

學術對談

媒介效果研究三十年：和魏然教授對話

對談人：魏然、梁海



魏然教授
(Prof. Ran Wei)

「新媒體，包括移動媒體、智能手機等為效果研究提供了新的研究工具。比如，通過做一個APP來收集手機使用的記錄，甚至把用戶後台的滑手機行為用大數據的方法抓出來，這些都是非常值得嘗試的。這些新的研究方法和工具是以前我們做大眾傳媒研究時所不能想像的。我覺得非常前沿，能夠收集到我們以前看不到的用戶數據。但是，我擔心的是，如果做得過於技術導向，研究就會做得比較瑣碎 (trivial)，不見其意義。比如有些研究關注蘋果手錶 (Apple Watch) 螢幕大小或者手機背景顏色等變量。雖然技術上

魏然，香港中文大學新聞與傳播學院教授。研究興趣：媒介效果、傳播科技、移動傳播。電郵：ranwei@cuhk.edu.hk

梁海，香港中文大學新聞與傳播學院助理教授。研究興趣：計算社會科學、政治傳播、社交媒體分析。電郵：hailiang@cuhk.edu.hk

《傳播與社會學刊》，(總)第57期(2021)

來講是有其價值的，但這類研究的意義 (So What?) 何在，不容易說清楚。因此，如何能夠既讓我們的研究具有社會的意義，又在技術和研究方法上與時俱進，這兩者之間是要有一個平衡。因為如果最終的結果只是一個技術方面的嘗試，而對社會、文化、政治和公共生活的意義非常小，我覺得這種研究即便做得很多，從媒介效果角度來講意義不大。」

Dialogue

Thirty Years of Media Effects Research

Discussants: Ran WEI, Hai LIANG

Abstract

Professor Ran Wei is an influential and productive scholar in the fields of media effects, communication technology and society, and mobile communication. In this dialogue, he was invited to share his research experience on media effects and information communication technology in the past 30 years. Professor Wei characterized himself as a “transitional scholar” who bridges conventional and new media studies. He started with sharing how his journey in the field of media effects expanded to new media studies, including mobile communication and virtual reality. In response to the criticisms of media effects research in the digital era, he suggested that social scientific researches should go beyond personal and interpersonal levels to adopt the institutional approach to investigate the media effects under different social contexts and cultures. Professor Wei also emphasized the value and pitfalls of the emerging computational methods in current media effects studies. In particular, he introduced how to combine traditional and big data methods in his ongoing collaborative project on Covid-19 mis/disinformation. Finally, he offered some suggestions for submitting papers for publications in international journals and for forging academic collaboration.

Citation of this article: Wei, R., & Liang, H. (2021). Thirty years of media effects research. *Communication and Society*, 57, 1–27.

Ran WEI (Professor). School of Journalism and Communication, The Chinese University of Hong Kong. Research interests: media effects, communication technologies, mobile communication.

Hai LIANG (Assistant Professor). School of Journalism and Communication, The Chinese University of Hong Kong. Research interests: computational social science, political communication, social media analytics.

《傳播與社會學刊》，(總)第57期(2021)

魏然教授簡介

魏然博士，現任香港中文大學教授；曾任美國南卡羅萊納大學新聞與大眾傳播學院終身講座教授(美籍華人中首位獲得冠名的傳播學講座教授)、博士生導師、廣告與公關係系主任。魏教授有機會接受中外高等教育，先後獲得上海外國語大學英國文學與國際新聞學士(1986)、英國威爾士大學(University of Wales)碩士(1990)及美國印第安那大學(Indiana University)博士學位(1995)。他曾在中國中央電視台擔任記者，曾任海外學術團體「國際中華傳播學會」(Chinese Communication Association)會長(2011–2013)；現任國際傳播學會(International Communication Association, ICA)二級分會——傳播科技學會(Communication and Technology Division, CAT)會長。2010年，魏教授被榮聘為中國教育部「長江講座教授」。他也曾入選「天津特聘專家」(2014)。

魏教授有著豐富的訪學經歷，他曾以訪問學者身份造訪英國牛津大學、國立新加坡大學、南洋理工大學和中國清華大學。他擔任過香港大學、中國傳媒大學、上海交通大學、天津師範大學的客座教授，同時，他先後擔任過香港城市大學海外學術評鑒委員，以及香港大學SPACE海外評審委員。在學術界，魏教授擔任台灣《資訊社會研究》主編，並曾任美國《大眾傳播與社會》(*Mass Communication & Society*)學刊主編，新加坡《亞洲傳播學報》(*Asian Journal of Communication*)和香港《華人傳播學報》(*Chinese Journal of Communication*)特約主編，以及十個國際頂尖傳播類學術期刊編委會委員，其中包括美國《國際傳播學會年度報告》(*Annals of the International Communication Association*)。

魏教授的研究專長為新媒體、媒介效果研究以及國際廣告策略。他是國際上手機媒體研究的知名專家，他的學術出版包括獨立和共同出版的七本專書，例如《口袋裡的新聞》、《媒介效果與社會變遷》、《移動媒體與亞洲公共傳播》等。此外，他已發表百餘篇論文和專書章節，並多次獲得美國新聞與大眾傳播學科頒發的傑出論文獎。魏教授的學術影響力得到國際上不同機構的認證。根據傳播學論文的引用排名，他是大中華地區最有影響力的前五名學者之一。從2014年至今，他每

年入選Elsevier英文發表引用最高的中國學者(社會科學類)。根據美國斯坦福大學John Ioannidis教授及研究團隊的研究報告,魏教授是2021年全球Top 2%的科學家(媒介與傳播學科)。

LH: 梁海

WR: 魏然

LH: 您過去近30年的研究領域非常廣泛,從媒介效果(特別是第三人效果)、傳播技術、再到手機研究等。最近剛剛出版了一本關於手機新聞的專書(即由牛津大學出版社出版的《口袋裡的新聞》(*News in Their Pockets*)),也在香港中文大學(簡稱「中大」)建立了虛擬實境(Virtual Reality)實驗室。能否分享下您的學術脈絡,您是如何對這些領域產生興趣的,如何將這些領域融匯並貫通到自己的研究之中?

WR: 您提出的這個問題很廣泛,但也是很重要的一个问题。那就借您的問題,我來嘗試把自己差不多30年的學術經歷和學術生涯做一個回顧。

我的學術研究脈絡要追溯到我念博士研究生課程時所接受的訓練和當時所接觸的前沿課題——媒介對社會之影響。也就是說,媒介效果就是我學術經歷的出發點。因為我到美國印第安那大學(簡稱「印大」)念研究所的時候,幾乎沒有接受過系統的學術訓練。我之前的基本訓練是做記者,就是怎樣講故事、怎樣報導新聞。所以新聞對社會的影響這個問題,我根本用不著去想,因為我一直認為我們報導出來的新聞一定會有影響。特別是在80年代,媒體資源還比較稀缺(當時全國只有1-2個電視頻道可看)。我學的是做電視記者,是如何用電視媒介去作報導。在那個年代,電視新聞經歷了一場非常大的革命性改變。因為在電視新聞出現之前,電視上播放的新聞是通過反轉電影膠片而製作的,即先把新聞事件拍成電影膠片,然後到暗房裡面把它洗出來,再做編輯,最後的一道工序是反轉成一寸或半寸的磁帶,在電視頻道播放。可想而知,當時的現場報道和即時報道,無論再

《傳播與社會學刊》，(總)第57期(2021)

大的新聞都是要有一天到一個禮拜甚至一個月的延遲。可以說，我當時學習和接觸的以電視採編技術 (Electronic News Gathering, ENG) 來作新聞報導，屬於最新的傳播科技，當天甚至現場就能夠把新聞報導出來。這是我的基本訓練。至於我們把新聞報導出來以後，什麼人會看，看了以後產生什麼傳播效果，這些問題不是我們電視記者需要想的。當時電視在中國，甚至在美國，都是非常具有吸引力的大眾電子媒體。大家一起看電視，比如在學校的生活環境裡，電視具有一個非常中心的位置，大家都習慣地每天晚上看新聞節目，包括中國中央電視台 (簡稱「央視」) 的《新聞聯播》和地方新聞。有上億的觀眾看，一定有效果。

對我來講，開始時作為一名記者，後來在研究生時研究媒體，接觸到媒介效果問題，覺得從來沒仔細想過這個問題。因為在我印象中，央視播出的節目具有非常高的收視率，不管是電視新聞也好，還是當時進口的一些美國節目，諸如《動物世界》和《外國文藝》等，對國內觀眾來講，都是非常新的東西。儘管在當時還沒有收視率統計，但是我們從印象或者報紙報導當中覺得傳播效果都談不上是個問題 (a non-issue) ——因為我們的節目有很多人看，當然會有社會影響，不用做研究就可以知道。20世紀80年代末，我在英國威爾士大學讀碩士的時候，所接受的訓練主要是學習新聞專業技能，同時了解西方媒體新聞編輯室裡的運作，例如英國廣播公司 (British Broadcasting Corporation, BBC) 電視新聞的採編業務，並未接觸到傳播效果研究。

後來到了美國繼續求學，尤其是1990年到1995年期間在印第安納大學念博士班的時候，有了系統的學術訓練，就發現媒體的社會影響在哪裡、對什麼人有影響，這些問題需要嚴謹的實證研究才能回答，通過建構理論模型才能解釋媒介效果產生的機制和規律。從那時候我在觀念上產生了根本改變，就是放棄憑藉印象來評論媒介效果。取而代之的是學習以社會科學的研究方法來檢視媒介的傳播效果，包括傳媒對什麼人有效果、正面的還是負面的效果、這些效果會在什麼場景下產生、如何用實證方法驗證這些效果等。我做實證研究時運用的是一些主流的大眾傳播理論，

像媒體社會學 (news-making) 和議程設置理論 (agenda setting) 。我在研修高級量化研究方法課時，做了一個媒介傳播效果的研究，探討新聞機構的地震預測報導對民眾購買地震保險的影響。那一年，在美國中西部幾個州，預測地震的報導喧囂一時，看了新聞而心驚膽顫的民眾之中，有些人真的會買地震險。雖然預測的地震後來根本沒有發生，但新聞媒體的報導對公共輿論和大眾行為的影響令我對媒介效果研究非常著迷。這個實證研究後來得以發表，成為我的第一篇學術論文 (Wei, 1993) 。從此，我和媒介效果研究有了不解之緣。那一年，我遇上同在印大求學的太太，找到了我終生的摯愛。現在回頭來看，這些訓練和經歷是我後來30年學術興趣和研究專長的一個起點，媒介效果研究也一直貫穿了我近30年學術生涯。

總之，對我而言，媒介效果的實證研究是一個非常有趣也非常讓人著迷的課題，論文發表量巨大 (Potter & Riddle, 2007) 。可我發現研究做得越多，效果好像越說不清楚；越說不清楚就要繼續做下去把它說清楚。在學術傳承上，我屬於議程設置理論的第三代學者。第一代是最早提出該理論的麥庫姆斯 (M. E. McCombs) 和蕭 (D. L. Shaw, 1972) 。麥庫姆斯和蕭在北卡羅來納大學 (University of North Carolina) 的學生韋弗 (D. H. Weaver) 是我在印大的導師，也是議程設置理論第二代的代表人物 (Weaver, 1980) 。我和香港城市大學的祝建華教授與何舟教授應該都屬於第三代，都師從韋弗教授。議程設置理論是我們必學的，韋弗作為導師對我的影響非常大。此外，在研究方法方面，我也接受了系統的訓練。所以，我在攻讀博士學位期間，對科學的研究方法，包括統計、研究實驗、研究視角，以及理論框架，都打下了紮實的基礎。畢業以後繼續做這方面的研究順理成章。事實上，媒介效果也就成了我30年的學術生涯中精力花得比較多、也持續不斷做研究的一個領域。剛剛也提到，雖然我發現越想要說清楚媒介效果，就越說不清楚；但是越說不清楚，就越有動力繼續做，而不是輕言放棄。

《傳播與社會學刊》，(總)第57期(2021)

LH：如果不放棄，如何繼續做下去？

WR：我嘗試過幾個路徑，一是採用新的研究方法，在數據分析上另闢蹊徑。比如，應用新的統計工具，包括結構方程模型 (Structural Equation Modeling, SEM)，希望通過將新的研究方法更好地應用於數據分析，能夠分析出來令人信服的結果，從柳暗到花明 (潘忠黨、魏然，1997；Wei & Pan, 1999)。這些在今天看來都是老派 (old school) 的研究方法。另外一個路徑，是在研究框架和理論方面探索是否能夠有所調整，能夠從不同的角度來發現和檢測媒介效果。當中很自然地會遇到一種情況是，我們之前做的議程設置研究是一種直接效果 (direct effect) 的研究路徑，就是直接把媒體使用和它的效果來做關聯。這種直接效果的研究做了很多，諸如議程設置理論、涵化理論 (Cultivation Theory) 等，但我發現研究這種直接效果的結果往往令人不滿意，甚至是失望。通常我們發現相關性 (correlation) 儘管是顯著的，但是非常弱。多元回歸模型所能解釋的變異量 (variance) 往往也很低，介於百分之五到百分之十幾的一個範圍。一般來說，一個模型所解釋的變異量低於百分之五，就屬於誤差範圍，沒有什麼實質價值可言。

在此困境之下，我接觸到像第三人效果理論 (Third Person Effect)、預設效果 (Influence of Presumed Influence) 等認知效果 (perceived effect) 的理論，他們為我提供了媒介效果研究的新思路——從間接效果 (indirect effect) 的角度來研究媒介影響，而不是直接把媒體使用、媒體關注、媒體接觸跟相關的態度、行為等變量之間做關聯。這個角度比直接效果有一些優越性，媒介有沒有效果是個「情人眼裡出西施」的認知問題。否認媒介對自己有效果，同時卻認定對他人有影響，這種具有偏差性的認知，是一種真實的效果。我後來做了很多研究發現第三人效果普遍存在，特別是涉及負面媒體內容如廣告、暴力和色情，或者是有爭議的新聞報導，大眾確實很擔心這些內容對別人有著不良影響。由於擔心，他們會支持從法規方面制約傳媒。這種依據理性思考 (rational thinking) 而做出的態度判斷，就是一種媒介的真實效

果，非常有趣。因此，間接媒介效果研究，特別是第三人效果，構成我研究領域的一條主線 (Wei & Li, 2021; Wei, Lo, & Zhu, 2019; Wei, Lo, & Golan, 2017)。

我過去所做的多項研究，特別是媒介效果研究始於電視、報紙新聞，與此同時，我對資訊的載體、傳播技術、新興媒介也都有濃厚的興趣。在互聯網時代，特別是2000年以後，新聞都更多地出現在網絡上、手機上，包括現在的新聞應用 (news APP) 等。於是，我這個老派的媒介效果學者開始把手機研究融入到媒介效果、媒介對社會影響這樣一個大的研究範疇中。比如，在移動媒體 (mobile media) 方面，我做了幾個有關社會運動、對社會議題關注的研究，包括手機媒體如何幫助基層的草根組織 (grassroot organizations) 發出自己的聲音，通過網絡媒體的渠道組織民眾，對一些議題發表意見，從而引起政府和相關人士的重視 (Wei, 2016; Wei, 2020; Wen & Wei, 2018)。所以移動媒體是一個賦能性 (empowerment) 的溝通工具，有助於民眾的社會參與、政治參與。在近年的幾個社會抗爭運動中，包括香港、歐洲、中東的抗爭，傳播學者注意到手機媒體是一個得力的工具，對這些運動的展開和進行，以及運動規模都有不可或缺的影響 (Neumayer, 2020)。

媒介效果和移動媒體看上去屬於不同的領域、不同的研究課題，其實對我來講是很自然的結合。你提到的我最近出版的一本合著新書《口袋裡的新聞》(*News in Their Pockets*) 就是一個很好的例子。這本書裡的研究跟我之前多年的研究有傳承關係，也有所創新。「傳承」表現在持續關注傳播效果，「創新」表現在分析手機看新聞與讀報紙、看電視新聞的不同。在手機這樣一個新的媒體上，看新聞的形式不再僅僅是閱讀，而是貫穿很多的互動，包括分享、做點評等一些參與式的行為，所以我們就從這個角度來研究手機新聞的閱讀行為和效果。我和幾個合作者在用手機看新聞這個課題上所作的研究，包括陸陸續續在四個華人社會做了兩次大規模的大學生調查，前後大概有七八年之久，跨越2G和

《傳播與社會學刊》，(總)第57期(2021)

3G/4G不同的無線電訊時代。我們專注的研究效果是檢測看手機新聞是否對大學生了解天下事、關注當地的時政等有所幫助。結果顯示，看手機新聞確實對學習時事有幫助，但幫助有多大則要看不同的社會環境，在比較開放、網絡沒有諸多限制的社會，政府對手機媒體管制比較寬鬆，看手機新聞學習的效果就比較明顯。反之，在比較受管制、資訊流通不太自由的地方，即使看手機新聞的時間很長，人人都使用智能手機，但學習時事的效果卻大打折扣(Wei & Lo, 2021; Wei, Lo, Chen, Tandoc, & Zhang, 2020; Wei, Lo, Xu, Chen, & Zhang, 2014)。回頭看這些不同階段的研究，貫穿近30年的主題，就是媒介對社會的影響，更具體的講，就是媒介效果。

你提到的在香港中文大學建立虛擬實境(Virtual Reality)實驗室，主要是因為我在2019年從美國回到中大之前，中大給新同事提供一個激勵計劃(new hire incentive)，凡新入職者，皆可以申請研究資助。我拿到了這項資助，就用於建立一個新媒體實驗室。至於如何把虛擬實境融匯到我的研究之中，我還在探索中。可以確定的是，我想知道以3D形式製作的新聞報導和VR影片給受眾一種沉浸式、臨場感的體驗。那麼，這種手段能夠達到什麼樣的傳播效果呢？我最新的研究想驗證3D是否能夠產生出與2D不同的效果，在說服、改變人的行為，甚至是調整人的身心健康方面，能夠達到2D和電子媒體所達不到的效果。從這意義上來說，建立虛擬實境實驗室也算是我以前研究的延續，一脈相承。

最後，我想補充一點，我認為我從攻讀博士開始做的研究一直到目前的研究，皆重視公共傳播(public communication)，特別是新聞。你可以猜到，這跟我的學術訓練以及做記者的經歷有關。我認識很多做移動媒體研究的朋友，他們關注的是移動媒體在人際傳播(interpersonal communication)層面的使用和影響。這類研究我也做過(Leung & Wei, 2000)，也很有意義。但我主要的興趣還是在像新聞這種公共領域的傳播(Wei, Huang, & Zheng, 2018)。雖然傳播和溝通是人類最基本的行為和一種最基本的社會實踐，我覺得人際傳播和公共傳播的重大區別在於，公共傳播

具有社會功能。特別是在開放社會中，我們不單是新聞的消費者，更重要的是通過接觸新聞，我們也在扮演公民的角色。有鑑於此，不管媒介技術如何快速改變，我的研究興趣始終放是在公共傳播。你可以說我屬於老派學者，這是自己的選擇。

LH：您剛才提到媒介對社會的影響，特別是媒介效果，是貫穿您幾十年研究的一個主題。很多人覺得媒介效果是傳播學中最核心的一部分。當然也有來自不同學科背景的批評者認為，在如今的新媒體時代，特別是移動媒體、社交媒體的時代，媒介效果研究的範式(paradigm)「已死」，或者說意義已經不大了。相關研究好像也不如以前那麼多了。您認為媒介效果研究如今具有什麼樣的理論和現實意義？

WR：我先回應對媒介效果研究的批評，我覺得這類批評有其道理。因為媒介效果研究從早期對戰時心理戰、宣傳戰這方面的研究開始，一直到20世紀60、70年代電視的黃金時代、大眾傳媒在美國和中國發展到了頂峰階段，這個階段的媒介效果研究，聚焦在色情、暴力節目等內容，美國國會撥出大筆預算來支持這方面的研究。但這些效果其實並沒有像大家期待的那麼好，比如能夠解釋的效果變異量(variance)偏低，能夠解釋因果關係的理論模式不足，研究發現不能令人滿意，所以對媒介效果研究的批評是有道理的。客觀地說，我覺得對媒介效果的批評要從兩個方面來看：

第一，其實媒介效果研究，甚至包括傳播學的研究，與社會學、心理學等其他學科來比較是旗鼓相當的。Perloff (2013)對此做過精彩的陳述。心理學研究也很少有一個研究，能把因變量的變異量解釋到60%。這種成果非常少。考慮到傳播學相對比較年輕，和歷史更加悠久的學科相比，變異量其實是不低的，屬於中規中矩、低變異量是在預期之中的，媒介效果研究並不是特別糟糕。

第二，媒介效果的強弱，要看如何界定媒介效果。作為傳播學的主流學派，學術界每年大概發表幾百篇媒介效果論文，但每個學者對媒介效果的研究路徑、界定的方法和測量手段是不同

《傳播與社會學刊》，(總)第57期(2021)

的。有學者認為是媒介效果是有意的 (intentional)，有人講是無意的 (unintentional)，還有學者認為接觸媒體本身就是效果。你看，媒介效果到底是指什麼？媒介效果學者使用的變量是不統一的。當然也不需要統一。但問題是，正因為媒介效果的界定和測量不一樣，得出結論自然也就不一樣。回顧媒介效果研究的百年歷史，效果到底是強還是弱，並沒有定論 (魏然、周樹華、羅文輝，2019)。

有一種批評我覺得非常有道理 (張錦華，1990)，就是量化的實證媒介效果，在研究層次上太注重個人的行為，甚至把個人行為看成一個孤立的、獨立的、自主的選擇行為，然後再被無處不在的傳媒所影響。這種研究模式忽視了中觀或者宏觀層面變量的影響，如群體、集體、組織、社會等。這些變量超出個人範圍，卻對個人行為有著不可忽視的影響。儘管個人的媒介使用行為是由自己的興趣愛好來決定，但這些決定往往不是個人的，而會受到各種的社會影響。比如說，看什麼電視節目，在網上做什麼評鑒往往都是跟風的，別人對我們自己的影響甚至超過個人的自主決定。從這個角度來講，過於集中在個人層面的媒介效果研究，我認為可能就脫離了現實，陷入困境。因為媒體的使用發生在一個社會語境中，而大眾消費的媒介內容，不管是電視劇、新聞報導或者廣告，既是一種社會影響的過程也是社會影響的結果。在網絡化的今天，尤其如此。

當然，批評容易，做起來難。在我的媒介效果研究中，我儘量把一些社會層面的、群體層面的變量考慮進來。困難的是加入太多的宏觀層面的變量就變成了政治經濟學分析，就不再是效果實證研究了。從權力結構 (power structure)，從經濟學的角度解釋傳媒彌補微觀研究之局限，但檢視傳媒細微而具體的實證效果則非政治經濟學之所長。另外，諸如社會結構，比如說媒體的開放程度、資訊流動的自由度、還有文化的差異等宏觀因素可以加入研究，但也不能加進太多，否則就解釋不清。此外，通過比較研究的方法，也可以彌補媒介效果研究設計中過度關注個人行為的現象。我覺得這些努力能在一定程度上回應相關批評。

前一陣，傳播學界元老Katz和Fialkoff(2017)寫了篇文章說有六個核心的概念都要「退休」了，比如「把關人」、「兩級傳播」等。這也是你剛才提到的對媒介效果研究的一種批評，我認為這代表學術上的一種反思、一種與時俱進的期待，探討我們怎樣才能跟上媒介技術的變革性發展。我覺得Katz這種批評都是合理的，也是必要的。我在印大時建立模型(modeling)的第一堂課，老師就說我們建立模型的目的是要把模型推翻，把它批評得體無完膚，只有這樣，我們才能提出來新的模型。所以這些學術的批評，包括對核心學術概念的批判，在我看來都是一個值得肯定的現象，而不能悲觀地看，人云亦云，跟著說媒介效果研究的範式「已死」。其實，新媒體為效果研究帶來了新的機會。

所以我覺得，認為「媒介效果研究已經走入了死胡同，甚至沒有意義」的說法有點誇張，真實的情況也並不悲觀。剛才你講到媒介效果研究的論文數量好像在下降，這可能是真的。但我最近做移動傳播文獻梳理時發現，移動傳播研究的數量增加得非常巨大，包括實證效果研究。這些研究並不一定只關注傳統的媒介效果，而更多的關注到用戶主動使用(active use)媒介，將具有賦能特性的媒體技術轉化為一種賦權。從廣義來講，我覺得這還屬於媒介效果研究的範疇。如果我們把其他更廣泛的媒介效果定義包括進來，我覺得媒介效果研究在網絡媒體語境下，是大有可為、值得期待的。事實上，這類的媒介效果研究生機勃勃。無論是在頂尖媒體期刊如*New Media & Society*，還是在創刊不久的期刊如*Social Media + Society*、*Mobile Media & Communication*等，發表的研究都是以實證為主，它們的核心問題最終還是回到媒介對社會的影響，對社會群體、對個人在不同層面、不同環境下所產生的影響。因此，從更廣泛的意義來講，我覺得媒介效果是進入了一個新的階段，而不是走入困境，進而無疾而終。

LH：我們剛剛有聊到，您最近出版了一本名為《口袋裡的新聞》(*News in Their Pockets*)的專書。移動傳播現在是一個很熱門的領域，各個學科、各種方法背景的學者都在探討這個問題，研究方法也很多元。有批評者認為大多數的研究仍在使用比較傳統的方法，

《傳播與社會學刊》，(總)第57期(2021)

而移動傳播最重要的特點其實是「移動」，傳統的方法其實很難捕捉到「移動」這個層面。也有批評說媒體研究在照搬傳統的方法，這在以往可能問題都不大，但到了移動的時代，大家就發現傳統的方法可能不夠了。您是如何看待這個問題的？有什麼建議？

WR：這個問題很有趣，也是個不太好回答的問題。關於研究方法能否帶來新的研究成果，我是這麼看的：我屬於一個過渡性的學者，承上啟下，因為我們「六零後」這一代的學術訓練主要是在大眾傳媒的背景下完成的，我們最熟悉的自然是大眾傳播這一範式。同時，我趕上20世紀80年代末到90年代初互聯網興起的時代。進入21世紀以後則是接觸到手機媒體的時代，例如3G和4G等等。作為新舊交替的「過渡性」學者，我既熟悉大眾媒體，也最早接觸網絡新媒體，比我的老師那一代更了解互聯網和手機媒體。我也比一開始就接觸社交媒體、APP、手機的年輕的一代學者對研究大眾媒體有更深刻的了解。所以，像我這一代的學者，剛好處在跨界的位置，新舊媒體都有接觸。我既不把自己看成一個傳統的學者，也不完全看成一個新媒體的學者，而是過渡性的，承前啟後。過渡性帶給我的好處，就是我可以基於過去的背景和訓練的基礎，融入對新東西的了解。

當前，與媒介相關的東西太新了，很難講得清楚說得明白，困惑普遍存在，我曾經就此現象寫過文章(魏然，2015)。在這種情況下，我覺得我過去受到的社會科學範式的嚴格訓練對我有很大幫助，也讓我的學術能夠一直持續不斷地繼續下去。社會科學研究的宗旨就是要分析人的行為，與他人互動，乃至社會整個運作的道理和意義。就媒介效果研究而言，指導研究的框架就是制度化分析方法(institutional approach)，即從社會建制(social institution)的理論視角來研究大眾媒體和媒介效果。作為一個社會建制，媒介在社會中有它的必要和意義，研究由有組織的、專業化的把關人製作、傳播的資訊對社會穩定，和諧和發展的意義非常大。

從另外一方面說，這些視角還基於大眾傳媒時代，一種中心化被動的單向傳播模式。而智能手機等新媒體的特徵是去中心化 (decentralized)、以用戶為中心、互動的溝通行為。那麼，研究方法和研究內容方面就需要進行調整。新媒體，包括移動媒體、智能手機等為效果研究提供了新的研究工具。比如，通過做一個 APP 來收集手機使用的記錄，甚至把用戶後台的滑手機行為用大數據的方法抓出來，這些都是非常值得嘗試的。這些新的研究方法和工具是以前我們做大眾傳媒研究所不能想像的。我覺得非常前沿，能夠收集到我們以前看不到的用戶數據。但是，我擔心的是，如果做得過於技術導向，研究就會做得比較瑣碎 (trivial)，不見其意義。比如有些研究關注蘋果手錶 (Apple Watch) 螢幕大小或者手機背景顏色等變量。雖然技術上來講是有其價值的，但這類研究的意義 (So What?) 何在，不容易說清楚。因此，如何能夠既讓我們的研究具有社會的意義，又在技術和研究方法上與時俱進，找到更新的研究工具，這兩者之間是要有一個平衡。因為如果最終的結果只是一個技術方面的嘗試，而對社會、文化、政治和公共生活的意義非常小，我覺得這種研究即便做得再多，從媒介效果角度來講意義不大。

剛才講到我是一個過渡性的學者，我的優勢是能夠承前同時有所發展，我用「institutional approach」探討傳媒對社會之影響。當然這不是唯一的視角，但至少我做的媒介效果研究能夠嘗試解釋傳媒最終的實際意義和對社會最基本的價值是什麼。雖然我會用一些新的研究方法，但是我不會完全地「為方法而方法」。

LH：您剛剛介紹了您的學術背景，您的生活和教學經歷也非常豐富。您在內地出生讀完大學，然後去了英國、美國等地求學。在臺灣、香港和美國都有很長的研究和教學的經歷。您在研究中也特別強調進行不同地方的比較研究，比如說您剛才提到移動傳播的研究也顯示出了比較大的文化差異。您能否分享下在不同地方生活和教學的經歷是否對您開展比較研究有所幫助？您是怎樣把這些經歷融入到研究當中的？

《傳播與社會學刊》，(總)第57期(2021)

WR：首先，我覺得我非常幸運，趕上了好時代。一是有機會念大學，我是我們家第一位大學生。在20世紀80年代時，能夠念大學不容易。二是趕上出國留學的機會，當年的留學生人數和現在相比也是很少的。不管是到上海念大學也好，到國外留學也好，因為當時我已經成年，我自己的一些喜好、興趣、文化旨趣等個人屬性基本上已經定型了。無論我走到哪裡，天南地北，我都是一個河南人或者美籍河南人，走到哪裡都不會改變。此外，中國文化，特別是在念中學和大學時所受到的傳統文化薰陶，影響了我的學術生涯和人生。從文化認同來講，我是一個中國文化的認同者，儘管在海外經歷過很多改變，但還是認同中國文化的傳播學者。這方面我曾經有過困擾，正如趙月枝經常講的「我是何人？」之類的問題，非常到位，我們這些身處海外的華人傳播學者的認同到底是什麼？對於在美國生活、教書二十幾年的我來講，我認同的是中國文化，雖然不是傳統文人，但我想我是具有中國文化情懷的社會科學學者。

至於我怎樣將我的生活經歷和學術訓練與學術研究貫通起來，其實，我做這麼多華人社會的傳播研究並不一定是刻意的選擇。剛才我講自己有中國文化的認同和做華人社會研究的情懷，加上在美國的訓練，它就自然地發生了。我的方法是用西方的主流理論，包括媒介效果，在華人社會驗證。而且，在華人社會中驗證的結論回頭可以修正、更新西方的主流理論。我發表的80餘篇學術論文，從美國收集的數據佔很小一部分，我在美國的研究都是和大選有關。每到選舉，收集數據比較容易，因為選舉是美國民眾最為關心的事情。除此之外，我主要的文章都是跟華人社會有關，特別是後來有機會與從台灣政治大學(簡稱「政大」)轉至香港中文大學的羅文輝老師合作，他幫我收集了很多台灣的數據，所以我大部分的研究，是在華人社會、兩岸三地的背景上展開的。

拿第三人效果理論舉例說明。以往的研究是把第一人和第三人之間的認知偏差作為行為的預測變量，但以此進行的媒介效果

研究往往得到不一致的結論。我和台灣政大的羅文輝教授通過幾個在台灣所做的研究，發現如果把對自己的影響，和對他人影響分開來做預測變量，就可以得到一致的研究結論(Lo & Wei, 2002)。我覺得這些研究發現對第三人效果的理論發展有一些貢獻。

LH：我對此有一個相關的延伸問題。據我觀察，在您之後的留美華人學生做華人社會的研究越來越少了，不像您那一代有很多人都會研究中國的問題。不知道您是否有類似的感受？

WR：我記得多年前，曾經跟同在香港中文大學任教的李金銓和潘忠黨老師聊過一個問題——是不是因為你是華人，就一定會做與華人社會相關的研究？時間我不記得了，但我清楚記得我們的共識，我們是華人，但我們不一定必然選擇、或者只做華人社會的研究。我的想法是，首先要考慮的是研究問題有沒有普遍性，理論框架是否具有普世性的應用。只有這種情況下，才要考慮是否在我們熟悉的故鄉故土做研究。所以，我在美國教研究設計和研究理論課時，有很多中國來的學生，我就跟他們講，不要認為你是中國來的，就一定要做中國研究，這樣的話對自己是一個束縛，限制了你的視野和想像力。我認為在理論層面具有普遍意義，才應是研究的出發點。第一個選擇應是這個研究問題值不值得做，對學術發展有沒有幫助，對其他國家和其他文化有沒有啟示，這是最重要的。其次才是選擇在什麼地方來做實證研究。總之，我不贊同在海外的華人學者也必然要在華人社會進行研究。

剛才你講的是不是新一代的留學生比較不注重中國的研究，我覺得有這樣的趨勢。因為當今的研究環境已經不同。在網絡語境之下，涉及新媒體研究的課題是跨國界的、跨文化的，不一定涉及某個國家。也就是說，現在的研究場域或者課題，真的是 *globally accessible* (貫通全球)，包括進行跨國數據的收集，這是新一代學者具有的優勢。比如說，儘管我對德國手機使用所知甚少，但如果要做一項德國的手機相關的傳播研究，我完全可以得到。比如 Qualtrics 平台就有德國的樣本。

《傳播與社會學刊》，(總)第57期(2021)

LH：我知道您最近在忙一個有關COVID-19假消息的大型項目。該項目得到香港大學資助局的資助，是傳播學科目前最大的一個跨領域課題，您能否簡要地向讀者介紹一下？

WR：好。2019新型冠狀病毒(COVID-19)爆發後，有一個很重要的現象，就是民眾對資訊的依賴和需求是前所未有的。突如其來的疫情給大家帶來了極度焦慮和不確定感，例如會不會被感染、疫情到底有多嚴重等等。這種對疫情防護資訊的急迫需求，再加上網絡的發達，特別是去中心化的社交媒體和手機媒體的普及，各種各樣的資訊迅速地傳播起來。這種網絡上流傳的資訊有幾個特徵：量大、魚目混珠、真假難辨，成為COVID-19爆發時期一個非常獨特的現象，世衛組織(World Health Organization, WHO)把它稱為「信息流行病」(infodemics)。

我們在這個課題中注重虛假消息、不確切的消息或者謠言，主要是因為信息流行病會對防疫帶來各種負面的影響，例如誤導人們了解疫情、引起社會恐慌、降低打疫苗的意願等。因此，這個課題對防疫工作具有社會意義和價值。我和我的團隊希望了解：在疫情情況下和在缺乏準確消息的情況下，那些不準確的虛假資訊，甚至惡意的謠言，是如何在社交媒體上傳播開來，對哪些人產生哪些影響。這和我以前做的研究，包括最早的傳媒效果和第三人效果的研究是一脈相承的。早在十幾年前H1N1甲型流感病毒爆發的時候，我就做過這方面的研究，也做過一些食品污染新聞的社會影響研究。這些新聞會造成一種社會恐慌，民眾會有一些不理性的行為，比如說搶購、囤積。雖然這個項目和我們之前的研究有些類似，但我很想在這個虛假資訊研究上有所突破。首先是在研究規模上的突破，因為有一個研究團隊，在規模上、數據的收集上，以及研究方法的使用上，都超過了我以前的單個研究的規模。我們團隊有八個來自不同的研究領域的專家，包括大數據、信息工程、公共衛生、到媒介效果等研究領域。其次是採用多種研究方法，除了傳統的電話訪問、網絡調查之外，還會有大數據的分析、網絡模型的建立和測試、網絡效果實驗，再加上一些質化的研究方法，如焦點訪談和質化內容分析等。這

樣複雜的研究是個人無法完成的，只有在合作性的研究中才能實現。

所以，我們這個研究另外一個的特點就是研究方法多樣，研究的數據也將會非常豐富。這樣做的目的是希望能夠在研究的有效性和理論的嚴謹性上，達到互相驗證 (triangulation)，即通過不同研究方法和資料能夠對基本的核心概念和理論的假設互相驗證。比如，大數據分析可以用電話訪問的資料來進行驗證，並建立一些網絡傳播的模型。然後，通過焦點訪談發掘更多的、活鮮的個案，為大數據分析與電話調查中得到的豐富的量化發現提供精細的解釋與分析。最後，我們還希望通過網絡實驗，能夠把這些量化的、大規模的內容濃縮到幾個比較典型的傳播模型裡，通過這些實驗的方法和這些模型，傳播更正性 (correction message) 的資訊，檢驗在什麼情況下，更正資訊會產生更大的效果。這些都是我之前想做但做不到的，這個項目就給了我們一個機會。因此，這項研究成果是非常值得期待的。另外，我們不僅將對理論進行一些整合與發展，同時希望我們的研究發現能夠對社會有所貢獻，例如給政府提供一些值得參考的政策性建議，有關疫情的假消息或不真實的誤導性的資訊，對什麼人、在什麼情況下可能產生較大的傷害、什麼時候干預是最有效的？干預的路徑和方式是什麼？這些都是非常實用的問題，也都是非常值得探究的問題。

總之，我覺得這個課題並不是簡單地把我以前做的東西重複一遍，而是希望能夠嘗試不同的研究路徑和思路，在大家依賴媒體互動的環境中，能夠找出一個更符合當今網絡傳播的模式。至少能夠提出一條新的路徑，解釋在疫情影響下，這些自媒體 (We Media)、網絡媒體、社交媒體上的傳播行為、傳播過程，以及社會影響。這樣的話，我們不僅完成了一個 300 萬的研究課題，同時也能夠在研究思路和理論框架上有新的發現，並提出新的模式。

LH：您做過中英文的期刊編輯，這是個非常難得的經歷。您能否給投稿者一些建議？基於您這些年的觀察，您覺得傳播學論文最大的問題是什麼？比如大家經常犯的錯誤、需要避免的一些陷阱。

《傳播與社會學刊》，（總）第57期（2021）

WR：謝謝你提這個問題。我剛剛講到我是一個過渡性的學者，所以有些機會在我之前的學者是沒有的，在我之後的學者也沒有。比如說我是第一位擔任 *Mass Communication and Society* 主編的華人學者。這倒不一定是我自己刻意爭取的，而是正好有這樣一個時機和機會。做主編的經歷完全改變了我對學術的一些看法。當作者的時候，最關心的是怎樣發表、有更多的發表。而當主編的時候，就會換一個角度去想，期刊如何能夠辦得更好，能夠吸引最好的論文，讓最好的學者能夠投給期刊。

我做期刊主編的經歷，讓我對投稿和做學問有更高的期許。具體來講，就是要說出研究對理論發展的貢獻是什麼？你剛才講，很多人，特別是沒有經驗的、投稿不多的年輕老師和學者，往往被退稿。他們中有些人想到的策略就是投的越多，機會可能越大。在各種壓力下，多投稿是可以理解的，但多投稿並不代表成功率也高。我覺得稿量到了一定程度，比如說，一年能投個三到五篇就夠了。我有一個美國的年輕同事，他一年有11篇論文在評審之中。在學院的人事評論委員會上，有同事調侃說，他是不是不睡覺呀？我認為量投是不可取的，因為沒有人可以長期一年寫十幾篇論文，而且他不可能有精力，每一篇都寫得非常盡力。當然，年輕老師在升職壓力之下，也不能完全不考慮數量，不能一年、兩年只發表一篇論文。各方面權衡之下，我的建議是如果你同時在寫三篇論文的話，就不要再追求五篇；如果你同時在寫五篇論文的話，就不要再追求八篇或十篇論文。我覺得量大會分散精力，學問反而做得不好。每年能寫三至五篇論文已經足夠了，要把精力放在提高學術質量上，加強你的研究意義和學術貢獻。

有些年輕老師投稿被退稿，對於論文存在問題又不太明白，只覺得是不是英文不好，因為是非母語寫作。其實我覺得新一代學者的英文能力都很強，不是我們那一代學者所能想像的。所以，語言不是主要問題，也很少有論文是因為英文寫得很爛而被退稿。我認為最大的問題在於說不清楚理論貢獻在哪裡。因為我們做學術研究不是為了賺錢，也不是為了提高生產力，我們的生

產力是對知識的貢獻和知識的建立，而對知識的積累和發展最重要的路徑是理論的建立和發展。因此，我們做的這麼多實證研究、質化研究、歷史分析等等，要回到一個核心的問題，就是對理論有沒有貢獻。推而廣之的話，對建立知識的貢獻是什麼？如果沒有貢獻的話，用一大堆數據跑了一大堆模型，寫出來的東西連自己都不清楚，這樣的論文被退稿一點也不吃驚。因為沒有期刊願意把有限的資源投在結論顯而易見、沒有學術價值的論文上。

我拿幾個例子來講，除了議程設置理論以外，第三人效果理論也吸引了很多研究，我也評審了很多這方面的論文。我最近評審的幾篇論文，可能是作者看到做第三人效果理論的研究很多，所以他們也來做一篇，但是，這些論文的結論是完全不做研究都能想得到的。套用經濟學的一本書來說就是「low-hanging fruit」（唾手可得），這種隨手可折的果實在早期就已經被人摘完了。所以，類似的論文發表機會不大。這些研究在理論的複雜性、理論的嚴謹性、理論的解釋性方面沒有具體的貢獻，只是重複之前的研究，把一些預料當中的結果報告出來。甚至有一篇論文在三個國家來驗證第三人效果的認知偏差現象，雖然努力可嘉，但是從學術發表角度來講是不可取的。

回到有關投稿的問題，投稿被退稿的主要原因，美國學者 Neuman 等人 (2008) 做的一個研究非常有啟發性，值得大家細讀。根據他對 200 餘篇被拒的論文的發現，這些文章被拒最大的罪過 (sin) 就是 originality (原創性) 不足，也就是對理論沒有貢獻。

LH：最後一個問題，由您來回答最好不過了。傳播學領域有一些很經典的搭檔，您的很多文章都是和羅文輝老師一起寫的。學術合作在今天並不少見，但能夠持續二十幾年的合作就並不那麼常見。所以想讓您分享下你們之間是如何進行合作的，如何保持了這麼長時間的合作關係，如何達到 1+1>2 的效果？

WR：這個問題我是這麼想的。做研究主要是自己獨立做，學術訓練提供給我們每人獨立研究的能力。在一個人的學術生涯中，會有 20 年、30 年甚至更長的時間從事研究。做學術其實是一個相當孤單的旅程——a very lonely journey。我做 CCA (Chinese Communication

《傳播與社會學刊》，(總)第57期(2021)

Association) 會長的時候，曾就此寫過文章，因為做學問是非常獨立，也非常孤單的行為。能與人合作，是件好事。可是，我的觀察是學術圈裡的人並不是隨便找人合作，能夠在一起合作多年的更屬於例外。還有就是像傳播學這個領域，獨立發表是找工作、晉升的一個要求。這種文化也鼓勵大家單獨發表。

在新媒體的環境下，利用網絡做研究，合作就比較多了。整體來講，我覺合作應該被鼓勵，畢竟一個人的專長有限。但是，在個人的層面跟誰合作，合作什麼課題是件可遇而不可求的事情。

我認為我運氣好，遇見了羅文輝老師、周樹華老師，還有其他一些跟我合作的老師和教過的學生。其中，我跟羅老師之間的合作時間最久，從1998年開始到現在。能維持這麼久的合作關係真的是緣分。當年，我從香港中文大學去蘇格蘭參加IAMCR (International Association for Media and Communication Research) 年會，台灣政治大學的羅老師剛好也在。由於參會的華人學者不多，加上我們又住進同一家酒店，我們就有機會聊天。那時候，羅老師已經在台北教書多年，做實證研究非常有經驗，人脈也非常廣。他說他手上有一大堆數據，我說我有一大堆想法卻沒有數據。他接著說，那我就給你數據，我們來一起寫論文。就這樣，一拍即合，我們建立了合作關係。我跟羅老師合作早期發表的幾篇關於互聯網色情網站影響的研究，都是由他負責抽樣，收集數據。我們合作的模式是他提供數據和數據分析，而我對英文文獻相對比較熟悉，負責撰寫論文。不知不覺，與羅老師搭檔合作已經有二十幾年。能和羅老師合作這麼多年，確實是一個例外，對我來講也是一件非常幸運的事。羅老師非常資深，他的學術成就遠遠在我之上，但每次合作羅老師都很客氣，會盡量把第一作者的機會給資歷淺薄的我。凡我所需要之處，無論是處理數據，還是學術生涯規劃，他都非常支持。對此，我一直心存感激。總之，我和羅老師合作這麼多年是建立在緣分和默契的基礎之上，屬於例外 (an outlier)。

但在當今網絡時代，通過強聯 (strong ties) 和弱聯 (weak ties)，天涯海角，人人相聯。特別是弱聯關係，對建立學術合作的幫助非常大。我和羅老師的合作，以及和一些新加坡、香港老師的合作也多是通過弱聯繫建立起來的。所以說，學術上的弱聯，在今天是一個應該好好加以利用的資源。做個有心人，多參加學術活動，在學術圈裡建立廣泛的弱聯人脈。有了這些弱聯關係，與他人合作做研究的機會就會源源不斷。

《傳播與社會學刊》，(總)第57期(2021)

魏然教授著作選

- 魏然 (2018)。《行動媒體與公民運動：亞洲案例、經驗與理論》。台灣新竹：國立交通大學出版社。
- 魏然、周樹華、羅文輝 (2019)。《媒介效果與社會變遷》。北京：中國人民大學出版社。
- Leung, L., & Wei, R. (2000). More than just talk on the move: A use-and-gratification study of the cellular phone. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 77(2), 308–320.
- Lo, V., & Wei, R. (2002). Third-person effect, gender and pornography on the Internet. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 46(1), 13–33.
- Wei, R. (2006). Wi-Fi powered WLAN: When built, who will use it? *Journal of Computer Mediated Communication*, 12(1), 1–21.
- Wei, R. (2008). Motivations for use of the cell phone for mass communications and entertainment. *Telematics & Informatics: An International Journal on Telecommunications & Information Technology*, 25(1), 36–46.
- Wei, R., & Lo, V. (2006). Staying connected while on the move: Cell phone use and social connectedness. *New Media & Society*, 8(1), 53–77.
- Wei, R., & Lo, V. (2007). Third-person effects of political attack ads in the 2004 presidential election. *Media Psychology*, 9(2), 367–388.
- Wei, R., & Lo, V. (2021). *News in their pockets: A cross-city comparative study of mobile news consumption in Asia*. New York, NY: Oxford University Press.
- Wei, R., Lo, V., & Zhu, Y. (2019). Need for orientation and third-person effects of the televised debates in the 2016 U.S. presidential election. *Mass Communication & Society*, 22(5), 565–583.

參考文獻

中文部分 (Chinese Section)

- 張錦華 (1990)。〈傳播效果理論批判〉。《新聞學研究》，第42期，頁103–212。
- Zhang Jinhua (1990). Chuanbo xiaoguo lilun pipan. *Xinwenxue yanjiu*, 42, 103–212.
- 潘忠黨、魏然 (1997)。〈大眾傳播的內容豐富之後：傳媒與價值觀念之關係的實證研究〉。《新聞與傳播研究》，第4期，頁38–51。
- Pan Zhongdang, Wei Ran (1997). Dazhong chuanbo de neirong fengfu zhihou: Chuanbo yu jiazhi guannian zhi guanxi de shizheng yanjiu. *Xinwen yu chuanbo yanjiu*, 4, 38–51.
- 魏然 (2015)。〈新媒體研究的困境與未來發展方向〉。《傳播與社會學刊》，第31期，頁221–240。
- Wei Ran (2015). Xinmeiti yanjiu de kunjing yu weilai fazhan fangxiang. *Chuanbo yu shehui xuekan*, 31, 221–240.
- 魏然、周樹華、羅文輝 (2019)。《媒介效果與社會變遷》。北京：人民大學出版社。
- Wei Ran, Zhou Shuhua, Luo Wenhui (2019). *Meijie xiaoguo yu shehui bianqian*. Beijing: Renmin daxue chubanshe.

英文部分 (English Section)

- Katz, E., & Fialkoff, Y. (2017). Six concepts in search of retirement. *Annals of the International Communication Association*, 41(1), 86–91.
- Lang, A. (2013). Discipline in crisis? The shifting paradigm of mass communication research. *Communication Theory*, 23(1), 10–24.
- Leung, L., & Wei, R. (2000). More than just talk on the move: Uses and gratifications of the cellular phone. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 77(2), 308–320.
- Lo, V., & Wei, R. (2002). Third-person effect, gender, and pornography on the Internet. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 46(1), 13–33.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187.
- Neuman, W. R., Davidson, R., Joo, S.-H., Park, Y. J., & Williams, A. E. (2008). The seven deadly sins of communication research. *Journal of Communication*, 58(2), 220–237.
- Neumayer, C. (2020). Political protest and mobile communication. In R. Ling, L. Fortunati, G. Goggin, S. S. Lim, & Y. Li (Eds.), *The Oxford handbook of mobile communication and society* (pp. 244–256). Oxford: Oxford University Press.

《傳播與社會學刊》· (總) 第 57 期 (2021)

- Perloff, R. M. (2013). Progress, paradigms, and a discipline engaged: A response to Lang and reflections on media effects research. *Communication Theory*, 23(4), 317–333.
- Potter, W. J., & Riddle, K. (2007). A content analysis of the media effects literature. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 84(1), 90–104.
- Weaver, D. H. (1980). Audience need for orientation and media effects. *Communication Research*, 7(3), 361–373.
- Wei, R. (1993). Earthquake prediction: Did the news media make a difference? *Mass Communication Review*, 20(1 & 2), 111–121.
- Wei, R. (Ed.). (2016). *Mobile media, political participation, and civic activism in Asia: Private chat to public communication*. Netherland: Springer.
- Wei, R. (2020). Mobile media and political communication: Connect, communicate, and participate. In R. Ling, L. Fortunati, G. Goggin, S. S. Lim, & Y. Li (Eds.), *The Oxford handbook of mobile communication and society* (pp. 230–243). Oxford: Oxford University Press.
- Wei, R., Huang, J., & Zheng, P. (2018). Use of mobile social apps for public communication in China: Gratifications as antecedents of reposting articles from WeChat public accounts. *Mobile Media & Communication*, 6(1), 108–126.
- Wei, R. & Li, Q. (2021). For the greater good: The role of news attention and culture in affecting Americans' biased perceptions of news about Coronavirus pandemic and effecting prevention. *Communication & Society* (in press).
- Wei, R., & Lo, V. (2021). *News in their pockets: A cross-city comparative study of mobile news consumption in Asia*. Oxford: Oxford University Press.
- Wei, R., Lo, V., & Golan, G. (2017). Examining the relationship between presumed influence of U.S. news about China and the support for the Chinese government's global public relations campaigns. *International Journal of Communication*, 11(0), 18.
- Wei, R., Lo, V., Xu, X., Chen, Y.-N. K., & Zhang, G. (2014). Predicting mobile news use among college students: The role of press freedom in four Asian cities. *New Media & Society*, 16(4), 637–654.
- Wei, R., Lo, V.-H., Chen, K. Y.-N., Tandoc, E., & Zhang, G. (2020). Press systems, freedom of the press and credibility: A comparative analysis of mobile news in four Asian cities. *Journalism Studies*, 21(4), 530–546.
- Wei, R., Lo, V.-H., & Zhu, Y. (2019). Need for orientation and third-person effects of the televised debates in the 2016 U.S. presidential election. *Mass Communication and Society*, 22(5), 565–583.
- Wei, R., & Pan, Z. (1999). Mass media and consumerist values in the People's Republic of China. *International Journal of Public Opinion Research*, 11(1), 75–96.

Wen, N., & Wei, R. (2018). Examining effects of informational use of social media platforms and social capital on civic engagement regarding genetically modified foods in China. *International Journal of Communication*, 12(0), 22.

本文引用格式

魏然、梁海 (2021)。〈媒介效果研究三十年：和魏然教授對話〉。《傳播與社會學刊》，第57期，頁1-27。