



## 陈卫星：麦克卢汉的传播思想

时间：2002-8-31 23:20:42 来源：中国新闻研究中心 阅读2095次

**内容提要** 麦克卢汉McLuhan的传播思想是从技术变化与文明发展的关系出发的，直接师承了哈罗德·英尼斯INNIS。只不过，麦克卢汉关心媒介超过关心文明，从媒介的技术文化特点出发来阐释传播媒介的心理学和生态学特征，并提出了似是而非的冷热媒介区分。对社会的文化发展持媒介技术决定论，麦克卢汉忽略了传播关系的支配作用。而信息传播的效果实际上离不开社会主体和社会环境的互动关系。

### On McLuhan's Communication Theory

Inherited in Harold INNIS, McLuhan's communication theory takes its departure from the relationship between technological change and the development of civilization. However, McLuhan's concern is more of the medium itself than of civilization as he expounds, in a media-techno-cultural perspective, the psychological and ecological nature of communication media, and sets forth the differentiation of "hot" and "cool" media which sounds logical but misleading. A media-technological determinist on social-cultural development, McLuhan ignores the dominant effect of communication relations. In fact, any effect of communication cannot but occur within the context of interaction between a society and the related social environment.

在欧美传播学的理论发展史上，从方法论的意义上说，麦克卢汉的传播理论与控制论、经验—功能主义学派、结构主义和符号学方法论相比，算不上大流派，但他的理论却是最普及的，被人解释最多的，并成为西方六十年代的时髦思潮和一个有未来主义色彩的“传播意识形态”的版本，一本用技术药方包办社会问题的福音书。

### 麦克卢汉的理论渊源

美国的传播学理论家多半出身于社会学、心理学或者技术科学专业，从而在为实业和政治服务的研究中发展了传播学的经验论证方法。麦克卢汉生前是加拿大多伦多大学的英美文学教授，这使得他不以瞬间心理效果、信息在一个职业群体工作场合中的扩散或者是监视和控制的技术性能为研究对象。就是说，不是把传播当作撞击、影响、控制和刺激问题、循环网络或人际关系等实用性的社会关系的表现。本人专业与传播学无直接联系的麦克卢汉在研究方法上受到了另外的启蒙，从时间顺序上，有俄罗斯无政府主义地理学家克鲁泡特金（Pierre KROPOTKINE）和英国人杰德斯（Patrick

- 2000-2002年华人传播学...
- 2000-2002年华人传播学...
- 2001—2002年中国传播...
- 2001—2002年中国传播...

GEDDES)。从本世纪初到二十年代，这两人先后影响了社会学领域中的芝加哥学派。后来，继承了这种思考方法的美国人芒福德（Lewis MUMFORD）从城市规划和领土整治的角度重新考察了城市与乡村的关系，在《技术和文明》（Technics and Civilization 1934）一书中提出了一个看法，这就是传播技艺是“人的延伸”和技术变化是文明史的核心这两个观点。这是后来麦克卢汉的“媒介是人体感官的延伸”的思想的直接起源。尽管后来芒福德自己完全否定了技术对文明的拯救效果。（1）

对麦克卢汉的理论影响最大的是一位加拿大地理学家和经济学家哈洛德·英尼斯 Harold Adams INNIS（1894—1952）。（2）在相当长一个时期遭到欧美学术界冷遇的英尼斯获得过芝加哥大学的经济学博士学位，生前是多伦多大学政治经济系主任和加拿大政治学协会主席，是一位研究传播社会发展史的启蒙性人物。他对传播学的介入不是从心理学，也不是从社会学，而是从政治经济学，更具体说来是从传播的社会历史出发。英尼斯对传播的理论定位是把传播放在人类文明形态的演变中考察。他认为传播媒介是一整套传递和贮存人类文明的智力形式和有关技术手段。所有的文明都由知识、思想、习惯、实践、仪式、艺术等。从这个角度出发，社会组织的转化、主体性的新形式和知识的重新组织都受到传播媒介的影响。他首先关心的是传播有助于维持权力，建立知识的垄断。就是说在已知的社会背景条件下，传播形成了有利于一定社会阶级的知识和权力的集中和垄断。

从对知识的垄断作用出发，英尼斯的传播理论的内核是传播的倾向性（the bias of communication）。就是说媒介有利于把握时间（口头）或把握空间（写作），从而产生对知识状态的影响。在文化处于口语状态的远古社会，人际关系和社会关系不超出人的声音的范围。这个时候的知识储存和传递方式是代代相传的口头神话，这种叙事方式整理了世界的秩序。而书面文字的问世可以抵抗时间的压力，可以把过去和现在进行比较，开辟了认知未来的可能性。和口头性相比，文字允许具体保存思想、观念，可以经受理性审查，可以拉开人际距离，从而开辟了间离社会规范的个人主义行为实践的可能性。事实上，当一个社会的成员能和社会在知识形态和组织形式上拉开距离就产生了个人自我转化的可能。这种距离效应是个人主义的历史性生成形式。最后，在社会发展过程中，政治、经济和军事利益取代了宗教利益和神性表述，媒介这种知识形式就成了权力的支柱。新的知识垄断的霸权不再是针对时间而是空间，一个典型的历史事实是古罗马帝国。

在英尼斯的概念中，媒介和权力的相互关系是一种“相互决定”的关系。口头社会倾向于一种复杂而不易转移的文字载体（石头），而与圣经有关（即与书面文字有关）的社会倾向于一种简单易行的文字载体（纸莎草纸）。石头是一种向时间倾斜的媒介，而纸莎草纸是一种向空间倾斜的媒介。从这个结论出发，英尼斯找出了媒介和社会的对应关系。就是说传播技术形态决定了社会的组织形式。通过传播技术对知识的垄断，支配了社会群体之间政治权力的分配。

在英尼斯看来，权力是一个人类对时间和空间的控制事务。之所以传播系统锻造了社会的组织形式是因为传播系统结构了人类社会对时间或对空间的关系。在历史上，我们可以区别两种形式的媒介和传播。第一种形式和时间相关，是通过口头文化、手稿、记忆、小群体和权力的传统形式，是一种非集中化的方式。第二种和空间相关，直接和空间在一起，是通过印刷和电子媒介得以象征化。是对地域的扩张和控制，是一种集中化的方式。

英尼斯一生中只在最后两年留下两本著作：《帝国和传播》（Empire and communication）和《传播的倾向性》（The bias of communication）。这里的“帝国”有双重含义，是指英国和美国对加拿大的支配。英尼斯试图分析这当中的区别。尤其是二次大战结束后美国的传播技术系统的发达直接威胁到邻国，甚至可以直达“加拿大文化的核心”，换句话说就是提前了加拿大的文化危机。加拿大被夹在两个帝国之间和两种传播倾向之间，就是说要受到相互对立的技术力量的影响，而这类技术力量本身削弱了加拿大自身的文化回应能力。这种媒介之间的紧张关系实际上反映了围绕着知识垄断的冲突。英尼斯认为，为了反对现代技术决定论的效果，有必要重建“口语传统”，唤醒记忆，创造一种民主参与等其它积极因素，建立另外一种形式的传播。也就是说，在对传播现实的看法上，英尼斯是持悲观论的。

毫无疑问，作为多伦多大学的同事，英尼斯的传播思想深深启发了后来麦克卢汉的传播思想的形成。

在《哥德堡群英》一书中，麦克卢汉直接表达了这一点：“英尼斯是第一个在理论上处理了与技术形态本身有关的变化过程。和他的工作相比较，我的工作只不过是他的著作中的位于页面下方的注释。”他们的区别在于，麦克卢汉关心媒介超过关心文明和文明的命运。

## 麦克卢汉的理论贡献

和他的理论先行者和启蒙者英尼斯一样，麦克卢汉把传播当作一种总体意义上的文明现象。这使得他专心致力于从媒介的文化特点来阐述现代传播媒介的心理学和生态学特征。受基督教文化的影响，他用部落文化（口头文化）、脱离部落文化（拼音字母和印刷）、重返部落文化（电子媒介）来隐喻人类传播史的宗教赎罪过程——伊甸园、人的堕落和重返天堂。

麦克卢汉不象英尼斯那样将兴趣主要放在传播和社会组织之间的关系上，他的论点主要集中于传播媒介对人类感觉中枢的影响上。他的成名作《哥德堡群英》首先表现了对拼音文字和印刷品造成的感觉和文化后果的思考。麦克卢汉的一个主要观点是认为媒介和技术性工具一样，如车轮或字母，是人类感觉器官或身体功能的巨大延伸。每一种新的媒介技术因为产生感觉分离如创伤效应或令人入迷的力量而在文化中创造不平衡，改善“感官的关系”。

当任何一种感觉或身体的功能以技术的具体形式具体化时，官能的分裂和各感觉之间比例上的变化就出现了，从而结构出人体感官新的感应性轮廓和复杂性，如时间延续、影响范围、速度和幅度。比如听觉有利于发展人类的情绪和直觉经验，而印刷术的发明巩固并扩大了视觉在应用方面的知识可能性，从而与拼音文字区别开来。与印刷的书籍比较，中世纪的手稿是不清晰的，常常被读出声来，需要视觉和听觉的相互交流。印刷书籍由于加重了视觉偏向而进一步分裂了感觉生活，阅读成为更个人化的沉默行为。书本的方便携带也造成了对个人主义的崇尚和理性批评精神的诞生，推动社会生产和社会组织形式的发展。（3）

麦克卢汉的名声是从1962年出版的《哥德堡群英》（The Gutenberg Galaxy）一书开始的。两年后问世的《理解媒介》（Understanding Media）风靡欧美，获得了世界性的声誉。这显然和他的叙述方法不无关系：生动、概念的浓缩游戏、理论上的拼贴技巧和令人震惊的微言大义。比如他说电报缩短了句子，电话创造了电话应召女郎。又比如他说“希特勒之所以能在政治上存在是广播的一个直接结果”。无疑，在学术论证方法上，麦克卢汉是反学院派的或者说是“挑衅性的”，用记者式的语言简化了人文知识，并作出了“最后裁决”。他的幽默、小贩式的担保叫卖和运用隐喻的广告天才，表明了他是一位善于把握文化气氛和社会节奏的传播修辞术的高手。

麦克卢汉在理论上的标新立异是提出了热媒介——广播电影和冷媒介——电话电视的区别。他说热媒介可独自延伸意义并予以高清晰度定义，能够允许在一定程度上脱离批评距离。从电视的技术语言上说，高清晰度即带有大量的信息。视觉上，摄影有高清晰度。一张动画素描没有高清晰度，因为信息太少。电话是冷媒介和弱清晰度，因为耳朵只能接收少量的信息。他认为，一个冷媒介是指话语、手稿或电视。和热媒介相比，它为读者和观众留下更大的参与空间。如果媒介是高清晰度的，参与就会显得微不足道；如果媒介是低密度的，参与就应该是高密度的。麦克卢汉还就此引申出对社会、历史的看法：发展中国家是“冷”的，发达国家是“热”的；农村是“冷”的，城市是“热”的；今天的电子时代是“冷”的，往昔的机械时代是“热”的。这种没有学理规范的区别是麦克卢汉在理论上的大败笔，从而降低了他的学术声誉。当时的英国学者布尔丁（Kenneth BOULDING）就对此予以反驳：媒介的各种属性至少要放在三个而不是一个维度中去考虑。首先是媒介要求的参与程度，就是被要求的信息接受者的物理状态的参与水平；其次是媒介的效力半径，这是指媒介的反馈机制能力；最后是通过载体被传达的信息的密度。（4）

从理论构成来看，麦克卢汉的传播思想有刺激——反应理论、经验——功能主义学派和控制论的成分。麦克卢汉的主要学术贡献有三点。

第一，他提出了传播中最本质的事情不是表述，而是媒介自身。他说：“正是媒介塑造和控制着人类交往和行为的尺度和形式”，“社会的形成在更大的程度上总是决定于人们相互交流所使用的传播媒

介的性质而不是传播的内容”。这就是说，一种新的媒介的产生就会引起人类社会生活的变化，引起社会结构的变化，不管这种媒介传播什么内容。他认为，媒介传递的“讯息”没有什么价值，真正有意义的“讯息”就是媒介本身的性质所产生的作用。传播媒介的影响并不是出现于有意识的意见和观念的层次上，而是在感觉比例和知觉类型的下意识层次上，传播技术的任何进展引起人类事物的规模、步伐或类型上的变化。

第二，他把技术决定论的思想运用到社会的文化分析上。他认为媒介是人体的延伸，“所有的媒介都是人的某种心理和肉体能力的延伸”，如印刷品是人们眼睛的延伸，收音机是人们耳朵的延伸，电视机是耳朵和眼睛的共同的延伸。他认为“一种文化就是一种感官爱好的秩序。”任何一种新媒介的产生都会使人的感觉器官的平衡状态发生变动，产生心理上和社会上的影响。他说，“任何一种感觉的延伸都改变着我们思想和行为的方式，即我们感知世界的方式。当这种比例改变的时候，人就随着改变了。”他的技术自然主义强调媒介是人的生物性延伸，而不是人的社会性延伸。实际上，任何一项技术工艺的产生背景和演变过程都不能脱离具体的社会环境，技术只是社会设想和社会利益的携带者。而麦克卢汉对媒介的思考离开了社会、经济和政治因素。

第三，他的理论叙述有一种美国式的人道主义标记的乐观主义情怀，客观上反映了西方六十年代展露头角的大众消费福利社会的欢欣气氛和技术发明改变世界的一厢情愿，这恰好和英尼斯相左。英尼斯认为对知识的垄断是以力量关系和社会不平等为前提的。而麦克卢汉认为对传播的参与是以平等分享和力量关系的撤离为前提，是一种默契的可能性。所以他认为现代社会的特征是冷媒介的支配地位和一种要求个人积极参与社会的整体化结构过程，极力推崇电视媒介那种超越所有感官的接触性。从技术表现性能的完整和完善出发，麦克卢汉显然是一个乐观的技术决定论主义者，认为电子媒介时代是口头表达方式的光荣再现，是推动人性统一的媒介文化的重新“部落化”，可以重新创造普遍的全球性社会和谐。

至今被人津津乐道的“地球村”的概念是麦克卢汉在1969年出版的《地球村 — 战争与和平》（*War and Peace in the Global Village*）一书中提出来的。当时在大众传媒领域中发生了两件大事，一是电视对美国侵越战争的现场报道使战争变成历史上第一次“电视化的战争”，被吸引在电视机前的美国公众成了这场战争的直接观众。令人震惊和沮丧的残酷画面使美国在越南战争结束以前就在媒介上输掉了战争。事隔22年，在中东海湾地区，对技术上更加进步的电视媒介的操纵和监控使五角大楼和美国有线电视网CNN一起从头到尾策划和制造了一场在现实中以胜利告终的电视战争。而这种把战争直观化、游戏化的技术可能性是从22年前发生的另一件大事开始的。1969年7月16日美国宇航员阿姆斯特朗（Neil ARMSTRONG）登上月球，这一新闻通过美国的通信卫星进行了全球电视直播，媒介从此进入一个新的被人称之为直观的时代。

媒介系统的逻辑功能原来只是表达事件，现在是直接参与，改变了人们对真实的感知。媒介把事件与人们用来产生意识的工具直连接在一起，人们从影象进入直观。我们知道，电影的经典叙事手法是通过正反打镜头的组合所产生的“缝合”机制来制造一个观众介入的视点，它有助于人们的感知和思考。而关于电视直观问题，按照巴赞以后最负盛名的法国电影评论家达勒（Serge DANÉY）的说法：“直观是一个纯粹技术功能的视觉证实。”〔5〕直观的视点是封闭的，它通过制造情绪融合的传播捷径切断了信息反馈的通道，是当今世界上传播关系支配信息内容的技术表现形式。

麦克卢汉的技术乐观主义态度使他对媒介发展演变过程中的国家、民族利益的冲突和社会有关力量的干预视而不见，也没有考虑到国际经济贸易交换中的分工和不平等关系及其文化表现，更对世界范围内中心地带和边缘地带之间知识扩张和知识同化的差距现象估计不足（当今世界传播中有65%的信息来自美国，美国是世界上唯一能根据自身利益需要提出包含现代性的总体模式、行为方式和普遍价值的扩张性传播战略的国家）。

在传播全球化和网络化的时代，国际舞台上整体国力的竞争是通过四个主要因素 — 军事、传播手段、经济和意识形态 — 表现出来的。这实际上使得国家和民族之间通过传播制度和传播实践所表现出来的利益和观念的冲突和调和变得更加微妙和复杂，尤其是在发达国家和发展中国家之间。随市场

经济一体化而缘起的，由发达国家的跨国公司和跨国性媒体机构所构筑的，国际化传播网络所经营的，视听文化商品的跨国传播和渗透正在软化所有类型的民族抵抗。

## “媒介就是讯息”质疑

在麦克卢汉的传播学遗产中，有一句影响很大的话，“媒介即讯息”。这里所说的媒介是指技术载体如电报、电话、电视等。他认为，每一种媒介发出的信息都代表着或是规模、或是速度、或是类型的变化，所有这些信息的形式变化都会介入到人类的生活中。因此，这里的信息也就是技术的特征，甚至显得比内容更重要。比如说，在印刷媒介出现以前，人文交流的信息是直接的、及时的。然而，印刷媒介把复杂的现实生活用一系列语言符号加以表现，并迫使人们一行行地、按顺序地阅读和思考，而不能像现实生活中那样立体地、复合地认识和考察。在麦克卢汉看来，每一种新媒介一旦出现，无论它传递的具体内容如何，这种媒介的形式本身就会给人类社会带来某种信息，并引起社会的某种变革。从这个意义上说，媒介本身就代表着某种时代的信息，媒介就是讯息。

意大利著名学者艾柯（Umberto Eco）认为“媒介就是讯息”这个观点在某种意义上混淆了传播通道、符码和讯息这三者之间的关系。（6）比如把道路和文字说成是媒介意味着把传播通道与讯息混为一谈；说欧几里德几何学和服装是媒介更是把符码（一种把经验形式化的方式）和讯息（基于衣着习惯的一种能指方式）相混淆。

实际上，麦克卢汉感兴趣的不是信息的内容和形式，而是信息存在的技术表现可能性和工具性形态特征。这里的合理成分在于作为康德哲学中“先验主体”的人的思想都需要载体，需要工具，需要媒介如纸，笔，语言，文字，实验室，图书馆，数据库等等作为自己“被隐藏”的伙伴。人类社会的媒介发展的历史也就是传播工艺的社会使用的历史。正是在这个历史过程中，传播工艺的社会意义在技术与社会的相互作用中积淀下来。

要让一个信息成为信息，就意味着要有媒介——物质载体（如纸张、银幕），物理管道（如声音、光线），社会环境和能够分享同样符码的接受者。这种意义上的媒介是一个很宽泛的概念。从这里出发，我们可以考虑对“媒介就是讯息”这个观点提出几点商榷。

第一，历史发展的逻辑不是技术决定论。技术工具的发展水平影响到信息的产生，但本身也只是合作产生信息的要素。如人们用画笔与用计算机作出同样的一幅画，信息的意义没有变，只是信息产生的技术方式和接触界面改变了，媒介在这里是产生信息的合作者。社会对科学技术的关系总是有实验和选择，发展和限制。人类对科学技术的选择不仅仅局限于专业人员，也包括消费者、投资者和政治家们。大众传播媒介并不是完全自主的，而是一个制度性的操作机构，要服从于各种规则、惯例，受到政治和经济的影响，正式和非正式的控制。媒介提供了一个信息传播的技术条件，但不能决定什么信息是应该被传播的。媒介本身并不能禁锢人的思想或者使社会文化自动走向民主，而是整个社会、政治和经济生态中的一部分。在信息传播技术的发展史上可以看出，技术工具和社会应用的关系是一个适应关系，体现了社会和政治的选择。

第二，信息的效应或效用取决于信息本身所作用的社会环境，取决于作为信息携带者的社会主体和社会环境的互动关系。同样的信息在不同的信息携带者那里产生完全不同的结果。一个信息的贴切性是有边界条件的，这就是它所处着的传播环境和传播网络当中的位置。也就是说，一个信息是否有意义和有什么性质的意义要由具体的社会环境和这个环境中的社会主体来决定。由社会主体和社会环境所组成的媒介环境才能激活、培育和再生产这个信息。对个人来说是这样，对集体性的社会实践来说，也是同理。也就是人们所说的“历史的诡计”的悲喜剧。社会主体意义上的人对信息的完整把握不是一个自发反应或瞬间过程，需要提示的是在什么尺度内，我们的认识工具支配我们的理性。

第三，社会的日益媒介化使人对媒介的依赖正在悄悄地变为人对信息的依赖。媒介尤其是大众传播媒介是一个社会关系的中介。对大多数人来说，大众传播媒介所提供的信息、形象和思想是认识社会和历史的主要依据，是集体记忆的再现，是自我认同的参照。在一个媒介化的社会，被分享的大众传播媒介成了人们形成个人认识的一个依赖，构成一种人与社会的中介关系。这种关系可能比直接的个人

关系更加冷漠，更加脆弱，更无人情味。也可能比直接的个人关系更有魅力，更有吸引力，更令人向往。当电视画面的直观性维护着观众观赏心理中的自恋栅栏时，毫无疑问在起着调节社会心理张力的作用。而在通往信息高速公路的计算机网络世界中，信息接受者对影像和声音的信息操纵（因电视遥控器的使用而盛行的ZAPPING行为也属于类似的现象）使信息接受者自身成为“虚像现实”的制造者。媒介在此时已经不是信息，而是网络（包括频道和波段）世界中与我们有关的信息本身成为人与外界的媒介。

麦克卢汉的传播思想给我们留下的思考是如何为人的思想的物理状态定义？传播工具和权力操作的关系是什么？媒介的技术铭文和社会的象征秩序的关系是什么？媒介创新和社会群体的知识运动的关系是什么？为什么一种传播意义上的象征表现会比另一种表现更具有动力性？今天如何在电视观众的眼皮下改变合法化和支配的规则？等等，这或许是些有讨论价值的问题。

(1) 参见法国学者马特拉Armand MATTELART的新作《传播的发明》的第6章（L' invention de la communication , Decouverte, Paris 法国发现出版社1996）

(2) 本文中有关英尼斯的介绍参见加拿大学者阿塔纳Paul ATTALLAH所著《传播理论—历史，背景，权力》第11章。Theorie de la communication — histoire, contexte, pouvoir, Tele-Universite Sainte-Foy Quebec Canada 加拿大电视大学出版社 1989

(3) 关于这一点，密西根大学教授伊丽莎白·爱森斯坦Elizabeth EISTENTEIN也在研究近代西欧印刷史的专著《欧洲近代化初期的印刷革命》（La revolution de l' imprime dans l' Europe des premiers temps moders , Decouverte法国发现出版社 1991）中得出了类似的结论。她不但肯定印刷加速文化扩散和思想扩散，而且认为印刷和出版技术的主要结果是改善了知识生产的状态，这包括创造性活动、思辨传统的内部演进、知识分子和手工业者的信息交换。印刷不仅仅使新思想和文艺复兴的概念的流传成为可能，而且它含有的传播嬗变扩大了人的创造潜力，扩展了知识分子和科学家的活动。是这个嬗变允许把思想运动、经济发展和政治变化联系起来，推动了西欧的近代化进程。

(4) 参见斯特哈G E STEARN编选的文集《保卫和反对麦克卢汉》Pour ou contre McLuhan , SEUIL Paris 法国1969年

(5) 参见达勒文集 Devant la recrudescence des vols de sacs a main 法国里昂 Aleas出版社1991年。海湾战争后，电视传播中的直观效力及其景观问题是西欧传播学研究的一个学术焦点，需另文讨论。

(6) 参见 La guerre du faux by Umberto ECO , Grasset Paris法国格拉塞出版社 1985

附注：本文中未注明出处的麦克卢汉的引文均出自『理解媒介』（Understanding medias by Marshall Mc LUHAN , McGraw Hill, USA 1964）和『麦克卢汉访谈录』（ Essay (Processus and Media) by Marshall Mc LUHAN, by Edition Hartubise HNH, Ltde, 1977, Montreal, Quebec, Canada ）

原载北京《新闻与传播研究》1997年第4期

文章管理：肖克（共计 794 篇）

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关文章：麦克卢汉

· 麦克卢汉思想看网络社会之崛起 (2005-5-12)

- “误读”麦克卢汉 (2005-4-25)
- 谁是数字时代的麦克卢汉? (2004-11-27)
- 新形势下对麦克卢汉媒介理论的再认识 (2002-8-31)
- 何道宽: 媒介即文化——麦克卢汉媒介理论批评 (2002-8-31)

[>>更多](#)

← 陈卫星: 麦克卢汉的传播思想 会员评论[共 0 篇] →

← 我要评论 →

会员名:  密 码:

[关于CDDC](#) ◆ [联系CDDC](#) ◆ [投稿信箱](#) ◆ [会员注册](#) ◆ [版权声明](#) ◆ [隐私条款](#) ◆ [网站律师](#) ◆ [CDDC服务](#) ◆ [技术支持](#)

对CDDC有任何建议、意见或投诉, 请点[这里](#)在线提交!

◆ [MSC Status Organization](#) ◆ [中国新闻研究中心](#) ◆ 版权所有 ◆ 不得转载 ◆ Copyright © 2001--2009 [www.cddc.net](http://www.cddc.net)  
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像. 如有违反, 追究法律责任.