第一图书网, tushu007.com

<<全球化与当代中国文化产业发>>

图书基本信息

书名：<<全球化与当代中国文化产业发展>>

13位ISBN编号：9787560738284

10位ISBN编号：7560738281

出版时间：2009-4

出版时间：山东大学出版社

作者：张彩凤，苏红燕　著

页数：286

字数：256000

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

内容概要

全球化作为当今世界发展的一种重要特征，涉及经济、政治、文化、生活等人类社会的一切领域，是当今覆盖面最广、影响最大、渗透最深的社会现象。
20世纪八九十年代以来，随着全球化进程的加快，众多学者开始从哲学、经济学、政治学、文化学、历史学、社会学等不同的角度研究全球化问题，他们形成的共识是：经济全球化深刻地影响了文化的发展。
伴随着经济全球化进程的加快，世界各国、各民族间的文化不断跨越本国、本民族的空间障碍和社会障碍而相互影响、相互渗透。
　全球化对当代中国的影响，始于经济方面，然后又及社会生活及文化诸方面。
在经济全球化日益加快的过程中，各种文化、多种思潮相互交错、相互激荡，开启了世界历史的一个新时代。
作为经济全球化的伴生物，文化全球化不仅意味着文化的全球整合，也意味着文化的冲突。
这对中国特色社会主义文化建设既产生了积极影响，又带来了负面效应；既提供了良好机遇，又提出了严峻挑战。
如何利用全球化提供的有利因素而又消除其消极影响，如何回应全球化的挑战，而又不丧失机遇，从而进一步搞好中国特色社会主义文化建设，是实践向我们提出的一个亟待解决的重大课题。

书籍目录

引言第一章　文化产业的理论解读　一、动态发展的文化产业概念　二、独具风采的文化产业特征　三、与时俱进的文化产业地位第二章　文化产业背景追溯　一、全球化：当代社会发展的重要特征　二、经济全球化的辐射效应　三、文化多元化与文化产业第三章　西方发达国家文化产业发展概况　一、西方文化产业发展历程 二、发达国家文化产业发展实践 三、发达国家文化产业发展特点 四、发达国家文化产业发展的经验借鉴第四章　我国文化产业发展的现实图景 一、我国文化产业发展的背景描述　二、我国文化产业发展的历程回顾　三、我国文化产业发展取得的阶段性成就　四、我国文化产业发展面临的突出问题第五章　我国文化产业发展的战略选择 一、国家文化产业发展战略 二、区域文化产业发展战略 三、行业文化产业发展战略第六章　我国文化产业发展的策略设计 一、优化产业结构 二、组建大型产业集团 三、增强文化产业投融资能力　四、培育文化产业知名品牌 五、加强文化产业法制建设 六、开发利用文化产业人力资源 结语参考文献后记

章节摘录

第一章　文化产业的理论解读　　当今世界，经济、政治、文化的协调发展，已成为综合国力的重要体现，文化产业是经济与文化日益融合的时代产物，作为新兴的朝阳产业在世界各国经济发展中占有越来越重要的地位，许多发达国家的文化产业不仅在发展速度上超过了传统产业，而且在产业发展规模上已经成为国民经济的支柱产业。
　　我国文化产业自20世纪80年代中期以来蓬勃兴起，已经历20多年的实践发展历程。
对我们而言，文化产业是一个新生事物，我们对这个新产业形态的认知还是很有限的，因此在实践中探索、尝试的我国文化产业特别需要文化产业理论方面的宏观性指导和前瞻性引领，唯有如此，才能把握正确方向，少走弯路，加快发展。
目前，我们关于文化产业理论的研究远远滞后于快速发展的文化产业实践，我国对文化产业的相关研究尚处于探索阶段，且仅限于文化部门的实际操作性研究，缺乏理论界的总结性研究和前瞻性探索。
尽管近年来学术界关于文化产业的理论研究逐渐活跃，但是有关文化产业概念的内涵、外延仍然众说纷纭，莫衷一是，在此情形下，我们更有必要关注文化产业的概念界定，本着真理越辨越明的学术态度认真探析文化产业的相关理论问题。
　　一、动态发展的文化产业概念　　文化产业是个动态发展的概念，随着文化产业实践的深入发展，文化产业概念的内涵和外延也在不断地丰富和发展。
关于文化产业的定义，国内外仍处于不断的争论和研究中，目前还没有形成被广泛认可的统一的、规范的概念。
在此，我们仅择取其中部分观点略加陈述、分析，以梳理出文化产业概念动态发展的脉络。
　　（一）国内外对文化产业概念的界定　　1.文化产业概念的起源　　作为一种新的文化发展形态和文化现象，文化产业肇始于20世纪三四十年代，法兰克福学派的本雅明（Walter Benjamin）在其《机械复制时代的艺术作品》中最先表达了关于文化工业的思想。
法兰克福学派的阿多诺（Theodor adono）和霍克海默（Max horkheimer）在他们于l947年出版的《启蒙的辩证法》一书中首次提出了“文化产业”的概念，从艺术和哲学价值评判的双重角度对文化产业进行了否定性的批判。
阿多诺和霍克海默认为，文化产品在工厂中凭借现代科学技术手段，以标准化、规格化的方式被大量生产出来，并通过电影、电视、广播、报纸、杂志等大众传播媒介传递给消费者，最终是文化不再扮演激发否定意识的角色，反而成为统治者营造满足现状的社会的控制工具。
l963年，晚年的阿多诺在《文化产业的再思考》一文中总结道：“我们用‘文化产业’替代了‘大众文化’，以便明确地排除它的宣传者们所考虑的内容……文化产业是把人们所熟悉的传统文化融入了新特质。
其产品是为大众消费而特别制作的。
它在很大程度上决定了消费的性质并且很大程度上是按计划而制造的。
”阿多诺与霍克海默都认为，由资本家所控制的文化产业会操纵影响工人们的情绪，是控制大众意识形态的手段。
由此可以看出，最初的“文化产业”概念是具有某种否定意义的。
　　与阿多诺和霍克海默对文化工业的批判立场不同，同属法兰克福学派的本雅明就对文化产业和大众文化持乐观态度，承认大众文化的积极价值和历史意义。
关于文化产业概念的演变，芬兰教育部文化事务顾问汉娜尔?考维恩女士作了完整的回顾。
她指出：“20世纪40年代，法兰克福学派的阿多诺和霍克海默首先使用了‘文化产业’这个词……紧接着本雅明看出了艺术和技术的进步为民主和解放提供了机会。
根据他的观点，艺术品的复制可以把艺术从宗教仪式的古老传统中解放出来。
这两种观点——阿多诺和霍克海默对文化产业的消极定义和本雅明强调自由的定义——引发了战后对大众文化的争论。
l965年，马克拉伯（Machlup）基于他对信息技术对国民经济的贡献的认识，提出了‘知识工业’这一概念。

随后，德国诗人和随笔作家汉斯?马格涅斯?恩泽斯伯格（Hans Magnus Enzensberger）在1968年写作了《意识工业》一书。
这之后，斯坦福大学研究人员正式提出了‘信息工业’的概念。
早在20世纪60年代，赫波特?席勒（Herbert.Schiller）和阿芒德马?特拉特（Armand Mattelant）就已表明将革新中的传统文化融人全球资本主义的利益和进步中去具有何等的重要性。
欧洲委员会和联合国教科文组织（UNESCO）使用了‘文化产业’的复数形式。
欧委会还是用了另一个词：‘内容产业’。
”　　由此可见，文化产业概念的最初提出与大众文化的发展是密切相关的，是大众文化的繁荣发展催生了文化产业概念的应运而生。
自诞生以来，文化产业概念经历了一个发展演变的过程。
澳大利亚昆士兰技术大学创意产业研究和应用中心主任斯图亚特?坎宁安将文化产业的概念运动史划分为四个阶段：20世纪30～40年代法兰克福学派的否定性观点；20世纪70～80年代重新用文化来界定已成型的商业产业；撒切尔时期城市重建等实用艺术的实践；以及后来新古典主义经济学对艺术的应用。
文化产业概念的发展阶段显示了不同历史时期人们对文化产业概念的不同认知和理解。
　　2.国外关于文化产业概念的几种观点　　西方发达国家发展文化产业时间较长，无论从理论还是实践层面都积累了比较丰富、成熟的经验。
尽管如此，关于文化产业概念的界定还是视角不同、各持己见，没有形成完全统一的观点。
　　（1）各国学者在理论层面对文化产业概念的阐释　　英国学者对文化产业概念的理解：英国曼彻斯特大学大众文化研究所执行主任贾斯廷?奥康纳（Justin 0　connor）从文化学的角度对文化产业进行了界定，认为：“文化产业是指以经营符号性商品为主的那些活动，这些商品的基本经济价值源自于它们的文化价值。
它首先包括了我们称之为传统的文化产业——广播、电视、出版、唱片、设计、建筑、新媒体——和‘传统艺术’——视觉艺术、手工艺、剧院、音乐厅、音乐会、演出、博物馆和画廊，所有这些作为艺术的活动都有资格获得公共资助。
”　　英国著名媒体理论家尼古拉斯?加纳姆（Nicholas Carnham）从经济学角度对文化产业作了阐释。
他在1983年把文化产业概念囊括进了地方经济政策及计划，把文化产业定义为“那些使用同类生产和组织模式如工业化的大企业的社会机构，这些机构生产和传播文化产品和文化服务。
如报纸、期刊和书籍的出版部门、影像部门、音乐出版部门、商业性体育机构等等”。
　　加拿大学者对文化产业概念的认识：加拿大学者弗朗索瓦?科尔伯特在《文化产业营销与管理》中认为：文化企业的概念有狭义和广义之分。
狭义观点认为，文化企业是生产、制造文化产品并对其进行销售的专业性机构，譬如以戏剧、音乐及舞蹈为特征的表演艺术团体，展示视觉艺术的画廊和博物馆，还有公共图书馆和文化遗产所在地。
文化企业广义的概念还可涵盖文化产业（电影业、音像业、出版业及工艺美术业）和传媒（广播、电视及报纸期刊）业。
科尔伯特强调的是文化产业的文化性，把文化性较强较纯粹的戏剧、音乐、舞蹈等表演艺术作为狭义的文化企业，而把文化性较弱较杂的电影业、音像业、出版社等视为广义的文化企业，因为这些行业包含有非文化性的生产，如音像业涉及磁质、光质载体的生产，出版业涉及造纸和印刷等。
　　澳大利亚学者对文化产业概念的分析：澳大利亚著名经济学家大卫?索斯比（David Throsby）从知识产权角度阐析了文化产业概念，他认为，文化产业就是“在生产中包含创造性，凝结一定程度的知识产权并传递象征性意义的文化产品和服务”。
他在《经济与文化》一书中用一个同心圆来界定文化产业的行业范畴。
处于同心圆核心并向外辐射的是：音乐、舞蹈、戏剧、文学、视觉艺术、工艺等创造性艺术；围绕这一核心的是那些具有上述文化产业的特征同时也生产其他非文化性商品与服务的行业：电影、广播、报刊和书籍等；处于这一同心圆最外围的则是那些有时候具有文化内容的行业：建筑、广告、观光等。

荷兰学者对文化产业概念的认识：荷兰文化产业委员会从政策目标的角度界定了文化产业概念。把文化产业作了四个层面的定义，包含不同的文化内涵和范围，服务于不同政策目标的需求。
第一，文化产业是指以文化价值或文化意义为基础的生产活动，这是关于文化产业最综合、最广义的定义。
它有助于人们更好地理解社会文化氛围、社会进步的文化基础，对于增强公众的文化意识具有十分重要的意义。
第二，文化产业是指艺术创作、传统的和现代的艺术作品、艺术展览和文化传播活动。
这一定义可以为艺术和文化机构活动提供指导方针和行动建议。
第三，文化产业是指与商业运作、听众和观众规模以及文化和艺术作品的传播扩大能力有关的商业活动，具体包括电影、广播电视、出版活动、音乐行业和文艺作品的创作活动。
它强调电子产品的作用，以文化和艺术作品的传播扩大能力为标准对文化产业下定义。

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