样的效果；
- 10、还是要看台湾版
- 11、书名被「2」了，其实没有「1」。「32个微型观察」也根本不是原著的副标题，牵强附会出来的。狗肉不是也挺好，为啥非要挂个羊头？中信你就不能好好活着吗？

## 《美学的经济2》

### 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:[www.tushu111.com](http://www.tushu111.com)