

<<30年深圳企业报刊发展与文化构建>>

图书基本信息

书名：<<30年深圳企业报刊发展与文化构建>>

13位ISBN编号：9787010105468

10位ISBN编号：7010105464

出版时间：2012-3

出版时间：人民出版社

作者：黄土芳，樊卿 主编

页数：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>

## <<30年深圳企业报刊发展与文化构>>

### 内容概要

深圳特区改革开放30年的发展历程，也是深圳市企业报刊起步和发展的曲折30年历程。黄士芳、樊卿主编的《30年深圳企业报刊发展与文化构建》着眼于深圳市的文化构建，不仅对深圳改革开放30年来企业报刊的历史发展进行了系统考察和梳理，概述了深圳企业报刊的产生、发展与特点，而且以一大批深圳知名企业的企业文化构建为案例，从闯创、探索、积淀、转身、融合、反思六大层面，通过鲜活的个案剖析，探视企业文化构建后全貌，兼涉深圳文化的诠释，对深圳的文化建构进行了一定程度上的理论思考和总结，具有一定的理论现实意义和参考价值。

# <<30年深圳企业报刊发展与文化构>>

## 书籍目录

### 总论

#### 第一章 闯创

- 第一节 《蛇口通讯报》的创举
- 第二节 激荡全国的“蛇口风波”
- 第三节 从《蛇口通讯报》到《蛇口消息报》
- 第四节 《蛇口消息报》的新闻价值与文化启示

#### 第二章 探索

- 第一节 《万科》周刊：创造健康丰盛的人生
- 第二节 《宝安风》：风从宝安来
- 第三节 《康佳通讯》：文化塑造品牌

#### 第三章 积淀

- 第一节 《中国平安》平安中国
- 第二节 《华为人》：从冬天到春天
- 第三节 《中兴通讯》：走在世界创新竞争前列的文化使者
- 第四节 《华侨城》交响曲
- 第五节 《招银文化》：伟大的事业需要伟大的想象力
- 第六节 《雅昌》：为人民艺术服务

#### 第四章 转身

- 第一节 《金威》：春天的故事
- 第二节 《万厦居业》：塑造中国最适宜人居环境社区
- 第三节 《深圳能源》：演绎“文化就是生产力”
- 第四节 《深装集团》：转身文化的乐章

#### 第五章 融合

- 第一节 《鸿桥》：一桥飞架富士康
- 第二节 《艾美特之友》：发现“精致”、“和谐”之美
- 第三节 《蛇口三洋》：一个外资企业的文化思考
- 第四节 《面点王之歌》：关爱谱写和谐曲

#### 第六章 反思

- 第一节 《三九集团报》的文化解析
- 第二节 企业报刊与企业命运的思考

#### 附录 深圳市企业报刊名录

#### 后记

章节摘录

第一节 以都市类报纸为例的媒体框架比较 2007年11月16日,《南方都市报》头版以大幅图片配文字的方式,报道了一个颇能吸引读者眼球的新闻《科技园警匪枪战?》,在扎眼的黄色大标题下,很小的黑色字体标注“警方澄清围捕撬盗汽车尾箱团伙时鸣枪示警,疑犯逃脱”;而同一天在深圳的另一份都市类报纸《晶报》上,则以《便衣围捕盗匪真象拍电影》为标题报道了同样的事件。

两报配发了相同场景的图片。

原来在11月15日下午,《南方都市报》已经在其网站以《科技园警匪枪战》为标题抢先发了新闻,16日的报纸内容是针对网站已发过内容的继续,只是用很小的黑色字在图片的大标题下对内容作了说明。

显然,《南方都市报》从网站到报纸凸显的都是警匪枪战,《晶报》凸显的是盗车团伙拒捕而逃。

两份都市类报纸对相同事件报道内容与角度迥异的情况,在深圳时有发生。

按照框架理论的思想,正是媒介框架的这种差异导致了公众对公共事务认知的争论,引起人们对公共事务的关注。

媒体在公共领域扮演着举足轻重的作用。

生存在同一种社会环境下的媒体,其内容选取、报道角度、关注焦点等的差异,体现的是新闻媒体的框架问题。

Gamson认为,框架的定义大致可分为两类:一是指界限(boundary),二是指人们用以诠释社会现象的构架。

媒介研究中的框架指的是解释事件的核心想法和角度。

大多数研究者同意,媒介框架可一定程度地框限受众对外部事物的认知。

媒介的预示作用(Priming)强调的是媒介如何通过凸显议题的某些方面而影响受众的立场和判断。

Entman(1993)认为:“框架主要牵涉了‘选择与凸显’两个作用。

框架一件事情的意思,是将对这件事情所认知的某一部分挑选出来,在沟通文本中特别处理,以提供意义解释、归因推理、道德评估以及处理方式的建议。

任何社会真相,均可能因媒体观察的框架、分类的方式而有所不同,而媒体的不同呈现又在一定程度上影响着受众对社会的认知,甚至影响人们的观点和行为。

导致这种框架差异的根本原因是媒体对生存与发展机会的选择。

在中国媒体市场环境下,都市类媒体生存的首要条件是拥有一定的读者,并将读者有效地出售给广告主。

《晶报》和《南方都市报》作为深圳媒体市场上的两个直接的竞争对手,它们根据自身的条件和发展机会作出各自不同的选择。

.....

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>