

# 臺灣同婚公投的 Facebook 集體行動框架分析

陳怡璇 \*

國立中正大學傳播學系暨電訊傳播研究所副教授

劉桂君 \*\*

紐約州立大學水牛城分校傳播系博士生

## 摘要

本研究關注臺灣同志社群如何運用社群媒體框架訊息、推動同婚運動，爭取社會共識，以及同志社群在社群媒體上的動員策略。本研究使用內容分析、文本分析與訪談法三種方式分析四個支持同婚社團的粉絲專頁，並深度訪談 10 名同婚運動者。研究發現，使用最多的是「診斷問題框架」，依序為「動員框架」與「責備政治框架」。反同留言強調婚姻的公共利益、家庭功能與父母的育兒適切性；挺同留言強調人權、婚姻平等與社會的進步價值。在動員上，社群媒體打破地理疆界，透過人際關係的串連，擴大結盟網絡。網紅的呼籲讓支持者產生愛屋及烏效應，展現社群媒體上獨特的「社群結盟政治」。社群媒體兼具私人社群與公共平臺互為論述的場域，顯現親密關係在公私界線的流動。

**關鍵字：**同婚公投、社群媒體、社會運動、集體行動框架

---

\* E-mail: vickiechen@alum.ccu.edu.tw

\*\* E-mail: kueichun@buffalo.edu

投稿日期：2020 年 11 月 08 日；接受日期：2021 年 04 月 06 日

## 壹、研究背景與目的

社群媒體使用者成為重要的議題守門人（Kilgo et al., 2019），透過轉貼新聞、張貼個人意見、篩選、分享、再製訊息，影響大眾對外在世界的認知、詮釋以及決策。研究指出，社群媒體論述與傳統媒體針對同一事件，呈現不同的觀點（同上引）。當社群成為主要的訊息來源時，線上論述對大眾如何理解事件與行動具有影響力。社群媒體賦予的公共論述能量，成為公民團體對該議題論述的角力場域，尤其當社會對議題尚未產生共識，公共空間的論述爭奪，成為形塑民意走向的前哨戰，進而延伸至線下的陳抗活動。如著名的埃及革命推手阿拉伯之春與臺灣青年佔領立法院的太陽花學運，揭示社群論述的驚人效果（林麗雲，2016；劉慧雯，2017；Howard et al., 2011）。

2018 年，臺灣舉行同性婚姻（同婚）公投案（贊成或反對同性婚姻適用民法）。社群媒體成為同婚議題的主要論辯平臺，挺同與反同陣營在社群媒體上各成立粉絲專頁，轉貼新聞、發表意見以影響輿論走向。雙方在 Facebook 所蘊含的動員能量，展現在文章分享與貼文回覆，延伸至線下的陳抗活動尤其不可忽視。如雙方陣營在社群媒體上大力鼓吹支持者參與遊行，最後促成 2016 年 12 月 3 日的 20 多萬人反同婚遊行以及 12 月 10 日的 25 萬人挺同婚遊行（唐鎮宇，2016 年 12 月 10 日）。從雙方動員至大規模遊行拚場的結果，顯見社群媒體作為訊息框架、擴散與蓄積動員能量的重要平臺。

然而，並非任何的網路動員與行動皆可成功號召萬人。特別是當該議題尚未成為社會主流，社群媒體行動（social media activism）的實踐有其難度。審視目前學界對社群媒體與公民運動的研究，多聚焦於政治性議題動員，少見社會爭議性議題，以及社群媒體行動討論，尤其忽略社群媒體如何建構同婚的論述。然而，近年來，同婚屢屢挑戰傳統婚姻家庭價值。當社會對性別建構與婚姻已有一套想像，不僅區隔同性伴侶與異性戀的差異，並定義擁有婚姻的資格，更影響大眾對同志族群與同婚的認知與評價。因此，本研究關注：（一）同志社群在 Facebook 上的訊息動員框架與策略；（二）同婚運動者如何運用社群媒體，爭取社會共識，號召大眾參與線下的組織行動。

## 貳、文獻探討

### 一、公共領域的公、私議題建構

社群媒體被期待作為公共領域，讓所有使用者近用、自由發表意見。然而，「公共領域」最初的概念並非涵蓋社會全體成員。公共領域以多數人相關的議題為主，排除私人利益、強化不平等的狀態（Fraser, 1990）。公共領域往往由菁英與優勢階級掌握公共議題的定義與話語權（林宇玲，2014；Fraser, 1990）。因此，與少數族群相關卻重要的事情會因為「能力」或「權力」被排除在外。例如，在公共領域的討論建立在理性討論。排除表達能力不夠、沒有發聲平臺以及不會使用傳播科技表達意見的群體（林宇玲，2014；Fraser, 1990）。Fraser (1990) 提出公共領域應走向「多元結構」，讓更多的「私領域」議題得到大眾關注並獲得討論的機會。但是，當私領域議題要進入公共領域時，優勢族群利用優越的權力關係，排除邊緣團體的議題為私領域，排除於公共討論的機會。因此，Hanisch (1969/2006) 主張，個人問題往往是「政治問題」，當多數人遇到相似問題，表示這是結構性因素導致，應採取「政治解決」，聯合所有個體，對抗結構性環境（同上引）。同理，同婚爭議在於該界定為公領域或私領域。性傾向雖屬私領域，但是當性傾向被政府的婚姻制度排除在外時，私領域的個人問題即成為公共問題，應訴求政治解決。

被排除在公共領域之外的弱勢與少數族群便形成「對抗性公眾」，發展反對論述、激烈衝突、對抗既有的權力結構，以爭取進入公共領域的機會（林宇玲，2014）。例如在訴求愛滋病患者權益時，抗爭者直接躺在人行道上扮演屍體（Wright, 2012）。近年來，以 Twitter 為動員平臺的標籤行動主義（hashtag activism），同樣展現邊緣化群體（marginalized groups）。藉由使用一致的標籤，催化群體團結並有效傳遞訴求，以爭取與主流社會對話的空間，進而要求改變現況（Jackson et al., 2020）。

優勢族群與邊緣化群體在「公眾討論的議題上」爭奪論述權，以決定私領域議題是否能進入公共領域。其中有賴於「語言」的建構。語言具有「公共性」，邊緣化群體透過語言建構，使其議題進入公共領域，分為以下幾個層面。第一，在議題上，私領域議題連結公眾，讓私人議題與大眾相關。例如：#MeToo Movement 將個人遭受到的性騷擾與不對等關係，透過標籤行

動主義訴諸大眾，以期進入公共領域，爭奪論述（Jackson et al., 2020）。社群網絡的龐大串連結果，凸顯個人權益的損失並非單一或偶發事件。如此一來，強化議題的公共意涵，進而需納入公共議題的討論，促使整體社會正視並提出改變。

第二，私人議題在語言使用上要以情感取代理性，讓大眾動之以情。而多元、大量的個人經驗可促成集體認同（Bennett & Segerberg, 2012）。因為個人經歷比大道理容易連結自身經驗、引起共鳴、進而將自己的相似經驗分享給他人。因此，大量的個人故事可在社群媒體上擴散，獲得關注。當個體表達相同立場，達到關鍵多數，即引發從眾效果（Bennett & Segerberg, 2012）。例如 #Me Too 運動，鼓勵個體說出自身經歷、表達相同立場，進而累積串連力量，從人際網絡中擴散，獲得公眾關注（Jackson et al., 2020）。研究顯示，給予希望的行動標籤（Clark, 2016）、讓人生氣憤慨或引發同情的故事容易獲得共鳴，後者如佔領華爾街運動，擴散到其他八十個國家、九百個城市（Bennett & Segerberg, 2012）。

第三，議題建構的語言需能表現被壓迫的立場。例如佔領華爾街運動上，使用「佔領」一詞，展現弱勢族群被忽略、被宰制的情況。「佔領」一詞表示抗爭者不屬於「華爾街」。這種語言常出現在邊緣化族群的抗爭，例如黑人、女性、LGBT，為了要被聽到，必須「佔領」，顯現出激烈抗爭背後的無奈與無能為力（Wright, 2012）。

總之，邊緣化群體與主流階級爭奪論述話語權，有賴於「語言的使用」讓私領域議題進入公共領域。爬梳邊緣化群體使用社群媒體發起社會運動的相關研究，多聚焦女性（Clark, 2016; Jackson et al., 2020）和種族（Freelon et al., 2016; González-Bailón et al., 2013），較少探討同志作為邊緣化群體，如何透過社群媒體尋求認可、發動集體行動。Fraser（1990）提出多元公眾概念（multiple publics），即公共領域不應只包含主流階級，應涵蓋女性、勞工、有色人種、同性戀等多元群體（a variety of publics）。

Benkler（2006）更根據社群媒體的特性，重新詮釋公共領域的概念：網絡溝通（network communication）的成形，使社會成員皆有可能將訊息傳遞到社交圈之外。此種傳播模式拓展訊息傳播的疆界，有助於匯集公共意見，實踐公共領域。本文結合多元公眾與網絡溝通作為公共領域的概念，提出社群媒體作為公、私議題建構的場域，既公且私，在公共領域的展現，匯集多方意見，打破固有人際關係疆界，挪為建構公議題的場域。另一方面，仍保

有私領域的特性，讓社群媒體使用者決定個人意見與經歷的公私界線。並以此概念探討同志社群作為邊緣化群體，如何透過社群媒體，框架屬私領域範疇的親密關係，進一步藉由社群網絡的串連，推動議題的公共性，最終參與性別、親密關係與婚姻家庭的論述爭奪與線下社會運動。

## 二、集體行動框架

框架是媒體選擇、排除、強調某些資訊，告訴讀者該如何解讀社會議題 (Entman, 1993)。框架是有權者的產物，透過框架「展現、表達」掌權者的統治合法性 (Reese, 2010)。但在社群媒體時代，框架詮釋權已不限於掌權者，社運發動者掌握框架議題的能力。框架理論被廣泛地使用來探討社會運動發起者如何框架論述、詮釋問題，使用文化符碼製造認同以促成集體行動、動員社會改革 (Benford & Snow, 2000; Reese et al., 2001; Snow et al., 1986)。因此，框架不僅只是訊息類別 (categories) 或主題 (topics)，而是組織社會運動的工具 (Lee & Chan, 2010; Reese, 2010)。

然而，訊息如何促成社會運動？訊息框架讓受眾認為採取社會運動是解決社會問題的重要手段 (Lee & Chan, 2010)。Castella 指出，戲劇化的事件或危機是扣下社會改變的板機 (Castells, 2002)。道德驚嚇 (moral shock) 訊息引起道德危機感及震驚憤怒的情緒，促使個人採取行動，捍衛自己的道德價值。另外「突如其來的巨大悲傷事件」，亦能使民眾感同身受而走上街頭 (Opp, 2009, p. 96)。

集體行動 (collective action) 框架具有詮釋功能以鼓動社會運動。藉由「簡化」、「詮釋」議題，有明確「意圖」動員參與者，藉著「詮釋」讓旁觀者感覺身處其中，感知議題事件與自己相關，並且讓反對者失去抗爭的合法性 (Benford & Snow, 2000, p. 625)。集體行動框架以「行動導向」訊息激發參與者，強調「整體的共享利益須透過不同利益團體間的協商」。以此為基礎，社運者透過集體行動框架，與參與者及旁觀者解釋為何該議題造成「問題」、並且需要「解決方案」，同時，歸因「誰該負責」，強調抗爭的「合法性」與「必要性」，以鼓動民眾參與 (Snow & Benford, 2005)。

集體行動框架常與「抗爭」、「把問題導向與統治者不同方向」的訊息連結 (Oliver & Johnston, 2000)。多數的集體行動框架點出情境脈絡，例如「酒後駕車框架」、「剝削勞工框架」、「環境正義框架」。集體行動框架的意義



構連 (articulations and attributions) 具高度彈性與高廣納度，包涵所有社會成員，使之有同感。「擁有公眾支持」與「共同利益」成了動員群眾，合法化抗爭的方式 (Bennett & Segerberg, 2012)。例如「人權框架」，人權運動把「人權框架」定義為種族、女性運動中的一部分，將人權擴張到同志、動物、胎兒權力 (Oliver & Johnston, 2000)，不僅廣納更多參與者、合法化抗爭行動，也為集體行動創造更高層次的概念 (Lim, 2013)。

集體行動 (collective action) 框架包含下列：(一) 診斷問題 (diagnostic framing)：定義問題及歸因 (點出誰該負責) (Gerhards & Rucht, 1992)。研究發現，當解決方式是政府需停止某政策或取消某法案。(二) 責備政治框架 (blaming frame) 即成為社運者的主要框架 (Kim et al., 2014)，因為把責任歸因於政府更能產生動員民眾抗議的急迫性。社運者推動社運的框架，與公眾使用的框架相似度極高，兩個族群在框架的使用上盡量減少分歧，集中焦點以蓄積動員力量 (同上引)。(三) 動員框架 (motivational framing)：策動個人行動，以社群媒體上的互動功能，創造認同感可成功推動線下社會運動 (Harlow, 2012)。框架必須簡單清楚，例如：「只要一通電話即可帶來改變」、或者明確交代動員的時間或地點。另外，動員者散播的影片、照片可渲染不滿情緒，並利用互動功能傳遞訊息、連結群眾，促成「網絡社會運動」 (networked social movement)。再者，動員者發文、回文速度快且頻繁，成為群眾的意見領袖，讓群眾信賴動員者有能力組織大規模抗議活動。社群媒體不僅只是論壇，而是創造認同、組織運動、動員群眾的工具。(四) 解決問題 (prognostic framing)：列出問題的解決方案。當社運者知道問題所在，便較少使用診斷問題框架與動員框架，因為他們需要的是號召群眾集體行動以尋求解決方式 (Lim, 2013)。可見，社運發動者根據對問題的認知程度與共識而發展出不同訴求的集體行動框架。

不少研究描繪社運發動者在社會運動中使用社群媒體的態樣 (李明穎, 2012; 劉時君、蘇蘅, 2017)。然而，臺灣動員框架的相關研究不多，尤其是同婚爭議在社會上紛擾多時，透過社群媒體發起、動員不少同志運動，使用哪些集體行動框架的研究付之闕如。因此本研究首先關注同志社群使用哪些訊息框架，發起同婚公投連署，提出研究問題一：

**同婚運動動員中，同志社群粉專最常使用哪些集體行動框架？**

### 三、社群媒體在社會運動中扮演的角色：行動策略與科技賦權

社會運動的常見問題在於難以號召群眾（Opp, 2009）。但社群媒體解決這些困難，成為賦權民眾動員的最佳媒介。社群媒體的串連性高、訊息散布快、便宜、不受時空限制（Castells, 2002; Harlow, 2012; Juris, 2005; Ribeiro, 1998）。另外，社群媒體的近用性與可供性（affordance）強化大眾知的權利。Shirky（2008）指出，社群媒體加快訊息傳遞和群體行動的速度。透過「分享訊息」強化分享者的認知而提升參與意願（Lee et al., 2017）。可見新媒體科技鞏固大眾知的權利也促成行動。

相較於樂觀主義者，科技懷疑論者認為社群媒體孕育的「共識」仍由少數人主宰，反映菁英觀點（李明穎，2012；蔡鴻濱，2006），非民主社會（Gladwell & Shirky, 2011）。不過，樂觀主義者與科技懷疑論者，皆點出科技賦權的事實，尤其是傳統政治參與過程中噤聲的大眾，兩者差異反映在參與集體行動的過程，是否符合共享與平等價值。在轉化共識或意見為集體行動中，提供動員訊息（mobilizing information）尤其必要。加上社群媒體以人際連結為基礎，傳統新聞學的客觀原則不適用於此（Valenzuela, 2013）。因此，社群媒體被視為醞釀與推動社運的核心工具（Howard et al., 2011）。

但有學者質疑，網路世界訊息交換快速、人際連結看似熱烈，如按讚留言，真實情感卻不得而知。在無法面對面的網路裡的串聯活動，是否能建立群眾信賴？又吸引多少參與者現身（Diani, 2000; Van Laer & Van Aelst, 2010）？從群體認同（collective identity）分析傳播科技如何賦權，成功的數位行動（digital activism）有賴社群的集體認同。因為以人際網絡為基礎的社群媒體，既強化現有的人際連結，更分類出不同群體，進而建構群體意識與認同。動員的關鍵在連結性高的人際網絡與歸屬感（Tilly, 1978）。

香港的同志研究發現：網路上建立的認同與信賴可推動線下社會運動（Nip, 2004）。線上團體強化集體認同，因而促成線下社會運動（Wojcieszak, 2009）。「社群認同感」（the sense of community）越強烈，即使沒有面對面，越容易動員線下社會運動（Hara, 2008）。社群媒體讓社運者與網民從線上與線下合作，成功推動社運。社運者分享線下的社運實況，網民在線上擴散訊息、建立社群感、動員，將線上認同感延伸到線下行動（Kim et al., 2014）。

臺灣的同志運動發展稍有不同，雖同樣在線上形成深厚的社群認同感，

但因現身壓力，在現實生活上缺乏議題能見度，而使同志運動在線下的推動力量薄弱。臺灣同志運動興起於 90 年代初期，附隨網路而生（侯政男，2010；張盈堃，2003；簡至潔，2012）。網路的隱身性與互動性，讓想保有性取向隱私的同志能夠匿名，又可聯絡其他同伴。因此，同志族群是網路科技的早期使用者（early adopter），從早期的 BBS、論壇、留言板，到 2000 年後興起的社群媒體（Facebook、推特、噗浪）（朱偉誠，1998；張盈堃，2003）。同志運動的正當性越不被社會接受，越需要透過可匿名的網路發起與串連，網路因而成為同志運動發源、發聲、號召同好的地方（張盈堃，2003）。例如為了抗議媒體未經同意私自拍攝同志私生活，同志社群在 BBS 上號召群眾打電話、傳真、email 到新聞台抗議（林鶴玲、鄭陸霖，2001），可見，網路的匿名又跨越地理限制，在早期同志運動中已扮演「凝聚社群」、「建立主體性」的功能（張盈堃，2003）。

但是，「現身」壓力，讓同志運動不易走入實體。同志運動只在網路上熱絡，形成穩固的同溫層，無法擴及其他族群，因而缺乏媒體曝光的機會。雖然 2000 年後的同志大遊行開始得到媒體報導，爭取媒體曝光也成為同志運動的目標（侯政男，2010）。可惜，效果仍舊有限。同志運動長期得不到社會足夠的關注，也缺乏民意基礎進入立法機構。晚近的同婚運動結合社群媒體發展，爭取媒體曝光、走入線下。一般社會運動則為相反方向：從早期的線下抗議到之後隨著網路發展，加入線上行動，凸顯同志運動與傳統社會運動發展的差別。

回顧臺灣同志運動研究，已豐富探討同志運動如何在網路上發展、成熟，從線上走入線下，但往往缺乏媒體關注（侯政男，2010）。2019 年的同婚公投不僅在線上串連，也動員線下運動，讓公投成案，得到國內外媒體關注。儘管最後公投提案未通過（民法未納入同性伴侶），不過，同志團體透過社群媒體發聲、強化凝聚力、尋求社會共識，最後，通過同婚專法。歷經三十年，臺灣成為亞洲第一個同婚合法化的國家，堪稱臺灣同志運動的里程碑。此次運動展現先前研究發現：不僅對內促進團結，對外讓整體社會正視邊緣化群體的存在（Freelon et al., 2016），同時讓社會意識（aware）到邊緣化群體遭受壓迫的原因與困境（Kilgo et al., 2018）。社群媒體是此次運動的重要平臺，尤其嘗試把訊息擴散出同溫層，爭取社會支持。因此本文將同志運動研究推進至社群媒體的運用，針對「同志社群使用社群媒體推動社運的行動策略」，關注：一、如何讓訊息走出同溫層，爭取媒體注意？二、如何利用



社群媒體動員線下活動。因此，本研究提出下列研究問題：

**研究問題二：同婚運動者如何運用社群媒體擴散同婚訊息？**

**研究問題三：同婚運動者在社群媒體上的動員策略如何？**

## 參、研究方法

本研究採用內容分析、文本分析與深度訪談。以 Facebook 為研究對象，因為 Facebook 在台用戶高達 94.2%（財團法人臺灣網路資訊中心，2020）。社群媒體為爭取公眾認同與號召集體行動的主要媒介（Hara, 2008; Wojcieszak, 2009）、彌補主流媒體新聞報導的不足（林麗雲，2016），同時建構另類社會真實（Nee & Dozier, 2017），而且 Facebook 在近年臺灣社會運動為不可或缺的平臺（李明穎，2012；林麗雲，2016；劉時君、蘇蘅，2017；劉慧雯，2017）。

### 一、內容分析法

研究問題一探討同婚運動的集體行動框架。從 2018 年初，挺同與反同陣營推動同婚公投案（贊成與反對同性婚姻納入民法）。公投案成立前需達到連署數量門檻，連署門檻截止日在八月底，同婚公投連署運動在六月到八月底達到宣傳高峰，剛好是觀察同婚運動的訊息與動員策略最佳時機。

本研究文本抽樣時間為連署同婚公投動員文章的第一篇開始，2018 年 1 月 25 日到連署運動結束 2018 年 8 月 31 日。樣本選取積極參與（連署期間，貼文、回文頻繁）的同婚公投與粉絲專頁（粉專）、對同志議題的發文、互動頻率高，以及粉專追蹤人數超過一萬人。共選取四個同婚粉專：臺灣伴侶權益推動連盟、同學陣、臺灣同志諮詢熱線、婚姻平權革命陣線。立意選取提及「婚姻平權」、「同性婚姻」、「同婚公投」、「同婚連署」的貼文與回文。分析單位為一則主文或回文，共抽樣 506 則。本研究參考 Harlow（2012）、Kim et al.（2014）以及 McEntire et al.（2015）的框架編碼類目，並根據臺灣的實際樣本增修，編碼類目如下：

#### （一）基本資料

1. 發文粉專名稱（上述四個粉專）；2. 發文時間；3. 發文內容：主文或回文內容提及何種內容：抗議、公投、連署、支持行動。

## （二）集體行動框架（collective action frames）

本研究依據貼文如何框架「同婚行動」編碼，同婚行動為同婚議題的連署、公投、抗議、現身、遊行。操作型定義採用 Snow & Benford (1988)、Klandermans (1983) 以及 Kim et al. (2014) 所提：1. 診斷問題框架（diagnostic frame）：定義、點出事件帶來的問題，或現狀產生的問題；2. 解決問題框架（prognostic frame）：指出問題的解決方式、策略、技巧；3. 動員（motivational frame）：給予誘因，號召個體採取行動的必要性；4. 責備政治框架（blaming frame）：不滿現況，並明確指出不滿對象為政府或政黨。編碼信度達到 Cohen's  $k$  值可接受水準 0.82。K 值落在 0.81-1.00 之間被視為可接受水準（Altman, 1990）。

## （三）訊息立場

本研究檢視同志社群粉絲頁上的留言來自相異立場的有多少、以及不同立場的框架差異。「訊息立場」類目為 1. 挺同：支持同性婚姻與同志；2. 反對：反對同性婚姻與同志；3. 中性立場：沒有明顯偏向支持或反對同婚。編碼信度達到 Cohen's  $k$  值達 0.89。

## 二、文本分析

內容分析法僅能看出同婚運動中的集體行動框架分類，無法細緻解析訊息框架中的社會文化因素，如使用之語言與脈絡建構出何種思想與價值觀。針對訊息明顯的特徵，文本分析提供社會文化因素之解析，彌補量化分析之不足（游美惠，2000）。因此，本研究選取內容分析結果所得知，雙方最常使用的集體行動框架主文與回文，輔以文本分析法，使用 Robinson (1951) 的分析歸納法步驟：首先從相關研究、媒體的同婚報導、網路、論壇中的討論，整理正反立場討論最多的爭議點（婚姻限定一男一女、家庭概念、學童同志教育的適切性），作為文本分析架構。第二，根據前述整理的主题，爬

梳集體行動框架的主文與回文，整合與對比出文本中的相同與相異處，以歸納出不同「類型」(topology) 與「主題」(theme)，並視文本本身出現的主題，增加分析類別或是刪除分析架構中不明顯的類別 (McMillan & Schumacher, 1998)。第三，觀察各個主題與其發文者類型、粉專、發文回文的情境與情緒，從中分析發文者的身份 (公民、家長、改革派、保守派)、立場、用字遣詞、語氣，換位思考，從發文者崇尚的價值、發文動機、同婚通過與否對其的影響或利益，檢視發文者對婚姻、家庭、同志的觀點。再根據各主題所出現的脈絡，找出資料間的關係。最後以抽象概念解釋文本資料呈現的結果，此為理論化過程 (張芬芬, 2010)。

### 三、深度訪談法

研究問題二與三探討同婚運動者如何利用社群媒體擴散訊息，動員群眾參與。主要關注同婚者發起運動的規劃、策略與經驗，以及過程中社群媒體的功能。這部分涉及運動發起者的思維與心路歷程，適合使用深度訪談法 (Harlow, 2012; Kavada, 2015)。因每位受訪者在社群媒體上推動同婚的經歷各異，使用結構化訪談恐忽略個別受訪者值得深入說明的經驗，本研究採半結構式深度訪談，提供訪問題綱幫助受訪者聚焦，當受訪者有特別經驗值得討論時，雖不在大綱上，亦邀請受訪者深談。訪談對象為發起、推動同婚運動的團體、經營社群媒體負責人 (臺灣平權權益推動聯盟、風城部屋、同志諮詢熱線、臺灣伴侶權益推動聯盟)、以及在社群媒體上號召行動的網紅與倡議者。受訪團體分佈臺灣北部與南部，涵蓋推動同志社運的主要團體，以及配合社運的地方團體。訪談於 2018 年 2 月 3 日至 2018 年 9 月 6 日進行，共訪談 10 位 (受訪者名單見附錄)。

訪談透過面訪或電話訪問，約 40 分鐘到 1 小時，全程錄音。研究問題二的訪談內容為：(1) 在 Facebook 倡議、討論、動員多元性別議題的經驗；(2) 使用 Facebook 與公眾、同志社群溝通時，框架訊息、組織動員的技巧或策略為何？研究問題三的訪談內容為：(1) 使用 Facebook 提倡、動員同婚議題時，線上動員與線下動員的技巧或策略為何？(2) 使用 Facebook 提倡、動員同婚議題的助益與限制為何？

訪談內容轉錄為逐字稿後，採取 Corbin & Strauss (1990) 與 Glaser (1965) 的持續比較法。持續比較法是從資料中不停觀察與比較，找出概念，

再與原資料持續比較，發現更符合資料的新概念（Tracy, 2013）。資料分析時，首先進行第一輪開放式編碼：找出訪談內容重複出現的主題（theme）與模式（patterns），再從第二輪的轉軸編碼（axial coding）中，從第一輪發現的主題與模式中，依照文獻與訪談本身呈現的隱含意義找出關鍵概念，再將關鍵概念對應理論，分類、合併。最後，根據研究問題目的，將關鍵概念發展為理論概念。

## 肆、研究結果

### 研究問題一：同婚運動動員中，同志社群粉專最常使用哪些集體行動框架？

「診斷問題」為使用最多的框架，數量超過一半（見表 1）。多數闡述同志族群沒有受到社會認可所產生的問題。例如在同學陣粉專（支持同婚的各大學學生會與學生社團）的一篇主文提到性別氣質陰柔的男學生葉永鈺，在學校遭性別霸凌離世，如果不在國中小施行同志教育，這樣的事可能還會發生。這篇主文有 462 個讚、20 個生氣、65 個愛心、20 則分享與 5 則回文。回文多指責反同團體的主張將造成性別霸凌，例如「反同團體企圖告訴我們：霸凌是對的、汙穢攻擊打壓和自己不同的人是對的，性平教育是錯的、認同自己的性傾向是錯的。究竟，誰錯了？」。

「責備政治框架」為另一個常用框架，表現出對政府的不滿、憤怒與失望，把心中對同婚議題的不滿怪罪在政治上。例如伴侶權益聯盟粉專上的一篇主文，直播伴侶聯盟抗議中選會通過反同公投的記者會，該文有超過一千個讚、598 則分享與 439 則回文。回文多表達對通過反同公投的不滿與失望，並把責任怪罪於政府。例如「違憲公投都可以過了，這個政府還有什麼可相信！」相反的，也有把原本對政治不滿的情緒藉由同婚議題，借題發揮，即「泛政治框架」，例如「民進黨騙選票，誠信破裂」、「完全執政只是完全無能，只有半套的同婚國民黨就可以做到了，『完全無須』民進黨代勞」。以訊息立場交叉比對責備政治的留言，發現挺同立場責備政治貼文比例高，語氣較反同立場強烈，挺同立場訊息有 59.8%，反同立場訊息為 35.4%。

整體而言，診斷問題框架界定出問題與責任歸屬，其中涉及權力關係，即爭奪問題與責任的定義權（Snow et al., 2018）。同志社群主張歧視同志的問題為性別教育的缺乏，將議題提升至公共層次，非聚焦於個人性傾向，指

出問題不應歸咎於個人的同性行為。反同婚的留言強化家庭的社會功能與女性的生殖角色，將同性婚姻排除於公共領域，提出同性家庭並非家庭，而是破壞「家庭」，唯有異性戀婚姻的家庭，才能保障下一代。同志社群主張愛是婚姻的基礎與重要組成元素，藉由鼓吹普世價值與人權，強化同性婚姻的公共意涵，將本為私領域的家庭關係，拓展至家庭功能的公共價值。

其他類別訊息與集體行動框架無關，例如鏈結、或與同婚討論無關的留言。較多為正反對立場網友的訕笑或謾罵，如「耶穌愛你已收回訊息」、「把世界重新清掃乾淨」、「當然是假消息，要關三分鐘」。

表 1：同志社群粉絲專頁框架統計結果

框架類型	文章數	百分比
診斷問題	272	54.3%
動員	107	21.4%
責備政治	54	10.8%
解決問題	42	8.4%
其他	26	5.1%
總和	501	100%

資料來源：作者自行整理。

此外，針對框架文本分析發現，泛政治語氣被支持者挪用，除反映出對政黨或政治人物的不滿意，同時更作為表達自身對同性婚姻立場時，最正當化與合理化的論述策略。此種論述往往與主文、回文中的上下文無關，單純表達對政黨的不滿，藉由批評特定政黨，如「KMT 本身就是對於人權的觀點與作法就是令人不可期待」，將同性婚姻議題與政治立場連結，忽略議題本身所涉及的價值，而著重在政黨偏好。泛政治回文不討論同婚議題，但是常常點名政治人物，抒發不滿，或引起相同政黨支持者的共鳴，如「朱立倫這種附加條件式的發言就是『歧視』」、「我是蔡英文，我支持婚姻平權……這個政府欺騙了勞工、欺騙了原住民、欺騙了同志、欺騙了國人！」、「蔡英文一直用公平正義人權為幌子。其實是站高山看兩相鬥。誰鬥贏了最後就靠哪邊。」形成同性婚姻議題雖被社會正視，成為公共議題，但因政治立場的差異而模糊同性婚姻合法化的討論。

進一步檢視不同立場（挺同、反同、中性）的訊息在留言內容與集體行



動框架的差別，顯示：中性立場的訊息微乎其微（見表 2）。可見，在同婚議題的討論中，發言幾乎已有鮮明立場。社群媒體顯現明顯對立，對立的聲音蓬勃是否可以促成對話與討論？受訪者 A 為重度社群媒體論戰者，A 關注性別、弱勢、環保、同志議題。在社群媒體或論壇上看到不恰當的言論，會積極留言或者私訊作者，嘗試與對方溝通。偶而會與不同意見的網友理性溝通，彼此說服。受訪者 A 認為，「社群平臺雖不是一個良好的對話平臺，卻是一個方便的表達言論的平臺，如果有意識地使用，更容易接觸到不同意見。」

表 2：同志社團粉絲專頁留言與訊息立場百分比

訊息立場 / 粉絲專頁	文章數	百分比
同立場	464	92.5%
不同立場	9	1.8%
中立	28	5.7%
總和	501	100%

資料來源：作者自行整理。

## 研究問題二：同婚運動者如何運用社群媒體擴散同婚訊息？

訊息擴散為社會運動的重要關鍵。同志議題雖然屢次成為新聞話題，但在熱潮之後，議題無法持續受到社會關注，只能依靠社群媒體擴散訊息。根據訪談，本研究歸納出同婚運動者所採取的訊息擴散策略，分別為：新聞關注、訊息的個人情感化、名人代言外溢。

### 一、新聞關注

新聞時事可在短時間內吸引大眾注意並擴散訊息。臺灣在同婚合法化的推動上，歷時三十餘年，然而該議題的關注範圍卻侷限在同志社群內。直到畢安生自殺新聞傳出，<sup>1</sup> 同婚合法議題瞬間得到大量社會關注。長期參與同志運動且熟悉同志圈的受訪者 E 指出，畢安生與伴侶的事情，同志圈早已耳

1 曾任教於臺灣大學的法籍同志畢安生，由於與同性伴侶的婚姻關係，不具有法律效力，因此在伴侶過世之後，兩人共有的財產為伴侶家人所屬，生活陷入困頓。在 2016 年 10 月，畢安生於家中輕生，跳樓身亡（羊正鈺，2016 年 10 月 17 日；謝孟穎，2017 年 10 月 16 日）。

聞多年。

這個故事很有戲劇性，吸引很多不知道這件事的異性戀朋友們的關注。異性戀朋友第一次發現這個議題，大家有一種憤怒的情緒被帶起來。為什麼到了今年、這個時代的臺灣居然還有這種事發生。相反地，同志社群其實是傷感大過於憤怒（受訪者 E）。

然而，單一新聞引發的熱潮有限，需要接續不斷的事件與曝光，累積議題討論度。2016 年，同婚平權爭議僵持，同志大遊行、各界提出同性婚姻草案，甚或反對者抗議同婚合法化所發起的包圍立法院活動，接連串起議題。尤其在畢安生跳樓過世之後，群眾的注意力跟情緒被帶到高峰，加上反同團體的抗爭，促使同婚公投在短時間內獲得迴響。受訪者 E 回想參與公投的發起過程指出，連續兩個月，藉由時事熱度，同婚訊息廣泛擴散，社群媒體蓄積非常大的動員能量（受訪者 E）。

受訪者 E 熟悉立法院與媒體生態，長期配合同志運動的主軸：推動婚姻平權法案通過。同婚議題在「申請大法官釋憲」新聞熱潮時，訊息擴散迅速，但是當釋憲結果出來後，新聞熱潮告一段落，失去關注熱度，訊息難以擴散，對當時同婚社運的推動帶來極大困難。

我們辦記者會的時候，有媒體直接跟我們說，編輯台現在不給發這樣的新聞，現在的流量不高。同婚熱度從釋憲之後急遽下降。我們失去傳統媒體跟網路媒體的報導就會困在一個死局，訊息擴散不出去。有很多人心裡支持，但不知道有同婚公投，甚至不知道反同公投（受訪者 E）。

缺少媒體報導，Facebook 成為擴散訊息的重要平臺，但把訊息擴散到同溫層以外仍舊不容易，需要仰賴更多不同性質（例如爆料公社、爆廢公社）與不同種類的地方社團（例如愛士林、北投幫、我是逢甲人），擴散議題、觸及不同族群。此舉也是同婚公投連署初期，突破困境的關鍵因素，讓第二階段的連署瞬速突破三十萬（受訪者 E）。

由此可見，成功的社會運動，除透過社群媒體上的人際網絡擴散力量，亦需借助傳統媒體的推波助瀾，以連結社會大眾（Jackson et al., 2020），呈現出混合式的媒體生態（hybrid media），即新舊媒體交織的現象（Chadwick, 2017），同時揭示新樣貌的社會運動：線上人際網絡整合傳統媒體的影響力，

傳統媒體報導使訊息走出同溫層，提升議題在社會上的能見度，展現出混合式媒體生態在同婚議題擴散的角色。

## 二、同婚訊息的個人情感化

Facebook 連結人際網絡，同婚運動者分享個人經驗，讓說故事者和接收者產生連結。受訪者 E 常在個人 Facebook，倡議同志議題，免去主動聯絡朋友甚或打擾，相關訊息即可被瀏覽，E 指出：「會看我文章的人，也是關心我的人。用這樣的角度，去感動身邊，關心你的親友」。另外，透過 Facebook 分享同婚活動、參與的心得、在現場拍照打卡，皆是藉由人際社群對自己的關心與支持，延伸至對同志議題的認同。受訪者 B 關注同志運動約五年，雖非積極主動參與者，但主動轉發相關文章或同婚活動，希望傳達支持同志社群的聲音給立場不同的 Facebook 好友。B 指出：「比較多迴響的發文是『個人生活紀錄』。例如，參加同志大遊行，到現場拍照，紀錄感想」。

自身經驗與情緒類訊息易獲得迴響。受訪者 H 為網紅，自陳不算積極涉入同志運動，不過長期在網路上發表自己與伴侶的文章，累積大批粉絲。H 會刻意揭露私生活趣事。他認為，社會上的反同聲音源於對同志的不了解，身為出櫃的公眾人物，希望讓粉絲透過他的生活經驗，了解同志族群與一般人無異、進而支持同婚，因為「分享比說教更有效」（受訪者 H）。

Follow 我的人接收到的不只是單一議題的文章，還包括我們在生活上的展演，跟所有談戀愛過程。這些東西在長期關注我的讀者眼裡，對大家理解同志生活與同志議題，未來想再爭取的平等，都滿密切相關的（受訪者 H）。

親身經歷富有情感，傳達同志族群的憂慮與被歧視的恐懼、希望得到認同的渴望。這些情緒感染他人，鼓舞個體自發性地闡述真實故事、表達支持立場，讓其他使用者感到支持同志的社會氛圍，帶起從眾效果、累積串連力量，獲得公眾關注。如同 #Me too、#IAmGay 運動（Liao, 2019），以情感吸引擴大支持者，進而蓄積動員力量。

## 三、名人代言外溢

同婚議題往往難以突破同溫層。不過名人擁有知名度與關注度，是訊息擴散的關鍵原因。受訪者 D，臺灣伴侶權益推動聯盟工作者，指出名人代言的效果顯著，能夠將訊息擴及到不同族群。例如在產品行銷中強調「聶永真的設計」，或是「邀請張惠妹參與同婚連署」。名人挾帶的高人氣及粉絲支持，使活動推廣事半功倍。受訪者 D 回想，阿妹的代言帶來 14 萬紙本連署的效益，讓許多人知道多元成家三法為何。有趣的是，所有名人中，政治人物的擴散效應最廣。只要政治人物表態或發言，同婚議題在社群媒體上的觸及率與分享數連帶提升，更成功吸引媒體報導，聚集議題熱度（受訪者 D）。

名人的光環效應將支持者對名人的喜愛，轉移至對同婚議題的認識甚至認同。受訪者 H 除了專業領域受到粉絲關注外，也刻意在 Facebook 展演私生活的各種面向，呈現出真實、有溫度的自己。

我有網路知名度，在 Facebook 上經營個人品牌，讓大家因為喜歡我這個人而關注我的同時，也注意到同志議題、同志的心路歷程（受訪者 H）。

網紅擁有可觀的粉絲數量，網紅的訊息曝光度高，容易跨出同溫層。受訪者 J 積極參與政治、社會運動，主持過網路節目。因為 J 關心的社會議題多元，吸引各個領域的粉絲追蹤，這也是 J 可以將同婚訊息擴散出同溫層的原因之一。

我的訊息可以擴散到同婚以外的領域去，因為我談很多議題：正名、廢死、同婚，不像其他社運團體屬性明確。所以關注我的群眾是多議題的。關注正名的人就會剛好看到我談同婚，關注廢死的也會看到我談同婚（受訪者 J）。

當網紅登高一呼，訊息便從同婚社群向外輻射擴散到不同領域，而跨領域粉絲再將訊息擴散到其他領域，幫助同婚議題外溢至非同溫層。受訪者 J 回憶參與同婚公投發起的過程指出，網紅分享是訊息擴散的主因，在連署截止前的最後一個月，募集到近百萬份的連署書。「最後兩週衝起來的關鍵點即是名人與網紅的參與，譬如呱吉、岡星人、摸哥與茉莉。茉莉在 IG 上有 50 萬個 FOLLOWER，他很主動地貼了這個訊息」（受訪者 J）。

此現象顯示：名人代言外溢擴散訊息，觸及原本未關注同婚議題者。同婚議題透過社群的人際網路擴散，拓展議題的傳播網絡，召喚更多支持者，

形成以名人為首的社群結盟，擴大在社群媒體上支持同婚的同溫層。不過，在社群媒體上走出同溫層，並無法確保能夠擴展到線下社會的其他同溫層。

### 研究問題三：同婚運動者在社群媒體上動員同婚運動的策略？

#### 一、社群運動的具象化

社群運動的具象化具有三種類型：第一，標示出不同立場者，使其具象化。例如：針對議題本身的意見與立場，劃界支持與反對兩股勢力，標示出我群與他者的不同。由臺灣伴侶權益推動聯盟在立法院前面舉辦的「婚姻平權公民論壇」，即是透過具象化「共同的敵人」，標示出具體的「他者」，整合支持者的凝聚力量。受訪者 D 指出：「反同團體花了一個月的時間，準備上街，『反同大動員』就成了我們的共同敵人，只要有一個明顯的敵人要對抗，大家心裡就有很多情緒動能要抒發，就很容易吸引人氣」。目的在於透過支持與反對的二元差異，標記出共同敵人的位置與形塑敵對姿態。

在同婚公投中，不同立場藉由相對的做法，凸顯「敵方」與「我方」的對立，以引起情緒與動員能量。受訪者 I 任職同志熱線辦公室，負責經營社團粉絲專頁，同志熱線反對人權成為公投議題，但是為了反制反同公投而支持同婚公投。「反同三公投出來了，大家都很氣憤，想到用公投去打公投，所以推了同婚公投」（受訪者 I）。「因為那時候反同喊：婚姻家庭全民決定，所以我們喊一個相反的，婚姻平權全民守護。透過對應的方式，在社群或媒體上呈現對立的效果」（受訪者 D）。

藉由刻畫「明顯的敵人」，形塑出我群的認同感「與它對抗」（受訪者 D），催化出社群運動的動員能量與實質參與。採取對立與具象化策略，持續製造與他者的「火花」，維持網路熱度。在網路拋出可以讓大家討論的議題，當反對方提出回應或論述時，「我們當然加以回應，你們講的不對。讓大家看他們又在講這些……。同婚公投透過對應的方式，讓它跟反同做出區隔」（受訪者 J）。

除了針對同婚議題的不同立場，政治立場的歧異也催化社群動員，作為社群運動具象化的第二種類型：以政治觀點取代議題本質的討論。此類型以政黨作為分類指標，將支持或反對此議題的態度與進程，置於政黨偏好的框架下。如以政黨色彩作為支持與否的標準。受訪者 H 觀察，民進黨立委尤美女表示支持同性婚姻的新聞報導，「底下的留言中就會有指責民進黨不是



的回應」。不過對政黨支持者而言，政治偏好的作用力大於同婚議題，若是政治不正確，反倒對社群動員形成約束力。如伴侶盟的粉專常常教導民眾解讀政治人物對同婚政策的發言，當伴侶盟批評民進黨政府的同婚政策進度緩慢時，反而引來民進黨或某政治人物的死忠粉絲留言，「你們太急啦，要不要慢一點啦！」、「也發生過我們在上面批評政治人物，支持者在底下跟著批評我們」（受訪者 D）。

訪談結果與內容分析發現的「泛政治框架」相呼應：同婚議題支持與否從屬於政黨支持。部分支持者對同婚議題的支持度根據政黨偏好而改變。其支持的政黨轉而支持或反對同婚，支持者便跟著轉變，或者支持者對特定政黨失望，便藉由同婚議題而譴責該政黨。例如留言：「中選會藐視人權、藐視憲法，兩黨比爛、比說謊。爛政府、說謊的蔡英文」、「利用中選會做政治消費，打壓少數人人權！執政黨 DPP 和過去 228 殘殺臺灣人民的 KMT 沒有不同，前者是利用法律來殺人（人權），後者則是用武器殺人（人命）。果然是 DPP 轉型正義不轉型，KMT 轉型正義不正義！」同婚運動者對政黨的評論可因迎合政黨支持者，得到呼應，也因得罪政黨支持者，得到攻擊。

社群運動具象化的第三種類型為具體化行動的明確願景、責任與任務，讓網路支持者不只在鍵盤按讚，而是「看到」行動後具體的世界、「感覺到」非改變不可的迫切，因而燃起行動的動機。2018 年的同婚公投連署在一個月內募集近一百萬的連署書（羊正鈺，2018），成功關鍵在於給予動機、明確任務與具體描繪改變後的未來。

在具象化願景上，同婚社群強調抽象的美好價值，如平等、民主、人權等，映照出臺灣與歐美先進國家的異同與匱乏，進一步呈現價值實踐的結果。如支持同婚公投的主辦方告訴支持者，「簽署連署書可以讓社會看到臺灣支持同婚與性別平等教育的能量、如果在一個月內衝破連署門檻，將會是臺灣民主奇蹟」（受訪者 J）。主辦方強調性別平等、民主價值會因為支持者的行動而實現，揭示美好未來的願景，驅動支持者參與。

除空間上連結先進國家與臺灣在價值選擇上的「接近性」，情感上，同婚團體透過創造個人與同婚議題的「接近性」，拉近與支持者的距離，讓支持者感受到「同婚議題」與自己的關聯，產生行為動機。受訪者 H 指出，以「抒情代議論」的筆觸，將新聞報導上「遙不可及」的人事物與感受，轉移至周邊的人，使其「感同身受」，更容易讓支持者認同行動的必要。

第三，給予行動動機之後，主辦方具體明示支持者的「責任」，將支持

者轉化為行動者。發動同婚公投的主辦方稱支持者為「義勇軍」，把行動的責任跟義務放在支持者上，也讓支持者感覺到，不能只有支持，而是有行動的責任。

我們把支持者叫成義勇軍，希望他們感受到自己身上是有任務。他們並不僅僅是支持，也要做一點事（受訪者 E）。

最後，必須給予支持者具體且容易做到的「任務」。在同婚公投連署中，主辦單位邀請大家「從身邊開始，一人拉十份，這大家都做得到，不要一人拉一百，太難了」（受訪者 J）。同時在關鍵時機點發文鼓勵支持者，扮演啦啦隊的角色，適時打氣，維持群眾動機與熱度。例如主辦方會在週末或是連署截止前，發出緊急缺連署書、需要再加強行動的文章。驅動支持者的內容不是沒有力量的「拜託大家」、「再加油」，而是充滿動能的「再差十五萬票」、「再差三萬票」、「差你一個，缺一不可」。讓已經動員的力量在強弩之末，得知任務的具體進程，以及達成願景的最後一哩路，繼續保持動能（受訪者 J）。

整體而言，在社群運動的具象化過程中，將同性親密關係的私有性，推展到公眾共同利益的層次。不論是透過標示出共同敵人，或具體描繪願景、給予行動，社群運動具象化在以共同體為立基點的基礎之上，結盟與整合我群，對抗與排斥他者。藉由社群效應，強化議題的公共性，進而達到動員能量與取得實質參與社群運動的正當性。

## 二、光環效應個人化

對大部分的社運支持者而言，在網路上發聲支持成本低廉，但實際行動的成本高昂。受訪者 H 有很多支持同志的異性戀朋友願意在 Facebook 上按讚、轉文、發文支持，但是要為此出門、工作請假到現場並不容易，因為「不採取行動最省力」（受訪者 H）。因此，在社群媒體上的情感訴求有助於得到親友支持。動員時，以個人化、情感化的實際經驗與真實感受，容易讓人為身邊的人挺身而出。因為關注彼此的 Facebook 頁面多是關心或支持發文者，不一定熟悉同志議題，但會想幫助朋友而支持。例如受訪者在自己的 Facebook 上號召連署同婚公投，意外地吸引雖然是 Facebook 好友但許久沒有連絡的同學或朋友現身支持（受訪者 E）。受訪者 C 是地方同志團體工

作者，負責經營該團體的粉絲專頁，在同婚連署期間，積極在自己 Facebook 發文號召。

我轉貼這類訊息，告訴朋友，如果要連署可以找我。因為我的訊息會有很久不見的朋友，主動找我連署也順便聚聚（受訪者 C）。

在 2016 年底立法院內正舉辦反同公聽會，同志族群動員群眾到場外舉辦公聽會，但因為當天是上班日，要大家請一個小時的假到現場有難度。有網路聲量的網紅以感性訴求，不但以自身的例子告訴大家他需要幫忙，也讓粉絲回想身邊的人，使其感同身受，給予情緒上的動機。

我寫了一篇文章：給我的異性戀朋友。讓他們回想，你和你每一個同志朋友們互動的瞬間。現在這個關鍵時刻，你能夠幫他們多做一點點事（受訪者 H）。

光環效應不再由名人把持，小人物的個人敘事，透過社群媒體，能夠跨時間與空間，擴散到個人的人際網絡甚至是社群網絡，產生個人化的光環效應。換句話說，個人透過自身故事的闡述，將親友對自己的支持，轉換為對同性婚姻議題的肯定、進而認同同婚的平權價值。

整體而言，研究發現：一、同志社群常用的的集體行動框架為：診斷問題框架、動員框架、責備政治框架。二、藉由新聞關注、訊息個人情感化與名人代言為擴散訊息的主要策略。三、動員方針上，社群運動具象化：標示共同的敵人、鮮明的對立立場、行動願景與情感的具體化，進而賦予支持者的責任，將線上凝聚的共識延伸至線下的實質參與，以及藉由社群對特定網紅的喜愛而發揮如同愛屋及烏之光環效應。其中，光環效應不僅限於網紅與名人，個別使用者藉由訊息個人情感化，以情感訴求感染身邊的親友，也能發揮個人光環效應，把親友對自己的關心移轉為對同婚運動的支持。社群媒體既有大眾媒體強化名人光環效應的效果，也創造個人光環效應，賦予個體在人際網絡中跨時間與空間的影響力，彰顯出社群媒體的「科技賦權」特質。善用社群媒體，可在個人網絡中擁有名人代言的光環效果。

## 伍、結論與討論

本研究透過集體行動框架與動員策略分析社群媒體在臺灣同婚運動中所

扮演的角色。研究發現同婚議題上的責備政治框架呈現出不同於他國的臺灣獨特性，對同婚或政治的不滿呈現出泛政治貼文。在訊息框架上，同志社群訴求人權價值，展現社群結盟政治。在社群媒體的動員效果上，出現個人化光環與跨生活圈效應。

## 一、同婚運動的集體行動框架

貼文框架提供大眾對議題的認識。以往新聞媒體與社會運動的研究發現，新聞媒體往往依賴官方消息來源，並將抗議事件的策動者框架為「暴民」、「非法」、「製造社會不安」(McLeod & Hertog, 1999)。本研究發現，同志社群如同以往的新聞媒體，常以官方聲明強化同婚公投的正當性。可見，社群媒體賦權個體成為傳統新聞媒體，擁有定義、解釋與回應問題的權力(Morozov, 2011)。然而在強化自身正當性的情況下，往往將反同方的言論、行為，框架為「違反法律程序」與「破壞人權」。

此外，南韓要求政府取消或停止法案的爭議事件中，主要使用責備政治框架，把責任歸咎在政府(Kim, et al., 2014)。本研究發現同志社群亦使用責備政治框架，要求政府將婚姻列入民法保障。支持者認為同志族群為法律與人權上的弱勢，寄望政治人物或政府解決，因此把對現狀的無能為力轉嫁在政治人物、政黨與政府上。研究延伸此觀察，提出「泛政治回文」，意即不論任何議題，表現出對特定政黨或政府的強烈不滿。該類回文非針對同婚議題討論，反而藉由「同婚議題」表達對政治的不滿。此類回文少見於其他國家的文獻中，為臺灣明顯現象。值得一提，同婚支持者的政治類回文比例高，與其特質相關。根據訪談，挺同者多半關心政治、同時關心社運、勞工等弱勢族群，是各種公共事務領域立場交錯的支持者，因此常以政治視角回應，也顯示支持者寄望政治來解決邊緣化族群的問題。

## 二、家庭功能的公共性 VS. 人權價值

同婚運動者透過社群媒體號召三成民眾支持，卻沒有得到其他七成的民意支持(中央選舉委員會，2018)。本研究從同志社群粉專的正反訊息框架解釋此投票結果。常見的反同意見強調婚姻制度的「家庭功能」為主軸，尤其以教育為核心，形塑異性戀婚姻與教育下一代的相關。在此基礎上，將論

述推展至「公領域」，召喚全民響應。例如「還是得支持（反同）公投，畢竟不能教壞小孩」、「要動用全國人民的納稅錢等資源做『制度性保障』，跟全體國民有關係」。強調婚姻制度與性平教育影響家庭功能，以及與「集體」利益息息相關，同性婚姻法治化的討論被歸類於「公共議題」，需要全民同意。

再者，為形塑出論述的公共利益，其論述嵌入宗教價值、倫理道德、甚至是政治。彰顯出無我情懷，進而凸顯異性戀婚姻是集體利益的保障。由於立足點高於個人層次，具有公共精神，在宗教信仰與倫理道德的背書下，驅動公眾認同及引發道德危機感。Opp (2009, p. 96) 指出，道德危機是社會動員的先決條件，促使個人採取行動，捍衛自己的道德價值。在同婚是否合法的爭議中，檢視反同立場的回文，其框架呈現道德論述與宗教價值，誘發道德危機感。

就道德面而言，為連結反同理念屬道德層次，反同的框架論述以彰顯異性戀作為「家庭形式」及其如何完備「家庭功能」、再現「家庭意義」為主。先透過對傳統婚姻制度的描繪，強化異性戀常規具有的倫理道德，再將反同理念與守護社會道德綁在一起。進一步，為達到道德危機，反同論述藉由刻畫一夫一妻制的家庭樣貌，映照出同性婚姻對家庭形式、家庭功能、家庭意義所帶來的挑戰，甚至是破壞。另一方面，訴求宗教亦是透過將反同理念與宗教價值相互連結。由於宗教一般被視為為勸善事業，立基於此的反同框架論述，在相當程度上挪用了宗教的社會功能與社會意義，合理化理念價值的道德性與強化道德危機。宗教與道德因而互為一致，而且賦予行動道德性、合理性、意義性。不過，同志社群亦運用「道德驚嚇訊息」，將挺同理念連結道德，試圖誘發道德危機感。如以異性戀情殺、婚外情等等新聞事件，指出異性戀對現有婚姻制度與社會秩序的破壞。

當建構出婚姻制度為公眾議題，仰賴全民守護，親密關係被劃入「私領域」。在公、私二元對立下，藉由描繪異性戀婚姻的公共利益，對比同性婚姻追求私人領域的自主性，呈現出反同團體為了「公共利益」、挺同團體爭取的是「自利」。進而弱化同性婚姻進入婚姻法制化（公共領域）的合法性。

公共利益與自利的對比成功引起反同方的動員。將同婚框架成「全民」婚姻，讓民眾認同同婚議題與自己息息相關。公眾與自利的二分法，簡化複雜的同婚議題。民眾不需深入了解，能輕易的選擇「公共利益」自動歸隊。

相對於反同留言以家庭功能的公共性做為論述主軸，同志社群一方面強



調婚姻的本質是愛，並非家庭功能，並訴求「私領域的自主權，不該受外界道德批判」。同時，將同婚提升至人權層次，藉由平權的抽象價值，訴求建立「進步、多元、平等」的社會，讓親密關係從私領域進入法制化的公領域。與訴求「全民婚姻」的公眾利益相較，「人權、多元、平等」等公眾價值過於抽象，與一般民眾的自身利益過遠，難引起共鳴，強調「婚姻自主」更難逃脫追求「私利」的印象，因此，同志社群難以取得社會大部分的民意支持。

成功的集體行動框架在於能引起公眾認同，例如訴求「公眾價值」或者框架的訴求對象能包含所有成員（Bennett & Segerberg, 2012），「人權框架」能輕易擴張到各個族群（Oliver & Johnston, 2000）。本研究發現，雙方雖皆訴求「公眾價值」（全民婚姻 VS. 人權），但是「全民婚姻」引起多數人認同，也把同志社群排除在外；挺同方雖訴求「人權」，但侷限於同志族群，不但無法讓多數民意體會同志人權的進展與大眾的關係，更讓大眾認為少數人在爭取自身利益，是「他們」的事，但婚姻是「我們」的。

### 三、社群結盟政治

最大化線上連結是社群媒體上動員的目標。為了擴大連結，社群媒體的「公共性」與「私有化」互為挪用，其訊息的公、私屬性也視論述場域的公、私疆界呈現差異。整體而言，社群結盟表現在串連個體與愛屋及烏效應，並且建立「共同敵人」，呈現「悲情」或「被壓迫」的處境以凝聚結盟認同感。

在串連個體上，同婚支持者多是散落四處且不願現身的個人。Facebook 粉專具有的「公共性」及個人頁面的「私有化」，得以讓二元的公、私疆界互為流動，進而連結有意參與行動的個人，形成小組動員（小蜜蜂模式）。呼應文獻，社群媒體連結個體，帶動群起響應，突破以往社運找不到支持者的困境（Castells, 2002; Harlow, 2012; Juris, 2005; Lee & Chan, 2016; Opp, 2009; Ribeiro, 1998）。動員團體藉由 Facebook 粉絲頁面的「公共空間」，調查支持者的時間跟地點，找出各地潛在支持者，組織地方行動。因為訊息擴散快速又鎖定區域，只要三人響應，小組便可隨時隨地的機動成立。同時，同婚運動短缺的人力、物資可以很快的傳開，支持者隨即自發性支援並自行分配人力物力。有別於傳統社會運動需要大規模組織動員，同婚運動中，個人能量容易在 Facebook 上一觸即發，遍地開花。此發現印證先前研究：社群媒體讓人群跨越時間地點，更容易產生連結，而這樣的連結更能促成線下

的社會運動 (Lee & Chan, 2016)。

在光環效應上，社群媒體創造並強化認同感，讓支持者彼此覺得同屬一體而推動線下行動 (Hara, 2008; Kim et al., 2014; Wojcieszak, 2009)。網紅的愛屋及烏效應尤甚，也是動員成功的關鍵。網路名人以自身經驗引發粉絲支持同婚議題，把對網紅的支持轉移到同婚運動。此發現與香港雨傘運動相似：網路名人成為意見領袖，與網路名人在社群媒體上互動越深的支持者，越容易被成功動員 (Lee et al., 2017)，顯示社群媒體上與網紅的連結與互動能擴大愛屋及烏效應。

光環效應也展現在個別使用者上。Facebook 連結個人與朋友，同婚支持者不說教，以訊息個人情感化的方式讓親友支持同婚。很多響應同婚者不見得了解同婚議題，但會把對朋友的關心與喜愛延伸到對同婚的支持。社群媒體連結到更多平時不易遇到或久未聯絡的朋友，讓個體如同擁有媒體光環的名人，在 Facebook 好友圈中有代言效果，產生愛屋及烏效應，使個人光環效應有跨時空與生活圈的效果。

串連個體與光環效應反映社群結盟現象，Facebook 的同溫層有助創造認同感，並透過愛屋及烏的效果讓社運支持者群聚成一體而結盟。社群媒體的同溫層不利溝通對話，卻在結盟效果上有極大助益。

社群結盟政治指是社群媒體串連個體，透過小人物的光環效應加速結盟的現象，不只展現在臺灣同婚公投的議題上，在 #Metoo 與 BLM (Black Life Matters) 運動中呈現出的數位結盟 (digital allyship) (Jackson et al., 2020)，與本文提出的社群結盟政治相呼應。數位結盟指出，由邊緣化社群所發起的社會運動，成功要素之一即是與主流的社會成員結盟。例如在女性運動中，男性的加入與發聲，為訊息擴展與要求改變的呼聲更強而有力。男性結盟者使用 #AllMenCan 與 #TheEmptyChair 標籤。同樣的，同志運動號召異性戀支持 (如我不是同志，但我支持同志) (Liao, 2019)。成功連結更多支持者 (Jackson et al., 2020)。

邊緣化團體推動改革有賴與主流族群結盟。情感是號召主流族群加入的重要力量，呈現社群媒體的情感政治 (affective politics)，透過情感表達政治訴求、推動政治活動。在酷兒、女性運動中，情感在性別權力關係中是動員改革的力量 (Bargetz, 2015)，在中國的同志運動中同樣得到呼應 (Liao, 2019)。同婚訊息透過「訊息的個人情感化」、名人代言採取的情感訴求，點燃同理心，透過人際網絡迅速擴散引發集體行動。透過情感連結，將異質

族群（例如女性與男性、同性戀與異性戀）形成同一陣營，成功號召主流族群的成員。社群媒體以人際網絡為主要結構，更加速情感訊息的連結與擴散，顯示個人情感成為社群結盟的催化劑。同理，社群媒體有賴與主流媒體結盟，透過主流媒體的新聞關注，才能進一步引起公眾關注，讓整體社會意識到並正視邊緣團體的議題。

#### 四、親密關係的私有性與公共化

社群平臺是私領域議題進入公共領域的重要媒介。性取向是個人隱私，為取得社會支持，同婚運動者，藉由個人經驗與心情的分享，讓旁人感到同婚議題與自身相關。性取向、親密關係的個人隱私在自我分享中揭露於公眾。社群平臺讓使用者從個人的人際資本，擴大到群體關注而成為公眾議題。同婚成為公共議題的過程先從私領域間的彼此連結擴散而成。依照臺灣同志運動在網路的發展脈絡來看，同志運動之初即在網路上串連、組織運作，經驗成熟，其限制在於訊息無法走出同溫層。這次的同婚運動承襲長期以來熟悉的網路操作，目的在走出同溫層、凝聚社會共識。同志社群善用 Facebook 的各種功能：累積網路支持者的能量、串連動員（社團、私訊的聯絡）、擴散訊息（找網紅代言，使訊息擴及各領域的支持者）、製造事件爭取媒體注意（利用 Facebook 組織動員迅速且凝聚力強，而發起線下活動，引起媒體關注），善用社群媒體的功能，使訊息擴展到以前論壇與 BBS 擴展不到的「公領域」。

社群平臺同時呈現公共議題的私有性，讓公共議題處於安全的私人空間。即使社群媒體是公開對話場域，卻是同志高度使用的媒介。多數時候，同志隱藏性向，鮮少公開談論同性相關議題。外在環境是否友善同志的不確定感，讓同志傾向不公開碰觸與自身最相關的議題，將公共議題劃入隱私範圍內。而社群媒體成為私領域，向外默默關心公共議題的平臺。因為在公開的訊息流通當中，社群平臺讓同志可以隱身其中，在保有個人界線的範圍內參與同婚公共議題。親密關係本為私，在看似公眾的社群媒體上成為動員工具；看似公眾的社群媒體同時成為個人隱私的防護牆，揉和「私領域」的個人 Facebook 頁面與「公領域」的粉專頁，在敏感的同志議題上的論辯與動員，呈現個人的公私界線流動現象。

最後，本研究有幾項研究限制可建議未來研究方向。第一，本研究採取

人工編碼，雖然可以確實分析留言語氣，不過人工編碼與立意抽樣「同性婚姻動員」的訊息，研究結果不一定能代表同婚議題在網路上的討論全貌。建議未來研究可擴展到其他網路論壇、新聞網站討論區、電子佈告欄，收集全面樣本以補充 Facebook 以外的資料。第二，本研究僅針對同婚運動者的論述與動員策略，缺乏反同團體的比較。建議未來研究，可針對反同運動者的動員訊息與策略，與同婚運動者相較，以描繪出社群媒體作為同婚公投的討論角力下，雙方的動員與論述策略異同。

## 參考文獻

- 中央選舉委員會 (2018)。〈中選會發布全國性公民投票案第 7 案至第 16 案投票結果公告〉，《中央選舉委員會》。上網日期：2020 年 10 月 13 日，取自 <https://web.cec.gov.tw/central/cms/107news/29588>
- 朱偉誠 (1998)。〈臺灣同志運動的後殖民思考：論「現身」問題〉，《臺灣社會研究季刊》，30：35-62。
- 羊正鈺 (2016 年 10 月 17 日)。〈一起生活了 35 年，畢安生選擇了和他的他這樣「一起離開」〉，《關鍵評論》。上網日期：2020 年 10 月 12 日，取自 <https://www.thenewslens.com/article/51598>
- (2018 年 9 月 4 日)。〈37 天內奇蹟式達標！「平權公投」百萬連署送中選會，年底大選搭公投至少 9 案〉，《關鍵評論網》。上網日期：2020 年 10 月 13 日，取自 <https://www.thenewslens.com/article/103354>
- 李明穎 (2012)。〈網路潛水者的公民參與實踐之探索：以「野草莓運動」為例〉，《新聞學研究》，112：77-116。
- 林宇玲 (2014)。〈網路與公共領域：從審議模式轉向多元公眾模式〉，《新聞學研究》，118：55-85。
- 林麗雲 (2016)。〈太陽花運動中臺大新聞所學生在「E 論壇」的實踐〉，《傳播研究與實踐》，6 (1)：251-269。
- 林鶴玲、鄭陸霖 (2001)。〈臺灣社會運動網路經驗：一個探索性的分析〉，《臺灣社會學刊》，25：111-156。
- 侯政男 (2010)。〈臺灣同志運動之媒體策略模式研究：以 2009 年臺灣同志遊行為例〉，論文發表於「2010 中華傳播學會年會」，臺北。
- 唐鎮宇 (2016 年 12 月 10 日)。〈25 萬人上凱道挺同婚 反同婚團體說話了〉，《蘋果日報》。上網日期：2020 年 10 月 13 日，取自 <https://tw.appledaily.com/life/20161210/NN6M6ZZJXZPIJMUUXR5DH2XCH4/>
- 財團法人臺灣網路資訊中心 (2020)。〈2020 臺灣網路報告〉，《財團法人臺灣網路資訊中心》。上網日期：2020 年 10 月 13 日，取自 <https://report.twNIC.tw/2020/>
- 張芬芬 (2010)。〈質性資料分析的五步驟：在抽象階梯上爬升〉，《初等教育學刊》，35：87-120。
- 張盈堃 (2003)。〈網路同志運動的可能與不可能〉，《資訊社會研究》，4 (4)：



53-86。

游美惠 (2000)。〈內容分析、文本分析與論述分析在社會研究的運用〉，《調查研究》，8：5-42。

劉時君、蘇蘅 (2017)。〈政治抗議事件中媒體的創新使用與實踐：以太陽花運動為例〉，《資訊社會研究》，33：147-188。

劉慧雯 (2017)。〈建構「倫理閱聽人」：試論社群媒體使用者的理論意涵〉，《新聞學研究》，131：87-125。

蔡鴻濱 (2006)。〈網路社會運動之語藝分析：以苦勞網中「香港反 WTO」事件為例〉，《傳播與管理研究》，6 (1)：2-48。

謝孟穎 (2017 年 10 月 16 日)。〈氣到想把房子燒了！與伴侶相戀 35 年、從 10 樓跳下自殺，法籍同志教授畢安生生前最絕望告白〉，《風傳媒》。上網日期：2020 年 10 月 12 日，取自 <https://www.storm.mg/article/345252>

簡至潔 (2012)。〈從「同性婚姻」到「多元家庭」一朝向親密關係民主化的立法運動〉，《臺灣人權學刊》，1 (3)：187-201。

Altman, D. G. (1990). *Practical statistics for medical research*. CRC press.

Bargetz, B. (2015). The distribution of emotions: Affective politics of emancipation. *Hypatia*, 30(3), 580-596. <https://doi.org/10.1111/hypa.12159>

Benford, R. D., & Snow, D. A. (2000). Framing processes and social movements: An overview and assessment. *Annual Review of Sociology*, 26(1), 611-639.

Benkler, Y. (2006). The wealth of networks: How social production transforms markets and freedom. *Social Science Computer Review*, 26(2), 259-261. <https://doi.org/10.1177/1084713807301373>

Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2012). The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics. *Information, Communication & Society*, 15(5), 739-768.

Castells, M. (2002). *The internet galaxy: Reflections on the internet, business, and society*. Oxford University Press on Demand.

Chadwick, A. (2017). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford University Press.

Clark, R. (2016). "Hope in a hashtag": The discursive activism of #WhyIStayed. *Feminist Media Studies*, 16(5), 788-804. <https://doi.org/10.1080/14680777>.

2016.1138235

- Corbin, J. M., & Strauss, A. (1990). Grounded theory research: Procedures, canons, and evaluative criteria. *Qualitative Sociology*, 13(1), 3-21. <https://doi.org/10.1007/BF00988593>
- Diani, M. (2000). Social movement networks virtual and real. *Information, Communication & Society*, 3(3), 386-401. <https://doi.org/10.1080/13691180051033333>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Fraser, N. (1990). Rethinking the public sphere: A contribution to the critique of actually existing democracy. *Social Text*, 26(25), 56-80.
- Freelon, D., McIlwain, C., & Clark, M. (2016). Quantifying the power and consequences of social media protest. *New Media & Society*, 20(3), 990-1011. <https://doi.org/10.1177/1461444816676646>
- Gerhards, J., & Rucht, D. (1992). Mesomobilization: Organizing and framing in two protest campaigns in West Germany. *American Journal of Sociology*, 98(3), 555-596.
- Gladwell, M., & Shirky, C. (2011). From innovation to revolution: Do social media make protests possible? *Foreign Affairs*, 90(2), 153-154.
- Glaser, B. G. (1965). The constant comparative method of qualitative analysis. *Social Problems*, 12(4), 436-445.
- González-Bailón, S., Borge-Holthoefer, J., & Moreno, Y. (2013). Broadcasters and hidden influentials in online protest diffusion. *American Behavioral Scientist*, 57(7), 943-965. <https://doi.org/10.1177/0002764213479371>
- Hanisch, C. (1969/2006). The personal is political: The women's liberation movement classic with a new explanatory introduction. [Carol Hanisch's website]. Retrieved March, 20, 2021, from <http://www.carolhanisch.org/CHwritings/PIP.html>
- Hara, N. (2008). Internet use for political mobilization: Voices of participants. *First Monday*, 13(7). Retrieved March 22, 2021, from <https://doi.org/10.5210/fm.v13i7.2123>

- 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. <https://doi.org/10.1177/1461444811410408>
- Howard, P. N., Duffy, A., Freelon, D., Hussain, M. M., Mari, W., & Maziad, M. (2011). Opening closed regimes: What was the role of social media during the Arab Spring? (SSRN Scholarly Paper No. ID 2595096). *Social Science Research Network*. Retrieved March 22, 2021, from SSRN database: <https://papers.ssrn.com/abstract=2595096>
- Jackson, S. J., Bailey, M., & Welles, B. F. (2020). *#HashtagActivism: Networks of race and gender justice*. MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/10858.001.0001>
- Juris, J. S. (2005). The new digital media and activist networking within anti-corporate globalization movements. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 597(1), 189-208.
- Kavada, A. (2015). Creating the collective: Social media, the Occupy Movement and its constitution as a collective actor. *Information, Communication & Society*, 18(8), 872-886. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1043318>
- Kilgo, D. K., Harlow, S., García-Perdomo, V., & Salaverría, R. (2018). From #Ferguson to #Ayotzinapa: Analyzing differences in domestic and foreign protest news shared on social media. *Mass Communication and Society*, 21(5), 606-630. <https://doi.org/10.1080/15205436.2018.1469773>
- Kilgo, D. K., Yoo, J., & Johnson, T. J. (2019). Spreading Ebola panic: Newspaper and social media coverage of the 2014 Ebola health crisis. *Health Communication*, 34(8), 811-817. <https://doi.org/10.1080/10410236.2018.1437524>
- Kim, J. W., Kim, Y., & Yoo, J. J. (2014). The public as active agents in social movement: Facebook and Gangjeong movement. *Computers in Human Behavior*, 37, 144-151. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.04.038>
- Klandermans, B. (1983). *The expected number of participants, the effectiveness of collective action, and the willingness to participate: The free-riders dilemma reconsidered*. Paper presented at the meetings of the American Sociological Association, Detroit.

- Lee, F. L. F., & Chan, J. M. (2010). *Media, social mobilisation and mass protests in post-colonial Hong Kong: The power of a critical event*. Routledge.
- \_\_\_\_\_. (2016). Digital media activities and mode of participation in a protest campaign: A study of the Umbrella Movement. *Information, Communication & Society*, 19(1), 4-22. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1093530>
- Lee, F. L. F., Chen, H. T., & Chan, M. (2017). Social media use and university students' participation in a large-scale protest campaign: The case of Hong Kong's Umbrella Movement. *Telematics and Informatics*, 34(2), 457-469. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2016.08.005>
- Liao, S. (2019). “#IAmGay# what about you?": Storytelling, discursive politics, and the affective dimension of social media activism against censorship in China. *International Journal of Communication*, 13, 2314-2333.
- Lim, M. (2013). Framing Bouazizi: 'White lies', hybrid network, and collective/connective action in the 2010-11 Tunisian uprising. *Journalism*, 14(7), 921-941. <https://doi.org/10.1177/1464884913478359>
- McEntire, K. J., Leiby, M., & Krain, M. (2015). Human rights organizations as agents of change: An experimental examination of framing and micromobilization. *American Political Science Review*, 109(3), 407-426.
- McLeod, D. M., & Hertog, J. K. (1999). Social control, social change and the mass media's role in the regulation of protest groups. In D. David & K. Viswanath (Eds.), *Mass media, social control, and social change* (pp. 305-330). Iowa State University Press.
- McMillan, J. H., & Schumacher, S. (1998). *Research in education: A conceptual introduction* (4th ed.). Longman.
- Morozov, E. (2011). *The net delusion: The dark side of Internet freedom*. PublicAffairs.
- Nee, R. C., & Dozier, D. M. (2017). Second screen effects: Linking multiscreen media use to television engagement and incidental learning. *Convergence*, 23(2), 214-226. <https://doi.org/10.1177/1354856515592510>
- Nip, J. Y. M. (2004). The Queer Sisters and its electronic bulletin board: A study of the Internet for social movement mobilization. In W. Van De Monk, B. D. Loader, P. G. Nixon, & D. Rucht (Eds.), *Cyberprotest: New media, citizens*

- and social movements* (pp. 233-258). Routledge.
- Oliver, P. E., & Johnston, H. (2000). What a good idea! Ideologies and frames in social movement research. *Mobilization: An International Quarterly*, 5(1), 37-54.
- Opp, K. D. (2009). *Theories of political protest and social movements: A multidisciplinary introduction, critique, and synthesis*. Routledge.
- Reese, S. D. (2010). Finding frames in a web of culture: The case of the war on terror. In P. D'Angelo and J. Kuypers (Eds.), *Doing news framing analysis empirical and theoretical perspectives*. (pp. 33-58). Routledge.
- Reese, S. D., Grandy, Jr. O. H., & Grant, A. E. (Eds.). (2001). *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world* (1st ed.). Routledge.
- Ribeiro, G. L. (1998). Cybercultural politics: Political activism at a distance in a transnational world. In E. A. Sonia, D. Evelina, & E. Arturo (Eds.), *Cultures of politics, politics of cultures: Re-visioning Latin American social movements* (pp. 325-352). Westview Press.
- Robinson, W. S. (1951). The logical structure of analytic induction. *American Sociological Review*, 16(6), 812-818. <https://doi.org/10.2307/2087508>
- Shirky, C. (2008). *Here comes everybody: The power of organizing without organizations*. Penguin Books.
- Snow, D. A., & Benford, R. D. (1988). Ideology, frame resonance, and participant mobilization. *International Social Movement Research*, 1(1), 197-217.
- Snow, D. A., & Benford, R. D. (2005). Clarifying the relationship between framing and ideology. In J. Noakes & H. Johnston (Eds.), *Frames of protest: Social movements and the framing perspective* (pp. 205-212). Rowman & Littlefield.
- Snow, D. A., Rochford, E. B., Worden, S. K., & Benford, R. D. (1986). Frame alignment processes, micromobilization, and movement participation. *American Sociological Review*, 51(4), 464-481. <https://doi.org/10.2307/2095581>
- Snow, D. A., Vliementhart, R., & Ketelaars, P. (2018). The framing perspective on social movements: Its conceptual roots and architecture. In D. A. Snow,



- S. A. Soule, H. Kriesi, & H. J. McCammoon (Eds.), *The Wiley Blackwell companion to social movements*. (pp. 392-410). Wiley Blackwell.
- Tilly, C. (1978). *From mobilization to revolution*. Addison-Wesley Publishing Company.
- Tracy, S. (2013). *Qualitative research methods: Collecting evidence, crafting analysis, communicating impact*. Wiley-Blackwell.
- Valenzuela, S. (2013). Unpacking the use of social media for protest behavior: The roles of information, opinion expression, and activism. *American Behavioral Scientist*, 57(7), 920-942. <https://doi.org/10.1177/0002764213479375>
- Van Laer, J., & Van Aelst, P. (2010). Cyber-protest and civil society: The internet and action repertoires in social movements. In Y. Jewkes & M. Yar (Eds.), *Handbook of internet crime* (pp. 230-254). Retrieved March 22, 2021, from <http://st-andrews.ebib.com/patron/FullRecord.aspx?p=477306>
- Wojcieszak, M. (2009). “Carrying online participation offline” —Mobilization by radical online groups and politically dissimilar offline ties. *Journal of Communication*, 59(3), 564-586. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2009.01436.x>
- Wright, A. L. (2012). Counterpublic protest and the purpose of occupy: Reframing the discourse of occupy Wall Street. *Plaza: Dialogues in Language and Literature*, 2(2), 138-146. Retrieved October 13, 2020, from <https://journals.tdl.org/plaza/index.php/plaza/article/view/6347>

## 本文引用格式

- 陳怡璇、劉桂君（2022）。〈臺灣同婚公投的 Facebook 集體行動框架分析〉，*《傳播研究與實踐》*，12（1）：77-112。 <http://dx.doi.org/10.53106/222114112022011201004>
- Chen, V. Y., & Liu, K. C. (2022). Framing analysis of Taiwan's same-sex marriage referendum movement on Facebook. *Journal of Communication Research and Practice*, 12(1), 77-112. <http://dx.doi.org/10.53106/222114112022011201004> [Text in Chinese]

## 附錄：訪談名單

編號	身份 / 組織	性別	訪談時間
A	同婚運動倡議者	女	2018/2/6
B	同婚運動倡議者	女	2018/3/10
C	風城部屋	男	2018/8/8
D	臺灣伴侶權益推動聯盟	女	2018/8/24
E	婚姻平權公投推動者	女	2018/9/6
F	臺灣平權權益推動聯盟	男	2018/8/15
G	臺灣同志諮詢熱線	女	2018/8/27
H	詩人 / 網紅	男	2018/8/28
I	同志熱線南部辦公室	男	2018/8/31
J	婚姻平權公投推動者 / 網紅	女	2018/9/6

# Framing Analysis of Taiwan's Same-sex Marriage Referendum Movement on Facebook

CHEN, Victoria Y.\*

Associate Professor, Department of Communication & Graduate Institute of Telecommunications,  
National Chung Cheng University

LIU, Kuei-Chun\*\*

Ph.D. Student, Department of Communication University at Buffalo, State University of New York

## Abstract

This study examines the use of collective action frames and the mobilizing strategies on social media by LGBT communities in Taiwan to promote same-sex marriage and build a supportive social consensus. Content analysis and textual analysis were conducted to analyze postings on the Facebook fan pages of four groups that support same-sex marriage, followed by in-depth interviews with 10 activists from these groups. The findings demonstrate that “diagnostic frames” were the most commonly used frames, followed by “motivational framings” and “blaming frames” The comments against same-sex marriage argued that the traditional marriage supports public interest, the function of the family, and proper parenting, whereas the postings that support same-sex marriage emphasized the importance of human rights, marriage equality, and progressive social values. In terms of mobilization, social media eliminated geographical boundaries and expanded the size of alliance networks that through the development of interpersonal links. Endorsements from social media influencers also attracted more supporters to identify with the cause of the activists. This exemplifies the unique dynamics of “social media coalition politics.” Since the social media functions as private communities as well as public platforms, it provides a field of interdiscursivity for intimate relationships to flow across the boundaries between the private and the public.

**Keywords:** same-sex marriage referendum, social media, social movements, collective action frames

---

\* E-mail: vickiechen@alum.ccu.edu.tw

\*\* E-mail: kueichun@buffalo.edu

Received: 2020.11.08; Accepted: 2021.04.06.