

<<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>