

【历史与文化】

# 科学发展观对传播学本土化路径选择的现实意义<sup>\*</sup>

## ——重申发展传播学的理念

朱晓军<sup>1,2</sup>

(1. 浙江传媒学院 影视艺术学院,杭州 310018; 2. 厦门大学 人文学院,福建 厦门 361005)

**摘要:**“传播学本土化”是一直困扰我国传播学研究的一个老问题。尽管备受争议,但是这个问题的理论合法性并未被撼动。然而如果因循现在的研究思路,孜孜于传统典籍之中搜寻本土资源,可能永远也达不到建立中国传播学或传播学中国学派的目标。因此,传播学本土化研究必须进行范式转换,借鉴发展传播学的理论资源,以传播与中国的社会发展为切入点,在现实中建立传播学的“问题意识”,从而推动中国传播学研究走出困境,开创新局。

**关键词:**传播学;传播学本土化;发展传播学

中图分类号:G20

文献标识码:A

文章编号:1671 - 0924(2007)12 - 0141 - 04

## The Realistic Significance of Scientific Outlook to Path Selection in Communications Localization

——Reemphasizing the Concept of Development Communications

ZHU Xiao-jun

(1. School of Film and Television Arts, Zhejiang University of Media and Communications, Hangzhou 310018, China;

2. College of Humanities, Xiamen University, Xiamen 361005, China)

**Abstract:** “Communications Localization” has been a heated topic in the China’s Communications field for years. Despite its controversy, the legitimacy of Communications Localization has never been shaken. Nonetheless, if we follow current research pattern, i. e., researching local resources from ancient books and literatures, we may never reach the goal of establishing China’s Communications or Chinese School of Communications. Therefore, the research pattern of Communications Localization needs to be reformed. By referring to theoretical resources of Development Communications, taking the cutting point of Communication and social development in China, we can develop the “problem awareness” within the real world, so as to pull Communications research out of its current dilemma, and blaze a trail of its own.

**Key words:** Communications; Communications Localization; Development Communications

\* 收稿日期:2007 - 08 - 31

作者简介:朱晓军(1968—),男,陕西汉中,厦门大学人文学院博士研究生,浙江传媒学院影视艺术学院讲师,主要从事传播学与影视传播、文艺与媒体等研究。

如果从复旦大学郑北渭教授 1978 年 7 月发表的《公共传播学研究》和《美国资产阶级新闻学：公共传播学》两篇文章算起，传播学进入中国大陆不到 30 年时间，中间虽有波折和起伏，但发展十分迅猛——数以千计的论文、专著之外，一个标志性的事件是 1998 年新闻与传播学被国家教育部列入一级学科，正式纳入官方的教育体制。到现在为止，全国已有 100 多所高校开设传播学专业，冠以“新闻（与）传播”或“文学与传播”的系、所、二级学院更是如雨后春笋、层出不穷。年轻的传播学赫然成为莘莘学子追逐的热门专业，大有与老牌的文学等学科分庭抗礼，俨然成为显学之势。在近 30 年的引进与消化中，国内传播学界的斐然成就有目共睹，无需罗列。但仔细检视一番传播学在中国的研究历程和实绩，则不难发现中国传播学界（包括两岸三地）始终有一个难以释怀的心结，即“传播学本土化”，或叫“有中国特色的传播学”、“传播学中国化”、“中国传播学”、“华夏传播学”等等，不一而足。尽管有不少学者质疑所谓“本土化”的理论合法性，但由于种种复杂的因素，这个问题显然并未得到充分的讨论和澄清<sup>[1]</sup>。传播学本土化依然是学界念兹在兹的重大课题——从 1982 年开始举办中国大陆最高规格的传播学研讨会（第 1 届），到 2004 年 10 月在清华大学举行的第 8 届传播学研讨会，连续 8 届会议的议题都主要是或围绕着这个问题而设计的，这本身就已经构成了一种相当“有中国特色的”传播学研究。

“传播学本土化”的问题由海外华人学者首先提出。1978 年，香港中文大学新闻与传播学系主任余也鲁及台湾国立政治大学新闻系系主任徐佳士，先后在香港和台北召开了“中国文化与传统中（传）的理论与实际”研讨会，这可以看作华人传播学界“传播学本土化”之发轫。此前，余也鲁先生在译述乃师宣伟伯（施拉姆）的名著《传学概论》一书的序言中说，他打算做的 3 件工作是：翻译传学理论著作；检讨已有的国人研究成果；探索中国传统文化，找寻传的原理与原则。鉴于余先生在中国传播学界的特殊地位和所发挥的巨大作用，可以毫不夸张地说，他的学术抱负深深地影响了此后大陆传播学界的理论走向和理论格局。

回顾传播学在中国的发展历程，余也鲁先生可以说居功至伟。作为传播学大师施拉姆的入室弟子，余先生具有强烈的学术使命感。他不仅在香江教书育人，翻译施拉姆的重要著作，而且在大陆甫一开放之际，即以普罗米修斯的精神，奔走于祖国各地，传布学术薪火，筹划并推动成立了中国内地大学第一个冠以“传播学”字样的系——厦门大学新闻与传播学系（1978 年）。他还主持两岸三地的传播学学术会议，擘画整理中国传播思想的研究课题。1993 年 5 月在厦门大学召开的“首届海峡两岸中国传统文化中传的探索座谈会”，余也鲁、徐佳士两先生是大会的主办者和主席。会议决定在二三年内写一本《中国古代传播概论》，编一套《中国历史上传播理论与实践资料选辑》。1997 年 11 月在厦门大学召开了第 4 次中国传播学研讨会。会议回顾和总结了以往的传播学研究，集中探讨了中国历史上的传播活动和传播观念，试图从中归纳出具有中国特色的传播理论，为建立科学的有时代意义的“中国传播学”创

造必要的条件。会议要求 1993 年“中国传播研究资助项目”学术招标的基础上，进一步扩大研究范围，争取在 1999 年之前，由香港海天基金赞助编写出版一套“中国断代传播史”和一套“中国传播问题史”（或“中国传播观念史”），共计约 20 本<sup>[2]</sup>。是年，由孙旭培主编的《华夏传播论》一书正式出版。继之推出的《华夏传播研究丛书》延续了这种用西方传播学的理论方法来梳理中国传统文化，以期发掘中国特有的传播思想的理路。值得一提的是台湾政治大学陈世敏教授的主张。陈先生把传播学本土化的思考大胆地推进了一步，开始寻求不同于西方社会科学方法论系统的本土理论资源。陈先生批评说，“传播学本土化或传播学学科建设，不论是哪一种提法，迄今似乎仍然忽略了本土方法学的重要性。华人传播学术界不乏对西方研究方法的批评。这样的批评还是以西方的思想架构看问题（例如，调查访问法不适合华人社会），苦于提不出解决方案。本文呼吁换脑袋另起炉灶，为最具有‘道德学科’意味的传播学找寻适合的方法学，迈向名副其实的华夏传播学。”<sup>[3]</sup>陈先生开出的药方是最具中国传统的方志学，他论证道：“方志学就传播学研究而言，是一种方法论，透过文字符号之再现地方社会生活，有一定的内在逻辑系统和操作执行规范在处理传播现象。这套逻辑系统和执行规范，诞生于中国社会，理论上应该比西洋的方法论更符合国情，也更符合学术工作者的思考需要。举例来说，方志学一方面强调社会互动的意义要倚重社会行动者的主观感受，一方面却又为了乡里名声而隐恶扬善，似乎是把社会的安定和文化遗产的重要性置于正义、客观、共识之上。果真这是中国社会互动的本质，则传播行为的重点，不在达成共识，而在促成安定和谐。传播学的学术研究采方志体，比起抽样调查法、实验法之类，似乎更能体现中国社会的特殊规律。”<sup>[3]</sup>

与港台学者的思路相呼应的时候，大陆学术界在传播学本土化的方向上更强调“中国特色”包括马克思主义的指导地位。1982 年 4 月，中国社会科学院新闻研究所在京举办第 1 次（届）全国传播学研讨会。会议的结论为：“系统了解，分析研究，批判吸收，自主创新，建立起符合中国国情的，有中国特点的新闻学和传播学。”这为中国大陆的传播学研究定下了基调。1986 年 8 月第 2 次全国传播学研讨会在安徽黄山举行，会议的结论是：“从我国的传播实践出发，逐步形成一套具有中国特色的传播学理论和方法，则是我国传播学研究者当前的主要任务。”这再次明确了传播学研究的任务。2004 年 10 月在清华大学举办的第 8 届全国传播学研讨会，主题定位于“传播研究：融合与创新”，议题设置大为拓宽，但传播学本土化仍是一个绕不过去的重要话题。实际上，囿于大陆的具体语境，所谓“中国特色的传播学”基本上停留在口号的宣示和意识形态的指向层面，比起海外学人热衷的“中国化”研究，在具体的成

余也鲁 1977 译为《传学概论》。

即 1993 年规划的课题《中国古代传播概论》。

果上要逊色得多。当然这并不妨碍两岸三地传播学界对传播学本土化这一宏大目标的高度契合,上述诸多成果正是华人学者声气相通、协力合作的结晶。可以断言,在近30年的传播学研究中,“传播学本土化”已经成为居于霸权地位的主流话语和“主导范式”。在肯定其合理性与既有成就的同时,正如中国许多学者业已认识到的那样,中国传播学界在理论的原创性上,对传播学的贡献还是太少了,能拿得出手的东西几乎没有——即如陈世敏先生的方志学方法论一说,固然苦心孤诣,令人耳目一新,但方志学作为具有鲜明中国特色的编史学,在其所属的史学领域也早为陈迹,自顾不暇,何以担当新兴的传播学的救主?更何况方志学与传播学之间有多大的理路契合,甚至究竟有无契合,尚需进一步的论证。陈先生的宏论曲高和寡,在学界鲜有回应就不足为怪了。对现在的这种“传播学本土化”研究,祝建华先生有一个精彩的评论,他说:“如果说西方理论不适合中国国情,那么传统的中国文化中不是也有丰富的传播思想吗?在海内外华人传播学者圈中,不断有人倡议创建中国式或‘本土化’传播理论,也已有学者发掘、整理出中国传统文化中丰富的传播言论(如关绍箕,1994,等),但这些古训因为缺乏可操作性和可证伪性,对实证的受众研究没有直接的指导作用。”<sup>[4]</sup>

由此观之,“传播学本土化”的焦虑,如摆脱不了骨子里的中学、西学门户之见,在一种无意识的民族主义情结左右下,埋首于故纸堆中,忙于“整理国故”,就难免重蹈清季民初西学东渐之时,中国士人在古代经典中搜寻声光化电之学的本土资源,借以证明我泱泱中华万物皆备,一切之学均古已有之的覆辙。从另一方面讲,近30年的“本土化”研究,其最大的理论误区就在于忽视了传播学的学科特性——作为一门在传媒技术变革的基础上建立,又深受传媒技术革命影响的新兴学科,传播学也许是社会科学中最具实践性、敏感性、包容性和开放性的学科,信息技术的每一次进步,都会给这门学科带来新的冲击、新的课题,而自传播学诞生以来,信息技术革命令人应接不暇、眼花缭乱——这个特性决定了传播学的理论必须紧紧扎根于现实之中,必须瞻前而不是顾后,古代的智慧可能会有启发,但泥古就不可能创新。

因此中国的传播学研究必须挣脱既有“本土化”研究的思维定式,进行彻底的范式转换。诚如祝建华先生所言:“我建议的策略是从本土实情出发(而不是从某一理论或假设出发)、广泛搜索国际学术界的知识巨库、从中严格选择直接相关而又能够操作化的概念、命题或框架,以此为基础而发展本土化理论。”<sup>[4]</sup>笔者认为,在“国际学术界的知识巨库”中,最方便的也最具操作化的理论就是发展传播学。

几乎与传播学进入大陆学界的视野同步,我国伟大的改革开放事业开始扬帆起航。在这场以实现民族国家的全面现代化为旨归的社会变革中,“发展”乃是一个从党和国家的各类文件到新闻媒体的相关报道直至民间的街谈巷议都须臾不离的热词。“发展是硬道理”——伟人言简意赅的概括最恰当地表达了20多年来发生在这个古老国

度的“本土实情”。不可思议的是,起源于现代化和第三世界发展研究的发展传播学理论在中国却一直没有受到应有的关注,相关的研究成果寥寥而且多流于介绍层面。以常识而论,任何一门社会科学理论的创新,都必须建立在一定的“问题意识”之上,传播学自然也不例外。没有直面现实的“问题意识”,理论创新从何谈起?没有应对本土的“真问题”,所谓“本土化”理论如何可能?而这种真问题,在笔者看来,恰恰就是中国的发展与现代化问题。

众所周知,由于二战后国际形势的变化,“发展”问题成为当代社会的两大主题之一。发展哲学、发展政治学、发展社会学、发展经济学等新的学科或学科分支方兴未艾——迄今为止,“发展研究”(Development Studies)仍然是国际社会科学领域的热点。传播学很早就介入其中,并因此形成了一个蓬勃的理论分支——发展传播学。关于发展传播学的定义,弗雷瑟(Fraser)和雷斯特雷波-埃斯特拉达(Restrepo-Estrada)(1998)对发展传播学作了全面的诠释:“发展传播学是利用传播的过程、技术和媒介,帮助人们制定改革和可持续发展的计划,帮助人们获取必要的知识和技能以改善自身的处境和社会状况、提高机构的效率”<sup>[5]</sup><sup>[6]</sup>。它的起源则可以追溯到20世纪50年代,麻省理工学院的社会学家拉纳首次把传播与现代化的关系作为考察目标,从城镇化、公民受教育程度、大众传媒的普及和公众的政治参与等指标来衡量一个国家和地区的现代化水平。拉纳通过对中东6国——埃及、土耳其、约旦、叙利亚、黎巴嫩、伊朗所做社会调查的资料分析,于1958年出版了《传统社会的消逝——中东的现代化》,成为发展传播学的奠基之作。1962年,罗杰斯出版了《新技术的普及过程》,提出了著名的“创新-扩散”模式。施拉姆于1964年出版的《传播媒介与国家发展——信息对发展中国家的作用》提出,传播媒介可以在4个方面发挥重要作用:推广农业新技术,普及卫生知识,扫除文盲,实施正规教育。至此,发展传播学的理论体系已初具规模。由于传播在促进社会发展和变革中的核心作用,更由于发展传播学理论的实用价值和指导意义,“发展传播学”中的一些策略已经被一些社区团体、国家政府、地区性和国际性组织以及非政府组织用以解决世界所面临的各种发展问题”<sup>[5]</sup><sup>[24]</sup>,其中影响最大的是罗杰斯的理论。

“罗杰斯的创新扩散指的是新的观念、经验、技术等等的推广和实施,他同时也比较强调大众传播与人际传播和组织传播的结合运用。这一理论和方法由于在农业科技、计划生育、扫盲、环保和卫生知识普及等方面有较高的实用价值,因此应用较为广泛。10年后的1978年,相关论述已达2800篇(部),实证研究有1000多项。”<sup>[6]</sup>从上面的介绍中,不难看出发展传播学的理论与实践对我国这个世界上最大、发展速度最快的发展中国家和农业大国的巨大参考价值。无论从宏观的社会层面的现代化转型,还是具体的人的观念现代化,以及新技术新思想的全面推广等方面,传播如何介入,媒体有何作为——发展传播学的既有理论完全可以大显身手。然而令人不解的是,传播学界似乎对此却不太重视。中国大陆运用罗杰斯的理论开展研

研究工作的第一人,也可能是唯一的人,是中国社会科学院新闻研究所的王怡红,其硕士论文《论农业新技术传播》(1986),以天津武清县的调查资料为研究样本,运用“创新—扩散”模式,分析了我国农民采纳新事物的过程。在此项弥足珍贵的实证研究之外,关于发展传播学与农业技术方面的文献,就笔者的搜索所及,仅有上面征引过的这篇发表于农业科技刊物上的文章,即李南田的《简介传播学发展和农业技术推广研究》<sup>[6]</sup>。罗杰斯的模式之外,正如传播学的主将施姆所言:“任何社会变革的最重要的条件是人本身必须改变——这正是现代传播对经济发展变得如此重要的原因所在。”<sup>[7]</sup>在此意义上,不能说国内传播学界完全忽视了传播与人的现代化、传播与社会发展、传播与民主建设等等的重大关联,诸如1997年出版的,由陈崇山、孙五三主编的《媒介·人·现代化》,就汇集了两岸三地学者关于传播与人的现代化关系的研究论文;1998年社科基金项目“西部欠发达地区大众传播事业发展与社会进步”(兰州大学段京肃);1999年“苏南农村大众媒介与政治、经济、文化发展的互动关系研究”(南京师范大学方晓红)和“云南少数民族地区信息传播与社会发展关系研究”(云南大学张宇丹);2002年“现代媒介传播行为与边疆少数民族地区文化观念的冲突与调适”(新疆大学阿斯买·尼亚)等<sup>[8]</sup>;以及孟建的《中国大众传播事业的发展与社会民主化进程》(1999),就大体上涵盖了发展传播学从个人的观念更新到社会的结构变迁等论域。值得称道的是,这些研究很好地秉承了发展传播学强烈的现实关怀和积极的实践品格。然而,寥寥数篇研究文献不足以改变发展传播学在中国的边缘状态,更不用说上述文章也并非全都自觉地认同或运用发展传播学的理论和方法。

不可否认,发展传播学从拉纳奠基到现在,一直受到社会学理论的极大影响。发展社会学新理论对“发展为了谁?通过谁来发展?为什么而发展?”<sup>[9]</sup>的质问,导致了对外期具有鲜明西方中心主义色彩的线性现代化模式的反思。传播学领域中批判学派的新进展——风行一时的媒介帝国主义理论就是这种反思的结果。发展社会学从现代化模式到依附模式到世界体系模式的范式转换,逐渐把发展的重心由“外缘性”转移到了“内生性”,也就是尊重不同民族和地区根据自己的历史和文化传统对发展道路和发展战略的选择权。发展传播学的后起之秀,美国夏威夷大学东西方传播研究中心教授马杰德·泰拉尼安的社群主义观点就颇具代表性,“泰拉尼安尖锐地指出,关于传播与发展的理论构建面临了某些不可克服的问题。而它们本质上是历史性的。显而易见,世界上各个国家代表着多种多样发展过程的不同阶段,它们之趋向于被普遍限定的发展指标的进步比率也是不同的,在这种情况下,是否存在一个传播、发展和民主的一般理论,以便阐述如此之多的不同国家的各种历史经历?答案自然是肯定的。因此,社群主义模式鼓励多重的发展道路”,“如果不使用一种混合语(lingua franca)和一批共同的历史记忆、神话和文学作品,一个民族要吸收发展过程中的分裂后果,那将是非常困难的事情。”也就是说,传播和发展的过程要求保存本土

文化、民族特性与民族的自信心<sup>[10]</sup>。因此,发展传播学对我国传播学界的启发,决不仅仅是一个现成的“创新—扩散模式”——尽管在不断面临挑战和诘难中,著名传播学家麦奎尔仍然称许说“这个模式很实用”。重要的是,发展传播学的新动向已经表明,本土文化传统的巨大作用,完全可以纳入其理论视野之中,这无疑为我们的“本土化”取向与发展传播学理论的交融开启了一个令人振奋的想象空间。

然而,归根结底,推动传播学理论创新的根本动力既不是某种现成的理论模式,也不是学者书斋中的玄思,而是中国为全球瞩目的发展实践。有人声称,谁能研究好中国的经济问题,此人就完全有资格获得诺贝尔经济学奖。我们也可以断言,研究好中国的传播媒体及相关的传播策略在中国的社会发展中的角色与作用问题,肯定可以创出一个传播学的中国学派。正因为“自二战以来,发展传播学变得越来越重要,现在已经被人们认为是发展过程中的一个必要因素”<sup>[5]</sup><sup>[13]</sup>和“发展传播学体现了库特·列文的那句名言——‘没有什么能比一个好理论更实用’”<sup>[5]</sup><sup>[12]</sup>,所以,我们对发展传播学在中国大陆的失语状态感到大惑不解。实际上,中国当前面临的诸多问题,诸如环境、教育、公共卫生、贫富分化、三农等等,莫不是发展传播学过去和现在一贯重点关注的课题。党和政府提出的以5个统筹为要点的科学发展观以及建立和谐社会的执政目标,乃至建设社会主义政治文明和精神文明、振兴民族传统文化等等,都包含了丰富的、有待中国的发展传播学去解决的问题。即以中共中央提出的建立和谐社会的目标而论,如何在转型期走向“断裂”(清华大学孙立平教授语)状态的社会中发挥媒体的功能,如何在贫富分化成为既成事实的情况下面对普遍的仇富心态等等——尽管解决这些问题是一个系统工程,但“和谐”与“传播”(传播的目的就是为了促进沟通和理解)天然的密切关系,使传播学在解决这些难题中具备无可比拟的优势。不幸的是,我们的传播学研究仍然在一些假问题上生搬硬套,跟风赶时髦,诸如不顾中西传媒体制的差异,煞有介事地搞一些“议程设置”或“沉默的螺旋”理论的“实证研究”,或者搞一些哗众取宠的“民意调查”;以及无视中西传媒的所有制形式和市场环境,套用西方的几个案例,大肆炒作所谓的媒介经营、资本运作等学术泡沫。相反,那些重大而迫切的现实问题——媒体对弱势群体的态度;媒体在诚信建设中的作用和定位;媒体在构建和谐社会中的使命;媒体在公共卫生方面,尤其是后SARS时代的反思和艾滋病蔓延态势下的应对;媒体在经济增长方式由资源消耗型向循环经济转换和环境保护中的参与和在场的;媒体对民意的表达和舆论监督;媒体行为与法律以及媒体本身的立法——却研究得远远不够或远远不透。

总之,“传播学本土化”的导向只有和中国的现实紧密结合起来,以发展传播学的理论为参照,直面中国社会发展与传媒变革中的真问题,才能引进源头活水,才能落到实处,才能屹立于世界传播学之林,才能发出我们的声音,做出我们的贡献和创造。

(下转第158页)

财务信息,资产负债状况以确定自己的投资决策和投资方向<sup>[5]</sup>。出于对债权人的考虑,公司应当将自己的财务信息提供给债权人特别是金融债权人。向债权人披露公司信息基于两个方面的考虑:一是公司在与债权人的交易过程中,对公司不利的经营状况和财务信息,一般很难让债权人知晓,甚至为了达到与债权人做成交易的目的而隐瞒事实,弄虚作假。为了克服信息偏差,弥补债权人的不利地位,应当设置公司向债权人的披露制度。二是公司向债权人披露信息使其享受公司有限责任权利的同时,应当付出的一种代价或者说向债权人承担的一种责任。为了对债权人损失的弥补和公司经营者的控制,有必要设定公司经营者向债权人披露信息的强制性制度,使公司在享受有限责任时承担提供财务信息的责任,以实现权利和义务的平衡。

### 3.4 公司债权人对公司经营的制约机制

3.4.1 债权人会议制度。即债券持有人或其受托人有权召开债券持有人会议,共同讨论与公司债权人的权益有关的重大事项。债券持有人或其受托人有权查阅公司账目,并可以被授予对公司有关管理事务方面的表决权。这对于防止公司因经营管理不善而招致财产状况恶化,使公司债权人的债权得以实现,具有积极的作用。

3.4.2 债务和解制度。即当公司出现破产原因时,公司债权人可以用协议方式与公司达成一项和解方案。根据该和解方案,公司债权人除可以要求公司就其应清偿债务设定担保,保证自己在公司的权益之外,债权人还可以参加公司管理,监督公司的经营与资产管理,直至公司破产原因消灭时为止。在这项制度中,公司债权人既享有优先受偿的权利,又拥有协助公司扭亏为盈的权限,使他的债权实现有了双保险的保障。

3.4.3 公司重整制度。即当股份公司的财产状况恶化,出现破产原因时,公司债权人为了避免更大的损失,可以与公司董事、持公司股份一定比例的股东一样,具有申请公

司重整的资格,公司通过重建而获得再生其直接目的在于,挽救财产状况恶化导致公司陷于困难或者已暂停营业或者有停业危险的公司,免于解体或者破产,从而获得再生。其间接目的在于,通过公司的重建再生,具有较好效益及清偿、分配能力,来保护公司债权人及股东利益,稳定社会经济秩序。

综上所述,我们应看到有效的公司债权人保护制度对规范整个民事活动、商事活动的债权制度的作用。没有有效的公司债权人保护制度,在商事活动领域,财产就不能被充分、有效地利用,也就无法进行扩大再生产,生产规模也难以扩大。因为如果法律设置的公司主体屡屡给他人造成损害,破坏信用这根联结交易的纽带,频频扰乱市场秩序,就会使社会及一系列交易处于无序状态,社会主义市场经济秩序无法正常进行,同时也会导致股东权利的落空。因此,建立完善的公司债权人保护制度可以保障社会主义市场经济朝着有序健康的方向发展,从而实现经济领域意义上的社会和谐。

### 参考文献:

- [1] 朱健仪. 对新公司法的探讨[J]. 集团经济研究, 2006(15): 175.
- [2] 李和平. 公司有限责任与债权人权益保护[J]. 云南社会科学, 2005(5): 16.
- [3] 马宁. 公司解散与清算中的债权人保护[J]. 吉林师范大学学报, 2006(4): 6.
- [4] 刘次邦, 邵琳. 论公司债权人的法律保护[J]. 经济论坛, 2006(10): 130.
- [5] 刘小俊, 邓鹏. 我国家族企业管理模式优劣势探析[J]. 重庆科技学院学报, 2007(1): 44 - 45.

(责任编辑 邝坦励)

(上接第 144 页)

### 参考文献:

- [1] 陈力丹. 关于传播学研究的几点意见[J]. 国际新闻界, 2002(2): 52 - 54.
- [2] 邵培仁. 传播学本土化研究的回顾与前瞻[J]. 杭州师范学院学报, 1999(4): 35 - 38.
- [3] 陈世敏. 华夏传播学方法论初探[J]. (台湾)新闻学研究, 1993(71): 78 - 81.
- [4] 祝建华. 精确化、理论化、本土化: 20 年受众研究心得谈[J]. 新闻与传播研究, 2001(4): 68 - 73.
- [5] [美] 叶海亚·伽摩利柏. 全球传播[M]. 尹宏毅, 译. 北京: 清华大学出版社, 2003: 120.

- [6] 李南田. 简介传播学发展和农业技术推广研究[J]. 农业科技管理, 2002(2): 37 - 40.
- [7] [美] 施拉姆. 传播学概论[M]. 陈亮, 译. 北京: 华夏出版社, 1990: 27.
- [8] 李斯颐. 传播与人的现代化研究: 源流、认识及评价[J]. 新闻与传播研究, 2004(1): 71 - 80.
- [9] [法] 阿芒·马特拉. 世界传播与文化霸权——思想与战略的历史[M]. 陈卫星, 译. 北京: 中央编译出版社, 2001: 174.
- [10] 殷晓蓉. 当代美国发展传播学的一些理论动向[J]. (人大复印资料)新闻与传播, 2000(2): 28 - 31.

(责任编辑 张佑法)