

图书基本信息

书名：<<燕京创意文化产业学刊 (第2卷)>>

13位ISBN编号：9787501033539

10位ISBN编号：7501033536

出版时间：2011-12

出版时间：包晓光 文物出版社 (2011-12出版)

作者：包晓光

页数：337

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>

内容概要

《燕京创意文化产业学刊（第2卷）》以首都创意文化产业的发展历史、现状、趋势和问题为主要研究对象，同时兼及全国其他省市创意文化产业发展问题，介绍并分析世界先进国家创意文化产业发展经验；发表首都创意文化产业研究者、管理者、从业者的最新研究成果；反映创意文化产业学科建设的学理性思考和成就，发布创新平台“孵化”的新成果。本书为第二卷，每年一卷，将办成一个连续性的年刊类出版物。

作者简介

包晓光，首都师范大学文学院教授、博士；副院长、文化产业系主任、新闻传播学一级学科负责人。

长期从事文艺学、美学和文化创意产业研究，两次参加国家社科基金重大课题项目。

主持省部级课题一项、北京市级课题一项。

现为“首都文化创意产学研合作模式创新平台”及“首都文化创意区域发展模式构建与区校合作创新途径研究平台”负责人。

主编《中国传统文化精神》《中国当代文艺思潮》《中国当代文化产业导论》《燕京创意文化产业学刊》等著作。

出版《美学文艺学论稿》《中国当代文学与人文精神问题》《小资情调--个逐渐形成的阶层及其生活品味》等专著。

在《文艺研究》《河北学刊》《广东社会科学》《社会科学》等刊物发表论文数十篇。

书籍目录

前言卷首特稿 新媒体评论二则宏观视界 少数民族非物质文化遗产保护的显著成绩 “适当距离”与文化产业中的政府职能 简析文化产业理论研究缘起及发展 世界城市建设与文化生态资源保护 ——以首都城乡结合部为研究案例深度焦点 苏州地域特色与文化创意产业发展研究 银幕配额制缩减后的韩国电影产业变化研究与启示 全球价值链下的我国影视产业价值链构建 中国电视传媒业的国际地位及境外媒体的威胁分析 中国电视娱乐的产业动力与文化责任 当代中国人物传记电视剧的社会功能及创作特征探析 ——以30年间150余部人物传记电视剧为样本业界物语 从人艺小剧场到东方先锋 中国当代期刊业的发展路径 传媒在房地产经济中扮演的角色理论探析 媒体精细化管理的有效切入 ——电视媒体绩效评估的特性及趋向 传播,是最好的记忆 ——CCTV探索发现频道《中国记忆》研究 试论新媒体文化建构 信息时代的他我 ——网络文化中身份认同的社会学考察 平板电脑和电子阅读器的创意溯源 中国电子书运营模式中的瓶颈问题 ——以汉王科技与盛大文学为例 启蒙抑或审美? ——新时期戏剧发展道路之反思创意孵化器 我国乡村生态旅游发展动因分析 谈昌黎县“三歌一影”非物质文化遗产保护与开发 政府、院团、市场三者之间的良性互动 ——北京儿艺改革模式 试论东北二人转的唯“丑”主义与消费文化心理 从《喜羊羊与灰太狼》看我国动画类文化商品的现代性特征 依托现状谋划发展 ——我国文化消费问题探究 很幸运,为梦想付出过 ——记“青春——不止步的流浪”创作展 从文化资源到文化资本 ——中国传统节庆文化的传承与发展探析 浅析社交网络文化与人的发展编后语《燕京文化创意产业学刊》约稿启事

章节摘录

我国文化产业的萌芽和兴起始于二十世纪七十年代末八十年代初,随着改革开放的全面展开,我国文化部门开始探索改革的路子,逐渐走上文化事业向文化产业转变的态势。

进入九十年代,文化产业开始形成,以我国确定开始实行市场经济体制为标志,文化领域也开始走上市场化阶段,文化产业进入形成和初步发展阶段。

进入二十一世纪,以我国加入世贸组织为标志,文化产业进入发展阶段。

2000年10月,中共十五届五中全会通过的《关于制定国民经济和社会发展第十个五年计划的建议》,第一次在党的中央文件中正式使用了“文化产业”概念,要求“完善文化产业政策,加强文化市场建设和管理,推动有关文化产业发展”,要“推动信息产业与文化产业的结合”。

2001年3月,这一建议为九届人大四次会议所采纳,正式纳入国家“十五”规划纲要。

党的十六大更加明确要积极发展文化事业和文化产业,突出强调了文化建设的战略意义。

2003年朱镕基总理在《政府工作报告》中也提到要“大力发展旅游等相关文化产业”。

这标志着“文化产业”的概念已正面写进党和国家的政策性、法规性文件中,努力发展文化产业已经成为我国经济社会发展战略的重要组成部分。

党的十七大又把文化软实力的概念写进党代会的报告,说明执政党在推进社会发展中越来越重视文化的作用。

与此同时,文化资源与文化产业的紧密联系也被越来越多的学者所注意。

叶朗教授认为,中国的文化产业是在我国独有的文化资源的基础上开发的,具有许多别的产业不具有的优越性,因此使我们在全球化竞争中具有优势。

同时他也不无遗憾的指出,“我国虽有极丰富的文化资源,但是它的商品转化率却极低,文化产品的精神内涵、精致程度也很低,很难适应全球化时代的市场竞争,”我国“西部的文化资源极其丰富,但大部分没有开发,有的是低层次开发,有的甚至是破坏性开发。”

”
.....

编辑推荐

《燕京创意文化产业学刊(第2卷)》由包晓仁主编，以首都创意文化产业的发展历史、现状、趋势和问题为主要研究对象，同时兼及全国其他省市创意文化产业发展问题，介绍并分析世界先进国家创意文化产业发展经验；发表首都创意文化产业研究者、管理者、从业者的最新研究成果；反映创意文化产业学科建设的学理性思考和成就，发布创新平台“孵化”的新成果。

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>