

<<中国最具网络影响力的十大电视人物>>

图书基本信息

书名：<<中国最具网络影响力的十大电视人物>>

13位ISBN编号：9787504358424

10位ISBN编号：7504358428

出版时间：2009-6

出版时间：中国广播电视出版社

作者：李德刚 等著

页数：225

译者：程文

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>

## 前言

伴随着网络在当今舆论导向中所发挥的独特作用，伴随着网络对广播电视等传统媒体显而易见的强劲冲击，网络“新”媒体与传统“旧”媒体之间的关系一再成为人们争论的焦点。

虽然正像电视无法取代广播和报纸一样，网络也无法取代电视而独霸天下，但是网络这种新媒体与电视这种旧媒体之间的融合趋势却是显而易见的。

正是在这种背景下，中国广播电视协会、中国传媒大学和中央民族大学三家在传媒领域具有较高影响力的学术机构于2007年联合推出了大型研究课题《中国电视网络影响力报告》，以清华大学、北京师范大学、中国传媒大学、中央民族大学的青年学者以及网络业界专家为主体组成了强大的研究团队，中国广播影视大奖评委、全国十佳广播电视理论人才李岭涛担任课题组长，北京师范大学李德刚博士担任执行组长。

在研究过程中，课题组首次提出了“电视网络影响力”这一概念，并创造性地将“网络影响力”这一概念作为全新的标准运用到了中国电视的评估当中，建构起中国电视网络影响力评估体系。

所谓“电视网络影响力”，不是指“电视网络的影响力”，而是指“电视在网络这个虚拟世界中的影响力”，具体而言是指“电视组织、电视内容、电视人物和电视事件等在网络世界中所具有的知名度、被关注度、收视度以及美誉度等”。

网络影响力指数包含四个指标：一是知名度指标，指的是由正式机构发布的关于某一电视媒体的信息量的总和。

这一指标表明了某一电视媒体的信息在网络中传播的广度，主要以样本网站搜索引擎的搜索结果为依据。

二是被关注度指标，指的是某一电视媒体在网络各大论坛以及博客中被讨论的量，被讨论次数越多表明媒体越受关注。

## <<中国最具网络影响力的十大电视人物>>

### 内容概要

《中国最具网络影响力的十大电视人物》所使用的网络影响力评价体系正式向国家知识产权局申请专利，成为中国媒体评价领域第一个自主知识产权成果，成为中国广播电视软科学领域第一个自主知识产权成果。

本报告将2008年度中国最受网民欢迎的电视栏目、电视频道、电视事件以及电视人物等一网打尽，并对其进行全方位的外科手术式的解剖，揭示其笑傲网络江湖的武功秘籍，为我国其他电视栏目、电视频道的创新与发展提供直接的实战指导，是媒体业界从业人员、学术研究人员了解网络传播秘籍的首选读物。

本报告着力影响中国电视发展进程，代表着中国电视理论的全面创新，在中国首次以MBA案例的方式全景展示电视发展历程，在中国乃至世界首次从网络角度对电视进行研究。

《中国最具网络影响力的十大电视人物》被业界和学术界评选为“中国广播电视十大创新报告”

。

## 作者简介

李德刚，北京师范大学硕士生导师、德国科隆大学访问学者、清华大学影视传播研究中心特邀研究员、中国电视网络影响力课题组执行组长、博士。

主持国家社科基金课题《中德比较视野中的我国广电制度变革研究》等多个科研项目，出版《中国电视网络影响力报告（2008）》（共4册）、《媒介COO》（译著）、《媒介分析技巧》（译著）等多部著作，发表学术论文20多篇。

担任中央电视台、中国教育电视台、北京电视台等多家栏目策划、顾问。

李岭涛，全国“十佳”广播电视理论人才，传媒经济杯·学院奖——传媒经济理论创新奖（被业界誉为“传媒理论先锋”）获得者。

先后担任国家广电总局《中国广电蓝皮书（2007）》课题组成员、《中国电视省级地面频道四小龙》课题组执行组长，现为中国广播影视大奖评委、《中国电视网络影响力报告》课题组长、中央民族大学兼职教授、中国传媒大学传媒经济研究所研究员、四川大学新闻传播研究所研究员。

累计发表论文60多篇，编著和撰写专著10余部，合计发表、出版作品300多万字，在多个领域形成了自己的研究体系。

程文，传媒经济学博士，留英归国人员，美国纳斯达克上市公司高级经理。

一直从事跨文化、跨地域市场营销和品牌管理工作，特别是国际品牌在中国市场的上市与推广。

服务的国际品牌主要涉及通信、快速消费品以及互联网公司。

主要研究领域是：市场营销与品牌管理在传媒资本运营中的应用与价值；传媒商业管理模式与新技术推动的传媒产业发展。

参与编著、翻译著作多部，发表研究报告、论文包括《3G与新传播时代》、《品牌全球化与奥运营销本土化》、《中国电视网络影响力报告（2008）》、《中国传媒经济英才》、《传媒市场营销》等。

书籍目录

前言 时势造英雄英雄造时势——2008年度中国最具网络影响力的电视人物评选杨澜——自搭阶梯的幸运儿一、阳光女人的成长史：杨澜综述二、生活大致平静，内心总有波澜：杨澜报告三、意料之中的事：杨澜网络影响力分析四、我的节目我做主：杨澜专访郭振玺——心有多大，舞台就有多大一、广告英雄：郭振玺综述二、激情之舞：郭振玺报告三、润物无声：郭振玺网络影响力分析四、心有多大，舞台就有多大：郭振玺专访李晓枫——怀揣公益，心系民生一、怀揣“公益民生”的理论专家：李晓枫综述二、充满人文关怀的电视人：李晓枫报告三、无心插柳柳成荫：李晓枫网络影响力分析四、水滴石穿，聚沙成塔：李晓枫专访王长田——娱乐商海的弄潮儿一、打造娱乐王国：王长田综述二、五次冒险成就光线辉煌：王长田报告三、拓展领域，开发网络：王长田网络影响力分析四：传媒人+生意人：王长田专访马国力——影响世界体育的中国电视人一、无法超越的体育电视人：马国力综述二、“专断”的奥运功臣：马国力报告三、为奥运护航：马国力网络影响力分析四、享受做实事，给人以天地：马国力专访汪文斌——试水新媒体任重而道远一、央视国际掌门人：汪文斌综述二、脚踏实地的开拓者：汪文斌报告三、网络成就影响力：汪文斌网络影响力分析四、奥运会是一个苦差事：汪文斌专访闫爱华——精打细算下的民生百象一、打造“TV地标”：闫爱华综述二、三所大学成就六年齐鲁：闫爱华报告三、借力网络，成就电视：闫爱华网络影响力分析四、低调做人，高调做事：闫爱华专访刘长乐——佛商善舞缔造“凤凰传奇”一、凤凰因缘：刘长乐综述二、佛商的智慧：刘长乐报告三、凤凰背后的男人：刘长乐网络影响力分析黎瑞刚——传媒少帅颠覆电视一、“空降兵”的改革之路：黎瑞刚综述二、另类电视人：黎瑞刚报告三、低调的华丽：黎瑞刚网络影响力分析欧阳常林——湖南卫视的舵手一、“电视湘军”领袖的成长史：欧阳常林综述二、有实力自然有影响力：欧阳常林网络影响力分析三、湖南骡子——从工人到台长：欧阳常林报告附录媒体报道《中国电视网络影响力报告（2009）》委员会《中国电视网络影响力报告（2009）》媒体顾问《中国电视网络影响力报告（2009）》课题组本书主编、作者简介

章节摘录

杨澜——自搭阶梯的幸运儿 一、阳光女人的成长史：杨澜综述 1.人物简介 杨澜，系资深传媒人士。

1968年出生于北京，1990年毕业于北京外语学院，同年进入中央电视台《正大综艺》担任主持人。1994年获得中国首届主持人“金话筒”奖，曾先后在中央电视台、凤凰卫视、东方卫视等担任主持人，后创办了阳光卫视，力图建立一个以历史及人物传记为主题节目的资料库。

作为国内知名的传媒人士。

杨澜曾经在2001年担任2008年北京申奥委员会申奥形象大使，其精彩的表现给国内外人民留下了深刻的印象。

杨澜现任香港阳光文化网络电视有限公司集团主席。

目前在东方卫视、湖南卫视等播出的《杨澜访谈录》、《天下女人》等节目好评如潮。

由于杨澜在传媒方面的贡献，她获得了多项荣誉，其中包括2001年度海内外十位最有影响力的“《中国妇女》时代人物”以及2002年的“中国企业女性风云人物”称号。

在从事传媒行业的同时，杨澜还积极从事慈善事业，由杨澜发起的关爱汶川地震孤儿的行动受到了各方的支持和关注。

杨澜现任中华慈善总会慈善大使和义务献血形象大使，并在宋庆龄基金会、中国环境文化理事会等多家公益机构中担任理事。

.....

## <<中国最具网络影响力的十大电视人物>>

### 媒体关注与评论

国家专利局正式接受“中国电视网络影响力的评价标准与体系”的专利申请，成为国内广播电视领域第一个具有自主知识产权的软科学成果。

这个《报告》是中国乃至世界首次从网络角度对电视进行研究的报告，“网络影响力”这一新的评价指标，打破了“收视率”标准的陈规。

——《今传媒》杂志将本报告评选为2008年度中国广播电视，十大创新报告的评语 利用网络影响力对电视的表现进行评估，这在中国还是首次，是在电视理论和研究实践上的一个重要突破。

——中国广播电视协会副会长张振华  
中国现代传播新体系铺垫理论基石留下足迹。

——国家广电总局副总编辑黄勇

——中国传媒大学教授胡智锋  
网络影响力才是真正持久的社会影响力。

——北京大学教授陆地

电视网络影响力理论与实践研究，将为构建未来中

电视网络影响力概念的确立，具有里程碑意义。

一档节目在网络中受欢迎才是真的被喜爱，电视节目的网

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>