第一图书网, tushu007.com

<<文化创意学>>

图书基本信息

书名：<<文化创意学>>

13位ISBN编号：9787501785087

10位ISBN编号：7501785082

出版时间：2010-1

出版时间：中国经济出版社

作者：白庆祥，李宇红　著

页数：208

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

前言

是释迦牟尼创意了佛教文化，是耶稣创意了基督教文化，是穆罕默德创意了伊斯兰教文化。
这些宗教文化经历了人类历史的漫漫长途，迄今还熠熠生辉，激励无数人生，促进人类社会与历史的和谐发展，在博大精深的宗教典籍中，传承着丰富的知识、卓越的文化、灿烂的文明。
这些放之四海而皆受的文化，无论对个体的人，还是对群体的民族，或是一个有组织系统的国家和地区，都有着历久与空前的约束力、竞争力、创造力、发展力。
这种超时空、跨时代、越历史的魔力是什么？
以基督教为例，我们足见一斑。
公元前1223年，埃及人重新占领迦南时，埃及法老梅尼普塔在战功碑文中不无炫耀地写道：“以色列化为废墟，但它的种族并未灭绝。
”　这些以色列人在《圣经》中被称为希伯来人。
在漫长的岁月中，他们几经战乱，被同部与异族分裂和统一，甚至是被迫害和杀戮，痛遭流散和鄙视，都没有被消灭，没有被同化。
公元7世纪，一些犹太人因拒信伊斯兰教而遭杀害。
中世纪十字军五次东征，犹太人遭罗马军杀戮。
14世纪欧洲几千万人因黑死病丧生，被嫁祸于犹太人，欧洲的犹太人有半数因此而被杀死。
公元1881年，因俄国沙皇被刺，百万犹太人被杀。
第二次世界大战，600多万犹太人被纳粹杀害。
一个饱经几千年沧桑的民族，终于在1948年复国。
犹太人有一部解释《圣经》（旧约）的著作《塔木德》。
这部规范犹太人生活的典籍，因历史与时代的变化而不断被加入新内容。
而《塔木德》所蕴涵的知识和文化正是形成这个伟大民族凝聚力的根基。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本系列教程适用于高等院校教师和学生，以及MBA、EMBA学员，作为文化、新闻、传媒、文化产业，服务经济、文化创意、营销策划等专业教材，也可以作为文化创意领域研究和实践工作者的参考用书。

作者简介

白庆祥，中国经济时报高级记者。
历任广播、报纸、期刊、通讯社记者、编辑。
多个文学类协会、学会会员。

出版《百事仲裁风波》《出人中南海的无冕之王》《享受痛苦的人》《快乐有多远》等报告文学、报告文学集、新新闻著作12部；出版《绿太阳》《爱到恨时》《雪梦如焚》《拷问灵魂的烛血》《焚炼诗狱的箫笛》《享受孤独的冷石》等诗集散文诗集15部；出版剧本集、文艺理论著作各一部；编著、主编《走近奇妙的大自然系列丛书》《错误系列丛书》《黑土地文学丛书》等文艺类图书30余部。

出版《新闻采访与写作的技巧》《新闻采访写作编辑案例教程》《服务新闻论》《问题新闻》等新闻学著作20余部；主编《中外新闻名著鉴赏大辞典》《新闻语》《新闻写作新教程》(系列丛书)《新闻鉴赏辅助教程》(系列丛书)等新闻工具书、新闻教材20多部(册)。

出版《文化决定成败》《文化创意经典案例教程》等文化类图书多部。

出版《怎样与狼共舞》《国际商战：黑洞或陷阱》等经济类图书多部。

有诗歌、散文诗、剧本获奖；有新闻作品和新闻论文获奖；主持、参与多项媒体传播、企业文化、企业管理课题研究；致力于传媒研究，热衷于图书策划出版。

<<文化创意学>>

书籍目录

自序：文化创意是人类发展的永动机第一章　文化创意学概论　本章提示　第一节　文化创意学的概念界定　一、文化的定义　二、创意的定义　三、文化创意的定义　四、文化创意学的定义　第二节　文化创意学的研究范畴　第三节　文化创意学的学科定位　第四节　建立文化创意学学科的必要性　一、建立科研体系的需要　二、大力深入开展文化创意产业的研究　第五节　文化创意学的研究意义　一、历史发展的必然性　二、科学发展的必需性　三、理论支撑的迫切性　思考题第二章　文化创意学的研究方法与学科构建体系　本章提示　第一节　文化创意学的研究方法　一、历史比较分析方法　二、系统分析方法　三、逻辑与历史相统一方法　四、定性分析与定量分析相结合的方法　五、静态分析与动态分析相结合的方法　第二节　文化创意学的学科构建体系　一、文化创意学研究的理论基础　二、文化创意学研究的逻辑起点　三、文化创意学研究的系统环节 思考题第三章 文化创意学的史学构建 本章提示 第一节　中国文化创意历史　一、原始人的文化创意　二、有文字记载的文化创意　三、负面的文化创意 第二节　外国文化创意历史　一、古希腊文化时期　二、古罗马文化时代　三、中世纪基督教文化　四、文艺复兴文化时期　五、宗教改革文化时期　六、理性主义文化时代　七、浪漫主义文化时代　八、现实主义文化时期 第三节　中外文化创意历史比较　一、中西文化背景的异同　二、思维模式的异同　三、科学观的异同　四、法制观念的异同　五、民主观念的异同　思考题第四章　文化创意的现实研究　本章提示　第一节　全球化时代的文化创意背景　一、英国的文化创意　二、美国的文化创意　三、澳大利亚的文化创意　四、新加坡的文化创意　五、韩国的文化创意　六、日本的文化创意　第二节　中国文化创意的现状　一、1978年至1998年——规划部署阶段　二、1999年至今——市场渗透阶段　第三节　中外文化创意的现状比较　一、文化创意内容和形式的开发程度比较　二、文化创意市场的开发程度比较　三、知识产权保护力度的比较　思考题第五章　我国文化创意产业发展的问题分析　本章提示　第一节　文化创意产业发展的主体问题分析　一、双方主观能动性的缺失　二、传播过程中创新性的缺少　三、知识对接存在偏差性　……第六章　文化创意的传播第七章　文化创意的类型研究第八章　文化创意学的人文理念第九章　文化创意的再造与创新第十章　文化创意学的产业架构参考文献后记

章节摘录

第二章　文化创意学的研究方法与学科构建体系　　第二节　文化创意学的学科构建体系　　一、文化创意学研究的理论基础　　文化创意学研究有着自己的理论基础，即以马克思主义哲学作为理论基础。
因为马克思主义哲学是辩证的、实践的、不断创新的理论。
伴随着文化创意产业的发展，文化创意经济的全球化，中国式的当代文化创意学理论是中国特色社会主义条件下文化创意实践的反映。
在全球化的今天，马克思主义哲学应该是建立文化创意学的依据和基础，因为马克思主义的世界观和方法论是不断发展和创新的理论。
研究新情况，提出新问题，得出新结论，就是一个提出问题，分析问题，解决问题的过程，也是在旧的文化元点上创新出新的文化的过程，这个过程就是创新的过程。
马克思主义哲学不是教条的哲学，而是活的灵魂，即是创新的思维过程。
恩格斯说：“马克思主义的整个世界观不是教义而是方法。
他提供的不是现成的教条，而是进一步研究的出发点和供这种研究使用的方法。
”这就告诉我们，我们运用马克思主义哲学方法指导文化创意和指导文化创意学研究，能够充分发挥文化创意的创造力和创新力。
运用马克思主义的世界观和方法论来指导文化创意学研究，能够运用人类全部文明成果和文化智慧，进行理论架构和内容的阐述。
尤其是借鉴西方国家文化创意的成果和文化创意产业的经验，用来指导具有中国特色的文化创意学研究。
运用马克思主义的世界观和方法论来指导文化创意学研究，能够从历史的观点、发展的观点来研究中国传统文化的创意方法、规律、特征等文化创意学。
研究中国的文化创意学，离不开本土文化，离不开中国现实社会的基础，尤其是中国社会的现代化建设这一特定的历史的和现实的生态环境。
这就要求我们必须以辩证的、创新的、发展的思想作为理论基础，也就是以马克思主义哲学作为理论基础。

编辑推荐

文化需要创意，创意需要文化

第一图书网, tushu007.com

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