<<广州的文化与传播>>

图书基本信息

书名:<<广州的文化与传播>>

13位ISBN编号: 9787306034625

10位ISBN编号: 7306034626

出版时间:2009-9

出版时间:中山大学出版社

作者: 李大华, 周翠玲 编著

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

<<广州的文化与传播>>

内容概要

本丛书不进行理论抽象,而选择一批领潮流之先的"行业"现象作为载体,阐释广州独步时代的必然性——也说明广州的被仿效,实际上是人们对自主、多元、个性化生活方式的选择与尊重。

第一卷以《广州的深度组合》为题,选择了会展业、报业、居住革命文化以及娱乐文化作为切入话题。

第二卷《广州在期待解释》、第三卷《广州的主题生活》分别展示广州的精致丰富与追求卓越的品质。

第四卷《广州的空间辐射》是对广州社会影响力延伸的讨论。

第五卷《广州的文化与传播》延续了对广州先进一步探索聚焦。

<<广州的文化与传播>>

书籍目录

文化是一种生活方式(代序)一、"珠江模式"先知先行。孕育于竞争中的"珠江模式"。多种压力一种选择。总体改革新思维。"珠江模式"一石千浪。三大板块锐意创新。活用新闻信息服务市场。个性化主持的出台。热线电话的互动革命。旧平台新功能。功能定位的更新。致力于办看得见的广播。广播创造大众娱乐二、"广货北伐"的启示。不仅仅是"北伐"。"广货"源流观。作为现象的"广货北伐"。"广货"引领的观念更新。创新求变为道。求变制胜创造市场。专业创造品牌。"广货"扩张新战略、文化平台的内强策略。文化:既是内核也是外延。文化产业也"北伐"。关于"新粤商"的主题词三、岭南文化时报:在岭南看中国。上世纪90年代的思考转换。反思、检讨与设计。边缘与批判立场批判是建设的前提。以小报为大报。担当大报的作为。专版组织中的事事关心。岭南文化的更新视野价值标尺的检验。阅读、精神高地。参与:面向田野。一个城市与一份报纸四、先行培育的市民社会、市民社会的基础。单位的"解构"。公益:互助作为组织资源。民意调查第一步,第三种力量的先知先动始于身边的社区管理。转变中的行业社团角色。网络平台与网络公民。民主政府的推进与成长。"广东现象"的由来。"家常便饭"听证会。维权意识在苏醒后记

<<广州的文化与传播>>

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