

创造发展变化的空间

CHUANGZAOFAZHANBIANHUADEKONGJIAN

—— 区域发展传播动力机制论

—— QUYUFAZHANCHUANBODONGLIJIZHILUN

仇学英 赵宇飞 著

中国传媒大学出版社

创造发展变化的空间

——区域发展传播动力机制论

仇学英 赵宇飞 著

中国传媒大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

创造发展变化的空间：区域发展传播动力机制论/仇学英，赵宇飞著．—北京：中国传媒大学出版社，2006.11

ISBN 7-81085-842-4

I. 创… II. ①仇… ②赵… III. 大众传播—研究 IV. G206.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 116686 号

创造发展变化的空间——区域发展传播动力机制论

作 者：仇学英 赵宇飞

责任编辑：欧丽娜

责任印制：曹 辉

封面制作：钟雪亮

出 版 人：蔡 翔

出版发行：中国传媒大学出版社（原北京广播学院出版社）

社 址：北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编：100024

电 话：65450532 或 65450528 传真：010-65779405

网 址：<http://www.cucp.com.cn>

经 销：新华书店总店北京发行所

印 刷：北京中科印刷有限公司

开 本：730×988 毫米 1/16

印 张：14

版 次：2007 年 2 月第 1 版 2007 年 2 月第 1 次印刷

ISBN 7-81085-842-4/K·842

定价：28.00 元

版权所有

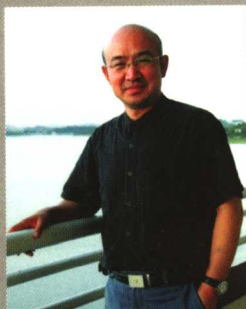
翻印必究

印装错误

负责调换



仇学英，贵州大学新闻学教授，贵州大学大众传播与民族区域社会发展研究中心主任，硕士生导师。研究方向为：经济新闻传播、群众文化传播、大众媒介传播与社会发展。多次承担省级和国家级哲学社会科学规划研究项目，发表、出版过 100 余万字的理论作品，四次获得教育部及贵州省哲学社会科学（论文、论著）优秀成果奖。代表性作品有《热点经济新闻采访技巧》、《西部农村经济发展与大众媒介农村传播系统的“超常规革命”》、《贵州省农村大众媒介传播与区域现代化进程》、《农民文化素质与文化需求探析》等。



赵宇飞，《当代贵州》杂志社社长，贵州省新闻学会副会长。



传媒学术前沿系列丛书

- 社会性别与媒介传播
- 广告即战略
- 内容产业论
- 媒介素养
- 农业传播学
- 电视纪实论
- 声音传播
- 全球化与中国国家电视安全
- 中国电视业资本运营系统分析
- 创造发展变化的空间
——区域发展传播动力机制论

自 序

当通讯卫星加速地将信息向地球发散开来致使地球“缩小”之际，所有社会科学家的目光都纷纷从所熟悉的环境移向很远、很远的地方，跨文化的研究于是便盛行起来了，传播学走进了我们之中。西方学界这方面的成果相当丰盛。经过多年的辛勤劳作，国内的传播学研究也开始兴盛起来，犹如百花园里星罗棋布的花朵，姹紫嫣红，煞是娇艳可人！

对传播学的“舶来品”，笔者老老实实如小学生般地吸纳，至今虽未能悟彻，但顿悟的感觉还是常有的。顿悟之余，往往情不自禁地将视野收回身边生存的环境。确实，传播不但在国际、在人际，在国内社会、在区域亦是如此重要。可以说，现实生活中，传播支配了一切。可身处边远贫困地区，传播的现实与西式理论的迥然，正所谓文化的差异。如何站在巨人的肩膀上来探索符合处身之地的传播，善用传播、升华衣胞之地的文化？于是，笔者就开始了这条艰辛的漫长之旅。

造成贫困的原因是多方面的，但改变不了贫困命运深层次的因素却是文化，是文化中的观念。无论人类社会如何进步及变化，有一点永远不会变，那就是人类的活动必然会受到某些观念的支配，进而左右他们的命运。把进步的观念撒播，深植人心，是一个知识分子面对历史最积极的作为。现代社会，不同文化之间的交流更为广泛和频繁，正因为如此，人的需求也就更多、更强烈。但当我们面对不同文化的人及大众媒体所带来的包含各种各样文化的信息时，我们是否觉察到这种接触的含义与影响呢？我们真正了解对方，而对方又真正了解我们吗？问题发生在哪里？要怎样做，才能避免重演过去的错误与悲剧？

本书是笔者学术人生长途跋涉心血记录中的一部分，它应该是一本“用传播理论去认识区域社会发展传播实践”的书。笔者自从参加工作起，就与贫困地区农村的电子传播、文化传播打交道，以后工作虽不断有改变，但研究的根却深植于这块土壤，“衣带渐宽终不悔，为伊消得人憔悴”。

这本书源自于贵州省长资金的一个研究项目，而这个研究项目的申报又源自于原贵州《党建交流》杂志社社长赵宇飞亲自组织的一次交叉学科学者对一个边远乡村发生

巨大变化的典型实例调查。这次实例调查启动了笔者多年来对“大众传播与农村社会发展研究”的心愿。后来,赵宇飞担任了《当代贵州》杂志社社长,他不仅一如既往地支持课题组的研究,帮助解决调查中遇到的种种难题,而且还认真参与项目研究的讨论,并眼光睿智、思维敏捷、见解独到地提出自己的观点。双方的合作,对本书的写作大有裨益。

这本书的主旨,上篇是对“大众媒介在区域范围公共空间发展传播的观念和大众媒介发展传播的动力机制与区域社会发展的关系”的理性认识;下篇是“中国区域社会发展传播的实例研究”。这是一个省长项目成果,此成果已通过国内新闻传播学科专家组的鉴定。

这本书的写作,吸收了我国传播学、社会学、发展学、经济学、政治学、文化学等多学科专家研究成果的营养,对此表示诚挚的感谢和由衷的敬意!另外,特别要感谢的是,中国新闻传播学科德高望重的何梓华先生、童兵先生、张国良先生、邵培仁先生等专家学者对此项研究的鼓励与支持,感谢贵州省对课题调查研究提供各种帮助和支持的领导、同仁、朋友和学生,没有你们的指导、帮助和鼓励,这本书也很难完稿。此书只要能引起社会相关人士关注这方面的问题,写作的目的也就达到了大半;如果能让人进一步去想一想地区社会的“传播”何以失败或成功,就是此书的最大收获。

仇学英

2006年5月16日

目 录

自 序	/ 1
上篇 中国区域性发展传播的观念与动力机制	
第一章 发展传播的概念	/ 2
一、发展传播的研究范畴	/ 2
二、世界发展传播理论的历史回顾	/ 4
三、对西方“现代性”视野中发展传播观的解析	/ 13
第二章 中国区域性发展传播的观念	/ 18
一、国际主流最新发展观	/ 18
二、中国:科学发展观弥补与世界发展观的差距	/ 19
三、中国区域性发展传播的视野	/ 24
四、有效传播——区域性发展重要的影响因素	/ 33
第三章 中国区域性发展传播的动力机制结构	/ 39
一、中国区域社会大众媒介发展传播生态力层面	/ 40
二、中国区域社会大众媒介发展传播经济力层面	/ 43
三、中国区域社会大众媒介发展传播政治力层面	/ 47
四、中国区域社会大众媒介发展传播文化力层面	/ 50

下篇 创造发展变化的空间 ——中国区域发展传播实例研究

第四章 研究视野	/ 60
一、研究意义、角度、方法简介	/ 61
二、项目研究成果创新点简述	/ 68
第五章 贵州省农村体制变化与农民政治参与和大众媒介信息传播调查	
——调查区域(面与点)资料研究分析之一	/ 70
一、贵州省调查点民众传播行为与个人基本资料和政治参与型态关联性研究模式	/ 70
二、贵阳市农村体制变化与农民政治参与和大众媒介信息传播调查分析	/ 77
三、贵州省调查点民众政治态度与个人基本资料和传播行为影响的分析结论	/ 86
第六章 贵州省农村建设小康社会与大众媒介发展传播和农民政治观念、政治心理变化	
——调查区域(面与点)资料研究分析之二	/ 92
一、农民的政治心理变化与政治参与	/ 92
二、影响农民政治心理的几个因素	/ 94
第七章 有效传播促进乡村现代化民主进程的典型实例	/ 98
一、色绿村——有效传播促进乡村社会现代化民主进程的分析框架之一	/ 98
二、海庄村——有效传播促进乡村社会现代化民主进程的分析框架之二	/ 106
三、色绿村与海庄村——“有效传播促进乡村社会现代化民主进程比较分析框架”的研究结论	/ 112
第八章 贵阳市乌当区“科技传播促进乡村社会现代化民主进程”的典型实例研究	/ 118
一、乌当区农村民众传播行为与政治参与和现代化程度调查分析	/ 118
二、乌当区农村科技传播引导农民政治参与的有效途径	/ 132
第九章 贵州省大众媒介农村发展传播有效性现状研究	/ 136
一、研究目的与研究设计	/ 136
二、贵州省公共领域重要消息来源分析	/ 138
三、贵州省大众媒介舆论监督信息传播网络分析	/ 142

第十章 贵州省大众媒介发展传播与农村区域现代化进程积极互动研究	/ 149
一、以整合传播思维来创造发展变化的公共空间	/ 149
二、在农村基层干部的培训教育中增加媒介素质教育的培训内容	/ 153
三、把大众传播技术融入村级民主治理新机制,实现当代农村治理结构的新发展	/ 153
第十一章 贵州省大众媒介传播系统提升核心竞争力研究	/ 157
一、大众媒介传播系统提升政府开放型公共形象与有效舆论监督机制的形成	/ 157
二、大众媒介传播系统理性感受与促进农村社会阶层的小康之变	/ 162
附录 1:国内传播学界专家对下篇(项目成果)的鉴定意见	/ 175
附录 2:项目研究已发表的论文	/ 178

上 篇

中国区域性发展传播的观念与动力机制

第一章 发展传播的概念

同一个地球上为什么有些国家穷,而有些国家富?一个国家内为什么有些地区社会发展快,而有些地区社会发展慢?这个与经济学一样古老的问题,令许多社会科学家对此努力地探索,孜孜以求。他们分别在不同的领域作了深刻的研究与探讨,于是,在不同历史时期产生了不同的发展理论。发展理论是需要传播的,而传播便成了社会发展的生产性要素。这个要素在现代社会已成为社会组织形式和文化模式的决定性要素。20世纪80年代,邓小平在接见外宾谈到中国的现代化发展战略时,就谈到发展信息传播事业的重要性。此后,中国的信息传播产业在改革开放后的二十几年里,便成为世界上拥有最大客户群的电信传播网,与此同时,互联网的上网人数位居全球第二。也就是说,中国在可能成为世界上最大的学习型社会的同时,也有可能成为世界上最大的信息社会,也就是传播频率最高的社会。由此可看出发展传播领域研究的现实性意义。

一、发展传播的研究范畴

和平与发展是世界上人们共同关注的两大问题。一般来说,和平问题主要指东西方问题,而发展问题主要指南北方问题。而今,东西方的冷战已基本结束,发展问题就成了全球最重要的问题。所谓南北差距,也就是指经济落后的发展中国家同发达国家之间的差距。发展的道路是不平坦的。在世界现代化进程中,只有少数国家成功地跨入了发达国家的行列;对大多数国家来说,却并非易事。中国经过二十多年的改革开放,作为一个大国正在和平崛起,引起了国际社会的普遍关注与重视。面对21世纪经济全球化的挑战,中国能否在世界民族之林占据它应有的地位?这是全世界关心的问题,也是每一个有责任感的中国人关心的问题。中国必须在21世纪有更大的发展,中国各地区更必须在21世纪有更大的发展。于是,作为中国区域性社会发展生产性要素的“发展传播”的研究便成了这本书的作者所要认真探讨的问题。

“区域”这个词,宏观的可用于全球的某些地区;中观的可用于一个国家的某些地区;微观的可用于国家的某个省的某个地区。本课题研究的对象是中观和微观层次的

区域性发展传播问题。区域虽然有宏观、中观和微观之分,但在信息全球化社会,经济全球化的发展状况决不可能使任何一个中观或微观区域闭关自守地谈发展和发展传播,因为这些区域的发展总是与全球各个地区和国家的发展息息相关的,其发展传播的观念在总的方向上也往往因依附而一脉相承。所以,了解中观和微观区域发展传播的概念也必须从世界发展传播理论的起点开始。

(一)发展的涵义

发展是硬道理。要发展,就必须在理论上对发展问题有一个清楚的认识。“发展”究竟是什么?从字面意义来理解,“发展”是指事物由小到大,由简单到复杂,由低级到高级的变化。长期以来,发展被看作是进步与增长的同义词,不过,社会学界更多注意的是社会生活的进步,而经济学界更多注意的是经济的增长。第二次世界大战后,发展问题受到了许多学者的注意,并逐渐形成了一个跨学科的“发展研究”领域。发展研究最早是建立在发展经济学的基础上的。许多新独立的西方国家都认为,发展就是按照资本主义工业化或社会主义工业化的模式达到不同阶段的经济增长目标。在西方发达国家,“发展”一词,常被视为“成长”或“现代化”的同义语(Berger, 1974; Eisenstadt, 1970),只是发展通常具有较强烈的价值判断意味。此一源于西方世界的典范,按一般说法,就是现代化。^①应该说,“发展”这个词的概念所指向的、所关注的目标对象不是“任何事物、任何现象、任何系统”,而仅仅是指人为的事物、社会现象和社会系统;发展不是指与任何目标、任何价值无关的“一切变化”,而仅仅是指与人的目标、人的价值有关的那种“变化”。

(二)传播的涵义

“传播”这个词是西方的舶来语,西文拼写是“Communication”。在希腊文中,这个词源于两个词根,其中,“Cum”是指与别人建立一种关系,“Munus”意味着产品、作品、功能、服务、利益等,于是,希腊文对“传播”的译意就成为共享、共有。古罗马政论家西塞罗(Cicero)把“传播”定义为把握一件事情或者与别人建立一种关系。这样,拉丁语中“传播”的意思就是沟通与参与。后来,“传播”这个词的英文译义就泛指人类信息交流的关系和活动,它的涵义有三个要点:信息的传递、双向的交流、信息的共享。“传播是一切社会交往的实质。只要在人们之间产生关系,只要传播活动中采取一定的技术形式和表现手段,只要有传播效果,只要存在决定传播价值导向的传播制度,就在很大

^① 引自陈士敏:《大众传播与社会变迁》,三民书局,1983年版,第13页。

程度上决定了使人们之间的社会关系更为密切和复杂的可能性。在整个人类历史中,人类一直在改进对于周围事物的信息的接受能力、速度、清晰度和便利性,不断更新信息传播的技术和方法论的思考,使传播成为社会发展的生产性要素。正是在这种意义上,我们可以说信息传播技术是社会组织形式和文化模式的决定性因素。也就是说,信息传播的技术网络成为一个社会发展型态的神经系统。”^①

(三)“发展传播”的理论范畴

人类社会发展史既是文化创造的历史,也是传播媒介的创造史和传播关系的发展史,传播与发展是存在于人类历史进程中的一对恒久关系范畴。要发展,就必然离不开传播;发展决定传播,传播推动发展;传播不仅是在发展目标指导下的社会组织形式和文化模式的决定性要素,传播拓展创新发展意义和价值的、牵动社会发展的神经系统。“传播确可视为一种过程。过程就是一系列的活动及运行,永远向着一个特定的目标在行动。传播不是一个被时间或空间所固定的静止的实体。传播是一个恒动的过程,用以运送意义,传递社会的价值,并分享经验。”^②这里,我们所研究的“发展传播”的理论范畴,主要是指大众媒介组织传播的范畴:大众媒介组织在对国家或地区的发展政策上有清醒的认识和理解,对科学的发展理论有一个比较清醒的认识和理解,进而在对国家社会发展的目标有全面、深刻而正确的认识与理解的前提下,如何充分运用科学的传播观念,去指挥调动大众媒介传播这个社会发展型态的神经系统,积极地推动国家或地区社会、经济、文化的平衡,和谐与进步,为人的目标、人的价值的“变化”创造良好的交流沟通环境,推动人的全面发展。

二、世界发展传播理论的历史回顾

(一)现代化理论的产生

二次世界大战后,获得了独立和解放的发展中国家,急需改变自己经济上贫穷落后的状况,缩短和消除与发达国家之间的差距。这时,西方的许多学者和政治家纷纷为这些国家的发展问题提出各种建议和方案,发表各种理论与观点,现代化理论就在这种背景下产生了。

^① 陈卫星:《传播学是什么——传播的观念导论》,《新闻与传播》,2004年第4期,第4页。

^② 王洪钧:《大众传播与现代社会》,正中书局,1983年版,第65页。

1951年6月,美国社会科学研究会经济增长委员会的学术刊物《文化变迁》杂志编辑部在芝加哥大学举行学术会议,与会者感到使用“现代化”一词来说明从农业社会向工业社会的转变是比较合适的,“现代化”这个术语从此开始被学者们广泛使用。1958年丹尼尔·莱勒发表《传统社会的消逝》一书,提出了两种相互对立的社会系统:一种是传统社会;一种是现代社会。“现代化”则是从传统社会向现代社会转变的过程。发展中国家通过这样的社会变化获得了比较发达的现代工业社会的共同特征。“现代化”一词,西方学者罗吉斯(Rogers,1969)、德区(Deutch,1961)、伦纳(Lerner,1974)、芮斯曼(Riesman,1950)、卡尔(Kahl,1966)认为从个人的层次来看,“现代化”就是个人脱离传统生活方式,逐渐具有现代性的过程。从制度或社会系统来看,华特(Ward and Rustow)认为,“现代化”是指长期的文化和社会变迁,能为社会成员所接受,而且视之为有益的、不可避免的、可欲的。爱森斯德(Esenstadt,1966,1970)则宣称“现代化是引起诸多社会抗议的一种持续社会变迁过程”,是一种“社会演化”。综合以上种种观点,除去对“现代化”价值判断部分,现代化就是文化的和社会的变迁。^① 1960年国际第一次系统地讨论现代化的学术会议在日本箱根举行。会议提出现代化社会所具有的八项一般特征:1. 人口高度集中于城市,整个社会日益以城市为中心组织起来;2. 使用非生命能源的程度比较高,商品广泛流通和服务设施发达;3. 社会成员大范围的相互交流以及这些成员对经济和政治事务的广泛参与;4. 村社和世袭性集团的普遍瓦解,导致个人有更大的社会流动性和更加多样化的个人活动领域;5. 文化知识的广泛普及,个人对环境越来越采取世俗化和科学化的态度;6. 具有广泛渗透性的大众交流网络;7. 政府、商业、工业等大规模社会机构的存在以及这些机构中日益增多的多层化组织;8. 大量人口在(国家)单一控制之下不断趋向统一,各国之间(国际关系)的相互影响日益增长。^② 罗荣渠认为,现代化广义指人类社会从工业革命以来所经历的一场急剧变革,这一变革以工业化为推动力,导致传统的农业社会向现代工业社会的全球性大转变。它使工业主义渗透到政治、文化、思想各个领域,引起深刻的相应变化。狭义指落后国家采取高效率的途径(其中包括可利用的传统因素),通过有计划的经济技术改造和学习世界先进,带动广泛的社会改革,以迅速赶上先进工业国家和适应现代世界环境的发展过程。^③

此后,各领域的社会科学家为建立和发展现代化理论付出了艰苦的劳动,形成了一股很有影响的学术思潮,这些以传统社会向现代化社会转变为线索来探讨社会变化的理论统称为现代化理论。

① 引自陈士敏:《大众传播与社会变迁》,三民书局,1983年版,第16页。

② [美]布莱克:《比较现代化》,上海译文出版社,1996年版,第216页。

③ 罗荣渠:《现代化新论》,北京大学出版社,1996年版,第17页。

现代化理论的基本框架是将历史的发展简约为两种社会类型:传统社会与现代社会,并认为从传统社会向现代社会的转变是一个全球性的、系统的渐进变迁过程,一个不可逆转的进步进程,它包括工业化、城市化、经济市场化、政治民主化、文化世俗化和社会理性化等。

发展中国家正处于从传统社会向现代社会过渡的过程之中,由于现代化选择是从外部强加于传统社会的,而不是传统社会自然而然的发展和延续,因此它的社会结构产生了剧烈的变化和断裂。现代化的城市与落后的农村同时存在,电气化的大工厂与原始的刀耕火种并行,富人与穷人生活的天壤之别,民主与专制、文明与愚昧奇妙的混合,形成一幅光怪陆离的社会画面。这种政治、经济、文化方面社会结构的断裂和分化,被称为社会的二元化结构,即指发展中国家社会结构的二元化。它包括以自给自足的农业为主的传统经济部门与采用先进技术的现代经济部门的对立;发达地区与落后地区的对立;新旧价值观念的对立;现代文明与传统风俗习惯的对立;民主与专制的对立;人治与法制的对立,等等。

西方工业革命之后,新闻传播作为现代性的合理性实践的一部分,逐渐植根于人们普遍的物质交往与精神交往的需要之中,并对社会文化的发展产生着越来越重要的影响,传播媒介已被人们视为社会变迁的工具,“现代性”这个词也常伴随着发展传播的理论频频出现。

“二战”后的国际社会,经济发展成为当务之急,追求经济成长俨然成为许多国家的共同目标。但经济成长有赖于社会条件配合,大众传播媒介便是其一。1958年,联合国大会呼吁各国重视报纸、广播、电影、电视等工具促进经济和社会发展的的重要性,1962年才委托施拉姆作研究。在联合国教科文组织(UNESCO)的鼓吹下,西方新兴国家纷纷大力发展大众传播媒介,特别是电子传播媒介,期望它能促进国家发展。就在这样的背景下,传播学始祖施拉姆(Schramm,1964)出版了《大众媒介与国家发展》一书。联合国教科文组织在这本书的出版前言中,充分表达了当时各国对大众传播媒介的殷切期望:“施拉姆在本书中检视了大众媒介促进国家发展的角色——咸盼他的研究能有助于学术界了解此一殊少研讨的题目,并有助于发展中国家实际运用这些知识,为民众谋求福祉。”(Schramm,1964,viii)^①

20世纪60年代中期,有关大众传播与国家发展的理论还有伦纳(Lerner,1958)的《传统社会的消失》、白鲁恂(Pye,1963)编著的《传播与政治发展》、罗氏(Rao,1966)的《传播与发展》、贝罗(Berlo,1968)编著的《大众传播与国家发展》、罗吉斯(Rogers,1969)的《农民的现代化》等著作。这段时间的发展传播理论认为媒介在国家发展中的角色应该包括三项内容:“一、媒介可以提供有关国家发展的‘资讯’;二、媒介的报道和

^① [美]威尔伯·施拉姆著,游梓翔、吴韵仪译:《人类传播史》,台湾远流出版公司,1994年版,第480页。

回馈功能,使民众有机会参与‘决策过程’;三、媒介能教导‘必需的技术’。”^①

这些学者的理论只是单一的认知大众媒介在促进传统社会向现代社会变迁中的作用,构想西方现代化经验单方面地向发展中国家移植,而忽略了发达国家与发展中国家的权利关系、文化结构,结果没有发挥传播理论预期的发展功能。发展中国家的传媒受制于发达国家媒体利益的强大压力,不仅在国际范围内丧失了话语权,而且使本国社会、文化发展的影响力也受制于西方强势媒体。

(二) 依附理论及世界体系理论

20 世纪 70 年代,一些西方学者和拉丁美洲学者开始以批判的眼光来审视发展的问题,提出了诠释国家权利关系的“依附理论”。著名代表人物有德国的安德烈·冈德·弗兰克、巴西的西奥托尼奥·多斯·桑托斯、埃及的萨米尔·阿明等。这个理论的思维逻辑是:市场关系的不平等导致不平等交换,不平等交换导致不平等发展;经济高度发展的资本主义国家是“中心”,经济不发达的第三世界国家是“边缘”。世界经济结构就是“中心⇒边缘”的依附关系。所谓的“中心”和“外围”,是指国际政治经济体系的一种格局,拥有先进技术的工业化国家是“中心”,而以原料和初级产品的生产和输出为主、同发达资本主义国家发生联系的第三世界国家则是“外围”。由于“中心”和“外围”之间的不平等关系,“外围”受到“中心”的剥削,按照“中心”的需要组织生产,并在一定程度上依附于“中心”。

理论认为,“中心”国家勾结“边缘”国家的资产阶级为同谋,从“边缘”榨取经济利润,掠夺原料,进一步垄断资本与市场,进而使国际间的贫富差距不断扩大;而第三世界国家在工业化的进程中,受制于发达国家的资金与技术,形成“边缘”对“中心”的依附关系。

发展经济学家则进一步深入研究了现代化程度不同的国家之间的相互影响,指出发达国家对发展中国家不仅有积极的促进作用,而且还有阻碍他们发展的消极作用,这就是传播效应与回波效应。

发达地区对落后地区产品需求的增加和技术知识的普及,使落后地区的发展速度加快,同发达地区的差距逐渐缩小,这种发达地区对落后地区的扩展和同化被称为“传播”效应。诺贝尔经济学奖获得者阿瑟·刘易斯认为,发展中国家对发达国家的依赖,是现存国际经济关系的特征。他把核心国(中心)的工业生产增长看作外围国(边缘)经济发展的发动机,认为是核心国的发展带动了外围国的发展。现代化程度较高的国家通过技术、知识、文化等方面的扩散,推动现代化程度较低的国家向前发展。他认为,由

^① 伦纳·罗吉斯等:《现代国外经济学文选》(第八辑),商务印书馆,1984 年版,第 32 页。