

社群媒體時代的新樣貌與新挑戰

宋韻雅

隨著媒介技術的發展與普及，社群媒體已然成為公眾日常生活的一部分。資訊與觀點在各大平台之間自由流動，人們輕點屏幕即可隨時隨地獲取資訊、與人交流。然而，社群媒體的發達亦帶來諸多弊端，虛假信息氾濫使資訊變得真偽難辨，民眾觀點極化威脅著公開平等的網路溝通秩序。本期學刊共刊登五篇研究論文、一篇ICA雙語論文和一則學術對談，與讀者共同探討社群媒體的利與弊。

魏然、郭靖、王賽和黃懿慧撰寫的ICA年度雙語論文向我們揭示了社群媒體大流行的一項弊端——虛假資訊的廣泛傳播及其造成的公眾認知誤區。這篇深具啟發性的論文從微觀層面的個人心理因素推進到宏觀層面的社會因素，為解釋四個亞洲社會中虛假資訊的傳播和影響機制提供了有力的理論支點。細節之處彰顯研究者的設計功力。社群媒體中流行的虛假資訊會使公眾對於新冠疫情產生錯誤認知、形成抵制疫苗態度，同時阻礙人們學習疫情相關的正確知識。令人欣慰的是，數字媒體資訊近用性作為資訊接觸的前置條件，有助於減少虛假資訊的接觸和分享，從而降低其負面影響。此發現為後真相時代下的社群媒體管理提供了新思路。

宋韻雅，香港浸會大學傳理學院教授，人工智慧與媒體研究實驗室主任。研究興趣：國際傳播、線上社會網絡、新聞學研究。電郵：yunyasong@hkbu.edu.hk

「學術對談」欄目有幸請到深耕科技傳播領域的著名學者邁克·舍費爾教授，聆聽他對該領域發展現狀及未來趨勢的灼見。近二三十載，迅速崛起的科技傳播已成長為一個重要的交叉研究領域，形成了多學科相互滲透與融合的新興方向。舍費爾教授由散播、對話、市場三大研究範式談到前沿數據科學在該領域內的應用，探討了社群媒體時代下政治化、意見極化、虛假資訊等熱門議題帶來的啟示，並寄語廣大同行、青年學者，望其通過科技傳播和科學實證幫助個人、組織和社會做出更好決策。

社群媒體對使用者的影響不僅停留在認知層面，情緒和情感傳播亦是社交媒體影響力構成的重要內源性因素。姚惠忠、賴裕濱、林錦宏和凌儀玲的論文以情緒認知雙因素模型為理論架構，探究危機事件中的不確定感如何經由恐懼、怒氣情緒和風險、責任知覺等中介變量影響組織聲譽。研究發現，不確定感經由恐懼引發怒氣和風險知覺，進而通過責任知覺損害組織聲譽。由此，危機溝通應重視不確定性管理，在情緒及認知層面上維護組織形象和聲譽。

誠然，社群媒體亦有其積極影響。姜紅、胡安琪和方俠旋運用持續聯結理論解讀微博用戶與李文亮醫生跨越生死的互動與傳播，展示了中國文化語境下網民與逝者的數字交往實踐，探討數字媒介時代的「不朽」。王昀和劉思佳則將目光轉向用戶本身，聚焦媒介化時代公私領域互相區分但又互相滲透的複雜機制。論文通過對微博小號現象的考察，深入檢視當今多重賬號語境下用戶個體行動及其圈層實踐產生的影響。

此外，媒介科技的迅猛發展也催生了文化產業新業態，對傳播學傳統理論的適用性提出挑戰。顏瑞宏和胡光夏對策略溝通領域的發展脈絡進行了系統性梳理，由學校教育切入，考察國際與台灣本土策略溝通的建制現狀。戴穎潔和顧玥則從艾諾信息悖論視角出發，反思中國內地綜藝節目創意保護的困境，全面剖析困境背後的深層原因，並提出增強保護力度、減少信息披露、重建交易市場三大解決對策。

以上六篇論文各有旨趣，精彩紛呈，皆是論述清晰、具學術價值的佳作。與舍費爾教授的對談提綱挈領、內容翔實，是瞭解科技傳播領域的絕好機會。歡迎廣大讀者一同閱覽，共享學術大餐。

本文引用格式

宋韻雅 (2022)。〈社群媒體時代的新樣貌與新挑戰〉。《傳播與社會學刊》，第62期，頁v–viii。

香港中文大學出版社：具有版權的資料

Editor's Notes

The New Changes and Challenges in the Social Media Era

Yunya SONG

Abstract

The prevalence of social media is revolutionizing our daily life. The free flow of information has made its acquisition and sharing more convenient than ever before. People use social media to build and maintain relationships with others. Meanwhile, new problems arise as mis- and disinformation create public misunderstanding of scientific issues and opinion polarization tears the society further apart. This issue features the ICA annual bilingual paper by Prof. Ran Wei and his colleagues, a dialogue with Prof. Mike Schäfer on science communication, and five outstanding research articles. These works cover a wide variety of topics taking place on or influenced by social media, including COVID-19 misinformation and public perception, collective mourning, user self-representation via multiple accounts, protection of cultural products' creativity, organization reputation management, and advancements in strategic communication. They bring to our attention some of the major challenges communication scholars and our society are facing, and chart out the directions in future research.

Citation of this article: Song, Y. (2022). The new changes and challenges in the social media era. *Communication and Society*, 62, v–viii.

Yunya SONG (Professor & Director). AI and Media Research Lab, School of Communication, Hong Kong Baptist University. Research interests: global communication, online social networks, journalism studies.