

<<文化城市图景>>

图书基本信息

书名：<<文化城市图景>>

13位ISBN编号：9787503954887

10位ISBN编号：7503954884

出版时间：2012-10

出版时间：文化艺术出版社

作者：陈宇飞

页数：293

字数：318000

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>

<<文化城市图景>>

内容概要

《文化城市图景：当代中国城市化进程中的文化问题研究》是中央党校 - 国家开发银行合作研究课题、中央党校2011年度一般项目“当代中国城市化进程中的文化问题研究”的直接成果，能够在这一问题上做一番比较深入的探寻，首先要感谢课题项目的支持者国家开发银行，也要感谢中央党校有关部门和有关专家的极具专业眼光的项目评审和结项。

<<文化城市图景>>

作者简介

陈宇飞，1957年出生。
任教于中央党校文史教研部文化学教研室。
主要从事城市文化、文化理论研究。

曾主持2000年度国家哲学社会科学基金项目“城市发展进程中的文化动力与行为研究”；主持2011年度国家哲学社会科学基金项目“人文城市理念的中国化实践”；主持中央党校—国家开发银行合作研究课题、中央党校2011年度一般项目“当代中国城市化进程中的文化问题研究”。曾参与国家重大课题“文化软实力与综合国力研究”工作。

著有《城市文化概论》、《明代绘画史》等专著。
撰有《人文城市理念与中国特色世界城市建设》、《文化景观遗产的时代价值重建》、《文化城市与城市文化》、《城市化进程中的新文化生态建设问题》等数十篇文章。
在中央党校省部级、地厅级干部进修班、培训班等主体班次多次讲授现代化进程中的城市文化问题、城市文化保护与城市文化发展、中国特色社会主义文化建设问题等课程。

<<文化城市图景>>

书籍目录

代序：开启城市新生活的宏大画卷——上海世博会的文化意义

第一部分 文化城市：形成与特征

一、文化城市含义的由来

(一) 考察文化城市的历史维度

(二) 与生共进的城市文化

(三) 城市文化的现代转型

二、文化城市的构成及表达

(一) 城市文化构成体系的基本要素

(二) 城市文化的基本特性

(三) 城市文化构成的基本依据

(四) 实现文化需求的必然性

三、文化城市的建构难题

(一) 难题的背景

(二) 发展的阶段性差异

(三) 实践性难题

四、中国特色文化城市的建构路径

(一) 提升整体协同能力

(二) 完成文化整合

(三) 以建构中国特色文化城市为宗旨

(四) 积极推进城市社会文化建设

(五) 加强城市人文精神建设

(六) 提升城市品质

(七) 树立新生态文化观念

(八) 建立文化城市质量评价体系

第二部分 文化城市：定位与构成

上北京：“世界城市”的文化角色定位——兼及中国城市文化功能的认知问题

一、“世界城市”的文化角色要义

(一) 知名度标识

(二) 影响力标识

(三) 人才库标识

(四) 枢纽点标识

(五) 文化力标识

(六) 传播力标识

二、基本格局中的世界城市定位

(一) 世界城市角色的迁移

(二) 确立城市角色的基本依据

(三) 北京在大格局中的定位

三、城市文化角色的“文化版图”定位

(一) 世界的文化版图大样

(二) 世界城市的文化角色识别

(三) 多样态的文化角色价值

.....

第三部分 文化城市：文脉与感受

参考文献

后记

章节摘录

决定城市品质的要素有很多，其中智慧资源保障度、城市特性认知度、城市设计与管理水平、市民文明素养、城市文化发展程度都是关键性要素。

城市发展需要大量的优秀和多层次人才，所以城市的发展首先就对现代教育结构和教育内涵提出了很高的要求。

要通过实施与城市发展目标相适应的人才发展战略，贯彻全民合理平等受教育理念，实施全民素质教育战略，完善全民终身教育体制，为城市发展提供多层次的适用人才。

努力打造城市文化品牌和文化形象，保持城市文化活力，建设与社会、政治、经济同步繁荣的城市文化。

通过良好的城市设计与管理，提升城市街区的文化活力，避免因过宽的城市道路、过于封闭的环境、过度“整洁”化的城市管治而降低城市活力，要想方设法促进人们在城市空间里的自由交往度，保障人们交流和往来的方便程度，从而促进城市繁荣。

城市文化品牌力，是文化软实力的重要内容。

城市因为具有某些方面的特色或特征，如城市风貌特色，经济卓有活力，有著名旅游胜地和人文景观，地域文化习俗引人瞩目，有独特的文化典仪和文化节庆活动，有著称世界的优秀大学或科研机构，有良好周到的城市服务，有品牌响亮的地方手工艺特产和特色饮食等，会使其声名远播，具有无形的吸引力，由此而产生的特定文化氛围、文化产品特色、文化环境质量、文化活动效应，我们称之为城市的文化品牌力效应。

城市的文化品牌力由多项因素所构成，包括城市文化品牌声誉和知名度评价；城市文化环境质量和文化资源构成丰富性评价；文化产品的丰富性程度和文化资源开发程度评价；城市对外来游客的吸引度和游客满意度评价；城市人文景观和自然景观的独特性评价和构成要素评价；城市风貌特色、城市管理和城市服务质量评价；城市文化活动和文化庆典活动构成质量评价等要素。

我们关注城市文化的生产能力，是从文化适应时代需求的维度出发的。

城市的文化生产力就是对所吸纳的文化元素和素材，进行二次加工和进行市场营销的能力。

对于城市竞争力来说，吸纳不同文化元素的能力是一种基本能力，而对所吸纳的文化元素进行保存复制、二次加工、再造和丰富的能力，以及开拓市场、推介和行销文化产品的能力，则是一座城市最重要的文化生产能力的体现，是其文化生产力的核心所在。

在信息时代里，文化生产力之于城市竞争力的作用更为凸现出来。

由于传统的制造业正在退出一线城市，这些城市作为文化创意基地、文化策源地和思想创新源头的的作用，就更为明显和突出。

那些占据了文化创意领先地位和能力的城市，就会在新的发展格局中，取得较强的发展竞争力。

随着数码技术和网络技术的发展，文化生产的能量被极大程度地拓展了，文化产品复制、传播和演示方式，都在发生着革命性的改变。

能否适应这种变化，在变局中不断调整城市文化战略和文化生产能力，也是评价城市文化生产力水平和竞争力高低的一个重要标识。

……

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>