

探討社交媒體事件之浮現邏輯：一個融合 STS 與傳播研究取徑之嘗試^{*}

鄭宇君^{**}

摘要

本文嘗試融合科學與科技研究 (science and technology studies, STS) 與傳播研究取徑，從「事件」與「物質性」的角度切入，探究社交媒體事件的浮現邏輯，從實際的個案研究中歸納出不同社交媒體事件之特色，探討時間特性、文本類型、發言者立場的差別；從社交媒體的物質性說明平台的技術結構、圖文內容串流如何吸引用戶投入，得以在短時間內促成社群聚合，共同參與社交媒體事件之形成。

關鍵詞：平台、社交媒體、社交媒體事件、物質性、鉅量資料、媒體事件

^{*} 本文為科技部專題研究計畫《社交媒體事件的浮現邏輯：平台結構、圖文交織、社群聚合之角度》(MOST 106-2511-S-364-001) 之部分研究成果，作者特別感謝學刊審查委員與編委會給予的寶貴意見，對於本文的修正有莫大幫助。

^{**} 鄭宇君為玄奘大學大眾傳播學系副教授，Email: colisa@gmail.com。
投稿日期：2017/04/01；通過日期：2017/09/05

壹、前言

一、從媒體事件到社交媒體事件

Daniel Dayan & Elihu Katz 在 1992 年出版了《媒體事件：歷史的現場直播》（*Media Events: The Live Broadcasting Of History*）一書，探訪電視轉播如何促成了媒體事件的興起，他們以埃及總統出訪耶路撒冷為例，描述電視媒體鉅細靡遺轉播政治人物出訪細節，電視影像彷彿記錄了歷史畫面，同時也強化了這個事件的影響力，此後媒體事件就成為傳播研究的一個重要面向。這類媒體事件對於成長於 CNN 等跨國衛星電視即時轉播新聞的人們更絲毫不陌生，從英國黛安娜王妃之死、美國九一一摩天大樓倒塌、各項重要的選舉場合，人們聚集在電視機前關注事件的發生，注意每個細節及可能影響，電視媒體擴張了這類事件的影響力。

Dayan & Katz（1992）認為這些媒體事件的敘事類型主要可分為三類，包括挑戰、征服、加冕等三種類型的共識性媒體事件，例如：選舉、競賽、政治領袖出訪等。隨著電視即時轉播的持續發展與普遍，媒體事件持續擴散到全球不同場域，包括各地的天災人禍、WTO 等全球大型會議等皆如是，成為電視轉播的奇觀或儀式（Hepp & Couldry, 2010；Kellner, 2010）。媒體事件的發展亦生出許多變化，Dayan 在 2008 著作中重新定義了另一波媒體事件的樣態，他認為電視成為歷史圖像論述的新演繹者，媒體會刻意將事件組織成暴力事故，它不再訴求整合與共識，而是鼓吹意見與創造分化，它操控了表達性事件的定義，包括了幻想破滅、脫軌、衝突等，因而他把二十一世紀初迄今的媒體事件加上了抹黑、確認兩種附屬類型（Dayan、邱林川、陳韜文，2009；Dayan, 2008）。

在這些媒體事件的研究中，研究者關注較多的是「事件的組織者」，如：政治組織與商業機構的跨國合作，同時強調媒體事件是一種儀式性傳播，為了傳遞和平、勇敢、族群意識等共識性文化價值（邱林川、陳韜文，2009；Dayan & Katz, 1992）。由此看來，傳播研究對於媒體事件的分析焦點，強調的是電視新聞即時轉播影像對閱聽人關注焦點之影響，特別在意少數的主流媒體及政治經濟力量的共構關係如何影響媒體事件的形成，這裡隱含了一種中心化的媒介思維，強

調電視新聞即時轉播的重大影響力，但它又是被少數媒體機構及政治經濟力量所操控。

然而，這種以媒體機構為中心的觀點已不足因應以社交媒體作為主要訊息傳播通道的當代社交媒體事件，如：2011年發生在中東的茉莉花革命、2011年占領華爾街運動、2012年 Sandy 颶風侵襲美國，社交媒體流傳大量假照片、2014年的太陽花學運、香港雨傘運動，甚至是2016年深受假新聞干擾的英國脫歐公投及美國總統大選希拉蕊落敗而川普勝出，這些社交媒體事件都不是由少數媒體機構或政治組織所發動，而是群眾在社交媒體上大量分享助長訊息擴散，儘管訊息來源未必清楚，卻因大量擴散而產生影響。社交媒體平台的物質性提供了群眾易於接收訊息、表達意見、擴散分享的條件，加上特定社會文化因素（如：人民長期對執政者的不滿）或自然因素（如：人們對於災難的恐慌）等長久蓄積的能量，一旦某個觸媒引爆這些能量，就會爆發社交媒體事件。我們難以預期社交媒體事件何時、何種空間下會爆發，可是一旦爆發，瞬間可吸引許多人注意與討論，因而社交媒體事件是在去中心化、網絡化的社交媒體平台所爆發的。

當代媒體事件發生的場域從電視直播主導的年代進入到以社交媒體為擴散核心的時代，事件的發生非單一組織所能主導，社交平台的內在技術結構扮演同樣重要的角色，傳播研究向來以媒體機構為中心的觀點不足以因應社交媒體事件的探究，本文主張應引入科學、科技研究（science and technology studies, STS）與傳播研究結合，特別是近年來軟體研究對於新媒體科技的理論觀點，有助我們理解社交媒體對於事件發生與演變之影響。

二、社交媒體事件之科技與傳播面向

社交媒體事件研究成為近年傳播研究之新興議題，一方面它與傳統媒體的相互滲透，當前新聞事件的報導、娛樂事件、政治活動、突發災難無不透過社交媒體進行訊息發布與溝通互動，另一方面，許多人日常活動透過社交媒體中介而進行，無論是自我形象的建立、人際關係的維繫、社會網路的連結、意義的溝通與傳遞，因此重大事件發生時，也會引起人們在社交媒體進行討論溝通。

社交媒體系統的物質面向有別於傳統的大眾媒體系統，如：報

紙、電視、廣播，它本身就是一個融合的體系，以電腦中介傳播與國際網路為基礎，但在結構上又串連了不同的社交媒體平台生態系，如：Facebook、YouTube、Twitter、各家新聞網站，都可透過超連結及內部協定，將不同來源的內容鑲嵌在同一平台內讓用戶透過個別載具觀看。每一用戶即使用同樣社交媒體，每個人接受到的訊息串流也是截然不同，而與個人所訂閱追蹤的帳號有關，這點與傳統大眾媒體閱聽人同時觀看同一頻道必會接受相同內容是大相逕庭。

STS 探究的是特定科技系統的意義與實踐，特別是從科技的物質面出發，探索它如何與社會、政治、經濟與文化等各種脈絡互動，以及科技的物質性與象徵性之間的關係；傳播研究關注的是媒介的中介化過程與意義如何產製，以及媒介化如何影響社會互動的發生、轉變與形構；因而 STS 與傳播研究的融合，共同關切的是科技系統的物質性及設計如何形塑傳播內容與傳播意義（方念萱，2016；江淑琳，2016；Boczkowski & Lievrouw, 2007；Wajcman & Jones, 2012）。社交媒體事件的發生與轉變涉及社交平台的物質基礎對傳播活動的影響，以及人們如何利用社交媒體進行傳播，因此它成為 STS 與傳播研究的交會處。

自 1990 年代起，電腦軟體在工作場域與日常生活的日益普及與發揮影響，STS 學者開始致力揭開資訊科技產製的「黑盒子」，Woolgar (1991) 研究電腦軟體的生產過程，發現開發人員藉由想像消費者的可能期待，將其融入電腦軟體的研發。這一個脈絡後來擴張為軟體研究 (software studies)，主要探討軟體帶來的社會政治意涵。Kitchin & Dodge (2011) 指出，軟體研究關切的是軟體如何寫就與發展、軟體如何在世界中運作，並產生新的主體、實踐、移動性、轉變與互動；並試圖挖掘軟體工業的本質，以及探討程式碼在不同領域的社會、經濟、政治與文化結果，如：教育、商業與娛樂。

時至今日，軟體無所不在，二十一世紀初興起並蓬勃發展的社交媒體，更是由不同軟體連結而成的平台結構，包含 Google、YouTube、Facebook、Twitter、Instagram 等不同形式的社交平台，它們相繼成為人們社交互動的主流。Berry (2014) 以「社會的軟體化」(softwarization of society) 來稱呼當代被數位媒體高度滲透的社會，這個詞意指社會自身是運算的 (computed)，尤其是科技創新的加速進步使軟體被物質化 (materialized)，像是軟體需要一個平台才能運

作，而平台同時具有硬體與軟體的基礎，它提供的條件與環境才能使軟體正確地運行，因此平台可以做為研究軟體與程式碼的立足點。

因此，對社交媒體的批判，必須從社交媒體平台這個兼具有硬體及軟體性質的物質基礎為起點，它一方面必須依附在載具（行動裝置或筆電）及應用程式（app）的硬體基礎上，另一方面又受到演算法、程式碼、資料格式等軟體內在結構之影響。社交媒體具有科技物與人的雙重連結（鄭宇君，2016），這個雙元性影響了社交媒體事件發生的脈絡，使用者在社交媒體上的內容交換與消費構築在社交平台的物質性基礎上，特別是平台的演算法與運算功能，影響到內容提供者與使用者所能連結的對象；眾多使用者在社交平台互動，產出了大量的社群數據（big social data），研究者可運用資訊技術從大量社群數據中萃取人類行為資訊。本文將從軟體研究的理論觀點切入，試圖結合 STS 與傳播研究之取徑，探討社交媒體事件在當代社會之浮現邏輯。

三、結合 STS 與傳播研究探討社交媒體事件：從個案研究到理論建構

目前社交媒體事件研究多集中在重大事件的個案分析，特別是從社交媒體擷取大量的社群數據，透過實際資料分析探討網路社群的互動行為與大量貼文內容，這些個案分析像是卡翠娜風災時的群眾外包與災情訊息傳遞（Palen, Vieweg, Sutton, Liu, & Hughes, 2007.10；Shklovski, Burke, Kiesler, & Kraut, 2008.04）、占領華爾街運動在 Twitter 上的群眾討論與組織動員（Bennett & Segerberg, 2012；Bennett, Segerberg, & Walker, 2014）、美國總統大選候選人的社群討論度（Himmelboim, Sweetser, Tinkham, Cameron, Danelo, & West, 2016）。除了個案事件的分析外，也有跨國事件的比較研究，如：比較美國、西班牙、希臘的公民抗議事件（Theocharis, Lowe, van Deth, & Garcia-Albacete, 2015）、比較數十個 Twitter 事件資料集的後設分析（Bruns & Stieglitz, 2013）、台灣太陽花運動的 Twitter 社群參與和分享（鄭宇君、陳百齡，2016）、香港雨傘運動 Twitter 上的多語系社群（鄭宇君、陳百齡，2017）。無論是占領華爾街運動、太陽花運動、美國總統大選、卡翠娜颶風、復興航空空難事件，這些事件都在社交媒體上短時間內引發大量的訊息流通與群眾參與。

從 STS 角度來看，這些社交媒體事件之浮現是將群眾活動轉換為大量數據記錄（如：短時間內高頻率的分享、按讚、留言量），加上不同平台演算法的介入，產生大量的圖文訊息吸引使用者參與，創造新的再現形式（如：平台上有針對特定事件的大量討論、出現新的熱門主題標籤「#hashtags」），再捲動更多的社群參與。在事件浮現的過程中，訊息傳播者與接收者的界線模糊，中繼者（訊息分享者）的角色更形重要，因此我們需要從傳播與 STS 的角度共同探討社交媒體事件浮現過程中，人們的互動、文字影像等內容呈現，以及數據的流通與構建，如何讓一起事件得以在社交媒體中形成。

社交媒體重大事件的個案分析固然使我們理解社交媒體在事件過程中扮演何種角色，但缺乏一個普遍性的理論架構來理解事件的生成，使研究者難以直接對應社交媒體平台內在結構進行理論批判，因而本文試圖融合傳播研究與 STS 取徑，提出一個理論架構，從具體個案中挖掘出社交媒體事件的特色，進而探索社交平台物質性對事件之影響，最終找出促成社交媒體事件浮現之邏輯。

貳、社交媒體事件之浮現邏輯

一、何謂社交媒體事件？

「事件」（event）是當代哲學討論的一個重要面向，史丹福哲學百科曾經對事件的相關概念羅列了很長的條目，說明從微觀到鉅觀、從心靈到物質、從靜態到動態的各種事件定義（Stanford Encyclopedia of Philosophy, 2014.08.27）。本文所關切的社交媒體事件，特別意指浮現在社交媒體公共領域中受到許多人關注與討論的事件，這些事件不僅在線上吸引公眾參與，也對線下世界產生一連串影響，例如：2009 年莫拉克風災、2013 年洪仲丘事件、2014 年太陽花運動，都可視為台灣歷史上的重要事件，網路社群的參與在這些事件中扮演一定角色。

在眾多討論事件的哲學觀點中，傅柯（Michel Foucault）、德勒茲（Gilles Louis René Deleuze）等後結構主義者看待事件與歷史的關係，較貼近本文所談的社交媒體事件，也能與 Dayan & Katz（1992）的「媒體事件」觀點相呼應，Dayan & Katz 強調電視現場直播促成歷史事件，本文關注的是社交媒體社群的參與如何促成事件。另一方

面，在典型的社交媒體事件中，如：洪仲丘事件、太陽花運動，網路社群在社交媒體上大量發言支持特定社會議題，並促成線下世界的具體行動，進而創造了歷史事件，這類事件可視為網路群體的語言行動促成了事件，這個觀點接近 John R. Searle 所提出的語言行動（speech acts），語言行動伴隨真實力量，它不僅是說話，而是真正促成行動（Searle, 1969）。因而，本文將結合傅柯與德勒茲對於事件的觀點，以及 Searle 提出的語言行動觀點來探討何謂社交媒體事件。

傅柯曾在《知識的考掘學》（*The Archaeology Of Knowledge*）中說明事件與歷史的關係，過去歷史學家為了解釋因果關係，有目的地選擇某些不連續事件予以解釋，而將其他不連續事件壓抑下來，這樣建構的連續性歷史只是意識型態的作用，只能解釋那些被簡化過的歷史與問題，因此他透過考古學檔案強調歷史的不連續性，歷史沒有先在的結構，最重要的是曾經發生過的事件，也就是應該把事件當成一個點，從這個點出發，用系譜學的方式看待某一時空下事件被壓縮的歷史，因而他強調實效歷史，反對連續性的歷史觀點（Foucault, 1972/2010）。

傅柯強調歷史是由一些不連續性所組成，它是系列的系列，史家的工作就是建構系列：定義那些元素適合那個系列、固定它的界線、揭露它自身關係的特殊形式，形構它的規則，並描述不同系列之間的關係，然後區辨它們的時間特性、區分重要（伴隨一連串長期後果）與相對不重要（影響持續時間相對較短）事件，揭露系列的可能性，它是由很少或重覆事件所形構成的一個的空間間隔（Foucault, 1972/2010: 7-8）。他進一步說明，事件帶來效果，也變成效果，總是有某種程度的物質性，這些論述的、不連續的系列在某種限制內有它們的規律性，在它們的結構元素中，很清楚地不可能建立機械的因果連結或必然性，而且「機會」是事件生產中的一個類目（同上引：231）。

傅柯透過論述事件的場域（field of discursive event）來分析事件，包括論述的分布如何創造一個可能的空間、如何將散落的字句構連起來成為一個特殊的整體、如何浮現為一個具體可見的符號、如何解釋多變、異質概念的形成，透過這種方式傅柯強調事件出現的獨特性，而非同一性，但這不表示不考慮整體，只是這個整體沒有本質上的同一性，它是一組變異且相關的事件，他關切的是事件發生的場域或可能空間（Foucault, 1968）。

更清楚說明事件的是法國哲學家德勒茲。他曾經解釋何謂「一個事件」？它指的並不是「一個人剛從這裡跑過去」這回事，但一個大金字塔就是一個事件，事件有其一定時間，無論是五分鐘或三千年，事件是在一團混沌中被製造出來，在混沌的多樣性中，只有當某種篩選（screen）存在的情況下，事件才得以從混沌中浮現，因此我們要探究的是什麼條件使事件得以可能浮現（Deleuze, 1988/1993）。

德勒茲結合萊布尼茲（Gottfried Wilhelm Leibniz）及懷德海（Alfred North Whitehead）的觀點，定義「事件」具有三種構成要素：(1) 延展性（extension），事件是無限的系列，像是石頭投入水塘一樣，會產生無限的漣漪，沒有終止的界線；(2) 這個延展的系列具有其一致的內在特性，如：高度、強度、價值、色澤；(3) 事件的第三個特性是它是獨特的個體（individual）；事件在哲學上的意涵並非在於如何掌握事物的永恆特質，而在於創新，也就是何種條件下使得客觀世界允許新事物的主觀創新（Deleuze, 1988/1993）。因此，德勒茲在探討事件時，關切的不是實際發生了什麼事，也不是事件發生當下的那一點，而是事件得以浮現的條件，包含所有潛存的可能性。

在《意義的邏輯》（*The Logic Of Sense*）一書中，德勒茲以獨特性（singularity）來解釋何謂理想的事件（an ideal event），將獨特性視為一組獨特的點所構成的數學曲線，像是轉捩點、擴散的奇異點一樣（Deleuze, 1969a/1990）。德勒茲認為，事件的模式便是問題性（problematic），事件獨自支撐了問題，並定義了問題的條件，問題只會被表達其條件之獨特點所決定，因此根據決定問題的條件，一個問題總是在其周遭環境中找到解決之道，事實上，獨特性便負責生產出問題的答案。

德勒茲強調，事件並不是意指真的發生了什麼，而是有某事「正在發生中」，某事即將與發生一塊到來，這便是事件，因此事件不是所發生的事，他將所發生的事稱為意外（accident），事件更是在所發生的事之內，是一種純粹的表達，帶給我們訊號、並等待我們發現它。因而，事件必然包含著兩個部分，一端是已經實現化（realized）、完成（accomplishment）的部分，另一端則是不可能實現、完成的部分，就像是 actualization 與 counter-actualization。從這個觀點來看，所有的事件都是獨特的，因此它們既是集體（collective）又是私人

的 (private)，既特殊 (particular) 又一般 (general)，卻非個別 (individual) 或普遍的 (universal) (Deleuze, 1969b/1990)。

總結傅柯與德勒茲對於事件的觀點來看，事件有物質性的基礎，它占據了一定的時間與空間，並且帶來或變成效果，但事件的發生並非是機械性的因果關係，機會在其中扮演一定角色，事件通常也會產生後續的連鎖反應，因而我們應當關注的是論述事件發生的場域，如何讓散佈的字句構連出一個特殊的整體，因而事件的獨特性就是在於它的問題性，事件的發生表達了某些已被實現以及尚未實現的部分。

另一方面，Searle (1969) 則認為語言行動 (speech acts) 是溝通的基本單位，結合了可表達性的規則，包含說者的意思、語句的意指、說者的意圖、聽者的理解，以及統治這些語言學元素的規則；進一步來看，Searle 沿用 John L. Austin 對語言行動的分類，並進一步闡述之，將語言行動依據說話者、聽話者，和說話效果分成三大類：(1) 一般性的說話行動 (locutionary act)：一般的說話行為，可透過文法結構來傳遞意義；(2) 行動導向的發話行動 (illocutionary act)：說話者在特定情境下藉由發話以達成某種目的之行動；(3) 效果導向的說話行動 (perlocutionary act)：強調說話者的話語對聽者造成的影響或效果。

在這三類語言行動中，發話行動 (illocutionary act) 最為重要，它意指說話者藉由發話促成某些行動，這類發話行動發生在特定情境下，且說話者必須是真誠地具有某種意向進行發話，並具有力量 (illocutionary force) 來促成發話行動之目的；這些發話行動也是用來指涉語言與世界的對應方向，無論是描述世界或改變世界，它同時也表達了說話者的心理狀態，包含信念、意圖、欲望、遺憾、情緒等 (Searle, 1969, 1976)。就社交媒體事件而言，參與者在社交媒體上針對特定議題或事件的貼文討論、分享、留言、按讚等行為，可視為不同形式的語言行動，包含了個人意見表述、參與論辯、動員群眾、上街抗爭、對抗爭行動表態等，這些網路群體的語言行動促成了事件的發展。

從這個觀點來看本文關注的社交媒體事件，最初可能是少數人在網路上的討論，後來聚集更多群眾參與發言討論，並形成具體的行動 (如：投票、遊行、捐款、擔任志工等)，這些語言行動像漣漪一樣向外擴散與爆發，引起新聞媒體的跟進報導，更多人透過語言行

動參與事件，進而影響了整個社會。Gladwell 在《引爆趨勢》（*The Tipping Point: How Little Things Can Make A Big Difference*）一書中指出，一些小改變之所以能產生強大的影響力，正是因為透過人際網絡中的連結者傳散出去，這些連結者與他人溝通時，往往不是透過理性方式說服，反而經常藉著由外而內的情緒感染他人（Gladwell, 2000 / 齊思賢譯，2000）。他的觀點預見了今日社交媒體的龐大力量，包括阿拉伯之春、占領華爾街運動，甚至是近年各國選舉事件莫不受到社交媒體的影響，因此以「事件」做為分析單位在社交媒體時代具有顯著的意義。

以台灣為例，近年來最顯著的社交媒體事件，像是 2013 年洪仲丘事件最初起於批踢踢論壇上的匿名爆料，最後演變成數萬人在臉書串連、集體走上街頭抗議的活動（區國強、陳百齡、潘金谷，2017）；2014 年太陽花運動則是起於 3 月 18 日凌晨幾十位反服貿的學生翻進立法院並意外地占領了議場，隨著社交媒體的視訊直播、數千人聚集在線上觀看或到現場聲援，數萬人在社交媒體分享評論，主流新聞媒體跟進報導，演變成數十萬人上街遊行，最後立法院暫時擱置服貿協議（鄭宇君、陳百齡，2016）。這些事件符合傅柯與德勒茲對於事件的描述，也展現了 Searle 強調公眾的語言行動之力量，它們意外地發生，並改變了歷史。

「事件」亦是近年學界重要的研究議題。香港中文大學在 2009 年及 2016 年分別舉辦了一場「新媒體事件工作坊」，這二個時間點反應了網際網路或社交媒體做為新媒體事件發源地之差異。邱林川、陳韜文（2009）指出，新媒體事件不僅是傳播形式上的變化，更重要的是它與傳統大眾媒介在社會權力結構有相當大的區別，不再是昂貴、一對多的傳播，而是廉價、多對多的群眾書寫，這使「新媒體事件」有機會繞過官僚新聞體系或主流商業媒體機構，讓普通大眾能夠發聲，當代社會事件的發展變得更為由下而上、更快、互動性更強，更容易跨越原有的國家、機構等地理界限。

到了今日，新媒體與傳統媒體場域的重疊性更高，參與 2009 年及 2016 年二次工作坊籌辦的邱林川認為，2009 年當時的新媒體（網際網路的論壇或微博）與傳統媒體（報紙、電視）是兩個重合度不高的輿論場，因此一個事件會在其中一個輿論場發酵，引發討論或關注後，滲透到另一個輿論場；然而到了 2016 年，智慧手機的普及、大

數據的興起，公眾傳播層面的改變，政治及商業力量透過管制或資本形式滲透到線上空間，新媒體與傳統媒體輿論場的兼併，已經難以截然區分（邱林川、苗偉山，2016）。邱林川的觀察描繪了當前中國社會在黨國管制主流媒體與線上社交媒體的氛圍下，民眾仍試圖尋求在網路媒體上發聲與創造事件。

從這些觀點來看，今日社交媒體事件的涵蓋面向更廣，不僅包含網路空間發酵的事件如何影響主流媒體的報導，也探討了傳統政治力量與商業資本如何影響網路事件的發展，線上與線下世界的相互滲透成了不可逆的方向。固然社交媒體本身不能直接造成革命（Gladwell, 2010.10.04），像是茉莉花革命、占領華爾街運動、太陽花運動、雨傘運動之所以發生，各自有其社會中長久累積的衝突力量，但不可諱言地，社交媒體是促成這些事件在該時該地引爆的觸媒，它可以在短時間內吸引大量群眾參與，透過即時分享或發文使得相關討論聲量急劇增加，引起更多人關注並參與行動。

二、不同類型社交媒體事件的特色

目前對社交媒體事件的研究，多數探討的是特定事件的發生經過，對於事件形成的場域缺乏探究，因此藉由比較不同類型的社交媒體事件之相似與相異，有助研究者進一步探索社交媒體事件的本質、特色與構成要素。本文以近年台灣社會發生的重大選舉、社運、災難這三類涉及公共利益的社交媒體事件個案出發，比較不同類型社交媒體事件的特色。這些事件的起源無論是天災、人禍、選舉，或是線上的爆料、倡議或動員，它促成了網路世界的訊息傳布、公眾討論，甚至影響選舉投票結果或街頭抗爭等，這些事件的共同特徵是同時在線上與線下世界發生效應。

本文選取個案的標準包括：(1) 事件發生規模或影響性擴及全台灣；(2) 除了台灣社群之外，該事件可能同時吸引跨國社群關注；(3) 具有相似類型的個案，以便進行比較分析。根據這些條件，本文將國內社交媒體事件現有的相關研究進行歸納整理，選舉事件包括了2012台灣總統大選（鄭宇君、陳百齡，2014）、2014台北市長選舉（李瑞娟，2015.11）；災難事件包括2009莫拉克風災（陳百齡、鄭宇君，2014）、2014復興航空澎湖空難（陳百齡，2014.11）、2014高雄氣

爆事件（鄭宇君、賴至慧與陶振超，2015.11）；社會抗爭事件包括2013 洪仲丘事件（區國強等，2017）、2014 的太陽花運動（鄭宇君、陳百齡，2016）、香港雨傘運動（鄭宇君、陳百齡，2017）。

除此之外，還有一些事件是線上討論多，但線下未必會發生大規模集體行動，或未產生具體影響。它們造成線上熱烈討論的原因可能是大眾媒體報導或網路論壇的熱議，如：2015 年 11 月馬習會無預警發生，引起主流媒體大幅報導，不少意見領袖在網路媒體或個人臉書頁面發表公開評論，引起網路社群的熱烈討論，但馬習會過後，新聞報導數量消退後，社群討論熱度不再；或是 2015 年 12 月頂新一審判決無罪，引起群眾不滿，網路社群串連抵制頂新／林鳳營鮮乳，雖然有網友實際到賣場進行「秒買秒退」的抵制行動，再將自己的舉動張貼在網路上分享，但事件主要發酵的地方還是在網路社群，未形成大規模的消費者集體行動。本文將這類事件視為「網路爆量事件」，也就是在線上媒體討論熱度高，線下行動集結的人數偏少，這類事件是傅柯稱為相對不重要的事件，一旦線下行動參與人數變多，它們仍有潛能轉變為大規模的實際行動，故本文還是將它列入事件的可能類型，稱為「網路爆量事件」，以下以 2015 年馬習會、抵制林鳳營事件為例，這二起事件僅在線上熱烈討論，未釀成大規模線下抗爭。

這些社交媒體事件個案多數為作者所參與之研究團隊親自進行社交媒體資料收集與分析，在資料收集與分析的歷程中同樣展現了事件的相似特徵，並顯露了不同類型事件在社交媒體上發展的差異性。本文從「事件」的角度出發，重新省視前述幾種類型的社交媒體事件特徵，根據研究團隊所收集的社交媒體資料，包括線上發言的文本內容、後設資料（metadata）及線上參與觀察，進行時序分析、文本分析、情感分析（支持或反對）之量化與質化分析結果。

其中，社交媒體的後設資料包括：貼文時間、用戶 id、使用語言別、發文的地理資訊等，這些可讓研究者進行時序分析（time series analysis），主要是以「天」為單位，計算每日相關貼文出現的數量及參與發言的使用者數量之變化趨勢。

另一個主要資料則是網路群眾在社交媒體事件中針對特定議題的大量貼文，這些貼文代表公眾在社交媒體中透過發言或分享貼文來展現語言行動，並促成事件發生。如同 Searle（1976）將具有力量的發

話行動 (illocutionary acts) 分為五種基本類型，以下概述 Searle 的五種類型發話行動，及它們在社交媒體事件所呈現的不同面貌：

- (一) 代表型 (representatives)：說話者不同程度地相信所說命題的真假或正確與否，例如：肯定、相信、總結、否認、報導。這類發話行動在社交媒體事件中占很大一部分，像是網民提出各種與事實相關的陳述，例如：描述災難現場情境、解釋服貿條例對各行業的影響、分享新聞資訊或轉貼訊息、轉述或評論意見領袖言論等，無論發言者是認同或反對這些事實陳述，這些都屬於代表型的發話行動。
- (二) 指引型 (directives)：說話者想要讓聽者去做某件事，例如：要求、命令、建議、企求、邀請。這類發話行動在社交媒體事件中呈現為各種動員的話語，例如：號召群眾上街遊行、呼籲選民投票支持候選人、徵求民眾擔任救災志工、鼓勵民眾捐款援助等。
- (三) 投身型 (commissives)：說話者決心投入一件行動，而且是真誠地發話，例如：保證、答應、發誓。這類發話行動在社交媒體事件中展現為個體透過社交媒體公然承諾去做某事，如：某人宣布參選、加入政黨、決定擔任志工等。
- (四) 表態型 (expressives)：說話者表達特定的心理狀態，例如：道歉、恭喜、感謝、歡迎、痛惜，在這類發話行動中，事實為預設條件，重點在於說話者的態度與情感。這類發話行動在社交媒體事件中呈現為各種情緒表達，如：災難事件中表達難過、悼念、鼓勵、打氣的話語。
- (五) 宣示型 (declarations)：說者在特定情境下藉由說話而改變某種狀況，這種發話行動必須伴隨一種語言之外的其他機制運作，如：教堂、法院，一旦特定人說了某些話，它就符合這個機制產生效用，如：法官在法院宣判某人有罪。這類發話行動在社交媒體中較為少見，原因在於社交媒體並不具備這類特定機制讓發言產生特定效用。

除了最後一類較為罕見外，其餘四類的發話行動都在社交媒體事件中皆能發現。在實際分析的操作上，多數研究者會根據事件屬性將文本內容進行分類，經常採用框架分析來分析大量貼文內容的主題，

並統計各種框架在事件發展不同階段出現的頻率高低（盧安邦、鄭宇君，2017；Entman, 1993）。舉例而言，在災難事件中，最常出現的文本類型為災情資訊、救災行動、表達意見或情感（陳百齡、鄭宇君，2014）；在社會抗爭事件則可見到：定義問題、診斷原因、道德評判、建議解決方案（Entman, 1993；Zhou & Moy, 2007）；在選舉事件中，大量貼文的分析焦點經常是比較不同候選人之間的支持程度，透過文本的正負情緒分析以顯示網路公眾的支持或反對立場之多寡（Groshek & Al-Rawi, 2013）。

綜合這些社交媒體事件的個案研究，可歸納出研究者對大量文本的內容分析主要可從兩個面向切入，第一類關注的是文本內容的主題，在不同類型事件中，出現的主題類目有所差異；第二類關注的是發言者立場，計算大量發言者針對特定對象／議題／事件之支持或反對立場，藉此概括出該事件中多數群眾的立場。結合上述討論，本文並從時間性、文本類型、發言者立場這三個面向來探討不同社交媒體事件的特徵，並將這些特徵歸納於表一。

表一：社交媒體事件之特徵比較

	時間特性	文本類型	發言者立場	個案
選舉活動	時間固定、可預期、熱度時間有限	事實、評論、情緒（支持或反對）	意識形態對立（兩極化）、易受候選人或媒體議題設定影響	總統大選、台北市長選舉
重大災難	時間突發、不可預期	資訊、行動、表達	立場單一，以救災優先較少爭議。	莫拉克風災 高雄氣爆 復航南港空難
社會抗爭	時間敏感度中、持續時間較久	事實、歸因、責任、解決	立場複雜，非二元對立，包含支持、反對運動的群眾立場，以及政府、新聞媒體等組織立場。	洪仲丘事件 太陽花運動 雨傘運動
網路爆量事件	與網路社群討論或新聞報導的時間持續度相關	報導、對報導之評論、情感表達（支持或反對）	很多討論但缺乏大規模具體行動，若主流媒體未跟進報導，容易失去討論熱度。	馬習會 抵制林鳳營

資料來源：研究者自行整理。

研究發現：首先，不同類型事件的時間特性最為顯著，以每日為橫軸、社群貼文量為縱軸進行資訊視覺化分析，選舉事件的社群聲量為山峰狀，發文量與參與討論人數的高峰必然在選舉當天，選前選後的聲量皆遠低於此；災難事件則以事件發生之初為最高點，接下來發文量急劇下降；社會抗爭事件的發文量則較為複雜，一開始只有少數聲量持續關注該議題，若能穩定加溫，越過某個爆發點後，則會維持較高關注量，在抗爭過程中若發生不同陣營的衝突（通常是政府與抗爭者之間）則會再引起幾個波段的小高峰。上述三種類型事件時間變化的典型趨勢可參見圖 1～圖 3。

其次，分析事件相關的文本內容，藉此掌握不同類型事件中的主要發話行動。根據過去的研究發現，在選舉事件中，以引用事實資訊（如：新聞超連結）、評論（評比候選人）、表達情緒（支持或反對）為主（鄭宇君、施旭峰，2016）；在災難事件中，以莫拉克風災為例，貼文內容則是提供資訊（更新災情狀況）、行動（呼籲救援）、表達（討論或情感撫慰）這三類表述行動為主（陳百齡、鄭宇君，2014）；在社會抗爭事件中，則出現較複雜的文本內容，包括詳述事實（如：說明服貿條例內容）、歸因（解釋服貿背後的中國因素及可能後果）、責任（要求馬英九政府負責）、解決（抗爭者要求退回服貿）。

第三，分析參與事件的群眾類型與發言者立場，可以發現在政治

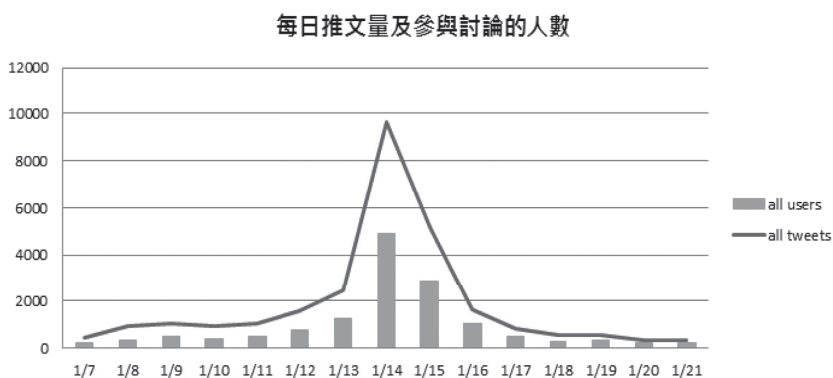


圖 1：2012 台灣總統大選 Twitter 每日推文量及發文人數

資料來源：〈探索 2012 台灣總統大選之社交媒體浮現社群：鉅量資料分析取徑〉，鄭宇君、陳百齡，2014，《新聞學研究》，120：143。

2015南港空難推文分布

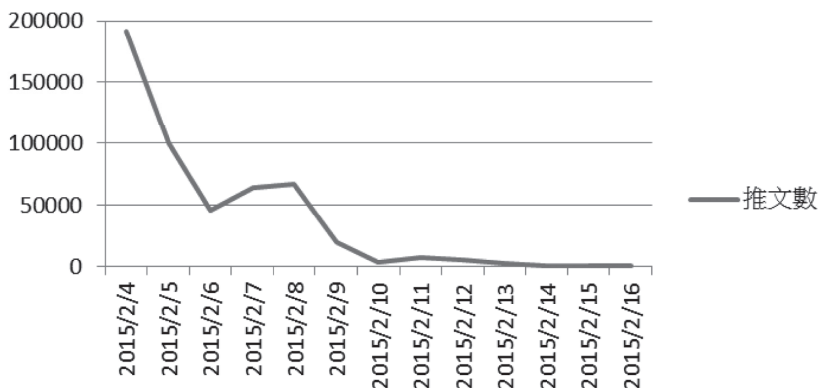


圖 2：2014 復興航空南港空難 Twitter 每日推文量變化

資料來源：研究者自行整理。

2014太陽花運動推文數與發文者

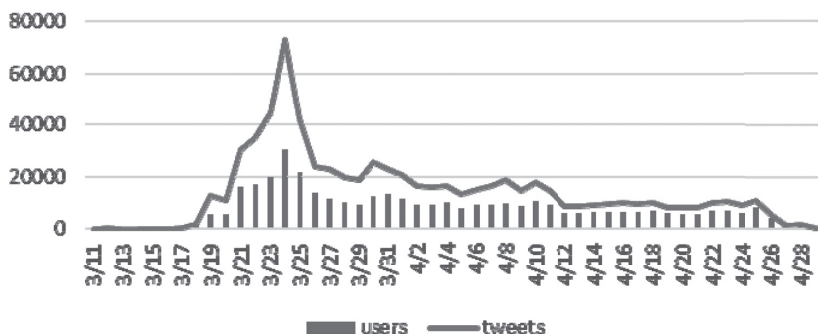


圖 3：2014 太陽花運動 Twitter 每日推文量及發文人數

資料來源：研究者自行整理。

或選舉事件中，經常反映現實政治的兩黨意識型態對決，也就是不同候選人的支持者形成極化的兩端，鮮少有相互交流與討論的狀況，國外諸多研究也都證實這個現象（Groshek & Al-Rawi, 2013）；在災難事件中，則是絕大多數參與者立場一致，皆為救災優先，只有少數群眾會把救災牽連到政治而有對立觀點（陳百齡、鄭宇君，2014）；但在社會抗爭事件中，參與群眾更為複雜，以太陽花運動為例，不同行

業受服貿協議的影響各異，有些行業受益、有些行業受害，因此「支持服貿」vs.「反對服貿」的社群聲量不相上下，真正獲得多數共識的是「反黑箱」，而在社會抗爭的不同階段，即使支持抗爭的群眾對抗爭策略亦容易有衝突，如：是否占領行政院、何時退場，這些不同主張也會反應在社交媒體上，引起眾多參與者論辯。

上述三種在線上與線下世界都發生重大影響的社交媒體事件外，最後一種是線上討論聲量大，但在現實社會實際參與人數較少的「網路爆量事件」。此外，Dayan & Katz (1992) 所關注以電視轉播為主的傳統「媒體事件」，這些事件的發生也會映射在社交媒體的討論聲量上。

三、社交媒體事件的構成要素

除了比較不同類型社交媒體事件的特徵外，亦可透過數位資料特有的後設資料進行分析，找出社交媒體事件的構成要素。Bruns & Stieglitz (2012, 2013) 利用社交媒體的後設資料進行分析，以 Twitter 的主題標籤 (#hashtags) 收集全世界 27 個事件的資料集，透過「推文含有超連結的比率」vs.「轉推 (retweet, RT) 占整體貼文比率」二項指標進行事件的標記，他們將所有資料集標示於同一座標圖 (圖 4)，結果發現可分為二大群聚：第一群是以電視轉播為主的媒體事件，如：英國皇室婚禮、歐洲歌唱比賽、澳洲選舉，低比率超連結 (10% ~ 20%)、低比率轉推 (10% ~ 30%)；第二群是災難事件與抗爭動亂事件，如：澳洲水災、紐西蘭地震、海嘯、倫敦暴動、利比亞動亂，高比率超連結 (40% ~ 50%)、高比率轉推 (40% ~ 60%)；唯一例外的是維基解密，它的超連結比率高達 70%。

從這些數據來看，第一群媒體事件反映用戶的雙螢幕觀看行為，人們一邊看電視實況轉播、一邊在社交媒體討論，由於大家同步觀看轉播，故不需引用超連結或轉推，他人也能理解當下的發言所指為何，這是即時轉播的媒體事件之特徵；第二群是災難與抗爭事件，當事件發生的範圍廣大，沒有完整資訊轉播，人們只能仰賴個別目擊者上傳訊息，因此使用者大量轉推他人訊息或分享超連結；唯一特例是維基解密，由於它是影響全球性的特殊事件，超連結都指向少數幾個與維基解密相關的特定網站。

Bruns & Stieglitz (2012) 根據長尾效應的史特金法則 (Sturgeon's

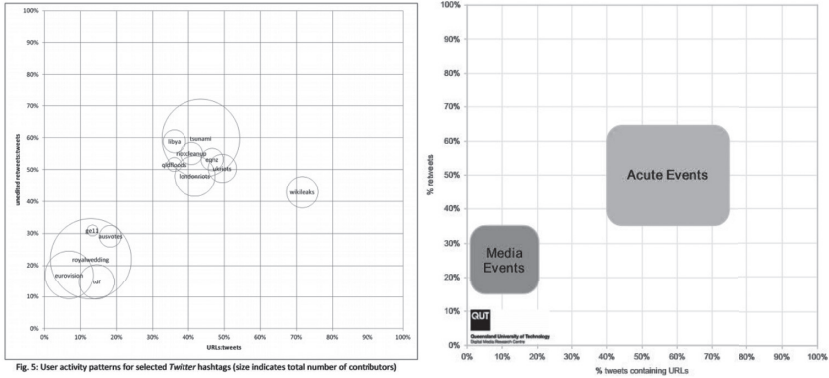


圖 4：不同事件資料集的超連結比率與轉推比率

資料來源：左圖出自“Toward more systematic Twitter analysis: Metrics for tweeting activities,” by A. Bruns & S. Stieglitz, 2013, *International Journal of Social Research Methodology*, 16: 103.

右圖出自“Towards a typology of hashtag publics: A large-scale comparative study of user engagement across trending topics,” by A. Bruns, B. Moon, A. Paul, & F. Münch, 2016, *Communication Research and Practice*, 2: 23.

Law) 將用戶分為三種類型：高度活躍用戶 (top 1% most active users)、活躍用戶 (next 9% of active users)、不活躍用戶 (the remaining 90% of users)，比較這三類用戶在各資料集貢獻的貼文程度，結果發現與政治選舉、抗爭相關的事件，如：全國大選、占領華爾街、埃及革命，由高度活躍用戶貢獻的內容比率愈高，意即少數人貢獻多數內容；愈接近媒體或娛樂事件，如：英國皇室婚禮、KONY2012 則由不活躍用戶貢獻較高，意即參與人數更多，每人貢獻很少內容；災難事件則位於上述這二類事件之間。

從上述用戶參與程度的比較，我們可發現災難、社會抗爭類型的「社交媒體事件」與以電視轉播為主的「媒體事件」有顯著差異：(1) 前者仰賴大量、不同來源的超連結文本做為傳播內容，後者仰賴少數、單一來源的廣電媒體轉播做為傳播內容的討論依據；(2) 前者需要少數的高度活躍用戶積極貢獻內容，無論是原創貼文（如：目擊者上傳現場照片）或分享他人文章（如：網路意見領袖發言），透過社會網絡分析可以發現這些人經常是網絡連結中顯著的重要節點（hubs），後者則相對不依賴高度活躍用戶，而是靠著廣大用戶觀看電視轉播來參與事件，因此在社會網絡分析中的顯著節點則是負責轉

播的電視台或主辦單位的帳號；(3) 前者的參與群眾傾向有更多的社交平台引用，如：在 Twitter 上引用 YouTube、Facebook、Instagram 等其他社交媒體內容；後者的參與群眾則經常是雙螢幕收視使用，一邊觀看電視現場轉播、一邊在社交媒體發文討論，民眾參與媒體事件的方式從傳統獨自在家看電視演變成今日在網路跟大家一起看電視，如：世界盃足球賽的 Twitter 發文、批踢踢電視版的 LIVE 文；(4) 前者事件裡面充滿了不連續性、去中心化的內容或群眾，這些參與者並不是一個真正的整體，例如在太陽花運動期間有關支持或反對服貿的爭議，個人在臉書上所見內容皆為與自己意見相近的同溫層社群，無法感知到位於不一樣同溫層的另一群用戶，所見的完全是相反的內容；後者仍然圍繞在某些儀式性的媒體事件，群眾透過社交媒體集體參與，進行共識性的意義表述。

從上述討論發現，仰賴電視轉播的傳統「媒體事件」在社交媒體上亦仍有一定表現。Vaccari, Chadwick, & O'Loughlin (2015) 認為，閱聽人同時使用雙螢幕 (dual screening)，代表著即時轉播的廣電媒體和社群媒體的實踐正相互跨越與轉換，融合出複雜的聚合，這個轉變能促進並重新形塑公眾的政治參與行為。Chadwick (2013) 更以混合媒體系統 (hybrid media system) 來稱呼社交媒體與傳統廣電媒體相互滲透的體系，閱聽人從不同媒體接受訊息後的行為也會影響他之後如何使用其他媒體。

無論是「社交媒體事件」或電視轉播的「媒體事件」，它們之間也有一些共通點，同樣都需要短時間內群眾的參與與情感的投入，用戶方便在社交媒體上看見自己想看的內容及親友共同參與的話題，甚至是社交媒體自動推播而來。這些共通點來自於社交媒體的物質性，例如：演算法的篩選訊息、方便快速分享的轉推功能、圖文交織的內容更利於群眾的情感投入、用戶互動與社群的形成。

因此，本文認為社交媒體具有引爆事件的潛能在物質性的基礎上，特別是它的雙重連結，一方面是人的連結，一小群人關心的事務透過層層疊疊的人際網絡，快速擴散到龐大社群；另一方面是平台技術的連結，透過共通的數位結構，用戶無論用任何型式數位工具寫作、拍攝、改造，只要將這些文字或影像內容透過社交媒體分享，其他平台用戶亦可透過超連結方式連到原始內容觀看，甚至可追蹤、記錄原始創作的時間、地理位置、創作工具等相關後設資料。

這些特性符合德勒茲所指明「事件」構成的要素：一則訊息（圖像或文字內容）可在社交媒體上進行無限延展，且這個延展的系列具有一致的內在特性，它同時也是創新，例如：2015年敘利亞難民男童溺斃海灘的照片在短短一日之內擴散全球，這幅照片引起數千網友改造成 memes，^[1] 這些改造圖片的大量分享反映的是人們的情感與理解，它形成了一起社交媒體事件，鼓動全世界跨地域、跨語言的群眾共同關心歐洲難民潮，正是社交媒體蘊含的潛能允許這樣的事件得以發生。

參、社交媒體事件之物質性基礎

軟體研究學者 Gitelman (2006: 7) 將媒介定義為：「媒介做為溝通之社會化體現的結構，這個結構一方面包含了技術型式與其相關協定 (protocols)，另一方面這個結構是一種文化實踐，不同的人具有同樣的心智地圖、他們分享並投身於再現的通俗本體論，形成一種儀式化搭配。」這句話展現社交媒體具有科技物與人類意義創造的雙重結構，也印證了我們必須同時從關切人類意義創造的傳播研究，以及關切科技物實踐的 STS 取徑切入，才能理解社交媒體平台做為當代主要媒介之重要性。

就社交媒體構建的生態系而言，它是由各種社交平台、全球各地用戶、演算法、即時產製的圖文內容、大量社群資料所組建而成，只有當各個元素在共同利益下合作，才能使一起事件得以在社交平台上浮現。以下從影響社交媒體平台生態系最重要幾個面向切入，包括：平台演算法對內容的篩選、吸引用戶投入的機制、圖文交織的內容串流。

一、社交平台的技術結構與演算法的介入

軟體滲透我們的日常生活，影響生活中的分類／排序之意涵，特別是社交媒體經由演算法給予的權力，開啟了「技術無意識」(technological unconscious) 的時代。Beer (2009) 指出「演算法的力量」(power of the algorithm) 就是一種技術無意識的代表；演算法一方面連結和詮釋使用者所產生的後設資料、展露出他們的使用模式，但另一方面透過介面調整來導引使用者的使用方式；在這種關係

下，使用者並不具有關於平台系統的充分知識，這些平台究竟如何使用這些後設資料，也未透明化，反而成為黑盒子。

Burrows (2009) 認為軟體演算法 (software algorithms) 的決策力量挑戰了人類能動性，資訊技術不只中介，更組成或構成了我們的生活；社會互動與連結不只被軟體與電腦語言／編碼所中介，更是經由它們所構成的。軟體在其中扮演重要角色，卻經常潛伏在「理所當然」的背景中，它對建構與分類人、地、物之影響往往難以看見。具體例子是使用者產製或分類線上內容的標籤，不再是我們去找資料，而是演算法根據用戶行為讓資料「找到我們」，如：臉書自動推薦用戶感興趣的內容，建議用戶這張照片該標籤什麼地點或哪些人。這種提示成為生活一部分，卻不一定被意識到，今日大部分傳播活動都在智能載具間自動發生，人類只能介入這傳播過程的一小部分，大部分人沒有察覺或真正知道這過程的全貌。

但也有學者認為使用者並非絕對弱勢，他們也有參與改變平台結構的可能，像是 Twitter 的轉推、#hashtag 功能，最初都是由使用者創作，後來才被平台官方吸納為標準功能。Gehl (2014) 認為，社交媒體的技術結構不全然由平台所決定，使用者應更積極參與社交媒體結構的設計，他以反 WTO、占領華爾街、阿拉伯之春等社會抗爭為例，在這些運動中，使用者的發布需求使他們不僅在發布線上內容時成為積極的行動角色，同時也形塑了這些網站的結構；為了改變社交媒體的結構，他建議用戶與行動者必須更早投入，並經常跟上社交媒體結構與軟體的發展，以避免任何的不平等與問題，及正在發生的各種隱私狀況。

van Dijck (2013) 指出，社交媒體做為連結性媒體，它的連結性 (connectedness) 是驅使許多用戶登入網站的動力，亦即人與他人產生連結，因而這些網路平台更加強調社交性，另一方面平台的可連結性 (connectivity) 快速成為有價值的資源，社交媒體平台所屬的大型公司，如：Google、Facebook，他們更感興趣的是用戶資料，這些資料是促成連結的副產品，但可給公司帶來額外的運用與好處，它促成的結果是平台之間的相互連結，如：Facebook、Twitter、YouTube，一個連結性媒體的生態體系 (ecosystem) 因而浮現。

社交媒體的興盛帶來新一波新媒體的資本主義，Google、Facebook、YouTube 等科技公司創造的新媒體經濟，由軟體技術構建

的架構決定了訊息流動及用戶投入的方式，研究者必須用逆向工程（reverse engineering）來理解社交媒體的組成與文化結構，特別是它如何被生產，製造者與使用者的關係，及使用者如何被允許以社交媒體框架來產製內容（Gehl, 2014）。

因而，人們在使用社交媒體時，表面上只與單一社交媒體互動，實際上在社交媒體上的每次點擊都代表與平台的雙重連結產生互動，一方面是使用者在社交媒體分享了文字、圖像、影音內容時，另一方面平台之間交換了資料與後設資料，包括各種超連結、影像格式、使用裝置，這些都會影響後續的圖文內容產製與使用者的意義詮釋。

二、使用者參與和社群聚合

社交媒體是人們進入網路世界的入口，社交媒體如此吸引社群參與（engaged）的主要因素在於「人們不需要去找資訊，想看的資訊自動來找你」，透過預先訂閱的新聞帳號、好友清單、追蹤的名人清單，平台即能透過演算法自動地將訊息發送到個別的客戶眼前，再加上平台預設的社交按鈕，用戶可以很輕鬆地透過按讚、分享、留言、標籤他人，與社群平台上的其他人產生互動，這足以產生一種共同觀看球賽、追蹤名人或參與事件的共在感，形成一個因事件而聚集在一起的暫時性社群。

Facebook 成功的關鍵之一就是把人際的友好互動簡化為一個按「讚」的視覺化指標，以豎起大姆指的圖像取代正向文字，使用者不必費心撰寫話語即可對他人傳遞正向訊息，這個按讚符號又可將眾人互動累積為「按讚數」，再影響其他用戶對該則貼文表態。Gerlitz & Helmond（2013）探討 Facebook 透過社交媒體按鈕追蹤用戶行為，並轉換為用戶參與的數據，社交按鈕與插件（plugin）可將不同網站彼此連結，讓用戶產生的不同數據彼此流動，像是「讚」按鈕是計算用戶參與的計數器，用來衡量用戶連結到不同網路的行為，促進了網路的重組與集中，他們將這種技術設施概念化為「按讚經濟學」（“like” economy）。

社交媒體中的分享行為以轉推功能為代表，最初它是使用者自創，只要在某人推文前加上「RT」再轉發出去即可快速分享訊息，後來被 Twitter 官方吸納為標準功能，開發出轉推鍵，讓用戶按一個鈕就可轉推出去。boyd, Golder, & Lotan（2010.01）是第一批使用混

合方法探索轉推多元、潛在的社會意義的學者，他們的研究發現，轉推可在 Twitter 場域展開一種短對話，擴大其他用戶的聲音和信號，這篇研究被後來學者廣泛引用。Larsson & Moe (2012) 則認為，轉推是衡量某些觀點在 Twitter 世界重要與否的關鍵，愈常被轉推的推文往往也是重要推文。Freelon (2014) 認為轉推是一種新的傳播功能，它能幫助訊息接觸更多受眾，但很多時候人們是「轉推而不背書」(retweets are not endorsements)。Highfield, Harrington, & Bruns (2013) 研究 2012 年歐洲歌唱大賽，發現特定 Twitter 帳號的追蹤者組成了一個社區，轉推具有顯著的會話功能得以組織群眾，用戶可以在轉推發送之前進行編輯，它有助社區裡的成員進行對話。

總體而言，學者研究發現轉推有三個具體的意義：令人感興趣、信任、影響力，這些功能彼此重疊，它使得轉推成為衡量訊息是否重要的有效指標；有學者認為分享或轉推本身是一種使用者以個人信譽為訊息背書的形式，但也有學者發現轉推只是純分享訊息，不一定代表分享者對訊息背書，必須考量轉推的情境。

Gladwell (2010.10.04) 認為透過 Twitter 和 Facebook 等社交網路建立起來的人際關係屬於「弱連結」，雖然在網路上響應回覆某活動非常容易，但透過弱連結難以將網路的力量落實到現實行動中，因為低黏性的人際連結有助於資訊交流，卻無法使人承擔風險、挑戰社會常規，甚至改變社會秩序。但 Rheingold (2012) 則抱持樂觀看法，他認為社交媒體方便人們用不同程度、不同方式參與公共事務，他提出「參與的幕次定律」(power law of participation)，使用者利用社交媒體連結有意願參與社運的少數人，透過線上私密社團完成協力分工，可向公眾發布社運訊息，號召更多人響應並形成實際的街頭抗議或遊行，其他參與者也可輕易利用社交按鈕協助訊息擴散，並在社交媒體上進行對話與論辯。這使得過去侷限於小眾參與的社會抗爭，得以透過社交媒體的參與鷹架讓更多人輕易參與，並形成參與的社群。

社交媒體也會促成重大事件中社群的浮現，像是在災難、社運、選舉事件中，都會有因應事件而產生的浮現社群，如：選舉期間促成浮現的政治對話社群(鄭宇君、陳百齡，2014；Burgess & Bruns, 2012；Vaccari & Valeriani, 2015)；當災難事件發生，社交平台的互動機制協助志工們自發性地組織起來，透過「#hashtags」達成群眾外包的救災行為(Starbird & Palen, 2011.05)。社交媒體促成網絡化

運動的連結行動邏輯（logic of connective action），透過互動性高的數位媒體將主題個人化，透過個人網絡將公民訊息傳播出去，號召廣大的群眾參與，它可以沒有具體領導者、沒有傳統組織，透過水平化社交平台擴散訊息並動員群眾參與（Bennett & Segerberg, 2012；Bennett, Segerberg, & Walker, 2014）。

總結而言，社交媒體經由技術的介入形塑出一種「分享」的意識型態，人們習慣透過分享與社群互動，按讚或留言也可視為用戶將個人態度分享予公眾，它帶來了一種社群參與的文化，訂閱相同新聞帳號的用戶具有形成社群的潛力、粉絲訂閱名人或節目帳號產生互動亦可能形成社群，更多人可用簡單方式參與並關注公共事務，並在參與的過程中，使個體與他人產生更多互動，進而形成了不同規模、不同形態、持續時間不一的各式各樣社群。

三、圖文交織的內容構成了連結性記憶

早年的網路論壇以文字為主要的溝通媒介，2010年以後的社交媒體愈來愈強調以圖像、影音的分享來吸引用戶投入。因為圖像比文字更容易擴散，一方面是演算法將圖像曝露在動態訊息的優先性高於文字，另一方面是圖片不像文字長於論理，經常以感性訴求使人們表達情感的意願激增，並可透過文字、表情符號、分享、按讚等方式展現，而影像分享的力量可跨越文字的藩籬，在社交媒體的分享上，感性邏輯往往比理性邏輯更容易觸動人心。

Highfield & Leaver（2016）指出視覺內容已是當前社交媒體活動的重要組成，無論是以視覺為主的 Instagram 和 Vine，或是圖文並用的 Facebook、Twitter、Tumblr，包含自拍、動圖（looping media）、資訊圖表、memes、及線上影音等形式更加普遍，視覺和資訊呈現是重要的考量元素，但社會文化研究對這些以視覺為核心元素的線上傳播活動之分析，遠落後於文字主導的社交媒體分析，視覺社交媒體是「影像為基礎」且「互文內容」，因而當視覺與文字協力時，表面上的一詞多義（polysemy）將有更多層次的意涵。

學者探究圖像分享對人類生活的意義，van Dijck（2010）認為照片分享平台是透過照片交換形成用戶的共同觀點和經驗空間，同時也是集體回憶的視覺檔案資料庫，他指出 Flickr 作為一個社交平台

和資料庫之結合，提供了無限連結的建構（the construction of infinite connections），它被嵌入在連結的文化裡，這種文化及社會網絡結構力量逐漸滲透在日常生活之中。

van Dijck (2010) 提醒，照片分享網站所謂的「集體記憶」和「集體遺產」很大程度是受到電腦程式編碼與機構協定影響之結果，在社交網絡平台中創造的連結性（connective）與集體性（collective）是不同的，傳統所稱的「集體記憶」（collective memory）是指人和人共同經歷了某種普遍性的經驗連結，集體記憶是個體心靈與其他個體心靈觸碰之結果；相對的，「連結性記憶」或「網絡化記憶」卻是人類心靈和技術交織的結果，它是在網絡環境的數位實踐活動中所產生的「社會—技術」之事物；我們的記憶受到數位技術之影響，連結的動態性構成了記憶的最根本環境，物質性技術成為了一個重要的中介者。以大家習以為常的例子來說，Facebook 經常跳出訊息提醒用戶去年此刻正在做什麼，正是連結性記憶的最佳例證。

簡言之，van Dijck (2010) 認為用「連結性」取代「集體性」更能貼近描述照片分享的社交網站，它不只是照片分享／交換的網站或影像檔案庫，更是基於無限連結過程中所構建的社交媒體資料平台，其中演算法扮演了重要角色，所有上傳的影像資料都有意識／無意識地提供了大量資料和後設資料，透過不可見的演算法和社交平台機制，這些資料被再製為新的物件，促成了社會活動或人類行為，包括對過去或記憶的建構。社交平台成為了連結人類意見、經驗，和記憶之管道，而底下則是社會與技術所構建的展演結構（performative infrastructures）。

從另一個角度看，新聞分享是 Twitter 中的重要活動，新聞影像的分享也是，除了媒體記者拍攝的照片外，在記者無法及時到達的場所，個人在社群平台發布的照片經常成為第一手的影像證據，它除了是新聞報導引用的來源外，也是人們轉發的焦點；其他像是體育活動也是 Twitter 常見的新聞討論主題，因此可推論適合上鏡頭的活動會更容易以照片的形式來分享。另外，名人在 Twitter 上具有影響力，尤其當名人發布自拍照時，對追隨者形成一種直接與名人接觸之印象，用戶透過轉推名人圖片與相同興趣的粉絲互動是一個普遍的現象（Thelwall et. al., 2016）。

在天災或公民抗議事件中社交媒體常有大量影像素材，人們透過

這些素材認識與記得這些事件，智慧手機更推動這進程，它不只是攝影機，更是傳播載具，愈來愈多災難事件目擊者把影像寄給主流媒體或上傳網路分享平台，如：2005年7月的倫敦爆炸案中，許多目擊者拍下照片上傳網路，給予「#hashtags」，或寄給BBC等媒體（Vis, Faulkner, Parry, Manyukhina, & Evans, 2014）。Mortensen（2011）認為，攝影向來被賦予證據與見證之信念，但當前用手機的攝影見證不再只是道德義務，而以照片之觀看形式作為個人經驗一部分，這也意謂觀看行為在線上流通之欲望（我們想要看他人正在看什麼），在社交平台中所稱的「目擊」是指透過（鏡頭）中介而取得的視覺經驗，一如今日在社交媒體上看到各種行車記錄器、監視器拍下的「目擊」畫面。

社交媒體的圖文交織發布已是常態，它是吸引用戶投入與關注的主要因素，特別是智慧手機的即時拍照上傳功能，在突發事件發生時，一張精采的目擊照片與文字描述可快速地在社交媒體傳布並引起熱烈迴響，對社交媒體事件的浮現具有決定性作用。這樣決定性的影像內容過去掌握在新聞記者的攝影鏡頭裡，今日則是人人都有機會成為發布關鍵影像的目擊者，一如南港空難時某位民眾正巧拍攝到飛機即將墜落時擦過高架橋上計程車的一瞬間，這張照片及影像上傳到社交媒體 Twitter 與 YouTube 後，成為全球社交媒體在這起災難事件中最廣泛傳布的連結性記憶。

肆、代結語：融合 STS 與傳播研究探討社交媒體事件

從 Dayan & Katz 在 1992 年出版《媒體事件》迄今已有二十五年之久，在這四分之一世紀當中，傳播生態已有翻天覆地的轉變，媒體事件由電視新聞即時轉播為事件核心，演變到今日社交媒體事件是以社會網路平台的群眾分享擴散為主要動力；前者事件是由少數的政經權力與媒介組織共同形構而成，後者事件則仰賴社交媒體平台公司的技術結構與無組織群眾的力量所共同形構。換言之，前者是由寡占的政治—經濟—媒體組織為中心而形成的媒體事件，後者則是由科技公司—資料—演算法—新聞媒體—文字圖像—使用者等多重元素構成的網絡，加上「機會」所主宰的社交媒體事件。

綜合前述幾節討論，我們可以重新思考新型態的社交媒體事件有那些可能樣貌：首先，像是奧運會、世足賽、皇室婚禮、教宗登基等

Dayan & Katz (1992) 所關注的傳統媒體事件在社交媒體時代亦不會消失，只是它的形貌有了轉變，閱聽人以多重螢幕觀看的方式來參與這類共識性媒體事件，人們一邊看著電視新聞（或網路影音）直播的慶典畫面，一邊在社交媒體上與眾人一起評論，藉此更加融入參與事件，成為這類儀式性媒體事件的一環。

其次，線上影響線下（online to offline, O2O）的社交媒體事件，特別是網絡化社會運動的風起雲湧。在二十世紀後半，以電視為主要傳播管道的年代，當電視被國家主要政治經濟力量所掌控，主流媒體會過濾或美化對執政者不利訊息，大規模革命難以發生，但在社交媒體出現之後，反抗當權者的組織與個體意見透過社交媒體上的群眾分享得以被更多人看見，以螞蟻雄兵方式突破主流媒體被執政者掌控的局面，因此才有茉莉花革命、太陽花運動、雨傘運動的出現。這股線上影響線下的力量也擴散到政治活動與選舉事件，包括台北市長柯文哲的當選、英國脫歐公投、美國總統川普當選，社交媒體將個別民眾的不滿力量透過他們的按讚、分享，凝聚成一股能夠影響投票結果的力量。

第三，網路爆量的社交媒體事件，意指只在線上引起眾多群眾討論，並未對線下產生實質重大影響的事件。這類事件經常發生，它的源頭經常是一則影片或一起事故，它可能出於行銷的刻意操作（如：網路爆紅的素人），或是組織的危機處理不當，在短時間內引起大量消費者在社交媒體抱怨，也可能是某些群體發起的社會倡議活動。然而，這類事件若不能使多數線上參與者把不滿或認同轉化為實際的線下行動，往往只能喧騰一時，在下一次事件爆發時就被遺忘。

回到德勒茲對於事件的觀點來看，他強調事件的模式便是「問題性」，事件獨自支撐了問題，並且定義了問題的條件。從這個角度來看洪仲丘事件與抵制林鳳營事件之差異，何以前者能從線上爆量討論延續到線下世界串連成大規模行動，後者僅是網路爆量事件，而無法引起大規模具體行動；本文認為差別就在於支撐兩起事件的問題性不同，前者涉及長久以來的軍中人權問題，後者則是個別廠商的信譽問題，但問題性對於社交媒體事件之影響，難以單從網路文本的數量與時間序列分析來看，必須進一步考察此一問題性在當地社會文化的系譜，它超出了本文的分析架構，這是本文的研究限制，留待未來有機會再另文探討之。

從 STS 的角度來看，社交媒體的物質性使得上述三種類型的事件成為可能。Facebook 與 Twitter 這兩個全球主要社交媒體科技公司最初在設計平台技術結構時，即以促進人們社交互動與訊息流動為主要目的，降低群眾表達意見與情緒的門檻，並藉由分享的意識型態來吸引群眾投入。這些網絡化社交媒體的去中心化特性，使得社交媒體事件的浮現，非由單一組織或個體所決定，儘管新聞機構發布的內容與相關討論還是在社交媒體事件的形構中占了一定份量，但重點不在於特定新聞機構發布了什麼內容，而是有多少人願意分享該則新聞，才使其能見度增加，一旦量變才能質變，促成社交媒體事件之浮現。

另一方面，從技術結構來看，Facebook 與 Twitter 最大的差別在於 Facebook 訊息結構是鼓勵用戶垂直互動，在某人貼文下留言，只有在該則貼文下留言的人才便於參與互動，有助於社交互動與社群形成；Twitter 訊息結構則是水平互動，無論是回應某人發文或分享，都會形成一條新訊息擴散給發文者的所有追蹤者看到，方便訊息快速傳遞。這二種平台的不同訊息結構造就他們的個別屬性，前者強於社群凝聚，後者擅長訊息發布，但彼此的訊息又會跨平台流動與相互影響。

因此，真正影響重大的社交媒體事件經常是跨平台流動，先是在訊息流通快速的 Twitter 擴散到更廣的跨國群眾，加上 YouTube 的影像傳播，影像分享的力量可跨越語言文字的藩籬，接著在社群凝聚強的 Facebook 喚起更多人關注，當群眾情感與意見表達的意願激增，透過文字、表情符號、圖像、分享、按讚的方式展現，最後匯流成一股強大的群眾力量才能促使事件形成。

總結而言，本文嘗試融合 STS 與傳播研究取徑，探究社交媒體事件的浮現邏輯，從實際的個案研究中歸納出不同社交媒體事件之特色，探討時間特性、文本類型、發言者立場的差別；從社交媒體平台的物質性說明平台的技術結構、圖文內容串流如何吸引用戶投入，得以在短時間內促成社群聚合，共同參與一起社交媒體事件的發生。這是一篇初探性嘗試，希望有助研究者能以不同的視角看待今日多樣貌的社交媒體事件。

註釋

- [1] Internet meme 可譯為網路瀰因／網路爆紅，源自作家 Richard Dawkins 於 1976 發行的《自私的基因》(*The Selfish Gene*) 一書，他在書中提到的「memetic」(文化基因)，之後被人們直接稱為「meme」，它是文化資訊傳承時的單位，其定義是「一個想法，行為或風格從一個人到另一個人的文化傳播過程。後來被用來指稱網路上大量被修改、混搭、再挪用的圖像，像是各種表情包、著名影音內容的再次創作等，甚至是快速爆紅的影音內容或改圖 (Goriunova, 2013 ; Vickery, 2014)。」

參考書目

- Dayan, D.、邱林川、陳韜文(2009)。〈「媒體事件」概念的演變〉，《傳播與社會學刊》，9：1-17。
- 方念萱(2016)。〈媒介化、行動化：媒介化理論與行動者網絡理論的對話〉，《傳播文化與政治》，4：55-83。
- 江淑琳(2016)。〈探索數位即時新聞生產之物質性的可能研究取徑〉，《傳播文化與政治》，4：27-54。
- 李瑞娟(2015.11)。〈誰設定了選舉議題？2014年北市市長競選新聞的議題建構研究〉，「2015臺灣資訊社會研究學會年會暨論文研討會」論文。台灣，新竹。
- 邱林川、苗偉山(2016)。〈反思新媒體事件研究：邱林川教授訪談錄〉，《國際新聞界》，7：11-23。
- 邱林川、陳韜文(2009)。〈邁向新媒體事件研究〉，《傳播與社會學刊》，9：19-37。
- 區國強、陳百齡、潘金谷(2017)。〈另一種「新聞攝影」？——以「洪仲丘事件」中 Facebook 粉絲頁為例，初探社群平臺之影像傳播〉，《傳播研究與實踐》，7(1)：141-180。
- 陳百齡(2014.11)。〈社群平臺在災難事件中的訊息引述和擴散：復航澎湖空難 Twitter 的網址分析〉，「臺灣資訊社會研究學會(TAIS)年會暨論文研討會」論文。台灣：新竹。
- 陳百齡、鄭宇君(2014)。〈從流通到聚合：重大災難期間浮現的資訊頻道〉，《新聞學研究》，121：89-125。
- 齊思賢譯(2000)。《引爆趨勢》。台北市：時報。(原書 Gladwell, M. [2000]. *The tipping point: How little things can make a big difference*. London: Abacus.)
- 鄭宇君(2016)。〈社交媒體之雙重性：人的連結與技術的連結〉，《傳播文化與政治》，4：1-25。
- 鄭宇君、施旭峰(2016)。〈探索 2012 台灣總統大選社交媒體之新聞來源引用〉，《中華傳播學刊》，29：109-135。
- 鄭宇君、陳百齡(2014)。〈探索 2012 台灣總統大選之社交媒體浮現社群：鉅量資料分析取徑〉，《新聞學研究》，120：121-165。

- 鄭宇君、陳百齡（2016）。〈探索線上公眾即時參與網絡化社運——以臺灣 318 運動為例〉，《傳播研究與實踐》，6：117-150。
- 鄭宇君、陳百齡（2017）。〈香港雨傘運動的眾聲喧嘩：探討 Twitter 社群的多語系貼文〉，《傳播與社會學刊》，41：81-117。
- 鄭宇君、賴至慧、陶振超（2015.11）。〈災難事件中網路社群之互動與協作：以 2014 年高雄氣爆為例〉，「國立交通大學人文與社會研究中心 104 年學術研討會」論文。台灣：新竹。
- 盧安邦、鄭宇君（2017）。〈用方法說故事：探析電腦輔助文本分析工具在框架研究之應用〉，《傳播研究與實踐》，7：145-178。
- Beer, D. (2009). Power through the algorithm? Participatory web cultures and the technological unconscious. *New Media & Society, 11*, 985-1002.
- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2012). The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics. *Information, Communication & Society, 15*, 739-768.
- Bennett, W. L., Segerberg, A., & Walker, S. (2014). Organization in the crowd: Peer production in large-scale networked protests. *Information, Communication & Society, 17*, 232-260.
- Berry, D. M. (2014). *Critical theory and the digital*. New York: Bloomsbury.
- Boczkowski, P., & Lievrouw, L. (2007). Bridging STS and communication studies: Scholarship on media and information technologies. In E. J. Hackett, O. Amsterdamska, M. E. Lynch, & J. Wajcman (Eds.), *The handbook of science and technology studies* (3rd ed., pp. 949-977). Cambridge, MA: The MIT Press.
- boyd, d., Golder, S., & Lotan, G. (2010.01). *Tweet, tweet, retweet: Conversational aspects of retweeting on Twitter*. Paper presented at the International Conference on System Sciences, Hawaii.
- Bruns, A., Moon, B., Paul, A., & Münch, F. (2016). Towards a typology of hashtag publics: A large-scale comparative study of user engagement across trending topics. *Communication Research and Practice, 2*, 20-46.
- Bruns, A., & Stieglitz, S. (2012). Quantitative approaches to comparing communication patterns on Twitter. *Journal of Technology in Human Services, 30*, 160-185.

- Bruns, A., & Stieglitz, S. (2013). Toward more systematic Twitter analysis: Metrics for tweeting activities. *International Journal of Social Research Methodology*, 16, 91-108.
- Burgess, J., & Bruns, A. (2012). (Not) The Twitter election: The dynamics of the #ausvotes conversation in relation to the Australian media ecology. *Journalism Practice*, 6, 384-402.
- Burrows, R. (2009). Afterword: Urban informatics and social ontology. In M. Foth (Ed.), *Handbook of research on urban informatics* (pp. 450-454). Hershey, PA: Information Science Reference.
- Chadwick, A. (2013). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Dayan, D. (2008). Beyond media events: Disenchantment, derailment, disruption. In M. E. Price & D. Dayan (Eds.), *Owning the Olympics: Narratives of the new China* (pp. 391-402). Ann Arbor, MI: University of Michigan Press.
- Dayan, D., & Katz, E. (1992). *Media events: The live broadcasting of history*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Deleuze, G. (1969a/1990). Ninth series of the problematic. In C. V. Boundas (Ed.), *The logic of sense* (M. Lester, Trans., pp. 52-57). New York: Columbia University Press.
- Deleuze, G. (1969b/1990). Twenty-first series of the problematic. In C. V. Boundas (Ed.), *The logic of sense* (M. Lester, Trans., pp. 148-153). New York: Columbia University Press.
- Deleuze, G. (1988/1993). What is an event? In *The fold: Leibniz and the Baroque* (T. Conley, Trans., pp. 76-82). Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43 (4), 51-58.
- Foucault, M. (1968). On the archeology of the sciences: Response to the epistemology circle. In J. D. Faubion (Ed.), *Michel Foucault, the essential works of Michel Foucault 1954-1984* (Vol. 2, pp. 297-333). New York: The New Press.
- Foucault, M. (1972/2010). *The archaeology of knowledge* (A. M. S. Smith,

- Trans.). New York: Pantheon Books.
- Freelon, D. (2014). On the interpretation of digital trace data in communication and social computing research. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 58(1), 59-75.
- Gehl, R. W. (2014). *Reverse engineering social media: Software, culture, and political economy in new media capitalism*. Philadelphia, PA : Temple University Press.
- Gerlitz, C., & Helmond, A. (2013). The like economy: Social buttons and the data-intensive web. *New Media & Society*, 15, 1348-1365.
- Gitelman, L. (2006). *Always already new: Media, history, and the data culture*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Gladwell, M. (2010.10.04). Small change: Why the revolution will not be tweeted. *The New Yorker*. Retrieved October 7, 2010, from <http://www.newyorker.com/magazine/2010/10/04/small-change-malcolm-gladwell>
- Goriunova, O. (2013). The force of digital aesthetics: On memes, hacking, and individuation. *The Nordic Journal of Aesthetics*, 24(47). doi: 10.7146/nja.v24i47.23055
- Groshek, J., & Al-Rawi, A. (2013). Public sentiment and critical framing in social media content during the 2012 U.S. presidential campaign. *Social Science Computer Review*, 31(5), 563-576.
- Hepp, A., & Couldry, N. (2010). Introduction: Media events in globalized media culture. In N. Couldry, A. Hepp, & F. Krotz (Eds.), *Media events in a global age* (pp.1-20). London: Routledge.
- Highfield, T., & Leaver, T. (2016). Instagrammatics and digital methods: Studying visual social media, from selfies and GIFs to memes and emoji. *Communication Research and Practice*, 2, 47-62.
- Highfield, T., Harrington, S., & Bruns, A. (2013). Twitter as a technology for audiencing and fandom: The Eurovision phenomenon. *Information, Communication & Society*, 16, 315-339.
- Himelboim, I., Sweetser, K. D., Tinkham, S. F., Cameron, K., Danelo, M., & West, K. (2016). Valence-based homophily on Twitter: Network analysis of emotions and political talk in the 2012 presidential election. *New Media & Society*, 18, 1382-1400.

- Kellner, D. (2010). Media spectacle and media events: Some critical reflections. In N. Couldry, A. Hepp, & F. Krotz (Eds.), *Media events in a global age* (pp. 76-92). London: Routledge.
- Kitchin, R., & Dodge, M. (2011). *Code/space: Software and everyday life*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Larsson, A. O., & Moe, H. (2012). Studying political microblogging: Twitter users in the 2010 Swedish election campaign. *New Media & Society, 14*, 729-747.
- Mortensen, M. (2011). The eyewitness in the age of digital transformation. In K. Andén-Papadopoulos & M. Pantti (Eds.), *Amateur image and global news* (pp. 63-75). Bristol, UK: Intellect.
- Palen, L., Vieweg, S., Sutton, J., Liu, S. B., & Hughes, A. (2007.10). *Crisis informatics: Studying crisis in a networked world*. Paper presented at the International Conference on E-Social Science, Michigan.
- Rheingold, H. (2012). *Net smart: How to thrive online*. Cambridge, UK: The MIT Press.
- Searle, J. R. (1969). *Speech acts: An essay in philosophy of language*. New York: Cambridge University Press.
- Searle, J. R. (1976). A classification of illocutionary acts. *Language in Society, 5*(1), 1-23.
- Shklovski, I., Burke, M., Kiesler, S., & Kraut, R. (2008.04). *Use of communication technologies in Hurricane Katrina aftermath*. Paper presented at the 26th Annual CHI Conference on Human Factors in Computing Systems, Florence, Italy.
- Stanford Encyclopedia of Philosophy. (2014.08.27). *Events*. Retrieved June 17, 2017, from <https://plato.stanford.edu/entries/events/>
- Starbird, K., & Palen, L. (2011.05). "Voluntweeters": Self-organizing by digital volunteers in times of crisis. Paper presented at the 2011 Annual Conference on Human Factors in Computing Systems, Vancouver, Canada.
- Thelwall, M., Goriunova, O., Vis, F., Faulkner, S., Burns, A., Aulich, J., et al. (2016). Chatting through pictures? A classification of images tweeted in one week in the UK and USA. *Journal of the Association*

for Information Science, 67, 2575-2586.

- Theocharis, Y., Lowe, W., van Deth, J. W., & García-Albacete, G. (2015). Using Twitter to mobilize protest action: Online mobilization patterns and action repertoires in the Occupy Wall Street, Indignados, and Aganaktismenoi movements. *Information, Communication & Society, 18*, 202-220.
- Vaccari, C., Chadwick, A., & O'Loughlin, B. (2015). Dual screening the political: Media events, social media, and citizen engagement. *Journal of Communication, 65*, 1041-1061.
- Vaccari, C., & Valeriani, A. (2015). Following the leader! Direct and indirect flows of political communication during the 2013 Italian general election campaign. *New Media & Society, 17*, 1025-1042.
- van Dijck, J. (2010). Flickr and the culture of connectivity: Sharing views, experiences, memories. *Memory Studies, 4*, 401- 415.
- van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. New York: Oxford University Press.
- Vickery, J. R. (2014). The curious case of Confession Bear: The reappropriation of online macro-image memes. *Information, Communication & Society, 17*, 301-325.
- Vis, F., Faulkner, S., Parry, K., Manyukhina, Y., & Evans, L. (2014). Twitpic-ing the riots: Analysing images shared on Twitter during the 2011 U.K. riots. In K. Weller, A. Bruns, J. Burgess, M. Mahrt & C. Puschmann (Eds.), *Twitter and Society* (pp. 385-398). New York: Peter Lang.
- Wajcman, J., & Jones, P. K. (2012). Border communication: Media sociology and STS. *Media, Culture & Society, 34*, 673-690.
- Woolgar, S. (1991). Configuring the user: The case of usability trials. In Law, J. (Ed.), *A sociology of monsters: Essays on power, technology and domination* (pp. 58-102). London: Routledge.
- Zhou, Y., & Moy, P. (2007). Parsing framing processes: The interplay between online public opinion and media coverage. *Journal of Communication, 57*, 79-98.

Exploring the Emerging Logic of Social Media Events: An Approach Integrating STS and Communication Research

Yu-Chung Cheng*

Abstract

The purpose of this article was to study the emergence of social media events by integrating science and technology studies (STS) and communication research. This article focuses on ‘events’ and ‘the material conditions’ of social media. Based on empirical case studies, the author summarizes the characteristics of social media events and discusses the differences in time characteristics, types of texts and speaker standpoints. The article also analyzes the platform structures, graphic content, and user engagement to reveal the roles of the material conditions of social media in event formation in social media. This study reveals the diversity of social media events through analyses from different perspectives.

Keywords: platforms, social media, social media events, material conditions, big data, media events

*Yu-Chung Cheng is Associate Professor at the Department of Mass Communication, Hsuan Chuang University, Hsinchu, Taiwan.