

社会化媒介：公众的视角

以网络技术和公众基础为支撑的社会化媒介成为当今传播的主流，更是新闻传播学非常重要的研究范畴和热点选题。在数字时代，社会化媒介呈现与大众传媒不同的新特征——公众广泛参与成为一个凸显的社会现实与学术视角。

公众广泛参与的社会化媒介，颠覆了传统的媒介形态、媒介业态和媒介生态，打破了商业资本、权力资本及精英群体的媒介垄断，深度影响着新闻与传播研究的深度与广度，促成了研究的多触角、多维度和多路径。

社会化媒介的到来，改变了信息生产与信息消费方式，影响了新闻生产与传播方式的变革。当社会化媒介走进千家万户，作为信息用户的公众，在社会化媒介环境下，既是信息消费者，又是信息生产者。公众广泛使用交互式终端设备第一时间发布自身参与、亲历的未经专业编辑加工的新闻事件，导致传统新闻生产与消费、新闻传播与接受关系变迁，形成百科全书式的社会现实媒介再现，并进而引发编辑业态和媒介形态的变革。这种变革，也日益成为新闻传播学研究的新的学术生产增长点。

社会化媒介的发展，催生传播机制的变革及媒介环境的嬗变，引发媒介的深度融合。媒介机构“关系为王”的理念将逐步取代传统媒体“内容为王”的理念。根据公众的阅读习惯与阅读选择，运用大数据分析方法，针对不同公众进行精准推送和定点发布的传播方式，成为诸多媒介机构的主要传播方式。媒介机构通过与公众建立各种关系桥梁，强化媒介与公众的普遍连接，成为媒体的生存之道。在这种现实环境下，社会化媒介的研究更应着力媒介发展与演进的多种合力因素，更应研究媒介是如何成为公众参与社会管理的间接渠道等现实问题。

基于公众参与媒介的广度、力度和深度的逐步拓展，社会化媒介发展进程加速，社会化媒介的研究也逐步深入。本刊编发一组关于在线视频用户行为问题、网络表情包情感动员问题、社交媒体用户话语运用问题等方面的研究论文，以期从公众视角对社会化媒介提供一个全新的诠释。如赵雪芹、刘雅宁的《在线视频用户关闭弹幕的影响因素研究》对用户关闭弹幕的行为意愿进行实证研究，通过探讨用户关闭弹幕可能的影响因素，为视频服务商合理优化弹幕功能提供参考。又如关于网络表情包情感动员问题的研究，作者认为非语言符号表情包的本质功能为情感表达，在互动仪式中网络表情包能够进行群体的情感动员。

此外，朱清河的《新时代中国特色社会主义新闻理论的研究现状与拓展路径》，提出对新时代中国特色社会主义新闻理论进行学理探讨，应在秉持“开放、包容、创新”等研究原则的基础上，进一步拓展研究深度与广度，视角与视野，不断拓展新的研究方法 with 理论资源。张庆园、张凌媛的《技术逻辑下的人文回归：伯恩巴克的广告思想及其当代价值》将伯恩巴克的诸多资料重置于其所处的时代语境，对其广告思想进行解读、梳理与提炼，以诠释伯恩巴克的广告思想及其研究价值。周茂君、潘宁的《赋权与重构：区块链技术对数据孤岛的破解》则认为，区块链技术提供了破解数据孤岛的钥匙，能够实现数据生产方、数据使用方和数据垄断方的多方共赢。

“莫羡三春桃与李，桂花成实向秋荣。”金秋十月，正是收获的季节。公众的广泛参与，社会化媒介必将进一步发展 with 演进，社会化媒介的研究也必将收获更好更多的学术成果。