

FIVE BOOKS  
OF CHINESE  
CONTEMPORARY ARTISTS

中国当代  
艺术学家五书

*Art and Aesthetics  
Collection of Ling Jiyao*

凌继尧艺术学美学文集

【下册】

凌继尧 著

辽宁美术出版社  
Liaoning Fine Arts Publishing House



樹後青苔溪  
洲疎掃閑仙  
居寂上層不  
獲如枕間豈  
飯長山早見  
意如茶  
三印  
為題

中国当代艺术学家五书

# 凌继尧艺术学美学文集（下卷）

凌继尧/著

辽宁美术出版社

## 目录 >>

### 第三部分 美学理论

- :: 我见青山多妩媚 ..... 013
  - 一、从致用、比德到畅神 ..... 013
  - 二、“美不自美，因人而彰” ..... 021
- :: 人物的品藻 ..... 029
  - 一、晋人的美 ..... 030
  - 二、《体相学》 ..... 035
  - 三、人体美学 ..... 037
- :: 目送归鸿，手挥五弦 ..... 043
  - 一、美感的心理因素 ..... 043
  - 二、美感的本质和特征 ..... 051
- :: 美乡的醉梦者 ..... 056
  - 一、“有音乐感的耳朵” ..... 056
  - 二、欣赏是一种创造 ..... 061
  - 三、纯正的趣味 ..... 064
- :: 美学散步 ..... 069
  - 一、朱光潜先生的学术历程 ..... 070
  - 二、宗白华先生的学术历程 ..... 083
- :: 人生的艺术化 ..... 093
  - 一、生命的意蕴 ..... 093
  - 二、人诗意地栖居 ..... 103

三、从工具本体到情感本体 105

:: 《美学十五讲》后记 107

:: 博大精深的古希腊文化史家——记A.F.洛谢夫 110

一 110

二 113

三 118

四 122

五 124

:: 马克思美学观的最早研究者——记M.A.里夫希茨 126

一 127

二 131

:: 塔尔图-莫斯科学派的首领——记Ju.M.洛特曼 134

一 134

二 139

三 142

四 148

:: 美学研究中的系统方法——记M.S.卡冈 150

一、系统方法的基本原则和卡冈美学思想的理论贡献 151

二、文化学：文化系统中的艺术 156

三、艺术形态学：艺术世界的内部结构 161

四、小结 169

## 目录 >>

- :: 美学研究中的价值说方法——访L.N.斯托洛维奇 172
  - 一 173
  - 二 178
  - 三 184
  - 四 188
- :: 对“日常生活审美化”研究的反思 190
  - 一、什么是“日常生活审美化” 190
  - 二、我国学者关于日常生活审美化争论的焦点 192
  - 三、怎样深化日常生活审美化的研究 195
- :: 亚文化群的消费特征和审美趣味 197
  - 一、亚文化群 197
  - 二、亚文化群风格的表征物 198
  - 三、亚文化群风格的同源性 202
- :: 价值问题和马克思主义——与斯托洛维奇的对话 204
- :: 苏联美学：20世纪70年代末至80年代中——访苏联著名美学家卡冈 213
  - 一、美学研究总特征 213
  - 二、世界审美掌握问题研究 215
  - 三、世界艺术掌握问题研究 217
  - 四、美学史研究和现代资产阶级美学批判 221
- :: 《在美学的世界中》所挑起的争论 226
  - 一 226
  - 二 229

- :: 法国新托马斯主义美学——与多尔戈夫的对话 233
  - 一 233
  - 二 236
- :: 一份新发现的康德手稿 239

#### 第四部分 应用艺术学和应用美学

- :: 关于“企业的美学管理”的命题 245
  - 一、“企业的美学管理”命题的提出 245
  - 二、历史上企业的美学管理的一个案例分析 250
- :: “企业的美学管理”的定义、研究方法和研究范围 261
  - 一、“企业的美学管理”的定义 261
  - 二、“企业的美学管理”的研究方法 268
  - 三、“企业的美学管理”的研究范围 274
- :: 用户对产品和服务的情感需求 276
  - 一、用户研究 277
  - 二、用户的对产品和服务的情感需求的表现 283
  - 三、用户的趋优消费 305
- :: 美学在突破性产品中的作用 312
  - 一、突破性产品 312
  - 二、产品机会缺口 325

## 目录 >>

- ∴ 企业转型的艺术学诊断 330
  - 一 330
  - 二 332
  - 三 334
- ∴ 我的设计理论研究 337
  - 一、从美学切入 337
  - 二、从人类基本的经济活动切入 340
  - 三、从企业管理切入 343
- ∴ 物的意义的生成 347
  - 一 347
  - 二 349
  - 三 351
- ∴ 艺术设计的定义 354
  - 一、艺术设计观念的历史发展 355
  - 二、设计活动中的艺术设计 361
  - 三、艺术设计和自主创新 367
- ∴ 早期工业时期的艺术设计 371
  - 一、艺术设计的先驱者 371
  - 二、德国艺术工业联盟 378
  - 三、英法早期的艺术设计 384

**:: 包豪斯——现代艺术设计教育的摇篮 390**

一、格罗皮乌斯和包豪斯宣言 390

二、包豪斯预科 395

三、包豪斯发展的三个阶段 399

**:: 波普设计和孟菲斯 407**

一、从大众文化到波普设计 407

二、孟菲斯和意大利艺术设计 418

**:: 艺术设计与我国的经济转型 426**

一、芭比娃娃的启示 426

二、从可口可乐看品牌营销 429

三、生产什么、如何生产、为谁生产 431

**:: 工业设计概念的衍变 434**

一 434

二 435

三 436

**:: 附录 我在南通市二中的学习生活 438**



FIVE BOOKS  
OF CHINESE  
CONTEMPORARY ARTISTS

中国当代  
艺术学家五书

*Art and Aesthetics  
Collection of Ling Jiyao*

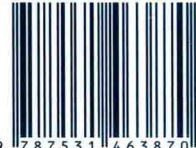
凌继尧艺术学美学文集

【下册】

凌继尧 著

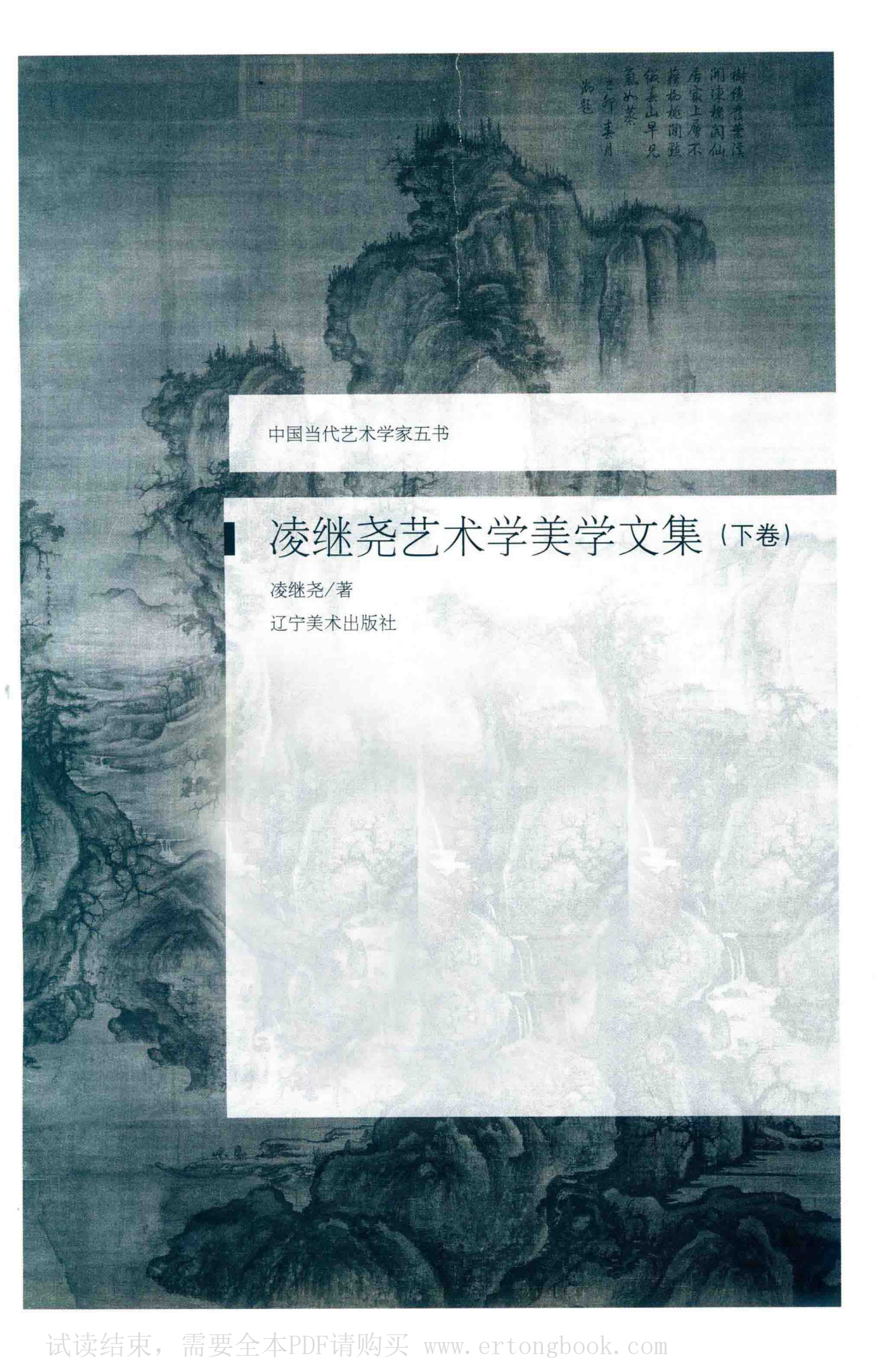
辽宁美术出版社  
Liaoning Fine Arts Publishing House

ISBN 978-7-5314-6387-0



9 787531 463870 >

定价：420.00（上下卷）



樹後青苔溪  
洲疎掃閑仙  
居寂上層不  
獲如枕間豈  
飯長山早見  
意如茶  
三印  
為題

中国当代艺术学家五书

# 凌继尧艺术学美学文集（下卷）

凌继尧/著

辽宁美术出版社

## 目录 >>

### 第三部分 美学理论

- :: 我见青山多妩媚 013
  - 一、从致用、比德到畅神 013
  - 二、“美不自美，因人而彰” 021
- :: 人物的品藻 029
  - 一、晋人的美 030
  - 二、《体相学》 035
  - 三、人体美学 037
- :: 目送归鸿，手挥五弦 043
  - 一、美感的心理因素 043
  - 二、美感的本质和特征 051
- :: 美乡的醉梦者 056
  - 一、“有音乐感的耳朵” 056
  - 二、欣赏是一种创造 061
  - 三、纯正的趣味 064
- :: 美学散步 069
  - 一、朱光潜先生的学术历程 070
  - 二、宗白华先生的学术历程 083
- :: 人生的艺术化 093
  - 一、生命的意蕴 093
  - 二、人诗意地栖居 103

三、从工具本体到情感本体 105

:: 《美学十五讲》后记 107

:: 博大精深的古希腊文化史家——记A.F.洛谢夫 110

一 110

二 113

三 118

四 122

五 124

:: 马克思美学观的最早研究者——记M.A.里夫希茨 126

一 127

二 131

:: 塔尔图-莫斯科学派的首领——记Ju.M.洛特曼 134

一 134

二 139

三 142

四 148

:: 美学研究中的系统方法——记M.S.卡冈 150

一、系统方法的基本原则和卡冈美学思想的理论贡献 151

二、文化学：文化系统中的艺术 156

三、艺术形态学：艺术世界的内部结构 161

四、小结 169

## 目录 >>

- :: 美学研究中的价值说方法——访L.N.斯托洛维奇 172
  - 一 173
  - 二 178
  - 三 184
  - 四 188
- :: 对“日常生活审美化”研究的反思 190
  - 一、什么是“日常生活审美化” 190
  - 二、我国学者关于日常生活审美化争论的焦点 192
  - 三、怎样深化日常生活审美化的研究 195
- :: 亚文化群的消费特征和审美趣味 197
  - 一、亚文化群 197
  - 二、亚文化群风格的表征物 198
  - 三、亚文化群风格的同源性 202
- :: 价值问题和马克思主义——与斯托洛维奇的对话 204
- :: 苏联美学：20世纪70年代末至80年代中——访苏联著名美学家卡冈 213
  - 一、美学研究总特征 213
  - 二、世界审美掌握问题研究 215
  - 三、世界艺术掌握问题研究 217
  - 四、美学史研究和现代资产阶级美学批判 221
- :: 《在美学的世界中》所挑起的争论 226
  - 一 226
  - 二 229

- :: 法国新托马斯主义美学——与多尔戈夫的对话 233
  - 一 233
  - 二 236
- :: 一份新发现的康德手稿 239

#### 第四部分 应用艺术学和应用美学

- :: 关于“企业的美学管理”的命题 245
  - 一、“企业的美学管理”命题的提出 245
  - 二、历史上企业的美学管理的一个案例分析 250
- :: “企业的美学管理”的定义、研究方法和研究范围 261
  - 一、“企业的美学管理”的定义 261
  - 二、“企业的美学管理”的研究方法 268
  - 三、“企业的美学管理”的研究范围 274
- :: 用户对产品和服务的情感需求 276
  - 一、用户研究 277
  - 二、用户的对产品和服务的情感需求的表现 283
  - 三、用户的趋优消费 305
- :: 美学在突破性产品中的作用 312
  - 一、突破性产品 312
  - 二、产品机会缺口 325

## 目录 >>

- :: 企业转型的艺术学诊断 330**
  - 一 330
  - 二 332
  - 三 334
- :: 我的设计理论研究 337**
  - 一、从美学切入 337
  - 二、从人类基本的经济活动切入 340
  - 三、从企业管理切入 343
- :: 物的意义的生成 347**
  - 一 347
  - 二 349
  - 三 351
- :: 艺术设计的定义 354**
  - 一、艺术设计观念的历史发展 355
  - 二、设计活动中的艺术设计 361
  - 三、艺术设计和自主创新 367
- :: 早期工业时期的艺术设计 371**
  - 一、艺术设计的先驱者 371
  - 二、德国艺术工业联盟 378
  - 三、英法早期的艺术设计 384



**:: 包豪斯——现代艺术设计教育的摇篮 390**

一、格罗皮乌斯和包豪斯宣言 390

二、包豪斯预科 395

三、包豪斯发展的三个阶段 399

**:: 波普设计和孟菲斯 407**

一、从大众文化到波普设计 407

二、孟菲斯和意大利艺术设计 418

**:: 艺术设计与我国的经济转型 426**

一、芭比娃娃的启示 426

二、从可口可乐看品牌营销 429

三、生产什么、如何生产、为谁生产 431

**:: 工业设计概念的衍变 434**

一 434

二 435

三 436

**:: 附录 我在南通市二中的学习生活 438**