

# 《中国最具网络影响力的十大CCTV栏》

## 图书基本信息

书名：《中国最具网络影响力的十大CCTV栏目》

13位ISBN编号：9787504358400

10位ISBN编号：7504358401

出版时间：2009-6

出版社：中国广播电视出版社

页数：341

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以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

# 《中国最具网络影响力的十大CCTV栏》

## 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CCTV栏》

## 内容概要

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

# 《中国最具网络影响力的十大CCTV栏》

## 作者简介

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。

# 《中国最具网络影响力的十大CCTV栏》

## 书籍目录

前言 电视内容在网络时代的品牌传播法则——2008年度最具网络影响力的央视栏目分析1 《百家讲坛》——知识传播的再次胜利 一、《百家讲坛》概述 二、2008年度《百家讲坛》网络影响力表现及其分析 三、《百家讲坛》丰富的网络传播策略 四、《百家讲坛》仍需突破几个瓶颈2 《同一首歌》——歌会栏目的持续火爆 一、辉煌九年 二、2008年度栏目网络影响力表现及其分析 三、多方位的网络传播策略 四、制胜之道——内容和营销3 《艺术人生》——精致的艺术人物博物馆 一、《艺术人生》栏目概况 二、2008年度《艺术人生》网络影响力表现及分析 三、《艺术人生》网络传播策略分析 四、《艺术人生》栏目的缺憾之处 五、《艺术人生》——尽善尽美4 《星光大道》——“璀璨星光、成功大道”的五年璀璨之旅 一、栏目概况 二、2008年度栏目网络影响力表现及其分析 三、网络传播策略分析 四、瞩目星光5 《焦点访谈》——用事实说话赢得的公信力 一、《焦点访谈》概况 二、2008年度《焦点访谈》网络影响力表现及其分析 三、《焦点访谈》网络传播策略 四、《焦点访谈》未来发展——任重道远6 《对话》——经济人物青睐的智慧声音 一、关于《对话》 二、2008年度《对话》的网络影响力表现及其分析 三、《对话》栏目的网络传播策略 四、存在问题及其改进建议7 《经济半小时》——观经济大势，知民生冷暖 一、栏目概况 二、2008年度栏目网络影响力表现及其分析 三、网络传播策略 四、存在问题及其改进建议8 《新闻1+1》——电视新闻评论栏目的另一路劲旅 一、《新闻1+1》栏目概况 二、2008年度《新闻1+1》栏目网络影响力表现及其分析 三、《新闻1+1》栏目网络传播策略分析 四、《新闻1+1》：认清自己，执著前行9 《走近科学》——探秘与知识的完美相遇10 《咏乐汇》——娱乐访谈的新尝试主要参考文献附录

# 《中国最具网络影响力的十大CCTV栏》

## 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 电视网络影响力理论与实践研究，将为构建未来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 电视网络影响力概念的确立，具有里程碑意义。

——中国传媒大学教授 胡智锋 一档节目在网络中受欢迎才是真的被喜爱，电视节目的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

# 《中国最具网络影响力的十大CCTV栏》

## 精彩短评

1、该系列书籍大同小异，太水

# 《中国最具网络影响力的十大CCTV栏》

## 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:[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)