

<<童媒品牌>>

图书基本信息

书名：<<童媒品牌>>

13位ISBN编号：9787300111841

10位ISBN编号：730011184X

出版时间：2009-10

出版时间：中国人民大学出版社

作者：侯岩

页数：282

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>

<<童媒品牌>>

内容概要

《小学生学习报》是如何打造精品、塑造品牌的？

《小学生学习报》总编辑侯岩以一个儿童传媒第一线的管理者、实践者特有的眼光，结合对《小学生学习报》的运营管理实践编写的《童媒品牌：（小学生学习报）品牌打造之路》，让我们看到了童媒品牌打造的脉络。

现代社会的少年儿童，被越来越多的、越来越现代化的儿童传媒包围着。

现代社会少儿的多媒体阅读和全媒体阅读，像空气、水、牛奶一样，是当今少年儿童健康成长的必需品，在少年儿童的人格成长、精神发育、知识培育等方面开始逐渐超越了学校和家庭等传统途径，成为继学校、家庭之外的第三教育途径，可以说，儿童传媒已经是少年儿童成长不可或缺的老师。

故此，越来越多的专家认为，媒体是少年儿童成长的第二课堂。

而且随着新媒介的融合与普及，媒介在教育上将进一步边缘化家庭教育，并且逐步冲击着学校的权威地位。

胡锦涛总书记就指出：“要增强大众传媒的社会责任感，为未成年人思想道德建设创造良好的舆论环境。

要实施精品战略，为未成年人提供更多更好的文化产品和文化服务。

”在这方面，《小学生学习报》做了有益的探索，并作出了贡献。

作者简介

侯岩，教育学硕士，现在华中科技大学新闻传播学院攻读传播学博士学位。

曾任《教育时报》编辑、记者、副总编，现任《小学生学习报》总编，中国少儿报刊协会学习辅导专业委员会副主任，河南省教材审定委员会专家，河南省“三五”学术技术带头人，国家“星星火炬”奖章获得者。

主持、参与了数项国家、省级科研课题，撰写发表论文50余篇，独著《学校文化研究概论》，并编著、合著8部著作，其中《素质教育读本》被教育部定为全国教师继续教育教材。

书籍目录

第一章 儿童与传媒 大众传媒是影响儿童成长的重要媒介 大众传媒的消极面 儿童传媒：教育与传媒的有机契合 儿童传媒的特性 儿童传媒的功能 儿童传媒的分类 儿童传媒的发展

第二章 童媒品牌打造策略 品牌与媒介品牌 从品牌的经营看传媒品牌的经营问题 品牌的价值 儿童传媒品牌建设的缺失 童媒品牌创建策略 童媒品牌推广 童媒品牌应树立六种理念

第三章 童媒品牌战略实施——以《小学生学习报》为例 在竞争中成长，在市场中成熟 背靠大树好乘凉 浩荡春风催生强势童媒 春风三月正扬帆 春风化雨润无声 联合国里传佳讯 春意常浓花更红 《小学生学习报》品牌要素分析

第四章 童媒品牌实战操作之一：质量为基 童媒核心是质量 打造儿童报纸精品 突出儿童本位是提高质量的关键 编辑素质是根本

第五章 童媒品牌实战操作之二：活动为魂 创新活动促进品牌传播 《小学生学习报》系列活动之一：“焦点访谈”助圆航天梦 《小学生学习报》系列活动之二：小记者对话大科学家 《小学生学习报》系列活动之三：报旗在北极飘扬 《小学生学习报》系列活动之四：“酷报奥运”点燃激情 《小学生学习报》系列活动之五：汶川小作者，我们在寻找你 依托活动常办常新 成功活动带出成功童媒

第六章 童媒品牌实战操作之三：发行为王 报纸发行问题简析 以发行制胜的儿童报刊 儿童报刊发行环境分析 走出困境的《小学生学习报》 儿童报刊发行创新策略

第七章 童媒品牌实战操作之四：品牌延伸 品牌延伸的概念 品牌延伸的良性效应 品牌延伸的潜在威胁 品牌延伸十原则 报刊业品牌延伸趋势—媒介融合 【品牌延伸实例】《小学生学习报》创办手机报附录 狠抓质量促发行 ——2007年河南教育报刊社发行表彰大会上的发言 风正潮平一帆悬 ——2008年河南教育报刊社发行表彰大会上的发言 创新活动促发行 ——2009年河南教育报刊社发行表彰大会上的发言 化作春泥更护花 ——“和谐盛世”杯亚洲青少年儿童国际书法绘画大赛启动仪式上的讲话 尽心竭力搞服务 ——在山东省无棣县特级教师报告会上的讲话 一枝一叶总关情 ——2007年河南省教育厅巾帼建功标兵表彰大会上的发言 纵横正有凌云笔 ——记全国“星星火炬”奖章获得者侯岩 可敬可亲可爱的人 ——记河南省教育厅十佳优秀共产党员侯岩参考文献后记

章节摘录

(4) 娱乐的功能：娱乐对人类来说如衣食住行，不可或缺。原始社会也有丰年庆典与迎神宾会，因此不能只强调教化功能的重要，而抹杀娱乐所应占有的分量。我们甚至可以武断地说，娱乐功能至少与教化功能等量，尤其是电视的娱乐功能。在调剂紧张生活方面，大众媒介责无旁贷。

(5) 商业的功能：早期农业社会有固定的市集，而今人际关系日趋复杂，市场不再是“以物易物”的地方。要促进财物流畅无阻，让顾客与厂商之间的供求能够达成，以确保经济制度的健全，这些艰巨的任务，便由大众媒介来肩负。

施拉姆所概括的关于守望、会议、教化、娱乐和商业等大众传播的基本功能，充分体现于现代社会中，而且功能在不断增强。

当今社会的大众传播主要涵盖了文化传播、环境监视、社会调节和娱乐共享的作用，这些作用进而辐射到社会制度的变革、社会组织的构成与社会经济的运行等方面。

现代大众传媒的功能可概括如下： 第一，道德功能。大众传媒可以影响社会意识形态，帮助受众树立正确的世界观和道德观，强化受众的道德心理认同感，引导受众遵循社会道德规范。

第二。舆论导向功能。

在信息化时代，大众传媒是传播和制造舆论的重要工具，其正确的舆论导向可以营造昂扬向上的舆论氛围，弘扬社会正气，促进社会生活的正常运转。

第三，文化传递功能。大众传媒具有传递社会文化成果和文化遗产的功能，通过大众传媒的传递，社会成员可以了解和掌握社会的价值观、社会规范和社会文化遗产。

第四，协调社会功能。大众传媒作为具有社会协调功能的信息系统，既可以向公众报告政府决策机构的运行和决策过程，又可以为公众提供发表意见的机会和场所，方便社会各部门、各阶层相互对话与协商。

第五，教育教化功能。随着传播技术的进步，大众传媒日益成为当代社会具有强大教育功能的传播机构，它带来教育的普及和科技信息的扩散，能够开启民智，提高人力资源的科技素质，帮助各行各业的劳动者掌握自己行业的现代技术。

<<童媒品牌>>

编辑推荐

这是一份坚守童媒使命的儿童报纸 一份发行量高位持续增长的儿童报纸 一份“奖”不完的儿童报纸 中国首届少儿报刊奖 全国优秀少儿报纸 全国低幼报刊编校质量量佳奖 全国教辅报编校质量评比第一名 全国教辅报综合质量检测总分第一名 中国优秀少儿报刊金奖 中国少儿报刊经营创新最高奖 全国重点畅销报刊50强 河南省一级报纸 在全国，更是一
— 唯一一份得到温家宝总理亲切勉励的儿童报纸 唯一一份受到省委书记高度赞誉的儿童报纸
唯一一份随神州七号走进“焦点访谈”的儿童报纸 唯一一份把报纸旗帜插程地球北极的儿童报纸

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>