發佈：2017-03-30, 週四 10:00
點擊數：13909

在過去，傳統媒體扮演著訊息守門人的角色，對於訊息提供者的資料能加以審核，撇除刻意製作的抹黑假新聞外，媒體多少有過濾假訊息的功能，雖有限，但至少提高了抹黑爆料的執行門檻。

但由於現今網路的普及，加上假帳號、IP
跳板等工具的活躍，使抹黑爆料的難度大幅下降，配合現今傳統媒體生態，從過去強調獨家新聞，轉為如今強調即時新聞，記者透過網路獲取新聞來源的比例大幅增加，再再強化了網路抹黑爆料可產生的效果。

更因為馬王政爭以後，通訊監察法第11-1條修改:
「偵查最重本刑三年以上有期徒刑之罪，有事實足認通信紀錄及通信使用者資料於本案之偵查有必要性及關連性時，除有急迫情形不及事先聲請者外，應以書面聲請該管法院核發調取票。」也就是此法修訂後，本刑三年以下的犯罪，警方不能調閱通聯紀錄，本刑三年以下之徒刑，包括常見的煽惑犯罪、公然侮辱、加重誹謗、妨礙公務等。是故，又強化了網路爆料抹黑的方便性。

一個有經驗，熟悉各類網路工具的操作者，能夠在層層保護之下，進行各種爆料、抹黑、帶風向等操作，影響傳統媒體的報導與社會的輿論方向。網路雖依然有其侷限之處，但影響力仍不容小覷。

本文將從生產、擴散方式，談到目前網路輿論戰的困境與機會。

1、新媒體時代的訊息擴散模式

如前述，現今的新聞媒體，
非常強調即時新聞，記者所要追求的重要KPI
之一，是新聞的「點擊率」。理想而言，一篇深入研究、剖析的獨家新聞，理應要得到更多的關注與認同，但事實上，除了少數成功的例子外，多數認真採訪的新聞，往往被淹沒在新媒體時代海量的訊息之下，更糟的是，由於新媒體轉載容易、發佈方便，獨家新聞一出，往往幾個小時內就被別家抄去，甚至時常連來源都不標示。對於記者而言，花大量時間精力生出的獨家，有時點閱率竟比不上即時或跟風抄來的新聞，以成本效益考量，多數人最終會選擇怎麼做新聞，答案已經不言而喻了。是故，密切關注PTT
與臉書，成了現今多數記者的寫新聞的
手段之一，也因為PTT
上的文章時常被記者拿去做新聞，所以PTT成了各路人馬放爆料、帶風向的重要平台。

常見的擴散模式有：從PTT
放出第一手消息，若成功
讓文章被大量討論、回覆，便會吸引更多鄉民（PTT
網友的俗稱）關注，如果消息有新聞價值，就容易被記者轉載，常見的鄉民用語：「記者快來抄！」，便是這種模式的體現。被記者轉載後，通常第一時間是發佈在網路媒體，配合各媒體的臉書粉絲頁播送，在進入臉書後，由於臉書的使
用者比PTT
更多，且轉載文章更
為方便，因此，只要議題本身話題性夠，
成功讓記者將PTT的內容寫成新聞後，訊息擴散的力道將倍數成長。

另一種情形，則是文章還沒被記者寫成新聞時，就因為話題性夠，有人轉載到臉書後被大量分享，甚至各類粉絲團、網路紅人也加入討論，這類型的文章，傳播效果不會亞於先被記者寫成新聞

Phoca PDF

，甚至會因為文章內容寫得夠吸引人（無論是爆料還是專業分析），比記者節錄轉載後的新聞體裁文字更有可看性，因而傳播效果更深更廣。這類文章若無特殊原因（如法律問題、或擔心得罪他人）讓記者不敢抄，通常最終也會登上傳統媒體。

在臉書上廣泛被討論後，通常有機會再進
一步被轉貼到Line群組裡，比起臉書，Line
的封閉性更高，但是訊息的傳遞更深更廣，尤其是能傳遞給部分接收網路資訊能力較為薄弱、或是沒有使用臉書的人。這類的使用者一般以年紀較長的人為主，當訊息能打入年長者群，效果將再次強化，因為Line
的封閉性，使得訊息無法在第一時間被驗證、澄清，加上年長使用者普遍辨別假資訊的能力不若年輕人，導致訊息能夠不斷的在Line
當
中傳
遞，甚至
有些已經被證實為假的資訊，或是早已事過境遷的事件，都很常見在長輩們的Line群組中流傳。

若將前述的訊息擴散模式歸納起來，其中一
種就是從PTT延燒到臉書，再從臉書延燒到Line
，若訊息本身是惡意的爆料抹
黑，假如無法在第一時間就澄清，在PTT
戰場上就解決問題，通常延燒到最後，跑進了Line群組，問題就一發不可收拾。

此外，其他的擴散模式，有的是直接用製造
訊息，從Line
當中傳播，這類的訊息通常用字會較為平易近人、聳動，讓資訊判讀能力較為薄弱者一看就懂，且易被煽動轉發，這種擴散
模式，除非能密集且有效的掌握各類大小Line
群組，並且佐以正確且易讀的圖
文澄清，否則不容易防範。除了Line
以外，也有從臉書直接散播訊息的例子
，部分處理方式跟Line
接近，都是針對資訊判讀能力較為薄弱者，將訊息包裝得簡單又悚動，促使他們轉發，或是直接進入或建立臉書社團散佈訊息，也是相對有效的方式。

在臉書部分，又有一種較為有趣的散播訊息手法，是透過內容農場網站，將文章體裁包裝得有如新聞或是新知分享，再配合較聳動的標題，加強一般人的點擊、轉發機會，並且透過各類粉絲團廣為傳遞。傳統的網路內容農場，登載的多是網路生活新知或是謠言，不然就是影視八卦、俗套勵志故事等，如〈你不可不知道的小黃瓜與香蕉神奇功效〉、〈謝霆鋒在喪禮上的一席話，讓死者驚訝到無言以對...〉、〈女明星整形失敗13億人被嚇死了！〉等。

但近期，像是http://www.cocomy.net或是
http://www.gyfunnews.com
等諸多內容農場網站，除了刊載前述的文章外，較特別的，是多了政治類的文章，且方向幾乎限於兩種：吹捧藍營與攻擊綠營，少數則是中國或海外的政治新聞。文章舉例而言，像是：〈蔡英文真實身份曝光！終於嚐到被出賣滋味〉、〈高志鵬：我長得像周子瑜〉、〈企業界人士不留情面的批評：蔡政府只會喊口號、講空話〉等。

Phoca PDF

這類內容農場網站的文章被生產出後，通常是透過反綠的臉書粉絲頁或是社團散佈，粉絲頁像是《反民進黨粉絲團》、《反蔡英文聯盟》、《大中華遠見俱樂部》等，社團像是：《藍婉君網軍聯誼會》、《爆吱戰堂》、《2017罷免蔡英文聯盟》等，族繁不及備載。

更有趣的是，這類內容農場網站，通常會加上但書：「免責聲明：本網站是以實時上傳文章的方式運作，本站對所有文章的真實性、完整性及立場等，不負任何法律責任。而一切文章內容只代表發文者個人意見，並非本網站之立場，用戶不應信賴內容，並應自行判斷內容之真實性。發文者擁有在本站張貼的文章。由於本站是受到『實時發表』運作方式所規限，故不能完全監查所有即時文章，若讀者發現有留言出現問題，請聯絡我們。本站有權刪除任何內容及拒絕任何人士發文，同時亦有不刪除文章的權力。切勿撰寫粗言穢語、毀謗、渲染色情暴力或人身攻擊的言論，敬請自律。本網站保留一切法律權利。」言下之意，即是不合站方立場的文章，無法在上頭刊登。

這些網站的操作者是誰呢？筆者根據內文的用語、特定的政治立場、不時出現的簡體字，或是部份文章中，「
里」被打成「裡」，「乾」
被打成「幹」等情形，這種情形只有在用word
將簡體文章轉成繁體，且發文者不具備判別這類字的能力時會發生，因此合理推測，操作者有相當高的機率來自中國。

而這樣的訊息散播方式有沒有效果呢？有的，但並不如同想像中的嚴重。因為這類的網站、文章與散播方式，幾乎只能在藍色族群的同溫層中交互傳遞，較不容易擴散到同溫層以外的圈子。所以，實際上，雖然文章看似很多人轉載，但轉載者與其圈子原本就已經有確定的立場，這些文章最終就只是讓原本就支持藍營的族群，再次強化他們的既定立場罷了，對他們以外的族群，影響相當有限。頂多是散布者的臉書好友，看了文章受到影響，但因為通常深藍族群的臉書好友，多以深藍為主，所以訊息要跨出同溫層，也不是這麼容易。唯一要注意的，是這類內容農場網站，也會利用一些中性的粉絲頁來散播，如〈港美劇天天看〉等，這類的粉絲頁，是透過分享免費的電視劇、電影來吸引群眾，再在動態中貼出前述內容農場的文章，這種做法，有一定的機會吸引到一般人點進內容農場閱讀，不過，以網路使用者的使用習慣而言，要點進內容農場後，會再點擊政治類文章的比率並不高，所以整體而言，影響力相當有限。

2、現今網路輿論戰的困境與機會

在人手一支智慧型手機，人們看臉書比看電視時間還多的今天，「新媒體」儼然成為火熱的話題，眾家無不投入大量的心力與資源，希望能利用新媒體，強化自身的影響力。但以筆者的經驗而言，新媒體的經營，現況下仍碰到一些結構性的問題。首先，撇除部分年輕的新媒體經營者，大部分在新媒體投入資源的人，多是在傳統媒體時代出生、成長，對於新媒體的生態、語言，都相當陌生，因此若團隊中缺乏相關人才，往往在對議題的判讀與處理上，容易出現偏誤，且面對文章前述的抹黑、爆料攻擊，一籌莫展。常見到的例子是，出資者由於不熟悉新媒體生態，卻執意要求團隊用出資者自己的觀念與語言來進行論述，甚至進行危機處理。往往因為語言調性的偏誤，導致發出去的東西沒什麼人看，更糟的是情況是，因為方向判讀錯誤，導致危機處理時，反而火上加油。

另外一些較為嚴重的例子，是聽聞某些政治人物，由於不熟悉新媒體而委託外部團隊經營，但運氣不好，遇到較為取巧的經營者，政治人物花了數百萬，但委外的經營者看政治人物不懂新媒體，只知道看帳面上的數字，因此用了最便宜但負面效果最大的方式：臉書殭屍，來幫政治人物灌水，導致最後政治人物的宣傳效果非常差，後來還是因為文章的轉換率低得不合理，才被人發現

Phoca PDF

。

此外，也因為出資者不熟悉新媒體的生態，所以在面對前述網路抹黑攻擊時，常不知如何反擊，或是高估了事情的嚴重性。像有些負面攻擊，根本出不了敵方同溫層，或是攻擊手法極為拙劣，不但無法得點，還有負面效果，面對這類攻擊，著實不用太過擔心，或是急著大動作回應，但往往因為出資者的過度擔憂，且團隊中又無人能分析戰局，導致徒增不少徒勞。

以上這些現象，都是傳統出資者在面對新媒體戰場時，容易遇到的困境，但同時，也是機會。當多數人還被新媒體的生態搞得一塌糊塗，不知道如何處理應對時，若能建立可信任的新媒體團隊，甚至讓舊有團隊擁有新媒體作戰能力，將有機會以小博大，在混亂的戰局中佔有更多優勢。

作者 賴九 為國會助理

Phoca PDF