
媒介素養、政治認知、媒介功能與媒介使用：理論關係初探

郭中實、周葆華、陸曄

摘要

本文對「媒介素養」進行了概念化闡釋，並將媒介素養定義框定在媒介素養技能與媒介生產相關知識兩個維度裏，試圖探討這兩個維度與個人的政治認知、受眾眼中的媒介功能與受眾媒介使用習慣之間的理論關係。我們在廣東省佛山市進行了抽樣調查，對477個當地居民面訪資料的分析結果發現，受眾的政治認知和對媒介規範性功能的看法都含有多個維度。這些維度與媒介使用習慣一起對媒介素養各個維度產生著直接或間接的影響。

關鍵詞：媒介素養、政治認知、媒介功能、媒介使用、媒介素養技能

郭中實，香港浸會大學傳理學院副教授。1996年美國維斯康星大學麥迪森校區 (University of Wisconsin-Madison) 傳播學博士。研究領域為媒介效果及媒介生產。電郵：guo@hkbu.edu.hk

周葆華，復旦大學新聞學院講師。2005年復旦大學新聞學院傳播學博士。主要研究領域為媒介效果。電郵：zhoubaohua@yeah.net

陸曄，復旦大學新聞學院教授。1994年復旦大學新聞學院法學博士。主要研究領域為媒介組織與新聞生產。電郵：yelu@sh163.net

Media Literacy, Political Cognition, Media Functions and Media Use: An Analysis of Their Theoretical Connections

GUO Zhongshi

ZHOU Baohua

LU Ye

Abstract

This paper explicates the concept of media literacy within the confines of two dimensions, skills and knowledge. It explores the theoretical connections between the two dimensions and individuals' political cognition, perceived media functions, and media use habits. A face-to-face sample survey was conducted in Foshan, Guangdong Province on 477 respondents. Major findings provide evidence for multiple dimensions of key concepts. Different patterns of political cognition, perceived media functions as well as media use variables relate to media literacy dimensions both directly and indirectly. Although data analyses show mixed results, conceptually distinct dimensions receive significant operational support.

Keywords: media literacy, political cognition, perceived media functions, media literacy skills

「媒介素養」這一概念最早是從社會行動訴求中孕育出來的。經過多年積累，一些常規理念正在學術圈中逐漸形成，相關的研究也初具規模。¹然而，學術研究的進展比起媒介素養的社會實踐成就仍相形見绌。短短幾十年間，許多國家和地區的媒介素養倡導者們不斷努力嘗試將原本不過是少數知識分子的苦惱變成了具影響力的公眾推廣活動和社會運動(可參見Christ & Potter, 1998；吳翠珍，1996；李月蓮，2002)。

在這些方興未艾的社會運動中，浮現出一系列新的權力關係。如果我們把倡導媒介素養運動的團體和組織看成是一個整體，那麼，這些權力關係既存在於這個整體和社會之間，也存在於其內部的不同陣營(陸曄，2006)。由此種種權力關係導致的張力與衝突，歸結到媒介素養理念上，被Hobbs (1998) 概括為「七大論爭」(“Seven great debates”)。

儘管如此，媒介素養研究還是形成了一定的共識，主要圍繞以下幾個假設：首先，主流媒介建構訊息的方式，是迎合控制媒介的社會階層之需要的；第二，這種現狀必須得到糾正，而最可行的「撥亂反正」途徑就是從學校教育和政府政策入手；第三，媒介訊息所蘊含的社會、歷史、文化情境很容易以假亂真，使受眾在理解和接受媒介內容時陷入誤區；第四，媒介對現實世界的符號化呈現誤導了受眾對現實的感知(更詳細的闡述，請參閱Hobbs, 1998)。

這些共識有一個核心，就是：媒介素養的目標是培養理想的公民，所以媒介素養運動必須建立在特定的理想公民理念之上。很明顯，無論是媒介素養活動的組織者還是理論家都努力地試圖告訴人們應該如何處理資訊，應該如何在媒介世界裏生活。因此，媒介素養教育過程就變成了一個以健康民主為目的的社會問題校正過程。

但是在面對具體問題時，現有研究仍缺少對媒介素養效果的統一判斷標準，以及對發生影響的條件的闡釋。目前在北美地區媒介素養的流行定義來自於1992年在美國召開的全國媒介素養領導人會議，它強調一種非常理想主義的觀點——媒介素養是「理解、分析、評價與生產各種形式傳播資訊的能力」(Aufderheide, 1993)。台灣學者在近期著作中，將媒介素養的核心問題概括如下：媒介組織總是為不同權力或利益服務，因此媒介資訊皆為隱含價值取向的文本建構，而同樣的資訊作用於不同的人影響也不相同(陳世敏，2005)。但是這些定義並沒有解決研究中的

問題，比如：什麼是評判媒介能力的標準？為什麼一些人能力強而另一些人能力弱？什麼樣的社會及心理特徵導致不同的媒介使用習慣？這些不同的媒介使用習慣又會帶來怎樣的認知與行為上的後果？這些問題的答案需從人們實際上如何處理資訊以及人們如何在現實媒介世界裏生活中尋找。

本文將集中討論部分上述問題。我們的研究將(1)對媒介素養進行概念化闡釋；(2)檢視與媒介素養相關的幾個概念所含的維度；(3)建立概念間的理論聯繫；(4)梳理各種差異產生的主要原因；(5)揭示影響媒介素養能力的具體條件。儘管以往的媒介素養研究大多著眼於對媒介生產過程與影響等的批判性，少有研究者將其納入實證研究範疇，但是我們認為，即使是大眾啟蒙這樣高尚的目標，如果沒有科學的評價標準和高信度的實證材料作為依託，往往只會成為不現實的空中樓閣。傳播學者 Livingstone and Thumim (2003) 曾強調要加強媒介素養的實證研究，我們的研究正是基於為媒介素養的理念和社會行動目標提供更翔實依據的目的，對這一呼籲的響應。

「媒介素養」概念化定義

媒介素養概念的複雜之處在於，它幾乎包羅萬象。個體從認知到行為都可以看到媒介素養的蹤影，這一點在電子媒介時代尤為明顯。傳統的媒介素養研究站在保護主義的教育立場，無論是對低俗不良媒介文化的「甄別與抵制」，還是對媒介中暴力色情內容的防範，基本動機都無一例外地將媒介素養教育當作解決範圍廣泛且內容複雜的社會問題的一種途徑和方法，而這種觀念近年來逐漸被更現實和客觀的概念性框架所取代，即將「媒介素養」定位在媒介理解力和參與技能上 (Buckingham, 1998)。

近幾年的研究中，為了釐清「媒介素養」的概念內涵，一部分學者將視線放在了各種與媒介相關的思維與行為「技能」上，包括：重複閱讀資訊 (re-reading)、直覺反映 (affective reflexivity)、自我表述能力 (self-expression)、媒介內容真偽判斷能力 (insightful judgment)，等等 (參見 Adams & Hamm, 2001; Aufderheide, 1993; Desmond, 1997; Sholle & Denski,

1995; Neuman, 1991)。另外一些學者則更加關心「知識」，即社會知識與媒介知識的不斷積累如何對一個人的媒介素養作出貢獻(如Bianculli, 1992; Silverblatt, 1995)，知識如何使媒介「去自然化」(de-naturalize)(如Masterman, 1997)，以及媒介知識與個人世界觀的互動(如Potter, 2001)。也有學者集兩者於一體，在同一個研究中，觀察分析媒介知識轉化為媒介技能的過程(Messaris, 1998)。

對「媒介素養」的研究雖然著眼點不同，但是若說這個概念是多維度的，很少有人提出異議。即媒介素養涵蓋很多「子素養」(Meyrowitz, 1998)，各個子素養呈正相關，而且互補。多維度觀為媒介素養理論取向從注重文本到注重個人對媒介政治經濟制度與生產的整體認識的轉型奠定了紮實的理論基礎(Lewis & Jhally, 1998)。時至今日，媒介素養幾個最重要的理論框架均離不開對次級維度的具體分析。本文對媒介素養的概念化定義從知識和技能兩個維度入手，既看它們之間的關係同時也看這些維度和受眾的政治認知、媒介使用行為以及媒介評判等幾個方面的關係。

媒介生產相關知識

與媒介生產相關的知識是媒介素養概念內涵的核心(Hobbs & Frost, 2003)。Potter(2004)在總結了前人的研究之後，將與媒介素養有關的媒介知識濃縮為三方面：內容、生產過程、效果，其中前兩項最重要。就內容來說，受眾需要瞭解媒介內容是建構的產物，而建構一詞在這裏多少含有貶義，即建構現實不等於反映或者代表現實，更多的是扭曲現實(Hobbs, 1997)；就媒介生產過程來說，受眾需要理解資訊背後的社會、文化、政治、經濟等重要背景(context)以及這些背景是如何引導「意義」的生產(production of meaning)。受眾還需要認識到媒介是如何用其獨特的表現形式和操作手法不斷地為了達到某種目的(或者說服務於某種利益)將現實世界典型化、臉譜化(Aufderheide, 1993)。

早在八十年代初，Pattison(1982)在一項研究裏就發現媒介語言能夠超越報紙、電視、雜誌、廣播等具體媒介形式。如那些帶有完全不同黨派背景的媒介在互相攻擊時，會使用同樣的文本與語言，而這背後起

支配作用的是新聞價值。不同媒介同樣看重新聞價值在新聞報道中的核心地位，只是新聞價值的具體內容和排序有所不同。針對這個現象，媒介素養的主要任務是要瞭解受眾是否具備足夠的媒介生產知識來解讀新聞內容 (Pattison, 1982)。這個取向對於我們的研究有很大的借鑒作用。

媒介素養技能

與媒介知識密切相關的另一媒介素養維度是素養技能，它與受眾對資訊的解讀緊密相聯，並牽涉兩個重要問題。一是受眾對媒介內容的非批判性 (不一定是錯誤) 解讀，即媒介使用變得儀式化後，某些受眾近乎全盤接受媒介對現實的呈現。在一個大媒介環境中，各種媒介資訊「共同製造了一個將我們對現實產生錯誤信念的可能性最大化的條件」(Potter, 2004, p. 14)。能夠「抵制」這個條件的受眾具有從媒介文本中建構意義的更高層次的解讀技能，他們能看穿文本騙局、識破媒介世界的假像以及高度瞭解媒介修辭架構背後隱藏的真實意思。

二是在對媒介素養進行概念化定義的時候，我們需要區分能力 (competence) 和技能 (skill)。這兩個概念雖有交集，但概念意義上的差異清晰明瞭。前者指的是人們在和媒介資訊產生互動時的一種識別能力。這個能力是社會化前期形成，且在使用時多自動開啟，所以有的學者認為這種能力帶有二元性，即一個人要麼具有這個能力，要麼沒有 (Fiske & Taylor, 1991)。相反，技能是通過培養訓練獲得的，是程度問題。按照 Potter (2004) 的說法，媒介素養技能的學習訓練過程主要是提高對媒介內容偏離現實的覺察、分析和判斷能力，包括：覺察 (awareness)、分析 (analysis)、思考 (reflection) 和行為 (action)。

政治認知、媒介功能與媒介使用

如上所述，媒介素養這一概念的內涵十分複雜，外延愈加廣泛，給實證研究帶來的難度可想而知。本研究的測量重點是與媒介素養緊密相關的諸多問題中，我們最為關注的三個方面：一是「政治認知」。在媒介

素養概念的內涵中，政治性佔據著核心地位。越來越多的學者將媒介素養研究納入政治經濟學和文化批判學派的框架，一些諸如「另類媒體使用」、「新聞關注度」、「受眾對媒介各種功能包括權力監測等的態度」以及「媒介是為少數人服務的」等政治性極強的變量，在媒介素養研究中折射出官方、媒介、受眾之間不斷進行的意識形態角力。二是「媒介功能」，我們對媒介素養的研究著眼於「素養」的同時，也非常關心受眾如何看待媒介，尤其是公眾心目中理想的媒介規範性功能。因為公眾對媒介功能的看法既源自自身的媒介經驗，也體現出對媒介的期待，這本身就是媒介素養運動關心的問題。三是「媒介使用」，既然提升公眾媒介素養的目的最終是要使公眾成為積極主動的媒介使用者，那麼任何對於媒介素養的討論均無法迴避個人的媒介使用習慣。鑒於此，我們在研究時集中考量了三個相關變量：政治認知、媒介功能與媒介使用。

政治認知

一個人在接觸媒介時，要想作出明智的選擇，首先要認識到問題的存在，而非不予質疑地全盤接受；其次要能夠透過現象看到實質，比如意識到媒介在挑戰權威的表象下通過煽情和強化刻板印象，暗中為統治階級利益推波助瀾；第三，新聞和娛樂節目之間存在著默契，共同推行一種世界觀及對事件的解釋架構 (interpretive structure)，包括：社會問題的定義、原因、責任、解決方式等。不難看出，以上三項的政治性很強，牽扯到意識形態、權力關係、媒介統治支配、受眾被動接受等。不同的人，與媒介內容的互動過程規律不同，原因很多，或多或少可以歸結到人們的認知能力。由於認知能力幾乎包括了一個人的全部思維活動，對於媒介素養研究者來說明顯過於寬泛。

在本研究中，我們對認知的定義限定在三個與政治相關的維度中。第一個維度是「頭腦複雜性」，我們認為一個具批判能力的頭腦亦是一個複雜的頭腦，會比幼稚簡單者具有更豐富的認知參考框架 (associative network)。早期的研究強調媒介素養作為一種定向批判能力是兩種社會力量作用的結果，即由 (外在的) 各種社會化過程「順其自然」形成的頭腦複雜度以及通過媒介素養宣傳推廣、教育啟蒙「人為」培養塑造出的 (內在

的) 思維方式。近期研究已發現，受眾的批判意識首先源自獨立思考習慣，「要質疑媒介，首先要能夠質疑自己的情感、態度和先入之見」(謝靜，2006)。頭腦複雜性有若干次級維度，其一，是一個人是否具有政治思考與理解的能力，是否能夠「看穿」(see through) 高度腳本化的媒介政治文本的能力。在這一位維度上，更具普遍意義的是個人能否認識到「(媒介的) 機構欺騙性」是如何將社會問題納入一定的框架中，使其與佔霸權地位的利益團體之立場相一致 (Lewis & Jhally, 1998)。具有這個能力的人們能夠通過抗辯、抵制、甚至罷讀罷看的方式與媒介訊息進行持續的談判協商 (negotiation)；第二個維度是看到問題多面性的能力，即可以透過媒介看到事件的解釋架構背後深層的意義以及表面上互不相關的事件背後的聯繫；第三個維度是媒介膚淺觀，即用比較清醒的頭腦看媒介資訊，並意識到媒介內容，尤其是對社會問題的報道，只是停留在擦掉表皮的程度。

政治認知的第二個維度是政治興趣 (political interest)，這是影響新聞使用最顯著的因素。在Patterson (1994) 看來，政治興趣不僅可以作為個人是否使用新聞媒介的劃分標準，也是個人如何使用新聞的分水嶺。第三個維度是政治功效意識 (efficacy)。政治功效意識強的人對政府更有信心、更具有公民賦權意識；相反的人較容易產生政治無力感，對政府的信任度相對低 (Gilens, Glaser & Mendelberg, 2001)。雖然兩種人都可能熱衷於媒介使用，目的卻截然不同：研究顯示前者多是為了鞏固自己對政府的信心而使用媒介，而後者則偏於利用媒介發泄憤世嫉俗的情緒 (可參見Bowler & Donovan, 1998)。

媒介功能

早在半個世紀之前，社會學家Charles Wright (1959) 就在其有關媒介功能的經典界定中指出媒介的娛樂功能和資訊功能同等重要。後人的研究又加入了許多新的因素，如為國家和經濟建設服務、內容多元以及權力監督等。本研究對受眾如何看待媒介這些頗具共性的規範性功能 (即，媒介應該具有什麼功能) 發生興趣，是因為媒介素養關注個體是否瞭解大眾傳播生產過程的各種影響因素及其目標。頻繁地使用媒介會使受眾逐

漸形成媒介功能有「好」「壞」之分的看法。媒介素養研究並不假設媒介只有一種功能。媒介功能是多方面的，所以有關研究亦強調受眾對媒介的各種不同功能都要有所瞭解，在此基礎上形成對媒介訊息的有效分析策略。從另一角度來說，受眾如何看待媒介應有的功能也可是一個重要的媒介生產知識源泉 (Messaris, 1998)。

媒介使用

媒介素養運動的主要目的不在於促使人們更多地使用媒介，而在於告訴人們如何積極和批判性地使用和理解媒介。所以，瞭解各種不同的媒介使用形態本身無論對媒介素養教育組織者還是對研究者都至關重要，因為不同形態的媒介使用會帶來不同的社會參與和社會行為 (Mihailidis & Hiebert, 2005)。政治傳播學者們非常清楚閱讀報紙和收看電視在效果上的本質差別 (例如，Iyengar, 1991)。然而，媒介素養的研究並不那麼嚴格地區分報紙、電視或是其他形態的媒介，因為研究者有一個假定，即不管是讀報紙還是看電視，受眾都很容易「屈服」於主流媒介的影響。要打破主流媒介對受眾思想的「壟斷」只能依靠另類聲音。在一些媒介素養倡導者眼中，接觸另類媒介是有益的，因為不同的聲音通常會對同一事件提出與主流媒介大相逕庭的解釋、判斷、批判與評價。其中蘊藏的與主流媒介相衝突的意識形態有助於啟蒙受眾，在其頭腦中建構出相對接近客觀現實的認知 (Lewis & Jhally, 1998)。

不過，積極的媒介使用者並不一定是積極的資訊分析者。即便使用另類媒介也可能是某些非理性動機使然，如獵奇或尋求感官刺激。所以，本研究引入了准社會互動 (para-social interaction) 作為媒介使用的一個次級維度。Horton and Wohl (1956) 在其經典研究中分析了觀眾與電視角色之間那種虛擬的親密關係，並首次提出准社會互動概念，即受眾在使用媒介時會產生一種錯覺，好象與符號世界裏的人物 (例如，電視主持人、故事角色、專欄作家、電台DJ等) 發生著真實的面對面的個人互動聯繫。這種單向的關係有可能具有某種非理性成分。將這個變量納入研究模式可探究媒介使用中有可能存在的非理性因素是否對理性的媒介批判發生影響。

媒介素養：中國情境

在建立這個模型時我們特別注意到當代中國社會的政治生活情境。西方學者定義中媒介素養的所有重要特徵在中國可以說是一應俱全，卻也同時受到特定社會環境的制約：首先，政府限制媒介刊載與宣傳主旋律不符的「另類聲音」，於是，所謂接觸另類聲音完全等同於接觸海外媒介，這樣做不僅管道有限（例如，短波電台，或者未被遮罩的海外網頁），而且許多這類行為被視為非法（如，安裝家用衛星電視接收器）。第二，「媒介素養」這一術語不僅對於眾多中國普通百姓來說是聞所未聞的，研究者的理解也差異很大。

第三，公眾媒介素養的普遍提升將帶來質疑甚至對抗權威的潛在危險，會令當權者感到不快——告訴人們媒介訊息含有「威脅」無疑會帶來更大的威脅。第四，中國媒介素養研究的主要資助來自政府，這樣更便於官方對研究的控制，避免越軌行為。第五，儘管媒介素養強調政治參與，但在中國，可供人們選擇的參政行為極為有限，職責性（如投稿、寫信、捐款等）、公民性（如投訴、示威抗議等）、制度性（如投票）的參與，與絕大多數人無緣，即使那些最激進的行動者也不例外。正是基於這個原因，我們在本研究的概念模型中沒有包括政治參與。

最後，中國在媒介素養方面現有的學術研究比較偏重引介和描述（例如，卜衛，1997；宋小衛，2000；蔡軾芬、張開、劉笑盈，2005）。但是中國社會變革在促進媒介功能多元的同時也帶來商業化娛樂化的影響，新媒介技術拓展了資訊傳播的互動性也凸現出資訊泛濫的弊端，鑒於目前中國大陸開展媒介素養教育的迫切性，對相關問題的實證研究更具現實意義。

研究方法

研究地點

我們選擇廣東省佛山市來檢驗我們的理論模型，主要是基於以下三個理由：首先，佛山是中國經濟最發達的城市之一，在媒介的發達與資

訊的豐富性方面具有優勢和代表性；其次，它地處珠三角，是中國內地少數能夠合法地接收香港（意味著「另類」）電視和廣播的地區，使我們得以比較大陸和海外傳播資訊的影響；最後，作為一項更大的媒介素養研究項目的初始部分，我們希望通過佛山這塊「試驗田」來檢驗理論，並在日後將之與具有不同特徵的城市進行相互比較。

抽 樣

本研究的資料來自於2006年6月在佛山市區進行的一項抽樣調查。經過培訓的大學本科生訪員對由該市477名16歲以上的市民組成的隨機樣本進行了入戶面訪。抽樣採取的是多階集群抽樣 (multi-stage cluster sampling) 方式：首先，根據從佛山市人口統計局獲得的資料，我們從佛山市的三個區（佛山下屬的另兩個不屬於城市範疇的區被排除在外）共233個居委會中隨機抽取出50個居委會；然後，依託居委會整理和保存的居民戶籍資料卡片，採取系統隨機抽樣方式在被抽中的每個居委會中抽出12戶家庭；最後，根據「最近生日法」(last birthday rules)，從每戶家庭中選擇一個人作為訪問對象。整體的響應率為79.5%。

測 量

本研究模型中涉及到的主要變量分為三大組：第一組為社會人口學變量。在模型中它們的定位是不受其他變量影響的「外生變量」(exogenous variables)，在分析中擔當控制變量的角色；第二組是既受到影響又施加影響的「前項外生變量」(antecedent exogenous variables)，包括政治認知、媒介使用習慣、媒介功能的規範性感知；第三組則是「終極」因變量，包括媒介素養能力的多個維度。

社會人口學變量 包括了標準的「四重奏」變量：即被訪者的年齡（以出生年份測量）、教育程度（從「小學以下」到「研究生以上」，以昇冪排列）、收入（以人民幣3000元為組距昇冪排列）、性別（男性=1，女性=2）。除此之外，我們還另外引入了「居住年限」作為新的控制變量，代表被訪者對本地區心理依附的替代變量。

政治認知

這個變量有三個組成部分。頭腦複雜性含有三個子維度：缺乏政治思考與理解(多數政治問題超出了我的理解能力)；政治問題多面性(絕大多數社會問題都有兩個以上側面)；和媒介膚淺觀(媒介對多數問題的報道都比較膚淺)。全部變量均由1到5的五級量表測量(1表示對該說法「非常不同意」，5表示「非常同意」)。政治興趣是三個問題合成的因數²(我對政治很感興趣、我非常關注佛山地區的政策、我會花很多時間思考國家大事；信度係數=0.70)。另一個因數是政治功效意識(普通人無法影響政治、個人的能力太過微弱無法改變現狀，分析時我們反轉了這兩條的編碼；信度係數=0.60)。

媒介使用

報紙新聞關注度由四個因數組成，各代表該概念一個獨特的次級維度：「對頭版、本地新聞、國內新聞和國際新聞的關注度(用1到5的五級量表測量，5表示「非常高」)組合而成(信度係數=0.72)；電視新聞關注度集合了對本地、國內和國際新聞的關注度(測量方式同報紙；信度係數=0.71)；海外媒介使用包括了五個問題——分別是對香港報紙、香港電視、香港廣播、西方媒介與短波電台的使用(測量方式同上；信度係數=0.64)；最後一個變量是基於准社會關係(para-social relationship)的媒介使用，由三個問題組成——因為喜歡某個報紙記者而專門讀他的文章、因為喜歡某個電台主持人而專門聽他的節目、因為喜歡某個電視主持人而專門收看他的節目；信度係數=0.75(用1到5的五級量表測量，1表示對該說法「非常不同意」，5表示「非常同意」)。

媒介規範性功能認知

測量被訪者對媒介「應該做什麼」的理解。三個具有清晰負荷的因數均由一組以「媒介應該……」開頭的問題構成，一是社會推動和權力監測(推動經濟發展、監督權力、增強國家認同、監測政策執行、提供全面完整的資訊；信度係數為0.82)。由於中國大陸媒介的「喉舌」定位與官方政治修辭具有高度的一致性，所以出現「權力監測」這樣帶有「對立」含義的媒介功能與「社會推動」這樣的正面功能呈正相關的現象。在公眾眼裏，

前者可以被納入「反腐」的官方修辭框架，而後者則為「倡廉」，兩者相互呼應。這樣看來，它們落在同一個因數內並且具有很高的因數負荷(0.76)，實不為怪。二是內容多元(報喜也要報憂、允許不同觀點出現)，這個變量在內涵上恰好與社會推動和權力監測因數所包含的一元化寓意相悖，我們希望從與其他變量的關係中檢測出這二者的反向特質。最後是娛樂偏好(媒介主要功能是提供娛樂)。

媒介素養技能 包括四個次級維度：媒介內容與現實的混淆代表一種非批判性的解讀，由一組四個問題構成：明星常被媒介報道是因為他們對社會貢獻大、明星代言廣告是因為他們喜歡該產品、電視劇裏解決問題的方法都可以套用到現實生活、電台音樂排行榜的上榜歌曲是最優秀的；信度係數=0.76)。媒介生產知識由一組七個知識問題(1=答案正確；0=不正確)合併成為一個累加量表(媒介更喜歡它們自己記者採寫的新聞、在媒介機構裏編輯地位比記者高、報道離事件發生的時間越近新聞價值就越高、媒介的經濟來源主要靠國家撥款、《超級女聲》的製作經費完全由贊助商承擔、媒介上一些消費資訊是企業付費才能刊播的、不同類型的新聞報道適合不同的口味；信度係數=0.59。媒介偏見判斷(不存在沒有偏見的媒介、一些媒介比另一些媒介更真實)以及趣味追求(通過對喜歡趣味性新聞甚於可信的新聞、新聞的娛樂性比真實性更重要的贊同度來測量媒介娛樂的分量)。所有上述問題的設計都圍繞媒介資訊生產中的「騙術」(ruse)，看被訪者對媒介資訊是否作簡單化的接受。

我們主要運用「普通最小平方多項回歸」(Ordinary least square multiple regressions)來進行分析，在控制了人口學變量後，每一組內生變量輪流作為因變量加以分析。為簡化起見，研究沒有再控制其他變量。

資料分析結果

媒介使用形態

表一顯示的是在控制了五個社會人口變量之後，政治認知的各個維度對媒介使用變量的影響。這個分析架構的基點是我們對政治認知的定義和測量更多地反映了「能力」，而非「技能」。由表一可見，人口變量與

因變量的關係中，以年齡和教育程度最為突顯。報紙和電視受眾的年齡都比較大，教育程度比較高；顯然年輕人和高收入人群更顯著地被海外媒介吸引；對於准社會關係互動的誘惑年輕人更敏感，高收入人群則不然。

在有關政治認知的變量組，頭腦複雜性涵蓋的三個維度當中，有兩個與關注新聞幾乎不相關的變量，即缺乏政治思考和理解與持媒介膚淺觀的人都並不熱衷於報紙或電視新聞，只有認為政治問題具有多面性的受眾才會額外關注報紙和電視新聞，且這部分人明顯使用報紙 ($\beta = .21$, $p < .01$) 要多過電視 ($\beta = .14$, $p < .01$)。不理解政治的人在使用媒介時比具有其他政治認知的受眾都更加依賴准社會關係，而認為媒介膚淺的人顯著排斥准社會關係。同時，媒介內容膚淺觀的持有者是頭腦複雜三個維度中唯一疏離海外媒介的一組 ($\beta = -.12$, $p < .05$)。我們發現越是認為媒介膚淺的被訪者，越不缺乏政治思考和理解，這兩個變量之間跨越三個媒介使用的反向關係進一步說明了它們的概念內涵相斥。政治興趣與媒介使用習慣的幾個維度均呈現出很強的正向關係，其中以收看電視為最強 ($\beta = .30$, $p < .001$)，可見電視作為政治資訊圖文並茂的載體與政治興趣和頭腦複雜三者間的關係不容小看。政治功效意識似乎與媒介使用風馬牛不相及。

對媒介規範化功能的認知

接下來，我們用政治認知和媒介使用習慣作為自變量，來觀察其對於作為因變量的媒介規範性功能的影響(表二)。粗略地瀏覽一下人口變量，不難看出，即使其對因變量的影響既微弱又缺乏規律，但是依然符合常理。年紀大的人群更傾向於媒介的社會推動和權力監測功能，高收入人群更在意媒介內容多元。

社會推動與權力監測功能

這個因數內含的五個問題全部符合目前中國大陸的主流話語，因此不難理解缺乏政治思考與它的正相關。同時，在頭腦複雜性的三個維度中，這個因數與認同政治問題多面性表現出更強的同向關係 ($\beta = .29$,

表一 OLS回歸：預測媒介使用形態

自變量	因變量			
	報紙新聞 關注度	電視新聞 關注度	海外媒介 使用	基於准社會關係 的媒介使用
人口學變量				
性別(女)	-.03 ^b	-.10	-.02	.04
年齡(年輕)	-.25***	-.27***	.38***	.22**
收入	.10	.04	.15*	-.16*
教育	.16*	.20**	-.04	.07
居住年限	.04	.01	.11	-.00
R^2 (%)	6.40**	7.90***	14.30****	6.70***
政治認知 ^a				
頭腦複雜性				
缺乏政治思考與理解	.06	.04	.13**	.16***
政治問題多面性	.21***	.14**	-.07	.07
媒介膚淺觀	-.04	-.06	-.12**	-.12*
政治興趣	.13*	.30***	.19***	.14*
政治功效意識	.00	.02	.04	.05
增加的 R^2 (%)	7.80***	10.50***	6.50***	4.00**
R^2 (%) 總和	14.20	18.40	20.80	10.70

注：a. 此欄往下的表內數字為控制了人口學變量後的標準化回歸係數；

b. * $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$; $N = 477$ 。

$p < .001$)，進一步說明受訪者並不認為媒介推動社會和監測權力的功能相矛盾。媒介膚淺觀與媒介社會功能認知的關係不顯著。政治興趣、政治功效意識與媒介社會推動和權力監測功能均成正相關，表明相對政治冷漠的人來說，具有政治熱情的受眾更願意接受媒介的這些傳統規範功能(normative functions)。閱讀報紙和收看電視新聞與這組功能的關係相當一致，同為正向，但是相關係數比較小，處於顯著與非顯著的邊緣地帶。

內容多元

由於這組功能與前一個因數的一元化內涵相悖，所以政治認知的大多數次級維度在與它的關係上，的確呈現出我們預期的與前一個因數的方向背離。在頭腦複雜性的三個維度中，只有看問題多面性和內容多元的關係方向與其和社會推動功能一致，卻也合情合理，表明這種人認為

表二 OLS回歸：預測媒介功能

自變量	因變量 對媒介規範化功能的認知		
	社會推動與 權力監測	內容多元	娛樂偏好
人口學變量			
性別 (女)	.06 ^b	-.08	.06
年齡 (年輕)	-.15**	.09	-.04
收入	-.04	.13**	-.09
教育	.02	-.06	-.05
居住年限	.05	-.08	.03
R ² (%)	3.40**	3.50**	2.50*
政治認知 ^a			
頭腦複雜性			
缺乏政治思考與理解	.09	-.10*	.09*
政治問題多面性	.29***	.23***	.02
媒介膚淺觀	-.05	.11*	-.20***
政治興趣	.25***	-.14**	.05
政治功效意識	.10*	-.11*	.01
增加的R ² (%)	12.10***	6.40***	4.60***
媒介使用形態			
報紙新聞	.09	-.15**	-.05
電視新聞	.10	-.17***	-.07
海外媒介	-.06	.11	.12*
准社會關係	.02	.02	.05
增加的R ² (%)	1.40	4.20***	1.80*
R ² (%) 總和	16.90	14.10	8.90

注：a. 此欄往下的表內數字為控制了人口學變量後的標準化回歸係數；

b. * $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$; $N = 477$ 。

媒介功能本應該具有如此的包容。同我們的預期一致的是認為媒介內容膚淺的人不認同規範的社會推動功能，但是支持在中國大陸頗帶另類意味的多元化功能。政治興趣和功效意識越強的人，越不贊同內容多元。報紙和電視新聞關注度與內容多元成負相關。使用海外媒介頻繁的人對於內容多元有更大的需求，這是符合邏輯的。准社會關係與內容多元化沒有關係。

娛樂偏好

無論以變量間關係的多少還是大小為標準，娛樂偏好都是三個功能中最弱的一個，主要因為包括人口學變量在內的多數變量與它沒有什麼值得一提的關係。唯一具有顯著關係的三個變量是：缺乏政治理解和使用海外媒介的人比較看重媒介的娛樂功能，但是認為媒介膚淺的人則對媒介的這一功能表示不屑。

媒介素養技能

表三顯示的是四個變量組與媒介素養技能兩個維度所含四個次級維度的關係。從人口統計指標上看，除女性和低教育程度人群呈現出依賴媒介獲得樂趣的趨勢以及受教育高的人更容易認為媒介帶有偏見以外，媒介素養技能與人們的社會人口定位並不相關。由於缺少社會學理論的指引，個別的顯著性發現或許純屬偶然。

媒介內容與現實的混淆

政治認知變量組中，只有媒介膚淺觀與它有很強的負相關。缺乏政治思考與理解的那部分人比較容易混淆媒介與現實的關係，政治興趣濃厚的人也一樣。媒介使用組的變量中，只有閱讀報紙的習慣與混淆媒介與現實這個因數格格不入，收看電視、使用海外媒體以及依賴准社會關係均有強度不等的正向關係，其中以海外媒介最為明顯 ($\beta = .35, p < .001$)，從側面說明佛山受眾觀看香港電視最熱衷的其實是娛樂節目，而香港電視娛樂節目又以充斥著逃避現實 (escapist) 的內容主題著稱，電視娛樂的魔力反而會更具吸引力。無獨有偶，依賴准社會關係使用媒介的人群，也更容易混淆媒介與現實的關係，這並不奇怪，那些迷戀「漂亮女主播」的人，本來就不是在從媒介中尋找現實。

媒介生產知識

這組指標與媒介素養其他維度最大的不同就在於它具有一定的「客觀」性，所含問題是有標準答案的（如，「超女的製作費用完全是由贊助商提供的」）。從這個角度看，在所有前置變量中，唯有缺乏政治理解和思

考的人同時缺乏媒介生產知識也就不奇怪了 ($\beta = -.14, p < .01$)。有趣的是，愈認為媒介內容膚淺的人其媒介生產知識就愈豐富。政治興趣和功效意識與媒介知識的關係非常密切，可見無論政治興趣是貼近主流還是另類意識形態，均有助於瞭解更多媒介知識。媒介使用變量組裏，只有收看电视無助於媒介知識的增長。有關媒介規範功能的各項指標均與媒介知識呈正相關，它們之間的區別不大。

媒介偏見判斷

與媒介知識不同，這個因數測量的是受訪人對媒介內容是否客觀的主觀信念。但是它與媒介知識略有相同之處的地方是，站在媒介素養的立場，這些問題本身對於個體應該如何看待媒介的價值取向，也可以說是有標準答案的(如，「不存在沒有偏見的媒介」、「一些媒介比另一些媒介更真實」)。政治認知組中，只有頭腦比較簡單的人看不到媒介的偏向性 ($\beta = -.09, p < .05$)，其他維度均與這個變量為顯著正相關，其中以看問題的多面性尤為突出 ($\beta = .39, p < .001$)。在媒體使用組中，除了接觸海外媒體沒有關係外，新聞關注度，甚至包括准社會關係在內，都讓人質疑媒介報導的客觀中立性。媒介功能組中的各項測量中，強調娛樂功能與媒介偏見判斷毫無關係，其餘指標亦為正相關。

趣味追求

由於我們這個變量的問題強調趣味勝過真實，所以這個因數多少有點「低級趣味」的意味，這從它與教育水準的關係中可見一斑 (Pearson $r = -.12, p < .001$)。但是娛樂取悅大眾的力量不可低估。政治認知指標中，只有認為媒介膚淺的受訪者立場堅定地排斥娛樂可以勝過真實之說。讓人最不吃驚的就是趣味性受到頻繁使用海外媒介(主要是香港媒介)和欣賞准社會關係的人的推崇(分別為 $\beta = .18, p < .001$ ； $\beta = .24, p < .001$)。在功能變量組中，看重媒介娛樂功能的自然不會對媒介的娛樂性嗤之以鼻 ($\beta = .33, p < .001$)。

表三 OLS回歸：預測媒介素養能力

	因變量：媒介素養技能			
	自變量 現實的混淆	媒介內容與 知識	媒介生產 判斷	媒介偏見
人口學變量				
性別(女)	-.03 ^b	.06	.02	.12*
年齡(年輕)	.09	-.00	-.06	.01
收入	-.07	.03	-.01	-.07
教育	-.08	-.02	.10	-.12**
居住年限	.09	.00	.04	.00
R^2 (%)	2.10	1.50	1.00	3.40**
政治認知 ^a				
頭腦複雜性				
缺乏政治思考與理解	.20***	-.14**	-.09*	.06
政治問題多面性	-.04	.10*	.39***	-.02
媒介膚淺觀	-.19***	.18***	.20***	-.18***
政治興趣	.27***	.15**	.18***	.06
政治功效意識	.03	.19***	.22***	.06
增加的 R^2 (%)	12.20***	5.60***	17.30***	3.80**
媒介使用形態				
報紙新聞	.01	.15**	.18***	-.05
電視新聞	.09	.06	.14**	-.04
海外媒介	.35***	.15**	-.01	.18***
准社會關係	.28***	.16**	.13**	.24***
增加的 R^2 (%)	9.40***	2.30*	1.60	5.80***
媒介功能				
社會推動和權力監測	-.04	.12**	.29***	.03
內容多元	-.09	.22***	.22***	-.03
娛樂	.28***	.17***	-.01	.33***
增加的 R^2 (%)	5.30***	4.10***	3.0**	7.00***
R^2 (%)總和	29.00	13.50	22.90	20.00

注：a. 此欄往下的表內數字為控制了人口學變量後的標準化回歸係數；

b. * $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$; $N = 477$ 。

結論和討論

過去幾十年來，媒介素養歷經了四次可以稱得上「範式轉移」的變化。第一代範式以比較精英的觀點視傳媒為「下九流」的「帶菌者」，傳播對社會、高尚文化尤其是兒童有害的資訊，媒介素養教育的職責是給公眾打預防針，防止侵害；第二代範式承認並不是所有的媒介內容都是有害的，關鍵是如何引導受眾進行明智的選擇，在接觸媒介時，去其糟粕取其精華；第三代範式轉而強調媒介製造假性意識 (false consciousness) 的巨大潛力，使受眾在不知不覺中接受一種由外部文化強加的價值觀念，而媒介正好代表了這種佔統治地位的主流文化 (參見 Masterman, 1998)，所以媒介素養的任務是培養批判解讀能力。近幾年，Potter (2004) 發展了批判解讀，提出媒介素養認知理論，將研究重點放在了頭腦複雜和大腦資訊處理方面，稱之為「第四範式」。按照這樣的分法，本研究應該屬於第四範式。

本研究的目標是要通過驗證各個核心概念的維度來創建它們之間的理論關聯，建立評價標準，至少在統計學意義上評判其效果，並尋找出變量的根源。換句話說，第一代媒介素養研究的結論只是第四範式研究的引言。

媒介素養

首先，我們的研究驗證了媒介素養概念是多元的，它由一組反映媒介技能的變量，和對媒介生產知識的瞭解這兩個主要維度組成。在我們對媒介內容混淆現實這個變量反向編碼後，兩個維度共四個變量之間呈正相關，與前人的研究基本相符 (Potter, 2004)。一個值得重視的發現是，追求趣味與其他三個相對嚴肅的變量享有同等地位，其寓意躍然紙上，那就是無論是傳播學者還是媒介素養運動的推動者，都不能忽視大眾媒介使用時的娛樂動機；媒介內容生產者更是深知提供富有感官刺激的媒介內容，對於大眾的吸引力與價值。

媒介素養與政治認知

在這裏我們強調對頭腦複雜性的審視。如果媒介素養是對於現代社會公民素養的一個衡量標準的話，那麼每個個體所具有的頭腦認識能力在這個標準上的落點可以非常不同。儘管這種認知能力的獲取在早期社會化過程中很難剝離媒介的影響，但是，缺乏政治思考和理解與媒介膚淺觀這對變量的顯著反方向關係，證實了具有一個相對複雜的頭腦確實讓人在接觸媒介時，能夠通過選擇，對媒介內容進行具有挑戰性及分析性等活躍的闡釋，並抗拒或拒絕接受某些內容。此外，缺乏政治思考和理解的人對政治「不聞不問不知」，頗有些近似被Hyman and Sheatsley (1958) 近半個世紀前在研究中歸納為「一問三不知」者 (chronic know-nothing)，他們很容易被某些相對激進的媒介素養倡導者視為社會運動中的「反面教材」和「糾正對象」。與此相反，認為媒介內容膚淺的人能夠清醒地認識到媒介真實與現實世界的差異，他們消息靈通知識豐富，能夠看穿媒介偏見而且鄙視低級趣味，完全可以被視為媒介素養運動的「正面典型」。

媒介素養與媒介使用

報紙與電視相比，在有「標準答案」的兩個媒介素養變量上略顯優勢。根據我們的數據分析結果，收看電視對於更多地瞭解媒介生產知識沒有貢獻，這似乎抹殺了過往的一些研究發現，如：受眾可以通過看電視偶然學到有用的知識 (incidental learning)，以及電視具有縮窄知識溝的作用。在本研究中，公眾的海外媒介使用多是香港媒介 (以香港電視為主) 且主要是娛樂內容，儘管從價值取向上其作用可以等同另類媒體。但是我們發現接觸這類娛樂性內容非但不能增強對媒介偏見的認識，反而強化了對媒介真實與現實的混淆。這一點上，那些政治興趣濃厚的人能夠分辨媒介偏見，卻在混淆媒介真實和現實上與缺乏政治思考的人如出一轍。這讓我們看到對媒介軟性內容的批判意識更加難以確立。這些指向的娛樂性內容的維度，需要在今後的研究，與新聞性內容在測量上區分開來。

媒介素養與媒介功能

我們的研究發現，看重媒介的監測功能和內容多元性有助於受眾更多地獲得媒介生產知識，以及認識到媒介內容的偏見與片面性。而媒介的娛樂功能對於個體來說雖然很重要，卻是無法幫助公眾建立起對媒介的批判性解讀。值得注意的是，媒介功能組的指標在問卷中是以一組媒介「應該」怎樣開頭的問題來進行測量的，因此這組問題反映的其實是受眾對理想的媒介表現的一種期待。

總體上看，我們的回歸模型解釋了媒介素養各項指標15%–30%的方差(表三)，稍微低於我們的預期。今後的研究應該考慮更細緻的維度分層，從而增加模型的解釋力。媒介素養技能與知識都是可以進一步細化的；同時，政治認知、媒介使用(特別是互聯網使用)、受眾對媒介更加具體的看法(如，黨報與大眾化報紙、公信力與發行量等)甚至媒介與媒介之間更微妙的差異(如，越軌行為等)都值得在今後的研究中作出更詳盡的分析。

本研究對於媒介素養運動的社會意義在於，在看到主流媒介意識形態對政治認知和媒介使用與媒介功能關係的預測中，體現出不容置疑的強大力量的同時，我們也看到，在這組關係中內容多元這個唯一與主流內涵相悖的因數，在強化公眾對媒介的主動識別與批判意識方面具有積極作用，這一點，驗證了媒介素養推動者對於另類媒介在公眾媒介素養培育上啟蒙意義的推測。

我們相信，關乎媒介制度變革和公眾啟蒙的媒介素養運動首先應該認識到一個問題，那就是在告訴人們應該做什麼之前，必須瞭解人們已經做了或者正在做著什麼。因此，在審視「超越保護主義」的媒介素養教育新範式時——它被概括為基於媒介生態理論，公眾作為現代民主社會的公民，媒介素養教育的手段為參與媒介內容製作、影響媒介產業，而目標則是公眾與媒介共生(Buckingham, 2003)，認識到公眾自身的反思與鑒別能力的差異，認識到媒介生態所屬社會政治與文化環境本身的局限，認識到受眾——媒介關係中非理性的影響力，認識到人們日日接觸的豐富生動的媒介形態內容和與之相比十分有限的媒介知識之間的巨大反差，無疑有助於更深入理解在媒介素養教育過程中，「賦權」

(empowerment) 作為公眾參與和培育多元民主社會的重要環節，從理念演化為實踐行為的漫漫路途。

參考文獻

- 宋小衛 (2000)。〈學會解讀大眾傳播——國外媒介素養教育概述〉。《當代傳播》，第二期，頁61–62；第三期，頁64–65。
- 李月蓮 (2002)。〈香港傳媒教育運動：「網絡模式」的新社會運動〉。《新聞學研究》，第71期，頁107–131。
- 吳翠珍 (1996)。〈媒體教育中的電視素養〉。《新聞學研究》，第53期，頁39–59。
- 陳世敏 (2005)。〈媒介素養的基本概念〉。周典芳、陳國明 (編)，《媒介素養概論》 (頁3–22)。台灣：五南圖書出版公司。
- 陸曄 (2006)。〈媒介素養教育中的社會控制機制——香港媒介素養教育的目標和特徵〉。《新聞大學》，第1期，頁57–60。
- 謝靜 (2006年8月)。〈媒介受眾的批判意識建構——以大學生對於客觀性原則的反思性徵用為例〉，「2006中國傳播學論壇」論文，深圳。
- 蔡軾芬、張開、劉笑盈 (主編) (2005)。《媒介素養》。北京：中國傳媒大學出版社。
- 卜衛 (1997)。〈論媒介教育的意義、內容和方法〉。北京：《現代傳播》，第1期，頁29–33。
- Adams, D. W., & Hamm, M. (2001). *Literacy in a multimedia age*. Norwood, MA: Christopher-Gordon.
- Aufderheide, P. (Ed.). (1993). *Media Literacy: A report of the national leadership conference on media literacy*. Aspen, CO: Aspen Institute.
- Bianculli, D. (1992). *Teletiteracy: Taking television seriously*. New York: Continuum.
- Bowler, S., & Donovan, T. (1998). *Demanding choices: Opinion, voting, and direct democracy*. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press.
- Buckingham, D. (1998). Media education in the UK: Moving beyond protectionism. *Journal of Communication*, 48(1), 33–43.
- Buckingham, D. (2003). *Media education: Literacy, learning and contemporary culture*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Christ, W.G., & Potter, W. J. (1998). Media literacy, media education, and the academy. *Journal of Communication*, 48, 5–15.
- Desmond, R. (1997). TV viewing, reading, and media literacy. In J. Flood, S. B. Heath & D. Lapp (Eds.), *Handbook of research on teaching literacy through the communicative and visual arts* (pp. 23–30). New York: Macmillan.
- Fiske, S., & Taylor, S. (1991). *Social cognition* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.

- Gilens, M., Glaser, J., & Mendelberg, T. (2001). *Having a say: Political efficacy in the context of direct democracy*. Paper presented at the annual meeting of American Political Science Association, San Francisco, CA.
- Hobbs, R. (1997). Expanding the concept of literacy. In R. Kubey (Ed.), *Media literacy in the information age* (pp. 163–183). New Brunswick, NJ: Transaction.
- Hobbs, R. (1998). The seven great debates in the media literacy movements. *Journal of Communication*, 48, 1–32.
- Hobbs, R., & Frost, R. (2003). Measuring the acquisition of media-literacy skills. *Reading Research Quarterly*, 38(3), 330–355.
- Horton, D., & Wohl, R. W. (1956). Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. *Psychiatry*, 19, 215–229.
- Hyman, H., & Sheatsley, P. (1958). Some reasons why information campaigns fail. In E. Maccoby, T. Newcomb & E. Hartley (Eds.), *Readings in social psychology* (3rd ed., pp. 85–94). New York: Henry Hold Co.
- Iyengar, S. (1991). *Is anyone responsible? How television frames political issues*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Lewis, J., & Jhally S. (1998). The struggle over media literacy. *Journal of Communication*, 48(1), 109–120.
- Livingstone, S., & Thumim, N. (2003). *Assessing the media literacy of UK adults*. Retrieved July 12, 2006, from <http://www.ofcom.org.uk/static/archive/bsc/pdfs/research/litass.pdf>.
- Masterman, L. (1997). A rationale for media education. In R. Kubey (Ed.), *Media literacy in the information age: Current perspectives, information, and behavior* (Vol. 6, pp. 15–68). New Brunswick, NJ: Transaction.
- Masterman, L. (1998). Foreword: The media education revolution. In A. Hart (Ed.), *Teaching the media: International perspectives* (pp. vii–xi). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Messaris, P. (1998). Visual aspects of media literacy. *Journal of Communication*, 48(1), 70–80.
- Meyrowitz, J. (1998). Multiple media literacies. *Journal of Communication*, 48(1), 96–108.
- Mihailidis, P., & Hiebert, R. (2005). Media literacy in journalism education curriculum. *Academic Exchange Quarterly*, 9(3), 162–166.
- Neuman, S. B. (1991). *Literacy in the television age: The myth of the TV effect*. Norwood, NJ: Ablex.
- Patterson, T. (1994). *Out of order*. New York: Vintage Books.
- Pattison, R. (1982). *On literacy: The politics of the word from Homer to the age of rock*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Potter, W. J. (2001). *Media literacy* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Potter, W. J. (2004). *Theory of media literacy: A cognitive approach*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Sholle, D., & Denski, S. (1995). Critical media literacy: Reading, remapping, rewriting. In P. McLaren, R. Hammer, D. Sholle, & S. Reilly (Eds.), *Rethinking*

media literacy: A critical pedagogy of representation (pp. 7–31). New York: Peter Lang.

Silverblatt, A. (1995). *Media literacy: Keys to interpreting media messages*. Westport, CT: Praeger.

Wright, C. (1959). *Mass communication: A sociological perspective*. New York: Random House.

註釋

1. 《傳播學季刊》(*Journal of Communication*) 曾將1998年冬季號 (Vol. 48 I) 的研究專題定為「媒介素養」。
2. 為更接近現實狀況，我們採用主成分斜交轉軸因子分析、因子特徵值大於1，以下因子分析相同，表格未附。

鳴謝

作者衷心感謝中國教育部重大攻關項目「媒介素質教育理論與實踐研究」(項目批准號：04JZD00038)的一部分。本文作者衷心感謝兩位匿名評審專家提出的寶貴意見。