

社会责任论中“政府—媒介”关系再探——以美国哈钦斯委员会专门报告《政府与大众传播》为起点 作者：朱春阳

[摘要] 本文以美国哈钦斯委员会1946年专门报告《政府与大众传播》(查菲)为起点来解读西方社会责任论中“政府—媒介”关系,认为社会责任论的原意并非是鼓励政府对媒介活动进行介入。查菲在报告中把媒介自律认定为迫使媒介满足社会需要、承担社会责任的首要措施,实际上是对政府介入大众传播活动所带来的未知危险的一种规避,即由媒介自律来实现媒介社会责任所承担的危险要低于政府介入所带来的危险。如果媒介无法自律时,只有采取高危险的补救措施,即由政府介入来强制媒介负起所应承担的责任,而降低政府介入所带来危险的唯一方法是劝说政府在介入大众传播领域时要尽量采取积极性的行为。

[关键词] 政府; 大众媒介; 关系界定

社会责任论是西方社会在1940年代提出的理论,它在变化了的背景下对自由主义报刊理论进行了较大幅度的修正,其中引起较大争议的是该理论中对政府—媒介关系的认定。并且,这种争议不仅源于理论的反对者,而且在社会责任论倡导者中也此起彼伏。那么,今天我们如何才能更准确、更全面地廓清该理论对上述关系的认定而不陷入误读呢?笔者认为,要弄清这个问题,最好还是回到理论最初的起点上来,从理论最初所针对的问题出发考察,或许能在最大程度上还原理论最初的设想,而不至于迷失在后来的逻辑推演中。

一、起点: 两个现实趋势的危险

1946年,当哈钦斯委员会的报告刚一公布,就遭到了报刊的猛烈抨击,其中最为重要的原因是报刊认为委员会在鼓励政府对新闻业自由运作的干涉。及至后来,施拉姆等人在《报刊的四种理论》中也倾向于认为委员会在“政府—媒介”关系上鼓励“在必要时,政府应当采取行动,以保护公民的自由”[1](112)。因此,这就导致了许多学者在解读社会责任论时倾向于认为,该理论是在鼓吹政府对大众媒介传播自由的干涉。国内学者认同此观点的亦为数不少,甚至在一个时期成为解读该理论中政府—媒介关系的主流观点。

那么,让我们来看一下委员会的报告。在委员会发表的报告中,最有名的应该是总报告《自由而负责的新闻业》和霍京的《新闻自由:原则的纲要》,一般对于社会责任论的认识也来源于这两本书的论述。而实际上,在委员会的系列报告中,由哈佛大学法学教授、委员会副主席查菲所做的报告《政府与大众传播》对政府—媒介关系作了专门的、详尽的阐述,以此作为我们认识的起点该是没问题的吧。

首先,查菲认为,“在美国,政府的限制功能并没有严重的干涉了传播的自由”[2](P.4),但是,“如果我们发现政府和媒介的关系中出现了令我们感到焦虑或担心的问题,它们不会存在于现实,而是存在于由现存趋势引发的可能的未来当中”[2](P.5)。那么,现实存在的趋势究竟是什么呢?他认为现实的发展趋势主要表现为两种。一个是大众媒介方面。经济权力的集中,造成了媒介的垄断,使自由主义报刊理论所追求的言论的自由市场受到极大的损害;自由放任的竞争,使传播内容的质量严重下降,并在一定程度背离了社会对传播业的需要。另一方面,由于战争与经济的影响,政府在各个领域的影响正日益扩大。另一个趋势是政府方面的。政府“对信息源的控制权力日益增长,而由政府对这些权力的误用变成越来越严重的危险”[2](P.13)。并且,这两种趋势之间有着必然的联系,即政府对大众传播介入的借口是源于大众传播媒介不能够满足社会对它的需求。但是,不知是何原因,他对两个危险趋势的描述被后来的论述者实际上简化为了一个,即危险仅仅表现为大众传播业未能对社会负起责任。

由上述情况来看,查菲实际上仍是把政府对大众传播的干涉当成真正的危险——即使这种危险并非是现实的,而是仅仅存在于未来的发展趋势中。为避免这种危险,查菲才提出对媒介的新要求。他说“尽管前述的考察显示出的突出发展趋势是政府对大众传播的干涉,但这种趋势未必必然占就上风。成功抵抗的机会很大程度上依赖于一个健康舆论的存在”[2](P.21)。这种态度在总报告中也有所表现。在建议政府作为时,总报告提

出，“我们报告的此部分首要目标不是提议更多的政府行为，而是廓清政府在与大众传播关系中所处的角色”

[2] (P. 81) 。而且委员会认为，“如果法律和执政者能清除坏的报刊，但是，他们也不能恰当的创造出好的报刊，最终，媒介的质量依赖于两类公民群体的责任感：所有人和管理者，他们操纵着传播工具；公民，他们消费媒介产品” [2] (委员会声明第ix页)。

当考察政府—媒介关系时，查菲选择了从政府出发，考虑如何使之在促进大众传播满足社会需要方面发挥积极作用。从查菲报告总体来看，他的论述实际上暗含这样两个层次的前提：首先，媒介自律是问题解决的核心主导因素；其次，如果政府已涉入到大众传播领域，如何使它起到积极的作用。从这个角度来看，查菲所希望的其实是对现实的两个趋势加以积极引导以化解可能引发的危险性，而政府的作用实际上被置于现实问题解决方案的外围层次。这一点他本身有着很清醒的认识，他也不止一次的在文中提到希望媒介自律，尽量减少政府对媒介活动介入的可能。

因此，可以认定，查菲对政府—媒介关系的把握其实是建立在积极的起点上的，即它并非鼓励政府对新闻业的干涉，而是试图把现实发展中既存的两个可能引起危险的趋势劝导到积极的道路上去。正是基于这样的出发点，社会责任论希望把对政府—媒介关系的认识由自由主义报刊理论中的敌对层面发展成为“友好”层面。委员会在声明中指出，“这种看待新闻自由的积极方式建议了一种对政府与大众传播间的比较友好的关系”，“当我们逐渐认识到民主政府和新闻自由是为社会和它的公民获得更丰富和更满意的生活的积极手段时，假定二者间是完全敌对的观点看起来有些荒唐” [2] (委员会声明第ix页)。

二、定位：政府的角色是什么

在考察政府与大众传播关系时，查菲提出，可以将政府在其中扮演的角色概括为三种类型。第一种是利用自己的权力限制大众传播中的讨论；第二种是采取肯定性的行动，鼓励更好和更广的传播；第三种是成为双向传播中的一部分。在当前的总体状况中，第一种依然存在，但是只占很少一小部分；第二种尚未广泛采用；而第三种则还是新鲜事物 [2] (P. 3-5)。

那么，这三种角色具体包含哪些指标性内容呢？查菲倾向于认定其中一种作为理想模式，还是以一种结构的方式提出对政府的综合要求呢？如果是后者的话，查菲对政府提出哪些具体的要求呢？这一系列的问题恰恰是查菲对于政府—媒介关系分析中政府角色定位进行的考察。

(1) 政府的限制性角色

对于第一种角色，查菲认为，政府是新闻自由的第一道防线，用以维持秩序和人身安全 [2] (P. 115)。因此，完全去除对大众传播的限制既不可能也并不为人们所希望，它们可以尽可能的接近极限，但永远不可能到达，这个过程的终点是否是零并不重要，问题是我们能否发展到享有越来越多的自由 [2] (P. 6)。但同时，查菲还指出，“限制从不会消失并不意味着限制将会增加” [2] (P. 6)。因此可以看出，查菲对限制还是采取了十分严谨的态度，但纵使如此，还是打破了自由主义报刊理论关于新闻自由是绝对自由的论断。

“如果我们集中考虑在一个特定的冲突领域内政府和媒介双方都希望的内容，这会是非常有利的” [2] (P. 36) ，查菲认为，这要求为第一修正案的实施划一条双方都能够接受的边界，在平衡公共安全等社会利益和对真理的寻求间确认政府限制的底线。而这条底线就表现为，当大众传播中出现“明晰而现实的危险”时，媒介自由就要受到政府的限制 [2] (P. 49)。因此检验“明晰而现实的危险”的标准成为划分政府限制类别的标准，根据这个标准，政府限制可以分为四种：A对个人免于谎言侵害的保护措施。它所防止的侵害包括：诽谤、刑事诽谤、团体诽谤、因不准确而引起的伤害以及其他来自大众传播媒介对个人的伤害等。B对社会公共标准的保护措施。它所限制的是在大众传播媒体上出现的猥亵性、淫秽性内容以及不同于公共标准的教育方面的变异等。C防止国内暴力和混乱的安全措施。包括和平时期对叛国和煽动性言论的禁止以及对轻视法院行为的禁止。D防止外国入侵的安全措施。包括战争期间对传播叛国和煽动性言论的限制以及对报刊和广播的审查等。 [2] (P. 61)

政府限制的实现方式表现在三个层面：一是政府制定法律，决定什么是受禁止的，并设立法院解决争端，但是把起诉权留给个人；二是政府官员在法院对犯有煽动罪嫌疑的出版物直接提出诉讼；三是政府官员不仅起诉而且判决 [2] (P. 3) 。在这三个层次中，无论哪一个层次都赋予了政府在与媒介关系中的强势地位，这也正是查菲谈到政府限制时非常谨慎的重要原因。

(2) 政府的鼓励性角色

查菲认为，“如果我们把新闻与观念的流动当作理性的交通车辆的行驶，已提到的限制性活动就是驱除那些违章开车者、暴徒或其他令人讨厌的人。但是政府也要努力去拓宽道路并且保持交通运输的通畅” [2] (P. 3-4) 。这来源于两个方面的现实的反思。一个是广播电台发展的情况。当20世纪20年代广播兴起之后，由于电波资源的有限性，形成了广播节目的相互干扰，使广播发展一度陷入混乱之中。在此背景下，由国会负责成立了联

邦通讯委员会（FCC）负责管理广播业的运作。具体方法是由联邦通讯委员会通过发放执照的方式分配波段资源，然后再定期审核广播电台的运作情况以决定是否更换其执照。通过这一措施，广播业走出了先前的混乱状态。另一个是对宪法第一修正案中所规定的新闻自由实现状况的思考。查菲发现，仅仅赋予公民法律意义上的新闻自由意义不大，“除非有足够的传播物质设备，否则，任何自由传播的方案都会失败……而国家或一些其他的政府机构常常是最适合提供这些基本设施的单位” [2] (P. 479)。

基于上述两方面的反思，查菲认为，政府在上述两个领域内具有大有作为的可能性，可以成为促进大众传播的积极力量，并将政府的积极作用划分为四个方面：A提供能够使所有人都可以利用的基本物质设备；B信息传播管理；C在传播产业内贯彻为所有公司制定的产业政策；D专门为一种或多种传播产业而制定的措施，它倾向于提升大众传播的自由、改进内容或使它在一个自由社会发挥它的合适的功能 [2] (P. 478)。

(3) 政府的双向传播参与者角色

由于政府在现代社会中的作用日益增大，它本身已成为社会和经济事务的一个重大的参与者。但是，一个现代社会的政府同时又是保密要求很高的政府；并且随着战争的发展，保密范围有扩大的趋势。这种在政府与社会间不对称性的信息交流结构显然对政府和公众都不利。基于双方利益的发展，查菲认为，有必要在双方之间进行更好的交流，并特别提醒道：“出于双方利益的观点是值得记住的，因为人们很自然的倾向于认为，这仅仅是对政府和政府对政府官员有利的。其实，公民也从中获得了利益” [2] (P. 723)。

政府作为双向传播的参与者这一角色对政府提出了新的要求，一方面它要向公众发布新闻、意见和规劝，另一方面又要成立专门的组织从公众中搜集事实与意见，即包括政府对公众“讲话”与公众对政府“讲话”两个方面。为了区别它们，查菲用日常的“信息服务”定义源自政府的传播，而用“情报服务”来定义流向政府的传播。

由此我们可以看出，在对政府在大众传播范畴内的角色认定上，查菲倾向于认为：（1）政府的限制角色是必不可少的，但是要限制在尽可能少的范围内；（2）政府的鼓励性角色是政府发挥才能的新舞台，并应该成为政府角色结构发展中的方向性主导力量；（3）政府的参与性角色是政府角色发展的更深层次的要求。其实，我们又可以把它们分为两个层次。第一层次是政府在大众传播活动过程外的管理。在这个层次中，与委员会提出的消极自由与积极自由相对应，在强调媒介自律、承担社会责任的积极自由的同时，政府的积极管理行为也作为媒介积极自由外部环境的重要方面而被提出，并被要求服务于媒介积极自由。第二层次是政府对大众传播活动过程内的参与，以求改善政府和公众之间的信息不平等。值得注意的是，查菲提出的这种政府传播行为是建立在政府与公众都作为传播过程参与者的平等地位基础上的，不同于第一层面中管理者和被管理者的科层关系。从当时的情况来看，恰恰是这种对政府在两个层面角色认识上的混淆引起了媒介对社会责任论的疑虑，并招来了众多的诘难。

三、设想：政府如何使媒介变得更好

当委员会宣称新闻自由陷入危险之中的时候，首先提到的是源于传播质量的严重下降将导致政府约束的进一步加剧。对于传播质量问题，委员会一直把它当作是引发政府干涉危险的首要因素，因此这也一直是查菲关心的重点。查菲曾不无担心的说道：“当人们最终把一份报纸当成垃圾时，他们将不关心它是否离开他们” [2] (P. 18)。

正是基于此种考虑，在政府的鼓励性角色分析中，委员会成员曾讨论了一些用于提升大众传播质量的政府措施，但是政府在这方面是否真的有效呢？

和自由主义报刊理论相比，社会责任论对新闻自由的分析并非仅仅放在“政府—媒介”关系框架下来进行，而是建构于“政府—公众—媒介”的关系结构之上，并且倾向于认为公众与媒介是提升大众传播质量的关键，而政府只是其中的辅助手段。因此，在对政府提升大众传播质量措施的各种建议的讨论当中，查菲表示相当怀疑：联邦通讯委员会的执照审核制度很容易使人们联想到弥尔顿所反对的新闻审查制度，并且，如果执照审查忽视对内容的审查，仅仅扮演分配资源的角色，那么又如何提升传播的质量呢？对于补助金和财政上的支持，查菲认为，“无论如何，对一个被选中的媒介提供任何形式的资助金，无论是政府广告、税金减免或降低邮资，都将产生一种可怕的可能性：一些人将专门四处钻营追求这种好处，而提供这种好处者则可对媒介观点施加控制” [2] (P. 709)。

基于上述的怀疑，他认为，法律的基本功能是建立起人们生活的环境，如果人们有意于过一种富有成果的生活的话，在此环境下，人们可以如愿以偿，但法律不能提供人们的这种意愿 [2] (P. 704)。他形象的将此比喻为“它（法律）可以清理通道，但是却不能提供水流” [2] (P. 701)。

因此，主要的问题应该是鼓励优秀的图书和报刊，有思想的广播评论，令人满意的电影等。但是，他认为，这些工作是政府无力承担和无法强制的，由官员背后操纵并不能使我们的目标实现，他们自己不能编制出一份好报纸或生产出一部好电影。那么，他们可以帮什么忙呢？他认为，先前的讨论实际上是问错了问题。原有的解决

方案都是设想以法律为出发点，这实际上是想通过“强制”的手段来实现对传播质量的提升，但实际上，关于质量问题只能通过“劝说”的方法来实现，对大众传播所产生的“恶”的直接补救“来自于传播事业的内部理想，组织化的外部力量只能通过劝说和表扬来改善他们的理想，而不能使用强力或广泛的财政支持” [2] (P. 717)。因此，政府如果希望帮助大众传播提升质量，“关键字是‘劝说’，而非‘压制’”，并且，“就政府角色而言，作为最大的外部组织，它的劝说作用也是可能的” [2] (P. 715)。

那么，政府如何通过劝说来实现他在此问题上所能起到的作用呢？查菲认为，可以采用诸如欢迎它最杰出的作品、建议获得成就的机会、提升消费者期望的水准、并把这些期望传达给传播业生产者等。但是，政府的表扬也不能过了头，否则又会成为资助金的替代物并产生依赖性。因此查菲建议，“政府应该象一个偶尔给一个生日礼物的叔叔，而不是一个经常性支付资助津贴的父亲” [2] (P. 716)。这样，很有可能，一个由明智的官员、生产者和批评家构成的联合会使传播产业因为做了某些赢得赞扬的工作而自豪，并且，它还可以把公众的注意力吸引到国家最好的作品上去。

但更准确的说法应该是，查菲本人对此是否有效也不能肯定。他在讨论将要结束的时候用一则寓言表明了自己的看法：当学生社区大楼完工时，负责规划的委员会花了很大心思去考虑在哪里铺一条新的水泥路通往楼门。最后，委员会主席提议：让我们等一段时间来看这些孩子从哪穿过草地，然后我们就沿着他们走过的路铺上水泥吧 [2] (P. 719)。这或许是解决政府—媒介关系的最现实的方法，当然可能也是最无奈的办法，但它至少保留了一种解决问题的积极思路。

四、委员会的疑虑：是机遇大，还是危险大

按照查菲的建议，政府将在大众传播领域扮演积极的促进角色，政府将成为大众传播的服务者和劝导者，而不再是敌对者，但是，现实果真会变得如此美好吗？对此点，查菲没有表现出一点的乐观，而是与其他人一样充满了疑虑。

这种疑虑来自于无法对政府角色的实践进行明确的限定。在与大众传播相关的政府的三种角色中，相互间的分野并不是十分清楚，“那些使政府在传播某一方面更积极的功能也同时为政府在其他方面的进一步活动创造了机会” [2] (P. 12)。这样，加强一种功能也可能强化了另一种功能，很有可能使初衷无法实现。联邦通讯委员会的例子就很好的说明了这一点。它的工作主要是保持传播通道的开放性，但它也面临问题：如果A电台是幸运的，那么B电台就是不幸的，并且，B电台就冒有因所说的内容而被取消执照的危险。因此，尽管联邦通讯委员会没有压制什么东西，但是危险依然存在。除此之外，查菲还提到了“让骆驼的鼻子伸进帐篷的危险” [2]

(P. 709)。他认为，一旦政府在传播领域变得积极起来，它可能无止境地走下去。热心的官员们会按照他们的理想不断地想出办法来改变媒介，而在鼓励和压制之间是没有明显的界限。如果官员们可以告诉报纸哪些内容应该放在社论版，那么它仅仅是告诉报纸哪些内容应该被删去的一个步骤而已 [2] (P. 709-710)。

其实，上述危险也正是社会责任论反对者所担心的主要内容，这种担忧源于对政府品质的极度不信任。在大众传播关系的“政府—媒介—社会”三个层面中，查菲提到了媒介和公众品质的提高对于提升传播产品的重要性，但不知为什么没有提到对政府品质提高的要求。尽管西方社会实行三权分立，相互制衡，已对政府运作起到相应的监督作用。但在此背景下来关照大众传播关系，我们会发现，这种监督对政府品质的提升显然还是远远不够的。从委员的论述中我们可以看到，如果政府的品质得以提升的话，新闻自由的问题就好解决的多了。其实这也是政府和媒介合作的前提，否则，“只许州官放火，不许百姓点灯”，双方“友好”关系是无法实现的。在自由报刊理论的论述中，政府是作为本位利益维护者而出现的，而查菲在这里所宣扬的积极性鼓励角色显然是要政府放弃本位利益而服务社会。按委员会总报告中所表现出的逻辑，这种要求也只有通过政府品质的提升才能达到。而且，恰如某些学者指出的，委员会何故急着把社会责任论唯独强加到媒介头上，而不对政府提出同样的要求呢？如果政府自己已能完全负责的满足公众的权利，媒介也许就不必来承当这种责任。如果政府自己都不能承担这样的责任，又有何理由相信它能促使媒介来做到这一点呢 [3]？可能这种要求强力者改变品质的设想已远远的超过了委员会的命题，而要求媒介和公众提升品质的原因，或许是因为这两者是传统意义上大众传播涉及的最基本的也是最直接的两个方面——传播者和接收者。正是这种对角色固有本质的怀疑和对角色积极作用的构想的矛盾贯穿了社会责任论中对政府—媒介关系的建构，使人们对委员会所认定的政府在大众传播中的作用充满了疑惑，有学者感叹道：“当关系到媒介自身时，政府只能被动旁观 (Free from)；待到与公共利益发生关系时，政府又要变成积极的促进者 (Free for)。面对同一对象，却要不断变换角色，此二者之间的界限以及所具之张力，又该如何缓冲？真是难为了美国政府” [3]。

上述疑惑从根本上说还来自于委员会对政府新角色认定的尝试性和探索性。在查菲所界定的政府的三种角色中，由于政府作为传播鼓励者和参与者的作用要么是尚未被广泛采用，要么还只是新鲜事，从而决定了查菲的分

析大部分要建立在推理和逻辑的基础上，而不能建立在既有事实的基础上。由逻辑的各种可能性所造成的不确定性或许正是这种疑惑的来源之一。查菲在论述中承认，“当我们谈到积极的政府行为，势必比对付政府的限制更缺乏信心。在这里，我们缺乏引导我们的丰富的资料，既没有相应的司法决议，也没有如弥尔顿和米尔那样的理论作者，并且，直到最近，对政府鼓励性行为的讨论仍很少引起人们的注意” [2] (P. 473)。而在政府一方面，“传播变革已产生出对积极政府行为史无前例的要求……我们依然不能确定政府还要多久才会注意到这些对积极性行为的要求”，“因此，我对待这个题目的处理也必然是不完全的和试验性的” [2] (P. 474)。

委员会总共正式出版了一个总报告、五个分报告，但委员会的委员们的意见并非完全一致，他们有的坚持传统新闻自由理念，有的则加以反对 [1] (P86) 。这也恰恰是各种报告难以提出具有说服力的、能够消除全体委员疑虑的和建议的表现，同时也表明这种疑惑实际上贯穿于委员会的各个报告之中。委员会的观点被人们认为主要集中在总报告和简要的“原则的概要” [1] (P86) 中，其中“原则的概要”来自于霍京的《新闻自由：原则的纲要》。在政府—媒介关系认定上，霍京的观点是“政府应使报刊做的尽量完美”，而且后来在《报刊的四种理论》中西奥多·彼德森个人认为“委员会全体似乎也都同意他的意见” [1] (P113)。再加上后来西奥多·彼德森对社会责任论的整合也主要是以上述两个报告为主，从而把政府积极性行为所带来的机遇看成是大的一方面的观点给加以放大。这就造成了后来人们认识社会责任论中政府—媒介关系时倾向于认为，社会责任论是旨在鼓励政府对新闻传播业的积极介入。其实这可能是个误会，在查菲的报告中更全面的显示了委员会对政府在大众传播领域内作用的认识，即，是机遇，抑或是危险，都是很难估计的。正是基于此点，查菲所做的把媒介自律认定为迫使媒介满足社会需要、承担社会责任的首要措施，实际上也表现出了对上述政府介入大众传播活动所带来的未知危险的一种规避，即查菲倾向于认为，由媒介自律来实现媒介社会责任所承担的危险要低于政府介入所带来的危险；如果媒介无法自律时，只有采取高危险的补救措施，即由政府介入来强制媒介负起所应承担的责任，而降低政府所带来危险的唯一方法是劝说政府在介入大众传播领域时要尽量采取积极性的行为。至此，我们才可以理解查菲和委员会的一番苦心所在。

由此来看，委员会并不是去鼓励政府对大众传播的介入，而是把它当作在最不得已的时候而采取的一种高危险高代价的补救措施，而委员会所做的是如何通过劝导双方采取积极行为来尽可能的降低这种可能的风险。如果此层含义不被理解，委员会的确是要被冤枉的。进一步说，如果上述理解不错的话，施拉姆、彼德森等人在整合委员会的观点时的确误读了委员会的初衷。

(本文为复旦大学新闻学院黄旦教授主持的浙江社科基金项目“西方社会责任论研究”阶段性成果之一。在此谨向黄旦教授的支持表示感谢。)

作者简介：朱春阳（1972-），传媒管理博士，复旦大学新闻学院讲师，《新闻大学》媒介经营管理栏目主编。

参考文献：

- [1] (美) 施拉姆等. 报刊的四种理论[M]. 中国人民大学新闻系译, 新华出版社, 1980
- [2] Chafee, Z. (查菲). “Government and Mass Communication” [M]. The University of Chicago Press (1947).
- [3] 转引自黄旦. 负责任的公共传播者：事业化和商业化冲突中的新探索[J]. 新闻大学, 2000 (秋)。

(载《西南民族大学学报》2006年第2期。责任编辑 吴定勇)

[回首页](#)

来源：《西南民族大学学报》编辑部荐
阅读：1660 次
日期：2006-03-25

[【 双击滚屏 】](#) [【 评论 】](#) [【 收藏 】](#) [【 打印 】](#) [【 关闭 】](#) [【 字体：大 中 小 】](#)

上一篇：2006年2—3月网络动态

下一篇：强化品牌建设，构建品牌忠诚——谈当今媒体发展的有效途径

>> [相关文章](#)

· [新闻传媒对体育运动的影响](#)

- 电视民生新闻“相对成熟”论研究
- 报刊组织的战略分析
- 中国大陆的报刊组织战略管理学研究
- 英国文化研究学派媒介理论述评
- 愿信息传播产业融合的历史迷雾早日散去——《大媒体产业：从媒介融合到产业融合》序言
- 《传媒博弈论》前言
- 《非语言传播学概论》序

发表评论



点 评: 字数0

用户名: 密码:

- 尊重网上道德，遵守中华人民共和国的各项有关法律法规
- 承担一切因您的行为而直接或间接导致的民事或刑事法律责任
- 本站管理人员有权保留或删除其管辖留言中的任意内容
- 本站有权在网站内转载或引用您的评论
- 参与本评论即表明您已经阅读并接受上述条款

备案号/经营许可证号：蜀ICP备05000867号

设计开发：阮思聪 QQ: 54746245 Powered by: 打瞌睡

Copyright (c) 2003-2013 传播学论坛： 阮志孝、阮思聪 . All Rights Reserved .