

<<民族文化传媒化>>

图书基本信息

书名：<<民族文化传媒化>>

13位ISBN编号：9787548204497

10位ISBN编号：7548204493

出版时间：2011-7

出版时间：云南大学出版社

作者：刘建华，(奥)巩昕E 著

页数：328

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>

<<民族文化传播化>>

内容概要

刘建华和Cindy

Gong编著的《民族文化传播化》正是找到了民族文化发展与传媒经济两者融合的平台，即国家文化软实力。

作者致力解决中华民族文化的传媒产品转化问题，尤其是立足于西部经济欠发达地区，把丰富的少数民族文化资源转化为文化实力的一种理论探讨。

<<民族文化传媒体化>>

书籍目录

西部文化产业：一个值得关注的课题（总序）

文化安全、软实力与传媒（代序）

导论

第一章 民族文化与传媒经济的关系

第一节 大众文化的经济特征

- 一、资源的稀缺性
- 二、产品的消费者需求
- 三、价值实现的版权制度
- 四、产品生产的市场组织与调节
- 五、产业链的相关性

第二节 资源性的民族文化：精英的与民间的

- 一、定义民族文化
- 二、民族文化与文化安全
- 三、民族文化的通适性
- 四、民族文化的抽绎

第三节 产品形态性的传媒：大众文化的载体

- 一、民族文化、大众文化与媒体文化
- 二、文化折扣与视听媒体
- 三、民族文化视听产品转化的可行性

第四节 区域发展语境中的民族文化与传媒经济

- 一、区域发展与文化
- 二、区域发展与传媒
- 三、民族文化与传媒孵化的增长极

第二章 民族文化传媒体产品化的基础

第一节 文化资源

- 一、自在性与自觉性
- 二、现代性与陌生化
- 三、开放与再生

第二节 市场体系

- 一、结构与作用
- 二、理想图景
- 三、构建方略

第三节 区域产业结构

- 一、内容产品与产业结构
- 二、广告产品与产业结构
- 三、文化产业主导区域发展

第三章 民族文化传媒体产品化的条件

第一节 人才

- 一、文化产业创意
- 二、人才格局
- 三、创意获得

第二节 融资

- 一、资金投入高门槛
- 二、风险资本的偏向
- 三、融资渠道的建设

<<民族文化传播化>>

第三节 技术

- 一、技术与文化遗产记录
- 二、技术与文化产品生产
- 三、技术与文化商品流通

第四节 规制

- 一、规制激励
- 二、规制放松
- 三、规制版图

第四章 传媒经济对民族文化的影响

第一节 传媒经济与民族文化的互动与协调

- 一、现代传媒经济的特点和媒介环境
- 二、传媒经济是文化传播融合的重要驱动力
- 三、传媒优化整合促进文化的和谐繁荣

第二节 传媒经济对民族文化的负向作用

- 一、文化输出的主动性和目的性
- 二、文化的涵化和侵蚀
- 三、文化的逆流

第三节 传媒经济全球化中的民族文化保护与发展

- 一、防御和保护
- 二、保护中的发展
- 三、国家的角色

参考文献

后记

<<民族文化传媒化>>

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>