

<<创意生态>>

图书基本信息

书名：<<创意生态>>

13位ISBN编号：9787550203334

10位ISBN编号：7550203334

出版时间：2011-9

出版公司：北京联合出版公司

作者：约翰

译者：林海

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>

<<创意生态>>

内容概要

本书是创意经济之父约翰·霍金斯先生对“创意经济”理论与实践十年再思考的总结，以“多样、改变、学习与适应”为核心要素的生态学角度，审视创意产业领域的诸多概念和命题，对基于工业主义思想意识的“重复经济”及其主流观念的深刻反思。

对如何在创意经济中签订合约、检核政府政策、建立自组织管理模式、营造创意生态环境、培养创意人才等提出了一系列重要的创见，提出了一个涉及人文、社会与自然科学诸多领域的“创意生态”框架。

适合政府、企业、教育、社团、媒体和一切关心创意经济发展的各界人士阅读。

<<创意生态>>

作者简介

约翰·霍金斯(John Howkins)：

世界创意产业之父，创新模式的推动者，英国著名创意文化产业研究专家

约翰·霍金斯简介

约翰·霍金斯先生是国际创意产业界著名专家，英国经济学家，世界创意产业之父，版权，媒体及娱乐业研究方面的领军人物，知识产权宪章的负责人和提供创意及知识产权咨询的创意集团的主席及创始人之一。

约翰·霍金斯毕业于基尔大学获国际关系文学学士学位，获英国建筑师协会颁发城市设计文凭。

约翰·霍金斯是哥伦比亚国际互联网公司负责人之一，同时也是该公司的顾问，他还是Equator集团、电视投资公司、世界学习网及其它公司的负责人，同时也是创意商学院的主席。

他曾为美国广播公司、英国广播公司、中国中央电视台、欧盟委员会、联合国、IBM、韩国信息战略发展研究处、伦敦发展机构、新闻集团、日本公共广播电视台、星空电视、墨西哥Televisa电视台、时代华纳环球影视提供咨询。

他曾为包括澳大利亚、加拿大、中国、法国、意大利、日本、墨西哥、摩洛哥、波兰、新加坡、英国和美国在内的20多个国家的公司及政府提供咨询。

约翰·霍金斯先生是林肯大学创意产业领域的客座教授，出版了《沟通在中国》，《创意经济》，《CODE:数字化经济中的协作及所有权问题》和《了解电视》等著作。

1997年英国布莱尔政府听从了霍金斯的建议，开始扶持创意产业，由此被称为“创意产业之父”。

约翰·霍金斯先生在1982-1996年期间与时代华纳及美国电影频道在欧洲合作负责电视运营。

他在1985-1990年期间是国际合作交流中心的执行负责人。

他目前是英国银幕咨询理事会的副主席并曾担任伦敦电影学校的主席及独立制片人协会的副主席。

约翰·霍金斯先生曾在1998年担任欧洲音影会议的协调人，担任2003年EDGE:创意产业论坛的共同负责人。

作为创意经济的权威人物，约翰·霍金斯经常访问中国，在重大会议、论坛、电台和电视上发表演讲，并多次受邀就政府政策和商业策略问题提出咨询意见。

约翰·霍金斯先生还是创意中国产业联盟（CCIA）的特邀专家。

约翰·霍金斯的主要著作

2003 - 《CODE:数字化经济中的协作及所有权问题》(CODE: Collaboration and Ownership in the Digital Economy)

2001 - 《创意经济》(The Creative Economy)

1998 - 《Spanish》

1997 - 《Four Global Scenarios on Information》 - 《translated into French》

1983 - 《New Technologies, New Policies》

1982 - 《沟通在中国》(Communication in China)

1974 - 《了解电视》(Understanding Television)

John Howkins

John Howkins is a renowned British economist and father of the creative Economy.

he is a partner in The Creativity Group, deputy chairman of the British Screen Advisory Council, and the UK representative of the Transatlantic Dialogue on Broadcasting and the Information Society (TADOBATIS) which brings together leading US and European policy makers. Among his books are Understanding Television, Four Global Scenarios for Communication and The Creative Economy.

he is a leading figure in China's creative economy. He visits China frequently to meet government and business.

He is Vice Dean and Visiting Professor at the Shanghai Theatre Academy and Director of the John Howkins Research Centre on the Creative Economy, launched in November 2006. He is an adviser to the Shanghai Creative Industries Association and the Shanghai Creative Industry Centre.

He first visited China in 1979 and wrote Mass Communication in China, 1982, a first-hand account of the country's expanding TV, film, publishing and telecoms industries.

Recent keynote speeches include Beijing Olympic Organising Committee; China Beijing International Hi-Tech Expo (CHITEC); Shanghai Intellectual Property Administration (SIPA); Shanghai Design Biennial; Asian Cultural Cooperation Forum.

<<创意生态>>

书籍目录

引言
1挑战THE CHALLENGE
学会去看
定义
溯源
美国梦机器
欲求之圈
寻觅一个名称
挑战：回到对人的关注
2 首要观念
清点产业
个体与在职
核心与圈环
运作方式
关系
地图并非现实
比经济更广
3范围和规模
增长无极限
人人皆可一展身手
指数级变化
自主性和开放性
4适应性头脑
生态学的心智模式
多样
改变
学习
适应
重新设计世界
5创意之地
偏爱的地方
高能量中心
城市：创意的磁铁
互联网：世界上最具适应性的市场
6就“不确定性”而谈判
用思考做事
十大因素
连续改变
小生境
个人差异
新颖性
意义的不确定性
价值的不确定性
需求的不确定性
网络型办公室

<<创意生态>>

著作权就是通货
混杂的组合
7前行之路
壮大的创意阶层
维持生态
东方和西方
转折点
8新地方，新政策
创意是不安分的
政策检核
9成长三部曲
思考是真正的职业
“ 人人都能创意 ”
“ 创意需要自由 ”
“ 自有需要市场 ”
“ 创意生态 ” 的典范
10十亿新一代
找事做
译者后传

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>