

寫在卷首

## 多元、交會與碰撞： 傳播研究的生氣蓬勃

張卿卿

學術知識的累積與開展，大量倚賴參閱他人的研究成果，這些研究成果，主要透過研究論文的方式傳散。研究論文有兩種常見的呈現方式：第一，從理論出發，建構核心的理論架構，並以此架構為核心，藉由實際的傳播案例，或實證資料的蒐集，來驗證該模式的合理性。第二，從事件或個案出發，並援引理論來解釋其現象，進一步深入闡述該表面現象背後的意涵。本期論文大抵有一個共同的特色，亦即主要以第二個角度切入，或從一個單一個案或事件出發，或從系列現象出發，並透過這些案例或系列案例的爬梳與探討，對應到相關的理論，再從理論的角度，釐清表面現象背後的深層意義，各自展現出作者對於現象的洞察力與理論應用的成熟度。

從探討單一案例或事件出發的包括頂新餛飩水油事件(陳憶寧一文)、烏坎事件(方惠一文)、《奔跑吧 兄弟》節目(曾溫娜一文)，從觀察系列現象出發的則包括線上人情投票活動(曾婉情等一文)或大陸配偶新聞(朱蘊兒一文)，這些觀察引領出重要的傳播學術觀點。同時前述個案涵蓋各個媒體面向，包括傳統線下媒體與新興線上媒體；在傳

---

張卿卿，台灣政治大學傳播學院廣告學系講座教授。研究興趣：傳播心理、說服傳播、廣告與消費心理。電郵：shenc@nccu.edu.tw

統線下媒體部分，包括新聞(朱蘊兒一文)與電視節目(曾溫娜一文)；在新興線上媒體部分，包括通訊媒體(曾婉情等一文)與網路上的搜尋引擎(方惠一文)；也有比較線上的社群媒體與線下的新聞媒體(報紙)(陳憶寧一文)。明顯可見當下的媒體多元性引導著學術的多元開展。

無論是從單一個案或從系列現象出發，這些研究者皆試圖從理論的角度探照現象背後的原因，試圖釐清這些表面現象背後承載的深層意義。所應用的理論涵蓋廣泛，從微觀面向的理論到宏觀面向的理論皆包含在內。前者涵蓋認知導向的議題設定理論(例：陳憶寧一文)、文化心理的人情面子(例：曾婉情等一文)，後者涵蓋權力協商(例：曾溫娜一文)、框架理論(例：朱蘊兒一文)等。

即使本期論文中的研究大多因著個案的觀察而展開，但各篇研究所採用的方法取徑截然不同，展現研究方法的多元樣貌，包括觀察法(例：曾溫娜一文)、深度訪談(例：林芬一文)、內容分析(例：朱蘊兒一文)、話語分析(例：方惠一文)、問卷調查(例：曾婉情等一文)與實驗(例：曾婉情等一文)，亦即從最不具結構性的觀察法到最具結構性的實驗法，都在應用的範疇中；也有研究整合多元研究方法(曾婉情等一文)，試圖從不同研究取徑深入探究特定議題。

這幾篇文章中，從現象與理論的交會、新舊媒體的碰撞、研究方法的應用等，展現出傳播研究「生氣蓬勃」的面貌，而「生氣蓬勃」也具體反映在本期的學術對談。這篇與朱立教授的對談，雖從「中國大陸傳播的教學與研究」主題開展，但實際內容卻充分反映出朱立教授多年「生氣蓬勃」的教學生涯。大師風采，值得後進學習。

## 本文引用格式

張卿卿(2018)。〈多元、交會與碰撞：傳播研究的生氣蓬勃〉。《傳播與社會學刊》，第45期，頁v-vii。

---

Editor's Notes

## Vitality of Communication Research

Chingching CHANG

---

### Abstract

This issue features six interesting articles that address important communication phenomena. Four characteristics effectively describe all the articles in this issue. First, they all result from the authors' insightful observations of current communication events. Second, the investigations cover a broad spectrum of media, including online and offline channels. Third, these articles rely on a wide variety of research methods to support their investigations. Fourth, and perhaps most importantly, all these contributions build on strong theoretical frameworks. All together, they help advance the development of communication knowledge.

**Citation of this article:** Chang, C. (2018). Vitality of communication research. *Communication & Society*, 45, v–vii.

---

Chingching CHANG (University Chair Professor). Department of Advertising, College of Communication, National Chengchi University. Research interests: media psychology, media persuasion, consumer psychology.