

<<铸就城市之魂>>

图书基本信息

书名：<<铸就城市之魂>>

13位ISBN编号：9787218059587

10位ISBN编号：7218059589

出版时间：2008-09-01

出版时间：广东省出版集团，广东人民出版社

作者：周薇，等编

页数：318

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>

## <<铸就城市之魂>>

### 内容概要

《铸就城市之魂：东莞文化软实力研究》的核心所在，是一个城市的整体价值追求和灵魂。东莞人在吸吮莞邑人文雨露的基础上，培育和塑造出“海纳百川、厚德务实”的东莞城市精神。“海纳百川”体现了东莞开放的气魄和包容的胸怀，是东莞改革开放精神的真实写照；“厚德务实”既是东莞这座城市的人文精髓所在，更是时代精神的重要元素。

## <<铸就城市之魂>>

### 作者简介

周薇，研究员，广东省社会科学院精神文明建设研究中心主任。

主要研究方向为哲学、文化、精神文明建设。

著有《唯物辩证法的运用与发展》、《广东建设文化大省的理偃旗息鼓与战略》、《文明实践论》等著作，发表论文、研究报告70多篇。

田根胜，文学博士，教授，东莞理工学院文学院院长，东莞文化发展研究中心副主任。

著有《近代戏剧的传承与开拓》等专著，公开发表学术论文20多篇。

夏辉，副研究员，广东省社会科学院精神文明建设研究中心副主任。

主要研究方向为文化发展。

著有《珠江三角洲城市文化论》、《文化竞争力》等著作。

承担多项国家、省级科研项目，发表论文、研究报告60多篇。

## &lt;&lt;铸就城市之魂&gt;&gt;

## 书籍目录

导论提升文化软实力：面向新时代新发展的必然要求第一节 提升文化软实力是时代发展的大势一、文化的含义、作用及文化软实力二、文化软实力竞争是当今国际竞争的新态势第二节 提升文化软实力是增强城市综合竞争力的核心一、城市综合竞争力的关键在于“综合”二、文化软实力对城市综合竞争力的提升第三节 提升文化软实力是推动东莞双转型的关键一、“东莞模式”要在双转型中华丽转身二、东莞经济转型离不开文化软实力的推动三、东莞社会转型需要文化软实力的支撑四、东莞提升文化软实力必须研究解决的关键性问题

第一章 建设文化新城：转向新发展模式的文化自觉第一节 建设文化新城是提升东莞软实力的战略选择一、文化新城：东莞新发展模式的战略载体二、东莞实施文化新城战略的现实依据三、东莞建设文化新城的目标图景四、东莞建设文化新城的战略路径五、实施文化零距离行动：东莞建设文化新城的战略举措第二节 深入拓展对文化内涵的认识一、文化内容：作为知识的文化二、文化本质：作为精神的文化三、文化手段：作为艺术的文化第三节 集中打造富有个性的文化品牌一、城市文化品牌的重要价值二、打造城市文化品牌的关键要素三、“三城一都”：彰显东莞城市文化品牌的个性四、对东莞“三城一都”品牌建设的进一步思考第四节 不断形成鲜明的城市文化特色和魅力一、城市的魅力在于城市的文化特色二、东莞城市文化的特色定位三、对增强东莞城市文化特色的战略思考

第二章 弘扬传统文化：整合挖掘历史文化资源第一节 传统文化是城市文化软实力的根基一、传统文化是一个地方的“文化身份”二、传统文化为东莞城市精神的形成与发展提供强有力的支撑三、传统文化能增强文化发展的生命活力第二节 东莞传统文化的脉络一、东莞爱国主义传统二、东莞传统民俗文化三、东莞传统人文地理四、东莞传统节庆文化五、东莞学人群体文化第三节 东莞传统文化的时代价值一、传统文化奠定现代东莞人的精神构建与人格塑造二、传统文化为当今东莞增添文化厚重感与美感三、传统文化提升东莞城市境界和城市品格第四节 弘扬东莞传统文化的着力点一、深入挖掘东莞的文化特质……

第三章 培育塑造城市精神：构筑共有精神家园第四章 塑造现代市民：促进人的素质升级第五章 繁荣众文化：共享文化阳光第六章 创新文化发展机制：构筑公共文化服务体系原动力第七章 壮大文化产业：种进经济文化一体化第八章 彰显环境文化：提升需市生态文明第九章 创建学习型城市：锻造持续发展能力

## &lt;&lt;铸就城市之魂&gt;&gt;

## 章节摘录

一、“文化周末” “文化周末”是东莞市实施“打造文化新城”战略催生的一个知名广场和群众文化活动品牌，是莞城区委积极实施“文化推动”战略的重要举措。

通过以统一标识统一名称为整体形象，以打造系列文化活动品牌为突破口，以项目投入为手段，通过不同的措施和手段，使文化事业和文化产业相互促进，共同发展，满足了不同人群的文化需求，为完善公共文化服务体系，促进文化产业发展作出了新的尝试和努力。

“文化周末”品牌包括九大系列工程，即“一台晚会、一份报纸、一本杂志、一个少年合唱团、一个培训中心、一百辆大篷车、一个大讲坛、一个演艺中心、一个俱乐部”。

这九大工程特色各异，各领风骚。

在文艺表演、媒体传播、艺术培训、文化产品流通、文化休闲等方面以其独特的个性和高雅的艺术品位逐渐成为一个个高雅艺术的文化品牌，从不同的方面拓展出“文化周末”的品牌价值。

一台晚会：文化周末晚会坚持每周演出一期，以“赏学并重”为特色，强调观赏性与知识性相结合，以“表演加讲解”为形式，以音乐、舞蹈、戏剧、民俗、影视等不同模块为内容，融观赏性、知识性、高雅性和趣味性于一体。

目前已成功举办了150多期，逐步成为东莞的文化名片，喜获2006年度“中国十大演出盛事”颁奖典礼中“全年演出项目制作”银奖。

一份报纸：《文化周末报》是东莞本土拥有全国公开发行刊号的第二家媒体，坚持“缔造现代城市生活”的办报理念和宗旨，做到细心办报、用心办报。

每期发行3万份，通过引进专业人才，走专业媒体经营之路，在短短两年多的运作中，在本地媒体中初步树立了良好的形象和口碑，进入了良性发展的轨道。

一份杂志：《文化周末》杂志定位为“立足莞城，放眼东莞，发掘东莞本土文化价值”的文化月刊，每期发行5000册，通过与文化传播公司合作，走市场化运作的方式，对东莞的文化现象进行系统化和形象化的梳理，引领高端杂志的走向，成为东莞较有影响力的城市精神坐标之一。

2006年、2007年连续两年获得东莞市优秀内刊称号。

.....

<<铸就城市之魂>>

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>