

媒介素养教育的价值基础与实践选择

侯亚丁

摘 要：媒介价值判断与媒介功能理解构成媒介素养教育的价值基础与实践指导。媒介价值判断是对媒介自身存在的本体论意义确信，用以确定媒介这一存在形式的价值合理性与合法性；媒介功能理解是对媒介行为的方法论意义认知，用以描述媒介行为对于信息受众的影响及相互影响过程；媒介素养教育是在媒介价值判断与功能理解基础上的实践行为选择，用以实现对信息受众媒介素养的培养与提升，引导受众产生更加合理的信息实践行为。

关键词：媒介素养教育；价值逻辑；实践逻辑

作者简介：侯亚丁，男，副教授，博士。（浙江传媒学院 文化创意与管理学院，浙江 杭州，310018）

中图分类号：G206.2 **文献标识码：**A **文章编号：**1008-6552（2019）06-0048-07

媒介是信息与人的中介环节。个体通过这一环节接触、理解所获信息并作出评判，尽管这一评判的准确程度可能处于不同的成熟状态，存在较大的个体和群体认知差异，甚至处于有意识和无意识接触评判状态，但信息接受者均不可避免地在这一认知指导下展开行动并产生结果，而这一行动和结果的合理性便取决于行动者对于媒介传达信息的正确接收、理解和评判能力，媒介素养和媒介素养教育在这一前提下产生。媒介素养是人们面对媒介各种信息时的选择能力、理解能力、质疑能力、评估能力、创造和生产能力以及思辨反映能力。^[1]媒介素养教育便是对这一系列能力的培养和提升过程。

媒介素养教育的方向与实践选择取决于教育者对媒介功能的理解，而对媒介功能的理解又根植于对媒介价值的判断，因此，媒介价值判断与媒介功能理解便构成了媒介素养教育的价值基础与实践指导。媒介价值判断是对媒介自身存在的本体论意义确信，用以确定媒介这一存在形式的价值合理性与合法性，经历了从肯定、否定至甄别、参与的过程，具体可描述为单向言说、碎片迷障、文化构建、符号传递、民生写意等几个层次；媒介功能理解是对媒介行为的方法论意义认知，用以描述媒介行为对于信息受众的影响及相互影响过程，对应于媒介价值判断，可区分为价值捆绑、信息绑架、公共传达、意义表征、双端赋权等几个层次；媒介素养教育是在媒介价值判断与媒介功能理解基础上的实践行为选择，用以实现对信息受众媒介素养的培养与提升，引导媒介受众产生更加合理的信息实践行为。对应于媒介价值与功能判断，媒介素养教育可区分为定制引导、批判免疫、理喻乐享、甄别辨析、融合共生等几个层次（见图1）。

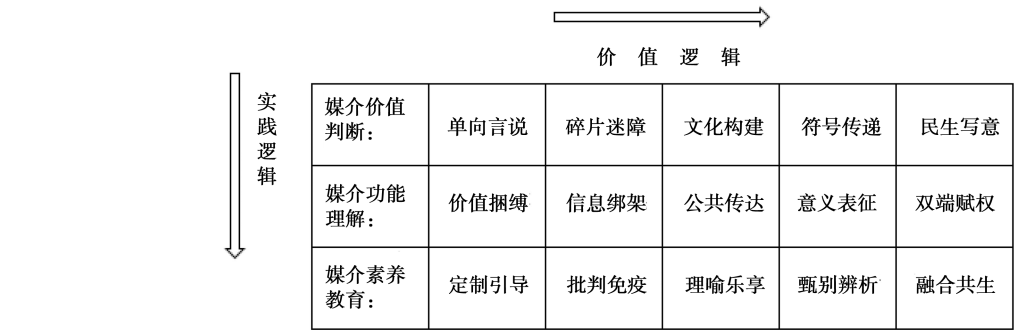


图1 媒介素养教育的价值基础与实践选择

一、媒介素养教育的价值基础：从“单向言说”到“民生写意”

（一）单向言说

在《报业的四种理论》（Four Theories of the Press）一书中，作者（Siebert, Peterson, Schramm）对一般性报业进行了较为深入的研究，提出四个分类，分别为威权主义、自由主义、社会责任和极权主义。其中无论是威权主义还是极权主义的报业分类，均提供了单向言说的媒介价值判断，即提前预设了报业所传达信息的合理性甚至真理性，同时提前预设了媒介受众人群的先天价值能力弱势及价值被引导需求，甚至是价值拯救需求。此处作者所言报业具有特定指向，专指代表国家或政府发声的报业机构，或是因某种原因与国家、政府意图保持高度一致的报业机构，因此，单向言说的媒介价值判断得以成立的哲学基础便是国家及政府的合法性与真理性。“威权主义主张社会事物必须一切以权力和权威为转移，强调社会等级秩序以及上下级之间绝对的支配与服从关系。威权主义报业理论要求报业成为国家的公仆，尊重君主权威，促进政府的政策，并听命于国家的管理。”^[2]

单向言说的媒介价值判断依附于国家及政府的先天真理观，单向度划分了媒介与受众的等级秩序。出版特许与书刊审查制度体现了国家及政府真理性之于媒介信息的定向功能，“枪弹论”或“皮下注射论”则体现了媒介信息真理性之于受众群体的价值引导与帮助功能。这一厢情愿的等级秩序划分在面临受众主体性时便瞬间解体了。受众主体发现自身并非单向度价值容器，而是具有相当的价值自主性与选择性。这一发现意味着受众主体的自我发现与精神觉醒，而这一发现与觉醒即便处于萌芽阶段也足以抵制一般性的价值灌输与注射。面对各类不同甚至相反的媒介信息如何进行价值判断与选择的问题，媒介价值判断超越单向言说而进入碎片迷障阶段。

（二）碎片迷障

法兰克福学派诸成员以及尼尔·波兹曼（Neil Postman）等学者为媒介价值判断提供了负面的观点，“娱乐至死”“文化工业论”以及阿多诺对卢卡奇“商品拜物教”概念的发展等均对当代媒介信息提出了碎片迷障的价值判断，认为当代媒介信息对于受众而言事实上产生了价值功能降解以及高级欺骗性与虚假同一性。信息受众在媒介信息碎片中要么麻痹，要么迷失。“一切公众话语都日渐以娱乐的方式出现，并成为一种文化精神。我们的政治、宗教、新闻、体育和商业都心甘情愿地成为娱乐的附庸，毫无疑问，甚至无声无息，其结果是我们成了一个娱乐至死的物种。”^[3]从心理分析的角度看，文化工业激起了人们的欲望，不但没有使其升华，反而压抑了这种欲望。所以文化工业是启蒙带来的欺骗，是对大众的麻醉，导致其判断力丧失。^[4]媒介信息传递功能在此本质上成为工具，而这一工具的存在价值即为对受众群体的价值散化及价值统治，并且通过一种狡黠的信息散播与引导方式来实现。

如果说单向言说的媒介价值判断标示着受众群体的主体性沉睡，碎片迷障的媒介价值判断则标示着受众群体的主体性苏醒，只是这一苏醒仍处于迷朦状态。主体性精神的进一步发展便是受众主体的主体性价值追求与审美意愿，而这一追求与意愿所赖以生存的场所便是媒介信息所能构建的公共文化场域。媒介价值判断也由此从碎片迷障走向文化构建。

（三）文化构建

伯明翰学派在媒介传播领域提出的平民立场开拓了媒介价值判断上的文化构建观。区别于之前对于媒介受众价值需求与判断的弱视，理查德·霍加特、E. P. 汤普森和雷蒙德·威廉姆斯等人在解构利维斯精英文化霸权、保守主义与悲观主义的基础上，重新定义了媒介受众的价值能力。他们反对文化精英主义观念，认为文化不是少数精英的经典，而是普通受众的整体生活方式。精英文化与大众文化并非二元对立关系，而是在媒介信息形成的公共信息场域内共同生活的二者。普通受众人群同样具

备适应能力和病毒免疫能力，同时具备文化创新与生产能力。朋克、嬉皮士、摩登派等亚文化并不代表道德恐慌或对抗，而应作为一种“巨型文本”或“拟语言”加以解读，并构成特定历史时期文化构建的重要组成部分。雷蒙德·威廉姆斯（Raymond Williams）进一步指出：“对于文化这个概念，困难之处在于我们必须不断扩展它的意义，直至它与我们的日常生活几乎成为同义的。”^[5]

文化构建的媒介价值判断在主体意义上肯定了媒介受众的价值生存能力和价值意义，以及媒介信息散播功能所体现出的文化构建意义，并据此提出文化场域的公共空间概念，勾画出媒介信息文化建构过程以及媒介受众群体乐享于此的和谐画面。相较于之前的单向言说、碎片迷障，这已是一个进步。碎片迷障的媒介价值判断一方面否定了媒介传递信息的完全价值意义，另一方面也否定了受众群体的主体能动性或信息识别与选择能力。文化构建的媒介价值观则予以反击。但无论是这两个方面的同时否定或肯定，均给媒介传播的价值属性带来了难题。媒介传播的正面功能是决定于媒介自身的价值选择与道德能力，还是依附于受众群体的信息素养？这一难题的深入思考导致媒介价值判断的“倒退”，将媒介价值判断由碎片迷障、文化构建拉回至符号传递，并且由此深入了媒介价值判断的元层次理解。

（四）符号传递

上文述及的媒介价值判断的一个“倒退”或回归，应从皮尔斯（C. S. Peirce）和索绪尔（F. de Saussure）开始，或者说二者的现代符号学与结构主义符号学很早就为媒介价值判断的符号传递观奠定了思想基础，之后 G·H·米德的符号互动论和萨丕尔-沃尔夫假说则在功能发挥和主体秩序上进一步拓展了符号的功能和意义。图像符号（icon）、标志符号（index）和象征符号（symbol）区分了符号传递意义的方式与目标，能指（signifier）和所指（signified）区分了符号的具象现实与抽象表达，整体语言（langue）和个体语言（parole）描述了符号在族群使用过程中的演化环节。G·H·米德和萨丕尔-沃尔夫师徒进一步颠倒了符号与受众的主体地位，“人类在很大程度上受到已经成为所处社会表达工具的那种特定语言的支配。”^[6]西方媒介研究者在历经之前的文化研究后，开始回归媒介传播的元层次理解，亦即对于媒介传播所依赖的符号功能的再审视，提出媒介“再现”价值取向下的“表征”范式。媒介价值判断也由文化构建走向符号传递，即媒介的本质是信息符号的构造与传达，同时这一构造与传达依然保持着单向度关系。

如果说单向言说、碎片迷障的媒介价值判断否定了媒介受众的价值判断与价值选择能力，文化构建、符号传递的媒介价值判断则采取了初步肯定与尊重的态度。符号传递的媒介价值判断进一步深入媒介符号特别是文本，并在这一观察后得出了“虚假真实”的结论，认为受众无法真正把握媒介信息背后的隐含本质，所接受与同意的“真实”本质上是媒介符号构造出来的结果，是媒介符号的表征含义和虚假真实，“媒介不可避免地改变着它所处理的任何事物。”^[7]20 世纪 80 年代后期，网络技术的发展带来信息传递方式的变迁，信息单向传递模式被彻底打破，传统媒介机构失去了信息生产与传播的专项权力。媒介受众从信息的被动接受者逐渐成长为主动生产者。这一赋权模式再次提升了媒介受众的主体价值能力。媒介价值判断也因其主体变更而由符号传递走向民生写意。

（五）民生写意

伊丽莎白·诺埃勒-诺依曼（Elisabeth Noelle-Neumann）以“沉默的螺旋”著名，“个人同样也经历着持续的冲突，这个冲突存在于他们个人的倾向、信念和必须遵循的社会要求之间。”^[8]这一理论成功解释了媒介受众在面临大众媒介意向时的屈服与选择，但也已经可以看到民众意愿的初次显露。媒介技术与环境的发展变化打破这一螺旋，“沉默者”越来越少，带来了媒介价值判断新的发展，符号传递的媒介价值观开始向民生写意转变。媒介强调了任何个体都是特殊的个体，并在传播过程中将各个社会个体囊括其间。^[9]“从更宏观的视野来看，信息最小单位的交流以及传播基本行为生产、维持、修

复并改变着社会机构。”^[10]“数字媒介不仅增加了信息之间的交互性，也增加了传播者之间围绕着信息的内涵和外延的交互性，以及传播平台和传播系统之间的交互性。用户自定义其接驳网络的入口，并通过参与诸如开放式源代码的创新这类活动而在一定程度上影响互联网络的基础设施。”^[11]

媒介价值判断由此放弃了之前一以贯之的单向度关系，转而在信息生产、创新及解码权力上更加倾向于普通受众。民生写意的媒介价值判断意味着媒介的本质不再单一由专业媒介机构定义，而是更大程度上由媒介受众定义。这一转变带来了信息权力的重新赋权，也重新定义了葛兰西的“霸权”。霸权依然存在，只是霸权的主体已很难界定。媒介由传播工具变为交互工具，信息由单向传播变矩阵传播，意味着传统霸权的瓦解和新霸权产生的可能性，而这一可能性却可能产生更为深刻的问题，包括意识形态的解密、社会同一性的破坏、国家安全系数的降低，以及信息技术的不当使用等。

二、媒介素养教育的实践选择：从“媒介价值判断” “媒介功能理解”到“媒介素养教育”

（一）从“单向言说”“价值捆绑”到“定制引导”

16—17世纪的英国威权主义理论（authoritarian theory）奠定了之后单向言说的媒介价值判断的理论基础。威权主义价值观首先定义了受众个体的均质化与原子化——缺乏必要的价值理解与追求，日常行为处于布朗运动状态，需要外部信息的正确帮助与引导，才有可能形成规则系统。媒介的功能便是为受众个体提供这一单向度的价值需求满足，通过价值捆绑的方式完成媒介功能使命。价值捆绑的媒介功能观的前提条件是媒介传递信息的价值真理性，而这一真理性的保障便是先验确立的国家与政府的价值真理性，并通过立法等强制手段确保国家及政府理念的完全传达。从1530年至1662年，英国先后颁布了《出版法庭令》《新闻检查法》《印刷限制令》和《印刷令》等诸多媒体控制法案，对出版者、出版物、出版地、出版内容等均提出了详细的要求和具体的约束，以此来保证媒介价值捆绑功能的顺利实现。

媒介素养教育是媒介价值传播内容的内化过程，这一过程的实践目标是超越之前的价值强制方式而实现受众个体意识形态自然化。基于单向言说的价值判断和价值捆绑的功能理解，媒介素养教育的实践选择便是定制引导。“传播媒介拥有不可抵抗的强大力量，它们所传递的信息在受传者身上就像子弹击中躯体，药剂注入皮肤一样，可以引起直接速效的反应；它们能够左右人们的态度和意见，甚至直接支配他们的行动。”^[12]施拉姆（Wilbur Schramm）对后来被称为“子弹论”“魔弹论”或“皮下注射论”的观点做过如下概述：“传播被视为魔弹，它可以毫无阻拦地传递观念、情感、知识和欲望……传播似乎可以把某些东西注入人的头脑，就像电流使电灯发出光亮一样直截了当。”^[13]

文化批判的媒介价值观取代威权主义，单向言说走向了碎片迷障，媒介真理观的破碎立即带来了媒介功能理解和媒介素养教育的转向。媒介信息无真理性，受众人群亦非“容器”，价值捆绑便无现实性，定制引导便成了一厢情愿和“虚假的合意”。碎片迷障的媒介价值判断带来的直接后果，就是媒介功能的信息绑架理解与媒介素养教育的批判免疫要求。媒介素养教育的目标不再是价值培养与社会合意，而是对于信息绑架的拒绝和信息污染的免疫。

（二）从“碎片迷障”“信息绑架”到“批判免疫”

单向言说的媒介价值判断预设了受众个体的先天“无知”以及后天“无求”状态，或者说受众个体处于“无个体”“无精神”状态，个体尚未意识到自身作为“个体”而存在，更未意识到自身作为“精神”而存在。这一系列的“无感”定义了媒介受众个体只是一个可以活动的“容器”，即无需求也无选择。碎片迷障的媒介价值观中个体开始苏醒，开始了从“物”向“人”的进化。个体意识到自身

是可以“自由活动”的“人”，于是开始对媒介信息进行自由选择。由于此时的个体只是作为“个体”而存在，仍然不能意识到自身的精神存在和更高阶段的伦理目标，其对于信息的选择便屈服于肉体的任性而处于偶然性状态。媒介以其强大的“快餐”及“娱乐”功能轻易完成对受众个体的信息绑架，并打着启蒙主义的口号行使“高级欺骗性”与“虚假同一性”，以便进一步完成趋于利益考量的背后算计。“人们所看到的经常讨论的事物……不过是媒介的宣传操纵和评论员辛辣连续的时事评论所带来的短暂结果，而消费者则浸淫在媒介中。”^[14]

一旦意识到信息绑架的媒介功能，媒介素养教育的目标便开始摆脱“意识形态自然化”而转向对于媒介受众的“保护”，因此在实践选择上从定制引导走向批判免疫。文化工业是启蒙带来的欺骗，是对大众的麻醉，导致其判断力丧失。因此媒介素养教育的工作，便是完成真正的启蒙，或者说再启蒙，或者说对之前启蒙的再否定，通过这一启蒙或否定实现对于“信息真理性”以及“娱乐沉迷”的批判，并因此实现对媒介受众的保护。此处“启蒙”不同于之前所述，而是努力促使受众个体及群体逐步摆脱个体性与偶然状态，并开始意识到自身作为精神的存在方式。此时的个体精神尚未发育成熟，或者说尚在萌芽，但却是之后的精神状态与精神生活的重要基础。

个体从简单的自身关系走向与他者及环境的关系时，个体也产生了伦理意识，这也是个体精神发育的必经环节。当媒介价值判断从碎片迷障走向文化构建，首先改变的是对于媒介信息所构建出的生态场域或者说环境的不同看法，然后是受众个体与媒介环境关系的重构，媒介信息污染与歧化的价值理解开始转向正面的文化功能研究，信息绑架的媒介功能理解与批判免疫的教育选择也开始转向公共传达与理喻乐享。

（三）从“文化构建”“公共传达”到“理喻乐享”

从碎片迷障到文化构建的媒介价值观的转变，标示着研究者对于媒介本体意义的不同看法或转变。前者给出了碎片化定义，在本体上肢解了媒介的实体性，认为媒介及其行为只是受众阶层的无聊消遣，媒介本身不存在伦理意义；后者对此进行了纠正，在文化层次上首次承认了媒介的构建功能及伦理价值。这一承认从根本上重新理解了媒介功能，由之前的信息绑架转变为公共传达，并且，区别于之前的单向言说及价值捆绑，“不再把媒介看成是国家用以维护意识形态和传递统治阶级意志的一种工具，而是把大众传媒视为一个公共空间；不再把受众当作顺从主流生产体系的消极客体，而是具有能动性的可以进行选择的积极主体。”^[15]由此，精英文化与大众文化的二元对立关系被消解，媒介功能定位于公共文化传达，而这一公共文化不仅囊括不同社会层次的价值形式与价值选择，更是在主体上重构了媒介传播与媒介受众之间的关系，后者对前者的单向依存关系开始转变为相互依存，即媒介传播也需要依靠受众承让。

受众承认这一形式一旦成为媒介传播合理性与现实性的基础，媒介素养教育的实践选择便随即发生变化，由批判免疫转变为理喻乐享。批判免疫的教育实践选择建立在媒介传播的非伦理性和媒介受众的非理性的前提判断的基础上，这一判断下的媒介素养教育粗暴割裂了传播与受众之间的共存关系，全然否定了传播者的主体价值与被传播者的价值诉求本能，将媒介受众弱化为羸弱的受害者。与之不同的是，理喻乐享的教育实践观在定义上给出了积极的应对策略。受众个体从之前的碎片迷障与信息绑架中解放出来，因其个体伦理精神的初步觉醒而拒绝简单的批判免疫，并积极融入媒介环境，有选择地寻求与媒介环境的同一性，这标示着媒介及受众在共同文化场域中的伦理精神生活的开端。

媒介传播的文化构建与公共传达企图以直达实体的形式完成传播与受众的同一性建构以及在此基础上的伦理实体建设，但却忽视了受众个体的主观精神的自我发展过程。当个体意识到自身的精神存在并由此出发再次寻找具有现实性的伦理同一性时，其精神便首先聚焦于媒介信息赖以生存的载体

——符号。这一聚焦顿时击破了之前简单的同一性，并因此带来了受众与媒介的再次分离。随着媒介价值判断便由文化构建走向符号传递，媒介功能理解与教育实践选择也由公共传递与理喻乐享转变为意义表征与甄别辨析。

（四）从“符号传递”“意义表征”到“甄别辨析”

皮尔斯（C. S. Peirce）、索绪尔（F. deSaussure）等符号研究关注于技术层面与工具层面，而发轫于此的符号传递的媒介价值观则进一步深入媒介本体的行为与意义，反思之前文化构建的媒介价值判断的合理性与现实性，指出媒介文化构建的利益任性以及由此产生的虚假真实，从而有效地将媒介功能理解从公共传达推向意义表征。公共传达的媒介功能理解本身是一个中性判断，但却隐含着传达内容的先天正义假设。意义表征的媒介功能观发现并解构了这一隐含假设，通过对技术及工具层面的追溯与反思，指出媒介受众的日常信息获取、理解与价值认同，其实均来自媒介符号所隐含的意义表征。传播过程用特定的符号外形和技术手段，如文字、声音、图像、议程设置、内容涵化等，最终实现受众个体与媒介传播符号“意义表征”的价值同一。媒介素养教育针对于此的实践选择，便是对媒介传播内容的甄别辨析，提升受众个体自身的价值能力以识别和寻求获取信息的真正的价值合理性和伦理同一性。

从理喻乐享到甄别辨析是受众对于媒介传播价值从泛化认同向识别选择的转变，是受众之于媒介的否定之否定的过程。受众个体不仅已充分确信自身作为个体及精神的存在方式，同时也已明确伦理实体的建构不是简单的“媒介环境建构”的认同，自觉拒绝媒介“有目的的取舍”，并在这一否定过程中完善自主批判能力、自我认同能力和公民意识，以期在与媒介信息环境的相互肯定与否定中建构起现实的伦理同一性。“沉默的螺旋”“知沟理论”“涵化分析”等大众传播研究显现出受众人群的伦理压力、认知缺陷，而“意义再现”“屏幕教育”等甄别辨析的媒介素养教育则首先尊重了受众个体的先天的伦理诉求能力和自我建构能力，并在此基础上引导受众人群建立起真正具有合理性与现实性的个体存在状态与媒介生活形式。

符号传递的媒介观在本体意义上祛除了媒介信息的先天合理性，使其回归意义表征功能，相对等地树立起受众个体的主体性与能动性，但这一过程仍是单向度关系，媒介霸权仍然存在，媒介与受众的主体间关系仍未打破。网络技术的发展终于破除了这一硬性关系约束，受众群体开始获得信息生产权。这一极其重要的赋权深刻改变了以往一切媒介价值与功能的定义。媒介开始成为公民意识的表达场所，符号传递走向民生写意，意义表征与甄别辨析也就走向了双端赋权与融合共生。

（五）从“民生写意”“双端赋权”到“融合共生”

民生写意的媒介价值判断产生于媒介技术的进步所带来的信息传达方式的转变，当受众依托于网络技术带来的“红利”而获得信息生产以及更为广泛便利的信息赋权时，公民意识便全面侵入之前专业媒介机构固有的权力领域。媒介功能理解也由符号传递转变为双端赋权。“自产自销”的公民新闻与民众意见逐渐超越“另外一端”而开始主宰媒介“市场”，媒介与受众之间边界的模糊带来曾经清晰的主体间关系的泛化，“妖魔化”“二元对立”“主流精英霸权”等曾经时尚的传播学词汇逐步消解，“公民参与”“协同合作”“社群意识”等概念登堂入室。“赋权是赋能（enabling）或是一种自我效能（self-efficiency），它源于个体对自主（self-determination）的内在需求。”^[16]媒介功能不可避免地脱离单边权力走向双端赋权，媒介素养教育的实践选择也随之走向融合共生。

融合共生是媒介与受众相互承认并相互改变的过程。双方在这一过程中走向对方又返回自身，通过一系列无限循环的否定之否定的环节，完成媒介即受众、受众即媒介的相互确认，以此克服彼此的单一性与偶然性，共同构建具有现实性的无限发展的伦理实体。一方面，媒介素养的目标在于通过分

析、推理、传播和自我表达技能的发展来提升自主权，^[17]媒介素养教育实施策略提倡培养批判意识、解构媒介能力和表达自我；^[18]另一方面，“数字化的新媒介给人类社会结构带来四个方面的改变——权力分散、全球化、追求和赋予权力”，^[19]多元文化主义（multiculturalism）与普遍主义（universalism）的口号被广泛提倡，不同种族、不同文化背景的国民以真诚合作的态度，以融合为目标，尊重与包容不同的价值观。^[20]

融合、赋权、共生等价值观从积极层面勾画了媒介与受众间正向的主体间关系以及蓬勃生长的文化生态，但同时也为二者之间的辩证关系留下了伏笔。网络技术与空间改造的不只是媒介主体的定义以及信息交流的向度，同时也为媒介与受众的价值取向与技术选择留下了足够的甚至是无法预测的缝隙与空间。政治、经济、文化、宗教、种族、地域等人类固有差异与问题在无差别的网络媒介中各自彰显，受众个体因循其自身利益及价值诉求分别构建着自身的伦理同一性，甚至沉沦于个体任性与无知。意识形态被祛魅与解密，社会即有的文化同一性走向多元与解体，而信息技术的隐形化、低成本与使用方向的不可预测又为技术滥用与犯罪提供了肥沃的土壤。因此，当下媒介素养教育面临的课题已超越即有的历史认知与形态而进入更为广阔的领域与空间。

参考文献：

- [1] 江宇. 家庭社会化视角下媒介素养影响因素研究 [D]. 北京：中国传媒大学博士论文，2005：20.
- [2] 许静. 传播学概论 [M]. 北京：清华大学出版社，2007：171.
- [3] [美] 尼尔·波兹曼. 娱乐至死 [M]. 章艳译. 桂林：广西师范大学出版社，2004：5.
- [4] [德] 马克斯·霍克海默，西奥多·阿多诺. 启蒙辩证法 [M]. 渠敬东，曹卫东译. 上海：上海人民出版社，2006：156-161.
- [5] 罗钢，刘象愚. 文化研究读本 [M]. 北京：中国社会科学出版社，2000：7.
- [6] Benjamin Lee Whorf. (1956). *Language, Thought and Reality*. New York: Wiley, 246.
- [7] Graeme Burton. (1997). *More Than Meets the Eye*, 2nd edn. London: Edward Arnold, 64.
- [8] [美] 奥格尔斯等. 大众传播学：影响研究范式 [M]. 关世杰等译. 北京：中国社会科学出版社，2000：135.
- [9] Scannell. P. (2000). For-Anyone-as-Someone Structures. *Media, Culture&Society*, 22 (1): 5-24.
- [10] Carey. J. W. (1989b). *Communication as Culture*. Boston: Unwin Hyman, 23.
- [11] [丹] 延森. 媒介融合：网络传播、大众传播和人际传播的三重维度 [M]. 刘君译. 上海：复旦大学出版社，2012：104.
- [12] 郭庆光. 传播学教程（第二版）[M]. 北京：中国人民大学出版社，2011：193.
- [13] 张隆栋. 大众传播学总论 [M]. 北京：中国人民大学出版社，1993：156.
- [14] Jürgen Habermas. (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Cambridge: Polity Press, 245.
- [15] 马驰. 再论本·阿格的文化研究观 [J]. 社会科学，2012. (11): 167.
- [16] Jay A. Conger & Rabindra N. Kanungo. (1988). The Empowerment Process: Integrating Theory and Practice. *The Academy of Management Review*, 3: 471.
- [17] Hobbs R. (1998). The seven Great Debates in the Media Literacy Movement. *Journal of Communication*. 48 (1): 16-31.
- [18] Renee Hobbs, Richard Frost. (2003). Measuring the acquisition of media-literacy skills. *Reading Research Quarterly*. 38: 333-334.
- [19] [美] 尼葛洛庞帝. 数字化生存 [M]. 胡泳，范海燕译. 海口：海南出版社，1996：269.
- [20] David Mc Knight. (2006). *Australian Universities Review*. 48 (2): 4-6.

[责任编辑：华晓红]