

中國廣播電視學刊



CHINA RADIO & TV ACADEMIC JOURNAL

中文核心期刊 中文社会科学引文索引(CSSCI)来源期刊
中国人文社会科学期刊AMI综合评价入选期刊



2
2022



要 载：自信自强 守正创新

推动电视文艺高质量创新性发展 / 聂辰席

聚 焦：学习宣传贯彻党的十九届六中全会精神

个案研究：重大题材电视剧《功勋》

主管 国家广播电视总局
主办 中国广播电视社会组织联合会
编辑出版 《中国广播电视学刊》编辑部
刊名题字 启 功

编委会主任 范卫平
编委会副主任 周然毅 (常务)
编委会委员 丁俊杰 于 丹 王明华
(以姓氏笔画为序) 王春莉 尹 鸿 白 玲
石长顺 申启武 刘晓龙
孙苏川 陆 地 李京盛
李宝萍 杨立平 吴保安
余爱群 杨 烁 张 宏
张子扬 张君昌 时统宇
陈 宏 陈昌凤 陈富清
范卫平 罗 明 周小普
周然毅 孟 建 武桂林
赵子盛 赵 捷 胡占凡
胡正荣 胡智锋 祝燕南
高长力 涂光晋 陶世明
黄 炜 黄 勇 欧阳宏生

编辑部主任 陈富清
编辑部副主任 石良豫
值班编辑 樊丽萍
版式设计 刘丽媛
地址 北京市复兴门外大街2号
邮编 100866
编辑部电话 (010) 86093458
投稿邮箱 gdxk3458@163.com

国内统一刊号 CN11-1746/G2
国际标准刊号 ISSN 1002-8552
印刷 北京顶佳世纪印刷有限公司
定价 20.00元
出版日期 2022年2月1日

本刊自办发行 欢迎随时订阅

发行部主任 朱小华
订刊电话 (010)86091806 86091202
传真 (010)86091971

目 录 CONTENTS

■要载

4 自信自强 守正创新 推动电视文艺高质量创新性发展/聂辰席

■聚焦：学习宣传贯彻党的十九届六中全会精神

6 致敬党的百年奋斗史 赢取红色广电新荣光/祝燕南

9 加强舆论引导 让六中全会精神在龙江大地落地生根/王永石

11 融合传播 力求实效 深入宣传党的十九届六中全会精神/卜宇

14 坚定理想信念 做好新赶考路上新型主流媒体答卷人/蔡伏青

17 守正创新：让时代主旋律唱响广电全媒体/王晓岚

20 强化政治引领 做优做强新型主流舆论阵地/周贤安

■专论

23 涉台传播针对性研究/韩长江

26 大陆电视节目对台传播的优势与不足/潘宁

■个案研究：重大题材电视剧《功勋》

30 融媒体视域下单元剧的创新叙事和时代表达

——重大题材时代报告剧《功勋》的启示/郭子辉 谢安琪

33 新主流影视艺术的思政功能指向及实现

——以重大题材电视剧《功勋》为例/谢蓓 曹静

36 文化的耦合

——谈英模传记电视剧《功勋》的成功/牛蕾

39 从接受维度看《功勋》之《能文能武李延年》的互文性表征/姜艳

■讨论与思考

43 媒体融合时代观照新型主流媒体建设的四个基本维度/莫继严

47 中国电视新闻出镜报道发展的社会动因/谈华伟 杨涛

51 台网融合背景下综艺节目的跨媒介传播：问题与路径

/胡岑岑 周小普

57 新媒体时代广播信息传播影响因素研究/王瑞丽

■纪录片研究

60 扶贫纪录片的乡村呈现、纪实表达与社会价值/郭昭

63 文化导向、技术逻辑与类型拓展：近年来中国纪录片发展透视
/求剑锋

66 历史题材纪录片叙事策略探究

——基于大型历史文献纪录片《为了和平》的分析/李忠

70 系列纪录片《闪亮的记忆》叙事特征探析/刘佳富

73 融媒传播中纪实片正能量传递

——以东南卫视电视纪实片《您好，110》为例/叶闯武

78 《王阳明》：多重叙事空间的形象建构和文化探寻/丁莉丽

81 困境儿童题材纪录片的影像表达及意义

——以《我不是笨小孩》和《棒！少年》为例/余传友 汪振城

■征文：第十五届宁波广电杯“中国共产党百年新闻、文艺思想与实践”

84 简述中国共产党领导广播电视发展的政策演进/涂昌波

91 建党百年主题电视剧的史诗气韵与审美建构/胡祥 杨明品

94 改造与重塑：新中国成立初期中国共产党的戏曲改制/赵子夜 王广义

101 红色主题微纪录片如何弘扬伟大建党精神

——以《红色财经 信物百年》为例/陈建锋

105 河北红色文化话语及其传播策略研究

——宣传片《红色热土 英雄河北》评析/侯贺英 裴晓宇 张梦洁

108 文献纪录片对精神价值的承载与表达

——纪录片《长江支队：从太行到八闽》解析/殷唯杰 孙国红

■节目创新创优

110 跨年演唱会的主题设计与创新

——以江苏卫视为例/任桐

113 网络时代非遗类综艺节目创新路径研究/刘颖 张娟莉

116 精神内核在广播剧人物、叙事、主题上的彰显

——《苗疆的早晨》案例解析/朱怡

■交流之窗

119 播出机构和电视频道综合评价的实践与启示

——以重庆播出机构为例/沈峥 杜珂

121 城市电视台主旋律融媒作品舆论引导策略研究

——以第三十届中国新闻奖媒体融合奖项获奖作品为例/魏欣

124 智能视听产业生态培育机制研究

——以厦门市为例/林朝霞 林小勇

130 大型综合性运动会开幕式现场报道方案设计和效果评价/张宏达

132 “新闻+”战略在全媒体传播生态塑造中的实践与探索

——以成都市广播电视台融媒体“神鸟知讯”为例/杨永茂

■观点

135 现实题材剧展现新时代精神气象等6条

■征文启事

136 第十六届宁波广电杯“学习宣传贯彻党的十九届六中全会精神，迎接党的二十大胜利召开”征文启事

本刊稿约

一、来稿必须未曾有任何出版物或互联网发表，切勿一稿多投。请附作者真实姓名、工作单位、通信地址、邮政编码、联系电话和电子邮箱。限于人力，来稿一律不退。三个月内未收到采用通知，作者可自行处理。

二、来稿请加200~300字的摘要、3~5个关键词。注释一律采用尾注形式，务必核对无误。本刊对采用稿有权删改，对所载文章有权使用。

三、来稿一经采用，即寄样刊和稿酬。特别声明：本刊不收取编辑费、版面费等任何费用。

四、本刊已许可中国知网以数字化方式复制、汇编、发行、信息网络传播本刊全文。本刊所支付的稿酬已含著作权使用费，所有署名作者向本刊提交文章发表之行为视为同意上述声明。如作者不同意网络传播，请在投稿时声明。

大陆电视节目对台传播的优势与不足

◎ 潘 宁

摘要：两岸同胞虽然同根同源、同文同种，但由于长期以来生活在不同的社会制度下，其政治理念、思想意识、价值认同等方面有很大差别。如果经由丰富的电视节目，让台湾同胞更好地了解大陆，减少误会隔阂，创造更多的共性，有助于两岸关系的和平发展。台湾自产的电视节目有不同的政治光谱，大陆电视节目对台传播的件数也随着岛内政治格局的变化而起起落落。我们以面对面的访谈为主，并以电话采访和问卷调查为辅助，勾勒出大陆电视节目在台的覆盖程度、视听程度和受众反馈三个方面的轮廓，结合社会判断理论，发掘大陆电视节目在对台传播方面的优势和不足。根据研究结果，反推节目的生产制作、宣传推广环节的改进之道，以促进大陆对台媒体形象的重塑，拉近两岸民心的距离。

关键词：电视节目；对台传播；社会判断；融合

一、大陆电视节目对台传播必要性

1895年，日本政府强迫清政府签订《马关条约》，霸占台湾、澎湖列岛。为巩固自己的殖民统治，日本在台湾地区大力推行“皇民化运动”，企图使台湾人全面认同并效忠日本。中华传统文化在台湾地区被打压摧残，致使台湾民众与祖国大陆的疏离感逐渐加深。抗战胜利后，台湾回归祖国怀抱，但短短四年后，国民党败退台湾，以海为壑，两岸再次隔绝，直到1987年年底两岸交流大门再次开启，一晃又是30多年。

两岸同胞固然同根同源、同文同种，但由于长期以来生活在不同的社会制度下，其政治理念、思想意识、价值认同等方面产生差别。在李登辉之流以及民进党当局一系列“去中国化”的政治操弄下，台湾岛内“分离主义”趋向严重，但祖国统一的历史大势不可阻挡。“我们所追求的国家统一不仅是形式上的统一，更重要的是两岸同胞的心灵契合。”^①人之相交，贵在知心，心有所系，情有所归，才能产生彼此的认同，而源远流长的中华文化无疑是维系两岸同胞共同精神根脉的绝佳载体。

当下是个信息高度发达的社会，在传播技术的支撑下，视觉文化迅速成为主导性力量，这其中，作为大众传播媒介的电视又发挥着极其重要的作用。在对台文化传播中，如果经由丰富的电视节目内容，从历史与现实的文字、图像、声音中汲取力量来感召两岸同胞，创造一个良性互通的环境，求同存异，创造更多的共性，可

以为两岸的和平统一铺就坚实的群众基础。

二、台湾许可之电视节目现况

（一）台湾自产电视节目概况

目前，台湾有“台视”“中视”“华视”“民视”和“公视”共5家无线电视台，另有数百家有线电视台。自从上世纪80年代末台湾“民主化”以来，政党政治的运作深刻影响了岛内的社会生态，持不同政治立场的观众，其收视倾向也趋向分化。台湾的电视台如果纯粹站在中立角度制播节目，会左右不讨好，为了争取特定的收视群体，它们也就相应地拥抱了不同的阵营。

台湾的电视新闻节目以时政新闻和民生新闻为主，2016年民进党在台湾地区第二次上台施政后，政治的“黑手”不断伸向媒体，电视台的报道评论倾向绿营的现象愈发严重，形成整体“绿化”的局面。

2020年11月18日，台湾“通讯传播委员会”以全数票驳回中天新闻台申请换发卫星广播电视事业执照的申请。这个被贴上“亲蓝”标签的新闻频道只能从台湾有线电视第52频道下架，转战网络。那些挺中天新闻且以“韩粉”为主的观众，纷纷转到YouTube订阅。截至2021年8月，中天新闻的订阅者为143万，略逊于同时期TVBS NEWS的176万订阅者，却远高于三立LIVE新闻的116万和民视新闻网的75.5万，可见在政治打压下，深蓝观众仍不改对中天新闻的喜爱，但这股力量在岛内毕竟只是少数。

台湾的电视民生新闻比较注重时效性与贴近性，但

岛内总人口毕竟只有2300万，每天发生的重大事件不足以支撑频道众多且时间冗长的大体量播出，因而存在雷同且细碎的现象，特别是负面报道往往占据显要的位置和大量的时间。

台湾自产的电视综艺娱乐节目同样数量庞大，有其活泼搞笑的一面，也有低俗低质的一面。近些年，随着制作经费的收缩以及观众的流失，节目在布景与道具上的投入明显不足，造成视觉效果的劣化，内容也同质化严重。2016年1月14日《康熙来了》最后一期的播出，成为台湾综艺节目由盛至衰的转折点。

电视剧是最受台湾民众欢迎的收视内容之一，呈现本土剧、大陆剧、日韩剧三足鼎立的局面。2001年播出的《流星花园》以平均6.99%的收视率在台湾创下巅峰纪录，打破了当时日韩剧垄断台湾的局面。自此以后，台湾的电视剧从“言情时代”步入“偶像时代”。但台湾偶像剧的辉煌时期仅持续了10年，到2011年播出《我可能不会爱你》就结束了。造成这种局面的原因很多，最主要在于台湾本地市场狭小，对外输出又显乏力，投资方如果砸钱过多将很难收回成本，导致本土剧制作水平受限，因而在与制作精良的外来剧竞争时，难免败下阵来。当然，台湾地区也偶尔能冒出一两个不错的作品，诸如2020年的《想见你》，但这只是个例，其总体的颓势仍然无法改变。

（二）台湾引进大陆电视节目概况

根据台文化部门文化统计网站公布的《大陆地区广播电视节目在台播送审查统计》数据显示^②，从2009年至2020年的12年里，大陆广播电视节目获得台文化部门许可的件数呈现中间高两头低的橄榄状变化样态。其中，获许可件数最少的年份是2009年，为522件，其后逐年增加，2016年来到最高峰1039件，随后开始断崖式下跌，到了2020年跌至最高峰值的54.86%。

这个趋势与台湾地区政党轮替执政的局面变化保持高度一致。2008年，国民党的马英九击败民进党的谢

长廷，赢得台湾地区领导人选举。在他任内，两岸关系和平发展、良性互动成了主基调，多领域的交流开始步入快车道，台湾地区引进大陆的广播电视节目件数也逐年增加。但2016年蔡英文上台后，加速两岸对抗，台湾地区引进大陆的广播电视节目件数从2017年开始急剧下跌，至2020年仅剩570件。可见，政治因素对于两岸的节目交流影响巨大。

细看这些年台湾地区引进的大陆广播电视节目，我们发现台湾民众对于大陆制作的电视剧情有独钟。以《2020年1~12月大陆地区广播电视节目申请在台播送许可案一览表（广电及网络平台）》^③显示的数据而言，当年共送审570件，将分集送审的同一作品合并统计，可以得到220件彼此不同的作品，其中电视剧为121部，占比55%，超过半数。而在电视剧类别下，古装剧有60部，接近一半，何以如此？道理很简单，大陆电视剧制作精良，且两岸同胞同根同源、同文同种，彼此有共同的血脉和精神，有共同的历史和文化，再加上台湾至今仍使用繁体字，对于中华民族的传统文化有种天然的亲切感，这种喜爱也投射到了大陆古装剧上。

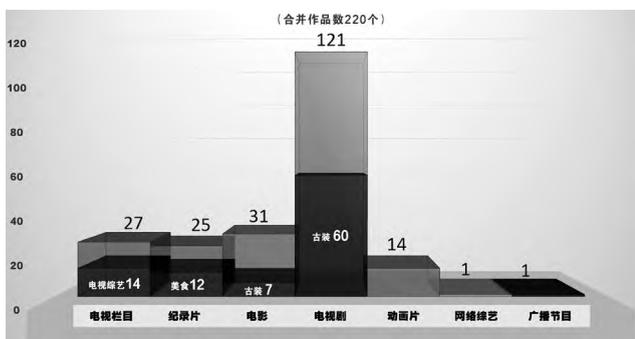
除了电视剧，台湾地区引进大陆电视节目类型较多的是从大银幕转战小荧幕的电影，以及由真人秀等综艺节目为主的电视栏目。“2013年9月7日《中国好声音2》在台湾首播，创下0.88%的收视率，击败平均0.72%收视率的《康熙来了》，成为同时段收视冠军。”^④显现出大陆综艺节目对台湾民众的强大吸引力。

大陆产制的纪录片和动画片，在台湾也有一定的拥趸，但遗憾的是，大陆的新闻类电视节目无法在台湾地区循许可制等正常管道落地，这对于台湾民众更深入了解大陆是不利的。

三、大陆电视节目在台湾的传播情况调查

我们借助记者驻台采访期间所接触的广大台湾同胞，按照不同性别、教育水平等指标抽取样本，在2021年初以面对面的访谈为主，辅以电话采访以及问卷调查，对台湾岛内12个对象进行了半结构式的深度访谈，得到了大陆电视节目在台的覆盖程度、视听程度以及受众反馈三个方面的统计数据。^⑤

首先，大多数台湾民众认为在岛内收看大陆电视节目较为方便。途径之一，民众可收看岛内电视媒体引入版权的大陆电视节目；途径之二，可通过各大视频网站收看免费的资源；途径之三，可用付费的方式在网络上收看。就收看的便利性而言，台湾民众较多选择从传统媒体收看大陆电视节目，但因为传统媒体都是按照自己



2020年大陆地区广播电视节目申请在台播送许可案类别图

表定的时间播放节目，部分民众认为很难准时或完整地收看，因而转向网络渠道。

其次，从视听程度检视，台湾多数民众爱看大陆的电视连续剧，尤其是古装剧，这与前述中大陆地区广播电视节目申请在台播送许可案的数据表现相一致。诸如《琅琊榜》《后宫甄嬛传》《三生三世十里桃花》等，都是叫好又叫座。另外，台湾民众也喜爱收看大陆的综艺类节目，认为其富有创意、场景多样且规模巨大，视听效果好，但他们对节目中带政治性的言语感到反感。大陆的新闻类节目在台湾鲜少有民众收看，为数不多的收看群体几乎都为深蓝阵营，其主要在于获得渠道狭窄、意识形态差异和非贴近性方面的原因。

最后，在受众反馈上，台湾民众对大陆电视节目的市场表现抱持正面态度，表示大陆的节目较之台湾节目投入更大、制作更精良，能产生文化、情感等方面的共鸣，但他们对大陆的态度立场却不容易发生改变。

四、理论推动实践

研究大陆电视节目对台传播的机遇与挑战时，我们可以运用社会判断理论（Social Judgment Theory）。该理论由社会心理学家穆扎弗·谢里夫（Muzaffer Sherif）、卡罗琳·谢里夫（Carolyn Wood Sherif）与卡尔·霍夫兰德（Carl Iver Hovland）提出。其核心要义为，人们往往基于本身既有之认知、态度、价值观，对接触到的新信息进行感知、判断与评价。^⑥

基于此，当台湾民众接触到大陆的电视节目时，他们的知识结构、政治倾向和情感认同综合作用下所形成的基本态度，将第一时间左右其对节目作品的价值判断与选择。观看过程中，他们会将节目传递的观点与个人原先持有的观点进行比较，以判定自己是否接受或多大程度地接受。当电视节目给予受众的刺激距离其判断锚点渐行渐远时，就可能放大这种对比，甚至可能适得其反；当刺激靠近锚点时，可能会产生同化作用，达成传播目标，甚至事半功倍。

如果我们对观众既有观点与态度变化之间的关联进行系统性研究，找出促使发生这种变化的条件，探究其改变观点的可能性，进而预测观众态度变化的方向和程度，将有助于反推节目的生产制作以及宣传推广的改进之道。

五、研究目的与意义

大陆电视节目对台传播的目标除了要在市场上收获投资收益，也期待台湾民众接受节目所传递的核心价

值，建立文化、情感上的连接，从而产生彼此的认同，促进两岸的融合发展。根据研究结论，大陆电视节目在制作或传播时，应充分思考台湾民众原本的观点立场，判断新观点与原态度有多大程度的相似性或差异性，避开强烈冲突的部分，多传达其认知范围内的信息，如此才能让台湾民众欣然接受，达到入眼入耳入心的效果，进而促进大陆对台媒体形象的重塑，拉近两岸民心的距离。

六、研究结果及传播策略

（一）根据台湾民众观看偏好，加强优势节目的传播。台湾民众对于大陆产制的电视剧尤其是古装剧喜爱有加，认为大陆古装剧对历史资料吃得透，人物的命运与时代背景结合得好，剧情跌宕起伏，布景考究，画面精致，演员表现力佳，让人看得很过瘾。因而大陆要扩大电视节目的对台传播效果，以古装剧为代表的电视剧仍然是首选的品类，应强力推送。为了增加台湾民众的接受度，制作方可以选择知名度与口碑皆受认可的台湾籍演员担纲主要角色，将他们对演员的喜爱，传导到对电视剧内容的接受上。在剧情方面，古装剧可以多追寻两岸共同的历史记忆，表达两岸的共同价值，借助情感的融通弥合两岸分隔造成的历史裂痕。

对台传播的近现代剧若要进入台湾民众的视野，要优先考虑有历史认知共性的剧目，慎重选择政治上存在强烈冲突的题材。至于当代剧，建议在产制时可采用两岸合拍的方式进行，并在剧中植入台湾元素，纳入在两岸有共同话题且与民众生活息息相关的内容，特别是根据真人真事改编的剧情，容易引起共鸣，产生集体关注。

对综艺类的节目，大陆应继续发挥制作费充足的长处，在节目创意、视听效果上下足功夫，凸显制作的精良，同时应吸纳台湾艺人更广泛地参与，有意识策划台湾民众普遍有感的话题，增强观众的认知参与、情感参与。

（二）针对台湾民众反馈，进行客制化剪辑

社会判断理论指出，人们对于自己已有态度与判断的坚持是比较顽固的。对台传播的大陆电视节目，应当针对台湾民众喜爱或不喜爱的节目议题、段落环节、话语言论等，进行客制化剪辑，强化亮点，规避容易引发负面情绪的元素。若特别定制或重新产制在实务上有成本考量而难以执行，这些节目在不偏离自身立场的基础上，起码应删去与台湾民众既有观点相去最远之处，因为与其反复大喊政治口号，不如温柔诉说大陆故事，培

植共同利益,建构共同价值。

另外,电视节目中频繁出现的生硬广告和置入性行销影响受众的感受,特别是有些商品的目标客户并不是台湾民众,这类元素在对台传播时,可以有选择性地遮掩或删除。

(三) 节目编排适切性

大陆电视节目对台传播应依据收视调查访问的结果,从受众的观看行为出发,精心编排节目,以实现最佳的传播效果。

就时间编排来说,台湾民众普遍认为电视剧类的节目控制在一集一小时内较为合适,大陆的电视剧目前大多在45分钟左右,有的是40分钟甚至更短一些,而同样在台湾热播的韩国电视剧一般每集一个小时,剧情连贯,有较佳的观看体验。两相比较,对台传播的大陆电视剧每集时长不宜太短,避免给人过于零乱割裂的感觉。

就内容编排而言,大陆对台传播的电视节目应以更大的视角进行创意制作,以更世界性、更前沿化的优点吸引台湾民众,与台湾电视节目小而美的特征作区隔。例如,在综艺节目中引入或借鉴欧美优质节目模式,邀请在国际上受关注度高的艺人或各个领域的知名嘉宾参与,注重真实感,减少套路化,加强表演等环节的观赏性、互动性,增加台湾民众喜爱看的才艺讲评环节,但不要过于细碎冗长。

(四) 创新渠道,加强新闻类节目的对台传播

新闻类节目的对台传播处于极其困难的境地,以合规的方式在台湾的传统媒体上传播目前极难实现,虽有个别成功案例,但新闻选题也多有限制。在此局面下,大陆新闻类电视节目应创新对台传播的渠道,多从网络端发力。

首先,大陆的主流媒体应坚守价值,明辨是非,有效监督,善于引导。当热点事件发生时,台湾民众会在网络上以关键字检索了解事情始末,查看大陆媒体的观点态度,作为关键信息传播者的大陆主流媒体就能靠长期真实客观报道建立起来的公信力,影响台湾民众的判断,一定程度上把握舆论的主导权。

其次,大陆新闻类电视节目应大力打造新媒体矩阵,通过推特(Twitter)、脸书(Facebook)等海外社交平台账号向台湾岛内传播。这类账号要树立全媒体意识,在报道大陆政治性“硬新闻”时,应减少纯意识形态的输出,多用具体的数字、生动的事例讲好故事,表达善意,用真实的力量触动台湾民众;要讲求时效,争取将真实有用的信息第一时间触达观众,不给虚假消

息“先入为主”的可乘之机;在表达方式上,尽量减少文字的篇幅,避免因识读的困难而流失受众,多用更直观易懂的图片与短视频,或几种方式组合使用;此外,应重视社交平台用户的表达诉求,有针对性地与他们互动沟通,及时回应网友的跟帖留言,增强受众的黏性。

再次,大陆媒体可以考量台湾民众既有的观点,从不同的视角产制专门对台传播的新闻,借助第三方渠道传播到台湾岛内,促进他们进行更多元的思考。

最后,大陆的记者可以经营新闻自媒体,针对台湾社交平台的热门信息进行个体的视频化观察评论,亦可打造网红主播的人设,自拍短视频,介绍大陆的政策法规、人文环境、美食娱乐,讨论时下社会热点,突破以政治经济为主的新闻路径。也可以以个人身份投书台湾的自媒体,加强线上对谈,与岛内民众实时互动,答疑解惑,增进了解,消除误会,让两岸同胞的心离得更近一些。

总而言之,电视节目作为一种文化产品,不单满足观众的信息需求、娱乐需求,也是软实力传播的重要载体。对台传播的大陆电视节目并不只具有商业价值,更应成为台湾民众了解大陆的一扇窗。✎

注释:

①《习近平总书记会见台湾和平统一团体联合参访团》, http://www.xinhuanet.com//politics/2014-09/26/c_1112641354.htm

②《大陆地区广播电视节目在台播送审查统计》, https://stat.moc.gov.tw/ImportantPointer_Latest.aspx

③《2020年1-12月大陆地区广播电视节目申请在台播送许可案一览表(广电及网络平台)》, https://www.bamid.gov.tw/information_147_108227.html

④贺琬婷:《台湾综艺电视节目衰退原因探析——以〈康熙来了〉为例》,《戏剧之家》2019年第11期。

⑤翁陈兰:《用人情味和文化力量促进两岸融合沟通——大陆电视节目在台湾的传播状况研究》,《中国广播电视学刊》2021年第9期。

⑥Hovland, Carl I.; Sherif, Muzafer. *Social judgment: Assimilation and contrast effects in communication and attitude change*. Westport: Greenwood. 1980. ISBN 0313224382. Griffin, Em. *A First Look at Communication Theory*. New York, NY: McGraw-Hill. 2012: 195.

(作者系东南卫视台海资讯部副主任、主任编辑)

(责任编辑:李昂)