

<<民族艺术与文化产业>>

图书基本信息

书名：<<民族艺术与文化产业>>

13位ISBN编号：9787811252651

10位ISBN编号：7811252651

出版时间：2009-3

出版时间：中国海洋大学出版社

作者：张胜冰，屈小青，邹龙 著

页数：198

字数：200000

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>

<<民族艺术与文化产业>>

内容概要

文化产业管理专业目前面临很大挑战，主要表现为，第一，由于全球范围内文化产业发展非常迅猛，新生事物不断涌现，这使得文化产业理论研究无法满足现实发展的需要，甚至远远滞后于现实发展，许多现实问题无法得到理论上的回答，这些必然反映在这套丛书的撰写中。

第二，如何使丛书适应文化产业管理专业的教学需要，也是我们所面对的重要课题。

因为文化产业专业的教学处于起步阶段，还缺乏成熟的理论和经验，因此我们在丛书内容上尽量贴近现实需要，力求反映出当前文化产业最新发展动态和趋势，使教学内容与文化产业发展紧密结合，反映文化产业发展的最新动向。

<<民族艺术与文化产业>>

书籍目录

第一章 民族与民族艺术 第一节 民族的产生 第二节 民族与社会 第三节 作为文化符号的民族艺术第二章 民族艺术的价值链与产业形态 第一节 价值链含义 第二节 民族艺术价值链的构成要素 第三节 与价值链相关的产业形态第三章 民族艺术资源开发 第一节 民族艺术资源开发的意义 一、有利于保护民族文化遗产 二、体现艺术的经济价值 三、满足人们的审美需求 四、成为国际间交往的重要媒介 第二节 民族艺术资源开发的途径 一、资源整合 二、资本运作 三、市场营销 四、政府介入 第三节 民族艺术资源开发的成功案例第四章 艺术品的民族元素 第一节 民族元素的内涵 第二节 民族元素的构成 第三节 民族元素的物化表达第五章 民族艺术与市场经营 第一节 艺术市场概述 第二节 艺术产品经营 一、艺术产品的生产者 二、艺术产品的消费者 三、艺术产品的价格确定 四、艺术产品的经营策略 第三节 艺术产品贸易 一、画廊(gallery) 二、艺术品拍卖 三、艺术品博览会 四、艺术经纪人第六章 中国艺术品走向国际市场 第一节 国际艺术品市场概述 第二节 艺术品投资与收藏现象透视 第三节 中国艺术品近年在国际艺术市场的表现参考文献后记

章节摘录

第一章 民族与民族艺术 民族艺术是民族的产物，它通过物质化和非物质化的形式或载体反映出一个民族在特定历史时期内所形成的哲学观念、审美观念和伦理道德观念，体现出一个民族对真善美的追求。

因此，民族艺术也是形象化的民族历史，它记载着一个民族在长期历史发展中对社会的认知和对世界万物的思考，是人类发展历程的写照和真实记录。

对人类社会来说，民族艺术不仅具有很高的认识价值， also 具有很高的审美价值。

对民族艺术的认识应该与对民族的认识结合在一起，在理解民族艺术的过程中对每个民族有深刻的把握。

本书所说的民族艺术，指的是除文学之外的各种艺术形式。

就民族而言，它并不专指某一民族，如汉民族或少数民族，而是指包括各民族在内，这里所说的民族是一个广义的概念。

我们首先探讨一下有关民族的基本问题。

第一节 民族的产生 民族是人类社会特有的现象，不同的民族群体形成了不同的民族属性，民族属性是人类社会的突出特征，是人类区别于其他生物种群的显著标志。

人类社会是由不同的民族群体组成的，民族群体构成人类社会的重要细胞，它影响着人类社会的发展。

因此，民族属性对人类来说既具有生物学意义，也具有社会学意义。

对民族的研究既要有生物学的视角，也要有社会学的视角，相比较而言，社会学的视角要更为重要，它决定着民族的本质属性，是民族的内在规定。

.....

<<民族艺术与文化产业>>

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>