

图书基本信息

书名：<<新时期中国共产党文化创新研究>>

13位ISBN编号：9787516119365

10位ISBN编号：7516119369

出版时间：2012-10

出版时间：中国社会科学出版社

作者：李春华

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>

<<新时期中国共产党文化创新研 >

内容概要

《新时期中国共产党文化创新研究》研究探讨了文化创新的元理论问题、深入阐述了中国共产党文化创新的重大理论成果、系统总结了中国共产党文化创新的重大实践成就，是我国第一部专门研究党的文化创新的研究成果。

## 作者简介

李春华，中国社会科学院马克思主义研究院思想政治教育研究室主任、副研究员、哲学博士。

主要从事马克思主义理论、文化理论及思想政治教育研究。

主持国家社会科学基金项目“文化生产力与人类文明的跃迁”、中国社会科学院重点课题“世纪之交中国共产党文化创新的理论与实践”、“当前思想政治教育重大问题研究”研究。

参加中宣部理论局《辩证看、务实办：理论热点面对面？

2012》中《道德风气如何提升？

》的起草和修改工作。

主要成果有：主编《经济全球化与世界文化》、《马克思主义哲学原理教学与研究》；参编《和谐文化的理论与实践》等。

在《光明日报》、《理论前沿》、《人民论坛》、《马克思主义研究》、《学习与探索》等国家重要报刊发表论文40余篇。

其中部分被《新华文摘》、《光明日报》、《马克思主义文摘》摘编，多篇被《中国人民日报刊复印资料》、重要网络媒体全文转载。

## 书籍目录

导论 一问题缘起：理论意义与实践意义 二研究现状：思想资源与存在问题 三逻辑线索：核心内容与基本结构 四本书特色：研究方法与创新之点 上篇新时期中国共产党文化创新的前提语境 第一章新时期中国共产党文化创新的理论语境 一文化创新语境中的文化概念释义 二文化创新的基本内容与基本类型 三文化创新的基本原则与一般规律 第二章新时期中国共产党文化创新的历史语境 一新民主主义文化的创立：中国共产党文化创新的标志 二社会主义文化的初步探索：中国共产党文化创新的历史转折 三社会主义精神文明建设思想：新时期中国共产党文化创新的前奏 第三章新时期中国共产党文化创新的现实语境 一全球化时代西方意识形态渗透对中国主流价值观的冲击 二文化建设相对滞后与追求社会全面进步理想的悖论 三人的思想困惑与精神迷茫迫切呼唤重视精神家园建设 中篇新时期中国共产党文化创新的重大理论成果 第四章社会主义先进文化的理论创新 一文化史上关于文化先进性的争论及其局限 二文化的先进性及其“尺度” 三新时期中国社会文化的基本格局 四当前中国社会文化的矛盾与冲突 五中国特色社会主义文化：当代中国的先进文化 六中国共产党建设先进文化的实质和根本 第五章社会主义核心价值体系的理论创新 一社会核心价值体系：文化的内核与灵魂 二中国共产党对社会主义核心价值体系的自觉建构 三社会主义核心价值体系：当代中国社会主义文化的核心和灵魂 四以社会主义核心价值体系破解精神困惑和价值迷茫 五把握社会主义核心价值体系建设的着力点 第六章文化生产力的理论创新 一文化的物化形态与传播方式的发展 二中国共产党对文化生产力的认识过程 三文化生产力的内涵及其基本特征 四文化生产力对文化内涵、属性和功能的丰富与拓展 五文化生产力对马克思“精神生产力”思想的新发展 下篇新时期中国共产党文化创新的实践成就 第七章党的十五大以来文化创新的实践历程及其成就 一党的十五大至十六大期间文化创新的实践成就 二党的十六大至十七大期间文化创新的实践成就 三党的十七大以来文化创新的实践成就 第八章当代社会文化创新的崭新领域 一网络文化：人类文化家园的一道独特景观 二旅游文化：日益彰显人文关怀的休闲经济 三城市文化：塑造城市形象、展示城市魅力 第九章缤纷多彩的文化创新实践成果 一实施马克思主义理论研究与建设工程，促进中国哲学社会科学的繁荣和发展 二“道德模范”与“感动中国”：社会主义荣辱观深入人心 三国家舞台艺术精品工程：振兴舞台艺术、推进先进文化建设 四高雅艺术进校园：走近艺术，感受经典，陶冶情操，提高修养 五“农家书屋”：点亮农民新生活，引领农村新风尚 六幸福蓝海影视文化集团：打造发现幸福、创造幸福的产业链 七北京798：中国当代艺术形象的新地标 八马未都的第一家私人博物馆：中国文博事业异军突起 九孔子学院：中国文化“走出去”，提升中国文化软实力 参考文献 后记

## 章节摘录

版权页：（二）商品输出特别是文化商品输出成为经济全球化时代意识形态渗透的重要领域 全球化的首要含义或外在体现，是人类社会的整体化、互联化、依存化，是世界处在这种相互作用之中的过程。

美国学者罗兰·罗伯森（Ro—land Robenson）认为：“全球化既指世界的压缩，又指认为世界是一个整体的意识的增强。

”而这种“整体化、互联化、依存化”又是以经济为核心的。

由于在全球化的生产关系中，西方发达国家占统治地位，国际垄断资本主义占主导地位，所以，在国际力量对比上呈现出“西强我弱”的态势。

美国基辛格同仁公司总裁曾经在美国《外交季刊》上撰文直言不讳地宣称：“如果世界向统一语言的方向发展，那么这种语言应该是英语；如果世界向统一的电信安全和质量标准发展，那么这些标准应该是美国的标准；如果世界之间被电视、广播和音乐联系在一起，那么节目的编排应该是美国的；如果世界正在形成共同的价值观，那么这些价值观应该是符合美国人意愿的价值观。

”在这种思想的支配下，西方利用一切手段大力宣扬西方资产阶级的一套世界观、人生观、价值观，以近乎强制的方式加强文化渗透和文化输出。

文化商品是一种极其特殊的商品，它不仅具有商品的一般属性，而且又具有一定的文化属性，内蕴着一定的国家意识、民族意识、政治意识、文化意识。

在经济全球化中，西方发达国家的商品特别是文化产品，日益成为一种新的意识影响着人们的思维方式和社会生活。

美国《华盛顿邮报》曾发表一篇题为《美国流行文化渗透到世界各地》的文章，认为美国最大的出口产品不再是地里的农作物，也不再是工厂制造的产品，而是批量生产的流行文化——电影、电视、音乐、书籍和电脑软件。

一些西方社会学家声称，美国流行文化的传播是“长久以来人们为实现全球统一而做出的一连串努力的最近的一次行动”。

美国《纽约时报》曾载文称：“在过去几年里，中国的大城市以惊人的速度冒出了美国商店和餐厅，包括星巴克、普尔斯马特、必胜客、麦当劳以及Esprit服装店等。

新建的住宅小区用上了‘橘郡’和‘曼哈顿花园’之类的美式名字。

人们梦寐以求的豪华汽车是高档的别克车。

欧洲人也许习惯于把麦当劳的每一个‘巨无霸’汉堡包都看成是美国文化帝国主义的标志，然而中国人大多欢迎这种入侵——事实上他们已经使它成为自己的一部分。

”自20世纪90年代中后期中国文化市场确立并对外开放以来，美国的影视节目、流行音乐以及电子游戏就在文化市场上持续热销，广泛进入人们的文化娱乐活动之中。

编辑推荐

《新时期中国共产党文化创新研究》以党的十五大以来的文化发展为基本线索，以党的十五大、十六大、十七大关于我们党关于文化建设与发展的重要观点和论述为主要内容。

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>