doi:10.3969/j.issn.2097-3853.2026.05.014

清末民初福州摩崖石刻艺术的媒介创新考证

卢永龙[1,2,3],周华清[1,2,3],张雯[1,2,3]

(1. 福建理工大学 人文学院,福建 福州 350118;
2. 福州市公益广告创新研究基地,福建 福州 350118;
3. 福建省高校人文社会科学研究基地设计创新研究中心,福建 福州 350118)

摘要:摩崖石刻是中国特有的一种文化艺术景观。福州地域摩崖石刻自北宋发展至今尤以鼓山最为集中。鸦片战争后福州成为最早的通商口岸之一,福州媒体传播环境受到外来媒介形态与传播观念的影响,加上福州社会资本逐渐充裕和不同媒介信息的广泛传播,福州民众思想禁锢被打破。福州摩崖石刻作为独具特色的艺术形式和空间载体,清末民初时被用于公益、政治和广告信息内容的传播,最终创新性地转变为具有传播公益、政治和商业性内容的摩崖石刻广告媒介,在内容形式上呈现出扬善弃恶、勇于创新与爱国团结的时代特征。

关键词:福州摩崖石刻;广告媒介;艺术景观;场域理论;公益广告

中图分类号:G206　　**文献标志码**:A　　**文章编号**:2097-3853(2026)05-0505-06

Research on media innovation of Fuzhou cliff carving art in late Qing Dynasty and early Republic of China

LU Yonglong[1,2,3], ZHOU Huaqing[1,2,3], ZHANG Wen[1,2,3]

(1. School of Humanities, Fujian University of Technology, Fuzhou 350118, China;
2. Fuzhou Public Service Advertising Innovation Research Base, Fuzhou 350118, China;
3. Design and Innovation Research Center of Humanities and Social Sciences Research Base in Fujian Province, Fuzhou 350118, China)

Abstract: Cliff carving is a unique cultural and artistic landscape in China. The cliff carvings in Fuzhou have developed since the Northern Song Dynasty, especially in Gushan Mountain. After the Opium War, Fuzhou became one of the earliest trading ports. Fuzhou's media communication environment was affected by foreign media forms and communication concepts. In addition, the increasing abundance of social capital and the widespread dissemination of different media information in Fuzhou broke people's ideological constraints. Fuzhou cliff carvings, as a unique art form and spatial carrier, were used, during the late Qing Dynasty and early Republic of China, for the dissemination of public welfare, political and advertising information. Eventually, they innovatively transformed into an advertising medium with the dissemination of public welfare, political, and commercial content. In terms of content and form, they present the characteristics of the times, such as promoting good and abandoning evil, being brave in innovation patriotic and unity.

Keywords: cliff carvings in Fuzhou; advertising media; artistic landscape; field theory; public service advertising

收稿日期:2024-06-15

基金项目:福州市公益广告创新研究基地重大项目(PT4300105);福建省高校人文社会科学研究基地设计创新研究中心 2023 年度开放课题(KF-20-23106)

第一作者简介:卢永龙(1996—),男,广西南宁人,硕士研究生,研究方向:公益广告、广告传播、文化产业。

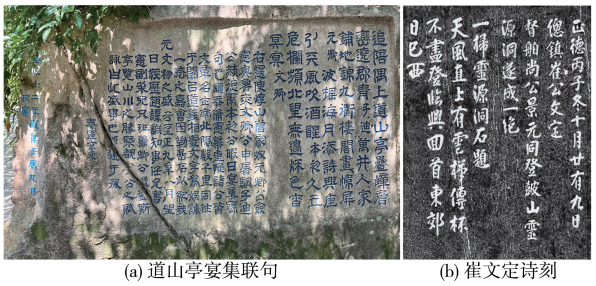
摩崖石刻是中国独有的石刻艺术与文化景观,作为一种记事手段和文化艺术形式,主要以山崖石壁上所雕刻的书法、造像或岩画等为主。摩崖石刻起于远古盛于北朝,而后在隋唐以及宋元时期繁荣兴盛。国内研究者主要从传播学[1-2]、地理景观[3-5]、书法文学[6-7]、遗产保护[8-9]等视角进行研究,并未涉及媒介创新视角。在中国知网以“摩崖石刻”为关键词进行搜索发现,2014—2024 年现有的一千多篇研究论文中,研究主题主要集中于考古调查、旅游、书法雕塑以及摄影、地理、中国古代史、中国文学等领域,尚无关于摩崖石刻广告的研究成果。此外,经过实地考证发现,清末民初的福州摩崖石刻广告,是全国少有的摩崖石刻内容形式,具有独特的传播价值。

布迪厄场域理论主张从场域去考察社会内部结构,厘清社会现象产生的根源。[10]结合场域、资本和惯习三大核心要素来看,清末民初福州摩崖石刻艺术媒介创新,根源在于社会资本累积和传播媒介的不断介入促使福州媒介场域拓展。这期间广告媒介传播环境变得更有利于民间社会发布信息。民众售卖商品不再局限于口头、布告等传统思维惯习,而是将广告传播媒介形式和内容延伸至福州各大空间媒介载体。尽管福州媒介场域早已涵盖了布告、纸媒等传播媒介,但仍有缺口。而摩崖石刻自古便是文化传播的空间载体,受媒介场域拓展的影响,摩崖石刻逐渐承接纸媒上所刊载的公益、商业、政治广告传播内容,促使广告内容与石刻文化空间载体相融合,最终向广告媒介创新转变并发挥其广告媒介传播的价值。故本文采取田野调查法,通过实地拍摄、记录、整理等方法对福州地区摩崖石刻集中度较高的鼓山、乌石山等地进行考证,以场域理论为基础,结合清末民初福州社会特定的时代背景,从传承与创新、广告传播形态、美术与设计的不同角度,对福州摩崖石刻艺术媒介产生、发展与创新的演进过程及其因素进行梳理和挖掘。

一、福州摩崖石刻艺术的产生与发展

福州摩崖石刻艺术作为一种山水文化景观存在,主要出现于自然界山体的巨石峭壁上和登山道路旁,成为登山游人接触度最高的人文景观。福州自古就是福建的政治经济文化中心,摩崖石刻数量极为丰富。现存摩崖石刻规模最大、类型最多、地理位置最集中的是被誉为“中国东南碑林”的鼓山。鼓山作为福州著名的风景区,早在一千多年前便已闻名遐迩,众多公卿大夫、文人墨客留下了大量摩崖石刻,这对研究清末民初的福州经济、历史、文化和艺术等具有重要价值。

福州是海上丝绸之路的重要发祥地之一,造船业与外贸业的繁荣,推动其经济文化发展达到新高峰。加之宋代福州地区因科举制度选拔出大量人才,题写名胜和名山更是逐渐成为文人雅士游玩时的文化与情感诉求,因此宋代福州的摩崖石刻数量激增。相较于明代,宋代与元代在摩崖石刻艺术作品上更倾向于讲述感慨,注重表达个人情感修养和感悟心得。如福州乌石山上的摩崖石刻艺术——道山亭宴集联句,见图 1(a),记录的便是福建道廉访司官员僧家奴与其友人交游集会于福州山川之时的感慨。而明代的崔文定诗刻在文学色彩、意境营造和风格上更出彩,见图 1(b),流露出其在文学创作上的脱俗淡雅与灵性,营造出幽静的禅境。



(a) 道山亭宴集联句 (b) 崔文定诗刻

图 1 福州摩崖石刻艺术

Fig.1 Fuzhou cliff carving art

自北宋至今,福州鼓山共有文字摩崖石刻七百一十二段,在内容和形式类别上主要分为商业、公益、政治、诗刻、题名和榜书等,除去遗失和损坏的,鼓山现存六百零八段,还有部分未列入地方志记载。[11-12]经实地调查考证和统计,笔者发现具有创新性的摩崖石刻广告传播媒介,其文字形态有二十一段,内容分为公益类、商业类和政治类三种。其中公益类广告有十五个,主要阐明进步思想,宣传抗战思想,增强团结和凝聚力;商业类有三个,主要为药品和药商企业广告;政治类有三个,主要为政府布告内容。结合实地考证的资料可以看到,伴随着福州社会经济的发展,摩崖石刻文化艺术自产生起便作为承载信息的空间载体,这也为其向传播媒介的创新和演进奠定了基础。

二、福州摩崖石刻从文化艺术向传播媒介演进

摩崖石刻文化艺术自产生以来,福州许多有识之士都喜欢把人生信条、榜书和佛经等内容雕刻于山崖石壁之中,因而留下了众多摩崖石刻艺术作品,形成了数量庞大、类型多样、文化艺术价值较高的摩崖石刻群。这些摩崖石刻本身在内容与表现形式上富有特色,具有深厚的文化艺术积淀,加上福州地域的不断扩大,这些都为摩崖石刻从文化艺术向传播媒介转变提供了优越的发展环境。

(一)摩崖石刻文化艺术向传播媒介的转变

摩崖石刻文化艺术作为名人士绅刻画信息的空间载体,在由文化艺术到传播媒介的转变过程中受福州地域社会变化的影响较为深刻。首先,鸦片战争后随着福州成为最早与西方通商的口岸城市之一,列强纷纷在福州设立了洋行、商号和公司,出现了电影院、洋房、跑马场和歌舞厅等新娱乐场所。城市商业经济的繁荣促使中西方交往日益密切,带来了新的社会观念和商业传播媒介,人们开始接触到报纸、电影等新鲜事物。以西方为主导的媒介传播体系开始冲击福州地区,西方投入大量资本进行文化输出,任何有损其话语权的行为都被打压与排挤。其间以西方纸媒为代表形成的新媒介场域,重塑了以往福州民间广告传播过于保守、不善创新的旧惯习,明显改变了福州广告传播媒介的发展环境。其次,受清末洋务运动的影响,福州官员政要已对西方先进科学技术等有了更为深刻的认知,纷纷开始提倡向西方学习,如出生于福州的林则徐被称为“开眼看世界第一人”,沈葆祯主持创办了马尾船政学堂。此时,福州成为接受新技术、新文化、新观念的重要发源地之一。随着 20 世纪初新文化运动民主与科学思想的传播,福州地域知识分子为掌握更大的话语权并获得更多的资本和利益,开始有意识地拓展广告媒介传播载体。摩崖石刻作为福州独具特色的传统文化形式和空间传播载体,自然也被纳入其中,故而公益、商业等原来纸媒上的广告内容逐渐转移至摩崖石刻上,至此福州鼓山的摩崖石刻空间载体完成了向广告传播媒介的创新转变,成为传播新思想、新文化、社会价值观念和官方信息的新媒介。

(二)摩崖石刻传播媒介的演进

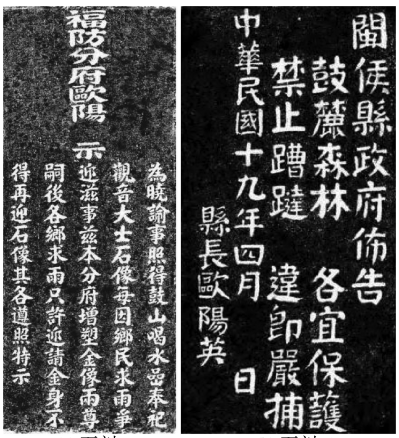
摩崖石刻传播媒介的持续演进,可以追溯到清末民初。当时福州正值新旧势力交替、社会动荡之际,福州摩崖石刻广告传播媒介作为官方与民间、民间内部之间沟通交流的纽带,在公益、商业、政治等内容上以较低的成本凝聚形成了较为统一的社会意识形态和文化认同。摩崖石刻在功能与内容上实现了从私人表达到公共传播的转型。

在传播媒介的演进过程中,鼓山摩崖石刻广告媒介的道德教化功能日益增强。社会政局动荡、人心浮躁,加上民众对传统孔孟思想的尊崇,有识之士便开始倡导社会正能量。郡人林可桐和杨豹所书的“莫作心上过不去之事”,告诫民众要向善而行,不做亏心事;民国律师陈秉刚刻下的“人人亲其亲、长其长而天下平”(1932 年),倡导要孝敬父母长辈,认为只有这样天下才自然会更太平;福建抗敌剧团团长周赞枢,为保护鼓山的森林环境而刻下“爱护树木”(1939 年)的宣传标语;“好好恶恶”(1942 年)源于“好善恶恶”一词,匿名题刻者旨在倡导民众崇尚美善、憎恨丑恶。此类型摩崖石刻广告的出现,是摩崖石刻从艺术向广告传播媒介转变与创新的重要标志之一。摩崖石刻传播媒介在内容上较过去已极大简化,一定程度上满足了人们的阅读需求,既增加了受众人群,又使传统媒介讯息的传播范围也得到延伸。

摩崖石刻传播媒介的演进,是对传统摩崖石刻文化艺术形式和空间传播载体进行传承与创新的重要体现。其传承主要体现在保留了传统上以山林石材为载体进行凿刻、美术创作与展现的技艺形式,而创新则体现在摩崖石刻的内容与形式衍生出政治、公益和商业三种广告媒介类型并积极传播新思想、新观念。在美术设计与风格上,摩崖石刻的标题文字一定程度上遵循了报刊广告的排列方式,落款也考虑到空间平衡而进行了调整,美术字体在设计上也更具多样化和艺术性。尽管摩崖石刻作为广告媒介比同时期的报纸广告表现力弱,但其持久性和强制观看的特点,成为登山者必定接触的艺术景观和广告媒介,至今仍发挥着广告传播媒介的优势,成为研究清末民初福州摩崖石刻艺术与广告传播内容的重要史料。

随着传播媒介发展,摩崖石刻内容也不断丰富。布告是鼓山摩崖石刻广告的重要内容之一。布告作为官府自上而下的一种公告形式,常张贴于大街小巷。而摩崖石刻具有高关注度、强迫性接收、传播持久的优点,自然也就成为官方信息发

布的传播媒介之一。清末民初鼓山便出现了布告类型的摩崖石刻形态,如图 2 所示。由图 2 可知这两则布告的创作内容和背景:一则是在鼓山喝水岩处的石刻,乡民经常因祈雨而起争端,官府为了防范打斗事件而刻下规定;另一则是森林保护的布告,提醒登山游人要保护森林,否则将被严惩。



(a) 石刻一 (b) 石刻二

图 2 布告类摩崖石刻

Fig.2 Cliff carvings for announcements

倡导公益观念亦是鼓山摩崖石刻广告的重要内容,反映了清末民初福州地域社会动荡、社会风气衰微的时代背景。为恢复社会良好风气,福州许多官员政要开始倡导孔孟思想,于是出现了诸如福州崇孔会会长于君彦楷书题刻的“诸恶莫作,众善奉行”、1922 年间匿名者题刻的“天地正气,行良心、求真理、须爱群”、1927 年卢兴邦在灵源洞题写的“行仁义事”“为善”“作恶事须防鬼神知,干好事莫怕旁人笑”等内容。摩崖石刻公益性广告在传播社会正能量与价值观上,不仅有利于维护社会公德,还极大地拓展了社会公益传播空间,重塑了人们对摩崖石刻传播媒介的认知,增强了人们传播公益意愿的可能性。随着摩崖石刻传播媒介在政治类、公益类广告内容领域的持续创新和演进,加上具有商业性质的内容形式开始融入,摩崖石刻新的广告传播形态也随之形成。

随着新思潮的传播,福州有识之士将进步主张呈现在摩崖石刻上,既向民众传播新思想,也表达对时代变革的支持,对开启民智具有积极作用。摩崖石刻作为本土媒介形式的创新,既体现了外来媒介与观念的影响,也展现出福州民众在媒介选择上的主体性,拓展了信息传播的渠道与方式。

三、福州摩崖石刻广告传播形态的催生和繁荣

清末民初福州作为对外通商的重要城市之一,商业得到极大发展,在此期间具有商业性的广告内容开始融合摩崖石刻传播媒介进行宣传,促使摩崖石刻传播媒介演变出新的、具有商业性质的广告传播形态,并呈现出独有的文化价值和精神价值。

(一)商业繁荣推动摩崖石刻广告传播形态的演变

随着福州与西方的贸易往来日益密切,福州的经济和社会资本得到快速发展,一定程度上促进了福州地区民族经济的发展。国外纸媒的传入与风靡,迅速占据福州主流媒介的位置,人们信息闭塞的传播现状被打破,但也致使福州媒介场域位置逐渐失衡。究其原因,在于先前福州民众对纸媒等媒介的重视度和利用率不高以及政府的强制性干预。福州民众在消费意识和审美观念有所提升后,开始大规模利用纸媒大量刊登传播各类信息和广告资讯。资本驱使扩大再生产的同时,也在寻找利用更多新的广告传播媒介来传播商业信息,这让福州当地原本不发达的纸质媒介环境发生变化,其位置相对失衡的境况逐渐扭转,造就了福州报纸广告在这一时期的繁荣。如《闽报》在福州创办之始就有大量广告版面,国人创办的《华报》《南方日报》和《福州商情》等报刊也刊登了大量商品广告,从中西医药、百货商行、文化教育、烟酒茶行到公告启事、服务行业等各类广告应有尽有。其中,药品广告屡见报端,众多国货产品成为热门的广告商品。这些在纸媒中刊登广告的实践者,在其实践的纸质媒介场域开始主动表达自身的利益诉求、观点并取得实效。为实现资本利益最大化,福州地域的利益相关者开始拓展商业信息的传播载体,摩崖石刻作为鼓山特有空间载体,便成为广告内容传播载体的实践对象之一,由此新的摩崖石刻商业广告诞生。此时的摩崖石刻广告媒介作为一种新的符号资本,不仅象征着利益相关者对福州社会资源的调动,也意味着他们对其他资本的获取、增值与转化。以福州摩崖石刻艺术形式作为商业信息的传播工具和载体,更能增强商业信息传播的认知度、可信度和影响力,因而在很长一段时期内,福州商人利用摩崖石

刻广告媒介积极传播各种新的商业信息,有效推动了福州媒介传播场域的动态平衡。摩崖石刻广告传播形态除了被视为是向民间表达利益诉求的重要工具,更重要的是其在商业广告信息内容和精神上的价值呈现。

(二)摩崖石刻广告传播媒介的价值呈现

摩崖石刻广告传播媒介是文化与精神价值的集中呈现载体。其文化价值体现在对摩崖石刻文化艺术内容形式的传承上,精神价值则主要体现在破除福州民众因循守旧等旧思维惯习并引导人们发扬创新、团结和爱国的精神。

清末福州社会对药品的商业宣传,长期以来以招牌、招幌、报纸等广告传播媒介为主,且政府严禁民间随意刊登广告,广告的内容和形式主要由官方制作发布。这禁锢了广告传播媒介的发展,也使民众形成了习惯于官方主导、不善创新和表达商业诉求的传统思维惯习。但随着西方以纸媒为代表的广告传播媒介的影响和民众思维开化,福州民间社会创造性地衍生出了借助摩崖石刻传播载体进行广告信息传递的新形式,并发挥其商业价值传导功能。福州民众对摩崖石刻的价值认同,也会转移至对广告的价值认同上。经实地考证发现,福州鼓山摩崖石刻群中出现了药品类和药店商业宣传类广告,这在全国摩崖石刻艺术中具有较高的商业研究与艺术研究价值,如现存最早的摩崖石刻商业广告内容是刻于光绪己卯年(1879 年)的药品“换骨露”,此外还有 1936 年刻于鼓山宣传儿童健胃消食的“小儿疳积散”广告、以“国药之光”为荣誉诉求的华来国药行七十周年庆摩崖石刻广告等。这种另辟蹊径的广告传播形态让人过目不忘。“小儿疳积散”等相关药品广告此前早已在福州各大报刊长期频繁刊登,可见此类刻于摩崖石刻上的药物广告大都为福州民间社会颇为有名的药品。这些石刻雕刻时正值社会动荡期,也体现了福州药商经营艰难,为提升药品销量和药铺的知名度,除纸质媒介外,他们还需另辟蹊径借助摩崖石刻进行展现,以持续扩大药品广告信息的传播力度和覆盖范围。福州摩崖石刻从艺术形式到转变为传播媒介,从传播公益内容到宣传“换骨露”等药品的商业广告信息,可见福州民众不善表达的旧惯习已被打破,开始向热衷参与、积极表达利益诉求转变,同时缺乏权利意识等传统思维习惯也逐渐被打破,有效增强了福州社会民众的凝聚力,加速了社会价值共识的形成。

四、福州摩崖石刻艺术鲜明的时代特征

摩崖石刻传播媒介的演进,不仅是对传统石刻文化的延续,更是在特定社会语境下对媒介功能的有意识重构,具有鲜明的时代特征。

(一)扬善弃恶的时代特征

福州鼓山的摩崖石刻艺术不仅继承了抒发个人情感与价值观的内容形式,而且出现了较多倡导社会正向价值的公益、商业类摩崖石刻广告。这类摩崖石刻成为福州鼓山摩崖石刻艺术的特色与亮点,呈现出鲜明的时代特征。鸦片战争后,福州社会面临治安混乱与新旧势力交替的局面,民风衰微之势加剧。在此大背景下,许多爱国官员和有识之士纷纷加以干预,如一生勤政爱民的福建船政大臣沈葆桢 1866 年在鼓山刻下“乐善不倦”,绍兴人陈思祖 1870 年题写“为善最乐”石刻,福建巡抚黄国材书写“做好人、行好事、读好书、说好话”石刻,皆是在倡导立德树人、崇德向善、扬善弃恶、以身作则,号召人们祛除不良风气,体现了扬善弃恶的鲜明时代特征。

(二)勇于创新与爱国团结的诉求

清末民初洋货已经占据福州市场较大份额,民族工商业纷纷破产,列强加速对福州经济的侵略。为了唤起民众的爱国意识,提高民众对国货的认可度,挽救福州衰落的民族工商业,福州地区各界及闽籍海外侨胞联合,共同抵制洋货、推崇国货。1919 年福建促进国货工会的萧梦馥,为声援五四运动而刻“国货救国”,引导福州民众使用国货,同时也是对巴黎和会上日本企图侵占山东的反抗。九一八事变后日本逐步扩大对华侵略,为支援祖国抗战、支持福州工商业发展,闽籍海外侨胞纷纷投身全国抗日救亡运动。1931 年时任驻荷属爪哇总领事的张铭,在带领商业考察团来福州鼓山浏览之际,将“提倡国货”这种具有爱国团结的思想主张刻于摩崖上。同年还有福州教师周靖拜题刻的“去私救国”,也是为了声援抗日救国、团结民众,号召福州民众在国家大义面前放下一己私利。

从其独具时代特征的历史价值看,鼓山摩崖石刻广告是记录清末民初福州经济、政治、文化和

社会历史的珍贵档案,弥补了纸质文献记录的不足,是历史文化遗产之一,具有不可再生和持续传播的特性。从文学艺术价值看,这些摩崖石刻广告既有四个字短小精悍的口号标语,也有对仗工整的联句,让观者在欣赏与吟诵的同时能引发共鸣。摩崖石刻也是一种书法作品,书体众多,可以为后人学习书法提供范本。在教育价值上,摩崖石刻广告主要体现在警醒与育人的宣传上,号召人们扬善弃恶、培养美好品德,符合当时福州社会的主流价值观。

五、结束语

福州摩崖石刻广告传播媒介不仅传承了摩崖石刻艺术的雕刻技艺形式,更是在内容形式、媒介形态与美术设计上有所创新,催生了我国独树一帜的商业类摩崖石刻广告以及大量具有时代特征的公益类和政治类摩崖石刻。福州鼓山摩崖石刻广告在繁荣福州商业文化、传播积极向上的公益诉求、唤起民众的爱国意识和行动等方面,发挥了积极作用。本研究虽然基于福州鼓山摩崖石刻艺术,从场域理论视角梳理了福州摩崖石刻产生与发展的时代背景,阐明了其从摩崖石刻艺术向广告媒介的转变过程和因素,但由于摩崖石刻广告这一领域研究成果很少,还有很大研究空间,期待能进一步拓宽摩崖石刻艺术的研究范围,弥补当前福州摩崖石刻研究的不足,为国内相关研究提供一定的参考。

参考文献:

[1] 贺捷. 从传播学的角度解析道教摩崖石刻[J]. 中国宗教,2023(2):64-65.
[2] 肖献军. 南岭民族走廊摩崖石刻的文学书写及其传播与价值[J]. 海南大学学报(人文社会科学版),2023,41(4):149-157.
[3] 薛龙春. 点缀山林:摩崖石刻与胜迹的塑造[J]. 北京大学学报(哲学社会科学版),2023,60(3):125-136.
[4] 程章灿. 方物:从永州摩崖石刻看文献生产的地方性[J]. 武汉大学学报(哲学社会科学版),2021,74(1):87-94.
[5] 尚季芳,李小慧. 刻在石头上的抗战:中国抗战石刻分布、内容及价值研究[J]. 中国国家博物馆馆刊,2019(12):128-143.
[6] 王宣琰. 传统文化底蕴下的摩崖书法审美认知:以邹城“四山”摩崖石刻为例[J]. 新美域,2023(12):46-48.
[7] 罗昌繁. 北宋石刻题名的常与变:兼论石刻题名的唐宋转型[J]. 四川大学学报(哲学社会科学版),2023(1):101-112,194.
[8] 邓庆猛,赵蓓蓓. 孟子故里邹城摩崖石刻文化遗产价值及保护利用策略探析[J]. 文物鉴定与鉴赏,2022(7):29-32.
[9] 魏洁,谢汝华,刘少虎. 肇庆七星岩摩崖石刻的数字化保护与传承[J]. 文化产业,2024(25):154-156.
[10] 侯志涛,周宇轩,韦晓康. 民族传统体育文化传承场域变迁和实践选择[J]. 体育文化导刊,2021(10):51-57.
[11] 福州市鼓岭旅游度假区(鼓山风景名胜区)管理委员会. 鼓山摩崖石刻拓片百幅精选集[M]. 福州:福建美术出版社,2021:56-131.
[12] 福州市政协文史资料委员会. 福州十邑摩崖石刻[M]. 福州:福建美术出版社,2008:90-103.

(责任编辑:王圆圆)