

去年是“你”，今年是他 因为用非凡的领导手腕把陷于混乱的俄罗斯重新带回强国之列 普京当选《时代》“年度人物”

当选理由

使俄罗斯重新成了强国
《时代》周刊执行主编理查德·施滕格尔当天在全国广播公司“今日节目”栏目中宣布了普京当选的消息。

排在《时代》周刊“年度人物”榜第二和第三位的分别是今年诺贝尔和平奖获得者、美国前副总统戈尔和英国作家、《哈利·波特》的作者罗琳。

《时代》周刊网站刊出文章解释了普京当选原因。文章说，普京2000年出任俄总统时，俄罗斯正处于“失败”边缘。但普京经过不懈努力，把俄罗斯重新带回了强国之列。

这篇文章写道，普京还在勾画俄罗斯的未来。他明年3月卸任总统后，还将继续以总理身份领导国家。他试图把俄罗斯转型成一个新国家。俄罗斯是世界上最大的国家，石油储备丰富，有世界上最大的大规模杀伤性武器库，在解决中东问题上不可或缺……只有幼稚的人或国家才会小瞧俄罗斯。如果俄罗斯“失败”，那21世纪的所有“赌注”将化为泡影，而如果俄罗斯“成功”，那很大程度上要归功于普京。

《时代》周刊称普京会成为下届总理并非空穴来风。普京17日表示，如果自己支持的第一副总理梅德韦杰夫能当选下届总统，自己愿意出任总理。

评价复杂

不是西方认可的民主人士

《时代》周刊从1927年以来每年都评选“年度人物”，除了知名政治人物外，计算机也曾当选。

《时代》周刊对普京的评价具有两面性。文章作者认为，“普京不是西方能认可的民主人士，也不是言论自由的模范”。《时代》周刊

俄罗斯总统普京19日被美国《时代》周刊评为2007年“年度人物”。《时代》周刊在文章中解释说，普京之所以当选，是因为他以非凡的领导手腕把陷于混乱的俄罗斯重新带回了强国之列。



《时代》周刊封面

的文章说：“普京要的是稳定。（对他来讲）稳定优于自由，稳定优于选择。”这一做法使得俄罗斯再次强大，不必讨好任何国家。

西方国家近年来总是批评普京压制言论自由。但俄罗斯方面坚持认为西方的指责没有根据。

俄方欢迎

视为对普京工作的认可

无论《时代》周刊如何评价普京，当选这一知名杂志的年度人物不是坏事。克

里姆林宫发言人德米特里·佩斯科夫当天回应说，《时代》周刊的选择是对普京帮助俄罗斯重拾国家荣誉的认可。

“这对我们来说是个好消息，特别好的消息。”佩斯科夫对记者说，“普京将俄罗斯从上世纪90年代社会和经济问题中带了回来，我们视这（当选年度人物）为对普京工作的认可。”

佩斯科夫还驳斥了关于普京压制新闻自由的指责。

除署名外均据新华社

《时代》“年度人物”评选定义

“年度人物”不是荣誉，也不是对当选者的认可，这一评选是以清晰的目光认识世界，挑选的是那些改变世界的个人或力量。

迎“元旦”280元治痔疮

采用电子肛肠镜检查与治疗。主治：内痔、外痔、混合痔、肛裂、肛瘘、便血、

肛周脓肿、肛门瘙痒等肛肠疾病。安全无痛苦、不开刀、不住院、省市医保新农

合定点医院。详情咨询：0371-60572208

《时代》“年度人物”回望

2006年《时代》周刊“年度人物”是互联网上内容的所有使用者和创造者，理由是正在从机构向个人过渡，个人正在成为“新数字时代民主社会”的公民。

2006年年初接任《时代》周刊执行主编的施滕格尔说：“如果你选择一个人为年度人物，你必须得给出他是如何影响数百万人生活的理由。但是如果你选择数百万人为年度人物，你就用不着给出理由了。”

《时代》周刊评价：“比尔·盖茨夫妇和博诺因为行善的方法灵活，激活政治和给正义提供动力，使仁慈更加精明，希望更加坚定，激励人们前行，被评为年度人物。”

《时代》当时的执行主编凯利称，他们找到了根除疟疾、遏制艾滋病和贫穷蔓延的最有效方法。

比尔·盖茨夫妇创建了世界上最大的慈善基金会。而《时代》描写博诺的评语是“使减轻穷国债务变得性感的摇滚歌手”。

《时代》周刊评选美国总统布什为2004年的“年度人物”，这是由于他的领导能力以及连任竞选的胜利。

《时代》执行主编凯利写道，选择布什是因为他“紧握他的枪，改造政治原则适应他的西部牛仔式的领导风格，以及说服大部分投票者让他再入主白宫4年”。

凯利说，其他人选包括总统政治顾问卡尔·罗夫，《华氏9·11》导演迈克尔·摩尔以及演员梅尔·吉布森。 微言

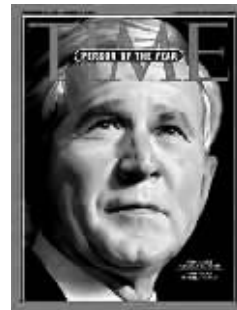
2006年网民



2005年比尔·盖茨夫妇 U2主唱博诺



2004年美国 总统布什



《中国媒体行业互联网品牌营销状况调查》显示：

奥运“新闻战”在即 超七成媒体启用CN域名

据国外媒体预测，在今后5年里，中国媒体娱乐产业的规模将紧随美国，稳居全球第二大国之位。面临北京奥运会和互联网浪潮这两大机遇和挑战，处于快速成长中的中国媒体如何实现新的突破备受瞩目。借助互联网延伸媒体影响力不约而同地成为各大媒体的重要手段。近日，中国互联网协会网络营销工作委员会正式对外公布了2007年《中国媒体行业互联网品牌营销状况调查》（以下简称《报告》）。《报告》显示，目前我国国家顶级域名

在媒体企业中的应用比例已超过七成，CN域名已经成为众多媒体实施品牌营销和建设的重要途径，也是传统媒体应对信息化浪潮、演好奥运大戏的重大举措。

据悉，《报告》是中国互联网协会网络营销工作委员会首次针对媒体行业的互联网品牌建设发布的调查，调查从媒体行业互联网品牌营销现状和营销意识两个方面入手，共调查了我国媒体行业中的100家知名单位。在这100家媒体单位中，有72家应用了CN域名，占总数72%。其中，

68家媒体以CN域名作为主域名，所占比例达到了68%。

近年来，随着媒体对网络技术应用程度的增强，各媒体日常工作流程日益呈现信息化和网络化趋势，媒体业务不得不面临许多新的转变。特别是传统媒体，如何将互联网模式与传统的媒体业务相结合，如何充分利用互联网来实现传统媒体的网络化进程，已成为各传统媒体不断探索和实践的焦点。2008年，北京奥运会必然吸引全世界的关注，是众多媒体进行实力比

拼的战场。通过CN域名开辟网络化捷径，将自身品牌影响力延伸到互联网领域的同时，也促使媒体信息发布更加迅速，争取到年轻一代消费群体的喜爱。

《报告》对媒体行业的互联网品牌营销认知进行了调查。数据显示，在企业的价值认知方面，接近70%以上的媒体受访人员对CN域名在“中国身份标识”上表示了肯定，而有58%的人认同CN域名在本土化和网络营销上的作用。此外，“企业品牌推广”也获得了较高的支持率。而

在对媒体受访人员的互联网品牌营销意识调查部分中，影响媒体对域名选择的要素里最被看重的是“域名安全”，选择率达到六成半，“价格便宜”则以62%的比例紧随其后。同时，超过80%的受访负责人表示，愿意为企业选择CN域名，CN域名成为我国主流应用。

另据了解，《报告》还对各家媒体应用通用网址的情况进行了调查。数据显示，参与调查的100家媒体中有52家启用了通用网址。在通用网址对于企业的

应用价值方面，“带来更多访问量”成为人们的首选，选择率达到36%；“丰富网络营销手段”的选择率则达到了29%。同时，在未启用通用网址的媒体中，也有78%的受访者表示对通用网址感兴趣，准备尝试使用。

未来，整个社会发展的趋势是产业经济的信息化，而媒体无疑是其中最为重要的基础环节。媒体行业信息化的程度将深刻影响到全社会，当前我国媒体的互联网应用热潮有助于推进“地球村”变得更小、更平易近人。