

网络舆论危机管理的语用策略^{〔*〕}

○ 陈春雷

(池州学院 中文系,安徽 池州 247000)

〔摘要〕在日益信息化的今天,网络舆论危机管理已成为社会危机管理的一个重要议题。危机管理重视沟通,沟通又离不开语用,故而语用与危机管理关系密切。为了发挥好语用在网络舆论危机管理中的效能,我们结合网络舆论危机的特点,围绕缓和矛盾、消解危机的管理目标,提出了六条语用策略,分别是:态度优先策略;分段结论策略;意见领袖策略;话语支援策略;适度示弱策略;模糊表达策略。这六条语用策略均有各自的功用与适用情境,共同服务于网络舆论危机管理。

〔关键词〕网络舆论;危机管理;语用;策略

近些年来,随着网络技术与服务的发展,网络空间已成为人们沟通信息,发表意见,交流情感的重要平台,人们对现实生活的感悟、看法正越来越多地反映到网络空间。值得注意的是,几乎所有的有较大影响的社会舆论事件都会呈现在网络当中,形成网络舆论热点,如果应对不力,就有可能诱发网络舆论危机,从目前日渐频繁的网络舆论危机事件来看,这已是一个不争的事实。所以,网络舆论危机管理已经成为社会管理的一个不可忽视乃至必须重视的新课题。危机管理重视沟通,沟通离不开语言运用,即人们用语言进行交际的活动——语用,所以语用在网络舆论危机管理中可以发挥重要作用。而要发挥好语用的效能,就要讲求准则与策略,语用准则是网络舆论危机管理所依据的言语交际原则,语用

作者简介:陈春雷(1975—),池州学院中文系副教授,文学硕士,主要从事语用学、应用语言学、文字学研究。

〔*〕本文系安徽省教育厅人文社会科学研究重点项目“网络舆论危机管理的语用学研究”(SK2013A124)的成果。

策略则是网络舆论危机管理中根据情况而采用的具体言语应对方法,语用准则能为网络舆论危机管理语用提供宏观的指导,语用策略则可在具体情境下作为语用准则的有效补充,二者相得益彰,共同为实现网络舆论危机管理的目标服务。语用准则问题已另文讨论,本文主要分析的是网络舆论危机管理中的语用策略。

一、网络舆论危机的特点

名词性的“策略”一般有两个含义:1.可以实现目标的方案集合;2.根据形势发展而制定的行动方针和斗争方法。^[1]从词义来看,针对性是策略的重要特征,策略的制定既要以实现目标为导向,又要适应具体形势的发展变化。网络舆论危机管理语用策略的制定也是如此,除了要考虑如何实现管理目标之外,还要了解网络舆论危机这个新情况,并结合网络舆论危机的特点制定相应的语用管理策略。所以,在提出具体策略之前,我们有必要简单梳理一下网络舆论危机的基本特点。

其一,危机形成的诱发性。一般都认为网络舆论危机的爆发很突然,很多人都是在危机爆发之后才开始关注危机事态。的确,“相较于一般公共危机爆发之前往往会出现一些征兆,网络舆论危机的爆发更加突然”,^[2]但网络舆论危机的发生并非毫无征兆可言,很多情况下,网络舆论危机都是由具体的事件诱发的,如我爸是李刚事件、杭州70码事件、郭美美事件等等。在网络社会发展初期阶段人们对网络舆论的传播特性不是太了解,所以觉得网络舆论危机的爆发无法把握,只能等到危机发生了才能予以处置,但随着网络社会的逐渐成熟,人们开始认识到网络舆论危机的爆发往往与某个具体社会事件有着密切关联,此时如果仍然认为网络舆论危机的发生是突然的,无法感知的,就明显跟不上时代的发展了。正因为如此,了解网络舆论危机形成的诱发性,对于网络舆论危机管理主体在危机苗头初显时做好危机的防范、化解工作是大有裨益的。

其二,危机应对的高度紧迫性。网络舆论危机应对具有紧迫性已是人们的共识,人们普遍认识到由于网络舆论传播速度快,影响范围广,网民大众的眼光会迅速聚焦到某个具体事件上,给网络舆论危机管理主体造成巨大的社会与心理压力。另外,受网络空间交流的虚拟性与盲从性影响,人们在发表言论时不用顾及现实生活中的种种束缚,甚至“置社会道德和社会责任于不顾,观点偏激,人云亦云,感性的宣泄代替了理性的思考,社会矛盾在偏激的舆论表达中进一步激化”,^[3]放大,如果得不到及时、有效的缓解,网络舆论危机事态会随之进一步恶化,从而给危机管理主体带来更大的管理压力与处置难度。所以,网络舆论危机应对的紧迫性应该称为“高度紧迫性”,这是网络舆论危机的主要特点之一,后文提到的很多语用策略都与之有关。

其三,危机状态的虚实结合性。网络舆论危机状态的虚拟性是由网络空间的虚拟性决定的,这种危机主要在网络空间发生、传播、演化。但网络舆论危机

与现实社会并不是隔绝的,它总是由某个具体的事件引发,其传播与演化过程也与特定事态的发展演变相关联,有时甚至还有可能影响到现实空间的事态发展和人们的行为,这就是网络舆论危机状态的虚实结合性。如药家鑫事件中,西安市检察院以故意杀人罪对药家鑫提起公诉,被告律师则以激情杀人予以辩护,在此案审理过程中,网络舆论也对被告是否属于激情杀人进行了激烈的辩论,这无疑对案件审理部门形成了无形的压力。很难说法院最后以故意杀人罪定案是否是迫于网络舆论的巨大压力,但显然定案后一场关于司法公正的网络舆论危机得到缓解。这说明网络舆论危机并没有完全脱离现实社会而存在,依然是现实社会危机的一部分,我们可以将之看作现实社会矛盾在网络空间的折射形态。

其四,危机情境的深度不确定性。随着危机管理研究的深入,人们越来越认识到危机自身所带有的不确定性,而且不确定性已经成为“现代危机传播领域里面面临的一大挑战”。^[4]网络舆论危机所带来的不确定性更大,因为网络舆论的空间是虚拟的,主体是隐匿的,我们无法确知有多少人在何时会通过网络发表言论,网络交流的即时性与互动性又极强,危机随时都会爆发,也随时会转向,甚至恶化,我们无法准确预测危机的发生与走向,面临网络舆论危机的组织或个人往往会陷入一种类似于身处未知世界中的茫然无助的恐惧和焦虑,换言之就是,网络舆论危机将人们带入一种深度不确定性的危机情境之中。

二、网络舆论危机管理的语用策略

如前文所述,网络舆论危机管理语用策略的制定既要以实现管理目标为导向,又要考虑网络舆论危机自身的特点,危机管理的一般目标是缓和矛盾、消解危机,网络舆论危机管理亦如是,所以,其语用策略应以有效缓解危机为目标并结合网络舆论危机的特点而制定。另外,从语用学角度看,有效缓解危机就必须促进危机管理沟通中的会话合作,所以,在制定这些语用策略时,还需要参酌能够促进会话合作的有关语用原则与理论。综合以上考虑,我们提出六条语用策略以供分析讨论。

(一) 态度优先策略

网络舆论危机的形成具有诱发性特点,某个具体社会事件往往会成为危机爆发的导火索,所以,危机管理主体应尽可能在网络舆论危机爆发之前及时做好防范、化解工作,因为“在多数情况下,对危机征兆的识别和及时纠偏可以降低危机发生的几率和恶化程度”,^[5]在网络舆论危机爆发之前就及时做好防范、化解工作,有助于控制危机发展的态势,“毕竟事后救火不如事前防火”。^[6]根据这个要求,此阶段的危机管理除了要及时应对之外,还应讲究语用策略,这个策略就是态度优先策略。按照一般逻辑,当某个社会事件发生之后,负有管理责任的相关主体就需进入事件的调查阶段,等调查、处理结果出来之后再公之于众,但调查需要时间,责任认定需要权衡,所以一些管理主体在网络舆论危机初期选择了沉默或拖延,错过了引导舆论走向的最佳时机,以致流言滋生,舆论压力猛增,

危机爆发。实际上,此时舆论最关注的不仅是事情的真相,还有管理主体对事件处理的态度。真相很难立刻大白于天下,但管理主体的态度却可以马上呈现,在危机征兆出现时优先对事件处理作出一个正确、合宜的表态,既是对舆论期待的及时回应,也能弥补真相滞后的不足,因为这正好契合了人们对一个负责任的管理主体的要求,也使人们有信心期待真相的来临。从语用上说,这种处理方式提供的信息量不够,违反了会话合作原则^[7]的量准则,但由于没有回避问题,没有发布虚假信息推卸责任,表明了会话合作的诚意,所以又符合关系准则和质准则,满足了当前情境下会话的需要,所以,态度优先在网络舆论危机管理初期不失为一个应急语用策略。如2013年6月15日,武汉爆出了一起“城管员白天执法晚上练摊”事件,引发了网民对城管员是否“知法犯法”等问题的热议。该事件的直接责任主体洪山区城管局当即对舆论关注作出回应,表示会尽快核查、处理,并在第一时间向网友公布,绝不会找借口,撇清关系。这一表态,虽没有立即给出事件真相,但回应及时,态度诚恳,满足了舆论的期待,也没有推卸责任,所以赢得了大多数网友的谅解与信任,缓解了舆论压力,为管理主体进一步调查真相,从容应对争取了时间。

(二)分段结论策略

网络舆论危机的应对具有高度紧迫性,所以,当一个热点事件受到持续关注时,事件管理主体就有责任而且有必要迅速参与到舆论的互动中去,这既是及时回应舆论关切的需要,也是主导议程设置,缓解舆论危机的关键。一个事件的调查进展有时需要耗费较长时间,很难在短时间内就得出最终结论,在传统舆论空间中,管理主体往往可以有更充裕的时间等待调查结论出来以后再对舆论予以回应,但在网络舆论空间中人们对事件调查的追问随时都会发生,人们对知情权的维护愿望会更加强烈,并形成强大的舆论监督,这就促使管理主体有必要更频繁地发布调查信息,以满足舆论关注,进而主导议程设置,缓解舆论危机。如果放弃了这种交流,就会导致无端的猜测滋生,舆论危机加剧。所以,在网络舆论危机管理中,不断回应是必须的,但如何回应却是一种语用策略,可以称之为“分段结论策略”,其实施要领是:根据舆论诉求与调查情况,作出合适的阶段性结论。从会话合作角度看,该策略主要符合量准则与关系准则,因为提供的信息能够满足需要且符合舆论的期待,但同时也隐含着质准则的要求,即不要说自知是虚假的话和缺乏足够证据的话,因为随着调查的深入,管理主体就有责任用一系列合适的阶段性调查结论来回应舆论关切,这就要求这些结论既要能回应特定阶段的舆论诉求,又要符合事理逻辑,经得起推敲,否则这些回应就是不合适的,甚至是有害的。如在2009年的杭州“70码”飙车案中,杭州市公安部门于事发第二天在未经严肃调查的情况下,仅凭当事人胡某及同伴的陈述就通报认定案发时肇事车辆车速为“每小时70码左右”,这一通报明显不符合公安机关调查取证过程的常规,也不符合案发现场情况与目击者的描述,可以说是有袒护嫌疑的不负责任的通报。由于结论草率,这个通报引发了众多网民的强烈质疑,不

仅没有平息事态,反而催生了新的矛盾与危机,使管理主体自身与肇事者一起卷入网络舆论危机的漩涡。杭州市公安局的问题在于迫不及待地把本该在调查结束阶段才可下的结论过早抛出,在错误的阶段给案件作出了一个不合时宜的草率结论,尽管作出了积极回应,但违反了质准则,产生了虚假的会话信息,终致事与愿违,陷入舆论上的被动与尴尬。

(三) 意见领袖策略

一些基层政府将处置网上群体性事件的手段缺乏概括为“三个进不去”,即基层党组织进不去,思想政治工作进不去,公安、武警等国家强制力进不去。^[8]这比较生动地描述了目前网络舆论危机管理的困境。虽然管理难度很大,但面对网络舆论危机并非无计可施,因为网络舆论危机总是处于虚实结合状态,与虚拟和现实社会都保持着关联,这就为具有虚拟身份的管理人员进行虚拟世界管理提供了条件。如果这种具有虚拟身份的管理人员能在网络人际传播中为他人提供信息并施加影响,我们就可以称之为网络舆论意见领袖。意见领袖是网络舆论危机管理中可以借力的一股重要力量,他们既可以配合组织的管理行动,也可以在传统舆论管理方法无法奏效时登场,这就是网络舆论危机语用管理的意见领袖策略。表面上看,该策略与会话合作无关,但意见领袖是以隐身的组织代言人的身份参与舆论互动,满足了网民大众的信息需求,所以依然符合合作原则的关系准则与量准则。另外,在通常情况下,意见领袖地位的确立往往是个人努力的结果,这些被称为意见领袖的人一般具有较高的知名度和较强的信息获取、处理与传播能力,富有同情心和责任感,因而易于获得众多追随者的好感与信赖。如今一些影响力较大的网络论坛、博客等舆论载体上都活跃着一批意见领袖,他们在梳理网络信息,引导网络舆论方面发挥着重要作用。但这些意见领袖的影响力不一定就能为网络舆论危机管理所用,所以,为了有效发挥意见领袖的作用,就有必要培养一批管理人员成为专门服务于网络舆论管理的意见领袖。如有学者就曾建议建立专职的网络舆论管理、引导部门,组建一支政治素质过硬,精通网络文化,善于从网上捕捉倾向性、苗头性信息,具有敏锐的舆情收集分析意识和较高理论水平,并熟练掌握网络技术的网络舆论引导队伍,培养一批网络舆论意见领袖,建立起各论坛的权威言论中心。^[9]实际上意见领袖的影响范围不应局限于网络论坛,其范围还可以扩展到博客、微博等所有具有广泛影响力的网络舆论平台。当网络舆论危机出现而其他管理手段一时还难以发挥作用时,意见领袖的及时介入可以有效梳理杂乱无章的网上信息,并暂代组织答疑解惑,以缓解舆论饥渴,促进会话合作,引导舆论朝着理性、可控的方向发展,防止舆论的非理性极化。

(四) 话语支援策略

由于网络舆论危机应对的高度紧迫性,组织有时也会因为某种原因采取反驳、辩解等对抗方式进行应对,如针对由谣言攻击、栽赃嫁祸等引起的舆论危机,冷处理只会使谎言、谬论更加猖獗,偏见、误解继续加深,舆论压力不断增大,但

又不能让谣言得逞,于是只好采取对抗的姿态以应对当前紧迫事态。但使用对抗方式缓解危机时应注意两个问题:一是,抗击之中要找到议题的反对者,即自己的同盟。二是,抗击要做到有理有据。^[10]在这种情况下,寻求话语支援,构筑话语同盟就成了一个网络舆论危机管理的语用策略选项。该策略适用于直接的会话合作难以持续时,为了尽量避免正面冲突而采取的应急语用策略,因为第三方话语的介入有助于避免管理主体直接采取批评手段,从语用上说符合可以为合作原则提供补救的面子理论中的间接性策略,^[11]即采取暗含的手段威胁对方面子,以减少话语冲突。不过,可以为组织提供话语支援的第三方应具备公正性、权威性特征,因为只有具备这些特征的话语主体才具有居中发表公允论断的资格与能力。有良好社会形象的媒体、专家、专业机构均是符合上述要求的话语支援者。公正、客观是媒介道德的体现,有良知的媒体都有公正的社会形象。另外,媒体作为专业的信息沟通平台,掌握强大的话语权,因而具有权威性。专家一般是指对某一门学问有专门研究的人或擅长某项技术的人,^[12]权威性是其典型特征。说话负责任是社会对专家的道德要求,只知道名逐利,说话不负责任的就只能是丧失公正性的“砖家”,其权威性也会受到质疑。专业机构与专家一样,一般也具有公正、权威的社会形象。在虚拟的网络舆论空间,组织的权威被消解,话语权被削弱,以官方面孔出现的言论往往会受到严厉的审视与批判,当组织在网络舆论危机中依靠自身力量辩解无力时,就需寻求媒体、专家、专业机构的话语支援,有良好社会形象的媒体、专家、专业机构的适时介入,可以戳穿谎言与谬论,消除偏见与误解,有效引导网民大众理性思考,冲淡话语冲突,缓解舆论压力。如2010年11月新浪专门针对网络上的不实信息成立辟谣小组,24小时不间断查证,一年辟谣两百多个,对澄清网络谣言起到了很重要的作用。又如2012年6月11日,武汉市出现了能见度低于一千米的雾霾天气,网络上随即出现了青山区化工厂发生爆炸事故的传言,但仅数小时后,湖北省门户网站荆楚网就发布了辟谣信息,并借助各大网络平台广泛转发,随后又请来气象专家对事件进行进一步的澄清和科学解释,成功地平息了一场山雨欲来的谣言风暴。^[13]

(五) 适度示弱策略

一般来说,组织出现了网络舆论危机,意味着可能存在行为失当的地方。政府、企业等组织不可能不犯错误,问题的关键在于肯不肯认错,以及如何在舆论的质疑中纠偏。敢于承认错误并承担责任,是现代组织应对舆论质疑的常识回归。^[14]由于网络舆论危机应对的高度紧迫性,在明知有错的情况下,组织如果依然推卸责任,企图用敷衍了事、自欺欺人的调查蒙混过关,不但无法平息公众舆论,反而会激起更大的质疑声浪。在这种情况下,组织不妨放低姿态,放平心态,顺应民意,适度示弱,“以与公众妥协的方式,淡化或延缓议题发展”“以利益的小部分退让换取最终保全”,^[15]这就是网络舆论危机语用管理的适度示弱策略。该策略符合合作原则的质准则,即没有说自知是虚假的话和缺乏足够证据的话,显示出管理主体真诚认错的态度和勇于改错的决心,从而缓和话语冲突,促进会

话合作。道歉是适度示弱策略的一种重要方式,如2012年海南三亚海鲜店宰客事件中,三亚市新闻办官方微博曾称春节期间三亚宰客零投诉,这显然与已经遭到投诉的事实不符,立即引发了舆论的嘲讽与质疑,迫于舆论压力,官方不得不就自身的不当言辞向公众致歉,但随后又失言,在调查无果的情况下就声称要依法追究“恶意攻击三亚的人”,给人以仗势压人、防人之口的印象,由此激起了新一波的舆论批评,于是官方又进一步道歉,才最终挽回了一些颜面,可见,道歉示弱在这里功不可没。三亚官方对此番网络舆论危机的处理并不十分成功,主要是因为不断的语用失误部分抵消了道歉取得的积极语用效果,所以运用示弱策略时还应注意谨言慎行,以免劳而无功。此外,使用适度示弱策略还应把握顺应、迎合的“度”,要明白示弱的要义在于促进会话合作,在尽可能和谐的环境中消除危机,而不是牺牲原则、底限的绥靖。^[16] 丧失了 this “度”,许下空头承诺却无法兑现,最终会被舆论绑架,造成失信于民的后果。如在一些网络舆论危机事件中,管理主体为了平息事态,作出一些虚假承诺,但最后往往“雷声大,雨点小”,敷衍了事,严重透支可贵的公信力,造成极其不良的社会影响。

(六) 模糊表达策略

面临危机时,管理者常常寻求以果断、明确的方式作出反应,但在某些情况下,当情境本身还不够明朗,组织迫于媒体或利益相关者的压力,必须立即对当前事态作出解释与说明时,就需要采取一些策略性的模糊表达,^[17] 这样既可以应对当前沟通,也可以避免因仓促播报而失信于民。网络舆论危机具有深度不确定性的特点,所以,在情况还不够明朗时模糊表达策略在网络舆论危机管理中可以发挥独特作用。从语用上说,模糊表达策略符合合作原则的量准则、质准则和关联准则,因为这种表达提供的信息能够满足当前情境的需要,没有说虚假的话和缺乏足够证据的话,而且与当前的话题有关,但它违反了方式准则,因为方式准则要求避免模糊,所以模糊表达可以视为一种特定情境下的特殊话语合作。为了告知公众这是一种与当前不确定情境相匹配的模糊性表达,管理主体可为其添加一些相应的话语标记,如“据目前掌握的信息”“从当前的情况来看”“大家知道,具体原因还需等待权威机构的鉴定结果”之类。同时,为了减少听话方的不满,还可以加上“一有最新消息将第一时间告知”之类补救性话语标记,以保持会话目标的一致,增强会话合作度。如2014年的南京护士遭官员夫妇殴打事件中,网传护士被打瘫痪,南京市玄武区公安分局在未经验证的情况下就急忙否定了护士瘫痪的传言,当护士后来被确诊为瘫痪时,玄武分局随即陷入舆论被动,公信力也因之受损。如果玄武分局在情况未明时不把话说死,而是采用模糊表达策略,如告知公众“就目前的情况来看,还无法确认护士是否瘫痪,待确诊以后一定及时公告”,也许就不会陷入自掘的舆论陷阱。又如前举“城管练摊”事件中,在情况并未查明之前,为了及时回应舆论质疑,当事城管局采取了模糊表达策略,表示会尽快查明情况,也会在第一时间向网友公布调查处理结果。在调查尚未跟进,又必须尽快作答的情况下,模糊性表达为洪山区城管局赢得了网

民大众的信任与从容回应的空间。

危机沟通是管理沟通乃至整个管理活动中最具有挑战性的工作,成功的危机沟通过程往往也一波三折,风险性和艺术性都很强,^[18]需讲究策略。沟通与语用关系密切,因而语用策略是危机管理策略中举足轻重的组成部分。网络舆论危机管理有别于传统危机管理,既要从传统危机管理方法中学习经验,也要根据新情况、新要求有所创新和发展。

注释:

[1]参见百度百科“策略”词条,http://baike.baidu.com/link?url=dQ7KXZ3nHteikRKqervaiKYEecKknR7wM_baP6Tvju3Ud2l46M9Z3f4-X98qGU350FZeTtidH0rxfecy0z5Qok2d8_DICJMyWi0IU7J8sSdy。

[2]刘庆中:《浅析政府网络舆论危机》,《改革与开放》2009年第12期,第35-37页。

[3]刘小刚:《网络舆论危机及其应对》,《理论探索》2011年第5期,第110-113页。

[4]张宁:《应对不确定性危机传播管理的博弈与创新》,《上海管理科学》2011年第1期,第94-99页。

[5][18]吴启宏:《论危机管理和危机沟通》,《现代管理科学》2004年第7期,第33-35页。

[6][14]谭和义:《政府网络舆论危机的应对策略》,《社会科学论坛》2012年第11期,第234-237页。

[7]合作原则由美国语言哲学家格赖斯提出,指为了交谈的顺利进行,交际双方应彼此配合,从而能正确理解对方的话语。合作原则又包括四个准则:(1)量准则:提供的信息能够满足需要,但又不多于需要;(2)质准则:不要说自知是虚假的话和缺乏足够证据的话;(3)关系准则:所说的话必须和话题有关;(4)方式准则:说话要简洁、有条理,避免模糊、歧义。对合作原则的把握主要通过这四个准则实现。但在实际言语交际中,人们并非总是遵守“合作原则”,出于某种需要,人们会故意违反合作原则某准则,从而迫使另一方推导出“特殊会话含义”。也就是说,在言语交际中人们会根据需要不断做着顺应与违反合作原则的事情。参见何自然、冉永平主编:《语用学概论》,湖南教育出版社,2002年,第107-108、125页。

[8][10][15]申琦:《论网络群体性事件中的公共议题管理》,《现代传播》2010年第10期,第52-56页。

[9]袁利民:《网络舆论危机的分析把握与管理引导研究》,《思想理论教育》2006年第11期,第15-18页。

[11]布朗和列文森提出的“面子理论”是一种用于论述和诠释礼貌现象的人际关系理论,并关注如何运用语言形式表示不同的社交关系,对言语行为的研究有重要影响。在现实交际中,人们总是实施着维护或威胁面子的言行,理想的情况是每个人都要顾忌他人的面子需求,不威胁他人的面子。当必须执行威胁面子的行为时,就必须考虑对方的面子,并采用适当的礼貌策略,以减轻某些交际行为给面子带来的威胁。间接性策略是指,当严重威胁对方面子时,说话人会采取暗含的手段,给对方留有余地。参见何自然、冉永平主编:《语用学概论》,湖南教育出版社,2002年,第150-151页。

[12]中国社会科学院语言研究所词典编辑室:《现代汉语词典(第6版)》,北京:商务印书馆,2012年,第1708页。

[13]李蔚春:《应对网络谣言,政府部门不能太“娇羞”》,人民网—中国共产党新闻网,2014-10-16,<http://cpc.people.com.cn/pinglun/n/2014/1016/c241220-25850087.html>。

[16]胡百精:《危机状态下的议题管理》,《国际新闻界》2006年第3期,第31-35页。

[17]陈世瑞:《公共危机管理中的沟通研究》,上海:华东师范大学,2009年,第178页。

[责任编辑:钟和]