

<<文化创意产业概论>>

图书基本信息

书名：<<文化创意产业概论>>

13位ISBN编号：9787040262384

10位ISBN编号：704026238X

出版时间：2010-6

出版时间：高等教育出版社

作者：金元浦

页数：261

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>

<<文化创意产业概论>>

前言

2009年9月国务院常务会议通过并发布《文化产业振兴规划》，这是继钢铁、汽车、纺织、装备制造、船舶、电子信息等规划之后的第十一大产业振兴规划，也是“十一五”文化发展规划纲要的延续和升华。

《文化产业振兴规划》为未来几年我国文化产业发展确定了总体目标，其发布实施对我国文化产业的发展将起到巨大的推动作用；对于调整优化产业结构，积极应对金融危机，满足人民群众的精神文化需求，推动中华文化走出去，都具有十分重要的意义。

文化创意产业是市场经济条件下繁荣发展社会主义文化的重要载体，是满足人民群众多样化、多层次、多方面精神文化需求的重要途径，也是推动经济结构调整、转变经济发展方式，实现从中国制造走向中国创造，实践科学发展观的重要着力点。

通过贯彻《文化产业振兴规划》，国家正在重点推进文化创意、影视制作、出版发行、演艺娱乐、文化会展、数字内容和动漫等文化行业。

我国文化创意产业呈现出前所未有的蓬勃发展的新局面。

党的十七大以来，党中央、国务院高度重视发展文化产业、创意产业，采取了一系列政策措施，深入推进文化体制改革，加快推动文化创意产业发展。

国有经营性文化单位转企改制取得重要进展，涌现出一批具有较强实力和竞争力的文化企业和企业集团，文化创意产业规模逐步壮大，以公有制为主体、多种所有制共同发展的文化创意产业格局初步形成。

文化“走出去”步伐加快，文化进出口贸易逆差逐步缩小，我国文化创意产业的国际竞争力不断增强。

文化创意产业呈现出健康向上、蓬勃发展的良好态势，正在成为推动社会主义文化大发展大繁荣的重要引擎和经济发展新的增长点。

2010年1月17日，中共中央总书记胡锦涛同志视察了位于卢湾区繁华地段的原上海汽车制动器公司一片闲置厂房，现在的上海“8号桥”创意园区。

胡锦涛指出，创意产业蕴藏着巨大的发展潜力。

要进一步做好园区规划，不断完善服务体系，努力营造创新氛围，真正把创意产业打造成上海经济发展的新亮点。

这是党中央对文化创意产业发展提出的新要求，将为推动我国文化创意产业发展发挥积极的作用。

同时我们也要看到，我国文化创意产业的发展还很不平衡，东部、中部和西部在经济总量、现有基础、发展水平和需求层次上有着较大差异，与人民群众日益增长的精神文化需求还不相适应，与日趋完善的社会主义市场经济体制还不相适应，与现代科学技术的迅猛发展和广泛应用还不相适应，与我国对外开放不断扩大的新形势还不相适应。

因此，《文化产业振兴规划》在这样一个关键时期发布，就有着十分重大的意义，它标志着我国文化创意产业进入了一个加速发展的新阶段。

<<文化创意产业概论>>

内容概要

《文化创意产业概论》宗旨是从宏观上把握对象，将当代文化创意产业发生发展的理论基础、历史背景、思想源流、产业构成、重点论域和未来趋势做出扫描、分析与透视，让读者能够全面了解和掌握文化创意产业的相关知识。

全书分为三大部分，第一部分探讨文化创意产业的核心理念与发展概况，主要讨论文化产业的相关概念，当代文化创意产业的崛起，当代内容产业的历史性出场和版权产业与文化产业的分类。

第二部分主要探讨文化创意产业的文化背景、经济模式、产业结构和演变基础。

主要讨论当代世界文化发展、当代文化与经济、科技的融合——当代文化产业发展总体环境与现实条件，三大产业结构发展演变的规律与趋势，文化生产力与文化产业，从中国制造到中国创造的历史趋势。

第三部分探讨创意城市、文化创意产业集聚区、文化体制改革和艺术保护等重要论题，各章节分别讨论了经营城市：大竞争时代的文化博弈，产业基地建设：文化创意产业集聚区，文化体制改革与文化产业制度创新，以及文化产业的对位性机制：市场条件下的文化艺术保护。

<<文化创意产业概论>>

书籍目录

上编第一章 文化产业概念探析第一节 理论一意识形态文化工业第二节 作为社会经济实践操作的应用文化产业第二章 当代创意产业的崛起第一节 创意产业理念的强力推出第二节 创意产业的基本特点第三节 文化创意实践的全球蜂起第四节 创意中国的文化产业实践第五节 文化创意人力资本与创意阶层的崛起第三章 当代内容产业的历史性出场第一节 内容产业：应时而出，应需而出第二节 内容产业与数字内容产业第三节 世界各国在内容产业上的竞争第四节 我国数字化内容产业的发展第五节 数字化内容产业的未来发展第四章 版权产业与文化产业的分类第一节 作为版权产业的美国文化产业及其分类第二节 我国目前制定的文化产业分类第三节 国际标准产业分类体系与文化产业分类标准的建立中编第五章 当代世界的文化发展第一节 国家战略中的文化的跃升第二节 文化产业成为国民经济的支柱产业之一第六章 当代文化与经济、科技的融合——当代文化产业发展总体环境与现实条件第一节 全球化条件下的文化产业发展第二节 当代市场条件下文化与经济的一体化第三节 创新型国家：科学技术创新与文化艺术创意第七章 三大产业结构发展演变的规律与趋势第一节 三次产业的分类第二节 三次产业结构发展的一般趋势第三节 产业结构的下游化和需求结构的上游化第八章 文化生产力与文化产业——当代文化经济发展的理论探索第一节 马克思主义的文化经济学思想第二节 马克思主义的大生产力观与两种生产力学说第三节 第三代生产力：从中国制造到中国创造下编第九章 经营城市：大竞争时代的文化博弈第一节 文化新概念：城市竞争力第二节 创意都市：原创力时代的核心竞争力第三节 网络都市：数字化时代内容产业的高端展开第四节 华彩都市：注意力经济时代的城市形象再塑第五节 舒适都市：体验经济时代的生存格调第十章 产业基地建设：文化创意产业集聚区第一节 文化创意产业集聚区的概念及特征第二节 文化创意产业集群的形成第三节 创意产业集聚区的基础与功能第四节 文化创意产业集聚区评价与指标体系第十一章 文化体制改革与文化产业制度创新第一节 中国创意产业发展的困境与问题第二节 拆除壁垒，加快文化体制改革第三节 推动文化产业制度创新，实现跨越式发展第四节 文化资源与文化竞争力第十二章 文化产业的对位性机制：市场条件下的文化艺术保护第一节 现实提出的问题：文化艺术的保护第二节 我国市场条件下的文化艺术保护第三节 近年我国对文化艺术遗产的保护第四节 西方当代文化艺术的保护方式第五节 探索我国文化艺术保护的实现途径

<<文化创意产业概论>>

章节摘录

插图：二、文化工业的理论特征霍克海默和阿多诺认为正是现代技术与工具理性的统治，使“文化工业”日益展现其复制性和同质化的特征，形成了“同一”的艺术风格，泯灭了以独创性为根本的艺术。

霍克海默和阿多诺认为，伟大的艺术家更坚信事物的逻辑，而不是信赖风格，真正的风格在于表现事物的矛盾特点。

但是，作为纯粹的美学规律的风格，在“文化工业”时代已经成为一种浪漫主义幻想。

因为“文化工业”不仅通过热烈追求形式和内容、内部和外部、个人和社会的同一，不仅制造了技术上特定的统一语言，进而通过强制影响到整个民族语言，而且“都以同样的方式影响人们傍晚从工厂出来，直到第二天早晨为了维持生存必须上班为止的思想”。

“文化工业”中人为意志代替了事物逻辑，使艺术无论从内容到形式都保持了一种无差异状态，艺术与社会也高度一体化了。

？

“文化工业”具有消费性、商业性特质。

“文化工业”与以往的通俗文化的根本区别在于，“文化工业”是资本驱使之下所进行的文化生产，从中处处可以感受到资本这只无形之手在背后的操纵作用。

当年霍克海默和阿多诺提出“文化工业”的概念时，就已敏锐地觉察到这一点并试图加以揭示。

后来詹姆斯指出，当代资本的一大特点在于其势力已扩张到此前未曾受到商品化影响的精神领域、文化领域，而“文化工业”的出现，就是资本对文化大举扩张的结果。

这一点乃是“文化工业”的基本要义，也是认识“文化工业”的一个出发点。

正是在资本的驱使之下，“文化工业”成为一种市场化、商品化的文化生产，同时也成为一种技术性的文化生产。

“文化工业”的商业性主要表现在两个方面：一是文化用品的市场效益和利润原则左右着“文化工业”的目的，从而文化用品的价值、使用价值及其交换价值呈现出等值的情形；二是文化用品本身呈现出广告性质。

从某种意义上说，广告成了唯一的艺术品。

“文化用品是一种奇怪的商品。

即使它不再进行交换时，它也完全受交换规律的支配；即使人们不再使用它时，它也盲目地被使用。

霍克海默和阿多诺曾一反康德的命题，称“文化工业”不是“无目的的合目的性”，而是“有目的的无目的性”，亦即商业目的通过娱乐消遣的形式收买了无目的性的王国。

所谓“有目的的无目的性”，正是对于“文化工业”的市场化、商品化本性的绝好概括。

电影电视、录音录像、光盘影碟等文化产业产品既是艺术品，同时更是商品。

它们一开始就是为了进入市场而被生产出来的，也是作为商品而被出售、交换和消费的。

获取实利的目的显得明确而又坚定，完全打破了康德以来将审美活动与物质实用判然二分的界限。

<<文化创意产业概论>>

编辑推荐

《文化创意产业概论》是由高等教育出版社出版的。

<<文化创意产业概论>>

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>