

创立大众传播史

——中国新闻传播研究的新课题

2005-11-28

作者： 杨鹏

关键词： 大众传播 历史研究 新闻史 | 阅读：258次 |

〔内容摘要〕大众传播史与新闻史及媒介专史是不同层面的历史研究，后者已取得丰硕成果，但是大众传播的总体历史研究在中国还是一片空白。中国的新闻传播实践、学科建设以及人才培养都需要中国自己的大众传播史研究，这项研究也具备一定的可行性。

〔关键词〕大众传播；历史研究；新闻史

要论说“传播史”，就不能不首先回顾新闻史的研究。

1873年，《申报》发表了《论中国京报异于外国新报》一文，可谓中国新闻学研究的滥觞；1917年，姚公鹤所撰《上海报纸小史》出版，是第一部新闻史研究专著。此二者都可以看作是在中国新闻史乃至整个新闻学研究领域的开路先锋。

诚如方汉奇先生所言：“在中国新闻学研究的历史上，开其端绪的，还是新闻史的研究。”(1)百余年来，新闻史从无到有，至今已蔚为大观，特别是十一届三中全会以来，在思想解放学术创新的潮流中，新闻史研究呈现一派繁荣景象。

1992年成立的中国新闻史学会为一级学会，足见新闻史作为一门显学的学科地位。仅以学会成立后的6年来看，据不完全统计，“在各种报刊上公开发表的新闻史方面的论文和文章，累计达1053篇，公开出版的新闻史方面的专著，累计达88种”。(2)

1996年，新闻学由二级学科提升为一级学科新闻传播学，改革开放以来逐步发展的传播学成为与新闻学并列的专业，并于1999年开始招收博士研究生。这一过程中，新闻史研究功不可没。问题在于，传播学已经同新闻学并驾齐驱，在新闻史研究取得可喜成绩的情况下，尚无真正意义上的对中国大众传播历史的研究；没有形成一个与新闻传播学一级学科地位相适应的，既有新闻学，又有传播学；既有新闻史，又有大众传播史的合理格局。

大众传播史不同于新闻史和媒介专史

这里所说的“大众传播史”与“新闻史”的不同，在于“大众传播”与“新闻事业”的不同。将大众传播与新闻事业同归于“传播”旗下，已是学界的共识。若按传播方式可将传播分为大众传播和人际传播两类；如果站在新闻的立场上，又可以把传播按照内容分为新闻活动和非新闻活动两类。这四个概念交叉，就构成人类社会传播的一个图景，其关系如下表所示：

	大众传播	人际传播
新闻活动	A. 报纸、广播、电视、电影等大众传播媒介进行新闻传播活动，如报纸的消息报道、电影的新闻纪录片等。	C. 人际新闻传播活动，如口头新闻等。
非新闻活动	B. 报纸、广播、电视、电影等大众传播媒介进行的非新闻活动，如报纸的文艺副刊、电视的综艺节目以及电影故事片等，图书及录音录像制品的出版也在其中。	D. 人际非新闻活动，如一般性聊天、打电话等。

大众传播既包括一些新闻活动，又包括一些非新闻活动，即表中A、B两部分。而新闻事业是由大众传播媒介进行的新闻活动，即表中A部分。

以往的新闻史研究范围比较狭窄，主体是A中的报纸新闻部分，近年来兼顾到广播电视新闻。虽然或多或少也涉及到一些属于大众传播领域的非新闻活动，如报纸副刊等，但是在戈公振等学术先驱所开创并延续至今的“报学”研究范型(paradigm)之中，在报纸新闻研究的总体格局的深层制约之下，此类内容只是作为附庸，处于类似“补白”的从属地位。大众传播的B部分尤其缺乏传播学意义上的历史研究。

在作为大众传播媒介的近代报纸产生以后相当长一段时期，所谓大众传播媒介基本上只有一家，即报社。而报社显然是以新闻活动为主的，因此，将报业等同于新闻事业，将新闻事业等同于大众传播也就顺理成章了；新闻史研究把报纸新闻的发展历史作为研究的核心，也事出必然。然而，这样的观念在媒介结构与功能发生巨变的今天已经不合时宜了。随着广播事业的发展和电视的勃兴，人类进入大众传播媒介的多样化时代。如果说，过去称报社、通讯社为新闻机构还算差强人意的话，现在还把电台、电视台叫做新闻机构，就无论如何说不通了。广播电视的非新闻节目如教育、娱乐、广告等已经占有相当大的比例，其重要程度并不逊于新闻节目。即使报纸也在发生变化，不仅综合报纸的非新闻内容比重

请输入您要搜索的关键词



jin 文章 jin 动态

SEARCH >>

上一篇 PREVIOUS

MORE >>

- 参与式影像与参与式传播

作者：韩鸿 | 1900-01-01

1999年，世界银行调查每天生活水准不足1美元的6万名贫民，影响他们发展的最大障碍是什么。回答不是食品、住房或医疗卫生，而是自我发声的渠道。[1]如何在媒介生态的建设中，给弱势群体尤其是农村弱势群体一种声音，……

下一篇 NEXT

MORE >>

- 新闻播音的感召力

作者：时岱 | 2005-11-28

近年来，随着人们对信息价值的认识，以及社会、工作、生活节奏的加快，我们的新闻播音注重了“大容量”的“快节奏”。这种适应现代社会应运而生的“快节奏”播音应当给予肯定，但必需强调鼓动性质和感召力。新闻宣传……

动态 NEWS

MORE >>

- 赵月枝教授获批长江学者讲座教 2009-10-18
- 国际青年影像季2009-2010 2009-10-18
- 2009互动电视(中国)峰会通告 2009-10-18
- 首届中国少数民族地区信息传播 2009-10-13
- 香港浸会大学第三届普利策新闻 2009-10-03

大大增加，还出现了各种专门传播知识和刊载文艺作品、美术作品的报纸。从形态上，不能不承认它们也是报纸，却不是通常意义上的“新闻纸”。这样，单一化的“新闻媒介”就发展为多样化的“大众传播媒介”。与此同时，电影及录音录像制品在传播方式上与报纸、广播、电视有根本的相同之处，也是大众传播的重要组成部分。

如果仅仅是B部分，也是相当有限的。电视史、电影史的研究都只是单个媒介的专史，尚无包括B部分所有内容的媒介史。

大众传播史的位置应当处于一般史与新闻史、电影史、广播史等专史之间。对于一般史而言，它是专门针对大众传播这一特定社会历史现象的历史；对于各种媒介的专史而言，它又是大众传播这一特定层面上的一般史。它以宏观综合性和系统性为特色，涉及大众传播的政治层面、产业层面、文化层面、技术层面；内容涵盖各分支媒介发生发展的历史，著名人物的活动和传播思想，有影响的传播事件，传播技术的发展，大众传播和社会的互动关系等等。

我们期待的大众传播史研究，其独特之处在于，以我国全体大众传播媒介及其全部活动的历史过程为研究对象，而非局限于某一特定领域。

中国大众传播史研究的必要性

无论是新闻史还是广播电视和电影等各种媒介的专史，都不能取代大众传播史的研究。大众传播史对于新闻传播发展的实际、新闻传播学学科建设以及新闻传播人才的培养，都会产生相当大的促进作用。

一、大众传播媒介的多样化发展与交互融合呼唤大众传播历史研究

时至世纪之交，经济全球化、区域政治一体化加深了各国之间的交流，不同区域从敌对走向协作，力争资源共享、优势互补；企业走上了集团化道路，作为现代社会重要产业的大众传媒也迈出了“多媒体”联合的步伐。在媒介竞争日趋激烈的美国，单一媒介的发展，很难在竞争中取得生存发展的有利地位。美国的报业集团，早已突破了印刷媒介集合体的范畴，而是拥有包括报纸、杂志、通讯社、广播、电视在内的综合化媒介托拉斯，以“联合舰队”的形式抵御市场竞争的大风大浪。以纽约时报公司为例，它的旗下有美国第三大通讯社——纽约时报通讯社，有大规模的特稿辛迪加——美国报业联盟，还有多家日报、周报、杂志以及电台、电视台、电子报刊、图片社和造纸厂等，在1993—1999年中，纽约时报在激烈竞争中稳步前进，利润不断增加，股票市值由21美元上升到71美元，多媒体集团的优势充分体现出来了。(3)中国的传媒业自1996年广州日报报业集团成立以来，快速走上媒介集团化的道路。尽管目前尚未出现报刊媒体与广播电视媒体的实质性联盟，但是跨媒介联合乃大势所趋。经济日报报业集团与北京有线电视台合作，推出了一个由经济日报独立创意并独立制作的经济类节目，以期在发展经济日报行业权威优势的同时增强电视节目的力度和深度。这样一来，报刊社会与电视台互不渗透的传统格局打破了，成为“多媒体”联合、优势互补、发展媒介立体空间的一个典范。在上海，文汇新民联合报业集团以及无集团之名而有其实的解放日报集团形成双龙戏珠之势，双方旗下都有十来种报刊媒体。文汇新民联合报业集团负责人赵凯曾明确表明：上海传媒界下一步的发展趋势是三种媒体，即平面媒体、电子媒体、网络媒体之间“拆围墙”，组建成为拥有各种媒体的媒体集团。(4)

如果说，传统媒介的“多媒体”集团化发展令人咂舌，那么网络媒体的出现对于传媒业来说更是石破天惊的重大进步。网络将使原来既相互竞争又井水不犯河水的各种不同形态的传统媒介进一步整合在一起。这主要表现在：1、互联网作为一个信息传输的平台，为多种媒介提供了施展技能的场所，新闻的、生活服务的、教育的、游戏娱乐的内容乃至商务运作都包容在其中，这种融合是前所未有的；2、传统媒介向互联网靠拢，报刊社、广播电台、电视台等设立网站，通过互联网发布信息，作为自身的补充；3、网络媒体与传统媒体结盟，其中最具代表性的是美国在线并购时代华纳，组成媒介产业的巨无霸。

所有这些迹象都表明，中国传媒业发展的大趋势为相互融合、交互汇聚，互联网等传媒新技术的发展也使新型媒介与传统媒介互相渗透，加速了媒介大汇流的进程。那么如何更准确地理解这些现象？如何更准确地把握这一趋势、预测其未来发展动向？今天的现状，是昨天历史的结果，要解释今天、预测明天，就要追溯昨天。面对媒介的综合发展趋势，只有整个大众传播的历史研究才能提供相应的历史经验。只提供某一特定领域历史经验的各种媒介的专史是远远不够的。这样，在大众传播层面上的“一般史”就是很有研究的必要。史学巨擘布洛赫曾提出“总体史”(Universal History)的思想——“惟有总体的历史，才是真历史”。(5)他认为，对史学家而言，最重要的工作不在于由古及今地描述事件，而在于由今及古地提出问题，即所谓“倒溯”的历史研究方法。当前，媒介作为一个整体，对社会产生了不可估量的重要影响，而且它也经历了相当长的一段历史时期（相对于当今世界加速度的变化而言），我们对其进行研究、提出问题的時候，不能不考察它的历史；我们在研究单个媒介的专史之时，也一定有必要研究大众传播这一层面的“总体史”，惟有如此才有可能更好地解答现实问题。

二、新闻传播学学科建设呼唤中国的大众传播史研究

文学批评，有整个一部文学史作为支撑；现今的哲学研究，很大程度上是对整个哲学发展史的研究；同样，新闻学研究依托的是新闻史；那么，新闻传播学学科则呼唤大众传播史研究，这样一来，无论是抽象的理论思辨还是注重实证的经济研究，都会突破“现在”的局限，以昨天的历史理解“现在”、预测未来。新闻传播学需要大众传播史提供必要的历史经验基础。

1、大众传播史研究对新闻学学科建设的促进作用

对以往的新闻传播学研究，有学者指陈其一个重要缺陷为“习惯于单独研究个别新闻媒介，忽视对不同传媒的综合研究”。(6)大众传播史研究将弥补这一缺陷。它在促进新闻学研究方面的重要意义在于：将新闻事业发展的历史置于更为广阔的历史背景之中，某些不易在新闻学自身领域解答的问题，可以在这一广阔背景之中，通过对传播与社会政治、经济、文化的互动关系的研究予以解答。应当说，这一点在传统新闻学中也是一个重点，但是仍受到研究领域的限制，例如，新闻史论及五、六十年代报纸对英雄模范人物的宣传，如果结合电影、图书出版进行综合考察，无疑会给人一幅更为清晰、完整的历史图景，不同媒介运作方式及所取得效果的不同也自然容易体现出来。再如关于《武训传》的批判，就涉及到电影作品、报纸新闻等多种传播活动的联动关系，也适合于综合考察。

在新闻传播思想研究方面，马克思、恩格斯、列宁、毛泽东、邓小平等往往把报纸新闻、图书出版、电影、广播电视以及思想文化等放在一起加以论述，而新闻史或其他媒介史研究往往把涉及自身领域的某一方面划分出来单独加以研究，如果有一部综合的大众传播史，将有利于我们更加完整深入地领会其要旨。

就新闻史的重要课题“争取言论自由的斗争”而言也是如此。言论自由往往不只局限于新闻事业，而且一开始集中表现于出版事业。后来，广播电视的非新闻传播以及电影、录音录像也都成为争取言论自由的重要领域。如果有一部整合所有大众传播媒介的历史，对于我们勾勒出言论自由斗争的历史会大有帮助。

2、大众传播史的研究对于传播学的意义更为直接

传播学的发源地和最重要的研究中心在美国，其所以成为必然，也许同传播学的综合性及跨学科性质有关。毕竟，美国这个移民国家在包容多种文化、多种思想方面是任何其他国家都无法相比的。目前，传播学，尤其是大众传播学的各类课程仍旧是美国大学里跨学科研修者最多的科目之一。其中有一个重要原因仍旧是其综合性、包容性的魅力。这一点在很大程度上能够通过大学教材的情况反映出来。以美国大学流行的教材而言，绝大多数为《大众传播导论》、《媒介通论》之类，内容包括图书、报纸、期刊、广播、电视、电影、录音录像制品（近年来出版的新著已将新媒介摆在一个相当重要的位置），广告、公共关系、国际传播等也占有一定的篇幅；在历史研究方面，这种融汇各类媒介的综合性也表现得相当突出，例如《一个国家的声音——美国大众媒介史》即是。这些教材大多数次重版，有的多达十余次，足见其受欢迎的程度。(7)

如果说，在横断面的媒介知识、理论方面，我们的传播学研究者已经通过一定的引进和消化吸收填补了综合性、宏观面上的空白，并继续朝着本土化的方向发展，那么在媒介发展史方面，这种综合性、宏观面上的研究却还是一片空白。

“史”与“论”作为传播学研究的两翼，只有共同发展、协调发展，才能互为促进，作用于新闻传播事业发展的实践。刘建明教授在一次访谈中指出：仅以大众传播而言，所有的大众传播学者都没有系统地谈过出版规律，甚至对电影也很少研究。由于传播学研究者对传播学“泛化”的特点认识不足，传播学研究真正立得住的东西不多，有实用价值的东西更少。(8)这样的情况确实存在。然而我们可以断言，有了中国自己的大众传播史，至少可以起到一定的引导作用，引导研究关注新闻媒介的非新闻传播以及其他非新闻传播以及其他非新闻媒介的传播。

从刘建明教授的一些相关言论中可以看出，传播学的“泛化”和“玄化”是其特点，也是其致命的缺点。因为作为一门学科而言，固定的研究领域和清晰的轮廓是必不可少的，而传播学研究内容包罗万象，演绎出种种模糊不清的结论，必然会使其失去作为一个学科的科学地位。考虑到这一点。大而化之的“传播史”是不可取的，但立足于大众传播媒介发展历程的大众传播史却显得尤为必要，它可以为趋于“泛化”、“玄化”的传播学研究提供坚实的经验基础，划定大众传播学的研究领域，一些抽象理论也得以通过历史经验予以检验，而不仅仅通过现时的实地调查或控制实验来加以验证。新闻传播学学科的合法性由此可以得到巩固。

就传播学发展的历程与未来趋势而言，也迫切需要一部中国大众传播史。传播学发展的第一阶段是新闻学，第二阶段是诞生于20世纪中期的传播学，第三阶段则以1992年东京大学新闻研究所更名为社会信息研究所为标志。可以说，传播学走向社会信息学研究阶段，是信息社会到来的必然结果。东京大学社会信息研究所桂敬一教授说，新闻研究所更名的目的是“为了适应近几十年来信息媒介多样化和人们信息行为的变化这一所谓高度信息社会的发展需要，将自己的领域扩展到具有社会意义的所有信息形态和现象”。(9)应当说，1992年之后信息高速公路的出现和发展大大加快了这种高度信息化社会的发展。在这种发展趋势中，传播学研究更不可能囿于新闻学的传统范畴，新闻史更无法替代整个大众传播历史的研究。

我们的传播学是舶来品，而在引进过程之中，与国际学术界接轨是必不可少的。这一点，仅仅依托以往的新闻史不足以胜任，必须在整个大众传播领域进行综合性的历史研究。

三、新闻传播人才的培养呼唤中国的大众传播史研究

历史研究的价值，在于其认识功能、借鉴功能和教育功能，其最终目的是作用于现实。以大众传播史培育传播人才，就是这一专史研究体现其功能的重要途径。

大众传播史能够给学生一幅完整、清晰的媒介历史全图，而非支离破碎的知识汇集。将多种媒介综合、浓缩在一起，也便于其他专业的学生高效率地了解传播媒介知识，从业人员也有了可以集中学习的媒介知识综合参考书。美国传播史家史密斯说得好：“一旦现今的传播者获知了关于他们所从事的事业的更加清楚、更加准确的历史情况，他们就会更好地计划前进的方向。”(10)

广告、公共关系、对外传播等专业领域的人才，都需要掌握多种媒介知识。以往的经验只局限于报纸等主要的新闻媒介，局限于媒介的新闻传播活动，即使分门别类学习了报纸、广播电视、电影等专史，仍旧欠缺真正的综合性与系统性。各种媒介之间相互的关系，它们作为一个整体如何与社会形成互动关系，仍没有很好地解决。

网络的发展更需要熟悉多种传媒的复合型人才。目前，独立的网站媒体（ICP）不断将传统媒介的传播内容吸纳进来，传统媒体也积极开设网站作为自身的补充，网络同各种传统媒介的联系已经日益紧密，形成了“你中有我”、“我中有你”的格局。这样就要求新型的传播人才特别是网络人才具备多种媒介知识，才能更好地将书籍、报纸、期刊、广播、电视、电影等不同类型的媒介都纳入网络这一巨大无比的平台上来。网络的同一页面上，可能囊括了图片、动画、广告、文字稿。新闻性内容与非新闻性内容可以任意链接，没有什么严格的界限。一部涵盖多种大众传播媒介发展历程的大众传播史无疑能够为他们提供综合的历史借鉴，使他们从宏观的、综合的层次历时性地了解各种媒介的知识，从而起到开阔眼界的作用。我们可以举例说明。今年4月，美国作家斯蒂芬·金的新作《骑在子弹上飞行》首次在线出版，两天之内即被全球50余万读者以网络下载形式“购买”；美国的亚马逊网上书店4年来已为150多个国家的1700万顾客提供了网上书籍。可以说，数字化出版前景可观。这就要求出版人才突破传统传播观念的藩篱，运用发散型思维，把图书的概念从“制装成卷册的著作物”延展开去，同其他新型媒介结合起来；同时，又要求专业的网络人才了解出版规律，懂得图书与报纸、期刊等不同媒介的区别，从而以更有效的方式拓展在线出版业务。

我国各种媒体都越来越重视经营管理。管理要求管理人员的综合素质，而在各种媒介多元化发展、相互融合的态势下，更要求管理人员特别是多媒体集团的管理人员具备多种媒介的综合知识。大众传播史对这些人才来说也是很有帮助的。

中国大众传播史研究的可行性

修撰《中国大众传播史》是一个极富挑战性的创新领域，我们面临相当大的困难，但也有相当成熟的条件。

首先，大众传播各种媒介的历史都有研究。报纸自不必说，广播有上海市档案局等单位合编的《旧中国的上海广播事业》和赵玉明的《中国现代广播简史》；电视有郭镇之的《中国电视史》；电影有程季华、李少白、邢祖文的《中国电影发展史》和陈荒煤的《当代中国电影》；图书、期刊则有张静庐的《中国近代出版史料》、《中国现代出版史料》和胡道静的《上海图书馆史》等。另外，新闻出版、广播电视、电影等方面的各种年鉴也可以利用。当然，这并不意味着把各种媒介的历史研究简单相加就可大功告成，而且应当在掌握这些已有成果的基础上充分体现整个大众传播媒介发展的综合性、整体性和系统性。

其次，其他学科也在这一方面作了可贵的探索。社会发展史的研究、大众文化研究、文学史和思想史研究等都涉及大众传播媒介的发展。而且，这些相关领域的研究在探索传媒与政治、经济、思想文化的互动关系方面可以为我们提供借鉴。

此外，我们也有具体的传播史研究经验可以参考。这方面以美国学者的研究最为重要。琼·福克茨和德怀特·L·梯忒尔的《一个国家的声音——美国大众媒介史》就是很好的例子。这部史书的撰述基于这样的前提：“美国的媒介是多元的。”作者把大众传播媒介看做“复杂的社会与文化机构”，看做不同群体的“许多声音的产物”；而且“各种媒介存在于一个复杂的社会政治背景之中，所以，其历史也同其他社会机构交织在一起”。(11)于是，宏观地考察大众传播同政治、经济、宗教、文化等各领域关系成为该书的重头戏，大众传播的非新闻活动如广告、公共关系、娱乐等也同新闻活动平起平坐了。需要特别指出的是，作者始终把大众传播媒介作为一个整体来考察其发展历史，这一点从各章节的名称就可以看出来。例如第7章“反奴隶制运动和内战中的传播议题”，第8章“现代化与印刷工业”，第9章“大众市场与大众文化”等，都没有把某一种媒介单独列出。

中国学者也有把各种媒介综合起来考察的先例，如张国良教授的《现代日本大众传播史》，具有同《一个国家的声音——美国大众媒介史》相似的特点。该书的研究对象虽然是国外大众传播的发展史，但是仍是可贵的探索。尤其是中日两国在新闻事业、大众传播事业方面有一些相近之处，该书可以给我们本国的大众传播史研究者很多启发。

电视综合了图像、声音和文字等多种传播符号，成为名副其实的“第一媒介”；网络在更大范围、更深层面综合了诸多媒介的优势，有凌驾于所有传统媒介之势；同时，在学术研究领域，边缘化、交叉化已成为一股强劲的时代潮流……我们自然有理由相信，在当前媒介相互渗透、学科相互融汇的大背景下，以综合性、宏观性为特点的大众传播专史显得尤为重要，它将为新闻传播学的研究、传播人才的培养以及多学科交融产生相当大的促进作用。

注释：

- (1) 方汉奇主编《中国新闻事业通史》第一卷，中国人民大学出版社，1992年版，第7页。
- (2) 方汉奇《骅骝开道路 鹰隼出风尘》，载《新闻春秋》1998年专辑。
- (3) 参见孙建健《从三大基本结构看媒介的现状和走势》，载《新闻通讯》1999年第8期。
- (4) 赵凯《上海传媒业集团化发展的现状、思路》，载《中国报业》1999年第7期。
- (5) 布洛赫《历史学家的技艺》，张和声、程郁译，上海译文出版社1987年版，第39页。
- (6) 吴崇杰《二十年中国新闻学研究成果与缺陷》，载《中国广播》1999年第7期。
- (7) 例如Warren K. Agee等合著的Introduction to Mass Communications已再版至少11次。
- (8) 参见韩运荣《传播学的“玄化”与“细化”》，载《国际新闻界》1999年第6期。

(9) 参见朱光烈《我们将化为‘泡沫’》，载《北京广播学院学报》1994年第2期。

(10) 见M. Y. Smith《历史的方法》，郭镇之编译，载郭镇之《传播论稿》，北京广播学院出版社1997年版，第133页。

(11) Jean Folkerts & Dwight L. Teeter, Jr. VOICES OF A NATION ——A History of Mass Media in the United States, Preface, 1989 by Macmillan College Publishing Company.

(作者单位：复旦大学新闻学院 邮编：200433)

[责任编辑：姜依文]

(责任编辑：)

收藏本文

； 打印本页 ； 关闭窗口 ；

读者留言

用户名: * 密码: (游客) 请在用户名处输入化名, 无需密码

邮箱: * 游客发言需提交邮箱

效验码: * 请输入: 6477

发表评论 评论内容: 不能超过250字, 需审核后才会公布, 请自觉遵守互联网相关政策法规。

[▲ 返回首页](#)

[传媒资讯网](#) | [传媒学术网](#) | [传媒考研网](#) | [传媒博客](#) | [传媒社区](#) | [传媒书店](#)

| [关于我们](#) | [会员注册](#) | [交换链接](#) | [联系我们](#) | [法律声明](#) | [广告服务](#) |



© 2001-2009 中华传媒网版权所有 京ICP061016

Copyright © 2001-2009 MediaChina.net All Rights Reserved