

# 政治传播研究方法对马克思主义大众化研究的借鉴意义<sup>\*</sup>

■ 张晓峰

**【内容摘要】** 我国现行的传播模式对传播马克思主义理论，增强社会主义意识形态的吸引力和凝聚力发挥了非常重要的作用。但是，随着社会历史条件的不断演进，新媒体的出现，迫切需要我们进一步总结历史经验，探寻更具时代特色的、更为有效的传播方法。本文拟对西方政治传播的研究方法作一梳理，以期对当代中国马克思主义大众化研究提供一些方法借鉴。

**【关键词】** 政治传播；研究方法；马克思主义大众化

十七大报告强调坚持马克思主义在意识形态的指导地位，用马克思主义引领多元化的社会思潮，提出“大力推进理论创新，不断赋予当代中国马克思主义鲜明的实践特色、民族特色、时代特色。开展中国特色社会主义理论体系宣传普及活动，推动当代中国马克思主义大众化”。我国现行的传播模式对传播马克思主义理论，增强社会主义意识形态的吸引力和凝聚力发挥了非常重要的作用。但是，随着社会历史条件的不断演进，新媒体的出现，迫切需要我们进一步总结历史经验，探寻更具时代特色的、更为有效的传播方法。

## 一、政治传播研究方法的演进对马克思主义大众化研究的启示

传播学奠基人李普曼指出：当代意义最为重大的革命不是政治革命或经济革命，而是一场在被统治者中制造同意的艺术的革命。在这一意义上，可以把政治传播视为通过对政治信息的传播和政治文化的培育以提供执政者执政合法性的理论。马克思主义大众化的过程，就是把马克思主义不断向知识分子和民众传播并被广大民众接受和实践的过程。一种思想是否能深入大众，不仅取决于思想理论的正确与否，传播方法也是一个重要因素。从政治传播视角研究马克思主义大众化，就是借鉴政治传播学的理论和方法对马克思主义在中国的传播的历史进程进行系统考察，从中探寻在马克思主义大众化的传播过程中，不同历史时期的相关因素对传播方法的要求，探求马克思主义在中国传播的规律，探讨当代中国马克思主义适应社会环境变化的新传播方法和途径。

现代政治传播研究方法的演进大致经历了四个阶段。在西方现代政治传播研究的最初阶段，当时的研究方法主要来自于研究者在观察与分析人们对政治事件的意见表达受到何种因素的影响，以及这些因素是否可以被控制并在模拟出来的过程中所采用的政治学研究方法。当时的研究方法主要是文本分析方法（content analysis method）。进入20世纪，随着西方传播学研究技巧的不断发展，尤其是传播学定量研究的兴盛，使学者能够通过量化来描述、解释和预测研究对象。定量研究方法被引入到西方现代政治传播研究中，使其研究方法变得更加多样化与系统化。而使西方现代政治传播研究方法实现革命性跨越的是电子计算机技术在学术研究中的应用。20世纪六七十年代，电子计算机技术的飞速发展和广泛应用，为定量分析在政治传播研究中的运用提供了优越的物质条件和技术保证。大量的政治信息可以在计算机的辅助之下得到精确的量化分析；通过计算机研究模型的建立能够分析与追踪人类大脑在处理政治信息时所产生的微妙变化。这些无疑对政治传播中的政治信息与媒介效果研究带来了极大的便利。20世纪90年代以后，互联网时代的到来再一次将政治传播研究推向一个新的高度，促成研究范式与研究方法的进一步革新，网络分析法（Network Analysis Method）在政治传播研究中出现并被大量地使用。

从西方政治传播研究方法的演进历程可以看出，政治传播研究方法的每一次革新都离不开传播技术手段的创新。在当代中国与世界信息技术飞速发展的时代条件下，借鉴传播学的研究方法对于解决当前马克

\* 本文系国家社科基金项目“传播学视域中的马克思主义大众化研究”（项目编号：10BKS064）的阶段性成果。

思主义理论传播的实效性问题的，为推动当代中国马克思主义大众化提供更具时代特色的传播方法有着重要的启示和借鉴意义。

## 二、西方政治传播研究的主要方法

在周鸿铎主编的《政治传播学概论》一书中，政治传播研究方法被划分为定性研究与定量研究的方法。每一种方法中又包含有自身的工具选择与方法操作，如：定性研究可以采用深层访谈法、小组访谈法。定量研究可以采用实地调查法与内容分析法等。按照研究过程的不同阶段或研究对象的不同特点所采用的不同的方法，西方现代政治传播学者把研究方法分为四大类：数据分析法（data analysis method）、调查研究法（survey research method）、文本分析法（content analysis method）、网络分析法（network analysis method）。因为四种研究方法中都不可避免地涉及定性方法与定量方法的交互使用，只有使用程度与频率之高低而没有绝对的定性方法与定量方法的分离，在这里定性方法与定量方法的界限被淡化。

### （一）数据分析法

由于数据分析法使用了大量参数与数据模型，被认为是纯粹的定量分析方法，其实西方现代政治传播研究者在采用数据分析法时既使用定性研究方法也使用定量研究方法。典型的定量数据分析法包括普通描述与相关性统计法（common descriptive and correlation statistics）、因子分析（factor analysis）、路径分析（path analysis）、多向度量法（multidimensional scaling）、空间分析（spatial analysis）以及各种数据模型法，等等。典型的定性数据分析法包括对总统演讲中眼球移动频次的比较分析，历年竞选演讲使用某一词汇的对比分析等等。可以看出，定性数据分析法经常涉及某些行为与语汇的出现的频率，因而需要建立数据库与分析模型。但由于它所选择的对象涉及文本内容与肢体语言等非数字符号，因此研究者还是习惯于将此类研究界定为定性数据分析，以此区别于纯粹的定量数据分析。事实上，在数据分析法中，为了保证研究结果的客观性与科学性，定性方法与定量方法经常交互使用，互为补充。当研究样本的总量不够充足时，研究者往往借助定性分析中的归纳演绎法来弥补样本数量的不足，以达到研究结果的客观性与普遍适用性。数据分析法的局限性在于它依赖于数据本身的时效性与空间性，脱离特定地域与时间区域的数据将失去客观真实性，因而，它虽然为西方政治传播学者所普遍采用，但并未被作为验证研究的科学性的最主要方法。

### （二）调查研究法

调查研究法，尤其是大规模的随机抽样调查是西方现代政治传播研究中最重要的一种研究方法，它最早源于19世纪后期的欧洲，到20世纪初，数理统计科学的成熟使这一方法更加准确与完善。传播学的奠基人之一拉扎斯菲尔德最早将这种方法引入传播学的研究当中。

政治传播研究中所采用的大规模随机抽样调查研究方法，是指在政治传播学基本理论基础上，对某一政治传播现象提出一项有待证实的理论命题，然后按照研究假设的需要，确定本项调查的总体范围和样本量，进行全面普查或大规模随机抽样调查。这些调查包括电话访谈、实地问卷调查、网络调查等方式，它基本不受人为控制因素的影响，所以比较客观、准确和全面，因而为政治传播学者广泛采用。据统计，2000年至2001年美国社会科学期刊四大期刊：《传播学研究》（Communication Research）、《传播学学刊》（Journal of Communication）、《政治传播》（Political Communication）、《政治学学刊》（Journal of Politics）上刊载的所有与政治传播研究有关的学术文章中所使用的研究方法，在其所发表的79篇论文中，调查问卷法是最常用的方法，占到全部文章总数的48%；内容分析法居于其次，被使用的比例达到20%；实验法包括控制实验法与自然实验法占到总数的16%；小规模调查法，如深度访谈法与焦点访谈法被其中9%的文章作为主要的研究方法；剩下的2%则为其他分析方法。

现在，西方政治传播研究者在采用大规模随机抽样调查法时，普遍借助电子计算机与互联网技术来拓宽样本的采选范围，以增加样本的随机性。如：原有的网络随机抽样调查虽然具有使研究者与被访者保持即时互动的优点，但由于网络问卷调查的参与者一般都集中在网络资源发达地区或是拥有一定网络经验的青少年群体，通过互联网采选的样本往往具有地区、年龄结构分配不均的缺点。而借助最新的互联网技术，可以在保证样本代表性的前提下，实现研究者与被访者之间的即时互动。尽管如此，调查研究法仍然存在严重缺陷：即无法充分保证抽样样本的代表性与问卷设计的严密性。但随着未来研究工具的不断精密化、人工化，调查研究方法存在的这些缺陷有望得到根本性的改变。

### （三）内容分析法

内容分析法是对文献内容进行客观、系统、量化

分析的一种科学研究方法。它最早应用于第二次世界大战期间的军事情报研究，在情报战中成效显著。战后，新闻传播学、政治学、图书馆学、社会学等领域的专家学者与军事情报机构一起，对内容分析方法进行了多学科的研究，使其应用范围大为拓展。由于内容分析法可以广泛地运用于各种形式的手写或印刷体文献以及音像资料等文本信息，西方现代政治传播学者十分注重内容分析法的运用，尤其在分析政治信息时会大量采用此种方法。

在政治传播研究的早期阶段，由于研究技术的落后，内容分析主要依赖于人工操作。大量繁杂的文本信息通常使内容分析研究持续很长时间，不仅耗费人力物力，而且研究结果也往往舛频出错。现在，随着电子计算机技术的进步，借助专业的分析软件辅助内容分析研究，已成为西方现代政治传播内容分析方法的一大特点。采用专业的分析软件可以将浩繁的文本资料进行汇总与编排，然后按照文本内容的不同特征进行归类，进而生成一系列的文本检索系统，研究者可以根据自己的研究偏好，选择不同的检索系统对某一文本的特征进行详细分析。比如：某一词汇在总统选举演说中出现的频率，不同新闻文本在针对同一政治事件的报道中使用语汇的差异等。研究者也可以根据自己的研究习惯创建适合自身研究的检索系统。

与数据分析法一样，内容分析法在西方现代政治传播研究中既包含有定性方法的使用也包含有定量方法的操作。内容分析中的定性研究可以被定义为，研究者对通过和研究对象的沟通所获得的各种政治信息进行分析与解释的研究方法，它主要通过文本内容分析、面对面访谈法与焦点访谈法来实现。由于在访谈时被访者的行为与内心变化能够瞬时反馈到研究者那里，使定性研究能够捕捉到研究对象在处理政治信息时的第一反应，因而定性研究在分析人对政治信息的接受习惯与敏感程度时是比较准确的，而这些往往是定量研究所无法处理的。

内容分析中的定量研究与定性研究的最大不同在于更加关注文本本身，比如文本的长度、文本的语言使用、文本的逻辑结构等可以量化并精确定位的文本元素。而对于人对文本的处理与反映，则交给定性研究来处理。相对于定性研究所使用的访谈法，定量研究几乎全部用计算机进行操作，为此需要设计研究参数，建立研究模型。

无论是定性分析还是定量分析，内容分析法所具备的明显优势是：可以描述传播内容的倾向；说明信息来源的特征；检查传播中不符合标准的内容；分析

劝服的方法；说明读者对信息的意见；描述传播模式等。但同其他的研究方法一样，内容分析法也存在亟待解决的问题。首先，内容分析法中被作为核心研究对象的意义的意义应该从哪一方的角度来界定，是传播者还是接受者？当政治信息包含有多重含义时，内容分析研究者应该如何进行文本记录，是就其某一意义层面进行记录，还是将全部可以推想出的含义全部记录下来？其次，同一文本在不同的历史阶段与文化空间会有完全不同的含义，研究者应该以哪一种含义作为研究的参照系？第三，高昂的研究费用与高成本技术投资，使内容分析法在缺乏研究经费或计算机技术资源落后的地区难于普及。尽管如此，内容分析法仍然是对数据法的一个很好的补充，对于包含有文化因素的政治传播研究课题来讲，内容分析法仍是最好的一种方法。

#### （四）人际网络分析法

1963年，美国著名国际政治学者卡尔·多伊奇发表了一部重要著作——《政府的神经——政治沟通与控制的模式》，在书中卡尔开宗明义地提出内部与外部的政治传播渠道是政府的“神经”，没有通畅的政治传播人际网络，政治系统将无法正常运行。此后，对政治传播的人际网络研究开始受到政治传播学者的关注。

政治传播研究中的人际网络分析法，是指在特定的政治系统中将政治传播作为一个子系统的人际网络，针对这一网络中的传者与受者的传播行为与态度展开研究以提高传播效果的研究方法。人际网络研究法与调查研究法不同之处在于：它将每一个人作为相互连接着的社会成员，每个人都处在一个个传播网络的连接点上。基于此种认识，人际网络分析法并不直接通过从每个个体信息所反映出的情况来判断一个政治系统的状态，而是首先将每个个体在整个人际网络系统中进行归位，厘清诸个体在网络中的地位与角色，然后将他们所反映出的信息进行汇总，以此来确定这些信息是如何影响着整个人际网络的。这种方法之所以重要，就在于它以政治传播中的人际网络作为研究对象，因此如果仅是网络中的成员数量发生了改变或某些成员的行为特征出现了变化，都不会影响研究的进行。

人际网络分析法有两种研究类型，一种是以大规模的政治单位，如国际组织、大的政治组织或援外游说集团等作为研究网络，一种是以特殊群体组成的人际网络作为研究网络，但必须保证群体中的每一名成员之间都有着经常性的联系。前一种研究类型可以帮助政治传播学者揭示一个政治单位的传播特征。如判

断这个政治单位是一个沟通顺畅的整体还是一个缺乏有效沟通的政治实体，以便调整加强其中沟通薄弱的环节，保证政治传播的效果。后一种研究类型可以帮助研究者弄清隐藏在群体内部的各种次群体，以提高组织的凝聚力进而提高政治决策的效率。网络分析法的最大局限在于，当一个研究单位的人员数目庞杂时，会使研究工作非常繁重复杂。一个有5000人的人际网络会有2500万种不同的网内联结方式。

上述四种政治传播研究方法虽然都具有自身优点和缺陷，但借鉴这些方法可以为我们研究马克思主义大众化传播提供一个新的视角，对推动当代中国马克思主义大众化研究无疑具有重要意义。

### 三、借鉴政治传播研究方法研究马克思主义大众化的进路

借鉴政治传播研究方法研究马克思主义大众化的进路包括以下几个方面：

第一，从政治传播学的视角探讨马克思主义大众化的理论地位。马克思主义的传播原理和方法与现代政治传播学的方法有着相通之处，需要用传播学方法加以提炼和阐释。首先，从理论层面探讨大众化是马克思主义的本质属性。马克思主义是无产阶级和劳动群众的理论，其宗旨是谋求无产阶级和全人类的解放。这决定了马克思主义只有从自身走出，融入千百万人民群众的实践之中，才能发挥自身的功能和作用并不断发展和完善。其次，是挖掘马克思主义大众化的一些基本原则。通过提炼马列经典作家关于理论传播的经典论述，分析马克思主义的价值取向、方法论和基本立场对其传播效果的决定性影响，认识马克思主义具有代表人民群众根本利益的理论诉求和人民群众具有掌握马克思主义的实践需要之间的辩证关系。最后，再结合史实考察马克思主义发展与传播之间的互动关系。马克思主义的群众史观决定了马克思主义的发展就是它在全世界无产阶级和劳动群众中不断传播，不断为他们所理解、接受并运用来改变自己命运的历史。

第二，从政治传播学的视角分阶段探讨不同时期中国马克思主义大众化的历史经验与教训。这个历史过程可分为从马克思主义传入中国到新中国成立，从新中国成立到改革开放，改革开放新时期三大历史阶段。首先是马克思主义中国化形成第一阶段理论成果的历史时期。在长期的革命斗争实践中，中国共产党人通过艰苦的努力，探索出了适合中国国情的马克思主义大众化道路并且积累了丰富的经验，这些经验为

新中国成立后的马克思主义传播奠定了基础。其次是新中国成立后前30年马克思主义传播的经验和教训。新中国成立后是我国将马克思主义树立为合法意识形态并传播到全体民众的过程，在较短的时间内取得了积极的成果，但也出现过重大的失误，其经验和教训对我们今天都有重要的借鉴意义。最后是改革开放以来在新的历史条件下马克思主义理论传播的新进展和面临的新问题、新挑战。

第三，从政治传播视角对当代中国马克思主义大众化的传播机制进行考察。运用政治传播的分析框架来研究新的历史条件下的马克思主义大众化现状，对马克思主义大众化的传播主体、传播环境、传播内容、传播渠道、传播受众、传播效果等进行系统分析。在对当代中国马克思主义大众化传播机制系统分析的基础上，从人际传播、组织传播、大众传播、新媒体传播等不同传播途径探讨建立更有效的传播机制，使马克思主义大众化的理论传播更贴近实际、贴近生活、贴近群众，更为快捷、覆盖范围更为广泛、理论说服更为到位。

借鉴政治传播理论的研究方法，既要遵循历史和逻辑相统一，理论和实际相结合的基本原则，又要运用政治传播理论和方法对马克思主义大众化这一重大传播现象进行整体考量，探寻马克思主义在中国传播的基本规律和成功经验。从政治传播视角研究马克思主义大众化，应把握好马克思主义中国化的理论发展史与理论传播史二者的联系与区别，前者是马克思主义在与中国实际相结合过程中的不断发展，后者是马克思主义理论在中国传播的历史进程及规律。马克思主义在中国的传播是从中国化到化中国的过程，即中国共产党人是如何学习和理解马克思主义并把它中国化，再如何把中国化的马克思主义有效地传播给大众的。在这个过程中，不同历史阶段的主要矛盾决定了传播内容和方法选择的不同，而传播者对于马克思主义的不同理解以及对受众特征的不同认识，也对传播效果具有重要影响。

从政治传播视角研究马克思主义大众化，应处理好马克思主义中国化历史进程中的大众化与中国化、时代化的关系。中国化、时代化是指马克思主义的普遍原理与中国实际和时代特点结合的过程，大众化是指马克思主义基本原理被广大群众理解掌握的过程。中国化、时代化是大众化的前提，大众化是中国化、时代化的目的。中国化要求大众化，但并不会自然而然实现大众化。这两个过程相互衔接、相互促进，各有侧重，不能互相取代。

研究当代中国马克思主义大众化应实现从“宣传”到“传播”的观念转变。“宣传”强调灌输，传播则注重“互动”。“魔弹论”式的灌输传播虽然适合于某些特殊历史时期，但在全球化和信息时代、大众社会的背景下，马克思主义的传播方式必须随着时代条件的变化而有所转换，传播主体必须考虑受众的实际需要和接受程度才能取得较好的传播效果。同时，在当代世界工具理性不断深化的情况下，如何发掘马克思主义的价值理性，重建马克思主义信仰的神圣性和意识形态功能，也是一个需深入探讨的重要理论难题。

从政治传播的角度研究马克思主义在中国传播的历史过程，还应考察在不同时期的信息源、传播者、传播途径、传播方法、接受者的历史变化，不同历史

时期的传播要素的变化对马克思主义大众化进程具有重要影响。马克思主义大众化的历史也是学术思想史和指导理论发展史互相呼应、共同发展的过程，对这两条线进行完整考察，更符合马克思主义中国化的客观过程，学术研究和理论创新有助于马克思主义大众化的深入。大众时代的意识形态传播应当灵活多样，多线条的传播比单一线条的传播更有成效。

从政治传播的视角研究当代中国马克思主义大众化，有着十分重要的理论和实践意义。借鉴政治传播的研究方法对马克思主义在中国传播过程中的方法进行总结提炼，通过对这些方法的系统把握和在新的历史条件下的创新，可以为中国特色社会主义理论体系的宣传和普及，推动当代中国马克思主义大众化提供方法借鉴。

注释：

- ① [美] 李普曼著：《舆论学》，林珊译，华夏出版社1989年版。
- ② 彭芸：《政治传播——理论与实务》，台北：远流图书公司1986年版。
- ③ 周鸿铎：《政治传播学概论》，中国纺织出版社2005年版。
- ④ 李元书：《政治传播学的产生与发展》，《政治学研究》，2001年第3期。
- ⑤ 祝基璋：《政治传播学》，台北：三民书局1983年版。

（作者系中国传媒大学政治与法律学院政治系主任、教授）

【责任编辑：张国涛】

（上接第7页）

- ⑬⑭⑮⑯ 参见无锡广电局（集团）研发中心：《制播分离改革 任重道远》，《媒介参考》，2006年总第101期。
- ⑰ 李伦、孙宝国：《从制播分离看广播电视媒体管理》，《北方传媒研究》（内刊），2007年第2期。
- ⑱ 尹鸿：《“分离”还是“分制”？——对广电制播分离改革的思考》，《现代传播》，2010年第4期。
- ⑲ 湖南广电局局长欧阳常林语。见张志君：《多重视域下拷问制播分离改革》，《现代传播》，2010年第3期。
- ⑳ 张志君认为，所谓第三方要素，“包括但不限于制播双方以外的具有一定公信力的第三方专业研究咨询机构、相关专家以及相关受众等组成的专业委员会等。”见张志君：《多重视域下拷问制播分离改革》，《现代传播》，2010年第3期。
- ㉑ 例如，广电总局关于推进广播电视“制播分离”改革（修改稿）规定，除影视剧外，电视台从市场购买节目的比例，原则上每年不低于播出总量的30%。
- ㉒ 例如，广发〔2009〕66号文强调，在推进制播分离过程中，播出机构要确保所谓的“三权”或“四权”（策划权、编辑权、审查权和播出权）。见张志君《多重视域下拷问制播分离改革》，《现代传播》，2010年第3期。
- ㉓ 《媒介方法》杂志专题部：《制播分离，路漫漫其修远兮？》，《媒介方法》，2006年第4期。
- ㉔ 陆地：《制播分离：老话题的新解读》，《电视研究》，2009年第4期。
- ㉕ 详见任晓婵：《制播分离：老调如何谱新篇？》，《南方电视学刊》，2010年第1期。
- ㉖ 参见陆地：《制播分离：老话题的新解读》，《电视研究》，2009年第4期。
- ㉗ 朱景和：《我国制播分离体系中的多种制播模式》，《电视研究》，2009年第4期。
- ㉘ 汤集安：《制播分离推进的实践思考》，《北方传媒研究》，2009年第2期。
- ㉙ 黄奇伟：《数字化环境下中国体育电视制播分离的现状与趋势》，《电视研究》，2009年第4期。
- ㉚ 郭庆：《“独播剧”引发电视剧市场“地震”？》，《中国电视理论动态》，2005年第9期。
- ㉛ 刘春、徐舫州、胡智峰：《2009：中国电视创新对话》，《现代传播》，2009年第1期。
- ㉜ 参见《全国广播影视局长座谈会在重庆召开》，《中国广播电视产业研究》，2010年第4期。
- ㉝ 夏骏语，参见《十字路口的中国电视》，《现代传播》，2007年第2期。

（作者系原江苏省广播电视厅巡视员）

【责任编辑：张国涛】

# 政治传播研究方法对马克思主义大众化研究的借鉴意义

作者: 张晓峰, Zhang Xiao-feng  
作者单位: 中国传媒大学政治与法律学院政治系  
刊名: 现代传播 PKU | CSSCI  
英文刊名: MODERN COMMUNICATION  
年, 卷(期): 2010 (12)

## 参考文献(5条)

1. 李普曼;林珊 舆论学 1989
2. 彭芸 政治传播——理论与实务 1986
3. 周鸿铎 政治传播学概论 2005
4. 李元书 政治传播学的产生与发展[期刊论文]-政治学研究 2001 (03)
5. 祝基滢 政治传播学 1983

## 本文读者也读过(10条)

1. 杜斌 全球危机与马克思主义大众化研究[期刊论文]-理论月刊2011 (2)
2. 顾承卫, 胡晓飞 促进马克思主义大众化的传媒史页存览[期刊论文]-社会科学家2010 (9)
3. 秦宣, Qin Xuan 问题与对策:提高马克思主义大众化的实效[期刊论文]-思想理论教育导刊2011 (5)
4. 赵继伟 马克思主义意识形态接受的感应性机理[期刊论文]-湖北社会科学2008 (2)
5. 王萍霞 马克思主义大众化的实现形态[期刊论文]-理论月刊2011 (6)
6. 郭世平 古尔德纳反思的马克思主义意识形态批判理论[期刊论文]-现代哲学2008 (3)
7. 龚世星, Gong Shixing 新媒体时代下的当代中国马克思主义大众化[期刊论文]-河海大学学报(哲学社会科学版) 2011, 13 (1)
8. 洪鹏, 陈玲 小城镇政治传播与马克思主义大众化传播互动分析[期刊论文]-南方论刊2009 (12)
9. 黄航, Huang Hang 认知语境下马克思主义大众化的思考[期刊论文]-广西社会科学2011 (1)
10. 蔡惠福, Cai Hui-fu 大众传媒要在回应时代挑战中肩负起推进马克思主义大众化的重任[期刊论文]-军队政工理论研究2011, 12 (3)

本文链接: [http://d.g.wanfangdata.com.cn/Periodical\\_xdcb201012002.aspx](http://d.g.wanfangdata.com.cn/Periodical_xdcb201012002.aspx)