

專輯論文

新冠肺炎疫情爆發初期武漢民眾的 媒體使用、資訊處理與情緒反應： 一項電話調查研究

張明新、程渺然、岳漢玲、李宗亞

摘要

2020年1月，突如其來的疫情危機打亂了中國大陸居民的春節節奏。為有效阻斷本土疫情傳播，中國實施了史無前例的大規模公共衛生應對舉措，對擁有900萬人口的武漢實施封鎖便是其中之一。「封閉管理」後的武漢民眾如何跟進疫情進展，又經歷著怎樣的心態變化？本研究在「封閉管理」期間通過對1,071位武漢市民進行電話問卷調查發現，受訪者主要通過網路與微信來獲取疫情資訊，年長者對電視依

張明新，華中科技大學新聞與信息傳播學院教授。研究興趣：新媒體研究、政治傳播、國家戰略傳播。電郵：mingxinzhang@hust.edu.cn

程渺然，華中科技大學新聞與信息傳播學院博士研究生。研究興趣：新媒體研究、健康傳播。電郵：380734462@qq.com

岳漢玲，中國氣象局幹部培訓學院湖北分院助理工程師。研究興趣：媒介效果、傳播理論。電郵：475102643@qq.com

李宗亞(通訊作者)，華中科技大學新聞與信息傳播學院博士後研究員。研究興趣：媒介效果、健康傳播、環境傳播。電郵：lzy901014@sina.com

論文投稿日期：2022年2月28日。論文接受日期：2022年5月10日。

《傳播與社會學刊》，(總)第63期(2023)

然保持高度依賴。研究還發現，媒體使用能顯著激發受眾的情緒反應；與傳統媒體相比，新媒體使用更能激發民眾的正面與負面情緒。此外，本研究也發現社區有無確診病例會調節媒體使用與情緒反應之間的關係，而資訊加工處理則對媒體使用與情緒反應之間的關係具有仲介效應。在理論層面，本文豐富了「媒介依賴」的相關研究，特別將民眾在疫情期間的正面情緒納入考察，拓寬了危機傳播研究的情緒圖譜，闡釋並檢驗了民眾資訊處理在媒體使用與情緒反應關係之間的作用機制。

關鍵詞：新冠肺炎疫情、「封閉管理」、媒體使用、資訊加工處理、情緒反應

Special Issue Article

Media Use, Information Processing, and Emotional Responses among Wuhan Residents in the Early Stage of COVID-19 Outbreak: A Telephone Survey

Mingxin ZHANG, Miaoran CHENG, Hanling YUE, Zongya LI

Abstract

In January 2020, the sudden outbreak of COVID-19 disrupted the rhythm of the Chinese Lunar New Year. To contain the spread of the virus, the Chinese government implemented the strictest-ever public health emergency response measures, one of which was to close outbound traffic from Wuhan—a major city with 9 million residents. During the city lockdown, how did Wuhan citizens cope with the pandemic? Did they experience mood swings? A telephone survey of 1,071 Wuhan citizens conducted during the lockdown

Mingxin ZHANG (Professor). Journalism and Information Communication School, Huazhong University of Science and Technology. Research interests: new media studies, political communication, national strategic communication.

Miaoran CHENG (Ph.D. Candidate). Journalism and Information Communication School, Huazhong University of Science and Technology. Research interests: health communication, new media studies.

Hanling YUE (Assistant Engineer). Hubei Branch of China Meteorological Administration Training Center. Research interests: media effects, communication theory.

Zongya LI (Postdoctoral Fellow). Journalism and Information Communication School, Huazhong University of Science and Technology. Research interests: media effects, health communication, environmental communication.

Communication and Society, 63 (2023)

found that respondents mainly accessed pandemic-related information from the Internet and WeChat, while the elderly remained highly dependent on television. The study also indicated that both traditional and new media use could stimulate emotional responses among the public, though new media was more powerful in evoking positive and negative emotions than traditional media. Additionally, we also found the number of confirmed infection in the community moderated the association between media use and emotional responses and information processing mediated the association between media use and emotional responses. Theoretically, this study enriches relevant research on media dependency, especially taking into account the positive emotions during the pandemic. It broadens the scope of research on emotion in crisis communication research and examines the role of information processing in the relations between media use and emotional responses.

Keywords: COVID-19, lockdown, media use, information processing, emotional response

Citation of this article: Zhang, M., Cheng, M., Yue, H., & Li, Z. (2023). Media use, information processing, and emotional responses among Wuhan residents in the early stage of COVID-19 outbreak: A telephone survey. *Communication and Society*, 63, 33–66.

致謝

本研究受中共湖北省委宣傳部與華中科技大學部校共建新聞學院項目「常態化疫情防控中的公眾心態變化與應對行為持續性研究」（項目編號：2021E05）資助。作者也衷心感謝《傳播與社會學刊》匿名評審專家、編委會專家和編輯對本文所提供的富有建設性的修改意見。

新冠肺炎疫情爆發初期武漢民眾的媒體使用、資訊處理與情緒反應

緒論

新冠肺炎疫情是「百年一遇」的全球健康危機，是新中國成立以來傳播速度最快、感染範圍最廣、防控難度最大的重大突發公共衛生事件。在疫情爆發與春節將至的雙重時間節點下，考慮到武漢作為華中地區最大的交通樞紐，將要承擔數以百萬計的人口流動，中國政府果斷對武漢市採取「封閉管理」策略，嚴防死守、遏制疫情擴散（白劍鋒、李紅梅、申少鐵，2021）。為配合疫情防控，900餘萬市民留守家中，與外部世界幾乎形成隔絕狀態。在此期間，民眾為及時跟進疫情資訊與防疫進展，對媒體產生了深度依賴（中國廣視索福瑞媒介研究，2020）。

新冠肺炎疫情爆發於社交媒體時代的傳播環境，與此前SARS、H1N1、MERS等疫情爆發時所處的環境有很大不同。既有研究（喻國明、張洪忠、靳一、張燕，2003）表明，在SARS疫情爆發期間，67.40%的民眾通過傳統大眾媒介獲取疫情資訊，其中，電視（34.00%）和報紙（24.50%）是最主要的信息渠道。而在新冠肺炎疫情期間，民眾更多通過手機（95.00%）和電腦（56.00%）等電子媒介獲取疫情資訊，報紙和雜誌（12.00%）等傳統媒介的使用率已大大降低（國家資訊中心，2020）。「封閉管理」作為一種極其罕見的疫情防控措施，為探索重大突發公共衛生事件中的媒體使用及其效果提供了特殊的研究情境。因此，描摹處於「封閉管理」狀態下武漢民眾媒體使用的概貌兼具現實意義與學術價值。

當突發危機來襲時，直接或間接受到影響的群體，通常會產生複雜的情緒反應（Coombs, 2004）。危機情境下的負面情緒反應，如恐懼、悲傷、焦慮與憤怒等，普遍存在且難以避免（樊富珉，2003；Xiang et al., 2020）。這些情緒的體驗感是負面的、不愉悅的，但帶來的行為反饋卻可能是正向的、積極的。例如，適度的恐懼會增強個人的警覺與戒備，促進適應性行為（adaptive behavior）採納（Kaim et al., 2021; Witte, 1994）；又如，憤怒會驅使個人進行主動的信息尋求與精細的資訊加工，從而為後續應對行動作充足準備（Zhou, 2020）。

與此同時，危機中的正面情緒反應，如希望、感激、欣慰等，也並不鮮見，常常與負面情緒相伴而生。通常來說，正面情緒反應能夠幫助人們緩解痛苦、保持開放心態、驅動靈活行為反應（Fredrickson &

《傳播與社會學刊》，(總)第63期(2023)

Levenson, 1998)。然而，也有研究發現，單一的、過度的正面情緒可能會導致盲目樂觀、麻痺大意，阻礙積極行為採納。例如，對於疫情不切實際的樂觀，會降低民眾採納防護行為的意願(Van den Broucke, 2020)。本研究僅以情緒體驗的愉悅程度區分「負面」與「正面」情緒，以期呈現危機情境下的多元情緒景觀，該分類並不涉及對於情緒的價值判斷。

在重大突發公共衛生事件情境中，已有不少實證研究考察過媒體使用對民眾情緒的影響。這些研究表明，媒體使用的增加往往會觸發或加深民眾的負面情緒反應，例如恐懼、擔憂、焦慮等(劉魯川、張冰倩、李旭，2019；韓拓等，2021)。有關媒體使用與正面情緒效應的研究則鳳毛麟角(Kim & Niederdeppe, 2013)，進一步對比傳統媒體與新媒體情緒效果的研究更是寥寥無幾(Giri & Maurya, 2021; Liu & Kim, 2011)。鑒於此，本文主要考察在疫情封閉管理之下，武漢市民的媒體使用與情緒反應之間的關係機制，以期拓展危機情境下媒體使用的情緒效果研究。

民眾的資訊加工處理可能會進一步放大媒體使用對情緒反應的影響。面對海量真假難辨、魚龍混雜的疫情資訊，民眾對於未經證實的資訊、過度煽情的報導以及謠言等負面資訊的深入加工，可能會進一步強化負面情緒反應；而對客觀科學報導與正能量新聞的認知投入可能會放大正面情緒反應(Praveen, Ittamalla, & Deepak, 2021)。在新冠肺炎疫情背景下，本研究意圖考察民眾的資訊加工處理在媒體使用與情緒反應關係之間的仲介效應是否成立。

綜上，本文的研究目的主要有三：一是了解處於「封閉管理」狀態中的武漢民眾媒體使用及依賴概況；二是考察媒體使用對正、負面情緒的直接影響效應，並對比傳統媒體使用與新媒體使用的情緒效果；三是探究媒體使用如何通過民眾的資訊加工處理間接影響情緒反應。

文獻回顧與研究假設

突發公共衛生事件中的民眾情緒

有關情緒的探討首先涉及到情緒的分類問題。情緒的維度理論認為，核心情緒(core effect)在大腦中是連續的，由愉悅(pleasure)和喚

新冠肺炎疫情爆發初期武漢民眾的媒體使用、資訊處理與情緒反應

醒 (arousal) 兩大維度混合而成 (Russel, 2003)。這兩大維度也被稱為情緒分類的「大二」(big two) 模式。愉悅程度又被稱為效價 (valence)，在愉悅與非愉悅之間變換，反映的是哪一個動機系統被情緒刺激激活；喚醒也被稱為警覺 (alertness)，表明每個動機系統的激活程度，在平靜與興奮之間變化 (鄒吉林、張小聰、張環、于靚、周仁來，2011)。以情緒的維度理論為基礎，本研究基於情緒體驗的愉悅程度將民眾的情緒反應劃分為「負面」情緒與「正面」情緒，該分類不涉及情緒的價值判斷。

在突發公共衛生事件中，民眾的負面情緒普遍且顯著，主要表現為擔憂 (worry)、焦慮 (anxiety)、抑鬱 (depression) 和憤慨 (indignation) 等 (Li et al., 2020)。例如，在 SARS 爆發期間，許多人出現了焦慮、抑鬱、悲傷等情緒，嚴重者甚至出現創傷後應激障礙 (陳麓、王軼晗，2004)。新近研究 (Li et al., 2020) 通過對疫情爆發初期 17,865 名活躍微博用戶的帖子進行情感分析 (sentiment analysis) 發現，民眾的情緒體驗整體趨於負面，其中，焦慮、抑鬱和憤怒等情緒最為常見。在德國，對 6,509 名市民進行的問卷調查結果顯示，新冠肺炎大流行對民眾造成了一定的心理困擾，超過 50% 的人存在明顯的焦慮情緒 (Petzold et al., 2020)。

負面情緒的體驗感雖是不愉悅的、消極的，但可能帶來正面的、積極的行為結果 (Ning et al., 2020)。例如，新冠肺炎疫情期間的研究結果顯示，適度的焦慮、擔憂等負面情緒會提高民眾的風險防範意識 (Kim, Cho, & LoCascio, 2020)，並促使他們採納積極的應對行為 (Gan, Zhang, & Quan, 2021)。由此可見，在公共衛生危機中，適度的負面情緒可能會驅動積極的個體行為反應，為社會層面的疫情管控減少阻礙。

在重大突發公共事件中，民眾的正面情緒反應同樣值得關注。社會心理學的研究強調，人們的正面情緒與負面情緒常常是相伴而生的，即便在危機情境下也不會缺席 (Fofana et al., 2020)。在「9·11 恐怖襲擊」事件中，研究者發現，很多美國公民會對自己和親人的安全心存感激 (gratitude)，並為他人祈禱 (prayer)，與此同時，同情 (sympathy)、感興趣 (interest)、愛 (love) 等正面情緒也普遍存在 (Fredrickson et al., 2003)。在新冠肺炎疫情危機中，民眾也會因政府高效的防疫行動與有效的診療方案而產生樂觀 (optimism) 之情 (Praveen et al., 2021; Zhou et al., 2020)。

《傳播與社會學刊》，(總)第63期(2023)

然而，不切實際的樂觀，也可能導致民眾低估風險，產生樂觀偏差 (optimism bias)，妨礙積極行為採納 (Weinstein, 1989)。例如，在新冠肺炎疫情期間，過於樂觀會讓民眾產生錯覺，低估冠狀病毒的嚴重性與易感性，認為自己感染新冠肺炎的風險遠低於他人，因此便不願採納防護行為 (Van den Broucke, 2020)。與此同時，也有研究發現，過分樂觀還可能會降低民眾的疫苗接種意願 (Afifi et al., 2021)，從而增加個人的感染風險與疫情管控的難度。

疫情危機之中的媒體使用與情緒反應

根據Ball-Rokeach與Defleur (1976) 提出的媒介依賴理論 (media dependency theory)，在面對充滿不確定性的危機時，民眾的信息需求越迫切，對媒體的依賴會越深。例如，2003年SARS期間，接近一半的受訪者增加了媒體使用頻次 (錢銘怡等，2003)。新冠肺炎疫情期間的強力管控措施很大程度上限制了民眾面對面地線下交流，與此同時，巨大的疫情壓力也激發了民眾強烈的表達與溝通訴求，致使他們對於媒介的依賴進一步加深，甚至出現了社交媒體使用成癮的現象 (Brailovskaia & Margraf, 2021)。

最近十年來，公共衛生危機爆發期間的社交媒體使用呈指數級增長。例如，H1N1爆發期間，Twitter和Facebook是人們獲取相關資訊的最主要管道 (Chew & Eysenbach, 2010)；又如，2013年荷蘭麻疹疫情期間，Twitter是民眾了解麻疹疫情進展與防治舉措的重要媒介渠道 (Mollema et al., 2015)。與對傳統媒體健康訊息的被動接收不同，社交媒體用戶不僅可以選擇性瀏覽豐富的健康資訊、還可以通過主動檢索與線上討論等多種方式獲取所需信息。

目前，圍繞新冠肺炎疫情期間媒介使用狀況的研究也發現，民眾對於社交媒體的依賴程度普遍高於傳統媒體。如，閆岩與溫婧 (2020) 對全國32省 (自治區、直轄市) 的1,265名受訪者的線上調查發現，人們對新媒體 (微信公眾號和微博) 的使用頻率顯著高於傳統媒體。李曉靜、付強、王韜 (2021) 的研究發現，內地大學生更多使用社交媒體 (如

新冠肺炎疫情爆發初期武漢民眾的媒體使用、資訊處理與情緒反應

微信、微博)獲取疫情信息,丁香醫生、微醫等科普自媒體在信息及時性與專業度上的優勢贏得了年輕受眾青睞。另外一項針對德國和意大利民眾的研究也表明,50%的德國市民和60%的意大利市民認為,社交媒體是他們獲取疫情資訊最主要的管道(Brailovskaia et al., 2021)。那麼,處於「封閉管理」管控下的武漢市民,其媒體使用狀況如何?由此,本文提出如下研究問題:

研究問題 1: 在新冠肺炎疫情爆發初期,處於「封閉管理」狀態中的武漢民眾,對報紙、電視、互聯網、微信及其他社交媒體平台的使用強度如何?他們通過這些媒體平台對疫情相關資訊的關注程度如何?

既有研究關注到,民眾負面的情緒反應可能源於對過量資訊以及負面消息的關注。長時間、重複接觸風險性媒介資訊會增加民眾的認知負擔(cognitive load)與信息疲憊(message fatigue),進而觸發焦慮與抑鬱情緒(劉魯川等,2019;Wang et al.,2022)。對於偽信息、謠言與「陰謀論」等資訊的接觸會更進一步激發民眾的負面情緒反應。例如,聲稱「5G與冠狀病毒存在秘密聯繫」的陰謀論激發了民眾的憤怒(anger)(Jolley & Paterson,2020),類似「官方媒體掩蓋了疫情真相」等陰謀論則令民眾感到焦慮(anxiety)與憤怒(anger)(Peitz et al.,2021)。Farooq、Laato以及Islam(2020)針對芬蘭大學225名師生的研究結果也顯示,由於網路中含有大量的情緒化表達以及未經證實的資訊,頻繁使用網路媒體會導致資訊過載,從而引發民眾的抑鬱、擔憂等負面情緒。也就是說,在疫情危機情境下,過度的媒介依賴可能會增加民眾接觸到負面資訊的概率,加重認知負擔與信息疲憊,從而激發負面情緒。

也有研究表明,重大突發衛生事件中媒體使用能激發民眾的正面情緒反應。民眾在媒體使用過程中,因了解到有效的防控措施、治療方案等,會增強其應對疫情的信心、希望與樂觀(Praveen et al.,2021)。此外,社交媒體具有強大的互聯性,可以增強民眾理解現狀、協同解決問題的能力(Zhou et al.,2020),這也有助於增強他們應對疫情的樂觀情緒(Cauberghé et al.,2021)。

《傳播與社會學刊》，(總)第63期(2023)

除此之外，大眾媒介對榜樣人物與英雄事跡的報導可引發受眾的情感共鳴，激發其正面情緒反應。例如，新聞報導中醫護人員捨己為人的事跡，會喚起民眾的認同與敬佩；感人至深的凡人故事，予人以溫暖和希望；科學家們的精益求精與無私貢獻，幫助民眾樹立信心、建立信任(李宗亞、張明新、魏然、朱毅誠，2021)。綜上，我們推斷疫情期間的媒體使用能顯著激發民眾的正、負面情緒反應。基於此，本研究提出以下假設：

研究假設1：處於「封閉管理」狀態中的武漢民眾，其媒體使用與正面情緒反應呈正相關。

研究假設2：處於「封閉管理」狀態中的武漢民眾，其媒體使用與負面情緒反應呈正相關。

相比較而言，傳統媒體使用往往比新媒體使用更能激起民眾的正面情緒，尤其是在中國大陸地區。大陸的傳統媒體以官方資訊為主，信源更加可靠、內容也更加權威(黃文森，2014)，並且更加傾向於報導疫情防控的可喜態勢與積極進展(李龍飛、張國良，2021)。例如，新華社等官方媒體更多圍繞抗擊疫情的積極行動展開報導，更常使用「鼓勵」、「安慰」等框架來堅定勝利抗擊疫情的信心，較少使用「衝突」與「不確定性」框架突出疫情防控的困難與阻礙(沈雨柔，2020)。因此，傳統媒體使用可能更易激發民眾的正面情緒反應。

研究假設3：與新媒體相比，傳統媒體使用更能激發民眾的正面情緒反應。

與傳統媒體相比較，新媒體使用可能更易激發民眾的負面情緒反應。不同於大多數傳統媒體的積極正面論調，新媒體中可能有更多負面的、非官方的訊息。當傳統媒體提供的資訊有限時，新媒體成為民眾重要的「替代性」(alternative)信息源。例如，在SARS病毒流行初期，官方媒體的缺位導致國內民眾常常通過互聯網和短信來獲取小道訊息(Tai & Sun, 2007)。同樣，在韓國MERS疫情爆發之初，主流傳統媒體在政府監管下很大程度上控制了負面資訊的傳播，民眾便轉向社交媒體獲取未經審查與過濾的、一手的即時資訊(Kim, 2016)。新冠肺

新冠肺炎疫情爆發初期武漢民眾的媒體使用、資訊處理與情緒反應

炎疫情期間，社交媒體上更是充斥著大量魚龍混雜、真假難辨的偽信息、謠言以及「陰謀論」，甚至引發了「信息疫情」(infodemic) (Allington et al., 2020; Goreis & Kothgassner, 2020)。也就是說，疫情危機情境下新媒體的使用可能會增加民眾接觸到負面資訊與偽信息的機率，因此更易激發民眾的負面情緒。

此外，新媒體上的負面情緒表達也比正面情緒表達更為普遍廣泛 (Fan et al., 2019)，且在危機爆發時，負面情緒比正面情緒更容易在新媒體中傳播與擴散 (Steinert, 2021)，形成單級化的「情緒螺旋」(徐翔、陽恬，2018)。例如，在MERS危機期間，焦慮(anxiety)與恐懼(fear)是網絡留言板和社交媒體上最為顯著的情緒表達，接近80%的個人表達都帶有明顯的負面情緒屬性 (Song et al., 2017)。據此，我們推測新冠肺炎疫情期間的新媒體使用可能更易激發民眾的負面情緒反應。

研究假設4：與傳統媒體相比，新媒體使用更能激發民眾的負面情緒反應。

社區有無確診病例對媒體使用與情緒反應關係的調節作用

疫情封閉管理期間，所在社區有無確診病例可能是影響媒體使用與民眾情緒反應之間關係的重要變量。已有的研究表明，周邊確診病例情況會影響民眾的情緒波動。例如，在澳大利亞，隨著新冠肺炎確診數量的增加，人們的正面情緒隨之減弱，抑鬱程度隨之增強 (Zhou et al., 2021)。一項針對中國留學生的在線調查表明，周邊有確診病例是激發其焦慮情緒的重要因素 (Ma & Miller, 2020)。在國內新冠疫情爆發初期開展的研究也顯示，所處地區的疫情嚴重程度會影響當地居民「擔憂」情緒的強度 (章燕、邱凌峰、劉安琪、鍾淑嫻、李介辰，2020)。

據此，我們推測所在社區有無確診病例可能會影響媒體使用與民眾情緒反應之間的關係。所在社區有無確診病例是民眾感知周邊疫情嚴重程度的重要指標之一，而周邊疫情嚴重程度對民眾來說具有更強的相關性、接近性與威脅性，因此更能影響民眾的情緒反應 (Witte, 1994)。具體來說，我們推測如果所在社區有確診病例，媒體使用與民

《傳播與社會學刊》，(總)第63期(2023)

眾正面情緒反應之間的關聯會減弱，與負面情緒反應之間的關聯會增強。鑒於目前沒有更多實證依據，我們因此提出以下研究問題：

研究問題2：所在社區有無確診病例是否會對媒體使用與民眾情緒反應之間的關係具有調節作用？

資訊加工處理在媒體使用與情緒反應之間的仲介效應

媒體使用對情緒反應的觸發，可能經由資訊加工處理進一步強化 (Freiling et al., 2021)。疫情爆發期間，各路媒介中的疫情相關資訊體量龐大、魚龍混雜，既有公正、科學的客觀報導，也不乏大量未經證實的虛假資訊、假新聞、過度煽情報導、謠言以及「陰謀論」等 (Pummerer et al., 2022)。受眾對此類資訊的深度思考與精細加工，很有可能導致負面思維 (negative thinking) 與強烈的風險感知，激發焦慮、恐懼、憤怒等負面情緒 (Jungmann & Witthöft, 2020)。例如，民眾對於新冠疫情資訊的過度關注與認知投入易觸發恐懼、焦慮等負面情緒，嚴重者甚至會產生「疼痛感」 (Gao et al., 2020)。

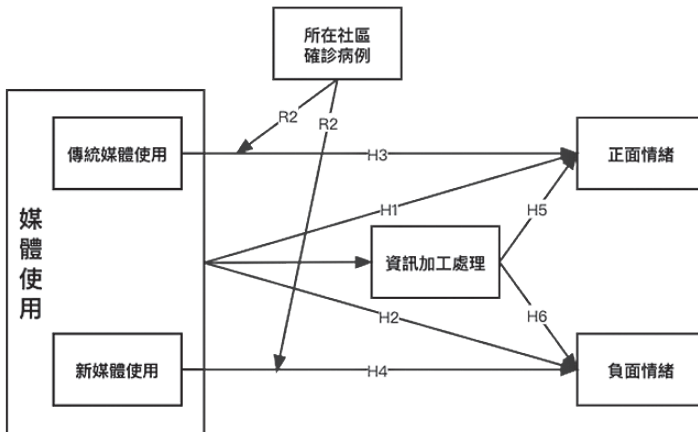
與此同時，大量客觀、科學的疫情報導與正能量新聞也在各路媒介上廣泛傳播 (常樂、王璐、李小雙，2020)。對於客觀疫情報導的深加工可以幫助民眾更全面、準確地了解病毒風險、疫情動態與防疫進展，從而緩解過度擔憂與恐懼，並對戰勝疫情保持希望與樂觀 (Vos & Buckner, 2016)。同時，民眾對於正能量新聞 (例如英雄事跡、榜樣故事等) 的深度情感共鳴也更容易激發感動、感激、鼓舞等正面情緒 (李宗亞等，2021)。此外，良好的資訊處理能力也能夠幫助民眾及時辨別媒介中的虛假資訊與謠言，從而緩解焦慮，增強信心。例如，H1N1 疫情中一項針對荷蘭民眾認知、情緒與行為變化的研究發現，隨著疫情的發展以及對於 H1N1 病毒了解的加深，民眾的焦慮情緒逐漸得到了緩解，這與他們開始能夠判斷資訊準確性、辨別謠言有很大關聯 (Bults et al., 2011)。綜上，民眾對疫情資訊的精細加工既可能強化負面情緒反應，又可能加強正面情緒反應。鑒於此，本研究提出以下假設：

新冠肺炎疫情爆發初期武漢民眾的媒體使用、資訊處理與情緒反應

研究假設 5：處於「封閉管理」狀態中的武漢民眾，其對疫情相關資訊的加工處理程度，在媒體（傳統媒體（研究假設 5-1）和新媒體（研究假設 5-2））使用與正面情緒反應之間具有顯著的仲介效應。

研究假設 6：處於「封閉管理」狀態中的武漢民眾，其對疫情相關資訊的加工處理程度，在媒體（傳統媒體（研究假設 6-1）和新媒體（研究假設 6-2））使用與負面情緒反應之間具有顯著的仲介效應。

圖一 研究的理論模型



研究方法

調查與樣本

本研究於2020年2月20日至3月10日期間，委託專業調研機構零點調查公司對留守武漢的市民進行電話問卷調查。調查員總計撥打電話70,164次，由於無人接聽、開場白處拒絕訪問、電話佔線、甄別題受訪者過濾等原因，共回收1,071個有效樣本。回應率為4.67%。其

《傳播與社會學刊》，(總)第63期(2023)

中，男性有552名，佔51.50%，女性有519名，佔48.50%。調查對象分佈在18–82歲(平均數 = 41.69)。具體而言，18–24歲受訪者佔8.22% (88名)，25–34歲受訪者佔28.01% (300名)，35–44歲受訪者佔21.48% (230名)，45–54歲受訪者佔19.23% (206名)，55歲及以上受訪者佔23.06% (247名)。調查對象分佈在武漢市13個行政區中，平均每個行政區有82名受訪者。

變數測量

I. 媒體使用

本研究的第一個目標，是了解處於「封閉管理」狀態中的武漢民眾的媒體使用概況。具體來說，我們從兩個方面來展開：對六種代表性媒體的使用強度和疫情資訊關注度進行測量。其一，媒體使用強度。首先，本研究選擇了電視和報紙，作為傳統媒體的代表，它們在中國大陸的滲透率遠高於其他傳統媒體。其次，我們選擇另外四種具有代表性的新媒體，包括網路、微信、微博和其他社交媒體(如知乎、豆瓣、QQ等)。最新的中國互聯網路資訊中心的資料表明，它們是中國大陸民眾廣泛使用的新媒介(中國互聯網路資訊中心，2022)。在調查中，我們詢問被訪者最近每天大約花多少時間看電視？(或者，看報紙、上網、看微博、看微信、使用其他社交媒體)。其二，疫情資訊關注度。我們詢問被訪者在觀看/使用這些媒介時，對於「新冠肺炎」相關資訊的關注程度如何？回答方式從「1」(完全不關注)到「5」(非常關注)。

II. 資訊加工處理

詢問受訪者對媒介中「新冠肺炎疫情」相關資訊的加工處理程度。受訪者需要描述對下列陳述句的同意程度(回答方式從「很不同意」= 1分，到「很同意」= 5分)：(1) 我會思考疫情對我的工作和生活可能產生的影響；(2) 我會把各方面的資訊綜合起來考慮，得出我自己的結論；(3) 我會進行比較和鑒別，發現有的資訊可以相信但有些不能相信；(4) 我會根據所得到資訊，認真地評估自己和家人感染病毒的機率。主成分因素分析顯示，這四個題項呈現一個面向，共可解釋50.91%的變異量

新冠肺炎疫情爆發初期武漢民眾的媒體使用、資訊處理與情緒反應

(Eigen value = 2.04, Cronbach's alpha = .68)。將受訪者四個題項的得分加總除以4，建構「資訊加工處理」指標(平均數 = 4.01，標準差 = .57)。

III. 情緒反應

關於情緒反應的考量，主要採納Izard (1977) 的差異情緒量表(differential emotions scale)，並在此基礎上作出適當調整。本研究測量六個負面情緒和五個正面情緒，負面情緒涵蓋：(1) 憤怒；(2) 恐懼；(3) 悲傷；(4) 焦慮；(5) 擔憂以及(6) 沮喪；正面情緒涵蓋：(1) 感激；(2) 敬佩；(3) 信任；(4) 充滿希望以及(5) 認可。受訪者需要回答在新冠肺炎疫情期間，他們感知到不同類別情緒的強度(從「非常低」= 1分，到「非常高」= 5分)。主成分因素分析顯示，正面情緒的五個題項呈現一個面向，共可解釋50.40%的變異量(Eigen value = 2.52, Cronbach's alpha = .75)。因此，我們把受訪者在這五個題項上的得分加總除以5，建構「正面情緒」指標(平均數 = 4.40，標準差 = .46)。有關負面情緒的六個題項呈現一個面向，共解釋60.00%的變異量(Eigen value = 3.60, Cronbach's alpha = .87)。我們把受訪者在這六個題項上的得分加總除以6，建構「負面情緒」指標(平均數 = 3.28，標準差 = .80)。

研究發現

武漢「封閉管理」期間民眾的媒體使用概貌

為回答研究問題1，我們對處於「封閉管理」狀態中的武漢民眾媒體使用及依賴狀況展開描述性分析。

在媒體使用強度方面，不使用微信、不上網、不看電視、不使用其他社交媒體的受訪者，分別佔5%、14%、28%、59%。可見，在「封閉管理」狀態中的武漢民眾日常最為依賴的媒介，按照重要性排序依次是：微信、網路、電視、QQ/豆瓣/知乎等社交媒體、微博、報紙。總的來說，新媒介的重要性非常突出。

在媒介疫情資訊的關注度方面，表示自己「比較關注」和「非常關注」網路上疫情資訊的被訪者，佔比為72%；對於微信和電視這兩種媒

《傳播與社會學刊》，(總)第63期(2023)

體來說，分別是63%、57%；對於QQ/豆瓣/知乎等社交媒體而言，則要低很多，是21%。可見，對於「封閉管理」狀態中武漢民眾的疫情資訊關注度而言，最重要的媒介依次是：網路、微信、電視、QQ/豆瓣/知乎等社交媒體。

為了從人口學、社會文化因素和危機情境因素方面解釋武漢民眾「封閉管理」狀態中的媒介依賴現象，我們實施了如表一所示的多元線性迴歸分析。結果顯示，在使用強度方面，總的來說，年齡較大者和教育程度較低者，更加依賴電視這種傳統媒體；年齡較小者和教育程度較高者，更依賴網路、微信等新媒體。在對危機資訊的關注程度方面，也基本呈現如上規律。與此同時，收入水準越高者，越關注疫情資訊。此外，研究結果還發現，與子/女/子女同住的受訪者，其對網路與微信疫情資訊的關注度更高。這些研究結果部分呈現了在重大突發危機狀態下，尤其是處於特別的管控措施（「封閉管理」）下，民眾的媒體使用強度和對媒體危機資訊的關注度概況。

表一 預測媒體使用強度和疫情資訊關注度的線性迴歸分析

預測變數	媒體使用強度				疫情資訊關注度			
	電視	網路	微信	其他 社交 媒體	電視	網路	微信	其他 社交 媒體
年齡	.22 ^{***}	-.27 ^{***}	-.23 ^{***}	-.21 ^{***}	.28 ^{***}	-.11 ^{***}	.07 [#]	-.17 ^{***}
性別(女=0)	-.01	.04	-.09 ^{**}	-.02	-.04	.02	.01	.01
教育程度	-.14 ^{***}	.19 ^{***}	.04	.11 ^{***}	-.09 ^{**}	.21 ^{***}	.00	.06 [#]
收入水準	.04	.02	.04	-.03	.06 [*]	.07 [*]	.07 [*]	.06 [#]
婚姻狀態(未婚或其他=0)	-.01	-.08 [*]	.03	-.06	-.02	.03	.09 [*]	-.02
獨居(否=0)	-.00	.02	.07 [*]	-.00	-.02	.03	.03	-.01
與父/母/父母同住(否=0)	-.02	.03	.05	.03	-.04	.01	-.04	-.02
與子/女/子女同住(否=0)	-.06 [#]	.01	.03	.00	-.04	.13 ^{***}	.11 ^{**}	.02
社區所在區域(遠城區=0)	.05	.06 [#]	.09 ^{**}	.00	.02	.02	.01	.01
社區是否有確診病例(否=0)	.01	.01	.03	.08 [*]	.02	-.02	.06 [#]	.05 [#]
Adj. R²	8.50^{***}	19.50^{***}	7.60^{***}	10.50^{***}	10.10^{***}	8.30^{***}	4.50^{***}	4.60^{***}

註：N = 1,071；表中迴歸係數為標準化迴歸係數β；# p < .10, * p < .05, ** p < .01,

*** p < .001.

新冠肺炎疫情爆發初期武漢民眾的媒體使用、資訊處理與情緒反應

我們對媒體疫情資訊關注度的四個指標進行分析，發現受訪者對電視（平均數 = 3.34，標準差 = 1.66）和其他三種新媒體管道上疫情相關資訊的關注度，均不相關；但對微信、互聯網和其他社交媒體上疫情資訊的關注度，呈現為顯著的兩兩正相關性（ r 均值超過 0.20， $p < .01$ ）。分析還發現，關於三個新媒體疫情資訊關注度的專案中，只有一個公因數存在（Eigen value = 1.50, Cronbach's alpha = .50），我們據此將它們構建為「新媒體疫情資訊關注度」指標（平均數 = 3.20，標準差 = .95）。

媒體使用對民眾情緒反應的影響

本研究通過線性迴歸分析檢驗媒體使用對民眾情緒反應的影響。考慮到調查正值武漢施行「封閉管理」政策的特殊時期，除了常見的人口統計變項（性別、年齡、教育程度、收入水平、婚姻狀況）外，我們還將受訪者的居住情況以及所在社區是否有確診病例也作為控制變項置入迴歸分析的第一階層；第二階層為媒體使用強度；第三階層為交互項。因變項為民眾的情緒反應。

迴歸分析結果（表二）顯示，傳統媒體（ $\beta = .12, p < .001$ ）和新媒體（ $\beta = .15, p < .001$ ）的使用強度均能顯著預測民眾的正面情緒，即民眾的媒體使用強度越高，其感知到的正面情緒越強烈，研究假設1因此得到了驗證。新媒體（ $\beta = .15, p < .001$ ）比傳統媒體（ $\beta = .12, p < .001$ ）更能預測民眾的正面情緒。因此，研究假設3沒有獲得支持。

與此同時，傳統媒體使用強度與民眾負面情緒之間的關係並不顯著（ $\beta = -.01, p > .05$ ），但新媒體使用（ $\beta = .20, p < .001$ ）能夠顯著預測民眾的負面情緒。也就是說，民眾的新媒體使用強度越高，其感知到的負面情緒也越強烈，研究假設2因此得到了部分支持。此外，由於傳統媒體使用對負面情緒沒有預測力，而新媒體使用能夠顯著預測民眾的負面情緒，研究假設4得到了有力的支持。

此外，迴歸分析的結果還顯示，所在社區有無確診病例可能對媒介使用與情緒反應之間的關係具有調節效應。對此，我們將展開進一步檢驗。

《傳播與社會學刊》，(總)第63期(2023)

表二 預測情緒反應的線性迴歸分析

預測變數	正面情緒		負面情緒	
	模型1	模型2	模型1	模型2
第一階層 控制變數				
年齡	-.02	-.02	.06	.06
性別(女 = 0)	-.06	-.06*	-.14***	-.14***
教育程度	-.16***	-.16***	-.16***	-.16***
收入水準	.03	.03	-.01	.00
婚姻狀態(未婚或其他 = 0)	.00	.01	.06	.06
獨居(否 = 0)	.04	.04	-.03	-.03
與父/母/父母同住(否 = 0)	-.06	-.06 [#]	-.06	-.06
與子/女/子女同住(否 = 0)	.03	.02	-.05	-.05
社區是否有確診病例(否 = 0)	.01	.00	.09**	.09**
$\Delta R^2\%$	3.90***	3.90***	6.30***	6.30***
第二階層 媒體使用				
傳統媒體	.12***	.12***	-.01	-.01
新媒體	.15***	.14***	.20***	.20***
$\Delta R^2\%$	3.90***	3.90***	3.70***	3.70***
第三階層 交互項				
傳統媒體使用*社區有無確診病例	--	.01	--	.03
新媒體使用*社區有無確診病例	--	-.09**	--	.03
$\Delta R^2\%$	--	0.80*	--	0.10
Adj.R²%	6.80	7.40	9.00	9.00
F	8.05***	7.59***	10.63***	9.13***

註：N = 1,071；表中迴歸係數為標準化迴歸係數 β ；[#] $p < .10$ ，* $p < .05$ ，** $p < .01$ ，*** $p < .001$ 。

社區有無確診病例的調節效果檢驗

為回答研究問題2，本文通過Hayes (2013) PROCESS macro 程式中的模型1來檢驗社區有無確診病例對媒體使用與情緒反應之間的調節作用。調節效應模型檢驗結果顯示(表三)，社區有確診病例會反向調節新媒體(B = -.09，置信區間CI = [-.15, -.03])使用對於正面情緒的影響作用，而對傳統媒體使用(B = -.00，置信區間CI = [-.04, .03])與正面

新冠肺炎疫情爆發初期武漢民眾的媒體使用、資訊處理與情緒反應

情緒之間的關係不具有顯著調節作用。社區有確診病例對傳統媒體使用與負面情緒 ($B = .02$, 置信區間 $CI = [-.04, .08]$)、新媒體使用 ($B = .07$, 置信區間 $CI = [-.03, .18]$) 與負面情緒之間的調節效應均不顯著。

表三 社區有無確診病例的調節效應檢驗

正面情緒 (Y1)				
	B	標準誤	下限	上限
傳統媒體使用 (X1)	.05	.01	.03	.06
社區有無確診病例 (M)	-.02	.02	-.07	.04
傳統媒體使用 * 社區有無確診病例	-.00	.02	-.04	.03
新媒體使用 (X2)	.07	.02	.04	.09
社區有確診病例 (M)	-.03	.03	-.09	.02
新媒體使用 * 社區有無確診病例	-.09	.03	-.15	-.03
負面情緒 (Y2)				
	B	標準誤	下限	上限
傳統媒體使用 (X1)	.03	.15	.01	.06
社區有無確診病例 (M)	.11	.05	.01	.21
傳統媒體使用 * 社區有無確診病例	.02	.03	-.04	.08
新媒體使用 (X2)	.13	.03	.08	.18
社區有確診病例 (M)	.09	.05	-.01	.18
新媒體使用 * 社區有無確診病例	.07	.05	-.03	.18

註：N = 1,071；表中迴歸係數為非標準化迴歸係數B；上限和下限取95%的置信區間。

資訊加工處理的仲介效果檢驗

本文通過Hayes (2013) PROCESS macro 程式中的模型4來檢驗資訊處理對媒體使用與民眾情緒反應關係之間的仲介效應。仲介效應模型檢驗結果顯示(表四)，資訊處理策略能夠部分仲介傳統媒體使用 ($B = .01$, 置信區間 $CI = [.00, .01]$) 與新媒體使用 ($B = .03$, 置信區間 $CI = [.02, .04]$) 對正面情緒的影響效應。Sobel 檢驗法也證實了資訊處理的仲介效應顯著 (Sobel test = 6.54, $p < .001$; Sobel test = 7.85, $p < .001$)。也就是說，傳統媒體與新媒體使用強度越高的民眾，其對於疫情資訊的加工處理程度越高，正面情緒反應便越強烈，因此研究假設5得到了支持。

《傳播與社會學刊》，(總)第63期(2023)

仲介效應模型檢驗結果還顯示，資訊處理策略也能夠部分仲介傳統媒體使用 ($B = .01$ ，置信區間 $CI = [.00, .01]$) 與新媒體使用 ($B = .03$ ，置信區間 $CI = [.02, .04]$) 對負面情緒的影響效應。Sobel 檢驗法的結果也證實了資訊處理的仲介效應顯著 (Sobel test = 3.70, $p < .001$; Sobel test = 3.30, $p < .001$)。也就是說，傳統媒體與新媒體使用強度越高的民眾，其對於疫情資訊的加工處理程度越高，負面情緒反應便越強烈，因此研究假設6獲得支持。

表四 資訊加工處理的仲介效果檢驗

	B	標準誤	下限	上限
傳統媒體疫情關注度 (X1) → 資訊處理 (M)	.03	.01	.01	.05
資訊處理 (M) → 正面情緒 (Y1)	.19	.02	.15	.24
傳統媒體疫情關注度 (X1) → 資訊處理 (M) → 正面情緒 (Y1)	.01	.00	.00	.01
新媒體疫情關注度 (X2) → 資訊處理 (M)	.16	.02	.12	.19
資訊處理 (M) → 正面情緒 (Y1)	.19	.03	.14	.24
新媒體疫情關注度 (X2) → 資訊處理 (M) → 正面情緒 (Y1)	.03	.01	.02	.04
傳統媒體疫情關注度 (X1) → 資訊處理 (M)	.03	.01	.01	.05
資訊處理 (M) → 負面情緒 (Y2)	.25	.04	.17	.33
傳統媒體疫情關注度 (X1) → 資訊處理 (M) → 負面情緒 (Y2)	.01	.00	.00	.01
新媒體疫情關注度 (X2) → 資訊處理 (M)	.16	.02	.12	.19
資訊處理 (M) → 負面情緒 (Y2)	.21	.04	.12	.30
新媒體疫情關注度 (X2) → 資訊處理 (M) → 負面情緒 (Y2)	.03	.01	.02	.05

註：N = 1,071；表中迴歸係數為非標準化迴歸係數B；上限和下限取95%的置信區間。

結論與討論

研究的主要發現

本研究在新冠肺炎疫情爆發初期，通過對1,071名處於「封閉管理」狀態下的武漢民眾進行電話問卷調查的結果發現，媒體使用強度越高，民眾的正面與負面情緒反應都越強烈，且新媒體使用比傳統媒體使用更能顯著影響民眾的正面與負面情緒反應。與此同時，社區有無

新冠肺炎疫情爆發初期武漢民眾的媒體使用、資訊處理與情緒反應

確診病例能部分調節媒介使用與情緒反應之間的關係。此外，資訊加工處理還對媒體使用與情緒反應之間的關係具有仲介效應。

與SARS、MERS等傳染性疾病爆發時所處的媒體環境不同，新冠肺炎疫情期間，網路與社交媒體已成為民眾獲取疫情資訊最主要的媒介渠道(閔岩、溫婧，2020)。一項全國性調查顯示，78.7%的市民依賴新聞網站，62.7%的市民通過微信獲取疫情資訊(Liu, Zhang, & Huang, 2020)。可見，網路媒體和社交媒體是新冠肺炎疫情中民眾獲取資訊的最主要管道，這不論在「封閉管理」中的武漢，還是全國其他地區，情況都是相似的。

與此同時，本研究還發現，民眾的年齡、學歷會影響其在疫情期間的媒體使用強度。中、青年受眾的網路媒體使用強度更高，老年受眾更多是通過觀看電視獲取疫情資訊；學歷較低的受眾更多關注電視與微信資訊，學歷較高的受眾其網路媒體的使用強度更高。此外，民眾的收入水平與居住狀態會影響其對疫情資訊的關注程度。收入水平越高的受訪者，對疫情資訊的關注程度也越高；與子女同住者，其對網路與微信疫情資訊的關注程度更高。這些研究結果描摹了疫情封閉管理下武漢民眾獨特的媒體使用概貌。

與我們的預期相同，民眾的新媒體使用強度越高，負面情緒越強烈。在此次新冠肺炎疫情期間，大量斷章取義、空穴來風的虛假新聞、偽信息甚至陰謀論充斥社交媒體平台(吳世文，2020)。在充滿不確定性的疫情爆發初期，這些捕風捉影、虛假扭曲的資訊會激發與強化處於「封閉管理」狀態下武漢民眾的焦慮、不安與恐懼等負面情緒反應。

不同於預期，本研究發現雖然傳統媒體和新媒體的使用都會對民眾的正面情緒具有顯著正向影響，但是新媒體使用比傳統媒體使用更能顯著影響民眾的正面情緒反應。可能的一種解釋是，新媒體在提供資訊服務的同時，還為民眾提供了強有力的同伴(peer)、社會(social)以及情感(emotional)支持(Ngien & Jiang, 2021)，因此更易觸發用戶的正面情緒反應。疫情爆發初期，突然的「封閉管理」以及嚴格的「居家」政策致使武漢市民只能待在家中，與朋友、家人的線下社交嚴重受

《傳播與社會學刊》，(總)第63期(2023)

限。與疫情相關的不確定性、焦慮、孤立無援以及對自己及家人健康的擔憂等因素誘發的巨大心理壓力難以紓解(Xin et al., 2020)。在此情境下，社交媒體不僅充當了重要的資訊渠道，更是擔負起溝通聯絡、提供情感支持的重任，幫助用戶舒緩壓力、增進戰勝疫情的信心與希望。因此，疫情期間的新媒體使用對於正面情緒具有顯著的促進作用。

另一種可能的解釋是，疫情期間，不少傳統官方媒體紛紛通過新媒體平台發聲，以正面宣傳與積極引導強化民眾戰勝疫情的信心與希望。例如，在《人民日報》官方微博中，有大量闢謠類、防疫貼士類和醫患情懷類的報導(常樂等，2020)。民眾對於闢謠類訊息的接觸可以有效緩解不必要的焦慮與恐懼；對於防疫進展及措施的了解會增強應對疫情的信心、希望與樂觀之情；醫患情懷類訊息則促使民眾產生情感共鳴，予人以溫暖和希望。此外，區別於傳統傳播方式的嚴肅與刻板，《人民日報》抖音官方帳號發布的視頻及配文幽默、親切，甚至有「段子手」式的調侃，極大增強了訊息的趣味性，強化了其引導和教育意義(何正權，2020)。也就是說，傳統媒體通過平台轉型，加入新媒體陣營，持續發揮著穩定民心、增強士氣的作用。

本研究發現，社區有確診病例會反向調節新媒體使用對於正面情緒的影響作用。疫情期間，中國、韓國等國家都開始使用追蹤確診病例的應用程序，居民可以輕鬆通過軟件知曉自己與確診病例的距離以及接觸情況(王冬、徐正全，2021；Suh & Li, 2021)，感知周邊的疫情嚴重程度。當民眾認為周邊疫情較為嚴重時，本來會激發正面情緒反應的媒介內容，例如防疫的積極進展，反而會令民眾產生質疑與不滿，抑制正面情緒反應。

本研究進一步發現，資訊加工處理在媒體使用對情緒反應的影響機制中具有仲介效應。具體來說，媒體使用既可能通過增強民眾的資訊處理來放大正面情緒，也可能通過增強民眾的資訊處理來強化負面情緒。疫情爆發期間，民眾對於媒介中未經證實的訊息、假新聞、過度煽情報導以及「陰謀論」精細地加工思考，可能導致負面思維(negative thinking)，激發強烈的負面情緒(Jungmann & Witthöft, 2020)。與此相反，民眾對於大量客觀、科學的疫情報導的深加工可以幫助他們更準

新冠肺炎疫情爆發初期武漢民眾的媒體使用、資訊處理與情緒反應

確地了解疫情態勢，緩和負面情緒，對於正能量新聞（例如英雄事跡、榜樣故事等）的深度情感共鳴也更容易激發感動、感激、鼓舞等正面情緒（李宗亞等，2021）。良好的資訊處理能力也能夠幫助民眾及時辨別媒介中的虛假資訊與謠言，增強信心。

研究的理論貢獻

本研究的理論貢獻主要有三方面。首先，豐富了「媒介依賴」的相關研究，專門考察了疫情爆發初期處於「封閉管理」狀態下武漢民眾的媒體使用概況。以往關於危機情境下「媒介依賴」的研究，更多關注媒介依賴的認知效果與行為結果，如知識獲取（Hu & Zhang, 2014; Khan et al., 2021）、信息尋求與加工（Kim, Sin, & He, 2014; Tai & Sun, 2007）以及防護行為採納（Allington et al., 2020; Li & Liu, 2020）等。本研究則重點考察疫情期間媒介依賴引發的情緒反應。研究發現，「封閉管理」狀態下的高強度媒體使用能顯著激發民眾的正、負面情緒反應；與傳統媒體相比，新媒體的使用對於民眾正面和負面情緒的影響都更為強烈。這與以往研究中常常發現新媒體上更多負面內容表達、只能激發負面情緒反應的結論（Buchanan et al., 2021; Valdez et al., 2020）並不一致，因此也提醒我們有必要更加細緻、謹慎地探討不同情境下、不同媒體使用的不同情緒效果。

此外，本研究還發現媒介依賴引發的情緒反應可能受到周邊疫情嚴重程度的調節。在高度依賴媒介的「封閉管理」環境下，對於疫情的直接經驗與感受會顯著影響媒體使用與情緒反應之間的關聯強度。這一結論不僅描摹了非常態危機及強力應對舉措下民眾的媒體使用與情緒反應概貌，更提醒我們在未來的研究中有必要全面考量社會環境因素、危機情境因素等對民眾媒介依賴的影響，以期提高研究的針對性與解釋力。

其次，本研究將民眾在疫情期間的正面情緒納入考察，拓寬了危機傳播研究的情緒圖譜。突發公共危機事件中，呈現豐富多元的情緒景觀，但以往的危機傳播研究多聚焦於負面情緒，對正面情緒的專門

《傳播與社會學刊》，(總)第63期(2023)

注意與研究還不夠 (Restubog, Ocampo, & Wang, 2020)。本研究立足於新冠肺炎疫情這一突發公共危機，考察了公眾媒體使用對正面情緒的影響機制，發現疫情危機時期的高強度媒介使用不僅能激發民眾的負面情緒反應，也能夠觸發信心與希望等正面情緒。本文的結論進一步豐富了突發公共事件語境下的媒介情緒效果研究，豐富了危機傳播研究中的情感圖譜。

第三，本研究還檢驗了民眾資訊處理能力對媒體使用與情緒反應之間的關係具有仲介效應，豐富了心理學研究中認知與情緒的關係維度。理論表明，認知與情緒是不可分割的，個體對於資訊的認知加工會對其情緒反應產生顯著影響 (Piaget, 1981)。但過去的實證研究多將認知加工與情緒反應看作兩組獨立的心理機制，對比考察二者的生成路徑與演化邏輯。本文嘗試將二者看作一個連續的心理過程，探究認知加工對情緒反應的放大與強化機制；我們不僅從理論層面加以論述，並在實證層面進行了檢驗。

實踐啟示、研究局限與未來研究建議

本研究的現實意義在於：第一，啟示政府及相關機構應該對危機情境下民眾的正面情緒和負面情緒予以充分理解與包容。新冠肺炎疫情是新中國成立以來傳播速度最快、傳染範圍最廣、防控難度最大的一次重大突發公共衛生事件，面對這樣嚴重的危機，民眾會產生複雜的情緒體驗屬人之常情，政府及相關部門應秉持「以疏代堵」的原則，竭力為民眾提供情緒宣洩渠道與情緒疏導服務，真正做到安撫民心、暢達民意。

其次，建議新媒體平台設立資訊核查部門，加強對不實與虛假資訊的管控，及時澄清與更正偽信息，以期減少民眾不必要的恐慌與焦慮。

第三，本研究還鼓勵傳統媒體加快平台轉型，爭取在重大突發公共衛生事件中充分發揮新媒體平台的傳播優勢，切實發揮輿論引導與正面宣傳的積極導向作用。

新冠肺炎疫情爆發初期武漢民眾的媒體使用、資訊處理與情緒反應

本研究也存在一定的局限性。首先，「媒體使用」的考察維度較為片面和粗獷，不能全面、深入地瞭解疫情期間民眾的媒體使用情況。從媒介類型來說，本研究僅考慮了電視、微信、網路等媒介，沒有將抖音、快手等熱門短視頻平台納入考量；從使用強度來說，本研究僅測量了民眾對於媒介中疫情資訊的關注程度，忽略了媒體使用時長、主動性、接觸內容等維度，未來的研究應考量多維度的媒體使用。

第二，本研究缺乏對「封閉管理」狀態下與日常情況下公眾媒體使用與情緒反應的對比，後續研究應考慮更加嚴謹細緻的對比研究設計。

最後，本研究僅針對疫情爆發初期、處於「封閉管理」狀態下的武漢市民展開調查研究，隨著武漢「解封」、我國疫情防控步入常態化，民眾的媒體使用、資訊處理及情緒反應或已發生較大轉變。後續研究可參考本研究的問卷設計，繼續探索後疫情時代背景下民眾的媒體使用、認知加工及情緒反應。

參考文獻

中文部分 (Chinese Section)

中國互聯網絡信息中心 (2022年2月25日)。〈中國互聯網絡發展狀況統計報告〉。上網日期：2022年2月25日，取自 <http://www.cnnic.net.cn/n4/2022/0401/c88-1131.html>。

Zhongguo hulian wangluo xinxi zhongxin (2022, February 25). Retrieved 2022, February 25, from <http://www.cnnic.net.cn/n4/2022/0401/c88-1131.html>.

中國廣視索福瑞媒介研究 (2020年2月25日)。〈疫情期間用戶媒介消費及使用預期調查報告〉。上網日期：2021年7月20日，取自 <http://www.199it.com/archives/1012717.html>。

Zhongguo Guangshi Suofurui meijie yanjiu (2020, February 25). Yiqing qijian yonghu meijie xiaofei ji shiyong yuqi diaocha baogao. Retrieved July 20, 2021, from <http://www.199it.com/archives/1012717.html>.

王冬、徐正全 (2021)。〈新冠肺炎疫情下接觸者追蹤的隱私風險及保護〉。《吉林大學學報 (信息科學版)》，第5期，頁562-568。

Wang Dong, Xu Zhengquan (2021). Xinguan feiyan yiqing xia jiechuzhe zhuzhong de yinsi fengxian ji baohu. *Jilin daxue xuebao (xinxi kexue ban)*, 5, 562-568.

《傳播與社會學刊》，(總)第63期(2023)

- 白劍鋒、李紅梅、申少鐵(2021年11月2日)。<〈把人民生命安全和身體健康放在第一位(新時代的關鍵抉擇)〉。《人民日報》，第1版。
- Bai Jianfeng, Li Hongmei, Shen Shaotie (2021, November 2). Ba renmin shengming anquan he shenti jiankang fangzai diyiwei (xin shidai de jueze). *Renmin Ribao* (front page).
- 沈雨柔(2020)。<〈官方與非官方媒體疫情報導框架的對比研究——以新華社和《三聯生活週刊》為例〉。《新聞論壇》，第4期，頁83–86。
- Shen Yurou (2020). Guanfang yu fei guanfang meiti yiqing baodao kuangjia de duibi yanjiu—Yi Xinhuashe he Sanlian Shenghuo Zhoukan weili. *Xinwen luntan*, 4, 83–86.
- 吳世文(2020)。<〈重大突發公共衛生事件中的偽信息傳播、治理困境及其突破路徑——以新冠肺炎疫情為例〉。《電子政務》，第9期，頁40–50。
- Wu Shiwen (2020). Zhongda tufa gonggong weisheng shijian zhong de wei xinxi chuanbo, zhili kunjing jiqi tupo lujing—Yi xinguan feiyan yiqing weili. *Dianzi zhengwu*, 9, 40–50.
- 何正權(2020)。<〈傳統主流媒體在新媒體平台的信息呈現——以新冠肺炎疫情中媒體的報導為例〉。《傳媒觀察》，第6期，頁53–55。
- He Zhengquan (2020). Chuantong zhuliu meiti zai xin meiti pingtai de xinxi chengxian—Yi xinguan feiyan yiqing zhong meiti de baodao weili. *Chuanmei guancha*, 6, 53–55.
- 李龍飛、張國良(2021)。<〈新冠肺炎疫情中媒介資訊特徵對資訊分享意願的影響及作用機制研究〉。《新聞大學》，第4期，頁83–101。
- Li Longfei, Zhang Guoliang (2021). Xinguan feiyan yiqing zhong meijie zixun tezheng dui zixun fenxiang yiyuan de yingxiang ji zuoyong jizhi yanjiu. *Xinwen daxue*, 4, 83–101.
- 李曉靜、付強、王韜(2021)。<〈新冠疫情中的媒介接觸、新聞認知與媒介信任——基於中外大學生的焦點小組訪談〉。《新聞記者》，第3期，頁76–86。
- Li Xiaojing, Fu Qiang, Wang Tao (2021). Xinguan yiqing zhong de meijie jiechu, xinwen renzhi yu meijie xinren—Jiyu zhongwai daxuesheng de jiaodian xiaozu fangtan. *Xinwen jizhe*, 3, 76–86.
- 李宗亞、張明新、魏然、朱毅誠(2021)。<〈新冠肺炎疫情危機中的微信使用與利他行為：風險感知與公共信任的仲介效應〉。《國際新聞界》，第5期，頁6–22。

新冠肺炎疫情爆發初期武漢民眾的媒體使用、資訊處理與情緒反應

- Li Zongya, Zhang Mingxin, Wei Ran, Zhu Yicheng (2021). Xinguan feiyan yiqing weiji zhong de Weixin shiyong yu lita xingwei: Fengxian ganzhi yu gonggong xinren de zhongjie xiaoying. *Guoji xinwenjie*, 5, 6–22.
- 陳麓、王軼晗 (2004)。〈「非典」相關人群的心理狀況分析〉。《中國健康教育》，第1期，頁34。
- Chen Lu, Wang Yihan (2004). 'Feidian' xiangguan renqun de xinli zhuangkuang fenxi. *Zhongguo jiankang jiaoyu*, 1, 34.
- 徐翔、陽恬 (2018)。〈網絡社會中的「情緒逆差」——網絡表達與傳播中的情緒偏向及其張力結構〉。《北京郵電大學學報(社會科學版)》，第2期，頁1–9。
- Xu Xiang, Yang Tian (2018). Wangluo shehui zhong de 'qingxu nicha'——Wangluo biaoda yu chuanbo zhong de qingxu pianxiang jiqi zhangli jiegou. *Beijing youdian daxue xuebao (shehui kexue ban)*, 2, 1–9.
- 國家資訊中心 (2020年2月26日)。〈「新型冠狀病毒肺炎」民眾認知與資訊傳播調研報告〉。上網日期：2021年7月3日，取自人民網，<http://media.people.com.cn/n1/2020/0226/c14677-31606056.html>。
- Guojia zixun zhongxin (2020, February 26). 'Xinxing guanzhuang bingdu feiyan' minzhong renzhi yu zixun chuanbo diaoyan baogao. *Renmin wang*. Retrieved July 3, 2021, from <http://media.people.com.cn/n1/2020/0226/c14677-31606056.html>.
- 閻岩、溫婧 (2020)。〈新冠疫情早期的媒體使用、風險感知與個體行為〉。《新聞界》，第6期，頁50–61。
- Yan Yan, Wen Jing (2020). Xinguan yiqing zaoqi de meiti shiyong, fengxian ganzhi yu geti xingwei. *Xinwenjie*, 6, 50–61.
- 常樂、王璐、李小雙 (2020)。〈傳統媒體微博對突發公共衛生事件報導的議程設置分析——以《人民日報》官方微博對新冠肺炎疫情的報導為例〉。《新聞研究導刊》，第21期，頁50–51。
- Chang Le, Wang Lu, Li Xiaoshuang (2020). Chuantong meiti Weibo dui tufa gonggong weisheng shijian baodao de yicheng shezhi fenxi——Yi *Renmin Ribao* guanfang Weibo dui xinguan feiyan yiqing de baodao weili. *Xinwen yanjiu daokan*, 21, 50–51.
- 章燕、邱凌峰、劉安琪、鍾淑嫻、李介辰 (2020)。〈公共衛生事件中的風險感知和風險傳播模型研究——兼論疫情嚴重程度的調節作用〉。《新聞大學》，第3期，頁31–45。
- Zhang Yan, Qiu Lingfeng, Liu Anqi, Zhong Shuxian, Li Jiechen (2020). Gonggong weisheng shijian zhong de fengxian ganzhi he fengxian chuanbo moxing

《傳播與社會學刊》，(總)第63期(2023)

- yanjiu——Jianlun yiqing yanzhong chengdu de tiaojie zuoyong. *Xinwen daxue*, 3, 31–45.
- 喻國明、張洪忠、靳一、張燕(2003)。〈面對重大事件時的傳播渠道選擇——有關「非典」問題的北京居民調查分析〉。《新聞記者》，第6期，頁6–9。
- Yu Guoming, Zhang Hongzhong, Jin Yi, Zhang Yan (2003). Miandui zhongda shijian shi de chuanbo qudao xuanze——Youguan ‘feidian’ wenti de Beijing jumin diaocha fenxi. *Xinwen jizhe*, 6, 6–9.
- 鄒吉林、張小聰、張環、于靚、周仁來(2011)。〈超越效價和喚醒——情緒的動機維度模型述評〉。《心理科學進展》，第9期，頁1339–1346。
- Zou Jilin, Zhang Xiaocong, Zhang Huan, Yu Liang, Zhou Renlai (2011). Chaoyue xiaojia he huanxing——Qingxu de dongji weidu moxing shuping. *Xinli kexue jinzhan*, 9, 1339–1346.
- 黃文森(2014)。〈風險溝通中網路媒體報導的可信度構建——以人民網H7N9禽流感報導為例〉。《新媒體與社會》，第1期，頁252–266。
- Huang Wensen (2014). Fengxian goutong zhong wanglu meiti baodao de kexindu goujian——Yi Renmin Wang H7N9 qinliugan baodao weili. *Xinmeiti yu shehui*, 1, 252–266.
- 樊富珉(2003)。〈「非典」危機反應與危機心理干預〉。《清華大學學報(哲學社會科學版)》，第4期，頁32–37。
- Fan Fumin (2003). ‘Feidian’ weiji fanying yu weiji xinli ganyu. *Qinghua daxue xuebao (zhexue shehui kexue ban)*, 4, 32–37.
- 劉魯川、張冰倩、李旭(2019)。〈社交媒體資訊超載、功能超載與用戶焦慮情緒的關係：一項實驗研究〉。《信息資源管理學報》，第2期，頁66–76。
- Liu Luchuan, Zhang Bingqian, Li Xu (2019). Shejiao meiti zixun chaozai, gongneng chaozai yu yonghu jiaolü qingxu de guanxi: Yixiang shiyan yanjiu. *Xinxi ziyuan guanli xuebao*, 2, 66–76.
- 錢銘怡、葉冬梅、董葳、黃崢、張黎黎、劉興華、章曉雲、張哲宇、鍾傑、王慈欣、聶晶(2003)。〈不同時期北京人對SARS的應對行為、認知評價和情緒狀態的變化〉。《中國心理衛生雜誌》，第8期，頁515–520。
- Qian Mingyi, Ye Dongmei, Dong Wei, Huang Zheng, Zhang Lili, Liu Xinghua, Zhang Xiaoyun, Zhang Zheyu, Zhong Jie, Wang Cixin, Nie Jing (2003). Butong shiqi Beijing ren dui SARS de yingdui xingwei, renzhi pingjia he qingxu zhuangtai de bianhua. *Zhongguo xinli weisheng zazhi*, 8, 515–520.

新冠肺炎疫情爆發初期武漢民眾的媒體使用、資訊處理與情緒反應

韓拓、馬維冬、鞏紅、胡艷超、張岩、張春艷、姚智會、范雅潔、鄭陽、王聰霞 (2021)。〈新冠肺炎疫情居家隔離期間大學生負性情緒及影響因素分析〉。《西安交通大學學報(醫學版)》，第1期，頁132–136。

Han Tuo, Ma Weidong, Gong Hong, Hu Yanchao, Zhang Yan, Zhang Chunyan, Yao Zhihui, Fan Yajie, Zheng Yang, Wang Congxia (2021). Xinguan feiyan yiqing jujia geli qijian daxuesheng fuxing qingxu ji yingxiang yinsu fenxi. *Xian jiaotong daxue xuebao (yixue ban)*, 1, 132–136.

英文部分 (English Section)

Afifi, T. O., Salmon, S., Taillieu, T., Stewart-Tufescu, A., Fortier, J., & Driedger, S. M. (2021). Older adolescents and young adults willingness to receive the COVID-19 vaccine: Implications for informing public health strategies. *Vaccine*, 39(26), 3473–3479.

Allington, D., Duffy, B., Wessely, S., Dhavan, N., & Rubin, J. (2020). Health-protective behaviour, social media usage and conspiracy belief during the COVID-19 public health emergency. *Psychological Medicine*, 51(10), 1763–1769.

Ball-Rokeach, S. J., & Defleur, M. L. (1976). A dependency model of mass media effects. *Communication Research*, 3(1), 3–21.

Brailovskaia, J., Cosci, F., Mansueto, G., & Margraf, J. (2021). The relationship between social media use, stress symptoms and burden caused by coronavirus (Covid-19) in Germany and Italy: A cross-sectional and longitudinal investigation. *Journal of Affective Disorders Reports*, 3, 100067.

Brailovskaia, J., & Margraf, J. (2021). The relationship between burden caused by coronavirus (Covid-19), addictive social media use, sense of control and anxiety. *Computers in Human Behavior*, 119, 106720.

Buchanan, K., Akin, L. B., Lotun, S., & Sandstrom, G. M. (2021). Brief exposure to social media during the COVID-19 pandemic: Doom-scrolling has negative emotional consequences, but kindness-scrolling does not. *PLoS One*, 16(10), e0257728.

Bults, M., Beaujean, D. J., de Zwart, O., Kok, G., van Empelen, P., van Steenberghe, J. E., Richardus, J. H., & Voeten, H. A. (2011). Perceived risk, anxiety, and behavioural responses of the general public during the early phase of the Influenza A (H1N1) pandemic in the Netherlands: Results of three consecutive online surveys. *BMC Public Health*, 11, 2.

Cauberghe, V., Wesenbeeck, I. V., Jans, S. D., Hudders, L., & Ponnet, K. (2021). How adolescents use social media to cope with feelings of loneliness and anxiety during COVID-19 lockdown. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 24(4), 250–257.

- Chew, C., & Eysenbach, G. (2010). Pandemics in the age of Twitter: Content analysis of tweets during the 2009 H1N1 outbreak. *PLoS One*, 5(11), e14118.
- Coombs, W. T. (2004). Impact of past crises on current crisis communication: Insights from situational crisis communication theory. *The Journal of Business Communication*, 41(3), 265–289.
- Fan, R., Varol, O., Varamesh, A., Barron, A., Leemput, I. A., Scheffer, M., & Bollen, J. (2019). The minute-scale dynamics of online emotions reveal the effects of affect labeling. *Nature Human Behaviour*, 3(1), 92–100.
- Farooq, A., Laato, S., & Islam, N. (2020). Impact of online information on self-isolation intention during the COVID-19 pandemic: Cross-sectional study. *Journal of Medical Internet Research*, 22(5), e19128.
- Fofana, N. K., Latif, F., Sarfraz, S., Bilal, Bashir, M. F., & Komal, B. (2020). Fear and agony of the pandemic leading to stress and mental illness: An emerging crisis in the novel coronavirus (COVID-19) outbreak. *Psychiatry Research*, 291, 113230.
- Fredrickson, B. L., & Levenson, R. W. (1998). Positive emotions speed recovery from the cardiovascular sequelae of negative emotions. *Cognition and Emotion*, 12(2), 191–220.
- Fredrickson, B. L., Tugade, M. M., Waugh, C. E., & Larkin, G. R. (2003). What good are positive emotions in crises? A prospective study of resilience and emotions following the terrorist attacks on the United States on September 11th, 2001. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84(2), 365–376.
- Freiling, I., Krause, N. M., Scheufele, D. A., & Brossard, D. (2021). Believing and sharing misinformation, fact-checks, and accurate information on social media: The role of anxiety during COVID-19. *New Media & Society*, 00(0), 1–22.
- Gan, Y., Zhang, J., & Quan, Z. (2021). Public perception of risk and coping response to COVID-19 in China: The moderating role of negative emotion. *Journal of Psychology in Africa*, 31(2), 117–123.
- Gao, J., Zheng P., Jia, Y., Chen, H., Mao, Y., Chen, S., Wang, Y., Fu, H., & Dai, J. (2020). Mental health problems and social media exposure during COVID-19 outbreak. *PLoS One*, 15(4), e0231924.
- Giri, S. P., & Maurya, A. K. (2021). A neglected reality of mass media during COVID-19: Effect of pandemic news on individual's positive and negative emotion and psychological resilience. *Personality and Individual Differences*, 180, 11096.
- Goreis, A., & Kothgassner, O. D. (2020). Social media as a vehicle for conspiracy beliefs about COVID-19. *Digital Psychology*, 1(2), 36–39.
- Hayes, A. F. (2013). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*. Guilford Press.
- Hu, B., & Zhang, D. (2014). Channel selection and knowledge acquisition during the 2009 Beijing H1N1 flu crisis: A media system dependency theory perspective. *Chinese Journal of Communication*, 7(3), 299–318.

新冠肺炎疫情爆發初期武漢民眾的媒體使用、資訊處理與情緒反應

- Izard, C. (1977). *Human emotions*. New York: Plenum Press.
- Jolley, D., & Paterson, J. L. (2020). Pylons ablaze: Examining the role of 5G COVID-19 conspiracy beliefs and support for violence. *British Journal of Social Psychology*, 59(3), 628–640.
- Jungmann, S. M., & Witthöft, M. (2020). Health anxiety, cyberchondria, and coping in the current COVID-19 pandemic: Which factors are related to coronavirus anxiety? *Journal of Anxiety Disorders*, 73, 102239.
- Kaim, A., Siman-Tov, M., Jaffe, E., & Adini, B. (2021). From isolation to containment: Perceived fear of infectivity and protective behavioral changes during the COVID-19 vaccination campaign. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(12), 6503.
- Khan, M. N., Ashraf, M. A., Seinen, D., Khan, K. U., & Laar, R. A. (2021). Social media for knowledge acquisition and dissemination: The impact of the COVID-19 pandemic on collaborative learning driven social media adoption. *Frontiers in Psychology*, 12, 648253.
- Kim, H. K., & Niederdeppe, J. (2013). The role of emotional response during an H1N1 influenza pandemic on a college campus. *Journal of Public Relations Research*, 25(1), 30–50.
- Kim K.-S., Sin, S.-C. J., & He, Y. (2014). Information seeking through social media: Impact of user characteristics on social media use. *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology*, 50(1), 1–4.
- Kim, S., Cho, S. K., & LoCascio, S. P. (2020). The role of media use and emotions in risk perception and preventive behaviors related to COVID-19 in South Korea. *Asian Journal for Public Opinion Research*, 8(3), 297–323.
- Kim, Y. (2016). An essay on Korean media's coverage of Middle East Respiratory Syndrome Coronavirus. *Korean Journal of Health Communication*, 11(1), 39–50.
- Li, S., Wang, Y., Xue, J., Zhao, N., & Zhu, T. (2020). The impact of COVID-19 epidemic declaration on psychological consequences: A study on active Weibo users. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(6), 2032.
- Li, X., & Liu, Q. (2020). Social media use, e-health literacy, disease knowledge, and preventive behaviors in the COVID-19 pandemic: Cross-sectional study on Chinese netizens. *Journal of Medical Internet Research*, 22(10), e19684.
- Liu, B., & Kim, S. (2011). How organizations framed the 2009 H1N1 pandemic via social and traditional media: Implications for U.S. health communicators. *Public Relations Review*, 37(3), 233–244.
- Liu, M., Zhang, H., & Huang, H. (2020). Media exposure to COVID-19 information, risk perception, social and geographical proximity, and self-rated anxiety in China. *BMC Public Health*, 20(1), 1649.
- Ma, H., & Miller, C. (2020). Trapped in a double bind: Chinese overseas student anxiety during the COVID-19 pandemic. *Health Communication*, 36(13), 1598–1605.

- Mollema, L., Harmsen, I. A., Broekhuizen, E., Clijnk, R., De Melker, H., Paulussen, T., Kok, G., Ruiter, R., & Das, E. (2015). Disease detection or public opinion reflection? Content analysis of tweets, other social media, and online newspapers during the Measles Outbreak in the Netherlands in 2013. *Journal of Medical Internet Research, 17*(5), e128.
- Ngien, A., & Jiang, S. (2022). The effect of social media on stress among young adults during COVID-19 pandemic: Taking into account fatalism and social media exhaustion. *Health Communication, 37*(10), 1337-1344.
- Ning, L., Niu, J., Bi, X., Yang, C., Liu, Z., Wu, Q., Ning, N., Liang, L., Liu, A., Hao, Y., Gao, L., & Liu, C. (2020). The impacts of knowledge, risk perception, emotion and information on citizens' protective behaviors during the outbreak of COVID-19: A cross-sectional study in China. *BMC Public Health, 20*, 1751.
- Peitz, L., Lalot, F., Douglas, K., Sutton, R., & Abrams, D. (2021). COVID-19 conspiracy theories and compliance with governmental restrictions: The mediating roles of anger, anxiety, and hope. *Journal of Pacific Rim Psychology, 15*, 1-13.
- Petzold, M. B., Bendau, A., Plag, J., Pyrkosch, L., Mascarell, L. M., Betzler, F., Rogoll, J., Große, J., & Ströhle, A. (2020). Risk, resilience, psychological distress, and anxiety at the beginning of the COVID pandemic in Germany. *Brain and Behavior, 10*(9), e01745.
- Piaget, J. (1981). *Intelligence and affectivity: Their relationship during child development*. Palo Alto, CA: Annual Reviews.
- Praveen, S. V., Ittamalla, R., & Deepak, G. (2021). Analyzing Indian general public's perspective on anxiety, stress and trauma during Covid-19—A machine learning study of 840,000 tweets. *Diabetes and Metabolic Syndrome Clinical Research and Reviews, 15*(3), 667-671.
- Pummerer, L., Böhm, R., Lilleholt, L., Winter, K., Zettler, I., & Sassenberg, K. (2022). Conspiracy theories and their societal effects during the COVID-19 pandemic. *Social Psychological and Personality Science, 13*(1), 49-59.
- Restubog, S., Ocampo, A., & Wang, L. (2020). Taking control amidst the chaos: Emotion regulation during the COVID-19 pandemic. *Journal of Vocational Behavior, 119*, 103440.
- Russel, J. A. (2003). Core affect and the psychological construction of emotion. *Psychological Review, 110*(1), 145-172.
- Song, J., Song, T. M., Seo, D., Jin, D., & Kim, J. S. (2017). Social big data analysis of information spread and perceived infection risk during the 2015 Middle East Respiratory Syndrome Outbreak in South Korea. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 20*(1), 22-29.
- Steinert, S. (2021). Corona and value change. The role of social media and emotional contagion. *Ethics and Information Technology, 23*, 59-68.

新冠肺炎疫情爆發初期武漢民眾的媒體使用、資訊處理與情緒反應

- Suh, A., & Li, M. (2021). Digital tracing during the COVID-19 pandemic: User appraisal, emotion, and continuance intention. *Sustainability*, 13(2), 608.
- Tai, Z., & Sun, T. (2007). Media dependencies in a changing media environment: The case of the 2003 SARS epidemic in China. *New Media & Society*, 9, 987–1009.
- Valdez, D., Thij, M. T., Bathina, K., Rutter, L. A., & Bollen, J. (2020). Social media insights into US mental health during the COVID-19 pandemic: Longitudinal analysis of Twitter data. *Journal of Medical Internet Research*, 22(12), e21418.
- Van den Broucke, S. (2020). Why health promotion matters to the COVID-19 pandemic, and vice versa. *Health Promotion International*, 35(2), 181–186.
- Vos, C. S., & Buckner M. M. (2016) Social media messages in an emerging health crisis: Tweeting Bird Flu. *Journal of Health Communication*, 21(3), 301–308.
- Wang, Q., Luo, X., Tu, R., Xiao, T., & Hu, W. (2022). Pandemic lockdown: The mediating role of depression/anxiety and the moderating role of Confucian responsibility thinking. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(3), 1540.
- Weinstein, N. D. (1989). Optimistic biases about personal risks. *Science*, 246, 1232–1233.
- Witte, K. (1994). Fear control and danger control: A test of the extended parallel process model (EPPM). *Communication Monographs*, 61(2), 113–134.
- Xiang, Y. T., Yang, Y., Li, W., Zhang, L., Zhang, Q., Cheung, T., & Ng, C. H. (2020). Timely mental health care for the 2019 novel coronavirus outbreak is urgently needed. *Lancet Psychiatry*, 7(3), 228–229.
- Xin, M., Luo, S., She, R., Yu, Y., Li, L., Wang, S., Ma, L., Tao, F., Zhang, J., Zhao, J., Li, L., Hu, D., Zhang, G., Gu, J., Lin, D., Wang, H., Cai, Y., Wang, Z., You, H., & Lau, J. T-f. (2020). Negative cognitive and psychological correlates of mandatory quarantine during the initial COVID-19 outbreak in China. *American Psychologist*, 75(5), 607–617.
- Zhou, J., Zogan, H., Yang, S., Jammeel, S., Xu, G., & Chen, F. (2021). Detecting community depression dynamics due to COVID-19 pandemic in Australia. *IEEE Transactions on Computational Social Systems*, 8(4), 982–991.
- Zhou, L., Xie, R. H., Yang, X., Zhang, S., Li, D., Zhang, Y., Liu, J., Pakhale, S., Krewski, D., & Wen, S. W. (2020). Feasibility and preliminary results of effectiveness of social media-based intervention on the psychological well-being of suspected COVID-19 cases during quarantine. *Canadian Journal of Psychiatry*, 65(10), 736–738.
- Zhou, S. (2020). Impact of pandemic proximity and media use on risk perception during COVID-19 in China. *Geomatics, Natural Hazards and Risk*, 13(1), 591–609.

《傳播與社會學刊》，(總)第63期(2023)

本文引用格式

張明新、程渺然、岳漢玲、李宗亞(2023)。<〈新冠肺炎疫情爆發初期武漢民眾的媒體使用、資訊處理與情緒反應：一項電話調查研究〉。《傳播與社會學刊》，第63期，頁33-66。