

# 媒介化與跨媒介敘事想像： #MeToo 如何交織故事世界\*

曹琬凌\*\*

## 摘要

媒介無所不在已改變了現今人們生活與致知的本質，國際新興傳播理論「媒介化」(mediatization)正從歐陸向外湧動，以嶄新的視野探看媒介化世界。本文爬梳近年陸續提出之媒介化理論概念，首先述明媒介化概念如何朝向側重社會建構過程；其次說明傳播形定、深媒介化與閱聽人化的概念流變；繼而以「#MeToo」為案例帶入跨媒介敘事之閱聽人參與交互討論，最後試以詮釋媒介化如何引借敘事觀點互相證成於新舊交融之深媒介化環境下的意義建構過程。

**關鍵詞：**深媒介化、媒介化、傳播形定、跨媒介敘事、閱聽人參與、#MeToo

\* 本文為科技部研究計畫《媒介化敘事的在地實踐：探索《老鷹想飛》紀錄片交織的故事世界》(MOST 108-2410-H-992-001)之部分研究成果，作者感謝匿名評審、編輯委員會的悉心指正與協助以及研究助理賴麒全、蘇郁涵協助蒐集資料與討論。

\*\* 曹琬凌為高雄科技大學文化創意產業系助理教授，E-Mail: selena.tsao@gmail.com。  
投稿日期：2020/1/20；通過日期：2020/09/01

## 壹、前言

故事猶如繞圈，並不以直線方式行進。因此，你最好在圈之中聆聽。故事存在於故事之內，又在故事之間。追尋它的途徑既容易又困難，正如找到回家的路一樣。（Metzger, 2007, p. 49; as cited in Lambert, 2010, p. v）。<sup>1</sup>

二十一世紀首個十年即將進入最後一年的前夕，擁有全球十億人口的社群平台 Instagram 發佈 2018 年度報告，其中社群討論最多的社會運動標籤為 #MeToo——這個帶動全球反性騷擾的網路標籤，一年內在 IG 帶動 150 萬次的標示（秦沛璇，2018 年 12 月 19 日）。這群女性勇敢揭露各行各業普遍存在性騷擾及性侵的運動，藉由全球社群軟體溢散傳布以及主流媒體接續報導，掀起「我也是」風潮，正如數位敘事研究者 Lambert（2010）上述引文，猶如一個「故事圈」（story circle）圍繞日常生活，鼓勵更多受害者挺身而出。

此種藉由數位社群平台「將故事圈在一起」的連結性（connectivity），正是當前深媒介化環境的趨勢之一（Hepp & Hasebrink, 2018），如前述的「#MeToo 運動」藉由大眾／社群媒介等跨媒介平台，突破敘述者／閱聽人的二元分野，受害者得以轉化為行動者，在此「故事圈」接棒延續自我敘事動能，成為「沒有具體『廣場』，也沒有具體『領袖』的社會運動」（張潔平，2018 年 8 月 8 日），不可忽略媒介在其中催化的作用。

我們身處的世界已交織在無所不在的媒介織網與肌理之中（Jansson, 2013; Silverstone, 1999），不僅改變人們致知的途徑，敘事者、轉述者、閱聽人的疆界亦日益模糊難辨。媒介作為傳播的修正者（modifier, Krotz & Hepp, 2013），已將我們當前傳播形式轉化為高度連結於上述的「故事圈」，交融著面對面人際傳播、中介的人際傳播、互動性傳播以及採取標準化內容的大眾傳播方式之接收／挪用等混媒模式（Hepp, 2013a）。在這樣的媒介環境之下，上述 #MeToo 運動所體現的敘事方式亦隨媒介與傳播之變而變。

如 Couldry（2009）所言，媒介化概念始於「回應」新媒介科技已構成無所不在的日常生活肌理，<sup>2</sup> 須以新的學術視角解開關於媒介之「未解之謎」；媒介化既已影響我們日常生活的意義產製，因此必

須從媒介研究之產製／文本／閱聽人之不變三角（Couldry & Hepp, 2013）延伸探索媒介化如何「與」社會互動。

然而，媒介無所不在的特質以及伴隨而來的跨域效應，固然成為歐陸媒介化學者致力學理創新之推力，亦構成理論與方法上的雙重挑戰。正如媒介化此一新興傳播概念的定義所描述：一面是媒介與傳播的變遷，一面是社會、文化脈絡變化的互動過程，值得批判性的檢視（Couldry & Hepp, 2013）；當數位技術助長媒介超越時空的連結性與社會互動，使得媒介化研究的核心議題更為複雜，須在概念化過程拓展相應解答。

首先，必需回應理論解釋力不足的批評。Deacon & Stanyer（2014, 2015）直言，媒介化概念太過統攝且缺乏區辨力（discriminatory forces），容易落入「無差別概念」（a concept of no difference），以致沒有什麼身處局外（mediatization has no outside）；再者，媒介化研究欲處理媒介橫跨各個社會領域的串聯效應（Couldry, 2014）勢必得開展跨領域研究。Hepp, Hjarvard, & Lundby（2015）回應學界質疑時提出，希望媒介化成為跨學科對話平台，與其他學科的研究者協力，共同面對當代正在巨變的經驗。然而欲採取此種「媒介化與」（mediatization and）的研究取徑，聚焦「媒介化與」其他社會建制互動的形貌與過程（Deacon & Stanyer, 2015; Hepp et al., 2015），仍需要持續深化理論與經驗實證，向傳播學門內外證成自身，方能達致期待。

進入數位化、資料化交織的媒介環境之中，即媒介化學者定義之深媒介化年代（times of deep mediatizaion, Couldry & Hepp, 2017; Hepp & Hasebrink, 2018），人與資料如演算法互動連結而來的複雜性，加劇建構理論與方法的挑戰。如 Lundby（2014）列為媒介化物質論者 Finnemann（2014）分析，<sup>3</sup> 當代文化逐漸披上數位形式，相應找尋與使用資料的方式也大量採行數位搜尋，亦催生研究連結、超連結的大數據分析等等新方法論。因此，方興未艾的媒介化研究正以 Jensen（2013）視為觸敏性概念（sensitizing concept, Blumer, 1954）之姿推動概念化進程；嘗試為深媒介化交織經緯萬端的經驗世界，提供學理詮釋與實證方法上的解方。

「傳播形定」<sup>4</sup>（communicative figurations）便是學群內重要論述成果（Couldry & Hepp, 2017; Hepp, 2013a; Hepp & Hasebrink, 2014;

Hepp & Hasebrink, 2018)。此一承自社會學家 Elias「形定」而成就的概念，將原本描繪社會文化如同賽局一般交織的動態過程，引入傳播的視野。亦符應觸敏性概念特徵，作為接觸經驗證據的普遍性參考與導引，「能夠被測試、改進以及精鍊（sensitizing concepts can be tested, improved and redefined）」（Blumer, 1954, p. 8）增益其自身的飽滿；傳播形定概念持續向其他社會學概念借枝借火，如援引行動者網絡理論的「保持社會扁平」（keep the social flat, Latour, 2007, p. 159）作為方法學上參照（Hepp & Hasebrink, 2014, p. 266）；隨後 Couldry & Hepp（2017）提出深媒介化（deep mediatization）概念，座架於實踐理論之上，回溯 Schutz（1967）之《社會世界現象學》（*The Phenomenology of the Social World*）觀點認為社會世界是有意義的建構，進一步以媒介為建構的物質基礎，發展物質現象學（materialist phenomenology）取徑，探看我們經常習而不察地植根於日常真實經驗之「生活世界」（life world, Schutz & Luckmann, 1989）。此種社會世界不僅互為主體（intersubjective）、以日常真實（everyday reality）為基礎、亦存在不同領域內在差異，而媒介更在其中扮演顯著的角色。

要探討社會世界的意義建構，不只追索個別形定，亦須包括複雜的超個人行動者在內的「形定的形定」（figurations of figurations），例如在社會運動中共享詮釋模式的的集體行動者或是企業等機構行動者，必須關注其間的關係與意義的集合。Couldry & Hepp（2017）最後歸結傳播形定具有相關性框架、行動者雲集與傳播實踐等三項特徵，並且強調這三方面都本於意義的關聯（relations of meaning）。

此種轉向探討意義與關係導引的形定連結，與晚近敘事社會學者以敘事建構意義的洞見，亦出現對話可能。Herman（2013）提出「敘事創造世界」（narrative worldmaking）的論點，一方面由文本提供線索而建構「世界化故事」（worlding the story），二方面也連結個體與集體生命經驗並創造意義的「故事化世界」（storying the world）。亦即，在敘事建構意義的過程，既存有個體生命經驗的感悟，亦兼顧社會氛圍的脈絡性（contextualization）。此種由故事創造之世界，猶如形定取徑將媒介的經驗放回互為主體的生活世界一樣，消融了傳播者、文本、閱聽人之間區隔的疆界。若將之接合深媒介化之傳播形定視野，共同探索閱聽人經由媒介技術培力轉為行動者之意義共構過

程，應有助於釐清傳播形定之中，故事如何伴隨相關性框架導引意義之關聯脈絡；並藉由揭示情感、故事與意義，協助解釋演算法如何促成「形定的形定」連結之複雜動因。如此亦呼應「媒介化與」的研究取徑，聚焦於「媒介化與」敘事形式之間互動而共變的過程。

本文開頭所提「#MeToo」運動藉由故事與媒介連結為「故事圈」的非典型敘事，正提供獨特的經驗事例，得以探看「媒介化與」跨媒介敘事形式的變化，兩者如何相互證成於閱聽人以「敘事創造世界」的開放敘事過程，同時揭示媒介與傳播改變以及社會與文化隨之而變的媒介化特徵。從《紐約時報》與《紐約客》批露知名製作人 Weinstein 的性侵害與性騷擾的調查報導起始（Kantor & Twohey, 2017.10.5），經由社群媒介推波助瀾，美國女演員 Milano 率先於推特（Twitter）寫下「我也是」（MeToo），呼籲有相同經驗的人發聲回應，短短兩天內出現超過 50 萬次推文，多達逾 60 萬人在 Facebook 發布該主題標籤（吳慕兒，2017 年 11 月 3 日）。閱聽人不僅由被動接收轉為主動自述生命經驗，「故事」亦轉化為開放的敘事過程，除了跨越時空的潛質，亦需注意深媒介化所指涉，數位化結合資料化而來的更深層建構方式（‘deeper’ level means of construction, Hepp & Hasebrink, 2018, p. 6）從而助長更複雜之「形定的形定」效應。

由此案例探看「#MeToo」作為傳播形定在臺灣之意義建構過程，本文企圖朝向兩個研究方向：（1）視媒介化為觸敏性概念，引借「敘事創造世界」等敘事理論概念為媒介化研究提出對策，藉此回應外界批評媒介化概念太過統攝性，須從抽象概念階梯向下移動的建議（Deacon & Stanyer, 2014）；（2）以大數據分析方法洞悉社群平台背後未察覺之連結樣貌，據此解決數位化與資料化促成深媒介化環境下，存在於個人行動者與演算法的互動帶來研究方法上的挑戰（Lohmeier & Böhling, 2018）。

此一新興傳播研究新取徑，近年國內相關研究亦逐漸起步。先行者如唐士哲（2014a）首先辨明「中介」與「媒介化」的認識論意涵，並以「媒介邏輯」概念探討臺灣政論節目之政治媒介化的現象（唐士哲，2014b），兩篇論文分別從概念與實證上將新興傳播概念帶入本地傳播研究視野，發表時間與國際傳播學刊 *Communication Theory* 以「媒介化」為主題的專論幾乎亦步亦趨；繼而曹琬凌（2015）以在臺灣社會造成巨大擾動的首部空拍紀錄片《看見台灣》

為例，帶入媒介化之制度論與建構論的雙重視角。亦在此時，國際間對媒介化概念是否為浮而不實的「概念花車」展開兩輪學術論辯（Deacon & Stanyer, 2014; Deacon & Stanyer, 2015; Hepp et al., 2015），傳播學者方念萱（2016）剖析正反論據並與本體論與認識論上相近的「行動者網絡理論」對話，擴展學思交流與撞擊的縱深。

隨後連續兩年發表的博士論文如《守住泰雅的聲音：司馬庫斯的媒介化故事》（曹琬凌，2017），以及《嘻哈中國：媒介化視野下的次文化研究》（唐樂水，2018），分別以部落百年來的媒介化過程以及中國的嘻哈文化如何經過歷時性的三波動媒介化，而「由地下走到地上」；從一個遙遠部落的文化傳承到遼闊中國的次文化命題，二者研究對象規模殊異，卻均具有高度的在地獨特性。同時，媒介化的理論視角亦探向社會運動領域，如陳品丞（2019）研究「社會運動的媒介化」將媒介化接合行動者網絡理論與社會運動理論，探討 2018 年臺灣同性婚姻合法化公投爭議。惟相較於國際傳播學界自 2013 年起大量出現專著、專論，積極為媒介化理論建制化之努力，台灣本土性論述仍屬起步階段。

從宏觀的社會文化、中觀的機構建制、到微觀的日常實踐，新媒介科技已翻轉我們理解世界的方式。傳播學者翁秀琪（2011）探討「什麼是蜜迪亞」時指出，置身此種媒介生態之中，上一世紀主導媒體研究的關鍵字，「雖不能完全被取代，確實已經不夠用」（頁 58）。本文因此以國際新興傳播理論思潮為起點，首先述明媒介化概念流變之中如何側重社會建構過程；其次說明傳播形定、深媒介化與閱聽人的概念流變；繼而思考閱聽人如何參與而帶入跨媒介敘事觀點的交互討論，最後探討#MeToo 在臺灣的跨媒介意義建構，希冀達成拓展在地媒介化研究之概念詮釋性與經驗實證性之雙重目的。

## 貳、媒介化概念流變

對英語系的學者來說，「mediatization」一詞毋寧有些彘肘，且因研究文獻多出於非英語系語言，限制學群外的理解程度。大量研究成果集中在 2013 年後轉譯為英語，標示著以歐陸為主的國際傳播學界推動「媒介化」理論建制化的努力，在知識系譜上被視為媒介理論的主要翻修、次要的補充或是註解（Jensen, 2013），亦承續媒介實踐

典範 (Couldry, 2004)、以及中介 (Mediation) 研究 (唐士哲, 2014a)。

## 一、以媒介化探看社會互動

Livingstone (2009) 曾經嘗試語義上的歷史探討, 回溯十九世紀德國法律關於「mediatization」的定義, 發現此詞曾經描述拿破崙「兼併」(mediatized) 神聖羅馬帝國, 由此分析今日媒介在社會中的角色, 不只是「中介」, 而是已經透過「媒介化」(mediatizing) 整併相當大部分權力, 使政府、教育、教會、家庭等舊有權力機制納入從屬。如 Hjarvard (2008, p. 13) 對於媒介化的定義: 「今天這些機制已經失去過去的權威, 媒體已經在某種程度取代它們作為訊息提供者與道德定向的角色。於此同時, 媒體也已經成為社會中最重要敘事者。」因此, 平行對照「mediatization」在拿破崙時代兼併的意涵與近代意義, 似乎可以理解, 一個從拿破崙到梅鐸的兩百年歷史。

上述語義探源具體而微地點出媒介化概念起始; 其中瑞典學者 Asp (1986) 最早提出政治生活媒介化的概念 (Hjarvard, 2013), 亦首先引入媒介邏輯 (media logic, Asp, 1990)。他認為, 理解媒介在社會中的角色須考慮市場、意識形態、以及圍繞在媒體產製過程的規範系統 (systems of norms); 而第三個層面 Asp 言明就是 Altheide & Snow 稱之「媒介邏輯」(Hepp, 2013a)。

若用最寬泛的視角解釋, 媒介生態學派如 Innis 的傳播偏倚以及 McLuhan 的媒介論述多少帶有媒介邏輯的隱涵義 (Krotz & Hepp, 2013), 但真正提出媒介邏輯一詞的是 Altheide & Snow (1979), 當時傳統社會科學熱衷分析媒介效果的各種獨立「變項」, 而忽略媒體如何影響整體文化生活。因此他們認為, 要理解媒介角色, 須探問媒介如何成為「傳播形式」(form of communication) 轉換我們對於社會的認知與詮釋。正如一套默識規則, 媒介邏輯指涉在特定媒體中建構訊息的假定與過程, 包括報導的節奏 (rhythm); 訊息建構的文法 (grammar); 以及定義、選擇、組織、呈現訊息的格式 (format), 又特別強調格式的重要性 (Altheide, 2004, p. 4)。

但正如 Kuhn (1962) 描述典範轉移前的前科學時期, 由媒介邏輯先導而來的媒介化概念亦現多典範競爭之勢。被歸為制度論主要概念之媒介邏輯, 其「單一的」、「線性的」特點尤啟爭議 (Couldry,

2008)。Lundby (2009a) 認為，Altheide & Snow 將媒介邏輯化約為傳播格式 (communication format)，因此難以將媒介變化連結到更廣闊的社會理論，建議應回歸提出「形式」概念源起的 Simmel (1908) 所言之社會形式 (social form)，聚焦在社會形式導引出社會互動，由此關注媒介化與社會場域互動，以掌握媒介化的內在運作。

Krotz (2018) 更根本地主張，媒介邏輯與媒介化研究兩者不可共量。因為前者發展自大眾媒體建制下解釋政治傳播與民主的概念，適合用於分析電視的影響力與權力，以及人們由此而來的資訊思考與知覺方式；但目前大眾媒體已非唯一媒介，須考量更多不同且複雜的媒介形式，特別是人際與互動的傳播。他因此認為，只談媒介邏輯並非合宜的媒介化研究，有必要提出其他的措辭。

正由於當前媒介環境日益複雜，將媒介化視為類同於全球化 (globalization)、個人化 (individualization)、商業化 (commercialization) 等概念之後設過程 (meta process, Krotz, 2007)、或媒介形塑力 (moulding forces, Hepp, 2013a)、傳播形定 (communicative figurations, Couldry & Hepp, 2017; Hepp 2013a; Hepp & Hasebrink, 2014; Hepp & Hasebrink, 2018) 等概念相繼而起，均以社會建構論的認識論取徑，探問與媒介的相互作用下之「社會」如何可能。

「媒介化」嘗試以嶄新學術視角解答新的媒介經驗現象，甚至討論是否為媒介與傳播研究的典範轉移 (Livingstone, 2009; Livingstone & Lunt, 2014)，儘管各概念措辭不同卻日益朝向側重探看社會互動過程。不僅如 McLuhan 所說「媒介即訊息」將「媒介」置於認識論主體，如唐士哲 (2014a) 歸納，媒介化概念有助於觀察媒介之社會性格。方念萱 (2016) 審視相關論辯之後，亦點出媒介化重點正在於「化」，必須以整體觀之，分析並掌握不同媒介整體如何涉入文化與社會的持續改變與建構，從而關照媒介傳播與文化社會如何「與其共變」。

## 二、制度論與社會建構論共存

Hepp (2013a) 歸納媒介化研究有兩項傳統：由媒介邏輯先導而來之「制度論」與繼起之「社會建構論」，但近年兩項傳統不僅共

存，也向彼此靠近（Couldry & Hepp, 2013, p. 196）。兩者均關注長期過程，只是前者分析高度現代性之媒介飽和時代（Lundby, 2009b; Hjarvard, 2013）；後者從人類使用媒介為起始（Krotz, 2007; Fornas, 2014）；都著重批判性分析傳播與媒介與社會與文化改變之相互關係（Couldry & Hepp, 2013; Hepp, 2013a; Krotz, 2018）以及媒介化帶來量化（時間、空間、社會面）與質化改變（Hepp, 2009; Hepp, 2013a; Hepp, 2013b）。

若從立論背景脈絡來看，兩項傳統約可依電視時代的大眾傳播或數位時代的社群人際傳播加以劃分，形成不同認識論起點；但也由於新舊媒介日益匯流為鑲嵌式傳播（Jensen, 2013），看法也逐漸融合。如首位將媒介邏輯引入媒介化的 Asp（2014）論稱，電視時代雖是發展媒介化的背景，但隨著新媒體整合為政治建制的一部份，生活世界的媒介化才剛開始。他認為，媒介化理論在網路時代仍是重新思考媒介權力（media power）的最相關取徑與工具。雖然用「權力」（power）指涉從媒介的而來之「力」，卻同時考量影響力（impact power）與適應力（adaptation power），視媒介化為雙向社會學習，在此過程中存有媒介化的「螺旋結構」，並且此螺旋狀結構讓適應過程很明顯是動態的，亦以培力的（empowered）角度看待閱聽人：

媒介作為一個建制所擁有的權力增加後，會產生一個重要的效應是培力公民（empowered citizenry）增加。因為顯然媒介化政治已經不是傳統政黨政治，在高度媒介化政治系統中，公民作為閱聽人能夠施行更大的影響力。換句話說，媒介化政治導致的是閱聽人民主（audience democracy），其中公民作為閱聽人現身，對由媒介所呈現的政治行動者做出反應（Asp, 2014, p. 365）。

此種將媒介權力視為雙向的觀點，與社會建構論學者 Hepp（2009, 2012, 2013a, 2013b）提出的「形塑力」概念若合符節。Hepp 以一種中間位置（in-between position）審視權力；不只看單一的媒介邏輯，而側重於理解媒介與文化之間的變動關係（Hepp, 2009）。他進一步構連 ANT（Actor-Network Theory, 行動者網絡理論）以及參照 Williams（2003）從科技與文化的雙重視野看待媒介等概念，提出

「形塑力」一詞描述媒介在傳播過程施加的某種「壓力」（pressure）。但作為傳播的建制化（institutionalizations）與物化（reifications）之媒介化過程，卻非由「物質結構」產生的直接效果，乃是藉特定傳播形式、在不同中介方式中才能成為具體，因此聚焦包括人類實踐或行動之轉換過程的多元脈絡。

此種由各種「力」（forces）所構成的競爭場域，未必全然意味「媒介邏輯」已宣告終結。如 Hjarvard（2013）論稱，僅單方面強調社會互動，否定「媒介邏輯」概念，往往模糊了如何掌握媒介特質的問題焦點。換句話說，若排除媒介屬性與其本身的動能，只將媒介特性消融於情境性社會互動之實踐中，恐有陷入謎團之疑慮，也無法回答問題。「媒介邏輯」的概念仍提醒著，研究者必須進一步理論化地理解媒介特質與社會實踐之間的關聯。Livingstone & Lunt（2014）也認為，詞性上轉為複數的媒介邏輯（media logics）是媒介化三個理念型解釋之中理論最強項。<sup>5</sup>

進入數位敘事時代朝向去中心化的媒介實踐之中，媒介邏輯的慣用手法（modus operandi）如新聞產製標準以及特定文類採取的敘事形式（Hjarvard, 2018），正以為其他複數的、新舊媒介混種方式運作成為多樣性媒介邏輯（Thimm, Anastasiadis, & Einspänner-Pflock, 2018）。Schröder（2017）亦提出「閱聽人化」（audiencization）的概念，延伸 Hjarvard（2016）的複數媒介邏輯模式，從原本技術、美學、建制等三重層面，再納入「閱聽人動能」（audience dynamics）而形成閱聽人邏輯。凡此種種，可見媒介化兩項傳統在概念化進程趨向社會建構取徑發展，嘗試提出因媒介本體論改變之認識論相應之道。

## 參、傳播形定、深媒介化與閱聽人

進入建構論取向的媒介化視野，正回應十九世紀以來的社會學命題——假設社會是中介而來。Couldry & Hepp（2017）合著的《中介的社會真實》一書，以物質論之現象學取徑，上承 Schutz（1967）之《社會世界現象學》以及 Berger & Luckman（1966）的知識社會學，並接軌 Williams（1980）之文化物質主義脈絡，重新探究社會建構的本質，以理解「深媒介化」年代（an age of deep mediatization）的社

會建構。傳播形定的概念化亦由之前汲取 ANT 方法而朝行動化（方念萱，2016），進一步接合 Schutz 的現象社會學之後轉向關注意義建構。

## 一、傳播形定概念的流變

Hepp（2009）最初以形塑力替代媒介邏輯，惟其後受訪指出，此概念作為描繪媒介影響力的隱喻，目的在於探看背後社會過程中傳播如何關連著媒介交織出社會真實（Nowak, 2017）。這也意味著，由「形塑力」過渡到「傳播形定」以探看媒介化運作的機制。其後相關著作較少引用形塑力一詞，如 Couldry & Hepp（2017）以「形塑」（moulded）來描述傳播實踐過程之媒介化作用（p. 33, p. 170, p. 173, p. 203）；Hepp & Hasebrink（2018）專章討論傳播形定時亦以「形塑」來描繪媒介化的作用（p. 28）。

Hepp（2013a）提出傳播形定時曾指出，希望以操作化研究「幫助分析跨越各樣不同媒介之特定媒介化世界（變遷的）傳播建構」（p. 622）。然而，當媒介化世界日益複雜，他與 Couldry 進一步以「媒介流形」（media manifold）描繪此一社會本體為「一個由多樣數位媒介連結的大型『宇宙』（universe），在裡面我們於各種形定中實化社會關係」（Couldry & Hepp, 2017, pp. 34-35）。此詞不僅呼應提出實踐轉向的學者 Schatzki（1996）描述：「連結實作與言說從而構成實踐的流形」（the manifolds of linked doing and sayings that compose practices, p. 131），更看重與媒介共存的日常實踐中，因為某種制度性相互依賴而創生的獨特社會複雜性類型（a distinctive type of social complexity），如社群平台背後的演算法交織人與技術的互動即是一例。在認識論上，他們承繼社會學家 Elias（1978）提出的「形定」（figurations）提出「傳播形定」。

Elias 提出形定以及過程社會學的概念，主要是針對社會學「靜態」發展想像的反動，認為人類社會具「可變性」，強調交織網絡的圖像會隨著時間而變化，如幾個人的交談、幾群人組成的社團、甚至城邦、國家等不同層次關係而形成的交織體。這些相互依賴的個人組成「形定」，需從過程的角度觀看其變化（張敦為，2009）。好比球賽或是撲克牌等賽局，個人、社會之間不是對抗的，而是交織的過程；個人多少帶著某種穩定性的規則而互動，因而產生某種社會意義

(Elias, 1978)。Couldry & Hepp (2017, p. 63) 因此認為「形定」概念的根本在於相互依存之互動，並且標示著某種權力均衡。而形定的邊界由其中的人與人相互關聯之社會實踐產生的共享意義來界定，例如家庭、同好社團、社會運動倡議等等。

Elias 的思想把我們帶入包括過程、交織化關聯、無意圖性、強制力、賽局模型等等社會學式的思考。在此概念下，權力均衡已由傳統的「攻防雙方」成為多層的賽局群體，進而相互依賴而建構出一種關聯與秩序 (Elias, 1970/鄭義愷譯, 2008)。由此，媒介化學者進一步概念化「傳播形定」(communicative figurations) 轉而關注：第一、交織的相互依存與互動；第二、行動帶來的可變性；第三、考量權力關係以及整體的意義，同時，也因共享的意義而設立邊界。

他們將傳播視為意義建構的實踐，於此引進 Schutz (1967) 的現象社會學視野，思考社會世界建構如何變得有意義。Schutz 認為是社會關係建構廣大世界，將社會世界區分為「直接經驗的社會實體」(Umwelt) 以及「同時代人世界」(Mitwelt)。前者由個體直接經驗的實體夥伴 (consociate) 而來；後者則轉移到社會經驗，由間接接觸而來。早在 Schutz 提出此論的 1930 年代，他便比較面對面與透過電話、信件等經由第三方媒介等溝通經驗，呼籲研究「接觸情境」(contact situations, p. 177)，亦即關注媒介物質性差異如何轉化人們對於意義的理解與行動導向。

進入以媒介為基本相互依存性的深媒介化年代，媒介化理論家進一步提出物質現象學取徑，將傳播形定由四個特徵整合為三個面向：行動者雲集 (constellations of actors)、相關性框架 (relevance-frames)、以及傳播實踐 (communicative practices)，分別定義為：(1) 作為傳播形定結構基礎的行動者雲集意指個人與其他個人關聯、溝通的網絡；(2) 相關性框架作用在於導引傳播形定實踐的組建，這些框架決定議題 (topic) 與特質 (character)；(3) 與其他社會實踐交織的傳播實踐，乃是透過一個媒介整體 (media ensemble) 交織而組成 (Hepp & Hasebrink, 2018, p. 30)。藉此跨媒介 (cross-media)、過程導向 (processual)、中觀層次 (meso) 的取徑，以理解社會領域之建構，亦掌握深度媒介化中之轉型中的傳播。

對照於 Elias 始初概念，「相關性框架」被視為是最具原創性，特別合用於處理流動、去疆界及相互關聯的傳播形定過程，不至成為

「任何人都連結於任何人，任何事也連於任何事」的漫無邊際（Kuipers, 2018, p. 429）。Hepp & Hasebrink（2014）解釋「相關性的框架」中的「框架」，不同於媒介與傳播領域的「框架分析」，而是回到 Goffman（1974）的框架構念提供一個互動情境的理解，如教室情境就是一個框架；而傳播形定亦有特定的主題框架（thematic framing）透過傳播形式、媒介整體與行動者雲集建構「意義的整體」導引進行的程序與認知。但此種形定是變動且不穩定的，例如形定中的媒介整體增添某項新科技，可能因此改變此形定，產生新的媒介需求，轉化亦隨之而來。

要理解此種人與媒介物質性交織的複雜性（complexity），Couldry & Hepp（2017）提出「形定的形定」（figurations of figurations）作為研究深媒介化的概念基礎。他們認為，在深媒介化的「媒介流形」中，複雜而多面向的社會世界由兩個獨特原則來界定量尺（scaling），一是經由形定之間的關係，二是透過形定之間具有意義的安排（the meaningful arrangement of figurations），即前述由共享意義而設定邊界。形定之間的關係可能透過直接接觸，或是透過建構「形定的形定」而產生關聯；也就是，某一形定之中行動者參與其他的形定，猶如 Castells（2009）指稱的「切換器」（switchers）連結不同網絡，其原因有些來自於權力，有些則產生於共享的相關性框架。此種「形定的形定」若涉及集體以及機構行動者，關聯就更複雜。因此，要分析形定的相互關係，必須關注行動者雲集如何實踐，以及如何產製共享的意義關聯。

KannengieBer（2018）以傳播形定研究緣起於荷蘭並盛行於西歐與北美的維修咖啡館（Repair Cafés），結合批判的消費者媒介實踐理論探討如何將修東西——此種舊的實踐方式轉為新的公共行動之文化轉型（cultural transformation）。其中，每一個維修咖啡館都是一個傳播形定，需分析行動者雲集以強調異質的人們如何牽涉在內及其不同的認知模式，如組織者、志工、參與者各自不同的背景；相關性框架則聚焦探問為什麼要參與？為什麼修理壞掉的媒介科技產品？以理解人們有意義的參與過程及其主題；維修舊物的傳播實踐方面，不只修復物本身就是媒介科技，也透過「在一起」（together）而實踐。從而人們不只改變其媒介實踐（不追求新科技產品）同時也促成朝向維修文化（culture of repair）的文化轉型以及促成更為永續的社會。

KannengieBer (2018) 進一步分析包括組織者、志工、參與者等三類異質的行動者，藉此觀察維修咖啡館之傳播形定的性別構成。從個案研究中發現，有三個在地組織者主要為女性，一個是大學教師、一個來自城市的退休婦女志工團體、一個是女性藝術家，結果發現志工類的行動者出現顯著性別分工——絕大多數由男性負責硬體技術維修，女性則修復織品 (textiles)。在此我們或許可以追問，組織者來自退休婦女志工團體的個別形定，是否因連結於女性組織而構成「形定的形定」效應，帶進更多女性參與此項利他性質、但原以男性為主要志工的科技實踐行動，這是此研究並未言明卻可待觀察之處。

傳播形定這三層概念開展，Kuipers (2018) 認為是最有價值的理論假設。它看待社會生活是相關的、過程的，意義也由此建構、浮現並且互動。但若將知識系譜推回 Elias 的概念起點，他主張應看重權力均衡，方能更合用於流動的、交織的、複雜的分析。綜合上述探討，我們可歸結一個向現象社會學轉的傳播形定取徑，其中意義建構既為導向的框架，也是行動者雲集成為網絡的理由，並且透過傳播實踐而來。

## 二、深媒介化與閱聽人化

以媒介之物質現象學看待社會真實建構的論點存在基本假設：傳播行動是社會建構的根本過程 (Knoblauch, 2013)，因此需要理解社會世界如何由媒介基礎性地交織而成。學者用深媒介化來說明媒介鑲嵌於社會實踐的空前的程度：

數位媒介與資料驅使之基礎建設與傳播，已成為當今日益倚賴的社會介面。這意指深媒介化時代社會被建構的方式，這些要素與建構磚瓦在社會的感知上變成其自身，乃是透過科技為基礎的中介過程。因此，我們透過現象學方式理解的世界，無可避免地與這些限制、能供性、權力關係交纏，而這些限制、能供性、權力關係都是媒介作為傳播基礎建設的特徵 (Couldry & Hepp, 2017, p. 7)。

易言之，所謂「深」(deep) 正意味著，我們日常生活越來越深度依賴著數位科技為基礎的傳播媒介 (如整日不離的智慧型手機)；

同時，在數位化背後產生的大數據亦深化社會真實的建構（Hepp, Breiter, & Hasebrick, 2018）。此種轉型中的傳播（transforming communication）之研究問題本質，不只是「效果」，而是雙重的辯證關係：一面是媒介的能供性（affordance）與特質（specificities, Hjarvard, 2013）；另一面則透過傳播實踐的建制化促成並加強而來（Hepp, 2013a）。

Andersen（2018）主張從搜尋引擎、演算法、資料庫作為理解深媒介化的方式，因此三項技術已嵌合在許多社會與文化實踐中。例如演算法成為我們知道「有什麼可以知道」與「如何知道」的一種工具（Gillespie, 2014）。對於理解我們搜尋之物的方式而言，演算法是強而有力的形塑者，透過點讚、標籤、連結與發文來計算什麼是熱門、潮流與大部分人都在討論的事物（同上引，p. 267）。反過來說，我們搜尋、點讚、標籤也透過演算法聚合、監控，成為預測未來行動的線索。以此來看轉型中傳播行動，不可忽視演算法成為建構、中介我們對於社會真實感知的方式。

如此思考「閱聽人」的角色，不僅接收位置由被動而轉化為主動，亦帶入「閱聽人」認識論的質變。Schröder（2017）認為，媒介化理論發展未充分考慮閱聽人的實踐，因此提出「閱聽人化」（audiencization）的概念。他將媒介化過程中的「閱聽人」重新定義為「參加或參與（attending to or engaging with）媒介的個體或團體，在媒介技術裝置與符號內容的雙重構連之中，這些個人或團體透過此參與能力，在媒介景觀中於參與者身上施行權力（exerts on power on players）」（Schröder, 2017, p. 89）。

因此，「閱聽人」在當前媒介化社會中，有能力以社會行動者之姿在多模態的過程中參與、協商有時由媒介建制啟動的意義行動。Schröder（2017）將「閱聽人化」概念延伸 Hjarvard（2016）的複數媒介邏輯模式，從原本技術、美學、建制等三重層面，再納入「閱聽人動能」（audience dynamics）；換句話說，閱聽人在這個過程中是形成（formative，中間促成）的角色，並且透過它，媒介建制在媒介化過程中成為廣大社會文化變遷的驅動力量。此觀點從 Hall（1973）提出的製碼與解碼在文本層次對於霸權媒介論述的能供性，位移到制度性層次的複數媒介邏輯（media logics），媒介雖擁有制度性權力並具有優越的推進力，在廣大社會卻遭遇到閱聽人主控、協商、對立之

回應，並形成「閱聽人邏輯」，進而互動出由下而上的廣泛效應。

若再考量深媒介化關注如搜尋、演算法、資料庫等方式，「閱聽人動能」更趨複雜。Andersen（2018）認為，演算文化讓我們理解傳播行動結構中的改變是如何深度關聯於媒介化的過程。我們與文化批評、公共名嘴、記者等等這些事物的互動逐漸被自動化、計算與資料決定而鑲嵌著演算法的傳播形式。如同 Beer（2013）所說的「文化發現我們」（culture-finding-us），說明數位媒介一方面培力，一方面也透過資料運算「施壓」的辯證過程；以資料形式出現的「閱聽人化」回過頭來影響進一步的參與。

## 肆、個案分析：#MeToo 運動之媒介化敘事過程

#MeToo 運動恰是深媒介化背景下的獨特實踐場域，透過數位社群平台與傳統媒體交纏的傳播形定，跨域草根性串連成為媒介化的敘事過程。以下將以此展開解釋性個案探討，首先從跨媒介敘事之閱聽人角色轉化帶入討論，繼而解釋研究方法以及研究發現。

### 一、閱聽人參與之再思考

如 Lundby（2008）探討數位敘事與媒介化故事時提到，藉由使用者產製（user-generated）的媒介實踐，人們得以利用數位工具訴說自己的故事，掌握由下而上（bottom-up）的行動潛力。此種敘事過程將故事實存之角色、場景、情節去中心化，加上社群媒介推波助瀾，打破時空疆界轉化為媒介化之「故事圈」。

進入深媒介化由數位科技交織的社會本體之中，閱聽人的角色已隨之而變——因為數位媒介的隨時與可近用性，挪動過往被動接收位置，得以再述、分享、參與、甚至進而成為創用者（prosumer, Scolari, Bertetti, & Freeman, 2014）。也就是，新媒介環境已然轉化敘事本質與過程，「故事」也成為共創的本體。此種作者/閱聽人之間日益模糊的邊界與雙向互動關係，可以理解為何 Jenkins 從探討粉絲的「參與文化」、「聚合文化」的思路，進而提出「跨媒介敘事」（transmedia storytelling）的洞見。他用「聚合」（convergence）一詞關連著媒介聚合（media convergence）、參與文化（participatory culture）和集體智慧（intelligence）三個概念，認為無論媒介設備變

得如何高度精密而複雜，仍須透過每個人的頭腦、透過與他人之間的社會互動才得以實現（Jenkins, 2006, pp. 2-3）。

此概念提出的十年後，Jenkins 反思雖然有人批評聚合文化「似乎把整個新媒介領域看作放大的粉絲圈」（Jenkins, Ito, & boyd, 2016, p. 3），但從歷史的角度看，粉絲們正是最早開始利用新媒體將分散不同地區但具有相同興趣的人共同組建並進行溝通的群體之一，亦是形塑現代參與文化的重要元素（同上引）。從當前「臉書粉絲頁」匯集多樣而分眾的各種同好團體來看，「放大的粉絲圈」非常貼近我們的日常媒介實踐，每個人都可能成為某種人物、觀點、節目或是議題的粉絲，網路社群媒介真實擴大了「參與文化」。

粉絲文化不只化約地限於宅男、迷妹，其實關乎意義的參與甚至世代的記憶（Fraade-Blanar & Glazer, 2017／許恬寧譯，2017）。東浩紀（2001／褚炫初譯，2012）筆下的御宅族文化已由「故事消費」走向「大型非敘事」的「資料庫消費」，例如在電子小說遊戲中，前者把作品表層（劇情）的萌要素（如不治之症、前世的宿命、沒有朋友的孤單女孩等）加以組合達到情感上的滿足；後者則將作品加以解體，還原至資料庫，期待創造全新的擬像增值作品。他認為，後現代社會主體的結構特徵在於人類不僅因擬像對小故事產生欲求，也因資料庫對大型非敘事產生慾望，並且兩者之間離散共存。這也意味，後現代主體不僅是被動消費者，同時也透過資料庫成為故事世界的創用者。

如果以傳播形定概念探看此種複雜敘事過程，粉絲圈也可視為某種形定，涉及形定內外的「歸屬」與「權力」，並藉由媒介實踐而建構成出來。由認同而來的「歸屬」可能單純來自情境性意義，如 Elias 指稱一場遊戲中，一般性互動中共享的傾向成就情境性之歸屬感、儀式之中共同化體驗，或是事件中情境性的參與感。而當代要感受形定的情境意義是高度倚賴媒介的，數位科技促使線上集結成為新的形定，在此之中產生密集的情境歸屬感（Couldry & Hepp, 2017）。

形定之內的參與及互動，亦涉及經典敘事學者 Chatman（1978, pp. 41-42）在探討故事與話語時，論及因「讀出」（reading out）可能溢出文本之外的開放性；他認為，故事並非獨立於讀者（閱聽人）之外的客體，乃是浮現於讀者意識的過程；閱聽人不只簡單地「讀」（reading）其表面，而是「讀出」——「從表面到深層敘事結構的解

碼」(p. 42)，本身即是一個深刻的文化過程。藉由「讀出」，從文本的表面或表現層次滲透到更深的敘事層次，因此由層次內 (intralevel) 進入層次間 (interlevel)；從一個媒介到另一個媒介的敘事轉換是可能的，主要就是因為能夠「讀出」同一套事件與實存。即 Chatman 描述故事 (story) 的兩個面向，包括 (1) 事件 (events) ——行動 (actions)、事故 (happenings)；(2) 實存 (existents) ——人物 (characters)、背景 (settings)。

在當代媒介化環境中，人們難以避免地沈浸於跨媒介之生活日常中，也愈來愈仰賴媒介之間彼此相關的「多重媒介」(ploymedia, Madianou & Miller, 2013)；甚至 Schröder (2011, p. 5) 形容「閱聽人天生就是跨媒介的」(Audiences are inherently cross-media)。因此，對於任何事件、故事的接收與理解都有賴浮現於閱聽人意識之跨媒介深層「讀出」。若延伸此概念的隱涵義，正標示閱聽人的關鍵地位——因為閱聽人的「讀出」，使得關乎意義連結之社會脈絡、認同、詮釋都成為構成故事世界的必需。

藉此也進一步進入 Herman (2013)「敘事創造世界」(narrative worldmaking) 的視野，以「世界化故事」與「故事化世界」兩面取徑連結個體與集體生命經驗並創造意義。這兩面取徑：一方面使用文本線索 (或能供性) 探索故事世界 (世界化故事)；另一方面探討故事世界建構經驗的意義，特別是在人們的行為上 (故事化世界)。Herman 透過後者強調意義建構活動 (sense-making activities)，「因此能夠區分脈絡，在其中故事提供一個詮釋自我與他者行為的關鍵資源……故事提供豐富意義建構的有力資源，允許其繼續接合其意圖、渴望以及人的經驗，或更廣泛地說是智能主體 (intelligent agents)」(p. 255) 而由故事促成之「智能主體」加上數位媒介的隨時與可近用性，正是「#MeToo」轉化為全球性運動的兩項背景成因；亦即，故事與媒介。

回溯「MeToo 運動」此一非典型的故事開端，首自 2017 年 10 月《紐約時報》與《紐約客》揭露知名製作人 Weinstein 性侵害與性騷擾，挑戰好萊塢金權與父權構連下的霸凌體系 (閻紀宇，2018 年 4 月 17 日)。跟隨「#MeToo」運動、勇於打破沉默揭發性侵或性騷擾事件的一群人，亦獲選當年《時代》雜誌年度風雲人物 (Dockterman, Edwards, & Zacharek, 2017)。從故事源起與流動的架構來看 (臧國

仁、蔡琰，2017，頁 5），以報導揭露性侵醜聞，仍屬現場當事人講述（敘／自述）、第二手（如目擊者之轉述／他述）、第三手（如記者之再述）、最後成為故事（新聞報導）。但是，女星 Milano 於社群媒介呼籲全球受害者挺身而出的「MeToo」短文，卻將原有傳播形定帶入開放、流動的敘事，促動「互文」（intertextuality）（臧國仁、蔡琰，2012）與「互媒」（intermediality）（石安伶、李政忠，2014）的交織過程。因此我們可以說，網路社群提供閱聽人參與的媒介物質基礎，促成越來越多「閱聽人」接合其受害經驗，以「敘事創造世界」成就這場全球性社會運動。

如 Schröder (2017) 定義「閱聽人」強調「媒介技術」與「符號內容」雙重構連的參與能力，數位媒介促成的連結性以及前述 Herman (2013) 所言的故事資源聚合而成的閱聽人動能，不可忽略深媒介化之下由演算法而來的影響。於此再思考「閱聽人」參與的傳播形定，很難掌握各個形定以及形定的形定之間治絲益棼的連結全貌，這也構成應用於經驗研究的方法挑戰。Lohmeier & Böhling (2018) 探討傳播形定的研究方法時提醒注意 兩項層面：包括因為跨媒介平台（cross-media）的本質而必需採多重方法收集資料；以及需要設定疆界（defining boundaries）亦即研究誰、研究什麼，如誰在形定內以及網路促成形定之形定的建構。他們以研究在美國的古巴社群為例，認為此種碎裂的、異質的、離散的又強連結於分散世界的離散群落，適合採用傳播形定取徑為概念工具，行動者雲集、相關性框架以及傳播實踐等三個特徵提供詮釋方向；同時因研究對象超越傳統單一田野的限界，Lohmeier & Böhling 建議，融合大數據（big data）方法為有意義的嘗試。

## 二、研究方法

#MeToo 運動既由網路促成，因此本研究在方法上納入 Lohmeier & Böhling (2018) 建議之大數據資料，以掌握深媒介化下之傳播形定經由數位化與資料化而來的連結關係。依數據蒐集、數據集成與去蕪、數據分析、數據解讀等四個主要階段進行，探討節點之間的關聯與文本的流動（江亦瑄、林翠絹、康力平，2016）。援用網路社群監測與議題分析工具 QSearch Trend 為輔助，<sup>6</sup> 以「#MeToo」為關鍵字，設定台灣為範圍，從入選《時代》雜誌年度風雲人物之時點起

算，擷取 2017 年 12 月至 2018 年 11 月以及 2018 年 12 月至 2019 年 11 月之兩個整年資料，在經過數據集成與去蕪的資料中，進一步分析與解讀數據。如宋世祥（2016）指出，從大數據（big data）中找尋「厚數據」（thick data）的線索；再以敘事分析的精神，以情節化或情節賦予的方式創造意義（蕭阿勤，2012）進而闡釋數據，以揭示情感、故事和意義。

此場運動在美國起始推特，但本研究在台灣的脈絡下，以臉書為搜集資料的網路田野。台灣網路資訊中心調查顯示，截至 2019 年底臉書仍是台灣人最常使用的社群平台高，使用率高達 98.9%，影響力亦滲透各年齡層（聯合新聞網，2020 年 4 月 14 日）。本研究引用之 QSearch Trend 分析系統追蹤台灣超過 80 萬個公開粉絲專頁之臉書聲量，雖因隱私權考量，資料擷取範圍無法觸及封閉性社團；但一旦討論話題溢於社團之外，仍可窺見在公開社群場域之互動情況。同時，若本身規模已擴大到媒體化的社團，如爆料公社由原本社團成立媒體粉專，仍能夠藉此爬搜了解民眾對公社內內容的反應。

從 QSearch Trend 集成關鍵字之臉書互動統計如表 1 顯示，首年文章數為次年的 2.34 倍，互動數、按讚數、留言均隔年遞減；但分享數卻是 2019 年較高（此與出現特殊事件有關，將詳述於後）。

表 1：#MeToo 近兩年在台灣臉書社群討論情況

時間	文章	互動	按讚	留言	分享
2017.12.01~2018.11.30	7,280	766,939	579,849	32,283	44,851
2018.12.01~2019.11.30	3,015	377,284	280,556	31,887	76,577

資料來源：本研究整理

進一步由網路互動趨勢中，考量整體互動率、互動情緒數高低（按讚或憤怒）以及敘事情節選定四個事件為分析節點，<sup>7</sup> 分別為「台版#MeToo 驚現！女體操選手隱忍 15 年控教練性侵」（2018 年 3 月 10 日，互動數 33,642）、「囧星人坦言自己九歲時受到父親友人的性侵與虐待」（2018 年 6 月 7 日，互動數 93,404）以及「吳可熙分享 MeToo 運動啟發灼人秘密劇本創作」（2019 年 4 月 18 日，互動數 15,194）、「發生在我身上的事-維吾爾女性的證言」（2019 年 9 月 1

日，互動數 56,088），關鍵字趨勢圖如下圖 1、圖 2。

圖 1：#MeToo 關鍵字趨勢圖（2017/2018）



資料來源：本研究整理

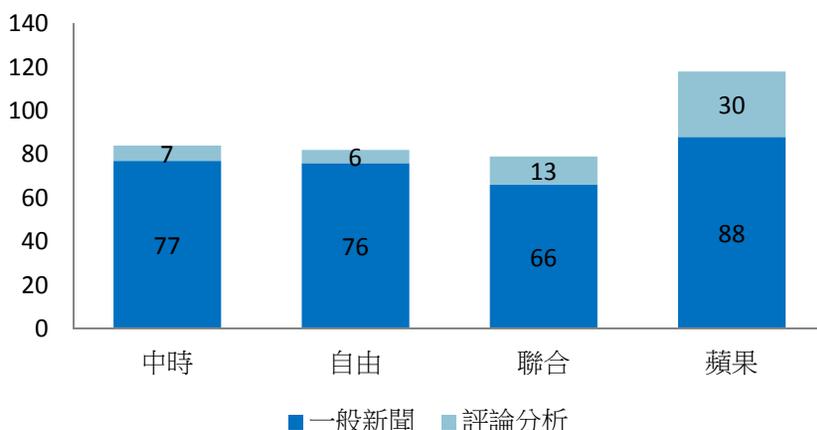
圖 2：#MeToo 關鍵字趨勢圖（2018/2019）



資料來源：本研究整理

為分析敘事如何跨媒介流動，亦以「#MeToo」為關鍵字，主要從新聞資料庫「競業知識網——華文全媒體知識總匯」並參照中時、聯合等個別新聞媒體資料庫，搜尋蘋果、自由、聯合、中時等四家新聞媒體報導文本，從事件發生至 2019 年 11 月擷取總則數 363 則，其中一般新聞 307 則，評論分析 56 則；以《蘋果日報》一般新聞報導與評論／分析則數最多，其餘三報的數量差異不大（如圖 3）。

圖 3：臺灣平面媒體報導#MeToo 新聞則數統計



資料來源：本研究整理

註：聯合包含《聯合報》、《聯合晚報》、《經濟日報》；中時包含《中國時報》、《工商時報》。

上述涵蓋新、舊媒體之兩種資料，作為個案研究之主要分析依據與範圍，以 Coudry & Hepp (2017) 提出的物質現象學作為深詮釋學之方法論，既看重巨量資料的影響力，亦重視關聯於意義詮釋的背景脈絡；並由此接合敘事研究的若干概念，藉此探析此案例如何由傳播形定之相關性框架、行動者雲集以及傳播實踐，交織跨媒介敘事的線索與軌跡。

### 三、個案研究發現

本文援引#MeToo 事件作為解釋性個案研究 (exploratory case studies, Davey, 1991)，試以理論接合經驗來協助辨識問題，以上述四個網路聲量顯著之敘事事件作為節點，對照傳統平面媒體報導文本，描繪在臺灣本土脈絡下之共享意義的動態敘事過程。

#### (一) 相關性框架挪動之流變

#MeToo 由美國好萊塢掀起全球性反性侵、性騷擾運動，陸續延伸出不同字串，如美國的#TimesUp、日本的#Wetoo、韓國的#WithYou，不僅受害者挺身而出，支持者也倡議相挺（黃長玲，



圖 5：2019 年臺灣 MeToo 關鍵字之網路聲量文字雲



資料來源：本研究整理

其中，首波臉書貼文互動高點為被稱為「台版#MeToo」的體操選手控訴遭受教練性侵事件，受害者首先以匿名爆料方式，於「爆料公社」臉書自訴隱忍十五年被教練性侵的慘痛經歷，文中詳細回溯昔日承受的身體與心理受壓迫經驗，也陳明受到美國奧運金牌選手指控隊醫性侵的促動：

會講出來的原因，是我看到「美國體操界」的新聞，我看到我的偶像出面指控隊醫性侵時的那種堅毅的眼神，我淚流不止，我知道，跟我同樣受苦的人，還活在痛苦的深淵（爆料公社，2018年3月10日）。

近年美國、英國等西方世界陸續揭發的大規模性侵事件之中，體育界、演藝界都是重災區（李平，2017年12月1日），但也因為越來越多受害者站出來，形構猶如集體培力的動態敘事過程。以傳播形定概念來看上引個案，#MeToo運動經由新媒介實踐而建構出來的「形定」，受害自訴經由新舊媒體分享而使受害者看見彼此。讓原本身處權力弱勢「隱忍」的一方，在過程中產生認同與歸屬的情境性意義，因而願意出面自訴生命經驗，累積可能撼動權力壓迫的內在動能，集結為新的形定與權力均衡。但此些社群網路促成之「看見」背後潛藏多少因認同理念而按讚、分享，再由演算法助長貼文曝光並進

一步召喚之參與，仍是「看不見」的連結力量；同時，串連亦不止於線上虛擬空間，更跨媒介擴及實體社會行動。

上述體操教練被控訴個案，在線上引起網友義憤，當日臉書相關貼文按憤怒（angry）數達到 13,025 次；實體社會亦以線下行動回應，如勵馨基金會於 4 月 21 日舉辦「多陪一里路 #MeToo 大遊行」，接軌全球延燒的反性騷擾、反性侵運動，期盼終止性別暴力（韋可琦、陳清芳，2018 年 4 月 3 日）。

2019 年雖然貼文數與互動數均較前一年減少，但在歷時性效應遞減趨勢下（如表 1），9 月逆勢出現網友互動高峰。這篇由「東京自耕農」於個人臉書貼出「發生在我身上的事-維吾爾女性的證言」的簡短貼文，分享轉貼講述維吾爾女子米日古麗·圖爾蓀以第一人稱視角揭露在新疆再教育營的黑暗遭遇（東京自耕農 Leo's Tokyo Life，2019 年 9 月 1 日）。此套短篇漫畫作品〈發生在我身上的事〉（私の身に起きたこと）由日本漫畫家清水ともみ於 Twitter 分享，並在日本網路熱傳（抹茶仔，2019 年 9 月 3 日），自稱在日本工作的台灣人「東京自耕農」也是轉述者之一，於臉書轉貼時加註 #MeToo 以及 MeTooUyghur、FreeUyghur、新疆、自治等關鍵詞。促使逐漸遞減的討論聲量再次突然竄起，相關性框架卻由原本反性侵之性別關懷，延伸至揭發新疆再教育營之維權議題，亦觸發香港反送中的熱烈討論。

同年 11 月，《紐約時報》接獲長達 403 頁的文件，提供前所未見的有關少數民族在新疆遭遇鎮壓的內幕，也是數十年來從中共內部洩露出來的最大一批政府文件（德國之聲，2019 年 11 月 18 日）。隨後，又揭露 24 頁文件，進一步曝光中國在新疆地區的鎮壓行動；顯示過去三年裡，新疆地區有 100 萬甚至更多的維吾爾族、哈薩克族和其他少數民族被拘留。總部位於華盛頓的獨立非營利機構國際調查記者聯盟對此進行調查，經過外部專家審查後，判定文件屬實（Ramzy & Buckley, 2019）雖然無法論定此些揭秘行動與之前網路社群的倡議擴散之間的關係，卻可看出一股由網路社群轉到主流媒體的跨媒介敘事路徑；如 MeToo 運動一樣，均站在權力者對立面，只是反抗對象轉移為中共政權。

由 MeToo 轉移到 MeTooUyghur，亦體現 Schröder（2017）定義的閱聽人——自媒體（東京自耕農 Leo's Tokyo Life）透過媒介技術

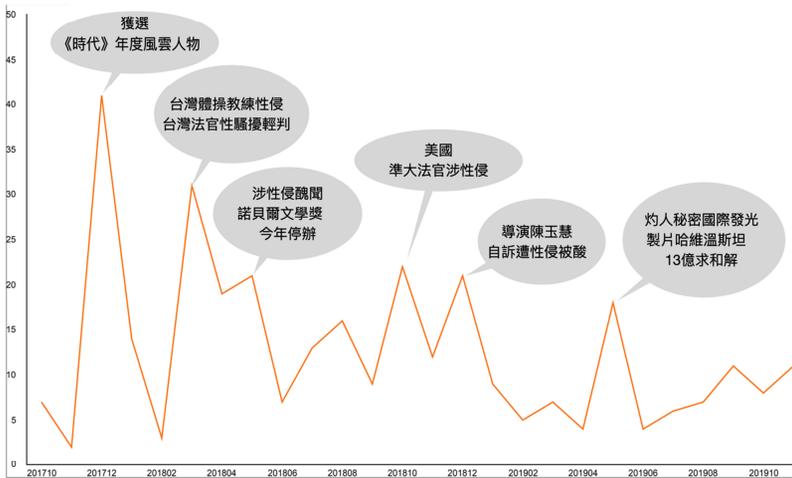
（新媒介社群平台）與符號內容（日本漫畫作品）雙重構連而來的參與能力，在媒介景觀中施展權力。不只是從大型故事擷取自我感動的故事消費，乃是接近東浩紀（2001／褚炫初譯，2012）描述的「大型非敘事」的「資料庫」敘事。在這個由網路標籤集結之生命經驗資料庫中，不同的閱聽人汲取不同的共鳴元素，挪動並更新其意義，堆疊創造全新的擬像增值作品與敘述/再述/轉述經驗。

## （二）行動者雲集的意義連結

在臺灣本地脈絡之下，該如何掌握行動者雲集的網絡中的意義連結？以下藉由集體／機構行動者、名人效應辨識「形定的形定」以及網路爆料交織出敘事創造世界之動態敘事過程，勾勒多重媒介邏輯以及如何連帶產生新的權力均衡。

Couldry & Hepp（2017）發展傳播形定概念時，從 Elias 的「形定」（figurations）延伸出「形定的形定」（figurations of figurations），認為形定之間相互依存關係交織共享意義，作用有如切換器的而產生關聯。在#MeToo 運動中，《時代》雜誌扮演類似此種「形定的形定」角色，將原於社群動員的網路運動一舉而推到傳統媒體雜誌封面的年度風雲人物，亦登上中時、聯合、自由、蘋果等臺灣四家傳統紙媒的顯著版面。由下圖 6 顯示，此事件於 2017 年 12 月連續出現在 11 則報導中，成為近兩年曝光數量最高的一月，報導多半強調打敗川普、習近平等國家領導人點出其新聞價值。《時代》雜誌自 1927 年起推出此年度專題已歷時 92 年，每年結果往往回應重大社會趨勢。21 世紀以來，因網路提升群眾集結的速度和廣度，多次以「群眾」為對象獲選，包括 2006 年以「你」（You）凸顯社群媒體年代人人都可自由發聲的趨勢；2017 年藉「打破沉默者」盛讚 #MeToo 引領一場 50 年來以後最快速的文化變革（王穎芝，2019 年 11 月 19 日）。雖然根據 QSearch 資料顯示，此題並未引起在地網路社群熱烈討論（互動數僅 4,297），但主流媒體報導卻猶如發揮定調效應；不僅報導則數增加，分析後續報導亦發現，於運動關鍵性進展如蔓延 85 國（國際中心，2018 年 3 月 17 日）或週年分析回顧（江玟，2019 年 10 月 28 日）均再提及入選年度風雲人物事件。

圖 6：臺灣四家平面媒體報導#MeToo 則數與熱門新聞趨勢圖



註：（1）本研究整理自蘋果、自由、聯合、中時等四家平面媒體報導。  
（2）標示報導則數較多月份及當月 3 則以上之新聞標題，包括 2017 年 12 月獲選《時代》年度風雲人物 11 則；2018 年 3 月臺灣體操教練性侵 7 則、台灣法官性騷擾輕判 6 則；2018 年 5 月涉性侵醜聞諾貝爾文學獎停辦 3 則；2018 年 10 月美國準大法官涉性侵共 8 則；2018 年 12 月導演陳玉慧自訴遭性侵 3 則；2019 年 5 月灼人秘密國際發光 6 則、美製片哈維斯坦 13 億求和解 4 則。

《時代》雜誌用「人物故事」吸引大眾興趣，正是吳修銘（2018）觀察「名人效應」的起點。他認為，在大眾文化時代，注意力產業總是想辦法利用名人的力量，讓人產生 Horton & Wohl（1956）提出「擬社會互動」（para-social interaction）的遠距離親密感，進而達到促成銷售的商業目的。此種名人效應進入數位媒介之社群傳播年代，更是變本加厲。網紅或明星吸引點擊率，除了顯現為高流量數字，更不可忽略背後臉書演算法推波助瀾的深媒介化效應。臉書自 2009 年推出演算法之後屢次改變規則，但貼文受歡迎度（popularity）迄今仍為主要決定排序的訊號之一（Cooper, 2020）。若以「形定的形定」的觀點來看，一方面推文之高互動率匯集網路社群的名人效應，二方面由演算法轉化來的網路聲量進一步帶來更多曝光，益加轉化為共享意義的樞紐；除了流量變現的商業潛質，亦可能因為「既是……（身份），又是議題倡議者（自訴／轉述者）」，促

成意義連結的節點。

從 Chatman 所言之「讀出」觀點來看，閱聽人因為「讀出」而貼文分享自我經驗，之後被其他媒體轉貼擴大行動動能，再結合演算法促成的連結，拓展故事串連迴路；於此亦進一步以「敘事創造世界」，一方面建構的「全球化故事」，全球性侵、性騷擾受害者無畏權力挺身而出，成為撼動父權與金權結構的「我也是」運動；另一方面也成就「故事化世界」，受害者看見彼此類同的被迫經驗，經由故事促成個人行動的資源，隨之勇敢發聲寫下親身經歷，創造個人的歷史。

觀察此議題在臺灣平面媒體報導情況與線上社群傳播情況，顯示主流媒體新聞報導較多者包括臺灣體操教練性侵案以及吳可熙創作《灼人秘密》之線上互動率亦高，出現跨媒介串連溢散現象。但進一步分析網路互動率，仍以原生於臉書自敘型貼文帶來網路聲量為高；而網紅或明星知名度亦有助於啟動上述連結效應，例如本研究選取節點之冏星人、吳可熙等貼文均為其例。

2018 年創下高網路聲量的網紅冏星人自訴九歲受到父執輩性侵的不堪往事。這篇「遲到的 #MeToo 自白」的 3,191 字臉書貼文中，描述因一件新聞採訪困擾而無意間向伴侶透露童年被性侵經歷，伴侶因此陷入重度憂鬱，心中每天重播受害場景，促使她決定公開：

關於我自己的事，我不是沒有發出過求救訊號，在我的第一本書收錄的《說不出口的傷與痛》開頭想要說三個故事，最後只說了兩個，因為第三個故事的主角是我，當時我還沒有勇氣說出口。

我選擇要說出來，一部分原因是，在幫助其他人之前，我必須拯救我的伴侶。如果這個秘密由更多人分擔，說不定她的痛苦可以少一點。……更大的原因是，雖然我說不想曝露受害人身份是我的一個堅持，但那何嘗不是我粉飾軟弱的藉口？

在受害事件中，我沒有任何的錯，作為公眾人物反而可能更應該表現出勇氣，否則我要如何讓人相信受害人放下怨恨、活得堂堂正正、甚至……療癒他人、取悅他人，活成一

個報章雜誌報導的「囧星人」？

所以我要說出來（囧星人，2018年6月7日）。

這篇貼文不僅在 FB 上引起囧粉的溫暖慰問與討論，本研究擷取 QSearch Trend 統計資料顯示，因為知識型網紅的名人效應，引起如東森新聞、鏡週刊、女人迷、蘋果日報等網路媒體共 18 篇相關貼文轉載。同時也使許多受害者「讀出」而說出隱忍已久的痛苦經驗。如當天以下這則貼文回應：

我哭著看完了，我無時無刻都在想，想要回到 14 歲那年，……我是在去年時跟母親坦承，但她卻選擇不相信！我也不想在自己的臉書上『再』傷害自己一次……14 歲那年被男同學集體性侵，因為是明星學校，所有一切全被掩埋了！#metoo（囧星人動態讀者回應，2018年6月7日）。

另有一位在臉書擁有 7.8 萬名追蹤者的「宅花媽媽」隨後公開她幼年被親戚誘姦而導致長期陷入憂鬱之心路歷程（宅花媽媽，2018年6月11日），串連接續性侵受害者自訴的故事世界。

2019 年關於#MeToo 討論數降低，影人吳可熙在臉書分享在生涯低潮看見 MeToo 運動因而啟發《灼人秘密》劇本創作（吳可熙，2019年4月18日）以及導演趙德胤隨該片參加坎城影展期間於臉書貼出「你相信命運嗎？」（趙德胤，2019年5月25日），又帶動新一波網路聲量；只是上述文本由個人生命史談到 MeToo、談到創作以及電影，將此一符號框架轉移至電影創作主題。

影人吳可熙在個人臉書中細數在《再見瓦城》飾演由緬甸偷渡到泰國之蓮青於影壇嶄露頭角，之後請她飾演外籍新住民邀約接踵而來，因不願被角色框架而拒絕，竟整整失業一年。她開始上唱歌課、舞蹈課、表演課，閱讀大量電影與文學作品填滿失業的空間。也在此時，開始整理自己的筆記嘗試寫作與電影編劇。之後接到在電影《血觀音》飾演美麗奔放的棠寧，卻又情境重演，希望她為藝術真正全裸演出的邀約不斷，同樣不希望演出重複角色而拒絕，未料再失業一年。因此投入大量時間進修、改寫創作劇本，也出現契機，而由演員轉型為編劇的動力正來自於#MeToo 事件：

2017年10月，好萊塢爆發 Harvey Weinstein 長期利用其權力地位霸凌處於弱勢女性的#metoo 事件。我很震驚也極度好奇真正的始末，以及到底在「那個夜晚」發生了什麼事情！於是我開始查閱和看每一篇美國的報導，以及所有勇敢站出來的女性的所有文章和採訪，我覺得非常感動，以及非常被激勵，這個運動不單只是在說權利濫用這件事，還有鼓勵女性勇敢發聲，找到我們原本就擁有的力量，去完成我們想要完成的任何夢想，不會因為我們是女性就完成不了，everything's possible！做完研究後，我快速地改寫了劇本，完成了完整的《灼人秘密》（吳可熙，2019年4月18日）。

該文真實自述式的書寫，承繼「勇敢發聲」、「不被框限」、「沒有不可能」等共享意義，觸動超過 1.6 萬次互動率，包括臉友 1,349 次的分享「行動」，進而帶入《灼人秘密》導演趙德胤撰寫 4 千多字長文之心情自敘，他在開頭寫道：

「你相信命運嗎？」來自美國好萊塢某記者這樣問我！《灼人秘密》從 2018 年 11 月 26 日殺青到現在，我接受了上百個訪問。我幾乎在重覆回答及解釋關於「電影」的問題：你為什麼拍電影？這部電影是根據哈維溫斯坦改編的嗎？這是你想要呼應#metoo 運動嗎？你為什麼改變這麼大？……當重覆了圍繞著「電影」的問題數百次，而我也知無不言、誠實地回答了數百次同樣的問題後，突然聽到這個問題「你相信命運嗎？」我靜默了，我得花點時間，靜下來…誠實認真地想想…（趙德胤，2019年5月25日）。

他自此深刻回溯由緬甸鄉下隻身來台而改變命運的生命經歷，當然包括在試鏡中結識吳可熙並在電影路上成為革命戰友以及取得《灼人秘密》原創劇本的經過。而從這兩個相互關聯的故事顯示，#MeToo 集體反性侵的主題經過吳可熙的「讀出」，使她由演員走向劇本創作之路，以電影而跨媒介延伸反性侵的「世界化故事」；導演趙德胤將意義延伸到對命運的深層反思，從個人脈絡而創造自己的「故事化世界」，主題雖轉移到電影創作，卻依然共享真誠、面對自

我、勇敢發聲等等自我生命敘事之內在意義，持續動態地以敘事創造世界。

統計 2019 年#MeToo 關鍵字 QSearch Trend 影響力分數排名，<sup>8</sup> 排除新聞媒體外，除倡議新疆人權的東京自耕農名列第一，趙德胤與吳可熙居於二、三名（見表 3）。從此種回應臉書演算法排序規則而換算出來的「分數」，可窺見名氣不僅是他們所做之事累積的成果，也成為啟動社群關注的專業資本。亦即，名人效應加上演算法促成的高網路互動率，使得上述自我敘事轉化發揮「形定的形定」的連結效應；不僅改變傳播形定的量尺，故事與意義亦隨之延展。綜上分析，我們可發現傳播形定的意義關聯不僅由主題框架導引，亦需詮釋促成連結之敘事情節，才能更為洞悉行動者雲集之意義流轉，顯明「故事」如何動態交織的過程。

表 3：2019 年臺灣 MeToo 關鍵字之影響力排名

貼文內容	影響力分數	來源粉絲頁
「發生在我身上的事」- 維吾爾女性的證言	44,034.8	東京自耕農 Leo's Tokyo Life
「你相信命運嗎？」來自美國好萊塢記者這樣問我……	3,942.5	趙德胤 Midi Z
2015 年底，《再見瓦城》殺青後，我整整失業了一年……	2,965.4	吳可熙 Wu Ke-Xi

資料來源：本研究整理

### （三）傳播實踐與閱聽人化相互作用

這一場由社群網路發動的「社會運動」，在上述由故事連結的傳播形定中交織複雜且高度脈絡化的傳播實踐，其採用的媒介整體（media ensemble, Bausinger, 1984）取決於對媒介的選擇性。綜觀#MeToo 運動關聯的媒介整體除了網路社群平台，平面紙媒、電影等傳統媒體亦相互為用。上述之名人效應之外，在臺灣處理性侵害較隱晦（余曉涵，2018 年 3 月 17 日）的脈絡下，也可發現一種逆向議題設定的路徑——先在網路匿名爆料受到熱議，匯集「閱聽人動能」的集體力量，再由傳統媒體揭露之跨媒介敘事過程之「閱聽人化」，例如揭發體操教練性侵害案，透過臉書超過兩百五十萬人的「爆料公社」

私密社團公佈，形成「社群平台揭露—網民討論—新聞媒體跟進報導轉述—繼續於網路討論」的傳述迴路以故事創造世界。

成立於 2015 年的爆料公社創辦人劉尚文（化名）指出，爆料公社社員遍佈全臺，每天平均 500 至 800 則貼文，留言天天都破萬則以上。霸凌、肇事逃逸等等驚悚畫面隨時上傳，各大新聞每天幾乎均可見取材自爆料公社的報導（賴好翎，2015 年 12 月 28 日），經年累月而來之爆料文化不僅帶來「平民近用媒體」現象，亦形成群體爆料的特殊媒介景觀，各種聳動、新奇題材隨時可能挑動網民情緒（黃星達，2017）。爆料公社形成之「閱聽人邏輯」亦影響臺灣新聞媒體報導走向，猶如在複數的媒介邏輯之中增添「閱聽人動能」。此種媒介邏輯亦被性侵受害者洞察而挪用，選擇爆料公社匿名陳述傷害敘事。

主流媒體從網路爆料中找尋報導素材之個案不止於此，例如 2018 年一名 30 歲媽媽揭發抱兒子到衛生所接種疫苗，卻在診間遭吳姓醫生的性騷擾事件。隔天她將不愉快經歷貼在地方社團臉書，文末詢問：「請問有人和我遇到相同的事嗎？」網友紛紛抱不平，包括兩位曾遭吳姓醫生同樣手法性騷擾的女性留言。這則貼文隨後被《蘋果日報》以標題為「勇媽怒揭色醫掰腿 #MeToo 台灣女性不再隱忍」的頭版頭條報導（曾佳俊、張貴翔，2018 年 7 月 23 日）。這則受害者敘事同樣經過「上網自訴—網友討論—主流媒體顯著報導」的傳播途徑；位於權力弱勢的一方通過網路社群媒體的傳播實踐，成功翻轉權力位置，但媒體包裝為「勇媽」對抗「色醫」置於頭版封面故事，仍可見媒介依市場邏輯的運作軌跡。

除了爆料文化而來的網路與傳統媒體相倚共構閱聽人邏輯之動態敘事過程之外，其媒介整體之內，主流媒體民意論壇亦為倡議者選項之一。又以臺灣四大平面媒體相關報導最多之《蘋果日報》的評論分析則數最多，論點角度亦多元豐富，總計 30 篇來自各界倡議者、支持者之評論與投書，不乏長期關注性別平權的行動者身影，如勵馨基金會（蘋果日報，2018.09.23: A26；2018.12.09: A17；2018.12.30: A22）、台北婦女新知協會（蘋果日報，2018.04.20: A22；2018.05.09: A14）均透過投書或專欄撰寫論述，無形中也使該報成為倡議者媒介實踐的場域。

媒體人張潔平藉由「蘋論陣線」專欄把中國版#MeToo 引介到台灣人視野之中（張潔平，2018 年 10 月 6 日），她創辦內容創作者平

台《Matters》也成為受害者應訴的發聲渠道，正如揭發央視知名主持人騷擾而被反控侵害名譽的弦子在平台上的自述：

我想對所有和我有類似遭遇的朋友們說，堅持一下，在堅持的過程中，一定會遇到一些柔弱而又善良的存在，要時刻記住那些存在，用她們帶來的力量抵抗黑暗的吞噬。因為「用溫暖驅散黑暗」，這個世界必須以這種方式才能運行下去，我們每個人也必須盡自己的力量，發出自己的火焰（弦子，2018年9月29日）。

由受害者心中發出的火焰，猶如點點星火，兩年多來持續在新、舊媒介平台串連。也許是看到名人的生命故事起而發聲，也許是在人生低潮中默默注意#MeToo 新聞發展而寫下《灼人秘密》劇本，無論何時、何地，這場另類的社會運動穿戴著不同的媒介形式如湧浪般出現。

在我們身處的世界之中，像 MeToo 這樣的事實存已成為開放的故事世界，去中心化的敘事既發散又聚合。本文追尋媒介化傳播形定以及形定的形定之連結，探看「#MeToo」如何透過跨媒介敘事情節與故事創造世界，試以詮釋此類開放文本交織共享意義與過程。由此發現，數位新媒體得以跨域連結的能供性，已為性暴力受害者培力因而挺身而出成為行動者，以去中心化的受害者敘事，勇敢站在社會權力的對立面。

「#MeToo」此一符碼由英語世界外延到不同語系、跨疆界的不同空間，並且隨時間延展被挪用至同樣對抗權力者的新疆維吾爾族維權運動，呈現敘事創造世界的動態意義。但是，在台灣本土跨媒介敘事過程中，仍然存在包括集體行動者與演算法催化的名人效應、網路爆料等複數媒介邏輯，猶如「形定的形定」形構更複雜連結；透過《時代》雜誌、自媒體網紅罔星人、知名導演趙德胤、影人吳可熙、爆料公社等等，帶入多元異質之領域參與跨媒介敘事過程。

傳播實踐則包含新舊媒介如網路社群平台、平面紙媒以及電影等混媒性的媒介整體。此模式超越好萊塢以不同媒介形式形塑虛構故事宇宙的營銷手法與意圖，而是行動者集結、流動性的大型非敘事樣態。

受限於研究時間與篇幅，從網路大數據資料以立意抽樣選取四個分析事件並與紙媒相關聯之新聞報導對話，僅進行大規模研究前的解釋性個案研究，缺點在於難以獲致成熟結論（Davey, 1991），但將媒介化構連敘事想像，以「#MeToo」在臺灣之意義建構為例，採用新興傳播概念與大數據研究方法開展初探性嘗試，引借部分敘事研究之分析視角，以豐厚媒介化概念詮釋性並實證於經驗研究，即為本研究希冀達成之目的與價值所在。

## 伍、小結

漢納鄂蘭（Hannah Arendt）曾說：「世界充滿故事、況味以及令人好奇的情境，只等著被訴說。」（as cited in Cavarero, 2000, p. 143）媒介化思潮近年不斷湧現的論著，恰似在媒介科技日新月異的當代，以概念／論述的流變（becoming）解釋傳播／社會流變（becoming），嘗試開拓傳播理論未能充分闡述之視野，其概念化過程充分體現觸敏性的特徵。

本文勾勒媒介化論點並聚焦於敘事如何隨著媒介與傳播形式的變化而轉變，進而嘗試帶入部分敘事研究觀點相互證成，以#MeToo 跨域在台灣開展的動態敘事過程進行個案研究，引證經驗分析之可行性。綜合上述探討，初步歸結三點思考方向：

首先，當社會日益交織在深媒介化的複雜性之中，媒介化理論不僅關注於如何互動，更透視背後的傳播形定，其知識系譜上溯知識社會學、過程社會學、形式社會學，並展現此一新興傳播思往社會學借枝借火的學術企圖，突顯其朝向傳播接合個體與群體之社會文化脈絡的全貌觀點，亦謀合社會學實踐轉向之思潮（Stern, 2003）。如傳播形定以及後續提出的形定的形定概念均以學群之力共同進行理論建構，以回應進入深媒介化時代的論述需要；其概念化過程汲取ANT、社會現象學等思想，亦提供不同領域切入對話的可能。臺灣此時若能匯集更多本土論述，應能接軌國際思潮並且裨益傳播研究創新。

另一方面，敘事研究取徑亦朝向關注過程以及「敘事創造世界」（narrative worldmaking），因而「故事」不再再只限於線性的文本結構中，而朝向超文本之微故事、平行故事、外圍故事或是網友自製故

事等多元情節（陳雅惠，2018）。人作為敘事動物（Fisher, 1984, 1987）藉由數位媒介普遍近用，亦得以參與共構「全球化故事」與「故事化世界」。此種由閱聽人「讀出」而來的開放敘事與動能，使得媒介化與跨媒介敘事研究在閱聽人這一端產生視域交融的可能。例如本文案例之非虛構、去中心、由下而上的非典型敘事網絡，採取傳播形定取徑並與跨媒介敘事同存互參，不僅探討導引形定主題，亦從敘事情節陳明其相互關聯，以此豐厚連結的意義詮釋，盼能藉此能充實傳播形定概念的詮釋性。

最後，若將「媒介化」視為「中程理論」（Hjarvard, 2013），其理論發展至今，如傳播形定已概念化為可操作之研究取徑，得以探看特定社會範疇的經驗現象，亦可跨領域進行理論對話。Livingstone & Lunt（2014）曾主張，將媒介化研究作為第二序的調查（second-order investigation），可與其他傳播研究者及跨學門學者合作，將其他領域研究「作為磨粉用穀物放進媒介化研究的磨裏」，甚至媒介化可視為「網路標籤」（hashtag），來標籤、蒐集與比較概念、主張與證據，從而有相同研究旨趣的學者，藉此集合在「#媒介化」之下，共同跨域探討日益複雜的媒介化世界。

如#MeToo 此類由數位網路促成之社會運動，兼具媒介化傳播形定的意義集結以及敘事創造世界的兩面特徵，無疑正提供豐富的經驗場域，讓研究者得以藉此開展「媒介化與」跨媒介敘事對話；並不意味媒介化與敘事研究現階段的理論資源難以自足，而是媒介無所不在的社會本體變貌之下，讓兩者的討論產生聚合的機會，未來仍有待開拓更多跨域論述的可能，本文僅是嘗試的起點，希望有助於在地媒介化敘事經驗研究以及方法上的接續討論。

## 註釋

- 1 此段話出自猶太劇作家 Fischer, Greenber, & Newman，由 Metzger（2007）於《Writing for your Life》一書引為開頭的話；數位敘事學者 Lambert（2010）亦以此為起點，從猶太劇場源自口語傳統（oral traditions）看待故事與生活以及社會文化脈絡緊密相連的精神，重新思索數位敘事的意涵。
- 2 與「mediatization」類似由傳播學界因應新媒介環境而重新定義的

新概念還包括「mediation」、「medialisation」、「mediation」、「remediation」、以及「mediatic turn」等等。唐士哲(2014a)爬梳相關概念之後,將「mediation」譯為「中介」,「mediatization」譯為「媒介化」,該文亦大致梳理兩個概念流變以及趨近於媒介化論述。

- 3 媒介化此一新興傳播研究取徑近年仍處於概念化 (conceptualization) 進程,將之歸類為制度論、社會建構論傳統 (Hepp, 2013a; Couldry & Hepp, 2013); 或文化、物質以及建制等三個觀點 (Lundby, 2014); 以及引用 Blumer (1954) 的概念區分為限定性 (definitive) 與觸敏性 (sensitizing) 等不同取徑 (Jensen, 2013), 均是媒介化概念化之不同分類表徵。
- 4 形定 (figuration) 一詞由 Elias 在 1939 年在《個人們的社會》中提出,在社會學的中譯較為常見的有「形態」、「形構」與「組構」(張敦為, 2009), 此詞首次由傳播學者方念萱 (2016) 翻譯為「形定」,似已兼顧交織與過程的意義,因此本文循此為中譯。
- 5 Livingstone & Lunt (2014) 歸納出三個媒介化的理念型解釋 (ideal typical accounts): (1) 媒介化作為人類歷史進程之長期 (the longue durée) 文化演進; (2) 媒介化作為近幾世紀高度現代性制度性權力之施行; (3) 媒介化作為最近數十年數位時代社會—科技的轉換,認為每一種取徑都召喚著進一步研究。
- 6 QSearch Trend 為國內重要的社群數據分析系統,包括公視、台視、大愛等媒體以及 CARAT 凱絡等媒體顧問公司均採用其系統。本文除圖 3、圖 4 之文字雲以 2018、2019 年一整年為期擷取資料,其餘資料以 2017 年 12 月 1 日至 2018 年 11 月 30 日; 2018 年 12 月 1 日至 2019 年 11 月 30 日兩整年為期比較,亦與平面媒體搜集期間大致相符。
- 7 本研究在 QSearch Trend 設定的兩個整年時間跨距中,以「#MeToo」為關鍵字搜尋,除篩選互動數量之外,在「互動情緒時間軸」中,亦反覆點選各種互動情緒(包括 Like、Angry、Wow 等等),隨後挑選顯著情緒互動高峰,再據以查看原文,選定分析事件。
- 8 QSearch Trend 影響力分數記算方式為,該粉絲頁所有符合搜尋條

件之貼文（讚數  $\times$  0.1 + 回應數  $\times$  0.1 + 分享數），分數越高代表該粉絲頁符合搜尋條件之貼文數多，或該粉絲頁影響力大。此參數加重「分享」之權值，正回應演算法優先呈現高價值參與度貼文的排序規則。

## 參考書目

- 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。
- 王穎芝 (2019 年 11 月 19 日)。〈《時代》2019 年度風雲人物 香港示威者呼聲高！華人史上首次獲選竟是他與她〉，《風傳媒》。  
取自：<https://www.storm.mg/article/1965922>
- 石安伶、李政忠 (2014)。〈雙重消費、多重愉悅：小說改編電影之互文／互媒愉悅經驗〉，《新聞學研究》，118：1-53。
- 宅花媽媽 (2018 年 6 月 11 日)。〈可惡的你、可憐的我、今後應該怎麼辦？關於阿德勒對我的影響〉。【臉書動態更新】。取自 <https://www.facebook.com/TW.FitMom/posts/2187186634629969/>
- 江亦瑄、林翠絹、康力平 (2016)。〈大數據與傳播研究方法〉，劉幼琍、孔令信、江亦瑄、何吉森編《大數據與未來傳播》，頁 17-34。台北：五南。
- 江玟 (2019 年 10 月 28 日)。〈從性醜聞到平權 #MeToo 運動 2 週年〉，《蘋果新聞網》。取自 <https://tw.appledaily.com/international/20191027/M6KRZVMG64DCGGDKQZEZ7LXFX4/>
- 余曉涵 (2018 年 3 月 17 日)。〈台 MeToo 行動較冷 專家：對性議題較隱晦〉，《中央社》。取自 <https://www.cna.com.tw/news/ahel/201803170134.aspx>
- 吳可熙 Wu Ke Xi (2019 年 4 月 18 日)。〈2015 年底，《再見瓦城》殺青後，我整整失業了一年〉。【臉書動態更新】。取自 <https://www.facebook.com/Wu.Ke.Xi.Official/photos/a.558218397622980/1961627507282055/?type=3&theater>
- 吳修銘 (2018)。《注意力商人》。台北：天下雜誌。
- 吳慕兒 (2017 年 11 月 3 日)。〈一個 hashtag 勾起全球性侵暗黑回憶 #Metoo 成凝聚受害者最大力量〉，《香港 01》。取自 [https://www.hk01.com/即時國際/130502/一個\\_hashtag\\_勾起全球性侵暗黑回憶-metoo\\_成凝聚受害者最大力量](https://www.hk01.com/即時國際/130502/一個_hashtag_勾起全球性侵暗黑回憶-metoo_成凝聚受害者最大力量)
- 冏星人 (2018 年 6 月 7 日)。〈大家好，我是冏星人〉。【臉書動態更新】。取自 <https://www.facebook.com/shintaroReview/photos/a.1946995073515>

81/1008889589265898/?type=3&theater

宋世祥 (2016)。《百工裡的人類學家》。台北：果力文化。

李平 (2017 年 12 月 1 日)。〈蘋論：勇敢的呂麗瑤〉，《蘋果日報》，A10 版。

弦子 (2018 年 9 月 29 日)。〈弦子、麥燒：MeToo 讓我們相信，柔軟可以改變世界〉，《Matters》。取自

<https://matters.news/@maishaoshao/弦子-麥燒-me-too 讓我們相信-柔軟可以改變世界-zdpuAy2E1vCLxj74FopkHN5QyQ3TX77tkxB3j59KLFKkuJxZs>

抹茶仔 (2019 年 9 月 3 日)。〈日本熱傳漫畫描繪維吾爾族人故事 網民：慘況讓人難以置信〉，《香港 01》。取自

<https://www.hk01.com/開罐/370695/日本熱傳漫畫描繪維吾爾族人故事-網民-慘況讓人難以置信>

東京自耕農 Leo's Tokyo Life (2019 年 9 月 1 日)。〈發生在我身上的事-維吾爾女性的證言〉。【臉書動態更新】。取自

<https://www.facebook.com/tokyofarmer>

紀惠容 (2018 年 12 月 30 日)。〈性侵害的話語權在哪裡？〉，《蘋果日報》，A22 版。

紀惠容 (2018 年 12 月 9 日)。〈豆導的爛腳本，台灣的日常〉，《蘋果日報》，A17 版。

紀惠容 (2018 年 9 月 23 日)。〈宗教的#MeToo，是秘密還是制約〉，《蘋果日報》，A26 版。

韋可琦、陳清芳 (2018 年 4 月 3 日)。〈勵馨 30 週年 4/21 辦 #MeToo 遊行接軌國際〉，《中央社》。取自

<https://www.cna.com.tw/news/ahel/201804030191.aspx>

唐士哲 (2014a)。〈重構媒介？「中介」與「媒介化」概念爬梳〉，《新聞學研究》，121：1-39。

唐士哲 (2014b)。〈從政治化媒介到媒介化政治：電視政論節目作為制度化的政治實踐〉，《中華傳播學刊》，25：3-41。

唐樂水 (2018)。《嘻哈中國：媒介化視野下的次文化研究》。世新大學傳播博士學位學程博士論文。

秦沛璇 (2018 年 12 月 19 日)。〈Instagram 年度回顧，流行差不多就是這個樣子〉，《好奇心日報》。上網日期：2018 年 12 月 20

- 日，取自 <https://www.qdaily.com/articles/59421.html>
- 翁秀琪（2011）。〈什麼是「蜜迪亞」？重新思考媒體／媒介研究〉，《傳播研究與實踐》，1(1)：55-74。
- 國際中心（2018年3月17日）。〈受害者挺身 #MeToo 運動蔓延 85 國〉，《蘋果日報》，A1 版。
- 張敦為（2009）。《Norbert Elias 的文明理論——文明化、個體化、知識化的形態與過程》。清華大學社會研究所碩士論文。
- 張潔平（2018年10月6日）。〈關鍵判決與寧靜革命〉，《蘋果日報》，A31 版。
- 張潔平（2018年8月8日）。〈中國版#MeToo，一場另類的社會運動〉，《蘋果日報》，A14 版。
- 曹琬凌（2015）。〈院線紀錄片再媒介化之媒介化分析：以【看見台灣】經驗為例〉，《傳播研究與實踐》，5(2)：121-153。
- 曹琬凌（2017）。《守住泰雅的聲音：司馬庫斯的媒介化故事》。台北：五南。
- 許恬寧譯（2017）。《狂粉是怎樣煉成的》。台北市：大塊文化。（原書 Fraade-Blamar, Z., & Glazer, B. A. [2017]. *Superfandom: How our obsessions are changing what we buy and who we are*. New York, NY: W. W. Norton.）
- 陳品丞（2019）。《社會運動的媒介化：一個行動者網絡理論的觀點與取徑》。政治大學傳播學院傳播碩士學位學程碩士論文。
- 陳雅惠（2018）。〈懶人包超文本敘事設計分析：順序與結構元素的討論〉，《中華傳播學刊》，34：81-117。
- 曾佳俊、張貴翔（2018年7月23日）。〈勇媽怒揭色醫掰腿 #MeToo 台灣女性不再隱忍〉，《蘋果日報》，A1 版。
- 黃長玲（2018）。〈#MeToo 之後？性別權力的濫權與課責〉，《台灣民主季刊》，15(2)：147-156。
- 黃星達（2017）。〈從爆料新聞到爆料公社—談新媒體時代下的危機溝通轉向〉，《危機管理學刊》，14(2)：89-99。
- 臧國仁、蔡琰（2012）。〈新聞圖文敘事之競合論述關係：以「水淹高雄岡山晉德老人安養院」個案報導為例〉，《新聞學研究》，111：89-127。
- 臧國仁、蔡琰（2017）。《敘事傳播：敘事／人文觀點》。台北：五

南。

褚炫初譯（2012）。《動物化的後現代：御宅族如何影響日本社會》。台北市：大鴻藝術。（原書 東浩紀 [2001].《動物化するポストモダン：オタクから見た日本社会》。日本東京：講談社。）

趙德胤 Midi Z（2019年5月25日）。〈你相信命運嗎？〉。【臉書動態更新】。取自

<https://www.facebook.com/midiz.director/posts/2304364176499018/>

德國之聲（2019年11月18日）。〈《紐時》400頁密件曝新疆再教育營暴行《環球時報》反擊：西方媒體報導「缺良知」〉，《風傳媒》。取自 <https://www.storm.mg/article/1960171>

蔣月琴（2018年4月20日）。〈#MeToo 台灣女權的成年試煉〉，《蘋果日報》，A22版。

蔣念祖（2018年5月9日）。〈杜絕職場性騷擾 速訂吹哨者條款〉，《蘋果日報》，A14版。

鄭義愷譯（2008）。《什麼是社會學》。台北，群學。（原書 Elias, N. [1970]. *What is sociology?* New York, NY: Columbia University Press.）

蕭阿勤（2012）。〈敘事分析〉，瞿海源、畢恆達、劉長萱、楊國樞編《社會及行為科學研究法 質性研究法》，頁133-166。台北：東華書局。

賴好翎（2015年12月28日）。〈揭秘爆料公社！輿論壓力大 創社人劉尚文暫隱退〉，《TVBS News》。取自

<https://news.tvbs.com.tw/life/632293>

閻紀宇（2018年4月17日）。〈2018年普立茲獎揭發影壇與政壇色魔惡行《紐約時報》、《紐約客》、《華盛頓郵報》獲表揚〉，《風傳媒》。取自 <https://www.storm.mg/article/425546>

聯合新聞網（2020年4月14日）。〈你是主流還是小眾？一張圖揭密台灣人最愛的社群媒體〉，《聯合新聞網》。取自

<https://udn.com/news/story/7088/4491019>

爆料公社（2018年3月10日）。〈昔日的女學生出面指控體操教練摧殘身體的暴行，受害者數人已報案，希望這種能讓爛人受到應有的懲罰〉，《爆料公社》。取自 <https://www.bc3ts.com/post/8103>

- Altheide, D. L. (2004). Media logic and political communication. *Political Communication*, 21(3), 293-296.
- Altheide, D. L., & Snow, R. P. (1979). *Media logic*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Andersen, J. (2018). Archiving, ordering, and searching: Search engines, algorithms, databases, and deep mediatization. *Media, Culture & Society*, 40(8), 1135-1150.
- Asp, K. (1986). *Powerful mass media: Studies in political opinion formation*. Stockholm, SE: Akademik litteratur.
- Asp, K. (1990). Medialization, media logic and mediarchy. *Nordicom Review*, 11(2):47-50.
- Asp, K. (2014). Mediatization: Rethinking the question of media power. In K. Lundby (Ed.), *Mediatization of communication: Handbooks of communication science* (Vol. 21, pp. 349-374). Berlin, DE: De Gruyter Mouton.
- Bausinger, H. (1984). Media, technology and daily life. *Media, Culture & Society*, 6(4), 343-351.
- Beer, D. (2013). *Popular culture and new media: The politics of circulation*. Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge*. London, UK: Penguin.
- Blumer, H. (1954). What is wrong with social theory? *American Sociological Review*, 19, 3-10.
- Castells, M. (2009). *Communication power*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Cavarero, A. (2000). *Relating narratives: Storytelling and selfhood*. London, UK: Routledge.
- Chatman, S. (1978). *Story and discourse: Narrative structure in fiction and film*. Ithaca, NY: Cornell University press.
- Cooper, P. (2020, January 27). How the Facebook algorithm works in 2020 and how to make it work for you. *Hootsuite*. Retrieved from <https://blog.hootsuite.com/facebook-algorithm/>
- Couldry, N. (2004). Theorising media as practice. *Social Semiotics*, 14(2), 115-132.
- Couldry, N. (2008). Mediatization or mediation? Alternative understandings of the emergent space of digital storytelling. *New Media & Society*, 10(3), 373-391.

- Couldry, N. (2009). Does 'the media' have a future? *European Journal of Communication*, 24(4), 437-449.
- Couldry, N. (2014). Mediatization and the future of field theory. In K. Lundby (Ed.), *Mediatization of communication: Handbook of communication science* (Vol. 21, pp. 227-248). Berlin, DE: De Gruyter Mouton.
- Couldry, N., & Hepp, A. (2013). Conceptualizing mediatization: Contexts, traditions, arguments. *Communication Theory*, 23(3), 191-202.
- Couldry, N., & Hepp, A. (2017). *The mediated construction of reality*, Cambridge, UK: Polity.
- Davey, L. (1991). The application of case study evaluations. *Practical Assessment, Research & Evaluation*, 2(1), 9. doi: 10.7275/02g8-bb93
- Deacon D., & Stanyer J. (2014). Mediatization: Key concept or conceptual bandwagon? *Media, Culture & Society*, 36(7), 1032- 1044.
- Deacon, D., & Stanyer, J. (2015). 'Mediatization and' or 'Mediatization of'? A response to Hepp et al. *Media, Culture & Society*, 37(4), pp. 655-657.
- Dockterman, E., Edwards, H. S., & Zacharek, S. (2017, December). Person of the Year: The silence breakers. *Time*. Retrieved from <http://time.com/time-person-of-the-year-2017-silence-breakers/>
- Elias, N. (1978). *What is sociology?* London, UK: Hutchinson.
- Finnemann, N. O. (2014). Digitization: New trajectories of mediatization? In K. Lundby (Ed.), *Mediatization of communication: Handbook of communication science* (Vol.21, pp. 297-322). Berlin, DE: De Gruyter Mouton.
- Fisher, W. R. (1984). Narration as a human communication paradigm: The case of public moral argument. *Communication Monographs*, 51, 1-22.
- Fisher, W. R. (1987). *Human communication as narration: Toward a philosophy of reason, value and action*. Columbia, SC: University of South Carolina Press.
- Fornas, F. (2014). Mediatization of popular culture. In K. Lundby (Ed.), *Mediatization of communication: Handbooks of communication science* (Vol. 21, pp. 483-504). Berlin, DE: De Gruyter Mouton.
- Gillespie, T. (2014). The relevance of algorithms. In T. Gillespie, P. J. Boczkowski, & K. A. Foot (Eds.), *Media technologies: Essays on communication, materiality, and society* (pp. 167-193). Cambridge,

MA: MIT Press.

- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the origination of experience*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Hall, S. (1973). Encoding and decoding in the television discourse. *Media Series*, 7, 1-19.
- Hepp, A. (2009). Differentiation: Mediatization and cultural change. In K. Lundby (Ed.), *Mediatization: Concept, changes, consequences* (pp. 135-154). New York, NY: Peter Lang.
- Hepp, A. (2012). Mediatization and the 'molding force' of the media. *Communications*, 37(1), 1-28.
- Hepp, A. (2013a). The communicative figurations of mediatized worlds: Mediatization research in times of the 'mediation of everything'. *European Journal of Communication*, 28(6), 615-629.
- Hepp, A. (2013b). *Cultures of mediatization*. Cambridge, UK: Polity.
- Hepp, A., & Hasebrink, U. (2014). Human interaction and communicative figurations: The transformation of mediatized cultures and societies. In K. Lundby (Ed.), *Mediatization of communication: Handbooks of communication science* (Vol. 21, pp. 249-272). Berlin, DE: De Gruyter Mouton.
- Hepp, A., & Hasebrink, U. (2018). Researching transforming communication in times of deep mediatization: A figurational approach. In A. Hepp, A. Breiter, & U. Hasebrink (Eds.), *Communicative figurations: Transforming communications in times of deep mediatization* (pp. 15-48). Cham, CH: Palgrave Macmillan.
- Hepp, A., Breiter, A., & Hasebrink, U. (2018). Rethinking transforming communication: An introduction. In A. Hepp, A., Breiter, & U. Hasebrink (Eds.), *Communicative figurations: Transforming communications in times of deep mediatization* (pp. 3-13). Cham, CH: Palgrave Macmillan.
- Hepp, A., Hjarvard, S., & Lundby, K. (2015). Mediatization: Theorizing the interplay between media, culture and society. *Media, Culture & Society*, 37(2), 314-324.
- Herman, D. (2013). Approaches to narrative worldmaking. In M. Andrews, C. Squire, & M. Tamboukou (Eds.), *Doing narrative research* (pp. 248-271). London, UK: Sage.
- Hjarvard, S. (2008). The mediatization of religion: A theory of the media as agents of religious change. *Northern Lights: Film & Media Studies*

- Yearbook*, 6(1), 9-26.
- Hjarvard, S. (2013). *The mediatization of culture and society*. London, UK: Routledge.
- Hjarvard, S. (2016). Mediatization. In P. Rössler, C. A. Hoffine, & L. van Zoonen (Eds.), *The international encyclopedia of media effects* (pp. 1-20). Malden, MA: Wiley.
- Hjarvard, S. (2018). The logics of the media and the mediatized conditions of social interaction. In C. Thimm, M. Anastasiadis, & J. Einspänner-Pflock (Eds.), *Media logic(s) revisited. Modelling the interplay between media institutions, media technology and societal change* (pp. 63-84). Cham, CH: Palgrave Macmillan.
- Horton, D., & Wohl, R. (1956). Mass communications and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. *Psychiatry*, 19(3), 215-229.
- Jansson, A. (2013). Mediatization and social space: Reconstructing mediatization for the transmedia age. *Communication Theory*, 23(3), 279-296.
- Jenkins, A., Ito, M., & boyd, d. (2016). *Participatory culture in a networked era: A conversation on youth, learning, commerce, and politics*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Jenkins, H. (2006). Searching for the origami unicorn: The matrix and transmedia storytelling. In S. L. R. Gomes, & A. R. Barros (Eds.), *Convergence culture: Where old and new media collide* (pp. 93-130). New York, NY: New York University Press.
- Jensen, K. B. (2013). Definitive and sensitizing conceptualizations of mediatization. *Communication Theory*, 23(3), 203-222.
- KannengieBer, S. (2018). Repair cafés as communicative figurations: Consumer-critical media practices for cultural transformation. In A. Hepp, A. Breiter, & U. Hasebrink (Eds.), *Communicative figurations: Transforming communications in times of deep Mediatization* (pp. 101-122). Cham, CH: Palgrave Macmillan.
- Kantor, J., & Twohey, M. (2017, Oct 5). Harvey Weinstein paid off sexual harassment accusers for decades. *The New York Times*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2017/10/05/us/harvey-weinstein-harassment-allegations.html>
- Knoblauch, H. (2013). Communicative constructivism and mediatization. *Communication Theory*, 23(3), 297-315.

- Krotz, F. (2007). The meta-process of 'mediatization' as a conceptual frame. *Global Media and Communication*, 3(3), 256-260.
- Krotz, F. (2018). Media logic and the mediatization approach: A good partnership, a mesalliance, or a misunderstanding? In C. Thimm, M. Anastasiadis, & J. Einspänner-Pflock (Eds.), *Media logic(s) revisited: Modelling the interplay between media institutions, media technology and societal change* (pp. 41-61). Cham, CH: Palgrave Macmillan.
- Krotz, F., & Hepp, A. (2013). A concretization of mediatization: How mediatization works and why 'mediatized worlds' are a helpful concept for empirical mediatization research. *Empedocles. European Journal for the Philosophy of Communication*, 3(2), 137-152.
- Kuhn, T. (1962). *The structure of scientific revolutions*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Kuipers, G. (2018). Communicative figurations: Towards a new paradigm for the media age? In A. Hepp, A. Breiter, & U. Hasebrink (Eds.), *Communicative figurations: Transforming communications in times of deep mediatization* (pp. 425-436). Cham, CH: Palgrave Macmillan.
- Lambert, J. (2010). *Digital storytelling: Cookbook*. Berkeley, CA: Center for Digital Storytelling/Digital Diner Press.
- Latour, B. (2007). *Reassembling the social: An introduction to actor-network-theory*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Livingstone, S. (2009). On the mediation of everything. *Journal of Communication*, 59(1), 1-18.
- Livingstone, S., & Lunt, P. (2014). Mediatization: An emerging paradigm for media and communication research. In *Mediatization of communication: Handbooks of communication science* (Vol. 21, pp. 703-724). Berlin, DE: De Gruyter Mouton.
- Lohmeier, C., & Böhling, R. (2018). Researching communicative figurations: Necessities and challenges for empirical research. In A. Hepp, A. Breiter, & U. Hasebrink (Eds.), *Communicative figurations: Transforming communications in times of deep mediatization* (pp. 343-362). Cham, CH: Palgrave Macmillan.
- Lundby, K. (2008). Introduction: Digital storytelling, mediatized stories. In K. Lundby (Ed.), *Digital storytelling, mediatized stories: Self-representation in New Media* (pp. 1-17). New York, NY: Peter Lang.
- Lundby, K. (2009a). Media logic: Looking for social interaction. In K. Lundby (Ed.), *Mediatization: Concept, changes, consequences* (pp.

- 101-119). New York, NY: Peter Lang.
- Lundby, K. (2009b). Introduction: 'Mediatization' as Key. In K. Lundby (Ed.), *Mediatization: Concept, changes, consequences* (pp. 1-18). New York, NY: Peter Lang.
- Lundby, K. (2014). Mediatization of communication. In K. Lundby (Ed.), *Mediatization of communication: Handbooks of communication science* (Vol. 21, pp. 3-38). Berlin, DE: De Gruyter Mouton.
- Madianou, M., & Miller, D. (2013). Polymedia: Towards a new theory of digital media in interpersonal communication. *International Journal of Cultural Studies*, 16(2), 169-187.
- Metzger, D. (2007). *Writing for your life*. New York, NY: HarperCollins Publishers Inc.
- Nowak, J. (2017). On the concept of figurations, deep mediatization and the adulthood of media and communication studies – the interview with Andreas Hepp. *Mediatization Studies*, 1(1), 109-118.
- Ramzy, A., & Buckley, C. (2019, November 24). Leaked China files show internment camps are ruled by secrecy and spying. *The New York Times*. Retrieved from [https://www.nytimes.com/2019/11/24/world/asia/leak-chinas-internment-camps.html?\\_ga=2.67439763.360085399.1590459917-887315808.1590459917](https://www.nytimes.com/2019/11/24/world/asia/leak-chinas-internment-camps.html?_ga=2.67439763.360085399.1590459917-887315808.1590459917)
- Schatzki, T. R. (1996). *Social practices*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Schröder, K. C. (2011). Audiences are inherently cross-media: Audience studies and the cross-media challenge. *Communication Management Quarterly*, 18(6), 5-27.
- Schröder, K. C. (2017). Towards the “audiencization” of mediatization research? Audience dynamics as co-constitutive of mediatization processes. In O. Driessens, G. Bolin, A., & S. Hjarvard (Eds.), *Dynamics of mediatization: Institutional change and everyday transformations in a digital age* (pp. 85-115). Cham, CH: Palgrave Macmillan.
- Schutz, A. (1967). *The phenomenology of the social world*. Evanston, IL: Northwestern University Press.
- Schutz, A., & Luckmann, T. (1989). *The structures of the life world* (Vol. 2). Evanston, IL: Northwestern University Press.
- Scolari, C. A., Bertetti, P., & Freeman, M. (2014). *Transmedia archaeology*. London, UK: Palgrave Macmillan.

- Silverstone, R. (1999). *Why study the media?* London, UK: Sage.
- Simmel, G. (1908). The problem of sociology. In D. N. Levine (Ed.), *Georg Simmel on individuality and social forms* (pp. 23-35). Chicago, IL: The University of Chicago Press.
- Stern, D. (2003). The practical turn. In S. P. Turner, & P. A. Roth (Eds.), *The Blackwell guide to the philosophy of the social sciences* (pp. 185-206). Malden, MA: Blackwell.
- Thimm, C., Anastasiadis, M., & Einspänner-Pflock, J. (2018). Media logic or media logics? An introduction to the field. In C. Thimm, M. Anastasiadis, & J. Einspänner-Pflock (Eds.), *Media logic(s) revisited: Modelling the interplay between media institutions, media technology and societal change* (pp. 1-8). Cham, CH: Palgrave Macmillan.
- Williams, R. (1980). *Problems in materialism and culture*. London, UK: Verso.
- Williams, R. (2003). *Television: Technology and cultural form*. London, UK: Routledge.

# Mediatization and Transmedia Storytelling: How to Interweave a Storyworld in the #MeToo Era

Wan-Lin Tsao\*

## Abstract

The omnipresence of new media has changed the nature of people's lives and their means of acquiring knowledge. Mediatization theory has emerged from the European continent as a means of exploring the social world. The researcher constructed a dialogue with the aforementioned conceptual framework of mediatization theory published internationally in recent years and borrowed certain perspectives from the narrative communication research. First, this study examined the concept of mediatization and its role in social construction. Second, it explained the conceptualization of communicative figurations, deep mediatization, and audiencization. Finally, the study analyzed the #MeToo movement in a Taiwanese context to interpret the transformation of audiences during narrative participation in transmedia storytelling through "narrative worldmaking" in the age of deep mediatization.

**Keywords:** deep mediatization, mediatization, communicative figurations, transmedia storytelling, audiencization, #MeToo

---

\* Wan-Lin Tsao is Assistant Professor at Department of Cultural and Creative Industries, National Kaohsiung University of Science and Technology, Taiwan.