

三网融合下视听新媒体研究述评

张仁汉 施远涛

摘要: 视听新媒体作为一种新业态,借助于高速发展与持续创新的互联网技术、数字技术和通讯技术,在近几年迅速崛起,并得到学界的高度关注。特别是2010年“三网融合”试点实施以来,关于视听新媒体的研究获得了新的进展,出现了诸多值得关注的观点,视听新媒体的发展历程与概念界定、发展现状、问题与应对策略、社会影响与未来趋势以及规制与监管研究成为研究者关注的重要主题。文章通过对近年来关于视听新媒体研究的相关文献进行梳理与分析,在成果总结的基础上指出现有研究存在的不足与薄弱项,为视听新媒体后续的研究提出参考建议。

关键词: 视听新媒体;三网融合;监管

作者简介: 张仁汉,男,浙江文化产业发展研究中心专职研究员,管理学博士。(浙江传媒学院,浙江 杭州,310018)

施远涛,男,博士研究生。(华中师范大学 公共管理学院,湖北 武汉,430079)

中图分类号: G206.2 **文献标志码:** A **文章编号:** 1008-6552(2013)03-0021-06

随着互联网的兴起和数字化技术的应用,以网络广播影视、IP电视、手机电视、互联网电视、公共视听载体、移动多媒体广播电视(CMMB)为代表的视听新媒体迅速崛起,并且正在以不可抵挡的势头,迅速渗透到世界各国政治、经济、思想以及文化等诸多领域,改变着人们的生活,改变着世界的面貌,推动着人类的文明不断向更高层次迈进。因此,视听新媒体已逐渐从实践领域走入学术研究的视野,成为新闻学、传播学等诸多学科研究的热点。特别是在2010年“三网融合”试点的实践探索基础上和2011年文化体制改革全面推进的背景下,关于视听新媒体的研究又获得了新的研究进展,出现了诸多值得关注的观点。对近年来关于视听新媒体研究的文献梳理发现,学者们对视听新媒体的发展历程与概念再认识问题予以了高度关注,对视听新媒体发展现状、问题与应对策略的分析成为研究重点,对视听新媒体的社会影响以及未来发展趋势的探讨成为研究热点,三网融合下视听新媒体的规制与监管问题成为研究的亮点。

一、历程、边界、特征:视听新媒体的历史梳理与概念界定

(一) 视听新媒体的发展历程

视听新媒体,作为以宽带技术、数字技术和通讯技术为基础而派生出的新产品,是随着互联网的兴起和数字化技术的应用而产生的,继而以强有力的劲势迅速地崛起,深刻影响着人们日常生活的各个角落,同时也促进了“自媒体”时代的到来。中国视听新媒体的发展紧跟世界潮流,大致经历了萌芽期、发育期和快速发展期三个阶段。

1. 萌芽期(1996—2000年)

随着对外开放与市场经济改革的深入推进,媒体产业也相应开始了进一步的改革。1994年4月,国际社会正式承认中国是有互联网的国家,由此互联网开始进入中国人民的公众生活,与之紧密相关联的视听新媒体呼之欲出。1996年,中央电视台国际互联网站成立,1997年,人民网进入国际互联网络,网络视听业务逐步进展开来,以音视频为表现形态的流媒体也逐渐发展起来。这一阶段,我国互

联网的发展受到了各界的高度关注,境外企业、民营企业、国有企业都十分活跃地进入新媒体领域的开发,为视听新媒体的发育奠定了技术基础,并创造了良好的社会环境。

2. 发育期(2001—2007年)

在这一阶段,《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》特地提出发展新兴传播媒体,并将它提到了战略高度,网络电视、网络电台、手机电视、公共视听载体等在不断的研究与探索中相继诞生。2001年4月28日,苏州有线数字电视的试播拉开了中国电视全面数字化的序幕;2002年10月,上海在部分公交汽车开展车载电视试验;2003年10月,中国在博鳌亚洲论坛上首次推出了基于DMB技术的手机电视业务。自2004年以来,车载电视业务、手机电视、IP电视等视听新媒体在全国普遍展开。据中国互联网信息中心(CNNIC)发布的统计数据显示:截至2007年12月,中国的网民总数达2.1亿,居全球第二;中国宽带用户已经达到1.63亿,手机网民数达到5040万,中国网络影视发展速度较快,1.6亿人曾经通过网络欣赏过影视节目。可见,视听新媒体开始进入加快发展的轨道。

3. 快速发展期

这一时期,视听新媒体发展被纳入了国家文化产业和信息产业发展战略,政府的高度重视以及互联网的突飞猛进为视听新媒体的发展提供了有利政策环境和有效传播渠道。2008年,地面电视的数字化也已拉开序幕,手机电视进入成长阶段。2009年,我国正式进入3G时代,视听新媒体更加蓬勃发展。与此同时,三网融合的推进过程中,视听新媒体成为广电与电信、互联网融合发展以及媒介融合的主导业务。特别是2010年之后,三网融合试点全面启动后,IP电视用户规模稳步扩大,手机电视用户规模快速增长,逐步形成了规模较大、盈利模式多样的互联网电视市场。更重要的是,酷6网、土豆网等一批运营企业相继上市,中国网络电视台等一批网络电视台相继上线,促使新媒体在近年来保持良好的发展态势。根据2012年7月中国互联网络信息中心公布的《第30次中国互联网络发展状况调查报告》显示,截至2012年6月底,中国网民数量达到5.38亿,手机接入互联网用户达到3.88亿。可以看到现阶段的中国互联网和手机用户数量持续增长,不断涌现新的传播和应用形态,视听新媒体发展态势强劲,基本上实现了与世界的同步发展。

(二) 视听新媒体的概念界定与特征

新媒体最早出现在20世纪六七十年代,指当时新兴的资讯与传播科技,其业务形态与内容随着媒介的不断发展也在不断更新。作为新媒体的重要组成部分,视听新媒体,顾名思义,是以视听内容为核心相对于传统媒体而言的媒体形态,但到目前为止学界还没有一个权威、一致的具体概念。王诚将视听新媒体界定为一种利用数字技术、网络技术,通过互联网、宽带局域网、无线通信网、卫星等渠道,以电脑、手机、数字电视等作为终端,向用户提供视频的信息和娱乐服务的传播形态^[1]。涂昌波则将视听新媒体按照不同的传播途径分为三种:一是通过公共互联网传播的网络广播、网络电视、手机电视等新媒体;二是通过局域网、城域网等互联网专网传播的IP电视等新媒体;三是通过数字化广播电视网传播的移动多媒体广播电视、车载电视、地铁电视、楼宇电视等新媒体^[2]。庞井君认为现有的研究主要是以两种标准和方法来界定视听新媒体的:一是按照科学技术的变化和传播模式的变革来划分媒体形态,基于互联网媒体的各种视听业务形态被称为视听新媒体,包括网络广播影视、IP电视、互联网电视、手机电视等;二是按照时间与空间的变化来划分媒体形态,近十年出现的、在传播时间发生重大变化的各种视听业务形态均被称为视听新媒体,除以上还包括移动多媒体广播电视(CMMB)和公共视听载体^[3]。董年初、熊艳红则认为视听新媒体除了按照时间界定之外,还存在按数字技术和互联网技术来界定,前者指传统媒体数字化后的业务形态都可以成为视听新媒体,如有线数字电视、地面数字电视。后者指将与网络媒体有关的、强调交互的业务形态叫做视听新媒体,包括IP电视、网络电视、播客等^[4]。

作为媒体技术与信息技术高度融合的新型产物,视听新媒体凭借着技术跨越式发展所带来的自主性、互动性、多功能等优势对传统媒体产生了强有力的冲击。在这种背景下,学界和业界对视听新媒

体的特征进行了概括与分析,从而令人们对其认知更加全面,为传统媒体应对视听新媒体的挑战以及二者融合发展提供了理论基础。刘厚钰认为视听新媒体的特征有复合型、综合性、全员性三大传播特性,体现在受众可以同时进行文字、视频和声音的传播与存储,并与之紧密联系中实现互动,而且视听新媒体使人人可以成为传播主体^[5]。苗红钢对视听新媒体相对传统电视传媒的优势进行了详细的分析,认为主要体现在视听新媒体使传统电视的受众从客体成为主体,使受众角色发生了根本改变,压缩了报纸、广播、电视三大媒体的空间距离^[6]。庞井君认为视听新媒体的技术亮点在于宽带化、IP化以及更高层面的智能化,具体特征体现为:一是视听新媒体内容形态多元化和分众化、内容来源多样化、内容体验丰富化;二是视听新媒体传播渠道/终端的无所不在以及单一渠道/终端的兼容性与多功能化;三是视听新媒体与受众高度互动^[7]。王静则从不同类别的视听新媒体传播特性与受众特征两方面来阐明手机电视和网络电视强调个性化,具有私用性、易携带、交互性强的特性,引导年轻化、娱乐取向;移动电视具有被动收看、流动受众、短时信息传递效应的特性,引导多群体、新闻和生活取向;流动类电视具有目标群体细分性、中高端定位、时间有效性的特性,引导高广告关注度^[8]。

二、三网融合下视听新媒体的发展现状、困境及策略研究

2010年6月底,国务院办公厅正式公布了第一批三网融合12个试点城市名单和试点方案,由此电信网、广播电视网、互联网三网融合进入实质性推进阶段。在此背景下,视听新媒体的蓬勃发展也不可避免地出现了一系列新问题,可谓机遇与挑战并行。为此,学界也进行了许多深入的研究,主要集中于对三网融合下视听新媒体的现状描述、问题汇总与对策探讨等方面。

(一) 三网融合下视听新媒体发展现状研究

借助于高速发展与持续创新的互联网技术、数字技术和通讯技术,视听新媒体的业务也不断地衍生、演变,近年来我国实施的三网融合政策又进一步影响了其走向,这引起了诸多学者的关注。庞井君指出,中国视听新媒体业务模式日益丰富多元,呈现全业务、全媒体的媒介融合形态。目前,我国视听新媒体用户规模世界领先、业务丰富多元、产业呈现多元化竞争格局,实现了与世界视听新媒体同步发展。随着三网融合政策的相继出台,IP电视、网络视频、手机电视、公共视听载体、移动多媒体广播电视(CMMB)将进入从稳步推进到快速发展的新阶段。苗红钢认为现阶段视听新媒已给传统电视媒体经营发展带来了很大的冲击和挑战,表现在对受众和经营市场的大量分流,随着三网业务融合速度的加快,其还正处于快速发展壮大阶段,必将带来传播格局的改变。刘厚钰从不同媒体形态分别描述了我国视听新媒体的现状,指出IP电视、手机电视与移动电视用户人数增加、发展快速,且与三网融合大趋势相互推进、共同发展,在这一背景下,传统广播与视听新媒体的融合也势在必行。2011年,张宝贵、铁国强等就浙江省视听新媒体的发展与管理现状进行了详尽、翔实地调查,指出在相关政策支持下的浙江省视听新媒体具备了快速成长的生态环境,构建了舆论引导新格局,成为文化消费的重要内容,整体上呈现出多元竞争、蓬勃发展的良好态势^[9]。

(二) 三网融合下视听新媒体发展困境研究

视听新媒体作为一种新业态,在未知的环境中发展,必然会遇到不少问题。在当前三网融合背景下,庞井君提出必须要清醒认识到视听新媒体当前发展中存在着技术和网络水平不高、业务盈利模式单一、产业合作形式复杂以及文化安全挑战较强等四方面的困难和问题;并指出视听新媒体面临着产业链重构的主权之争,产业链环节发展严重不平衡,版权侵权问题时有发生,管理机制不健全等问题。刘厚钰提出了在视听新媒体与传统广播融合的过程中必会相伴产生的诸多新问题,如二者如何更好地实现自身价值,怎样应对快速变化与竞争激烈的市场环境以及通过什么方式优化经营与管理来实现视听新媒介内部各环节的协调运转等。张伟、黄为群认为视听新媒体当前在传播过程中出现的问题突出表现在节目内容和版权保护方面,特别在三网融合后,视听新媒体监管将面临着重大的挑战^[10]。张宝贵、铁国强等在对浙江省十多个县市的视听新媒体进行实地调研的基础上,指出存在以下三方面的问

题：广电媒体促进融合发展进程缺乏发展、创新、统筹协调意识；视听新媒体依法规范发展程度不够，如违反版权法规、经营非法业务、传播低俗内容等；相关部门依法监管的能力不强。

（三）三网融合下视听新媒体发展困境的应对策略研究

三网融合的背景下，对于视听新媒体如何克服存在的困难与困境、保持持续快速良性发展，庞井君提出进一步推动视听新媒体大发展的路径选择，需进行战略布局调整，从加大政策扶持力度、提高传播影响力、加强系统平台建设、塑造市场主体、统筹协调产业链、营造健康发展环境等方面着手。关文舸则从新媒体内容重构视角进行探讨，指出视听新媒体在全媒体时代必须采取工厂化的生产模式，实现制作环节的扁平化，借助海量的信息和新媒体跨媒介特质促进视听内容生产创新，同时还要寻求适应各种视听新媒体形态的统一管理体系^[11]。张宝贵、铁国强等认为加快视听新媒体的发展，首先需要主动增强自身发展意识和提高自我发展能力，实现内容生产、科学技术的创新，增强舆论引导、盈利模式创新能力，加大政府的扶持力度和规范管理，还需进一步加强视听新媒体人才队伍建设。在三网融合下各类视听新媒体如何在与传统媒体共生、协调发展的微观层面的分析上，苗红钢指出电视媒体必须与视听新媒体相融合，并加快培育视听新媒体产业，对此发展策略在于积极建设网络电视、实现联合多元化传播，并在内容环节建立核心竞争力。王长潇认为传统电视与视听新媒体融合发展的路径朝向两个方向：一是自身的纵向延伸，如平台型网络电视；二是二者的横向联合，如整合网络视频传播^[12]。

三、三网融合下视听新媒体的发展趋势及社会影响研究

（一）三网融合下视听新媒体的发展趋势研究

随着技术的进步，视听新媒体发展日新月异，媒介形态、业务模式和内容供应都会日益丰富多样。庞井君认为我国视听新媒体发展将呈现三大趋势：一是网络环境将不断优化。未来随着技术的发展与网络的优化，互联网的带宽将得到大幅度提高，视听新媒体业务发展面临的带宽瓶颈将得到明显缓解；二是产业规模将不断扩大。视听新媒体的产业规模即将步入高速发展期。尤其是三网融合试点全面启动后，IP电视的用户规模将稳步扩大，手机电视用户规模将快速增长，互联网电视市场将形成规模；三是发展环境将更加完善。“十二五”规划提出推动文化产业成为国民经济支柱性产业，网络视听节目管理司的成立进一步完善了视听新媒体发展的政策环境。李旭认为我国视听新媒体产业正在进行巨大的变革，正在经历从技术革新、业务革新到商业模式的革新阶段，呈现出如下发展趋势：一是视听新媒体形态多样化，媒介融合正在实现，全媒体时代正在来临；二是视听内容传输网络更趋多样化；三是用户收视终端多样化；四是音视频新媒体传播的内容海量；五是视听新媒体从一点到多点的传播形态发展到多点对多点的社交化传播，视听娱乐的自媒体化逐步形成；六是云计算、云媒体对视听新媒体技术构架造成较大冲击；七是视听新媒体的传播已经渗透至多个业务领域，从咨询传播、新闻娱乐发展到商业应用领域^[13]。韩欣悦提出三网融合后IPTV向视听新媒体发展主要有三大创新与趋势：一是更优质的视频体验，提供更吸引终端用户的视频内容和配套服务；二是关联增值业务的发展，充分利用高宽带运营视讯业务；三是多屏呈现及互动，即利用多种终端，呈现IPTV系统提供的内容和服务，并利用不同终端之间的信息交互实现多个不同屏之间的互动体验^[14]。

（二）三网融合下视听新媒体的社会影响研究

视听新媒体的崛起对我国社会造成了深远的影响。韩建中基于媒介生态的视角分析了视听新媒体的崛起对我国电视群落的影响，他指出视听新媒体的出现改变了传统电视群落生态链种群间物质、能量（产品流、资金流、信息流、人员流）的输入和输出，打破了其群落生态系统的平衡。新的电视群落生态系统平衡将会重新构建，该过程具有主动性、目的性和可控性的特点^[15]。郭小平认为视听新媒体的发展历程虽然不长，但其社会影响越来越大。他认为新媒体用户主导的内容生产制作机制，促进了社会舆论的多元化与经济全球化，从传播学的角度看，新媒体是一种传播工具、接受终端与传播方

式；从文化学的角度看，新媒体技术标准的同一化与外延的多样性相统一，促进新的亚文化圈的形成、主体文化的包容和开放以及不同文明的对话；从政治学角度来看，新媒体促进国家的民主进程的发展^[16]。苗红钢则提出了电视传媒如何应对视听新媒体挑战的方法：一是积极推进网络电视（台）的建设。加快全球镜像站点的建设，启动网络视频分享平台建设；二是实行与新媒体的联动多元化传播。与知名视频网站合作，实行节目的多元化传播，借此拓展品牌的影响力；三是要在内容环节建立自己的核心竞争力，推行“制播分离”，打破自制自播的垄断机制。

四、三网融合下视听新媒体的规制与监管研究

针对三网融合背景下视听新媒体的规制与监管问题，我国学者从不同视角进行了论述与分析。郭小平从国际比较的视角出发，论述了欧洲新媒体规制对我国的启示。他总结了欧洲“媒介”融合中新媒体规制的特征，认为新媒体传播需要政府、法律与道德层面的规制。具体要做到：第一，维护国家文化、经济与信息安全；第二，在媒介融合中平衡行业利益与公共利益；第三，在立法的基础上成立相对独立的新视听媒体监管机构；第四，新视听媒体规制要遵循传播伦理。张伟等则从当前我国视听新媒体监管现状入手，分析节目传播方面出现的问题以及三网融合后面临的监管挑战，提出了构建三网融合下视听新媒体监管体系的对策建议。他们认为，要构建符合我国国情的新媒体监管体系，首先要明确指导思想和建设目标，在此基础上加强适应三网融合要求的监管队伍建设，创新体制机制，完善技术手段及审查标准，加强社会监督等。李旭从行业监管的角度提出了基于云计算的视听新媒体统一监管平台方案，并从平台的总体模块化设计层面，云计算、图像处理与模式识别、计算机网络、自然语言理解等技术层面以及对在线视频发布平台和收视终端的监管等层面详细论述了其对该平台方案规划等的各项认识与思考。涂昌波则从法律政策方面探讨了其对视听新媒体的法律思考。他论述了各国对视听新媒体进行监管的有关法律政策的特征，提出我国视听新媒体的发展，同样需要法律政策的引导、支持和保障。一是要统筹制定产业规划，完善法律政策，为视听新媒体发展营造良好的外部环境；二是要坚持依法行政，把事先许可与日常监管结合起来，为视听新媒体科学发展提供良好的执法服务；三是要坚持行政监管与行业自律相结合，提高职业道德素养，推动视听新媒体自主有序可持续发展。

认真考察我国学者对于三网融合下视听新媒体政府规制与监管方面的理论成果，不难发现他们从不同的角度对该问题提出了自己独到的见解。既有学者从整个规制体系上进行宏观分析，也有学者从专业技术层面、法律层面等详细解说，这些都为我国政府今后加强对视听新媒体的规制与监管提供了有力的理论指导和参考，有利于形成科学有效的政府规制与监管体系，推动我国视听新媒体事业的持续稳定发展。

五、研究缺陷及后续研究建议

鉴于中国视听新媒体发展的特殊背景和制度安排，关于视听新媒体的研究也呈现出业界实践先行和学界理论滞后的特征，导致当前已有的研究不可避免地存在一些欠缺和不足。这些研究的不足之处主要表现在以下几个方面：一是研究视角相对单一。当前研究大都从技术学或传媒学层面寻求研究视角和论证的逻辑起点，对视听新媒体自身有关的主题进行描述性研究，而将视听新媒体置于政治学、社会学、经济学、心理学等学科的视野下，并结合“三网融合”、文化体制改革以及国家整体发展战略规划等制度安排和宏观背景，对视听新媒体的内涵和外延进行宏观考察和微观把握的研究较少，缺乏理论指导尤其是缺乏跨学科的理论视野，导致已有的研究缺乏理论研究的连续性、系统性，观点分散，缺乏普适性，而且在一定程度上存在着重复研究等现象；二是学界研究和业界实践缺乏对应性。目前我国关于视听新媒体的研究存在学界、业界分立脱节现象，业界视听新媒体的实践超前于学界的理论研究，导致视听新媒体在实践中的发展因缺乏有效的理论指导而出现诸多问题，而后续的研究又不能

及时从业界的实践中归纳、总结和提炼出具有普适性和指导性的理论框架,从而导致业界与学界的脱节愈发严重;三是缺乏系统的理论范式。现有的研究主要是从比较的角度,以描述性研究为主,对视听新媒体的概念、特征、发展现状、问题以及对策等相关问题进行界定、阐释与分析,缺乏系统的理论范式对整个研究进行规范以及采用已有成熟的理论运用演绎的方法对视听新媒体在发展中存在的问题进行深入的剖析并提出具体战略性和前瞻性的对策建议;四是研究方法的单一。从研究方法来看,现有的研究大都是采用的是规范研究而缺乏实证研究,尤其是缺乏从中国具体的现实经验出发,来战略性的考量中国视听新媒体的发展路径与未来趋势。

同时,已有的研究除了上述存在的不足之处以外,在视听新媒体的监管研究方面也还存在薄弱项。目前,关于视听新媒体的监管研究还比较少,在笔者收集到的文献中,仅有两篇论文对视听新媒体的监管进行了初步的研究。视听新媒体的监管是视听新媒体发展中的重要环节,特别是三网融合实施后,网络规模更大、覆盖更广、开放性更强,有害和不良的信息传播更快、渠道更多,而现有的监管体制机制上又不能完全适应三网融合的要求,若不采取积极措施加以解决,不仅会制约三网融合进程,而且也会给我国经济社会造成严重危害。因而,在三网融合的背景下,行政主管部门如何合理清晰地界定各自的监管权责,如何制定行之有效的监管法律法规,如何在监管过程中真正贯彻落实各种法律法规,等等,都是未来视听新媒体监管职能必须直面的问题。因此,如何建立健全有效的视听内容监管体系,成为亟待解决的新课题。

然而,也正是因为目前关于视听新媒体研究中存在的这些不足之处和薄弱环节,成为今后视听新媒体研究的重点领域和努力方向。基于上述分析,对视听新媒体的后续研究提出如下建议:一是研究视角应多样化,在网络传播学的基础上,继续拓展视听新媒体的社会学解读、视听新媒体与政治、视听新媒体与社会心理等跨学科的研究;二是业界与学界应紧密结合,学界的学术研究要密切联系业界的实践发展,运用归纳的方法从业界的实践中归纳、总结和提炼出具有普适性和指导性的理论框架,再运用演绎的方法,将这些经过实践检验的理论框架运用到实践中去;三是要尽快建构起新媒体领域的研究范式,将已有的关于视听新媒体的研究成果系统化和规范化;四是综合运用规范研究和实证研究方法,特别是要注意运用规范的定量的方法研究视听新媒体;五是要特别重视对视听新媒体的监管研究,构建起三网融合背景下视听新媒体的监管体系。

参考文献:

- [1]王诚.新“比特”时代:通信文化浪潮[M].电子工业出版社,2005:46-48.
- [2]涂昌波.探讨视听新媒体的法律政策[J].中国广播电视学刊,2011(11).
- [3]庞井君.中国视听新媒体的现状与发展趋势[J].研究走廊,2011(9).
- [4]董年初,熊艳红.视听新媒体概述[J].中国广播电视学刊,2007(3).
- [5]刘厚钰.传统广播与视听新媒体融合的战略思考[J].文化与经济,2012(5).
- [6]苗红钢.电视传媒如何应对视听新媒体的挑战[J].青海师范大学学报:哲学社会科学版,2009(4).
- [7]庞井君.当前中国视听新媒体产业发展的几点思考[J].电视研究,2011(5).
- [8]王静.发展中的新媒体及其时代特征[J].当代经济,2011(2).
- [9]张宝贵,铁国强,郑宇.浙江省视听新媒体发展现状与管理策略[J].视听纵横,2011(5).
- [10]张伟,黄为群.三网融合下的视听新媒体监管体系研究[J].现代电视技术,2011(10).
- [11]关文舸.全媒体时代视听新媒体内容生产的重构[J].中国传媒科技,2012(14).
- [12]王长潇.传统电视与视听新媒体融合发展路径的选择与拓展[J].国际新闻界,2011(12).
- [13]李旭.视听新媒体产业发展与行业监管的分析[J].中国数字电视,2012(6).
- [14]韩欣悦.三网融合下视听新媒体创新与趋势[J].引擎,2012(2).
- [15]韩建中.视听新媒体的崛起对我国电视群落的影响—基于媒介生态视角的分析[J].现代传播,2011(11).
- [16]郭小平.论视听新媒体传播的社会影响[J].中国电视,2011(12).