

图书基本信息

书名：<<文化生产力-一种社会文明驱动源流的个人观>>

13位ISBN编号：9787543460850

10位ISBN编号：7543460858

出版时间：2006年01月

出版时间：河北教育

作者：方伟

页数：243

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

《文化生产力：一种社会文明驱动源流的个人观》是理论界第一部专门而系统研究与总结“文化生产力”的著作，集中对“文化生产力”这一主题进行了较为广泛深入的探讨，全面阐述了社会总发展的动因与推动再认识、文化、文化作为生产力、文化与经济参与关系的适时把握等内容，并力求形成属于作者自身的思想和观点，具有理解认识的说服力和思想脉络的拉动力。

书籍目录

I 总论一、社会总发展的动因与推动再认识 / 21 社会生产力 / 22 生产关系与社会思想文化 / 83 社会总需求的发展位移及其新的社会生产力要素的构成 / 14二、文化,文化作为生产力 / 221 文化及文化“圆球体” / 222 文化作为生产力 / 293 文化的先进性 / 37三、文化与经济参与关系的适时把握 / 431 文化之于物质(经济)发展的深入与深度 / 43II 本体论一、文化生产力 / 501 文化生产力的界定 / 502 文化生产力的基本特征(a) / 563 文化生产力的基本特征(b) / 694 文化生产力的运行实践规律 / 86二、文化产业的理论构建与运行实践 / 951 文化生产与物质生产的互构性驱动 / 952 文化产业的理论定位与运行实践的路径 / 1023 文化产业实践的具体范式表现 / 1154 全球化、信息化中文化产业(文化服务)的前倾态势 / 1255 本土文化产业与文化服务的趋向框架 / 135三、现代社会语境中的文化产品 / 1471 传统阅读主体性空间的持续确立 / 1472 电视产品的存在,信息产品(信息服务)自身的正向关联 / 1583 其他文化产品(服务)的现代性理念设置 / 1664 文化服务作为产品的差异性构成 / 180四、文化管理与管理体制的内在性认识 / 1881 文化管理与管理体制的奥义所在 / 188III 创造(主体)论一、创造(生产)主体,接受(消费)主体 / 1981 创造(生产)主体与接受(消费)主体及其互动方式(a) / 1982 创造(生产)主体与接受(消费)主体及其互动方式(b) / 207二、创意的形成、存在与实践表达 / 2171 文化产品的创意进路 / 2172 现代社会文明条件下的创意中心点 / 2253 创意实践中的成本控制与价值生成 / 233后记(代结语) / 241

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>