

第20期

數位時代中的媒體識讀新挑戰

曾柏瑜 台灣民主實驗室副執行長



“ 媒體識讀為公務人力培訓之新興議題，期使公務人員熟稔網路資訊操作的態樣、善用網路調查工具並學習事實查核方法，以迎接數位時代中的媒體識讀新挑戰。 ”

數位科技及網際網路的快速發達，媒體不僅是傳遞訊息的管道，也是瞭解民眾關注議題，促成社會共識的重要途徑。假訊息破壞了人類溝通最根本的真實原則，也傷害民主運作基礎的信賴原則，身為數位新世代的文官，必須強化媒體識讀與數位治理能力，不僅要能認識媒體、解讀媒體外，還要提升資訊操作與分析知能，善用網路調查工具，進而判斷與解讀各種資訊，方能有效回應民眾需求，以提升政府治理效能。

媒體識讀為公務人力培訓之新興議題，公務人員保障暨培訓委員會於2022年首度以「資訊操作辨識與分析」為主題，辦理系列研習課程，期使公務人員熟稔網路資訊操作的態樣、善用網路調查工具，並學習事實查核方法，以迎接數位時代中的媒體識讀新挑戰，讓公務訊息與價值，可以更精準的傳遞與解讀，並能快速瓦解假訊息的影響力，培養數位民主的韌性。

假訊息的氾濫與辨識

根據台灣事實查核中心2022年2月公布的調查，有超過9成的臺灣民眾認為假訊息猖獗、嚴重影響社會。瑞典哥德堡大學所主持的多元民主計畫（Varieties of Democracy Project，以下簡稱V-Dem計畫）2021年的報告也指出，臺灣是接受境外假訊息最頻繁的國家。如何抵抗假訊息，顯然成為臺灣社會不得不面對的問題。

為了回應這些挑戰，行政院於2018年成立「防制假訊息危害專案小組」，檢討行政院各部會有關處罰假訊息的法規。行政院也設立即時新聞澄清專區，各部會亦成立澄清平台，以對假訊息快速做出澄清與回應。如何辨識、回應假訊息，已然成為新世代文官需要具備的前瞻素養之一。

首先我們需要釐清，什麼是假訊息？假訊息可以分成惡意不實訊息（disinformation）和不實訊息（misinformation）。惡意不實訊息，是刻意編造以傷害個人、社會團體、組織或國家的訊息，其目的在煽惑人心，謀取某種政治或商業利益。而不實訊息則是內容錯誤，但並非為造成傷害而刻意製造的訊息，兩者的差異是製造和傳播的過程中是否帶有惡意。很多不實訊息的傳播者是因為誤信訊息而進行轉傳，因此不實訊息更接近我們一般所說的「謠言」。

如果不實訊息是謠言的一種形式，為什麼突然之間就成為了一個嚴重影響社會的問題呢？

數據、演算法和同溫層

社群平台的發明是其中一個關鍵，Facebook創始總裁尚恩·帕克（Sean Parker）說，Facebook創立時目標就是：「如何盡可能地消耗用戶的時間並抓住用戶的注意力。」

在這個資訊爆炸的時代，注意力已成為一種稀缺且寶貴的資產。不論是品牌、公司，還是政治人物，要想在社群媒體平台上獲得越來越多的關注，都需要緊緊抓住你的注意力。而要達到這個目的，他們需要在社群平台上製造和散播引人注意的訊息。

為了更精準的傳遞能抓住你注意力的訊息，Facebook、Google 和其他大型科技公司會不斷蒐集你的資料：包括你按讚的貼文、搜尋的關鍵字、點擊的廣告、瀏覽的影片，這些關於你的資料被用來分析、分類並預測你的行為。有了這些資料，行銷公司就能精準的對你投放廣告，或將廣告置入你瀏覽的訊息中，刺激你買下你其實不需要的東西，或是試圖影響你的投票決定。

搜尋引擎和社群媒體的演算法會針對用戶提供個人化推薦，根據你過去的資料，將你最有可能同意的內容優先呈現在平台上。這不僅會進一步加深人們的偏見，也造成了同溫層效應，讓社會更加分化。

社群媒體的演算法也會加劇不實訊息傳播的速度。根據心理學的研究，人們在訊息超載時，會將有限的精力用來處理最能吸引他們注意的訊息，而內容煽動、製造恐懼的不實訊息，往往更能引起人們的注意。因此，演算法和人類本能共同造成了兩極化，而惡意不實訊息又加劇了這個效應。

認知作戰和資訊操作

除了假訊息，認知作戰也是媒體識讀的一大挑戰。認知作戰是一種心理作戰模式，假訊息、假新聞都可能是認知作戰的一環。認知作戰的目的是讓敵對國的社會動盪、降低對政府的信任度，進而達到對民主懷疑的目標。

必須注意的是，認知作戰也可能利用「半真半假」、「扭曲原意」的訊息，進行政治宣傳。對認知作戰來說，訊息的真假不是判斷的最佳標準，認知作戰的手法甚至包含反串、低級黑等，或者大量網路流量去淹沒正確言論等手法，透過資訊操作達到認知作戰的目標，也讓識讀變得更加困難。

哈佛大學互聯網與社會中心的卡米爾·弗朗索瓦（Camille François）所提出的ABC模型，是一個判斷訊息是否有操作痕跡的框架。ABC模型觀察惡意不實訊息的3個面向：行動者（actor）、行為（behavior）、內容（content）。在調查資訊操作時，行動者非常重要，行動者可能是製造惡意不實訊息的源頭，也可能是擴大傳播的關鍵節點，透過分析行動者，我們可以推斷可能的動機。

行為則是觀察訊息的傳播是否有協同性造假行為（Coordinated Inauthentic Behavior, CIB），例如利用大量假帳號或機器人在社群平台分享或互動，欺

騙社群平台的演算法，讓特定訊息大量出現在使用者面前。這些人為操作痕跡是我們判斷是否為資訊操作的關鍵指標。

最後，雖然透過分析內容可以幫助理解認知作戰的目標，但單就訊息內容並不足以作為判斷依據。尤其在保障言論自由的民主國家，必須更小心內容分析的界線。

媒體識讀：培養民主抵抗力

根據台灣事實查核中心的調查，有近六成（58%）的民眾認為自己不會受到假訊息影響，但有94%受訪者認為，他人容易受假訊息影響。這也凸顯了抵抗假訊息的最大挑戰：當人們不覺得自己會受假訊息影響，也就沒有主動增進媒體識讀能力的動機。

我們必須有一個基礎的認知：人人都有可能相信假訊息。就算一開始不相信，在反覆多次聽到某個訊息後，人們就會開始相信這個訊息。心理學家稱之為「真相錯覺效應」，這和個人的學識、經驗、智力毫無關係。我們必須先把「誤信假訊息」當成是一件稀鬆平常的事，當我們願意談論自己誤信的假訊息，我們才會更有機會將真實的訊息傳播出去。

根據社會心理學家高爾頓·奧爾波特（Gordon Allport）與利奧·波斯特曼（Leo Postman）提出的謠言公式，我們發現當狀況的不確定性越高，謠言的強度就變得越強。因為人們越是不安，就會對謠言變得更敏感、越相信想相信的事物。因此除了快速地闢謠，政府也應該更加公開和透明，讓狀況越穩定可期，才能有效降低假訊息的強度。

最後，雖然注意力經濟已經成為一個商業模式，政府、政黨和政治人物應該自律，在社群平台上，不該以大量假帳號按讚分享等行為獲取聲量，因為協同性造假無疑是一種欺騙演算法的行為。合理的行銷和資訊操作只有一線之隔，我們需要形成新的社會規範，讓社群媒體回歸真實、有機，才能讓來自境外的惡意操作無所遁形。

[上一篇](#)

[回前頁](#)
