

<<民俗文化与创意产业>>

图书基本信息

书名：<<民俗文化与创意产业>>

13位ISBN编号：9787562253853

10位ISBN编号：7562253854

出版时间：2012-3

出版时间：华中师范大学出版社

作者：陈建宪 等著

页数：240

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>

## <<民俗文化与创意产业>>

### 内容概要

传统民俗学研究很少将创意产业纳入视野，陈建宪等所著的《民俗文化与创意产业》力图以宏观与微观、理论与实践相结合的方式，从动漫、影视、游戏、歌节、旅游、广告等不同角度，解析民俗文化与创意产业之间的密切关系，总结已经成功的个案经验，为未来创意产业与民俗文化资源的联合与发展提供理论上的借鉴；《民俗文化与创意产业》从民俗文化资源的现代转换角度，研究各种民俗文化元素在创意产业中的作用，考察传统基因在当代社会的功能转变过程、状态、优势、特点和规律性，探讨中国民俗文化的丰富资源在创意产业中的自觉运用。

## 作者简介

陈建宪，男，汉族，中国湖北省麻城市人，1954年6月生。  
1972年麻城县宋埠镇中学毕业，1978年起就读于武汉大学图书馆学系，1987年底在华中师范大学获文学硕士学位，2005年在该校获文学博士学位。  
1988年2月起留校任教至今。  
2002年受聘教授。  
现为华中师范大学文学院民间文学学科组组长，博士生导师。  
社会兼职：中国神话学会副主席，湖北省民间文艺家协会副主席，中国民俗学会理事，国际民间叙事文学研究会(ISFNR)个人会员。  
出版了《神祇与英雄——中国古代神话的母题》、《神话解读——母题分析方法探索》、《玉皇大帝信仰》、《中国民俗通志·民间文学志》等著作，主编国家“十一五”规划教材《民间文学教程》和《文化学教程》。

## &lt;&lt;民俗文化与创意产业&gt;&gt;

## 书籍目录

## 第一章 导论

第一节 时来运转的民俗文化

第二节 恰逢其时的创意产业

第三节 文化创新与母题重构

第四节 创意产业的文化自觉

## 第二章 民俗文化与动画产业

第一节 动画产业的昨天与今天

第二节 民俗文化：动画创作的活水之源

第三节 《怪物史莱克》和《花木兰》：颠覆与超越

第四节 《宝莲灯》：迷茫中的探索

## 第三章 民俗文化与影视创作

第一节 民俗文化与影视文艺的不解之缘

第二节 魔幻电影呼唤神话复归

第三节 千年故事，旧曲新唱结硕果

第四节 民俗文化与民族电影

## 第四章 民俗文化与电脑游戏

第一节 从传统游戏到电脑游戏

第二节 神话复活：《天之痕》

第三节 民俗展演：《暗黑破坏神》

第四节 民俗元素与游戏创作

## 第五章 民俗歌节与文化旅游

第一节 文化旅游：时尚与机遇

第二节 个案分析(一)：南宁国际民歌艺术节

第三节 个案分析(二)：广西武鸣县“三月三”歌圩

第四节 个案分析(三)：印象·刘三姐

第五节 规律：歌节，从乡村走向城市

第六节 思考与建议

## 第六章 民俗文化与旅游产业

第一节 民俗旅游的定义

第二节 张家界宝峰湖歌舞晚会与梯玛民俗

第三节 庐山旅游开发与民俗文化

第四节 民俗旅游开发的经济和社会价值

第五节 民俗旅游存在的问题

第六节 民俗旅游的可持续发展

## 第七章 民间工艺与文化产业

第一节 民间工艺的双重属性

第二节 中国结——民间工艺装饰品产业化之典范

第三节 大冶雕刻工艺与佛像雕塑

第四节 民间剪纸艺术——以孝感剪纸为例

第五节 中国年画——以武强年画为例

第六节 小结

## 第八章 神话原型与广告创意

第一节 神话的“从前”与“现在”

第二节 神话在广告中的存在形态

第三节 反省与超越

<<民俗文化与创意产业>>

参考文献  
后记

## <<民俗文化与创意产业>>

### 编辑推荐

陈建宪 等所著的《民俗文化与创意产业》解析民俗文化与创意产业之间的密切关系，总结已经成功的个案经验，力图以宏观与微观、理论与实践相结合的方式，从动漫、影视、游戏、歌节、旅游、广告等不同角度，系统解析民俗文化与创意产业之间的密切关系。

<<民俗文化与创意产业>>

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>