

<<吾地与吾民>>

图书基本信息

书名：<<吾地与吾民>>

13位ISBN编号：9787308060653

10位ISBN编号：7308060659

出版时间：2008-7

出版时间：浙江大学出版社

作者：郭鉴

页数：340

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>

## &lt;&lt;吾地与吾民&gt;&gt;

## 前言

本书共十二章，分三个部分：功能篇、主体篇、客体篇。

第一部分有五章内容。

第一章是全书的总起，界定文化产业与地方文化产业的内涵，概说文化产业理论思潮与时代发展脉络以及在“大营销”概念下的地方文化产业营销。

其中，关于地方文化产业的内涵，本书认为其指生产及运用文化特色的产业，也是将生活、生态以及生产的文化等加以发挥应用而形成的产业，主要包括地方传统文化产业、地方观光文化产业及地方文化活动等三大类，具有独特性、本地化和内生性发展的特点。

第二章到第五章是功能篇的具体展开，即发展地方文化产业的四大功能：促进地方认同，保护地方传统文化、发展地方产业文化，发展地方环境建设和对地方空间科学开发利用。

同时，这四大功能也是发展地方文化产业的重要资产和根基，即发展地方文化产业离不开“吾民”对“吾地”的认同、参与，离不开“吾民”对“吾地”的产业文化认知，离不开或有形或无形的地方文化产业环境，离不开良好的地方区位空间建设。

第二部分有三章内容，研究发展地方文化产业的三大主体：政府、企业和非营利机构。

在此需要说明的是，这三大主体对发展地方文化产业中的作用有很多，比如政府在文化产业中的作为，就可以制定文化政策、培育文化人才、保护传统文化、兴建空间设施、支持或补助经费预算等等，但在本部分的三章中，提炼出本书认为这三大主体的主体角色，即作为地方文化产业政策制定者的政府运作，作为地方文化产业建设赞助者的企业运作和作为地方文化产业建设参与者的非营利机构运作。

第六章中本书肯定政府介入文化，制定文化产业政策，介绍欧美和我国在国家层面和城市层面的政府文化产业政策，说明尽管积极的文化产业政策各有不同，但依据当地政治、经济以及人文环境的“因地”性无疑是最值得借鉴的。

第七章从文化产业化角度出发，认为解决地方艺术资金不足难题的重要出路就是让企业介入，首先地方艺术有赞助价值，其次企业有赞助艺术的动机：赞助不仅是慈善行为，还是经营方式。

第八章介绍在发展地方文化产业中一支重要而独特的力量——非营利机构，从它与政府、企业、社会公众以及非营利机构之间的关系角度，分析它在地方文化产业发展中的角色、功能以及运作。

第三部分有四章内容，研究发展地方文化产业的四大客体：地方休闲产业经营、地方观光产业经营、地方节庆经营和地方博物馆经营。

各章中对地方休闲产业、地方观光产业、地方节庆和地方博物馆的内涵给以界定，重点关注地方文化产业经营中的一些热点和难点，比如地方休闲产业中的艺术休闲与休闲农业活动、地方观光产业中的文化观光与生态观光、地方节庆中的地方艺术节的经营以及地方博物馆的民营化改革。

## &lt;&lt;吾地与吾民&gt;&gt;

## 内容概要

《吾地与吾民：地方文化产业研究》关注点就在于此，地方文化产业发展的目的是什么，是为了让本地民众在这个纷纷扰扰的变革时代知道自己所处的位置，从哪里来，会到哪里去。地方文化产业要发展靠的是什么，靠的是唤起本地民众的地方意识，主动参与，人人是参与者，人人是消费者。

《吾地与吾民：地方文化产业研究》共十二章，分三个部分：功能篇、主体篇、客体篇。

第一部分有五章内容。

第一章是全书的总起，界定文化产业与地方文化产业的内涵，概说文化产业理论思潮与时代发展脉络以及在“大营销”概念下的地方文化产业营销。

其中，关于地方文化产业的内涵，本书认为其指生产及运用文化特色的产业，也是将生活、生态以及生产的文化等加以发挥应用而形成的产业，主要包括地方传统文化产业、地方观光文化产业及地方文化活动等三大类，具有独特性、本地化和内生性发展的特点。

第二章到第五章是功能篇的具体展开，即发展地方文化产业的四大功能：促进地方认同，保护地方传统文化、发展地方产业文化，发展地方环境建设和对地方空间科学开发利用。

同时，这四大功能也是发展地方文化产业的重要资产和根基，即发展地方文化产业离不开“吾民”对“吾地”的认同、参与，离不开“吾民”对“吾地”的产业文化认知，离不开或有形或无形的地方文化产业环境，离不开良好的地方区位空间建设。

第二部分有三章内容，研究发展地方文化产业的三大主体：政府、企业 and 非营利机构。

在此需要说明的是，这三大主体对发展地方文化产业中的作用有很多，比如政府在文化产业中的作为，就可以制定文化政策、培育文化人才、保护传统文化、兴建空间设施、支持或补助经费预算等等，但在本部分的三章中，提炼出本书认为这三大主体的主体角色，即作为地方文化产业政策制定者的政府运作，作为地方文化产业建设赞助者的企业运作和作为地方文化产业建设参与者的非营利机构运作。

第六章中本书肯定政府介入文化，制定文化产业政策，介绍欧美和我国在国家层面和城市层面的政府文化产业政策，说明尽管积极的文化产业政策各有不同，但依据当地政治、经济以及人文环境的“因地”性无疑是 最值得借鉴的。

第七章从文化产业化角度出发，认为解决地方艺术资金不足难题的重要出路就是让企业介入，首先地方艺术有赞助价值，其次企业有赞助艺术的动机：赞助不仅是慈善行为，还是经营方式。

第八章介绍在发展地方文化产业中一支重要而独特的力量——非营利机构，从它与政府、企业、社会公众以及非营利机构之间的关系角度，分析它在地方文化产业发展中的角色、功能以及运作。

第三部分有四章内容，研究发展地方文化产业的四大客体：地方休闲产业经营、地方观光产业经营、地方节庆经营和地方博物馆经营。

各章中对地方休闲产业、地方观光产业、地方节庆和地方博物馆的内涵给以界定，重点关注地方文化产业经营中的一些热点和难点，比如地方休闲产业中的艺术休闲与休闲农业活动、地方观光产业中的文化观光与生态观光、地方节庆中的地方艺术节的经营以及地方博物馆的民营化改革。

## &lt;&lt;吾地与吾民&gt;&gt;

## 书籍目录

功能篇第一章 地方文化产业概说第一节 文化产业与地方文化产业内涵第二节 文化产业理论思潮与时代发展脉络第三节 地方文化产业运营第二章 地方文化产业与地方认同第一节 地方的意义及内涵第二节 地方意识的内涵及测量第三节 文化产业与地方性动力第三章 地方文化产业与地方文化保护及发展第一节 地方产业文化内涵第二节 地方传统文化保护：以传统工艺为例第三节 地方文化产业发展：以企业博物馆为例第四章 地方文化产业与地方环境建设第一节 地方文化产业环境概论第二节 地方文化产业环境指标构建第三节 地方文化产业环境发展案例分析第五章 地方文化产业与地方空间开发及利用第一节 地方文化产业的空間集聚分析第二节 地方文化产业园区的设置第三节 地方闲置空间的再利用主体篇第六章 政府：地方文化产业政策的制定者第一节 文化产业政策内涵第二节 西方国家文化产业政策第三节 中国的文化产业政策第七章 企业：地方文化产业建设的赞助者第一节 地方艺术与企业赞助第二节 企业赞助地方艺术动机第三节 企业赞助地方艺术内容第八章 非营利机构：地方文化产业建设的参与者第一节 非营利组织概述第二节 非营利组织与政府、企业及其他关系第三节 非营利组织与地方文化产业发展客体篇第九章 地方休闲产业经营第一节 地方休闲产业内涵第二节 地方艺术休闲活动第三节 地方休闲农业活动第十章 地方观光产业经营第一节 地方观光内涵第二节 地方观光产业营销第三节 地方文化观光第四节 地方生态观光第十一章 地方节庆经营第一节 地方节庆活动第二节 地方艺术节 经营第三节 地方艺术节 营销模式第十二章 地方博物馆经营第一节 博物馆与地方文化产业第二节 地方博物馆对于地方文化产业的意義第三节 地方博物馆民营化改革参考文献后记

## 章节摘录

三、产业文化认知 文化认知是与人类发展相关的动态概念，可以解释为个人或群众团体对其继承的文化的倾向性共识与认可，这种共识与认可是人类对自然认知的升华，并形成支配人类行为的思维准则与价值取向。

由于人类存在于不同的文化体系中，文化认知表现为对文化的归属意识。

文化认知是指社会成员经由文化活动的参与过程中，对于文化活动的目标与价值内化于个人心中的现象，不但能体会文化活动与个人生活的关系，并自然而然发生良好的情感与认知，而成为个人人格的一部分。

由于现代社会文化互动交流多元而频繁，传统文化价值体系也遭受冲击，文化认知过程不再是稳定的形成。

相反的，其展开于更多元的形式与层次，并且每一次具体互动中产生更多的认知。

近年来，随着地区经济的发展，当地人民在对产业文化认知上跟着产生了显著的改变，而最显著的变化莫过于人们对传统产业的认知逐渐减少，造成产业文化的逐渐衰退或消失，使得许多学者相继注意到这个问题，不断投入这一领域的研究，进而改变产业文化的认知现状。

对于产业文化认知（industrial culture recognition）的定义，依据Hall的说法，认知的进行是建构在个体认知自身与其他群体或其他理念、凝聚方式等以及是否拥有共同的起源或分享的特质。

而Jenkins则认为是探讨一个人在文化认知意识方面，如何主动地与某些东西连结在一起，即在互动过程中，跨越团体而进行的一种象征性建构。

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>