

假新聞對閱聽者之影響探討

指導教授：謝顯丞

研究學生：王億晴、梁慈芳

關鍵詞：假新聞、閱聽者

摘要

在這資訊爆炸的時代，新聞媒體藉由網際網路與 3C 軟體作為媒介開始迅速擴增及大量傳播，讓人們可以輕易接受到任何他想要知道的事情；而訊息的接收範圍更是從原先侷限的周遭開始無限地向外擴增到國內、國外；而原先只能用口語、書信傳達的消息變成人人都能複製、貼上爾後傳遞給親朋好友更加速訊息傳遞的過程。雖然訊息的快速傳遞帶來許多便利，但也因此令有心人士發現其中的有「利」可圖。他們讓原先有許多有益、正確的資訊外，或多或少的開始參雜上一些無傷大雅的錯誤、暗示，或是夾雜上了刻意誤導大眾的訊息——更甚者有時候會發現假訊息的流量比遠比真正的新聞流量還要高。例如：其中有些以聳動的標題吸引閱聽者的注意力，使該篇的新聞點閱率越來越高，再加上有許多人都沒弄清楚該篇新聞資訊的正確與真實性，便開始不停的按讚、轉貼，使得過多的假新聞（或不正確資訊）開始在網路上一傳十、十傳百的擴散，又因為多人的轉貼令人分不清其的真偽，使得真假新聞的分界線越加混濁不清。故本研究意在深入了解假新聞為何能對現代閱聽者產生一定的吸引力，他們使用的誇示手法搭配上真假不一的文字，是否便能吸引大部分閱聽者的耳目。

壹、緒論

一、研究背景與動機

在科技蓬勃發展的現代，漫天飛佈的資訊消息總是能在有意、無意的狀況之下影響著閱聽者的思維及想法。但現今大部分人在獲得一筆新的資訊時不會去主動思考該資訊的真實性；但有心人為了他所設想的局面、便看中此點「優勢」並加以利用，好達成他所設想的局面（而其中有利亦有弊）。至此，不完善、不正確的資訊藉由科技的發展快速的傳播了出去，影響者閱聽者們的耳目。因此，此次的論文出現是源自於想要探討假新聞為何能如此吸引現今閱聽者的注目。是因為過動誇示的標題，鮮豔到讓人無法轉移注意力的圖示，還是真真假假令人無法輕易判斷的消息，或者是以上皆是。不論哪種假新聞都已經成功了解到現代人喜歡、能讓他做為賣點的「利器」。

二、研究問題

- (一) 研究假新聞慣用手段為何會能吸引人注目。
- (二) 研究閱聽者在能意識到自己選擇之資訊大部分符合假新聞慣用手段後而能有所警覺。

三、研究目的

本研究主要是針對有在運用各種媒介觀看新聞之閱聽者，就其對於觀看新聞的選擇來進行一連串的研究與調查；而本研究的主要目的是藉由閱聽者所選擇新聞標準內，來研究其關注他的選擇條件（例如標題、內容或者圖案）有符合假新聞慣用之手段，並且分析為何他的選擇條件內會有該項目。

四、研究重要性

此論文研究可以令閱聽者更瞭解假新聞的慣用手法後，有進一步地能夠過濾或篩選其所需求的資訊；並讓閱聽者在如今資訊爆炸的時代上，善選資訊對自身、或對周遭人們所能造成那或大或小的影響，並使閱聽者了解自身處在這資訊的洪流裡位於怎樣的位置之上，且在深入瞭解這個位置之後是否認可其之正確性，或者是能有所警覺來想辦法改善或維持現狀；而該篇論文亦能讓有心防範或加以利用的人士來獲取更加有利的切入點來散播如此的資訊。但不可否認的是，在了解這些手法後、進攻與防守皆掌握於個人的手上。

五、研究架構

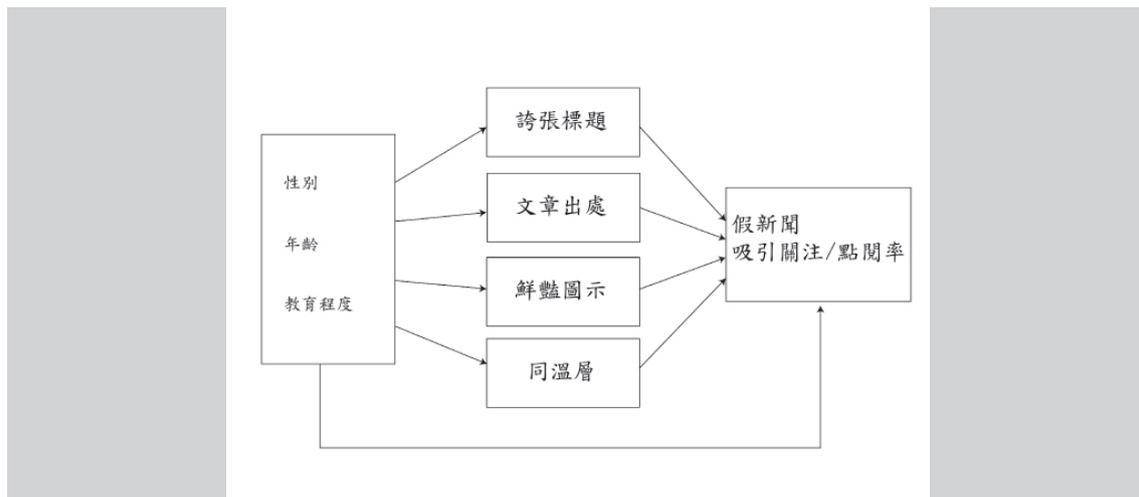


圖 1-1 研究架構圖

六、研究假設

- H1：假新聞的標題對閱聽者的點閱有顯著影響。
 H2：假新聞的出處對閱聽者的點閱有顯著影響。
 H3：假新聞的圖片對閱聽者的點閱有顯著影響。
 H4：同溫層效應對閱聽者的點閱有顯著影響。

七、研究範圍與限制

- (一) 本研究會因為時間、人力、與財力之不足的關係之下，將研究範圍主要鎖定在會使用網路觀看新聞之閱聽者。
 (二) 本研究問卷問題篇幅可能偏長，受試者耐心程度可能會影響到本研究的準確度以及正確性。

八、名詞解釋與定義

(一) 假新聞

假新聞是刻意以傳統新聞媒體或社群媒體的形式來加以傳播錯誤之資訊，目的是為了用來誤導大眾來達成操作者所期望的目的，且現代因為社群媒體的出現，更加加速了藉由廣告衍生的假新聞。

(二) 閱聽者

亦名傳媒受眾，即傳播媒體中的訊息接收者，而訊息的來源可以為各種媒介，例如文字、電影、印刷媒體、電視和廣播等。本研究中假新聞的觀眾或聽眾。

(三) 媒體素養

指一個人具有能辨識和了解大眾媒體對於個人會帶來正面和負面影響的知識與判

斷，並且閱聽者具有可以思考、以批判性的角度去解讀所有的媒體信息的能力。或者是閱聽者在面對各種情境下，理解、製造、選用媒體訊息之能力。

（四）媒介

媒介是媒體在傳播過程中所運用到的手法、工具或手段，亦是傳播過程中將各種元素串連起的紐帶。

（五）自媒體

自媒體是指現代化人民能自由的、普遍的、私密的將資訊電子化後透過各種傳播媒介散播出去，為個人傳遞的新媒體。例如：部落格、PTT 等。

貳、文獻探討

一、假新聞

（一）假新聞的定義

假新聞是為了獲得「某種利益」以及「為了當局者」所希望而誕生的一種有意透過傳播媒介向廣大民眾刻意宣導的可操作型錯誤資訊，來讓民眾「知道」上位者所想讓民眾知道的事。其次，假新聞的存在其實也是為了營利，通常假新聞利用誇張的標題或圖示來獲取閱聽者的注意來換取大量的點擊率來達成廣告的曝光率進而獲取高額的利益。

（二）假新聞的興起

現今假新聞的大量興起源自於「科技」的發達，網路的出現降低了新聞取得的困難性，同時也降低了新聞的製造難度。尤其是在匿名的網站上，難以追查「散布者」的關係讓各種誇張的言論接二連三地湧現出來，這便是假新聞如今最主要的出現管道。

（三）假新聞的傳播

假新聞的傳播除了利用官方控管之新聞台、現今最便利的方式便是利用發達的網路媒介、藉由閱聽者透過社群軟體快速分享給周遭親友，來達成其快速傳播的目的。

（四）假新聞的危害

破壞媒體公信力、使輿論方向錯誤、影響新聞生命力，令正確新聞失去其應有的價值及危害閱聽者知情權。

二、假新聞的用途

（一）政治手段

例如 2016 年的美國總統大選，川普藉由操作假新聞營造出備受人民愛戴的形象、並利用媒體傳來訴說：「批判皆是希拉蕊陣營付錢來製造的假像」令美國名眾認為川普本人其實還是備受美國大多數人民的青睞（陳君毅，2016），顯現出假新聞如今在社群媒體的影響力。

（二）影響民心

現代人民在接受到新聞資訊後極少思考其真偽，進而導致錯誤資訊加以傳播；而錯誤資訊的傳達或許會影響社會民主的基礎。

三、同溫層

同溫層的出現源自於社群軟體接受到閱聽者按讚資訊後主動分析與判斷該閱聽者所喜歡以及較願意或希望接受的資訊後主動替除反向或與之無關的訊息，逐漸令閱聽者只會接收到自己「想要知道」、「有在關注」或較符合自己想法的資訊。

參、研究方法

一、研究流程

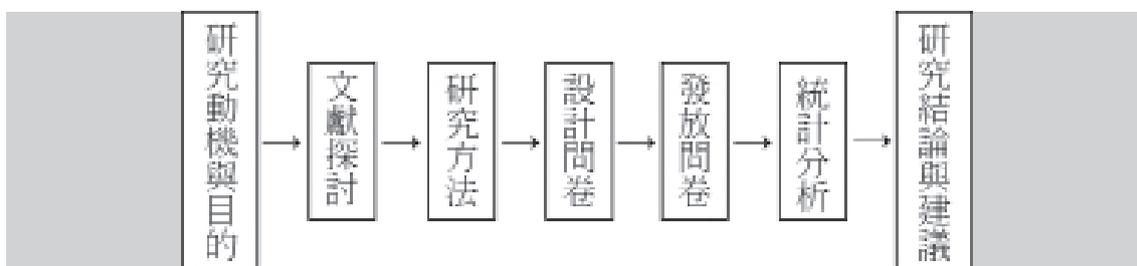


圖 3-1 研究流程圖

二、研究方法

文件分析法、問卷調查法、內容分析法。

三、研究對象

本研究採用問卷調查法，因為研究範圍設定在會使用社群軟體閱讀新聞之閱聽者為主，故將問卷放置於網路上並採取自由填寫之方式，最後總共回收問卷 525 份，其中有效問卷佔 428 份。

肆、分析與結果

一、描述性統計

總計回收 525 份問卷，扣除無效問卷 97 份，共計取得 428 份有效樣本。

(一) 性別

428 份有效問卷中，男性有 11 人，佔全部 2.6%；女性有 417 人，佔全部 97.4%，女性比例遠高於男性。

(二) 年齡

20 歲以下有 159 人，佔全部 37.1%。21 歲~30 歲有 263 人，佔全部 61.4%。31 歲~40 歲有 3 人，佔全部 0.7%。41 歲~50 歲有 2 人，佔全部 0.5%。50 歲以上有 1 人，佔全部 0.2%。

(三) 教育程度

受教育程度以大專院校最多，有 398 人，佔全部 93%。碩士生則有 29 人，佔全部 6.8%。博士生有 1 人，佔全部 0.2%。

二、信效度分析

(一) 信度

為了瞭解測驗結果的穩定性和一致性。本研究以 Cronbach's α 值來做為各構面信度的檢定標準。「標題」構面 Cronbach's α 值為 0.535，「出處」構面 Cronbach's α 值為 0.638，「圖片」構面 Cronbach's α 值為 0.68，「同溫層」構面 Cronbach's α 值為 0.571。

(二) 效度

本研究利用因素分析來進行量表的建構效度。「標題」量表的解釋量總變異量為 12.481%，「出處」為 16.307%，「圖片」為 12.85%，「同溫層」為 13.606%。累積解釋總變異量為 55.244%。

三、推論性統計

(一) 獨立樣本 t 檢定

欲驗證之假設：不同「性別」之閱聽者對於假新聞的「標題」、「出處」、「圖片」及「同溫層」之差異分析。

在研究結果中顯示，不同「性別」之閱聽者對於假新聞的「標題」、「出處」、「圖片」、「同溫層」中的得分無顯著差異 ($P>.05$)。

(二) 單因子變異量分析

欲驗證之假設：不同「年齡」、「教育程度」之閱聽者對於假新聞的「標題」、「出處」、「圖片」及「同溫層」之差異分析。

在研究結果中顯示，不同「年齡」之閱聽者對於假新聞的「標題」、「出處」、「圖片」、「同溫層」中的得分均無顯著差異 ($P>.05$)。

研究結果中顯示，不同「教育程度」之閱聽者對於假新聞的「標題」、「出處」、「圖片」、「同溫層」中的得分均無顯著差異 ($P>.05$)。

伍、結論與建議

一、結論

本研究結果為假新聞的標題、出處、圖片、同溫層對閱聽者的點閱沒有顯著影響。在考量到時間、人力等相關成本後發現一開始將樣本抽樣限制在社群軟體後，其範圍限制仍舊顯得過於廣大且令人傷神。其次考量到各種社群網站使用者的年齡層，以及各種軟體間的複數使用者會有重複投遞問卷的問題發生，而導致填寫不耐，數據出現誤差的情形發生，加上假新聞對於閱聽者之影響因素甚多，可能不止本研究中四個構面可以包含的。

二、建議

- (一) 本論文研究主要根據假新聞主要構成來進行它對閱聽者的吸引力，再以單項目來分析，若之後要研究可以以多種構面相加成來調查其的相關數據，又或者更加深入地進行各種構面的細項剖析。
- (二) 因為網路的興起使媒體播報營運門檻降低，且匿名網站的興起讓人要追溯惡意播報造假消息的媒體者具有一定的難度，或許接下來研究相關問題者可以研究如何防範匿名網站出現的惡意資訊來源。
- (三) 可以加以研究傳統媒體與現今媒體的差別，比對除了科技發展導致新聞門檻降低所以假新聞數量驟增外，是否還有些甚麼外在因素的影響。

參考文獻 (本文)

吳美美 (2004 年)。資訊素養與媒體素養。數位時代的素養與素養教育。台灣教育，629，09-14。

吳軒彤 (2016 年)。網路新聞引用「網路素材」作為消息來源之研究 (碩士論文)。取自 <http://>

hdl.handle.net/11296/yum52a

周彥好（2016年）。新聞自由再思辨：普遍人權還是專業特權？（碩士論文）。取自 <http://hdl.handle.net/11296/wt478t>

張玉佩（2003年）。當代閱聽人研究之理論重構：試論閱聽人的思辨能力（博士論文）。取自 <http://hdl.handle.net/11296/4p78ep>

陳力丹（2002年06月20日）。假新聞何以氾濫成災？。中國報導週刊。取自 <http://www.china-week.com/html/1451.htm>

陳君毅（2016年11月29日）。假新聞之王：因為有我，川普才能當選美國總統。TechOrange 科技報橘。取自 <https://buzzorange.com/techorange/2016/11/29/fake-news-makes-isa-president/>

曾元甫（2013年）。有線電視 VS. 網路電視：媒體市場結構化特徵的轉移 - 以壹電視為例（碩士論文）。取自 <http://hdl.handle.net/11296/9x43qg>

楊娟（2010年）。網絡時代虛假新聞的傳播特徵。新聞前哨，5，29-31。

劉致昕（2017年05月10日）。一場選舉、無數謠言，如何分裂一個國家，讓歐盟動盪不安 新聞撕裂歐洲。商業週刊，1539。取自 http://magazine.businessweekly.com.tw/Article_page.aspx?id=32157

鄭國威（2017年03月29日）。假新聞真能影響選舉？第一份研究出爐，美、德兩國差很大。PanSci 泛科學。取自 <http://pansci.asia/archives/117183>

鄭緯筌（2017年08月29日）。假新聞效應。INSIDE 硬塞的網路趨勢觀察。取自 <https://www.inside.com.tw/2017/08/29/fake-news-effect>

盧笛（2015年）。自媒體的言論與新聞自由——重塑公共領域（碩士論文）。取自 <http://www.airitilibrary.com/Publication/alDetailedMesh?docid=U0001-2807201503005100>

鍾樹人（譯）（2017年07月）。同溫層效應蔓延中（原作者：W. Quattrociocchi）。科學人，185。取自 <http://sa.ylib.com/MagArticle.aspx?Unit=featurearticles&id=3609>

Frej, W.(2017, November 01). Russia Spread Fake News And Disinformation In Sweden, Report Finds. HUFFPOST. Retrieved from https://www.huffingtonpost.com/entry/russia-sway-public-opinion-sweden_us_58753219e4b02b5f858b8f0d

Matsa, E.(2017, June 23). The Impact of Fake News: Society. Kingsley Napley. Retrieved from <https://www.kingsleynapley.co.uk/insights/blogs/criminal-law-blog/the-impact-of-fake-news-society>

Ordway, D. M.(2017, September 1). Fake news and the spread of misinformation. Journalist's Resource. Retrieved from <https://journalistsresource.org/studies/society/internet/fake-news-conspiracy-theories-journalism-research>

Stecula, D.(2017, July 27). The real consequences of fake news. The Conversation. Retrieved from <https://theconversation.com/the-real-consequences-of-fake-news-81179>