

<<解放文化生产力>>

图书基本信息

书名：<<解放文化生产力>>

13位ISBN编号：9787208053984

10位ISBN编号：7208053987

出版时间：2005-3

出版时间：第1版 (2005年3月1日)

作者：黄凯锋

页数：170

字数：160000

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>

<<解放文化生产力>>

内容概要

本书是《先进文化研究丛书》的一种，也是上海市社会科学规划基金项目的成果。

《先进文化研究丛书》，是由上海市邓小平理论和“三个代表”重要思想研究中心组织编写的，试图用实证性、操作性和学术性想结合的研究方法，力求回答我们在建设先进文化过程中遇到的一些重大理论和现实问题。

本书将围绕相关的价值问题和价值悖论，联系实际、面向应用，展开讨论，以自己的绵薄之力参与这个称之为“工程”的文化体制改革进程，促进文化生产力的健康发展。

<<解放文化生产力>>

书籍目录

引言第一章 中观及其意义 一、区域文化规划和发展上的中观 二、文化事业与文化产业关系处理上的中观 三、“文化经营管理”中文化概念的中观 四、文化在国民经济中作用的中观第二章 搭台与唱戏——文化经营管理中的价值悖论 一、文化经营管理中的价值悖论 二、价值悖论及其实质 三、价值悖论对文化经营管理的启示第三章 外、后、前——文化经营管理中的价值取向（上） 一、文化发展的三种导向之争 二、“动漫”的亦步亦趋和另辟蹊径 三、电影业的“洋教头”与中国气派 四、不对称竞争及其他第四章 有、缺、要——文化经营管理中的价值取向（下） 一、关于有什么 二、关于缺什么 三、关于要什么第五章 大道理与小乐感——文化经营管理的价值目标 一、“经济决定论”的辩驳与现实生存的历史具体性 二、体验经济和乐感文化 三、“道由情生”和“以美储善” 四、把握“度”的艺术第六章 思想、媒体、意识形态--文化经营管理的价值优选 一、“把关人”、“交换率”与“贴近大众” 二、创新思维，创造市场 三、市场份额和思想文化阵地 四、强势产业的发展之路（以上海出版业为例）第七章 老、中、青——文化经营管理的价值主体 一、大众、小众和分众 二、文化的“品”和“位” 三、文化的生产和消费 四、主文化和亚文化 五、文化的统一性和多样性结语后记

<<解放文化生产力>>

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>