

## תוכן העניינים

5 **הקדמה ותודות**

9 **מבוא**

חקר המוצר המעוצב 12 ; חקירה אסתטית במסגרת פוסט-  
מודרנית 15

### קליפה I

#### אובייקט אסתטי וחוויה אסתטית

21 **1. הפנומנולוגיה של האובייקט האסתטי**

28 **2. חוויה אסתטית והיעדר אינטרס**

כלי חקירה אסתטיים : סקירת מבוא 30 ; מושג הטעם 30 ;  
שופנהאואר והעמדה האסתטית : סובייקט של ידע נטול כל  
רצון 33 ; העמדה האסתטית במאה ה-20 35 ; סיכום 39

43 **3. שיפוט הטעם של קאנט במבחן מוצר הצריכה  
המעוצב**

קאנט : ארבעת היסודות של משפט הטעם 44 ; שיפוט  
אובייקטים מעוצבים לאור סעיף 16 בביקורת כוח השיפוט  
של קאנט 48 ; הדיון של פורסי בסעיף 16 53

### קליפה II

#### מאובייקט אסתטי למוצר צריכה מעוצב

71 **4. טבעו של אובייקט אסתטי מעוצב וקשריו לתרבות**

עיצוב וצריכה : השימוש בטובין בהקשרים תרבותיים 71 ;

סביבת צריכה אסתטית היברידית בהשוואה לסביבות של  
אמנות וטבע 75

**83 .5 קטגוריות של תרבות כתכונות אסתטיות**

מהפכת הצריכה באנגליה: מחברה מעמדית לחברה  
צרכנית 84; חיקוי, חדשנות, אותנטיות 89; חיקוי, תואם  
ופונקציונליות 90; חיקוי, חדשנות וגיוון 94; מושג הטעם  
לאור תופעת החיקוי 96; הקשר הישיר בין איכויות אסתטיות  
לחיקוי 96; חיקוי ואותנטיות 99; סיכום 102

קליפה III

מוצר צריכה מעוצב בתרבות

**107 .6 יופי מוסרי והיעדר אינטרס תרבותי**

יופי מוסרי (moral beauty) 108; הגותם של האמפיריציסטים  
הבריטים על רקע מהפכת הצריכה 111; הגותו האתית-  
אסתטית של שפטסבורי בזיקה למונח "היעדר אינטרס" 115;  
מ"היעדר אינטרס מוסרי" ל"היעדר אינטרס תרבותי" –  
הוכחה אנליטית 126

**130 .7 האתיקה של המותג: המותג כחבר**

**.8 אסתטיקה של צורה תרבותית: סיכום שהוא**

**135 התחלה**

**143 ביבליוגרפיה ורשימת קיצורים**

**155 מפתח שמות ומושגים**