

社会运动中的社交媒体动员与媒介间议程设置效应：以台湾地区“反服贸学运”为例

乐媛 周晓琪

摘要

在政治传播研究中，媒介间议程设置理论为选举期间议题在新旧媒介间的流动及其结构性影响提供了有力解释，但鲜少有人将其放置在社会运动情境中验证。2014年台湾地区发生的“反服贸学运”为探索这一效应的本土化特征提供了难得案例。通过时滞分析发现，社会运动情境中传统媒体与社交媒体确实存在跨媒介议程互动。社交媒体的议程设置能力主要体现在初期提供议题资源和产生“共鸣效果”，而在后续抗争中赋予议题情感属性的框架过程依然掌握在传统媒体手中，这一结果与选举情境下的议题流动模式并不一致。当社运者将社交媒体更多作为资源动员的新工具时，其框架建构的驱动力与效果往往不如政治偏向的传统媒体，这意味着新媒体及其裹挟的民意依旧很难摆脱被党派意识形态操控的风险。

关键词

社会运动、社交媒体、媒介间议程设置、时滞分析

作者简介

乐媛，厦门大学新闻传播学院副教授，电邮：leyuan@xmu.edu.cn。

周晓琪，武汉工商学院教师，电邮：252301260@qq.com。

基金项目：教育部人文社科研究青年基金项目：“超越制度决定论：两岸互联网政治参与比较研究”（13YJC860015）。

DOI:10.13495/j.cnki.cjjc.2019.06.002

Social Media Mobilization and Inter-media Agenda-Setting Effects of Social Movement: The Case Study of “Anti-trade Student Movement” in Taiwan

LE Yuan ZHOU Xiaoqi

Abstract

In political communication research, intermedia agenda-setting theory can well explain the mobility of agenda between new and traditional media and its structural influence in the campaign,

but few studies tested it in social movements. The ‘Anti-trade Student Movement’ happened in Taiwan 2014 provided a good case. By time-lagged analysis, the results support the intermedia agenda-setting effects between traditional and social media in the situation of social movement. The agenda-setting ability of social media is mainly to provide the topic resources and ‘resonance effects’ at the beginning of the movement, while traditional media still have influence on social media by the process of framing. This results challenge the mobility model of news agenda found in political elections. When social movement actors adopt social media mainly as a tool for resource mobilization, they may have less motivation and ability to take control of issue framing than the traditional political-biased media, which means new media and online public opinion are still in a hazard of manipulation by partisan ideologies.

Keywords

Social movement, Social media, Inter-media agenda setting, Time-lagged analysis

Authors

Le Yuan is an associate professor in the School of Journalism and Communication in Xiamen University. E-mail: leyuan@xmu.edu.cn.

Zhou Xiaoqi is a teacher in Wuhan Technology and Business University. E-mail: 252301260@qq.com.

Funding: Ministry of Education Humanities and Social Sciences Research Foundation “Beyond Institutional Determinism: Comparative Study of Cross-strait Online Political Participation”(13YJC860015).

随着新媒体的出现，社会运动与整个社会之间的传播与沟通模式正在逐步改变。社会运动组织者不再被动地等待媒体报道，而是主动运用新媒体平台自主发声。从20世纪90年代起，就有社会运动组织者开始利用互联网进行信息传播、沟通、组织与协调。在台湾地区，从2008年的“野草莓运动”1开始，社会运动组织者纷纷以Facebook、PTT、YouTube等新媒体为阵地开展社会运动，并成功影响了传统媒体的议题。

以往的媒介间议程设置研究指出，政治行动者使用社交媒体能够成功影响传统媒体的议题，但这一现象主要存在于特定情境中（特别是政治选举）。鲜少有研究将触角延伸至社会运动，考察社交媒体与传统媒体间的议题流动现象及议程设置效果。本文认为，自下而上的社会运动有别于政治选举，由于社运者缺乏传统媒体资源，他们比政客有更强的动力使用低门槛的社交媒体配合其线下抗争，企图影响传统媒体，进而争取公众舆论的支持。尽管社交媒体在社会运动中所扮演的重要角色

被一再确认,但并没有实质性的证据能验证社交媒体对传统媒体议程的影响,考察议题流动的模式特征。

此外,社会运动中的媒介间议程设置效应仍需更多区域性、本土化的验证与拓展。由于台湾地区近十年来社会运动频发,且政治选举模式相对稳定,存在一个高度结构化的竞争媒体环境,其典型的社会运动能为亚洲地区跨媒体议题流动研究提供合适的案例,在一定程度上回应、比较、推进既往相关研究。因此,本研究以2014年发生在台湾的“反服贸学运”为例,探索社会运动中传统媒体与社交媒体的互动关系,以及社交媒体能否成功影响传统媒体议程或者传统媒体是否仍然保持较强议题定义权的问题。

一、文献综述

(一) 社会运动与媒体

就社会运动与大众媒介的关系而言,一般认为媒体对一个事件不予报道的话,那么这一事件对于不在场的老百姓们来说就等于没有发生。同样的,一个没有被报道的社会运动就如同一个没有发生过的社会运动(赵鼎新,2006:268)。但这类观点也可能遭受质疑,被认为犯了“媒介中心论”的谬误,忽略了社会运动团体主动建构意义的角色(彭慧蕙,1997)。社会运动团体往往能够运用媒介策略,主动参与新闻生产,影响传统媒体新闻内容的形成。而互联网技术的发展正在逐步改变社会运动与整个社会之间的传播与沟通模式。尤其值得注意的是社交媒体在社会运动中所发挥的信息传递、组织动员作用。社交媒体的互动、分享、即时及人际网络的特性,让运动组织可以快速地动员许多人力并发送宣传信息,建立起覆盖面广泛的运动网络。例如“阿拉伯之春”运动(Arab Spring)、美国的“占领华尔街运动”(Occupy Wall Street)等更被认为是社交媒体刺激的社会运动(Wiersma,2014)。学者们指出,在当今的社会运动中,社交媒体已然成为最主要的信息传播工具(Gaby & Caren,2012; Penney & Dadas,2014),同时有助于社会运动参与者建立集体认同(Harlow,2012; Al-Rawi,2014),甚至还能够影响官方媒体、独立媒体的报道(李明颖,2012)。

近年来,新媒体也被台湾社行动者作为组织和动员的重要工具。2008年11月6日,抗议马英九当局使用暴力侵犯人权而发起的“野草莓运动”,被认为是台湾第一场由网络串联而起的社会运动。2012年的“反旺中媒体垄断”运动,许多人透过博客发声,以此对抗传统纸媒及电视媒体,从而引发了反垄断的游行活动

(罗弘旭, 2013)。而在2014年的“反服贸学运”(也称作“太阳花学运”)中, Facebook是运动中最主要的信息扩散、组织与动员工具,以“黑色岛国青年阵线”为主的“反服贸”团体,积极运用社交媒体来传播“反服贸”信息,而这些信息被许多人当成认识“服贸”的权威参考材料,深刻影响了岛内部分民众对于“服贸”的负面认知(信强,金九泛,2014)。可见,新媒体技术的发展极大地促进了社会运动的发生与发展,让社运者直接发出自己的声音,同时也极有可能影响传统媒体的报道。

(二) 媒介间议程设置

媒介间议程设置的早期研究表明,大报对小报、全国性媒体对地方性媒体、主流媒体对另类媒体有更大的议程设置的影响(Danielian & Reese, 1989)。诺伊曼也认为媒体之间也有“媒体意见领袖(media opinion leader)”(又称主流媒体、建制媒体)的现象存在,在主流媒体最先报道相关新闻之后,其他媒体也会跟进报道,这种从“领袖”媒体流向另类媒体的现象被称为“共鸣效果(consonance effects)”(Noelle-Neumann & Mathes, 1987)。在此基础上,有学者进一步证实媒体议题同样可以从非主流媒体流向主流媒体,即所谓的“溢散效果(spill-over effects)”。并且这种“溢散”不仅是议题本身,还包括了议题的框架,具体过程呈现为事件在其“潜伏期”和“预备期”被另类媒体报道,在“上升期”进入主流媒体视野,并与另类媒体合力报道达到“高峰”,最后媒体的注意力于事件“衰退期”逐渐减弱(Mathes & Pfetsch, 1991)。

需要指出的是,“共鸣”与“溢散”这两种议题流动模式主要指向了对“媒体属性”,即“媒介意见领袖”与“另类媒体”的区别定义。Mathes和Pfetsch(1991)认为,分析媒介间议程设置的预设之一就是媒体系统中的“结构性条件”,主流媒体的精英受众群体和作为消息来源的结构性位置,使得有名望的媒体具有意见领袖的地位,具有趋势设定的功能,从而引发媒介系统的连锁反应。而另类媒体的概念本身与社会运动紧密相连,本土的、特定议题群体(single-issue group)的诉求和各式社会运动都促使另类媒体的产生与发生,它被认为是新议题的提供者。由于“媒介间议程设置”理论提出的时候网络技术尚未普及,社交媒体更未兴起,因而媒体间的结构性位置相对稳定,且传播进程缓慢,“共鸣”与“溢散”议题流动模式能够较好地解释媒体间议程设置的相互影响。但随着新媒体技术的崛起,门槛更低、传播速度更快、去中心化的社交媒体被社运者青睐,并作为资源动员的工具在整个运动过程中发挥重要作用,媒体间议题流动模式的特征很可能

发生变化，而社交媒体是作为天然的“另类媒体”亦或“意见领袖媒体”在其中产生影响也是值得探讨的问题。

已有研究表明，总统候选人网站与传统媒体之间存在媒介间的议程设置效果（Ku, Kaid & Pfau, 2003）。也有学者发现网络社区（如BBS论坛）在政治选举的特定阶段同时扮演了引导公众舆论和影响其他媒体报道的重要角色（Lee, Lancendorfer & Lee, 2005）。但这些跨媒介议程设置效果的研究多数在政治竞选的情境下展开，而社交媒体在社会运动中的位置更为特殊重要，其作为消息源的地位更加突出，社运者的媒介使用策略也可能与政客不同，因此有必要细致考察社交媒体与传统媒体是如何在社会运动中相互影响彼此间的议程。

（三）议题、属性与框架

议程设置的第一层级关注“议题”，即“告诉人们想什么”；议程设置的第二层级关注议题的“属性”，“告诉人们怎么想”（McCombs, Llamas, Lopez-Escobar & Rey, 1997）。属性包含实质属性和情感属性两个维度，实质属性指新闻具有从认知上帮助公众构建新闻和辨别不同主题的特性，情感属性通常指正面、负面和中立的评价语气（Lopez-Escobar, Llamas, McCombs & Lennon, 1998）。新闻媒介对议题对象的某些特定属性进行凸显或淡化则会影响到受众对该客体的理解。

许多学者认为麦克姆斯关于“属性”的定义与“框架”概念颇为相似，甚至他本人就认为“框架就是议程设置的第二层级”（McCombs, 1997）。确实，大部分学者认为议程设置效果的第二层涉及到属性也涉及到框架（Comstock & Scharrer, 2005: 175）。从议程设置的发展脉络来看两者可以视作研究相同对象的不同路径（陈强, 2013），属性议程设置和框架效果理论是解释同一现象的彼此可替代的方法，两者在相互竞争中发展，而属性议程设置理论的优势在于适用于定量分析的标准性操作化定义的发展（Takeshita, 2005）。

国外已有大量研究证实政治选举情境中存在第一层与第二层媒介间议程设置效应，如在议题对象方面，报纸议题影响电视新闻议题；在实质属性方面，报纸政治广告影响电视和报纸新闻，而电视新闻反过来影响电视政治广告议题；在情感属性方面报纸与电视则存在相互影响的关系（Lopez-Escobar, Llamas, McCombs & Lennon, 1998）。互联网出现后，Lee等人通过研究韩国2000年总统大选期间的网络BBS和主要报刊的内容发现，在第一个层级议题议程上报纸影响BBS，而在第二层级属性议程上BBS则影响报纸（Lee, Lancendorfer & Lee, 2005）。

国内相关研究可归纳为以下几个方面：一、探讨传统媒体与网络媒体在媒介间

议程互动中的角色，如认为网络与电视媒介相互提供议题资源，电视媒介为网络媒介的议题把关（滕远聪，2014）。二、以媒介间议程设置理论为基础探讨在互联网时代的舆论引导机制（徐昭，2012）。三、对传统媒体与网络媒体的议题流动模式——“共鸣”与“溢散”效果的探讨（吴颖，2012）。四、对党派意识形态偏向在主流媒体与网络舆论框架议程互动中的影响进行探索（乐媛，刘君琳，2013）。然而，以上这些研究也未涉及社会运动情境下的媒介间议程设置效果。

综上所述，提出以下研究问题与假设：

RQ1：在反服贸学运中，社交媒体与传统媒体的报道议程是否存在媒介间议程设置效应？其议程流动模式为何？

H1a：传统媒体在学运不同阶段的报道议题上具有显著差异

H1b：社交媒体在学运不同阶段的报道议题上具有显著差异

H1c：传统媒体与社交媒体在学运不同阶段的报道议题上具有时滞相关性

RQ2：在反服贸学运中，社交媒体与传统媒体的实质属性与情感属性议程上是否存在媒介间议程设置效应？其议程流动模式为何？

H2a：传统媒体在学运不同阶段的实质属性与情感属性议程上具有显著差异

H2b：社交媒体在学运不同阶段的实质属性与情感属性议程上具有显著差异

H2c：传统媒体与社交媒体在学运不同阶段的实质属性与情感属性上具有时滞相关性

RQ3：在反服贸学运中，蓝、绿媒体分别与不同立场的社交媒体之间存在怎样的相互影响？其议程流动模式为何？

H3a：亲绿主流媒体在报道议题上与其意识形态亲近的社交媒体存在正向时滞相关性

H3b：亲蓝主流媒体在实质属性与情感属性上与其意识形态亲近的社交媒体存在正向时滞相关性

二、研究方法

本研究采用内容分析法，描述社会运动中跨媒体间的议程分布，并以交叉时滞分析来验证媒介间的议题流动模式。

（一）样本的选择

首先，在社交媒体方面，本研究选择在本次学运中最具影响力的社运组织“黑岛国青年阵线”（以下简称“黑岛青”）的脸书专页（Facebook Page）作为分析

样本。同时由于此次运动颇具争议，进程中也爆发了“反服贸”抗议活动，因而将最具影响力的反学运社运组织“白色正义社会联盟”（以下简称“白色正义”）的脸书专页纳入研究范畴，旨在提供一个相对符合现状的参照系。

其次，在传统媒体方面，我们选择报纸作为分析样本。一方面，在台湾地区报纸报道一直是最主要的议程设置者，尽管电视媒体在现场直播等方面具有时效上的优势，但更具影响力的政论节目所衍生的讨论则可能倾向于以当日报纸所提供的重要报道来设定议题。另一方面，台湾地区的报纸格局相对稳定且高度结构化，《自由时报》与《联合报》是被广义认知上的蓝、绿媒体，因而本研究主要选定这两份报纸作为传统媒体的考察对象，以验证不同意识形态立场的报纸是否会对“反服贸学运”的报道。

在取样时段选择上，“反服贸学运”始于2014年3月18日晚上21时左右学生突破警力“占领立法院”，止于2014年4月10日学生退出“立法院”。《联合报》与《自由时报》均为早报，在报道时间上会滞后一天，因此在传统媒体方面选取时间为2014年3月19日至2014年4月11日的相关报道；在社交媒体方面，运动爆发后网络上就同步出现现场情况的报道，因此选取运动发生当天即2014年3月18日到运动结束当天的2014年4月10日的“黑岛青”脸书贴文；由于白色正义从2014年3月24日才开始成立粉丝专页并贴文反对学生占领“立法院”的行动，因此该脸书的数据时间选择为2014年3月24日至2014年4月10日。表1为样本分布：

表1：社交媒体与传统媒体报道量 单位：篇

媒体类型	名称	样本量	合计
社交媒体	“黑色岛国青年阵线”	276	456
	白色正义社会联盟	180	
传统媒体	联合报（蓝）	632	1482
	自由时报（绿）	850	

（二）主要类目建构

1. 议题类别：报纸和脸书贴文的议题类目（见表2）。

表2：“反服贸学运”议题类目

类目	定义说明
行动抗争	个人或团体发起或参与的静坐、占领、游行、绝食、扫街、集会等抗争行动策略。
冲突描述	描述学生与警察之间，蓝绿政党之间、反服贸与反反服贸人士之间等等发生的语言、肢体冲突。

提出/回应诉求	反服贸与反反服贸人士提出的诉求，以及政府、官员对诉求的回应等等。
声援支援	各国、各界人士公开发表言论支持或提供人力、物资、财力支持，表示力挺、全球串联等。
民主人权	民主人权讨论，如民主被践踏，民众权利破坏，民主决策，要求政府朝野应与民众平等对话等等。
政府政党	“马政府”独裁暴政；党内及蓝绿阵营的政治斗争；台湾政治政党制度失灵等政治局势方面的讨论。
法律秩序	指出30秒通过服贸审查时违反法律程序；民众学生的抗议脱离秩序、违法；服贸需逐立法审查，建立两岸协议监督条例，以维护法律程序正义；警察执法不当，暴力镇压等。
台湾经济	讨论服贸给台湾经济发展带来的正面或负面影响。
两岸问题	学运产生的两岸关系的变化，或指出反服贸是对大陆的疑虑、“逢中必反”等
社会正义	内容涉及坚持台湾社会正义、追求世代正义等。

2. 议题属性：议题属性分为实质属性与情感属性，在实质属性方面（见表3），基于文献中的讨论，本研究倾向使用“框架”概念来进行测量，借用恩特曼的框架类别，分为：问题定义、因果解释、道德评估、解决方法（Entman, 1993）。在情感属性方面本文将分为“正面”、“中立”与“负面”。正面态度是指报道中出现对“反服贸学运”的或隐或显的肯定字眼或语气，可以是直接发表肯定式评论或者以引用其他消息来源的方式对其表示赞成；负面态度是报道中对“学运”或隐或显的否定、质疑或批评，可以是直接发表否定式的评论或者以引用其他消息来源的方式对其表示否定；中立态度，并未对学运作出肯定或否定性的评价，或者客观引用其他消息来源的中性词或语气。

表3：“反服贸学运”实质属性类目

类目	定义说明
问题定义	对于抗争行动的陈述，例如介绍背景知识或是描述事发经过；或对于抗争行动的性质界定，例如认为“太阳花学运”是革命、学生运动、和平非暴力抗争、非法的暴力行动、脱序行为等。
因果解释	产生抗争行动的原因，如不满政府强行闯关、国民党/“马政府”粗暴滥权不作为、黑箱问题、违反法律程序、政党混战等；或者担心服贸对台湾经济造成巨大冲击，以及“恐中”、“反中”、对大陆不信任等。
道德评估	即描述抗争事件中个人的人格与道德问题，负面的道德评价如粗暴、傲慢、无礼、贪婪，正面的道德评价如人品高尚、有纪律守秩序等。
解决方法	主要提出抗争事件的解决方法，如马英九回应学生诉求，答应学生退回服贸、建立两岸协议监督条例、宪政改革；或学生与民众进行持续抗争；或朝野协商；或要求警察强制驱离占领“立法院”的学生；或学生退出“立法院”、归还“国会”的和平解决办法。

此外，研究还根据运动发展过程的关键性时间点对整个过程进行了阶段划

分,即“学运爆发期(3.18-3.22)”“学运发展期(3.23-3.28)”“学运高潮期(3.29-4.6)”和“学运消退期(4.7-4.11)”。此外,为确保内容分析基于可信的编码过程,编码员为三个经过训练的研究生组成。在预编码阶段进行信度测试,根据Holsti(1969)提供的指标计算的核心变量:议题类别信度为0.84,议题实质属性信度为0.83,议题情感属性为0.88,基本符合内容分析的信度要求。

(三)交叉时滞分析

为探讨社交媒体与传统媒体在第一、第二层级里发生的媒介间议程设置,本研究借鉴Lopez-Escobar、Llamas、McCombs和Lim(1998)在媒介间议程设置的实证研究中所采用的交叉时滞相关分析(cross-lagged correlation analyses)。不同于早期议程设置研究,其因果关系往往基于简单相关关系的验证而引发争议,时滞分析则是尝试将时间因素纳入因果关系链条的考察中,虽不同于实验法中排除其他竞争因素的单纯两因素因果验证,但明确的时间先后关系在很大程度上区分了因与果的逻辑顺序,尤其在基于大样本调查或内容分析数据的媒介间议程设置效果研究中,时滞分析更具优势且被广泛使用。

交叉时滞相关分析是建立在Rozelle-Campbell baseline2基础上的相关分析(张茂桂,1994),假设两个时间段Time1与Time2之间,如果X设置Y的议程多于Y设置X的议程,那么相关性 $PX1Y2$ 应该大于 $PX2Y1$;反之,如果Y设置X的议程大于X设置Y的议程,那么相关性 $PX2Y1$ 应该大于 $PX1Y2$ 。Lopez-Escobar指出,交叉时滞相关分析的优势在于:首先两个相反的假设可以同时被检验;其次假设可借助Rozelle-Campbell基线值进行验证。交叉时滞相关情境下的两个变量有六个相关性:即同步相关 $PX1Y1$ 和 $PX2Y2$,自相关 $PX1X2$ 和 $PY1Y2$,时滞关系 $PX1Y2$ 和 $PX2Y1$ 。本研究主要关注时滞关系 $PX1Y2$ 与 $PX2Y1$ 。

三、研究结果

(一)议题资源的主要提供者:第一层级媒体间议程博弈

1. 传统媒体的议程设置:侧重政府政党表现

总体而言,传统媒体在“反服贸学运”报道中最关注“政府政党”议题(20.6%)。具体来看,在学运爆发期(T1),传统媒体对“政府政党”的报道量为67篇,达到29.4%;而在学运发展期(T2),因学生在3月23日冲进“行政院”,“冲突描述”的议题才有所上升(17.6%),紧接着仍为“政府政党”议题(17.4%)。此结果表明,就算是对社会运动的报道,这些具有党派立场的传统媒体仍然更关

注“政府”或者“政党”在学运中的表现，而后才是运动抗争议题本身。结果显示，传统媒体的议题议程在学运不同发展阶段具有显著差异（ $\chi^2=145.163, df=27, p<0.001$ ），支持假设H1a。

表4：传统媒体分期议题议程

议题议程	学运发展阶段				合计
	学运爆发期 Time1 (3.18-3.22)	学运发展期 Time2 (3.23-3.28)	学运高潮期 Time3 (3.29-4.6)	学运消退期 Time4 (4.7-4.11)	
行动抗争	38(16.7%)	63(12.0%)	82(16.3%)	51(22.5%)	234(15.8%)
冲突描述	10(4.4%)	92(17.6%)	77(15.3%)	20(8.8%)	199(13.4%)
诉求	4(1.8%)	18(3.4%)	19(3.8%)	3(1.3%)	44(3.0%)
声援支援	48(21.1%)	66(12.6%)	35(6.9%)	6(2.6%)	155(10.5%)
民主人权	26(11.4%)	48(9.2%)	35(6.9%)	21(9.3%)	130(8.8%)
政府政党	67(29.4%)	91(17.4%)	100(19.8%)	48(21.1%)	306(20.6%)
法律秩序	13(5.7%)	65(12.4%)	62(12.3%)	37(16.3%)	177(11.9%)
台湾经济	19(8.3%)	54(10.3%)	53(10.5%)	15(6.6%)	141(9.5%)
两岸问题	3(1.3%)	26(5.0%)	38(7.5%)	22(9.7%)	89(6.0%)
社会正义	——	——	3(0.6%)	4(1.8%)	7(0.5%)
合计	228(100.0%)	523(100.0%)	504(100.0%)	227(100.0%)	1482(100.0%)

$\chi^2=145.163, df=27, p<0.001$

2. 社交媒体的议题议程：强调行动抗争、争取支持

与传统媒体不同的是（见表5），社交媒体关注的议题主要是“行动抗争”（30.3%）。具体来看，在学运爆发期（T1）和发展期（T2），社交媒体的议题议程主要是“声援支持”，分别为40.4%与30.0%。而到学运高潮期（T3）与消退期（T4），“行动抗争”议题则上升为讨论最多的议题，分别占32.8%与41.8%。这或许是因为在运动爆发初期，运动组织者需要通过社交媒体进行广泛的动员，呼吁更多有共识的人或团体加入抗议行动，而到学运中后期，虽然运动已经具有较大的影响力，但由于各个运动组织的目标并没有完全达成，因此需要持续不断地抗争行动。交叉分析显示，社交媒体在学运四个阶段议题议程具有显著差异（ $\chi^2=91.128, df=24, p<0.001$ ），支持假设H1b。

表5：社交媒体分期议题议程

议题议程	学运发展阶段				合计
	学运爆发期 Time1	学运发展期 Time2	学运高潮期 Time3	学运消退期 Time4	
行动抗争	30(26.3%)	27(24.5%)	58(32.8%)	23(41.8%)	138(30.3%)

冲突描述	15(13.2%)	1(0.9%)	16(9.0%)	3(5.5%)	35(7.7%)
诉求	5(4.4%)	11(10.0%)	6(3.4%)	5(9.1%)	27(5.9%)
声援支援	46(40.4%)	33(30.0%)	31(17.5%)	8(14.5%)	118(25.9%)
民主人权	5(4.4%)	4(3.6%)	10(5.6%)	5(9.1%)	24(5.3%)
政府政党	4(3.5%)	3(2.7%)	21(11.9%)	2(3.6%)	30(6.6%)
法律秩序	2(1.8%)	21(19.1%)	25(14.1%)	8(14.5%)	56(12.3%)
台湾经济	6(5.3%)	—	6(3.4%)	1(1.8%)	13(2.9%)
两岸问题	1(0.9%)	1(0.9%)	—	—	2(0.4%)
社会正义	—	9(8.2%)	4(2.3%)	—	13(2.9%)
合计	114(100.0%)	110(100.0%)	177(100.0%)	55(100.0%)	456(100%)

$\chi^2=91.128, df=24, p<0.001$

3. 社交媒体与传统媒体的议题议程流动模式

如图1所示，在学运发生的第一个时滞（T1-T2），无论是社交媒体流向传统媒体（ $r=0.370$ ），或是传统媒体流向社交媒体所显示出的相关系数（ $r=0.312$ ）均大于基线值0.201，表明这一时期的两种媒体类型议题存在交互影响，但是从社交媒体流向传统媒体的相关系数更大，说明社交媒体对传统媒体影响更大。

在学运发展的第二个时滞（T2-T3），议题由传统媒体流向社交媒体的相关系数（ $r=0.500$ ）超过基线值0.259，表明学运发展期（T2）的传统媒体影响学运高潮期（T3）的社交媒体议题议程。而在第三个时滞（T3-T4），社交媒体流向传统媒体的相关系数为0.631，大于基线值0.476；而传统媒体流向社交媒体的议题相关系数则为0.350，小于基线值0.476，表明在学运发展的高潮期至退潮期，社交媒体影响了传统媒体的议题议程。

可见，在学运发展的整个过程中，社交媒体与传统媒体的议题议程存在时滞相关性，即第一层级的媒介间议程设置效应，验证了假设H1c。而这一效应是在这二

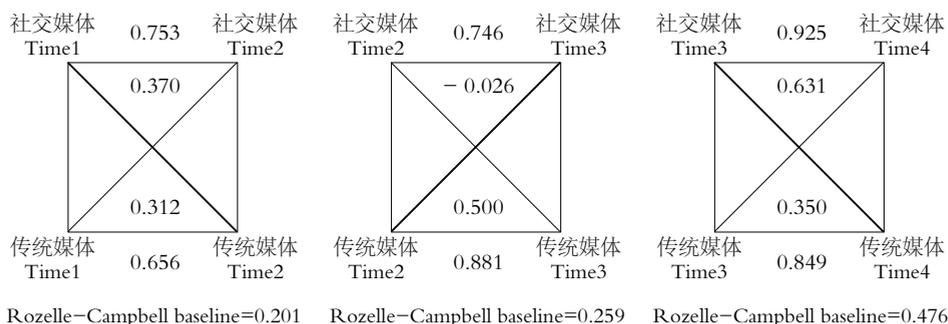


图1：社交媒体与传统媒体第一层级议程设置交叉时滞相关分析

者的相互博弈中实现的, 尽管在学运发展接近高潮阶段传统媒体曾占据上风, 但在大部分时候社交媒体提供了议题资源, 并影响了主流媒体的议程安排。

(二) 框架建构的主导者: 第二层级媒体间议程博弈

1. 传统媒体的议题框架

如表6所示, 传统媒体在框架设定上主要强调的是“问题定义”(41.8%)。除了在学运初期(T1)聚焦于议题的“因果解释”(36%), 其他后续三个阶段则越加重视对问题的定义(分别为39.8%、46.2%、49.3%), 以期抢夺话语权。数据显示, 在学运不同阶段传统媒体实质属性议程具有显著差异($\chi^2=53.330, df=9, p<0.001$), 部分验证假设H2a。

表6: 传统媒体议题框架分期分布

实质属性	学运发展阶段				合计
	学运爆发期 Time1	学运发展期 Time2	学运高潮期 Time3	学运消退期 Time4	
问题定义	67 (29.4%)	208 (39.8%)	233 (46.2%)	112 (49.3%)	620 (41.8%)
因果解释	82 (36.0%)	95 (18.2%)	99 (19.7%)	36 (15.9%)	312 (21.1%)
道德评估	22 (9.6%)	74 (14.1%)	43 (8.5%)	21 (9.3%)	160 (10.8%)
解决方法	57 (25.0%)	146 (27.9%)	129 (25.6%)	58 (25.5%)	390 (26.3%)
合计	228 (100.0%)	523 (100.0%)	504 (100.0%)	227 (100.0%)	1482 (100.0%)

$\chi^2=91.128, df=24, p<0.001$

2. 社交媒体的议题框架

与传统媒体不同的是(见表7), 尽管社交媒体也十分强调对问题的定义, 尤其在运动爆发期(66.7%), 但却随着运动发展而呈现下降趋势。可见, 社交媒体在“问题定义”的框架设定上逐渐丧失了主动权。检验显示, 社交媒体在运动不同时期的实质属性议程具有显著差异($\chi^2=59.488, df=9, p<0.001$)部分验证了假设H2b。

表7: 社交媒体议题框架分期分布

实质属性	学运发展阶段				合计
	学运爆发期 Time1	学运发展期 Time2	学运高潮期 Time3	学运消退期 Time4	
问题定义	76 (66.7%)	45 (40.9%)	60 (33.9%)	24 (43.6%)	205 (45.0%)
因果解释	16 (14.0%)	3 (2.7%)	11 (6.2%)	2 (3.6%)	32 (7.0%)
道德评估	1 (0.9%)	14 (12.7%)	30 (17.0%)	9 (16.4%)	54 (11.8%)
解决方法	21 (18.4%)	48 (43.7%)	76 (42.9%)	20 (36.4%)	165 (36.2%)
合计	114 (100.0%)	110 (100.0%)	177 (100.0%)	55 (100.0%)	456 (100.0%)

$\chi^2=59.488, df=9, p<0.001$

3. 社交媒体与传统媒体的议题框架流动模式

如图2所示，在第一个时滞（T1-T2），爆发期（T1）中社交媒体所建构的议题框架与发展期（T2）传统媒体的议题框架相关系数为0.974，大于基线值0.331；而爆发期（T1）传统媒体议题框架与发展期（T2）社交媒体的议题框架相关系数则为0.020，小于基线值0.331。这表明从学运爆发期至发展期，作为第二层议程设置的实质属性，即议题框架，是由社交媒体流向传统媒体的。

而在第二个时滞（T2-T3），发展期（T2）中社交媒体与高潮期（T3）传统媒体的议题框架相关系数为0.691，发展期（T2）传统媒体与高潮期（T3）社交媒体的议题框架相关系数为0.704，二者均超过基线值0.673。这表明社交媒体与传统媒体的议题框架在这一运动阶段是相互影响的，并且，议题框架由传统媒体流向社交媒体的相关系数更高，说明传统媒体对社交媒体的框架议程设置能力更强。

在第三个时滞（T3-T4），高潮期（T3）社交媒体的议题框架与退潮期（T4）传统媒体的议题框架相关系数为0.602，小于基线值0.656；而高潮期（T3）传统媒体议题框架与退潮期（T4）社交媒体的议题框架相关系数为0.755，大于基线值0.656，表明在这一时滞，传统媒体议题影响社交媒体议题。

以上结果说明传统媒体与社交媒体在议题框架这一实质属性上存在时滞相关性，除了运动初始阶段，传统媒体对社交媒体的议题框架影响更大，部分验证了假设H2c。

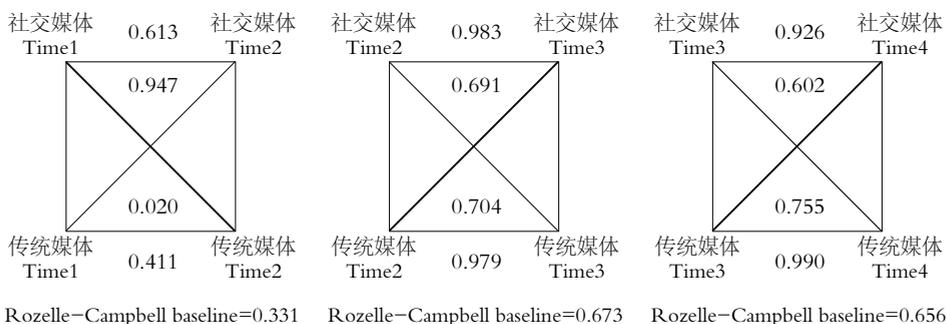


图2：社交媒体与传统媒体第二层级实质属性交叉时滞相关分析

（三）情感属性的引导者：第二层级媒体间议程博弈

1. 传统媒体情感属性议程

如表8所示，传统媒体总体而言对学运持正面评价居多（47.7%），其次为中立评价（39.7%）。并且正面评价由运动初期的超过5成逐渐递减，中立评价比重

上升。检验结果也显示, 传统媒体在运动不同时期的情感属性议程有显著差异 ($\chi^2=36.184$, $df=6$, $p<0.001$), 至此完全支持了假设H2a。

表8: 传统媒体情感属性议程分期分布

情感属性 议程	学运发展阶段				合计
	学运爆发期 Time1	学运发展期 Time2	学运高潮期 Time3	学运消退期 Time4	
正面	126 (55.3%)	274 (52.4%)	211 (41.9%)	96 (42.3%)	707 (47.7%)
中立	60 (26.3%)	195 (37.3%)	230 (45.6%)	104 (45.8%)	589 (39.7%)
负面	42 (18.4%)	54 (10.3%)	63 (12.5%)	27 (11.9%)	186 (12.6%)
合计	228 (100.0%)	523 (100.0%)	504 (100.0%)	227 (100.0%)	1482 (100.0%)

$\chi^2=36.184$, $df=6$, $p<0.001$

2. 社交媒体的情感属性议程

总体而言, 社交媒体对学运的情感属性议程变动也与传统媒体有类似趋势, 即以正面评价为主, 随时间发展有逐渐走低趋势。只是在运动初期, 社交媒体对学运呈现压倒性支持 (97.4%), 而在运动发展期开始出现谴责学生暴力行为的声音, 尤其是以“反反服贸”为诉求的“白色正义”为代表。在运动高潮与消退期, 中立声音的比例皆有所上升。检验显示, 社交媒体在运动不同时期的情感属性议程有着显著差异 ($\chi^2=120.871$, $df=6$, $p<0.001$), 至此支持了假设H2b。

表9: 社交媒体情感属性议程分期分布

情感属性 议程	学运发展阶段				合计
	学运爆发期 Time1	学运发展期 Time2	学运高潮期 Time3	学运消退期 Time4	
正面	111 (97.4%)	54 (49.1%)	69 (39.0%)	23 (41.8%)	257 (56.4%)
中立	3 (2.6%)	5 (4.5%)	34 (19.2%)	11 (20.0%)	53 (11.6%)
负面	—	51 (46.4%)	74 (41.8%)	21 (38.2%)	146 (32.0%)
合计	114 (100.0%)	110 (100.0%)	177 (100.0%)	55 (100.0%)	456 (100.0%)

$\chi^2=120.871$, $df=6$, $p<0.001$

3. 社交媒体与传统媒体的情感属性议程流动模式

如图3所示, 在第一个时滞 (T1-T2), 社交媒体与传统媒体的情感属性议程设置具有交互影响的作用 ($r=0.789$ 、 $r=0.364$, $Rozelle-Campbell\ baseline=0.319$); 而在第二个时滞 (T2-T3) 与第三个时滞 (T3-T4), 社交媒体与传统媒体的情感属性存在负相关, 相关系数分别为-0.272和-0.454, 皆大于各自时滞的基线值, 这

说明,从学运发展期至衰退期,传统媒体在对学运的情感属性设置上占据主动地位,即使评价方向上出现向左,但仍然成功影响了社交媒体在后续阶段对该运动的反思。

以上结果表明,传统媒体与社交媒体在学运各阶段的情感属性议程上存在时滞相关性,且主要呈现为传统媒体向社交媒体的流动,验证了假设H2c。

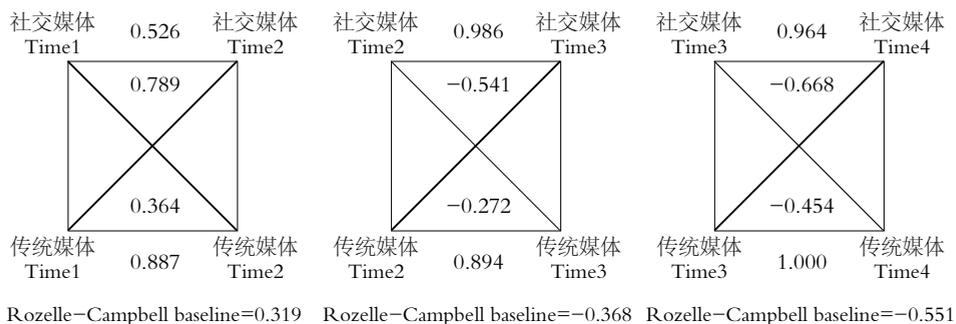


图3: 社交媒体与传统媒体第二层级情感属性交叉时滞相关分析

(四) 媒体党派偏向与媒介间议程设置

1. “黑色岛国青年阵线”与《自由时报》的媒介间议程设置

如图4所示,在第一层级议题议程互动中,亲绿的《自由时报》与主张反服贸的“黑岛青”在第一个时滞(T1-T2)两者是相互影响对方的($r=0.539$, $r=0.673$),均超过基线值0.396。在第二个时滞(T2-T3),《自由时报》反过来影响“黑岛青”的议程($r=0.582$, Rozelle-Campbell baseline=0.369)。第三个时滞(T3-T4)“黑岛青”又反过来影响《自由时报》的议题议程($r=0.455$, Rozelle-Campbell baseline=0.369)。

在第二层实质属性的议程互动中(如图5),在前两个时滞(T1-T2, T2-T3)都呈现为框架议程由“黑岛青”流向《自由时报》,尤其是运动初期,“黑岛青”设置的框架议程高度影响了《自由时报》在学运发展期的框架议程($r=0.982$, Rozelle-Campbell baseline=0.122)。但到了第三个时滞(T3-T4),自由时报反过来为“黑岛青”设置了议题框架的重要性排序。

在第二层情感属性的议程互动中(如图6),“黑岛青”与《自由时报》在议题态度取向上高度相关。具体流动模式呈现为:在前两个时滞(T1-T2, T2-T3),《自由时报》设置了“黑岛青”的情感属性($r=0.996$, $r=0.989$),分别超过基线值0.981、0.974;而到第三个时滞(T3-T4),情感属性议程则由“黑岛青”流

向了《自由时报》。

总体而言,《自由时报》与其意识形态较为亲近的“黑岛青”在两个层级的媒介间议程互动中存在正向的时滞相关,只是在不同阶段议程流动的方向不同,验证了假设H3a。

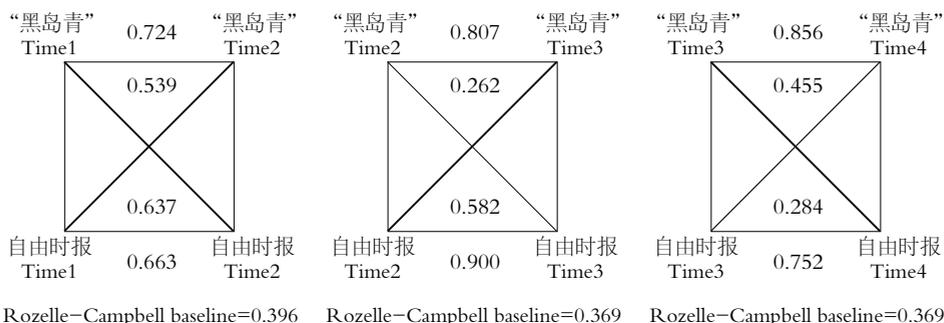


图4: 自由时报与“黑色岛国青年阵线”第一层级议程设置交叉时滞相关分析

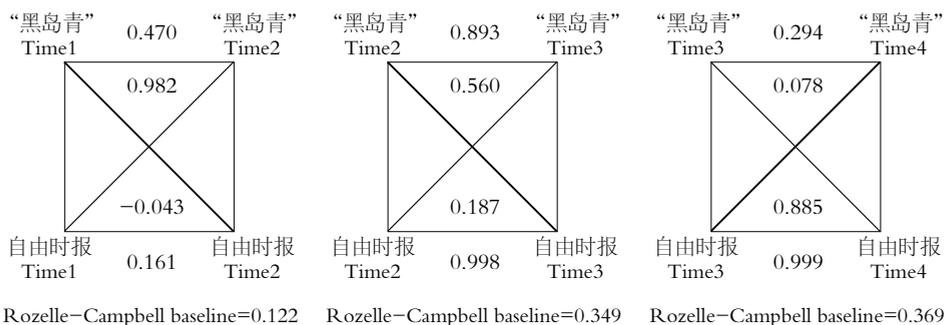


图5: 自由时报与“黑色岛国青年阵线”第二层级实质属性交叉时滞相关分析

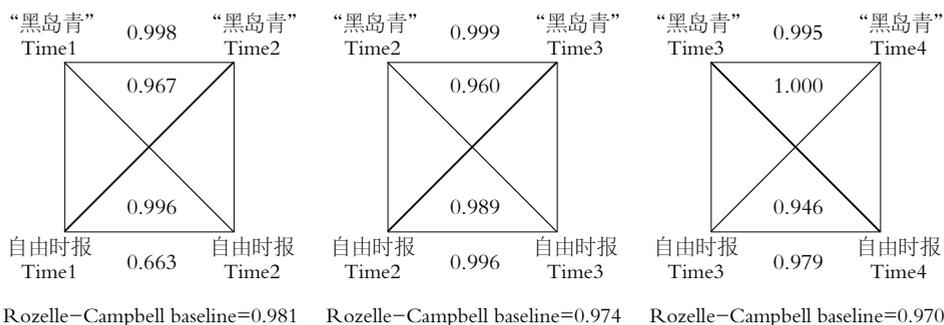


图6: 自由时报与“黑色岛国青年阵线”第二层级情感属性交叉时滞相关分析

2. 白色正义社会联盟与《联合报》的媒介间议程设置

由于“白色正义”开设脸书粉丝专页较晚，因而仅能呈现第二、第三时滞的议程流动情况。如图7所示，在第二个时滞（T2-T3）中，无论是议题、框架或是情感属性都呈现由《联合报》向“白色正义”的流动，只是议题（ $r=0.242$ ）与情感属性（ $r=0.135$ ）的议程相较框架议程（ $r=0.937$ ）相关系数更小，但都超过了各自的基线值，意味着存在正向时滞相关。而在第三个时滞中（T3-T4），无论是报道的议题（ $r=0.704$ ）或是实质属性（ $r=0.723$ ），主要由“白色正义”对《联合报》产生影响。而在情感属性的传递上，《联合报》对“白色正义”产生影响（见图8）。总体而言，泛蓝的《联合报》与“白色正义”存在正向的时滞相关关系，结果支持了假设H3b。

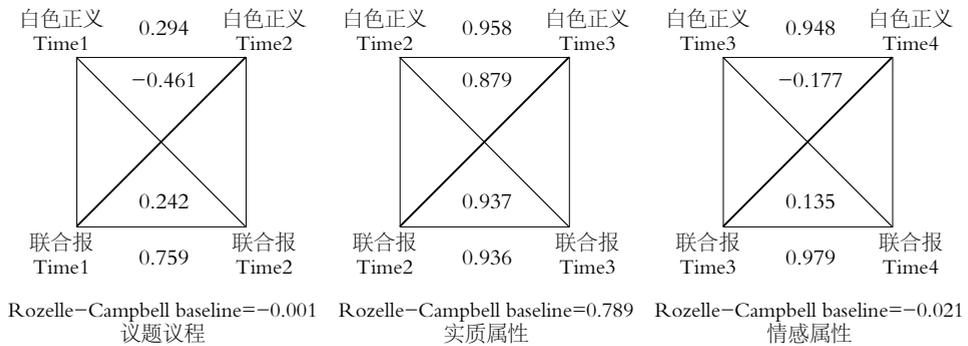


图7：学运发展期至高潮期联合报与白色正义社会联盟交叉时滞相关分析

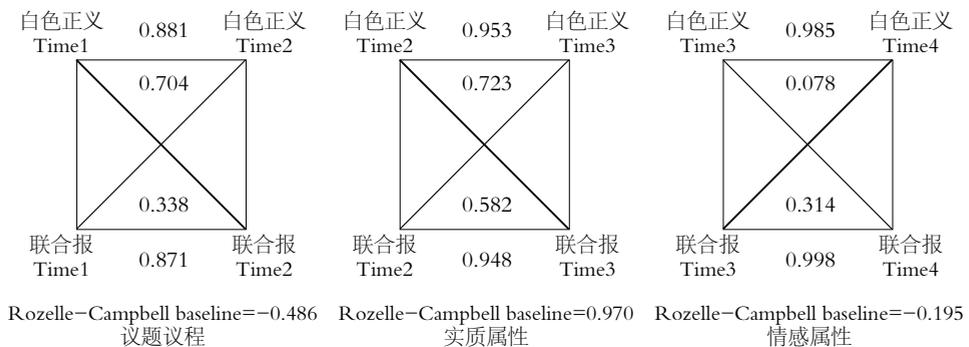


图8：学运高潮期至衰退期联合报与白色正义社会联盟运动交叉时滞相关分析

四、讨论与结论

(一) 另类媒体或是媒体意见领袖？社交媒体作为议题资源的提供者与共鸣效

应

通过对台湾地区“反服贸学运”进行分阶段考察，我们证实了社会运动中社交媒体与传统媒体之间存在媒介间议程设置效应，并且发现这一议题流动模式有别于前人归纳的“共鸣”或“溢散”效果的特征。

首先，社交媒体具备“另类媒体”与“意见领袖媒体”的双重属性。

一般而言，在社会运动中，社交媒体作为低门槛的非建制媒体天然就具有另类媒体属性。Mathes和Pfetsch（1991）在划分“另类媒体”与“意见领袖媒体”时特别提及了社会运动对于这一划分的重要影响，具有特定诉求的团体被认为是称之为“另类媒体”的重要特征。但同时他们也认为媒体本身的立场是否与社会舆论相符也可能导致主流媒体与另类媒体的区别，因而主张以“动态的观点（dynamic views）”，视具体的社会环境、受众需求来界定“主流媒体”与“另类媒体”。而诺依曼在定义“意见领袖媒体”时主要受到了拉扎斯菲尔德关于两级传播中“意见领袖”的启发，即观点从报纸或广播传递至意见领袖，再到更不活跃的人群（转引自Noelle-Neumann & Mathes, 1987），因而有声望的主流精英媒体往往被作为消息源而被不断引述，进而产生连锁的共鸣效果。在我们的研究范例中，“黑色岛国青年阵线”拥有自己的“记者团”，不定期在脸书上发表新闻稿；同时，该组织还拥有大批翻译团队，将新闻稿、学运领袖的讲话、行动宣言、学运介绍等翻译成多国文字向世界各个媒体投稿。作为社会运动者的自媒体，社交平台是传统媒体最重要消息来源，也通过新媒体自身所建构的舆论场迅速获得反馈，当其团体诉求与舆论气候相吻合时，社交媒体就充当了类似“媒介意见领袖”的角色，进而产生共鸣效果。

其次，新媒体传播加速了议题流动的速度，为“溢散”转换为“共鸣”提供条件。

除了对媒体属性的结构性定位外，另类媒体“溢散效应”的提出也是基于对三个反对事件分阶段的跨媒介传播考察。Mathes和Pfetsch（1991：42-45）将事件发展分为了“潜伏期”“预备期”“上升期”“高峰期”和“衰退期”。他们认为另类媒体在“潜伏期”和“预备期”介入报道，并为主流媒体提供议题资源，促使议题向建制媒体溢散。而到了“上升期”主流媒体才开始介入报道，在“高潮期”与另类媒体一起合力报道到达顶峰。然而我们的研究发现，在反服贸学运中，从运动的初始阶段开始，社交媒体的议题资源在第一时间就大量流入传统媒体，并成功影响了主流媒体第一阶段的报道议程。由于新媒体环境下传播速度极快，社运者通过使

用社交媒体进行资源动员的同时，也在为各大建制媒体提供最有价值的消息来源。

“溢散路径”本身预设了另类媒体没有足够能力触发大规模的舆论反应，或无法到达大规模受众群体，才需要透过建制媒体来起到“放大器”的作用。但现今的新媒介环境使这一预设遭遇挑战，当社会运动爆发时，社运者通过社交媒体先于传统媒体向大众第一时间传递信息，这就立即触发了各大主流媒体的跟进报道，而且越是在运动的初始阶段，事件无法得到充分讨论，社运者通过社交媒体释放的消息来源就会直接产生“共鸣效应”。

（二）传统媒体与党派偏向：社运情境中的框架主导者

然而，不可忽视的是传统媒体在整个社运过程中依然扮演了至关重要的框架主导者角色。尽管在第一层级的议程博弈中，传统媒体更关心的“政党政治”议题相比社交媒体更青睐的“行动抗争”与“支援声援”并不占据优势，但在第二层级的议程设置中传统媒体却能够通过框架机制来获取定义问题、归因、道德评价的能力，并提供解决方案，从而在情感属性层面占据优势。

研究发现，在框架建构过程中，传统媒体与社交媒体均把关注焦点放在“问题定义”与“解决方法”上，除却在运动爆发初期社交媒体拥有问题定义权外，在后续的社运过程中都是传统媒体在影响社交媒体的框架，而情感属性议程设置方面也是传统媒体占据优势。这一结果与政治选举情境下的社交媒体与传统媒体的议程流动模式并不一致。已有研究发现，在选举情境中传统媒体影响社交媒体的议题议程，而社交媒体则影响传统媒体的属性议程（Lee, Lancendorfer & Lee, 2005）。本文认为这一区别可能与社会运动中政治行动者的结构性位置有较大关联。网络社交平台作为相对低门槛的近用媒体，是社运者实现政治动员的重要工具。在使用这一工具的过程中，社运者更注重发起“诉求”等与抗争行动相关的议题，而较少动机进行复杂的意识形态文本建构。而具有党派偏向的传统媒体则恰恰擅长利用社交媒体所提供的热门议题建构有偏向的“政治事实”。

事实上，研究也发现在反服贸学运中蓝、绿媒体与其政治光谱上比较亲近的社交媒体之间具有正向的议程设置交互作用。可见，在高度结构化的政治生态与媒介系统中，尽管社运者本身可能抗拒被打上党派意识形态的标签，但从实际的议题流动与框架、态度的影响而言，社交媒体乃至网络舆论都很难不被党派意识形态所影响。本研究未能充分展示的证据也显示，支持学运的“黑色岛国青年阵线”与反对学运的“白色正义社会联盟”在媒体消息来源、议题议程与属性议程上都存在显著差异，尤其在情感属性议程上还出现了两极化的现象，并且分别与蓝、绿媒体立场

相似。这意味着新媒体及其裹挟的民意依旧很难摆脱被党派意识形态所操控的风险。

(责任编辑: 孙彤昕)

注释 [Notes]

1. 野草莓运动, 又称“1106争人权反集游法静坐”, 为抗议“马政府”侵犯人权而发起的社会运动, 最早由台大社会系助理教授李明璁透过PTT网络串连。
2. Rozelle-Campbell baseline 的计算公式是: $[(PX1Y1+PX2Y2)/2] / \{[(PX1X2)^2+(PY1Y2)^2]/2\}^{1/2}$ 。它是建立在自动相关性和同步相关性基础上的相关水平, 自动相关性指同一议程在不同时间段的相关性, 而同步相关性指不同议程在同一时段的相关性。
3. 由于白色正义社会联盟是因反对“反服贸”抗议而组织起来的“反反服贸”社团, 因而在与中国大陆签订服贸协定这一议题上, “黑色岛国青年阵线”与泛绿阵营更为亲近, 而白色正义社会联盟则与泛蓝阵营更为亲近。

参考文献 [References]

- 陈强 (2013)。国外属性议程设置研究进展述评。《国际新闻界》, (6), 47-54。
- 托德·吉特林 (2007)。《新左派运动的媒介镜像》(张锐, 胡正荣译)。北京: 华夏出版社。
- 乐媛, 刘君琳 (2013)。超越蓝与绿?台湾主流媒体意识形态与网络舆论交互影响研究。《台湾研究集刊》, (4), 70-78。
- 李明颖 (2012)。网路潜水者的公民参与实践之探索: 以“野草莓运动”为例。《新闻学研究》(台北), (112), 77-116。
- 罗弘旭 (2013)。《部落格书写者背后的力量与动机: 权力意识与社会资本面向》。国立政治大学传播学院硕士学位论文。台北。
- 彭慧蕙 (1997)。《大众传播媒介与社会运动: 以“反雏妓”社会运动为例》。中国文化大学新闻研究所硕士学位论文。台北。
- 滕远聪 (2014)。《电视与网络的媒介间议程设置研究》。吉林大学文学院硕士学位论文。长春。
- 吴颖 (2012)。《报纸与网络议程互动研究》。南昌大学人文学院新闻与传播学系硕士学位论文。南昌。
- 徐昭 (2012)。《网络环境下媒体间议程设置与舆论引导研究》。广西大学硕士学位论文。南宁。
- 张茂桂 (1994)。民间社会、资源动员与新社会运动: 台湾社会运动研究的理论志向。《香

港社会科学学报》(香港), (4), 33-66。

张耀仁(2006)。跨媒体议题设定之探析: 整合次领域研究的观点。《传播与管理研究》(台湾), 5(2), 73-130。

赵鼎新(2006)。《社会与政治运动讲义》。北京: 社会科学文献出版社。

Comstock, G., & Scharrer, E. (2005). *The psychology of media and politics*, New York: Elsevier Academic Press.

Danielian, L., & Reese, S.D. (1989). A closer look at inter-media influences in agenda setting: the cocaine issue of 1986. In P. J. Shoemaker(ed.), *Communication campaigns about drugs: government, media, and the public* (pp.47-66). Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.

Dunn, S.W. (2009). Candidate and media agenda setting in the 2005 Virginia gubernatorial election. *Journal of Communication*, 59(3), 635-652.

Entman, R.M. (1993). Framing: toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of communication*, 43(4), 51-58.

Gaby, S., & Caren, N. (2012). Occupy online: how cute old men and Malcolm X recruited 400,000 US users to OWS on Facebook. *Social Movement Studies*, 11(3-4), 367-374.

Harlow, S. (2012). Social media and social movements: Facebook and an online Guatemalan justice movement that moved offline. *New Media & Society*, 14(2), 225-243.

Ku, G., Kaid, L.L., & Pfau, M. (2003). The impact of web site campaigning on traditional news media and public information processing. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 80(3), 528-547.

Lee, B., Lancendorfer, K.M., & Lee, K.J. (2005). Agenda-setting and the internet: the inter-media influence of internet bulletin boards on newspaper coverage of the 2000 general election in South Korea. *Asian Journal of Communication*, 15(1), 57-71.

Lopez-Escobar, E., Llamas, J.P., McCombs, M., & Lennon, F.R. (1998). Two levels of agenda setting among advertising and news in the 1995 Spanish elections. *Political Communication*, 15(2), 225-238.

Mathes, R., & Pfetsch, B. (1991). The role of the alternative press in the agenda-building process: spill-over effects and media opinion leadership. *European Journal of Communication*, 6(1), 33-62.

McCombs, M. (1997). Building consensus: the news media's agenda-setting roles. *Political Communication*, 14(4), 433-443.

McCombs, M., Llamas, J.P., Lopez-Escobar, E., & Rey, F. (1997). Candidate images in Spanish elections: second-level agenda-setting effects. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 74(4), 703-717.

- Significance of “consonance” for media effects research, *European Journal of Communication*, London: Sage, 2:391-414
- Penney, J., & Dadas, C. (2014). (Re) Tweeting in the service of protest: digital composition and circulation in the occupy wall street movement. *New Media & Society*, 16(1), 74-90.
- Takeshita, T. (2005). Current critical problems in agenda-setting research. *International Journal of Public Opinion Research*, 18(3), 275-296.
- Wiersma, W. (2014). The internet as a catalyst for social movements: a simulation of social media mechanisms in the context of the Arab spring and occupy movements. Paper presented at the Social Simulation Conference. September 1-5, Catalunya (Spain).