

<<文化创意产业总论>>

图书基本信息

书名：<<文化创意产业总论>>

13位ISBN编号：9787504356208

10位ISBN编号：7504356204

出版时间：2008-5

出版时间：中国广播电视出版社

作者：宫承波，闫玉刚 著

页数：138

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>

<<文化创意产业总论>>

内容概要

在传媒业界，所谓“媒体创意”显现早已是司空见惯的客观现实，但若问为什么是媒体创意，人们大多说不清楚。

作为一种新生事物，人们对其语焉不详，甚至有些疑惑，都是正常现象。

本书为媒体创意专业核心课程系列教材之：文化创意产业总论，主要内容包括：文化创意产业的理论界说、文化创意产业的特征与功能、文化创意产业的发展要素、世界文化创意产业发展概观、中国文化创意产业概观、中国文化创意产业的发展趋势与对策。

<<文化创意产业总论>>

作者简介

宫承波（1966～），男，山东章丘市人，博士。

毕业于山东大学文学与新闻传播学院，曾于中央民族大学民族学与社会学学院从事博士后研究，现为中国传媒大学电视与新闻学院教授，任媒体创意专业主任、媒体创意研究中心主任。

有专著《传播学纲要》、《媒体创意导论》，主编

<<文化创意产业总论>>

书籍目录

代总序 拥抱创意时代第一章 文化创意产业的理论界说 第一节 何为文化创意产业 第二节 文化创意产业与传统文化产业第二章 文化创意产业的特征与功能 第一节 文化创意产业的特征 第二节 文化创意产业的功能 第三节 发展文化创意产业的意义第三章 文化创意产业的发展要素 第一节 文化创意产业发展的政策支持要素 第二节 文化创意产业发展的知识产权保护要素 第三节 文化创意产业发展的人才要素 第四节 文化创意产业的市场化发展 第五节 技术创新与文化创意产业发展第四章 世界文化创意产业发展概观 第一节 美国文化创意产业 第二节 英国文化创意产业 第三节 日本文化创意产业 第四节 韩国文化创意产业 第五节 其他国家的文化创意产业第五章 中国文化创意产业概观 第一节 北京文化创意产业 第二节 上海创意产业的发展 第三节 香港文化创意产业 第四节 台湾文化创意产业 第五节 其他地区的文化创意产业第六章 中国文化创意产业的发展趋势与对策 第一节 中国文化创意产业的发展趋势 第二节 中国文化创意产业发展对策探讨参考文献

<<文化创意产业总论>>

章节摘录

第一章 文化创意产业的理论界说 第一节 何为文化创意产业 文化创意产业是20世纪末期提出的一个新概念。

概念提出伊始，主要是在理论方面的探讨，表现为一种针对当代经济、产业发展新趋势的全新理念。这种理念认为，在当代经济的发展过程中，创意才是经济和社会发展的重要推动力，是财富的真正来源。

作为一种观念性存在，创意由思想、知识、技能、创新等文化要素构成，它会衍生出无穷的新产品、新服务，从而创造更多的财富和市场。

尽管这一概念在20世纪末期才被人们所真正认可，并得到政府有关部门的重视，但任何概念的出现都并非一蹴而就，文化创意产业概念也经历了一系列的理论演进过程，其中凝聚着众多理论家的智慧。

一、文化创意产业的理论演进 1. 约瑟夫·熊彼特的创新理论 当今中国学界，许多人将德国著名经济史及经济思想家约瑟夫·熊彼特（Joseph Schumpeter）看作是文化创意产业的理论先驱之一。

熊彼特的创新理论主要是在经济学领域提出，但其对创新的强调，在一定程度上推动了当代创意理论和实践的产生。

在一书中，熊彼特将“创新”引入经济学之中，提出了独具特色的创新理论，也被认为是西方经济学界第一本用“创新”理论来解释和阐述资本主义的产生和发展的专著。

在该书中，熊彼特明确指出：现代经济发展的根本动力并非是资本和劳动力，而是创新，在创新的过程中，知识和信息的生产、传播、使用是重要的关键性因素。

资本主义的发展过程就是通过创新的竞争，不断地创造并进而破坏经济均衡结构的过程，对此，熊彼特称之为“创造性破坏”。

<<文化创意产业总论>>

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>