

專題引言：

新媒體、新視野與新方法： 台灣 TSSCI 傳播學術論文探析

楊意菁、陳雅惠*

摘要

本文針對本期（33 期）專題「新媒體、新視野與新方法」的五篇論文進行引言與導讀。另外，本刊特別針對收錄台灣社會科學引文索引（Taiwan Social Sciences Citation Index, TSSCI）的傳播學術期刊，進行一些與新媒體相關的主題探索。研究發現目前新媒體相關研究，偏重新聞組織以及公民參與的研究主題，而移動媒體與內容運算方面的研究主題，則是未來值得開發的研究視角。本文期望藉此拋磚引玉，帶動台灣相關傳播研究能有更新、更多元的面貌。

關鍵詞：新媒體、傳播研究、傳播學術期刊

* 楊意菁為世新大學公共關係暨廣告學系教授；陳雅惠為輔仁大學新聞傳播學系助理教授。

壹、前言

本專題自開始籌備以來，即引介麥克魯漢《認識媒體：人的延伸》（*Understanding Media: The Extensions of Man*）一書之要點：傳播媒介的轉化往往牽引著人類社會文化之間的關係（McLuhan, 1960／鄭明萱譯，2006）。當今社會的進展也真如大師所預示，傳播新科技的發展變化萬千，從網路、Facebook（FB）、Line、直播到虛擬實境（virtual reality, VR）等等，短短幾年間，科技媒體的變化速度常常超乎傳播研究追趕的速度。而近幾年來，雖然已有大量相關研究出現，特別是不少研究探討傳播大數據，或是新媒體（如 Facebook）的各種現象，已讓傳播學術圈對於傳播新科技或新媒體有了初步的瞭解與想像。然過去都是一些現象捕捉或個別零星的探索，猶如 Friedman & Friedman（2008）所言，僅針對其所碰觸到的議題以偏概全地推測，無法對新媒體革新有一完整的認識。本專題於是擬想傳播研究在這股新科技的發展洪流之下，是否能有更新的研究面貌與視野，意即新媒體對社會與人類的意涵、新媒體傳播與人類生活之間的構連、新科技／新媒體的反思，抑或是新媒體與傳播研究的方法建構等等，若能更綜觀地、全面地探討，也將為傳播研究繼往開來另闢新徑。在這樣的方針引領下，本專題對該主題亦有一些心得和啟發，在此將分享給學術社群關心該議題之同好。

新媒體一詞跟著網路普及而成為流行用語，常被提起討論與關注，不同產業類別之下，就有不同的解釋，像網路新媒體、移動新媒體、數位新媒體，在科技日新月異的情況中，新媒體的新穎程度也隨之更迭變化。Levinson（2009）曾指出，按媒體的時間發展做區分，存活歷史較長且有一定影響力的傳統媒體如電視、廣播及報紙等，可歸之為「舊媒體」，主要由製作端決定給予什麼資訊或娛樂，觀眾通常只能單向接收，難以參與製作過程。相對地，電子報、論壇、iTunes、Amazon 等搭著網路順風出現的則為「新媒體」，使用者可以更容易運用，內容仍多由生產端提供。等到了 Blogging、YouTube、Facebook、Twitter 等媒體出現，乃是近年來人們常使用的社交媒體平台而分類在「新（新）媒體」的範疇，除了消除上對下的控制、讓使用者自己決定訊息之外，更強調使用者本身也是製作者，可以自創與共享內容。而 Friedman & Friedman（2008）也提到所謂新媒體科技乃

是指從 Web 2.0 之後而來的傳播科技，像部落格、維基百科、線上社會網絡、虛擬實境和其他社群媒體等，都已在傳播、集體協作、社群、創意及匯流等五個面向上帶來不同於以往的應用。媒體一路隨科技而發展，但 Levinson (2009) 認為不論是舊媒體、新媒體或新(新)媒體都隱含著社交功能，提供人們互動的平台，差別只在於互動的方式與條件。挾著新(新)媒體而來的各種新條件，都將對過去傳播學的內涵、模式及其相關的研究取徑，帶來不同程度的挑戰。

在新(新)媒體橫行的數位時代中，Bauman (2000) 曾形容現階段的社會情境，已從穩定的固態性 (solid modernity) 轉移成流動快速的液態性 (liquid modernity)。光就新聞領域來看就意味著，以往其所強調的專業新聞學與新聞工作具備特定形象、價值的固體，隨變遷過程中，相關運作、地位、內涵皆無可避免地消融改變 (華婉伶、臧國仁，2011)。此外，在公共與社會議題乃至社會組織動員方面，由 0 與 1 位元的組合創造了無限的可能，軟體程式的日新月異，以及個人媒介的普及，不但讓傳播變得更加輕盈便捷，也讓一般人對傳播符碼的設計操控也更容易。於是，方寸螢幕與現實世界的交織日益綿密，人人倚賴而將生活大小事皆仰仗其上，像近年許多重大突發的新聞事件皆以網路發布，Facebook、Line、Twitter 等社群媒體已成為人們每天社交的重要溝通管道，再由此去串聯與發酵 (沈錦惠，2014)。大環境的變化如此巨大，都不可避免地已對專業新聞學、新聞工作及公共社會議題等產生變局，那麼對傳播學術界的發展，更是帶來了極大的轉變，不容小覷。為了掌握這股洪流趨勢，本刊認為有必要綜觀傳播界主要學術期刊在新科技媒體方面研究的分布概況。

針對傳播研究期刊的研究主題趨勢，林頌堅 (2017.06) 曾以台灣社會科學引文索引 (Taiwan Social Sciences Citation Index, TSSCI) 收錄的三種期刊《中華傳播學刊》、《新聞學研究》、《傳播研究與實踐》為主，利用中文斷詞、主題模型等文本處理技術，探勘論文的題名與摘要等文字內容蘊藏的主題結構，來分析台灣傳播研究期刊論文的研究主題。自 2002 年一直到 2016 年，從早年關注符號研究，到近五年的社交媒體研究，每個期間都還可發現傳播與資訊科技相關的主題，如第一期的「網路傳播」、第二期的「電玩遊戲」與第三期的「社交網路」，這似乎也是傳播學界試圖透過新媒體來拓展新視野與新方向的歷程。

關於社交媒體研究，林淑芳（2017）亦指出，台灣學界和國外的情形大致類似，已列居傳播科技研究的主要研究對象之一，且論文發表數量一直仍在持續增加。雖是如此，學界亦提出一些後設研究反思，包括研究缺乏多樣性及理論基礎，都可能相當程度阻礙了社交媒體研究進展，以及對社交媒體現象的實質瞭解。未來若能提出更多創新研究方法，提供學界不同面向的實證資料與證據以映證既有理論或發展新的理論架構，將更能激盪出更多理論、研究方法的反思與討論。

基於同樣對傳播學界在新媒體相關之研究視野與方法的關心，本刊也針對學術期刊進行一些與新媒體相關的主題探索，期待能掌握台灣學界對相關研究議題的流變。

貳、當傳播研究遇見了網路新媒體

雖然有關網路或新媒體的論文如雨後春筍般地出現，但究竟這些學術論文探討哪些主題或是採用什麼研究方法，並沒有系統性地探究與分析。於此，本刊特別針對目前四家收錄於 TSSCI 的傳播期刊——《中華傳播學刊》、《新聞學研究》、《傳播研究與實踐》、以及《傳播與社會》進行簡單的內容分析，藉此瞭解有關網路新媒體／新科技論文在台灣傳播學術期刊呈現的樣貌。為了尋找分析的樣本，本文以上述四個期刊為主，輸入以下關鍵字——網路、電腦、部落格、新科技、YouTube、手機、新媒體、社群媒體（Line、Facebook、Instagram [IG] 等）、大數據、網路資料庫、虛擬實境（virtual reality, VR）、混合實境（mixed reality, MR）、擴增實境（augmented reality, AR）、多媒體（材）、超文本等，尋找刊登於四大期刊有關網路新科技／新媒體之論文，最後搜尋到 219 篇論文進行分析。

分析的內容除了基本資料（期刊名、論文屬性、作者國籍與職別），另外分析論文探討的對象（如網路、電腦、部落格等，詳見表 1）、研究主題（大眾傳播產業、新聞與組織傳播等，詳見表 1）、^[1]採用的方法（調查方法、內容分析、深度訪談等，詳見表 2）、文中對新媒體或新科技的立場（正面／中立／負面，詳見表 3）。

219 篇論文中，最多論文刊登在《新聞學研究》，75 篇（占 34.2%），最少刊登在《傳播研究與實踐》（12.8%），不過因為《新聞學研究》為四本期刊中，年分最久之期刊，且一年出版四期，《傳

表 1：研究的新媒體對象以及主題

	次數	百分比		次數	百分比
網路	112	51.1%	大眾傳播（含閱聽人研究）	23	10.5%
電腦	26	11.9%	傳播產業、法規與政策	7	3.2%
部落格	10	4.6%	新聞與組織傳播	42	19.2%
YouTube	3	1.4%	政治傳播與公民參與	38	17.4%
手機（pad）	5	2.3%	傳播哲學與理論	11	5.0%
社群媒體 （Line、FB、IG等）	37	16.9%	傳播（新聞）教育與發展傳播	10	4.6%
			流行文化與視覺傳播	22	10.0%
網路資料庫 （大數據）	2	0.9%	公關、廣告與行銷	13	5.9%
			跨文化傳播與發展理論	8	3.7%
多媒體（材）	21	9.6%	人際、語言與社會互動	25	11.4%
遊戲	3	1.4%	健康與風險傳播	14	6.4%
VR/AR	0	0.0%	性別傳播（同性、雙性、變性研究）	6	2.7%
總和	219	100.0%	總和	219	100.0%

表 2：論文採用的研究方法

	次數	百分比	次數	百分比
量化				
調查方法	49	22.3%		
實驗方法	3	1.4%		
數據資料分析	6	2.7%		
內容分析	40	18.3%	98	44.7%
質化				
文本分析（含論述分析／敘事分析等）	84	38.3%		
深度訪談	19	8.7%		
焦點團體訪談	1	.5%		
田野觀察	8	3.7%		
其他（個案分析／理論探討文章）	9	4.1%	121	55.3%
總和	219	100.0%	219	100.0%

表 3：論文對新媒體與新科技的立場

	次數	百分比
正面認同（探討其帶來的正面影響與功能）	54	24.7%
中立（正負面影響皆涉及，或無明確立場）	135	61.6%
負面（批判其帶來的負面影響）	30	13.7%
總和	219	100.0%

播研究與實踐》最晚成立，因此數量的多寡並沒有太大的意義。至於論文屬性，一般論文超過半數（115 篇，52.5%），專題論文 94 篇（42.9%），由此可知，為因應網路新媒體變化，不少期刊特別以此作為專題主題（詳見表 4）。

至於文章的來源，以台灣地區為最多（178 篇，81.3%），其次是中國大陸（20 篇，9.1%）、香港（13 篇，5.9%）、英美澳等其他地區 7 篇（3.2%）以及新加坡 1 篇。作者的職稱，以副教授為最多，共有 81 篇，占 37.0%，最少的則是講師，只占 3.7%（詳見表 5）。

第一篇出現網路新媒體的文章在 1990 年，從 1990 年開始到 2017 年期間，有關新媒體科技的傳播論文，呈現固定成長之趨勢，第一個明顯成長的年份是 2009 年，共有 16 篇相關文章。除了 2011 年的論文掉到 11 篇，接下來每年皆數量增加，2014 年達到 24 篇，也是第二高峰的數量。Kim, Kim, Kim, & Wang (2017) 探討 1994 年到 2014 年間，行動電話研究出現在傳播期刊之趨勢，研究結果一樣指出，2008 ~ 2014 年間（特別是 2010 年），行動電話的論文呈現劇烈的成長，與本研究結果雖然不完全一樣，但整體的成長趨勢是一致的詳見圖 1。

2015 年與 2016 年後稍稍往下降後，在 2017 年又達到最高峰

表 4：期刊名稱與論文屬性

	次數	百分比		次數	百分比
中華傳播學刊	51	23.3%	一般論文	115	52.5%
新聞學研究	75	34.2%	專題論文	94	42.9%
傳播研究與實踐	28	12.8%	傳播新視窗	10	4.6%
傳播與社會	65	29.7%	(研究誌要)		
總和	219	100.0%	總和	219	100.0%

表 5：文章來源與職稱

	次數	百分比		次數	百分比
台灣	178	81.3%	教授（研究員）	58	26.5%
香港	13	5.9%	副教授（副研究員）	81	37.0%
中國大陸	20	9.1%	助理教授（助理研究員）	43	19.6%
新加坡	1	.5%	講師	8	3.7%
英美澳地區	7	3.2%	碩博士學生（含博士後）	29	13.2%
總和	219	100.0%	總和	219	100.0%

(27 篇)。施典志 (2016.06.23) 表示，從 1990 年代開始，網際網路 (Internet) 商業化後至今的近三十年，一共出現過三個重要的典範：入口、搜尋和社群三個典範，一個典範差不多維持十年 (社群的典範當然還是現在進行式)，雖然網路出現已有幾十年的光景，但從數量趨勢圖可以看出，相關主題受到傳播學術界關注的時間，主要是在 2010 年社群媒體典範年代之後，特別是近幾年來，許多學者明顯投入這類的研究 (詳見圖 1)。

至於這些網路新媒體相關的研究論文，其探討的主體對象，超過半數仍以概稱的「網路」為最多，共有 112 篇 (51.1%)，其次就是「社群媒體」，比例不到一成七 (37 篇，16.9%)，第三高的比例則是「電腦」，26 篇 (11.9%)。Khang, Ki, & Ye (2012) 探討社群媒體研究在廣告公關、傳播等期刊的樣貌，近期社交媒體的研究明顯增多。而本次分析，除去網路此一較為廣泛通稱之概念外，社交媒體的傳播研究的確受到較大的關注；較少探討的文章則是「網路資料庫／大數據」(2 篇，0.9%)，以及「遊戲」與「YouTube」都是 3 篇 (1.4%)。但截至 2017 年為止，沒有任何一篇文章探討 VR 或 AR，由此可知，VR/AR 等主題是目前傳播新科技論文可以開發探究的領域 (詳見表 1)。

219 篇新媒體論文當中，近二成 (19.2%) 的文章探討「新聞與組織傳播」方面的主題，以上結果或許反映網路科技對於新聞造成的

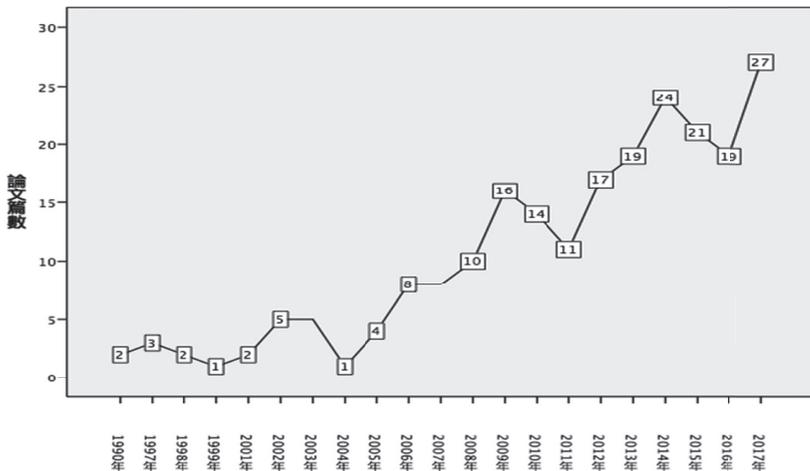


圖 1：傳播期刊刊登網路新媒體文章趨勢變化圖 (1990 ~ 2017 年)

衝擊，以及新聞樣貌的改變與組織變革，都讓這類的主題扣連了網路新媒體的探討。其次是「政治傳播與公民參與」（17.4%）、此一結果也呼應了網路以及社群媒體動員公民運動的開花結果，都讓此一主題受到傳播學者的關心。其次依序是「人際、語言與社會互動」（11.4%）、「大眾傳播（含閱聽人研究）」（10.5%）、「流行文化與視覺傳播」（10.0%）；最少探討的主題則是「性別傳播」（2.7%）、「傳播產業與法規」（3.2%）以及「跨文化傳播」（3.7%）。換言之，探討性別主題、媒體產業、以及跨文化傳播與新媒體之間的傳播問題，也是值得未來開發的主題（詳見表 1）。

論文採用的方法，84 篇論文（38.3%）採用文本分析（含論述分析／敘事分析等），其次是調查方法（49 篇，22.3%），再來則是內容分析（40 篇，18.3%），較少論文採用焦訪（1 篇，0.5%）、實驗方法（3 篇，1.4%），而近年流行的大數據分析只有 6 篇（2.7%）。Kim et al.（2017）探討 21 年期間行動電話研究採用的方法，58.8% 以量化方法為主，其中調查方法即占了 52.7%，而本次分析反而是質化研究稍多（55.3%）。由此可知，新媒體網路相關的論文，到目前為止，主要仍以傳統研究方法為主，質化方法又較量化方法多一些（詳見表 2）。

不同年代（本研究將五年彙整為一個階段，最後一個階段只有三年）使用的研究方法亦有明顯差異（詳見表 6），雖然此交叉表超過 20% 細格的期望個數小於 5，統計上不具意義，但交叉結果仍具參考價值。早期因論文篇數不多，相對採用的方法較不多元，後期因論文數增多，開始採用不同的研究方法。1995 年至 2014 年間（四個階段），質化的「文本分析」為最多採用的研究方法，特別是 1995 ~ 1999 年以及 2010 ~ 2014 年間，多達 50.0% 以及 48.8% 的論文採用「文本分析」，而其中 2010 ~ 2014 年間採用「內容分析」方法的論文也不少（占 25.6%）。但到了 2015 ~ 2017 年間，「調查方法」（含「實驗方法」）成為最主要採用的研究方法（占 44.8%），「文本分析」的論文則降至 23.9%。另外，近年流行的「大數據分析」則出現在 2010 年之後，2010 年後反而沒有出現個案或純理論概念的探討（詳見表 6）。

網路媒體的出現，科技創新帶來的方便性與互動性，還有網路提升公民參與的機會，都讓不少傳播學術論文從正面認同的角度加以探討，但是相對的，網路新科技帶來的負面效果（如霸凌、意見兩極化

表 6：不同年代論文使用的研究方法

研究方法	年分						總和
	1990 ~ 1994	1995 ~ 1999	2000 ~ 2004	2005 ~ 2009	2010 ~ 2014	2015 ~ 2017	
調查方法（含 實驗方法）	1 (50.0%)	1 (16.7%)	2 (15.4%)	10 (22.2%)	8 (9.3%)	30 (44.8%)	52 (23.7%)
大數據分析	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	4 (4.7%)	2 (3.0%)	6 (2.7%)
內容分析	0 (0.0%)	0 (0.0%)	2 (15.4%)	5 (11.1%)	22 (25.6%)	10 (14.9%)	40 (18.3%)
文本分析（含 論述／敘事分 析）	0 (0.0%)	3 (50.0%)	5 (38.5%)	18 (40.0%)	42 (48.8%)	16 (23.9%)	84 (38.4%)
深度訪談（含 焦訪）	0 (0.0%)	0 (0.0%)	2 (15.4%)	5 (11.1%)	7 (8.1%)	6 (9.0%)	20 (9.1%)
田野／參與觀 察	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (7.7%)	1 (2.2%)	3 (3.5%)	3 (4.5%)	8 (3.7%)
其他（個案分 析／理論探 討）	0 (0.0%)	2 (33.3%)	1 (7.7%)	6 (13.3%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	9 (4.1%)
總和	2 (100/0%)	6 (100/0%)	13 (100/0%)	45 (100/0%)	86 (100/0%)	67 (100/0%)	219 (100/0%)

註：(1) $\chi^2(30) = 87.734, p < 0.001$ 。(2) 表內數值為個數（%）。

等），也讓一些學者從負面角度探討之。219 篇論文之中，超過六成以上的論文（61.6%），其對網路抱持著中立的立場與態度，24.7% 的文章則認同網路新科技所帶來的正面影響與功能，13.7% 的論文則是批判其帶來的負面影響（詳見表 3）。

另外，若從不同年代來看，早期對於網路科技的探討主要以中立以及正面觀點為主，2005 年以後，開始出現負面批評的立場，但近三年（2015 ~ 2017），正面認同的文章又稍為增多，此一現象不知是否與社交媒體相關研究增多有關，但此部分或許需要更深入的研究探討加以釐清（詳見表 7）。

參、新媒體研究在傳播學界的發展趨勢

上一部分對台灣學術期刊的探析可約略掌握過往新媒體研究的趨勢，但這些趨勢意涵為何？我們可從 Pavlik（2013）的討論得知，

表 7：不同年代論文對網路新媒體的立場

研究方法	年分						總和
	1990 ~ 1994	1995 ~ 1999	2000 ~ 2004	2005 ~ 2009	2010 ~ 2014	2015 ~ 2017	
正面認同（探討其帶來的正面影響）	1 (50.0%)	1 (16.7%)	1 (7.7%)	3 (6.7%)	20 (23.3%)	28 (41.8%)	54 (24.7%)
中立（無明確立場）	1 (50.0%)	5 (83.3%)	12 (92.3%)	34 (75.6%)	52 (60.5%)	31 (46.3%)	135 (61.6%)
負面（批判其帶來的負面影響）	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	8 (17.8%)	14 (16.3%)	8 (11.9%)	30 (13.7%)
總和	2 100/0%	6 100/0%	13 100/0%	45 100/0%	86 100/0%	67 100/0%	219 100/0%

註：(1) $\chi^2(10) = 26.625, p < 0.01$ 。(2) 表內數值為個數 (%)。

因著新媒體形式的轉變，包括運算、溝通與傳統媒體的匯流，都為這個領域帶來了典範的轉移。Pavlik 指出，主題的演變更是帶動了新發展的趨勢，而這又可分四個面向討論。一是市民參與方面，由於人們可以大量透過社交媒體參與網絡運作，造成全球性社會論述的興起，此種由人民為主的草根論述，已對傳統媒介和媒介中介的溝通形式帶來量變與質變。第二是組織創新與適應面向，以新聞為例，在數位溝通環境之下，相關媒介組織莫不展開許多創新思維，以適應科技的、經濟的、法律的以及管制等新環境，再加上媒體市場高度競爭的全球化或匯流，都已重新定義了媒體產業的新內容，與其相關的議題也都懸而未決。第三則是移動媒體，增加了無所不在性及影響性，這也是一股全球化的趨勢，行動媒體隨著社交媒體的普及，例如虛擬實境的 AR 更是對傳播現實、新聞真實等議題帶來新的討論。最後則是內容運算方面，電腦運算已重新型塑了數位訊息、運算新聞學、地理標籤式內容與在地媒體，對傳統媒體內容研究帶來省思，究竟資料往哪裡找是一值得關注的方向。以上四個面向，都將為新媒體研究帶來了理論新框架，乃至於促成新一波的典範轉移。

若對照台灣主要期刊所出現的 219 篇論文中，亦可呼應 Pavlik (2013) 的主題觀察。從上述本刊所呈現的資料來看，本地新媒體研究亦相當注重新聞與組織傳播如何適應網路科技所帶來的創新議題，有高達近二成 (19.2%) 的文章都圍繞在新聞或相關組織革新等面向。

其次則是政治傳播與公民參與，約占 17.4%，亦著重由公民或網友此類草根的社會論述，探察其對傳統政治或社會運動等帶來哪些新的可能性。而這二者都將是未來傳播可與國際研究對話、討論的主題，至於移動媒體與內容運算，國內則可參考國外相關研究的進展，以導引出新的研究視角。

再來看到關於研究方法的反思，誠如 Kim et al. (2017) 所言，若以行動傳播研究而言，量化相對於質化仍然是主要的方法，尤其是調查行動媒體的效用及人們日常生活中的行動科技使用，最常用到的是以量化為代表的調查法，不論是針對一般使用人口還是大學生，都可以去檢視行動電話使用與人們在態度與行為結果之間的關係。而質化方法則以訪談法最普遍，可以提供個體如何或為何使用行動科技的細節，且亦可瞭解這些媒體使用在心理、態度及行為上的結果。至於結合量化和質化二種方法的研究，可說少之又少，現階段在行動傳播研究領域中尚未突破過去研究的框架。Kim et al. 認為，不論是量化或質化，都曾被應用在微觀與鉅觀層次的行動傳播研究，只是相對較缺乏質化及鉅觀視野的社會現象研究，即使社會科學研究者都嘗試以多元方法或多重理論取徑，這在行動傳播研究中仍有待開發。

回到台灣主要期刊所出現的 219 篇論文中，研究方法上反而出現質化 121 篇占 55.3%，稍微多過量化的 98 篇占 44.7%。進一步觀察，則有 84 篇論文占 38.3% 採用文本分析（含論述分析／敘事分析等）等偏質化分析的研究，而量化為主的調查方法有 49 篇只占 22.3%，再來則是內容分析的 40 篇占 18.3%。進一步從不同年代來看，台灣本地期刊論文，相對而言，早期與中期仍屬較深入理解人們接觸新媒體的經驗、意義等深刻的理由，或較重視新媒體所在的社會情境脈絡這一類質化的研究，但近三年來，量化調查研究則有增加之趨勢。

基於上述二項研究趨勢觀察重點：一是研究主題，二是研究方法，本期即將刊出的五篇專題論文則深具重要意涵。

首先是由政治大學新聞系教授吳筱玫與資訊科學系教授李蔡彥合著的〈資訊科學與質性研究之對話：Facebook 打卡實踐之視覺化行人言說分析〉。本文乃屬一跨領域研究，從資料科學出發，以社群媒體 Facebook 的打卡（check-in）為主題，導入個人日常生活實踐研究之中，再以資料視覺化為目的，架構一套詮釋使用者個人打卡實踐的視覺化工具，來為質性研究者提供另一種想像。新媒體研究領域中，量

化與質化都不乏各種類型研究，但專門做跨領域合作可說相當少見。本文先有一個方向，再透過系統設計支援，即先進行一波質性訪談，找出與大數據打卡相關研究不同的實踐面向，再從日常生活實踐論述出發，理出一個可以發展視覺化工具的概念架構，以做為開發「視覺化行人言說分析工具」之基礎，接著招募小樣本使用者參與研究，再對此工具之詮釋力進行反覆測試，並結合訪談，討論此資訊科學工具對日常生活研究可能的意義。本文經由跨領域的作法，嘗試為人們在社群媒體上的打卡行動，將此與大數據之打卡統計進行對話，最終反身性思考液態社會時期的方法議題，都已對新媒體研究打開全新的視野，深具啟發性意義。而本文的主題則可歸類在 Pavlik (2013)、Kim et al. (2017) 所說之移動媒體範疇，隨著行動科技及社群媒體的演進，其如何影響社會及人們的生活，都將會是重要的研究議題。

第二篇則由政治大學新聞系副教授王淑美所寫〈網路速度與新聞——轉變中的記者時間實踐及價值反思〉。本文一開始就指出，在國際網路、行動通訊、智慧型手機盛行的新媒體時代，更加助長新聞記者追求即時性，已到無法顧及品質乃至低落的公害時代。而為了解網路科技與新聞產製的關係，本文從實踐角度，討論網路科技所帶來的速度提升如何影響新聞。包括新聞生產的時間秩序，記者的日常實踐，以及對新聞價值的反思，研究設計以深度訪談方法瞭解資深媒體人的日常工作。本文提出，網路雖加快新聞生產節奏，但新聞的韻律仍難脫社會運作的大秩序；新聞人自信專業能力足以因應網路速度，應可回歸記者的自主實踐，反覆提問並促進社會對話。本文在研究方法上採長期的實踐研究，以近距離探察新聞媒體人在工作環境與科技條件等方面的進展，在主題上屬新聞組織創新與適應面向，實可促進新媒體融入日常實踐的文化反思及深刻理解。

第三篇乃由國防大學新聞系副教授傅文成與中國文化大學廣告系副教授陶聖屏合著的〈以大數據觀點探索網路謠言的「網路模因」傳播模式〉。因應網路與社群媒體的特性，目前已能瞬間傳播出毀滅性與無法控制的網路謠言，面對這些新傳播現象，因無法有明確的調查抽樣架構，故難以採取社會調查法等傳統社會科學研究方法進行測量。而為了能掌握網路謠言之複製情形、變異程度與選擇傳播的態樣，本文採取大數據的網路資料探勘的研究取徑，除可將資料探勘技

術配合網路模因的實證角度，檢驗網路謠言的傳播態樣外；從方法論的角度，亦提供傳播現象與大數據交會的取徑。網路謠言的主題亦可屬 Pavlik (2013) 所稱的草根性社會論述，可說已對既往的溝通形式帶來量變與質變，再者大量網路謠言已成了新型態的數位內容，要如何蒐集並找出資料的特質，本文已利用大數據的量化方式，為向運算與資料轉的研究趨勢，提出了新的示範與研究成果。

第四篇是國防大學政治作戰學院新聞學系講師暨交通大學應用藝術所傳播藝術與科技組博士生陳靜君，與交通大學傳播與科技學系副教授陶振超合著〈偏見同化效果：網路新聞不文明留言對態度極化的影響〉。本文乃關注閱聽人在新聞討論區的經驗，新聞討論區是否影響人們對新聞的評價及新聞所報導事件的態度，過去一直未能釐清，而本文從偏見同化理論的角度，檢視人們如何處理新聞討論區中不文明留言的內在心理機制，及進一步對態度極化的影響。以近期爭議性的「同性婚姻合法化」為背景，透過線上調查實驗檢驗提出的假設，從中討論研究發現及其意涵。有關人們透過網路媒體參與公共論述一事，究竟是促進政治對話、提升政治參與，抑或因那些不文明留言降低訊息的有效性、甚至對人們產生與原本訊息設計完全相反的效果，都是近期關心新媒體能否實踐公共領域的重要議題。本文採用線上調查實驗，將實驗設計內含在問卷調查中，問卷調查的參與者被隨機分派到對應於不同實驗狀況的一些或所有問卷等方式，以瞭解網路使用者在新聞討論區的狀況。本文以量化方式探討網路閱聽人經驗，實已對網路上的社會論述帶來重要的結論與貢獻。

第五篇則是同樣強調閱聽人經驗，是由銘傳大學新聞系副教授賴玉釵所寫的〈閱聽人跨媒介詮釋圖像敘事之美感傳播芻議：以繪本、iPad 互動電子繪本為例〉。本文以繪本、改編之 iPad 互動電子繪本為例，探討閱聽人跨媒介詮釋圖像敘事之美感傳播歷程，採質性的深度訪談法，初探跨媒介網絡之互媒關聯、閱聽人互媒詮釋及交流歷程，提供跨媒介及美感傳播歷程芻議。在新媒體匯流的主軸之下，新媒介如何延展既有內容，藉多模組賦予原作新義的跨媒介敘事，乃是許多研究者關心的課題，本文正從整合文本與閱聽人的角度，期望掌握互媒詮釋等新的閱聽人經驗。傳統敘事理論多半預設文本結構為穩定形式，具開場、中段及結尾，但在跨媒介敘事中則以互媒延伸情節，

串接節點為故事網絡，此種新媒介提供閱聽人跨媒介參與決策機會，情節進展需依閱聽人感知、互動形式而體現，已對既有文本結構帶來新的思考方向，轉從融入故事網絡與互媒元素而拓展研究範疇，將可對本地許多文本分析（含論述分析／敘事分析等）有興趣的研究者，帶來進一步反思與啟發。

肆、小結

新媒體、新媒介作為一改變社會的催化劑，實已為傳播研究帶來新方法與新視野，本專題「新媒體、新視野與新方法」為了對台灣傳播學術期刊論文相關研究有一掌握，以深化本期五篇專題論文帶來的重要意義，特地做了一些初步的資料探勘與回顧，以饗傳播學術社群中對新媒體此一主題有興趣之同好，也期望拋磚引玉，帶動台灣更多相關研究的發展趨勢，對新媒體與社會互動之關係，提出更多在地的寶貴經驗。

註釋

- 〔1〕研究主題根據中華傳播學會年會主題、國際傳播學會（International Communication Association, ICA）主題、楊意菁（2016.09）、林頌堅（2017.06）等對傳播研究的分類進行主題類目分類；研究對象則以網路出現以來，研究論文所探討的對象，如探討網路使用與滿足，其對象即為整體的「網路」；若探討 Facebook 的社交互動，則研究對象即為「社交媒體」。

參考書目

- 沈錦惠（2014）。〈隱喻即視覺化的語藝行動：網路時代談視覺語藝的古典根源〉，《中華傳播學刊》，26：63-106。
- 林淑芳（2017）。〈社交媒體研究——回顧與展望〉，《資訊社會研究》，32：1-8。
- 林頌堅（2017.06）。〈TSSCI 傳播研究期刊的研究主題探勘與分析〉，「2017 年中華傳播學會年會」論文，台灣，台北。
- 施典志（2016.06.23）。〈從 Internet 發展史出發，來看為什麼社群網站變成主流〉。上網日期：2018 年 3 月 18 日，取自 <https://rocket.cafe/talks/77383>
- 華婉伶、臧國仁（2011）。〈液態新聞：新一代記者與當前媒介境況——以 Zygmunt Bauman「液態現代性」概念為理論基礎〉，《傳播研究與實踐》，1(1)：205-237。
- 楊意菁（2016.09）。〈《中華傳播學刊》的現況、挑戰與未來〉，「『華人傳播研究與學術期刊』研討會」論文，香港。
- 鄭明萱譯（2006）。《認識媒體：人的延伸》。台北市：貓頭鷹。（原書 McLuhan, H. M. [1960]. *Understanding media: The extensions of man*. London: Sphere.）
- Bauman, Z. (2000). *Liquid modernity*. Cambridge, UK: Polity.
- Friedman, L. W., & Friedman, H. H. (2008). The new media technologies: Overview and research framework. *SSRN Electronic Journal*. doi: 10.2139/ssrn.1116771
- Khang, H., Ki, E. J. & Ye, L. (2012). Social media research in advertising, communication, marketing, and public relations, 1997-2010. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 89, 279-298.
- Kim, Y., Kim, B., Kim, Y., & Wang, Y. (2017). Mobile communication research in communication journals from 1999 to 2014. *New Media & Society*, 19, 1668-1691.
- Levinson, P. (2009). *New new media*. Boston, MA: Allyn & Bacon.
- Pavlik, J. V. (2013). Trends in new media research: A critical review of recent scholarship. *Sociology Compass*, 7, 1-12.

Special Issue Introduction:

New Media, New Vision, and New Methods: An Analysis of Communication Research in Taiwan TSSCI Communication Journals

Yie-Jing Yang & Ya-Hui Chen*

Abstract

This article is for issue no. 33 of the *Chinese Journal of Communication* and is entitled “New Media, New Vision, and New Methods: An Analysis of Communication Research in Taiwanese TSSCI Communication Journals.” By analyzing communication research papers regarding the new media of Taiwanese TSSCI communication journals, this paper finds that current research related to new media focuses more on the topics of “news organizations” and “citizen participation,” and the topics of “mobile media” and “content computing” are worth of studying in the future. Last, this article both provides guidance of five articles of issue no. 33 for readers and inspires new and diverse research topics to Taiwan’s related communication research.

Keywords: new media, communication research, communication journals

*Yie-Jing Yang is Professor at the Department of Public Relations & Advertising, Shin Hsin University, Taipei, Taiwan. Ya-Hui Chen is Assistant Professor at the Department of Journalism & Communication Studies, Fu Jen Catholic University, Taipei, Taiwan.