

全媒体时代新闻传播学系列教材

# 传播学引论

(第三版)

李彬 著



*Introduction to  
Communication Theories*



高等教育出版社  
HIGHER EDUCATION PRESS

全媒体时代新闻传播学系列教材

# 传播学引论

Chuanboxue Yinlun

(第三版)

李 彬 著



高等教育出版社·北京  
HIGHER EDUCATION PRESS BEIJING

## 内容简介

本书第一版与第二版已经畅销二十年,第三版又在大幅度修订的基础上进一步完善,以古今中外的丰富案例和引人入胜的娓娓笔调,系统讲解传播学的历史沿革、学术思想、经典研究,并融会中国视角与中国风格,取精用弘,深入浅出,是一本不可多得的权威著作。

本书既可作为新闻传播学及相关人文社会学科本科生、研究生的教材,也可作为传播学及相关领域研究者的参考书,还可作为新闻传播、广播影视、广告、公关、网络等从业人员提高理论素养、开展专业培训的通用读本。

## 图书在版编目(CIP)数据

传播学引论 / 李彬著. — 新1版. — 北京: 高等教育出版社, 2013. 4  
ISBN 978-7-04-020336-3

I. ①传… II. ①李… III. ①传播学-高等学校-教材 IV. ①G206

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第079399号

策划编辑 武黎 责任编辑 王友富 封面设计 杨立新 版式设计 于婕  
插图绘制 杜晓丹 责任校对 刁丽丽 责任印制 韩刚

出版发行	高等教育出版社	咨询电话	400-810-0598
社址	北京市西城区德外大街4号	网址	<a href="http://www.hep.edu.cn">http://www.hep.edu.cn</a>
邮政编码	100120		<a href="http://www.hep.com.cn">http://www.hep.com.cn</a>
印刷	保定市中国画美凯印刷有限公司	网上订购	<a href="http://www.landrace.com">http://www.landrace.com</a>
开本	787 mm×960 mm 1/16		<a href="http://www.landrace.com.cn">http://www.landrace.com.cn</a>
印张	25.75	版次	2013年4月第1版
字数	480千字	印次	2013年4月第1次印刷
购书热线	010-58581118	定价	37.50元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换

版权所有 侵权必究

物料号 20336-00

# 第一版序

项德生

经过十余年的交流、消化和创造，传播学作为一门独立的学科，已被我国新闻界所接受，被我国民族文化所认同了。

只要是揭示某类事物深层本质和某种领域基本规律的学问，哪怕一开始还显粗糙，哪怕刚一诞生难免带有某种东方文化或西方文化的独特色彩，但它终究要日渐精细，一步步跨越国界，被世界各民族所共享。产生于西方的传播学，是有它的科学内涵的，无论是它贯穿的科学方法论，还是它所供奉的众多科学结论，都有很强的普适性。大家都承认，信息论是通行于世界的地地道道的科学了，而信息论的奠基作——《通信的数学理论》，在传播学里被称为《传播的数学理论》，也被尊为传播学的奠基之作。仅这一点便可说明，传播学的历史起点和逻辑起点，与现代科学是相近相像的。当然，“舶来品”是需要介绍才有销路的，传播学需要经由中国人的研究和宣传，才能真正“拿过来”为我所用。十余年间，国内已形成虽不算浩大但却初具规模的传播学研究队伍和教学队伍，涌现出一批虽非壮观但也可观的研究成果。这支队伍是年轻有为的队伍，李彬同志不愧是其中的一员；这些成果堪称开拓性的著述，李彬的《传播学引论》，是问世较晚却饶有特色的一部。

毋庸讳言，传播学因为并非纯粹的自然科学，总是带有某种意识形态色彩，美国的传统学派如此，欧洲的批判学派也不例外。这就注定了，西方传播学在世界观和方法论上，在诸多研究结论中，总有其不尽科学的成分，总会有与马克思主义精神实质相逆反的内容。这是不足为奇的现象，不能成为把传播学视为“资产阶级货色”而弃之门外的理由。但是，在研究和介绍的过程中，坚持马克思主义的指导方针，坚持辩证唯物主义和历史唯物主义的方法论原则，坚持对传播学已有成果全面而具体的分析，坚持立足于本国国情的消化和创新，都是必不

可少的。“述而不作”，照搬照抄，是不可取的。李彬同志的《传播学引论》，的确是创造性的研究成果。在成书之前，其中的一些章节作为论文发表在期刊上，受到学术界的重视，一再被转载摘登。可以说，《传播学引论》是一部信息密度很大的著作，其中不乏独创性见解，行文中又常常妙语连珠。人们常说，“文如其人”并非普遍性法则，但在李彬“文”“人”相符得没有什么折扣了。思路开放而又严谨，思维敏捷而又准确，表达流畅而又简洁，写作与讲课都没有什么多余的话，这是听过他的课和读过他的文章的人的共同感受。这样的思维特征，使他在科学研究中稳健深沉，受益匪浅。

传播学还是一门非常年轻的学科，传到中国才刚过十年，我们对它的研究——包括李彬所做的努力，都仅仅是一个起端，不尽如人意之处在所难免。在本世纪末至下世纪初，传播学在我国可望有个大的发展，像李彬他们这批跨世纪的人才，是有用武之地，可以大有作为的，现有的不足一定会在不久的将来健全起来。

1993年6月于郑州大学

# 目 录

导言 .....	1
----------	---

## 第一讲 概 论

<b>第一章 传播学的孕育</b> .....	31
第一节 传播及传播学 .....	31
第二节 催生传播学的外部条件 .....	37
第三节 孕育传播学的内在机制 .....	39
一、行为科学 .....	39
二、信息科学 .....	40
三、新闻学 .....	44
第四节 “四大先驱” .....	45
一、政治学家拉斯韦尔 .....	45
二、心理学家卢因 .....	49
三、社会学家拉扎斯菲尔德 .....	54
四、社会心理学家霍夫兰 .....	57
<b>第二章 传播学的创立</b> .....	61
第一节 施拉姆:传播学科集大成 .....	61
第二节 危机与转机 .....	67
第三节 两大学派 .....	72
第四节 自西徂东 .....	74
一、第一代 .....	75
二、第二代 .....	76
三、第三代 .....	78
四、反思与突破 .....	81

## 第二讲 人际传播

<b>第三章 符号——人类传播的基因</b> .....	85
<b>第一节 语言符号</b> .....	85
一、语言与文字 .....	85
二、语义与传播 .....	88
<b>第二节 非语言符号</b> .....	99
一、体语 .....	100
二、视觉性非语言符号 .....	103
三、听觉性非语言符号 .....	104
<b>第三节 符号功能</b> .....	106
<b>第四章 符号互动</b> .....	110
<b>第一节 编码与译码</b> .....	110
<b>第二节 左右认知的心理机制</b> .....	112
一、影响感知的因素 .....	113
二、制约理解的因素 .....	116
<b>第三节 选择性定律</b> .....	120
一、选择性接触 .....	121
二、选择性理解 .....	122
三、选择性记忆 .....	124
<b>第四节 人际传播</b> .....	125
<b>第五节 人际影响与媒介效应</b> .....	128
一、两级传播论 .....	128
二、创新扩散论 .....	132

## 第三讲 大众传播

<b>第五章 控制分析：谁在说什么</b> .....	137
<b>第一节 大众传播及其控制</b> .....	137
<b>第二节 把关人与把关</b> .....	140
一、卢因的把关概念(1947年) .....	140
二、怀特的把关研究(1950年) .....	141
三、麦克内利的把关模式(1959年) .....	142
四、巴斯的“双重行动模式”(1969年) .....	144

第三节 深层控制	146
一、编辑部的潜网	146
二、四大控制观念及体制	148
三、批判学派控制观	150
<b>第六章 媒介分析:经何渠道</b>	<b>154</b>
第一节 微观研究与媒介特性	154
第二节 拟剧论与游戏论	157
第三节 功能分析	159
一、拉斯韦尔的正面论述	159
二、默顿的负面分析	161
第四节 议程设置	165
一、构想	165
二、研究	167
第五节 隐性功能	169
一、隐性功能与显性功能	169
二、身外世界与脑海图景	170
三、媒介环境	171
四、假作真时真亦假	174
第六节 媒介生态论	175
一、麦克卢汉:媒介“三论”	176
二、媒介即讯息:传播学的斯芬克司之谜	179
三、汉斯立克:道破谜底的俄狄浦斯?	182
四、师承与师传:英尼斯与波兹曼	185
<b>第七章 受众分析:对谁传播</b>	<b>192</b>
第一节 中弹即倒的受众	193
一、大众社会与乌合之众	194
二、魔弹论或靶子论	196
第二节 联合御敌的受众	199
一、个人差异(individual differences)	200
二、社会类型(social categories)	200
三、社会关系(social relation)	201
第三节 使用与满足论	202
一、固执的受众(obstinate audience)	202
二、“自助餐厅”(cafeteria)	204



三、矫枉未免过正 .....	206
<b>第八章 效果分析(上):劝服艺术 .....</b>	<b>209</b>
第一节 霍夫兰与耶鲁研究 .....	209
第二节 从传播来源看劝服 .....	211
一、传播来源的可信度 .....	212
二、传播来源的知名度 .....	213
三、传播来源的动机 .....	214
第三节 从传播方式看劝服 .....	215
一、一面还是两面 .....	216
二、先说还是后说 .....	217
三、明示还是暗示 .....	218
四、理智还是情感 .....	219
第四节 从传播对象看劝服 .....	220
一、听从性(persuasibility) .....	220
二、恐惧诉求(fear appeal) .....	221
三、接种免疫论(inoculation theory) .....	223
<b>第九章 效果分析(下):态度改变 .....</b>	<b>225</b>
第一节 平衡论与和谐论 .....	226
一、海德的平衡论 .....	226
二、奥斯古德的和谐论 .....	228
第二节 均衡论与 ABX 模式 .....	230
一、纽科姆的均衡论 .....	230
二、韦斯特利与麦克莱恩的 ABX 模式 .....	231
第三节 认知不协调论 .....	234
一、认知与认知不协调 .....	234
二、重建协调与态度变化 .....	235
第四节 群体压力与从众 .....	239
一、从众现象 .....	239
二、阿西的从众研究 .....	241
三、从众与态度改变 .....	243

## 第四讲 批判学派

<b>第十章 批判学派(上):鸟瞰</b> .....	247
<b>第一节 三个层面</b> .....	249
一、两种人生哲学 .....	249
二、两种现代思潮 .....	250
三、两种学术判断 .....	252
<b>第二节 三路研究</b> .....	254
一、话语与权力 .....	254
二、传播政治经济学 .....	268
三、文化研究 .....	271
<b>第三节 中国实践</b> .....	275
<b>第十一章 批判学派(下):透视</b> .....	283
<b>第一节 历史素描</b> .....	283
一、孕育时期(20世纪30—60年代) .....	283
二、勃兴时期(20世纪60年代以来) .....	290
<b>第二节 研究内容</b> .....	291
一、传播与意识形态 .....	292
二、传播与垄断控制 .....	296
三、传播与大众文化 .....	300
<b>第三节 差异与比较</b> .....	307
一、概述 .....	307
二、立场 .....	308
三、方法 .....	310
<b>第十二章 批判视野中的全球化与现代传播</b> .....	315
<b>第一节 何谓全球化</b> .....	315
一、主流话语与批判意识 .....	315
二、全球化与“交往” .....	318
<b>第二节 依附理论</b> .....	319
一、萨米尔·阿明 .....	319
二、伊曼纽尔·沃勒斯坦 .....	321
三、贡德·弗兰克 .....	323
<b>第三节 后学思潮与东方学</b> .....	327
一、后学思潮 .....	327

---

二、东方学 .....	328
三、东方的东方学 .....	331
第四节 全球混乱理论 .....	335
一、增长的极限 .....	335
二、文明的冲突 .....	338
第五节 现代性与现代传播 .....	341
第六节 文化帝国主义 .....	350
一、定义与含义 .....	350
二、现象层面 .....	352
三、认识层面 .....	355
四、媒介帝国主义 .....	357
第七节 反驳与质疑 .....	360
结 语  环球同此凉热 .....	368
一、天下与国家 .....	369
二、理解与接受 .....	374
<b>附录 新闻传播学基础阅读推荐书目(100种) .....</b>	<b>381</b>
<b>第一版后记 .....</b>	<b>392</b>
<b>增补版后记 .....</b>	<b>393</b>
<b>第三版后记 .....</b>	<b>395</b>
<b>跋 .....</b>	<b>400</b>

# 导 言

什么是传播学？传播学的学科性质、研究对象、基本理论是什么？传播学要解决什么问题？学习传播学有什么意义？相信这些问题，是每个初学者都会遇到的。这篇导言即针对这些疑惑，逐一进行解说，算是为本书提供一个导读吧。

这篇导言讨论的内容，涉及如下几个方面：一是历史线索的勾勒，如人类传播活动的演化，传播工具也就是本学科所说的“媒介”的演化，以及传播研究逐渐形成一门显学的过程等。如果缕清了这条线索，那么，对传播学是怎么一回事、是怎么来的、干什么的，脑海里就会有一个历史背景。二是基本概念的辨析，这些概念虽然寥寥无几，而且乍一看也平淡无奇，但它们却构成本学科巍峨大厦的基石，如信息、传播、媒介、信息社会、大众传播等。传播学的一切探讨、一切理论、一切功用，说到底都落脚于此类基本概念，所以把握它们至关重要。三是透视传播及其研究的世界观、方法论——马克思主义精神交往论。

## 一、人类传播史

清代大儒章学诚在其名著《文史通义》开篇处写下一句名言“六经皆史”，意为儒家经典著述说到底都是历史。马克思恩格斯在《德意志意识形态》手稿里，也曾写下一段后来删去的文字：“我们仅仅知道一门唯一的科学，即历史科学。历史可以从两方面来考察，可以把它划分为自然史和人类史。”<sup>①</sup>中外思想大家为什么所见略同呢？道理很简单，因为人类一切活动无不在前后相继的时间里展开，传播活动以及相关的理论研究也不例外。事实上，传播学乃是人类传播活动演进到一定历史阶段的自然产物。所以，让我们先从人类传播活动的历史讲起吧。

就其表象而言，人类传播活动属于社会信息的流动过程。正像物质的流动如物流一样，社会信息的流动也得借助一定的方式如演讲，通过一定的渠道如网络等，这一方式或渠道在传播学里称为媒介。媒介就是传播活动赖以进行的方式。

---

<sup>①</sup> 中共中央编译局编译：《马克思恩格斯文集》第1卷，北京，人民出版社，2009，第516页。

式方法或工具手段,任何传播都离不开媒介,同样,任何媒介也都服务于传播。由此说来,人类传播活动的发展历史,其实也是传播媒介的演进历史。正是依据媒介的发生发展与变化变革,人们把迄今为止的人类传播活动划分成四个历史阶段:一是口语传播时代,二是文字传播时代,三是印刷传播时代,四是电子传播时代。

### 1. 口语传播时代

口语是人类传播所用的第一个媒介,口语传播时代也就成为人类传播历史上的第一个发展阶段。这个阶段大致从人类摆脱“与狼共舞”的状态而组成社会开始,一直到文字出现。简单说,就是从人类开口说话到用手写字这样一个漫长时期。F. 威廉斯(F. Williams)在《传播革命》(*Communication Revolution*)一书里绘制了一个传播史表盘(见图 0-1),直观地显示了这个时期在人类传播史上的比重。

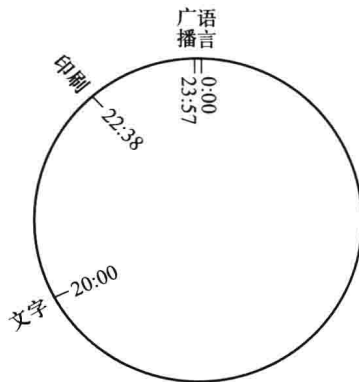


图 0-1 传播史表盘

表盘上的 24 小时,代表西方晚期智人即克罗马农人以来的 360 个世纪,故称为“一天等于 360 个世纪”。在这个象征性折射人类传播史全程的时间表盘上,从 00:00 语言产生直到 20:00 文字出现,均属口语传播时代,差不多占了一天的 5/6。其余四个小时里,文字传播时代约占两个半小时,从 20:00 到 22:38;印刷传播时代只有不足一个半小时,从 22:38 到 23:57;至于我们现在所处的电子传播时代,则仅限于最后三分钟。口语传播时代之漫长,由此可见一斑。

按照这个传播史表盘,语言出现在 36 000 年前。其实,对人类何时开口说话这个问题,学界并没有也不可能给出一个明确的时间表。亚里士多德的描述,有助于理解这一点。他说,语言产生的时间可用一支军队溃逃的情形来说明。起初他们由于恐慌而逃跑,后来不知是谁停下来看看敌人是否还在紧追不舍,最后发现危险解除,于是全军终于慢慢停了下来。这里,我们不能说全军是在某个

士兵止步时停住的,也不能说是由于另一个或一些士兵的止步而停住的。这支军队究竟何时停住溃逃的脚步呢,显然谁也无法给出明确答案。语言何时产生的问题与此相似。我们不能说语言是在某个人开口说话时产生的,它也不是由于另一个或一些人开口说话时产生的。就像德国哲学家伽达默尔精辟比喻的那样,追问语言起源于何时,无异于追问儿童何时首次认出自己的母亲。

关于语言的产生,至今能够确定的只有一点,那就是语言的出现与社会的形成是同步发生的。因为所谓社会,无非就是人与人组成的共同体或联合体,其中第一位的事情就是彼此之间的交往——思想、感情、意念的传播。没有交往,没有传播,这个共同体就无法存在,更无法运行。对此,联合国教科文组织探讨国际传播的著名报告《多种声音,一个世界》里曾论述道:

这种个人与个人之间的交流时刻发生、延续不断,其重要性是无与伦比的,在一个小小的社会单位范围内尤其如此。在过去,这种交流无疑有助于加强互相之间的友爱合作关系,以抗衡由于受制于外来势力而形成的分散局面。不管怎样,它总是起着一种社会化的作用:鼓励人们工作,协调群体生活,团结一致来和大自然作斗争,并促进作出集体性的决定。它今天仍然是人类交流中无以取代的一个方面。<sup>①</sup>

控制论的创始人维纳,则把人类传播活动形象地比作“社会这个建筑物得以粘合在一起的混凝土”<sup>②</sup>,这个比喻生动揭示了人类传播与人类社会的有机关系。

前面提到,人与人的交流活动得借助一定的工具与手段,通过一定的方式和方法——也就是所谓媒介,而对人类传播活动来说,最便利、最通用的媒介自然是语言即口语了。用列宁的话说,语言是“人类最重要的交际工具”。这种重要作用即使在通信卫星上天网络媒介入户的当今时代,也不曾有丝毫削减,对此只需设想电视里的人都不说话会怎么样就清楚了。口语不仅是最初始的媒介、最重要的媒介,而且也是最基本的媒介。事实上,只有口语是独立的、自主的,其他任何媒介——无论是古代的烽火还是当代的网络,都无不以口语为基础,都是口语媒介的变形与延伸。举例来说,文字仿佛是一套自成一体的媒介,但实际上文字不过是口语的代表,是代表口语在表达,人们总是先有要说的什么话,然后才能写下来。美国语言学家萨丕尔用过一个比喻,恰当揭示了语言与文字的相互

---

<sup>①</sup> 联合国教科文组织国际交流问题研究委员会:《多种声音,一个世界》,北京,中国对外翻译出版公司,1981,第6页。

<sup>②</sup> [美]N. 维纳:《人有人的用处——控制论和社会》,陈步译,北京,商务印书馆,1978,第17页。

关系:语言是货真价实的商品,文字只是便利商品买卖和流通的货币。所以,正如亚里士多德所概括的,人是有语言的生物,人之所以为人首先就在于能开口说话。

不过,语言或口语的重要性虽然无与伦比,但其局限性也是显而易见的。由于口语只能借助人体自身的发声功能,于是人类的传播活动便在空间上受到限制;而由于口语即说即逝,哪说哪了,除了依靠记忆就无迹可求,于是人类的传播活动又在时间上受到限制。在鸡犬之声相闻老死不相往来的小国寡民时代,这些限制也许并不构成什么障碍。而随着人类文明的日趋繁盛以及社会信息系统的日趋复杂,仅仅依靠口语媒介已经越来越不适应交往的现实需要了,于是一种新的媒介也就应运而生了,这就是文字。

## 2. 文字传播时代

文字是人类传播史上的第二座里程碑,标志着传播活动进入第二个阶段。这个阶段从文字的发明,一直延续到印刷的兴起。

文字是继语言之后的第二种媒介,它的发明既使传播活动又使人类社会发生了意义重大的飞跃。如果说语言的出现,使我们的祖先实现了从动物到人类的转变;那么文字的发明,就使人类社会完成了从原始到文明的突破。没有语言,人类就只能生活在动物世界;没有文字,社会就只能停留在原始水平。一句话,语言是人类的证明,文字是文明的标志。

从传播的角度看,文字媒介的功能有两点,一使信息在空间上传之广远,一使信息在时间上传之久远,从而弥补了口语媒介的两大缺陷。德国思想家斯宾格勒(Oswald Spengler,1880—1936),在其气势恢宏的《西方的没落》一书里就曾这样论及文字的意义:

书写是有关远方的重大象征,所谓远方不仅指扩张距离,而首先是指持续、未来和追求永恒的意志。说话和听话只发生在近处和现在,但通过文字则一个人可以向他从来没有见过的人,甚至还没有生出来的人说话;一个人的声音在他死后数世纪还可以被人听到。<sup>①</sup>

苏格兰史学家卡莱尔(Thomas Carlyle,1795—1881),在汪洋恣肆的《论历史上的英雄、英雄崇拜和英雄业绩》的演讲里也同样说道:

书写艺术无疑是人类一切发明中最神奇的东西。

阿伽门农以及类似阿伽门农和伯利克里的人们及其希腊,如今那一切都已完了,只剩下废墟遗迹,断垣残壁,令人黯然神伤。然而,书中的希腊,却又是另

---

<sup>①</sup> [德]奥斯瓦尔德·斯宾格勒:《西方的没落》上册,齐世荣等译,北京,商务印书馆,1963,第280页。

一番景象！书中描述的希腊，对每个思想家来说，仍然是栩栩如生，可说是生命的再现。

书籍具有使分离的事物接近和保持持久紧密联系的神奇功能，它把过去的和远处的事情与当前和近处的事联系起来；把一切时代和一切地方与我们现实所处的此时此地联系起来。<sup>①</sup>

文字源于绘画，即所谓“书画同源”。在世界几大文明发祥地，最初的文字都是从绘画演变来的，如象形字。中国文字的“文”，本意是绘画之意，包括纹彩、纹饰等。这里让我们看一幅印第安人的绘画（见图 0-2）：

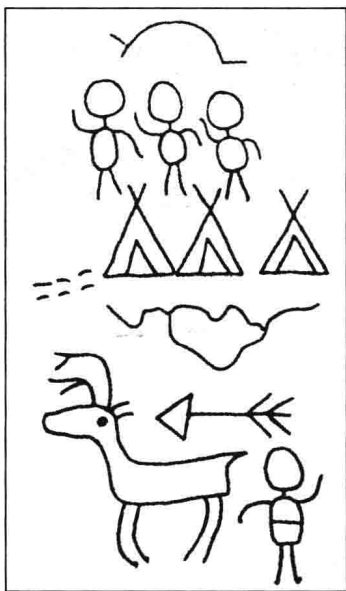


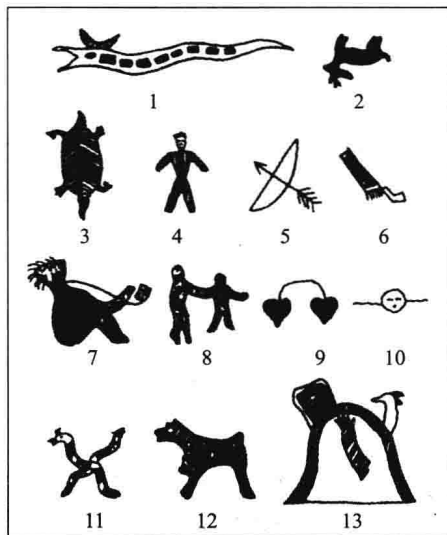
图 0-2 印第安人的图画文字

这幅画不是供人欣赏的作品，而是含义确定的文字。上边的半圆形，代表地平线上初升的朝阳，意为“清晨”；三个人体草图表示“三个人”；接下来的图画代表“三个人离开了住的棚屋”，棚屋旁边有他们留下的一串脚印；棚屋边上有湖，说明他们住处所在的方位；他们离开棚屋是去猎鹿，这个意思用一支箭射向鹿来表示；而猎鹿的原因，是“肚子饿了”，即下方人体的肚子上画了一道线。这幅画的意思连起来就是：清晨，三位印第安人离开湖边的棚屋去猎鹿，因为他们肚子饿了。

<sup>①</sup> [英]托马斯·卡莱尔：《论历史上的英雄、英雄崇拜和英雄业绩》，周祖达译，北京，商务印书馆，2011，第190~191页。



上面这幅图画文字表示的是具体意思，而下面(见图 0-3)这组印第安人的图画文字则表达的是抽象概念，如生命、死亡、爱情、战争等<sup>①</sup>。



1. 生命(神话中有角的蛇)
2. 死亡(头朝下的动物或人)
3. 幸福、成功(龟)
4. 灵巧(双翼代替两手的人)
5. 战争(带箭的弓)
6. 和平(插上羽毛的和解烟斗)
7. 讲和(人吸和解烟斗)
8. 友谊(连在一起的手)
9. 爱情(连在一起的心)
10. 注意、听(两耳边有波形线的头)
11. 危险(两条蛇)
12. 保卫(狗)
13. 祈祷(举手朝向天及诸神)

图 0-3 表达抽象概念的印第安人的图画文字

画上的东西如蛇、狗、箭等，已从具象的图画演变为抽象的符号，成为一种负载信息的传播媒介——文字，其作用就像中国人看到“山”这个字，只会想到山峰、山峦、山冈等意思，而不再意识到山字原来所具有的山形。关于文字，英国历史学家杰弗里·巴勒克拉夫在其主编的《泰晤士世界历史地图集》里写道：

公元前 3000 年左右的文字发明，是文明发展中的根本性的重大事件。它使人们能够把行政文献保存下来，把消息传递到遥远的地方，也就使中央政府能够

<sup>①</sup> [苏联]B. A. 伊斯特林：《文字的产生与发展》，左少兴译，北京，北京大学出版社，1987，第 71 页。