

# 殭屍入侵臺灣

## ——探討臉書假帳號與假訊息之現況與未來\*

鄭元皓\*\*、顧以謙\*\*\*、吳永達\*\*\*\*

### 要 目

壹、緒 論	一、研究對象
一、前 言	二、研究工具與分析
二、研究目的	三、研究倫理
貳、文獻探討	肆、研究發現
一、假訊息的意涵	一、總統選舉前後問題帳號
二、假訊息與同溫層效應	初探
三、社群平台問題帳號	二、新冠肺炎疫情問題帳號
參、研究方法	初探

DOI : 10.6460/CPCP.202012\_(26).02

\* 本文摘錄自法務部司法官學院學術研究案「檢察機關網路聲量與社群新聞留言分析——大數據分析」之期末成果報告。

\*\* 法務部司法官學院犯罪防治研究中心助理研究員，國立中正大學犯罪防治研究所碩士。

\*\*\* 法務部司法官學院兼任研究員、美國賓州大學訪問學人，國立中正大學犯罪防治研究所博士。

\*\*\*\* 法務部司法官學院犯罪防治研究中心中心主任，世新大學行政管理學研究所碩士。

三、網路主管機關與平台  
責任  
四、查緝假訊息之困境  
五、假訊息與問題帳號之  
變化

伍、結論與建議

一、結 論  
二、建 議  
三、研究限制

## 摘 要

社群平台假訊息、假帳號已是全球關注之議題。近期有研究發現，來自社群媒體的假訊息、假帳號的肆虐可能對台灣的民主社會帶來負面的衝擊。鑑於臺灣具有獨特的地緣政治性，特定勢力可能藉由問題帳號針對特定事件來散播假訊息，並試圖影響臺灣的政治環境。為探索假訊息在社群媒體的活動狀況，本研究以臺灣2020年總統選舉及新冠肺炎疫情為對象，觀測各種問題帳號在高聲量臉書貼文中的分布、留言情形。此外，本研究也透過焦點團體訪談，探討我國當前假訊息之現況、困境，並提出相關政策建議。最後，本研究認為網路主管機關的成立、對網站平台的課責、法令與策略的調整、強化政府假訊息闢謠之效能，以及持續關注未來假訊息的變化，是遏止危害性言論的必要之舉。

關鍵詞：臉書、假訊息、假帳號、問題帳號、社群媒體、焦點團體

# When Zombies Invade Taiwan – Current Status and Future Challenges of Facebook Fake Accounts and Disinformation

Yuan-Hao Cheng\* & Yi-Chien Ku\*\* & Yung-Ta Wu\*\*\*

## Abstract

The spreading of disinformation by fake accounts on social media has become an issue of global concern. Recent studies have found that the roaming of fake messages and fake accounts from social media may have a negative impact on Taiwan's democratic society. Given Taiwan's unique geopolitical nature, certain forces may try to influence Taiwan's political environment by spreading fake messages through zombie accounts targeting specific events. This study examines the distribution of questionable accounts and messages in high-volume Facebook

---

\* Assistant Research Fellow, Academy for the Judiciary, Ministry of Justice; Master of Criminology, National Chung Cheng University.

\*\* Adjunct Research Fellow, Academy for the Judiciary, Ministry of Justice ; Postdoctoral Fellow, University of Pennsylvania; Doctorate of Philosophy in Criminology and Criminal Justice, National Chung Cheng University.

\*\*\* Director, Crime Prevention Research Center, Academy for the Judiciary, Ministry of Justice; Master of Public Policy and Management, Shih Hsin University.

posts in the context of Taiwan's 2020 presidential election and the COVID-19 epidemic. In addition, focus group interviews were conducted to explore the current situation of disinformation and provide relative policy suggestions. Finally, this study argues that the establishment of a specific internet authority, the accountability of the social media platform, the adjustment of acts and strategies, the strengthening of the government's effectiveness in refuting fake messages, and the focusing on future changes in disinformation are necessary to counter the rampant spread of disinformation on social media.

**Keywords:** Facebook, Disinformation, Fake Account, Questionable Account, Social media, Focus Group

## 壹、緒論

### 一、前言

假新聞 (fake news) 或假訊息 (misinformation/disinformation) 的現象存在已久。然而當劍橋分析公司 (Cambridge Analytica) 被揭露其利用社群網路不當操縱2016年美國總統大選及其他國家的選舉活動後，才引起各界大舉關注不實資訊帶來的後真相 (post-truth) 現象及相關議題，許多國家也紛紛在選舉期間發現社群媒體上大量具新聞價值的虛構事件出現 (林照真，2020)，漸漸使得本項因資訊工具發達而造成的社會問題，獲得普世重視。

隨著網路與資訊媒體的普及，各社群平台彷彿成為假訊息傳播的最有利管道。在臺灣，有近9成的群眾習慣透過網路取得新聞資訊，其中更有近6成以社群媒體為接收新聞之主要來源 (Lin, 2019)。國際數位行銷協會 (2018) 也指出，臺灣每個月有1,900萬個臉書活躍帳號，其中又有高達9成5的使用者習慣用手持裝置登入該社群，可見我國群眾已逐漸以手機作為接收資訊與娛樂的管道，以及對特定社群平台的高度依賴。

而本文要探討的對象，除了臉書 (Facebook) 高聲量貼文中的問題帳號留言之外<sup>1</sup>，也將一併討論目前我國

---

<sup>1</sup> 本文於此以「問題帳號」一詞取代「假帳號」之原因在於，後續帳號分析時，將帳號分成數種類型，且有不同定義，假帳號僅為問題帳號的型態之一。

管制危害性言論所遭遇的問題。而這些散布有害資訊或以虛構身分存在的個體，大多有誤導真實群眾以達到特定目的之意圖。在我國，最常見的社群媒體假訊息不外乎是為影響政治生態而存在，從2020年總統選舉溯及到2018年九合一大選，就能明顯看出主流社群平台上諸多與政治事件有關的不實訊息，以及在臉書政治粉專駐足、留言的問題帳號，都對言論市場帶來負面影響。

另外，除了前述提到的選舉活動之外，接踵而來的新冠肺炎（Covid-19）疫情，都讓假訊息在臺灣資訊環境中紛至沓來。綜觀目前國內文獻，許多研究者已從不同視角探討假訊息或假新聞的相關議題，其中包括類型、危害、現況、規範及爭議等等。而本文則嘗試以臉書上某些特定貼文的問題帳號為對象，透過爬蟲程式抓取高聲量且當下社會關注之事件貼文，分析留言中的帳號組成與留言情形。此外，再透過焦點團體，從法制、傳播等層面，兼以學術工作者及第一線實務工作者的不同視角，探討我國當前假訊息的現況、困境與治理建議。

## 二、研究目的

如前所述，有鑑於臉書問題帳號已對公眾言論環境帶來危害，而假訊息的氾濫也已造成多種社會問題，應對其現況及未來趨勢有更深之瞭解。具體而言，本研究目的有二：

### (一)分析具高度網路聲量的臉書貼文，檢視問題帳號之分布情形

以2020年我國總統選舉、新冠肺炎為主軸，觀測與時事議題有關且高討論度的社群貼文，觀測該文章中留言帳號的組成比例，據以檢視問題帳號是否將特定議題或特定人士作為言論攻擊之對象。此外，也將進一步檢視假帳號的留言情形、興趣足跡，勾勒出分析標的中假帳號的活動型態。

### (二)透過焦點團體，探討我國假訊息攻擊現況與防治對策

本研究透過焦點團體聚焦討論主題，從學術工作者及第一線實務工作之角度，討論當前我國網路環境受假訊息及其他危害言論攻擊之現況，最後提出治理假訊息議題的相關建議。

## 貳、文獻探討

### 一、假訊息的意涵

假訊息存在之目的究竟為何？汪志堅與陳才（2019）認為，假訊息之目的多為使某方受益，因此屬於零和賽局的政治、商業性訊息的數量通常最多。除此之外，也包含單純為賺取網路流量、閱覽（聽）率之目的而出現有關健康、科普、娛樂等各類型之不實訊息。

而在當前資訊失序（information disorder）的環境

中，欲將假訊息（或假新聞）明確定義尚有難處，原因在於目前假訊息、假新聞等概念，早已透過各種形式於資訊媒介上流通，非能一言以蔽之。何吉森（2018）也認為，假新聞與其他爭議新聞類型之間的標準易有混淆，彼此間也非能全然二分。因此，若使用「假新聞」一詞來概括所有現象恐有爭議。換言之，「假新聞」一詞所指涉的錯誤資訊，應以更中性且廣泛之詞彙取代。

雖然各界對於假訊息、假新聞的定義眾說紛紜，但從「動機」與「真偽」兩個層面來看，仍能有所共識。Lazer等人（2018）指出，假新聞的定義應為缺少新聞媒體自律規範與程序，且模仿真實新聞內容的虛假訊息，並與錯誤資訊（*misinformation*，指虛假但非刻意誤導之資訊）與造謠資訊（*disinformation*，指故意誤導群眾之錯誤訊息）有重疊的可能，其中包含諷刺、模仿、捏造、廣告、宣傳、陰謀論、偏見報導、誘騙點擊、真假參半、加工圖像等型態（Tandoc, Lim & Ling, 2017; Zannettou, Sirivianos, Blackburn & Kourtellis, 2019）。從實務觀點來看，行政院認為，假訊息應含有惡、假、害三個要件：「行為人將自己或他人捏造、扭曲、篡改或虛構全部或部分可證明為不實的訊息（包括資訊、消息、資料、數據、廣告、報導、民調、事件等各種媒介形式或內容），故意甚至是惡意地藉由媒體、網路或以其他使公眾得知之方法，以口語、文字或影音的形式傳播或散布於眾，引人陷入錯誤，甚至因而造成公眾或損

害個人」(羅秉成, 2018)。

汪志堅與陳才(2019)則認為, 廣義的假新聞應從不同程度的真實性(facticity)與欺騙性(deception)做區分; 狹義的假新聞則應從是否有刻意誤導的意圖來分辨。由此可知, 儘管目前各界對於假訊息、假新聞之定義未有共識, 但大多仍同意從「訊息傳製者的動機」與「訊息的真偽」做區分, 並依此將假訊息分為不同樣態。

## 二、假訊息與同溫層效應

網際網路的普及與社群平台的高度發展降低了群眾進入媒體的門檻。諷刺的是, 百花齊放的資訊平台卻成為假訊息發展最有利的溫床。製播者透過資訊平台進行虛假訊息的推展, 進而影響受眾的思維偏好而忽略真實情況, 並創造議題的長尾(long tail)效果, 使其受到長時間的輿論關注。

先前提到臺灣群眾對於手機、網路與社群平台的高度依賴, 促使社群媒體成為散播不實訊息的最有利管道。當假訊息以假新聞、假帳號等不同型態在臉書上散播, 加上演算法產生的同溫層(或迴聲室)效應(echo chamber), 便能讓使用者更容易接觸到與自身價值觀類似的族群、言論與新聞, 進而構築成一個個擁護不同核心價值的同溫層。如Vicario等人(2016)在研究臉書上的錯誤訊息傳播現象後發現, 人們的確傾向與自身理念相近的群體互動, 而高同質性的成員彼此間的訊息傳遞

更會加深原先的偏見與隔離效果。如此一來，便讓社群使用者逐漸成為兩極化的極端分布，阻礙了多元意見的相互理解與溝通。更嚴重的是，群眾並非無法接觸正確資訊，反而是在接受正確訊息之後更加強自身的錯誤信念，形成逆火效應（backfire effect）。

然而，迴聲室效應或許並未存在於每次爭議事件中。如Wood與Porter（2018）便以52個社會議題進行測試，卻未發現逆火效應的產生，顯示其並未對群眾造成如原先假設的強烈影響。Pennycook與Rand（2019）更認為，儘管個人有特定的政治意識型態，但思辨能力才是決定是否受假訊息影響的主要原因。換言之，分析思考與動機推理能力越強的人，就越不會受到假訊息的誤導。Guess、Nagler與Tucker（2019）的研究也發現，2016年美國總統大選時，透過臉書散播假訊息的比例僅占8.5%，反而年齡層的差異才是散播假新聞的關鍵因素之一。在該研究中，65歲以上之族群分享假訊息的比例是30至44歲與45至64歲的2至3倍之多。此外，既有的意識型態也是辨別某族群是否會分享假訊息的顯著因素之一，如研究對象中自認為是「非常保守派」或「保守派」之用戶，分享假訊息的比例則遠高於「中間派」、「自由派」與「非常自由派」（Guess et al., 2019）。

而新近研究則認為，認知能力的下降以及欲透過訊息與他人連結的動機並不能完全解釋老年人為何較容易分享假訊息，其主要原因可能是因為年長者不擅於使用

社群媒體，亦即資訊素養的不足所造成。另外，老年人的社交範圍可能已不如過去，導致其較容易相信自身周遭的熟識者而誤傳假訊息所致（Brashier & Schacter, 2020）。

綜上所述，不論傳播假訊息的用戶占比為何，可以確定的是，群眾既有的自我意識、政治傾向和個體弱點等特性是影響自己接受、傳播假訊息的重要因素。如此一來，有心人士若透過大量帳號在社群同溫層內傳播迎合用戶好惡之資訊，使得這些真實用戶受其影響並加以主動轉傳，便能讓「帶風向」的現象層出不窮。

### 三、社群平台問題帳號

要透過危害性言論來製造輿論風向，除了在社群平台上刻意操作，吸引用戶轉傳、分享之外，留言群眾的正反論辯，亦即該事件的網路聲量，也是維持話題熱度的重要因素。然而，許多爭議事件並非都能成功引起群眾討論，因此，問題帳號的運用也成為假訊息傳播的重要環節，目的就在於炒熱社群平台上的輿論熱度，進而操縱、改變受眾的既有觀點。而目前各界對於這些問題帳號的定義、名稱仍未有定論。

Gupta 與 Kaushal（2017）指出，假帳號（fake account）可分為重複帳號（duplicate account），指用戶本身擁有兩個以上的帳號，以及虛假帳號（false account）兩種。而虛假帳號又可再分為錯誤分類帳號（user-misclassified account），指以個人名義創建卻作

為企業、組織、寵物等非個人用途，以及不良帳號（undesirable account），指違反臉書服務條款之帳號等兩種類型。不良帳號的主要判斷標準為非真實姓名與其他不當行為，該研究便列出17個可能的特徵作為偵測假帳號之依據，例如時常發布垃圾郵件、每日對某用戶按讚、鮮少被其他用戶標記、標記其他網頁以提高能見度、未使用網頁提供的其他服務等（Gupta & Kaushal, 2017）。除了假帳號之外，Deng、Gao與Wang（2016）則以殭屍帳號指稱那些被真人或有心人士利用人工智慧（Artificial Intelligence, AI）所創建的帳戶，而這些帳戶大多被用來偽裝成真實用戶進行留言，藉此操縱言論風向。

輿論操縱在近幾年成為新興的商業模式，根據林倖妃、伍芬婕、林佳賢與邱學慈（2019）的專題報導指出，臺灣目前較為流行的社群平台，如PTT、臉書、YouTube上的留言、按讚、觀看、分享等互動功能，都能向口碑行銷公司購買，並透過刻意操作來增加訊息的可見度。孔德廉（2018）的訪談也發現，行銷公司為了「稀釋」當下不利於特定政黨的輿論風向，除了會透過一人分飾多角的方式於不同平台發布訊息來試圖改變風向，更利用數萬個假帳號炒作輿論熱度，如此才能確保在公共爭議事件上輿論操作的成功性。近年來更有許多假帳號出現「同一時間發布相同訊息」，或是「經常在特定議題上同時發布相同資訊」的協同性造假行為

(coordinated inauthentic behavior)，且該類型假帳號名稱大多包含「News」、「直擊」等字眼，藉以偽裝成新聞媒體來進行有政治目的之宣傳行為，並透過引述其他新聞媒體的報導再加以評論，試圖增加其公信力（黃泓瑜，2019）。如今隨著技術推展，假帳號更有定時自動發文、回覆討論，甚至加入社團的功能，透過多樣的互動方式將討論聲量最大化。由上述可知，除了議題本身須具爭議性之外，議題能見度與大量的支持留言皆是成功操縱輿論的要素，換句話說，此即為假帳號大量存在的原因。

為了避免假帳號持續氾濫，社群媒體也開始提出相關對策。如臉書由實名制逐漸轉為真實帳戶制，並在社群守則中訂定關於冒充身分的相關規定，然而仍有諸多研究、報導直指臉書消極作為所帶來的全球性危害。因此，於各方壓力下，臉書官方也開始致力於打擊假帳號造成的負面影響，其在統計全世界2019年第2、3季的活躍帳號後，發現假帳號的比例占整體約5%，其中包含違反社群守則且惡意註冊的濫用帳戶及分類錯誤（如企業、組織、寵物）的個人帳戶，而以2019年前3季來看，Facebook（2020）就主動刪除了約54億個假帳號用戶。

總言之，除了假訊息之外，臺灣也正面臨社群平台上假帳號氾濫所帶來的資訊攻擊行為。目前為止，各主流社群平台仍未能將所有具誤導性或不實的資訊進行有效管控而飽受批評，其後續的應對作為與成效也有待進

一步觀察。

## 參、研究方法

### 一、研究對象

#### (一)臉書貼文之問題帳號

為避免操作型定義上之謬誤，本研究除了以問題帳號取代廣泛的假帳號一詞之外，也將問題帳號細分成四種類型，同時給予假帳號明確定義，分別為：

- 1.假帳號：無個人頭像，或頭像非真人照片，且好友人數少於3名，亦無公開發表之貼文。
- 2.殭屍帳號：已被臉書關閉之帳號。
- 3.角落帳號：好友數低於20個之帳號。
- 4.隱藏帳號：使用者個人資訊設為不公開之帳號。

此分析之資料來源以臉書之新聞粉專、討論區或關鍵領袖之公開發文為對象，且該文須為當時受關注之社會、司法或政治等時事議題，亦即具一定之網路聲量。此分析共進行兩次，每次抓取10篇文章，並追蹤該文章10天，分析該文留言串真、假等問題帳號的數量比、假帳號留言內容、興趣足跡等，檢視目前臺灣具爭議性事件受問題帳號攻擊或「帶風向」之現況。

第一次分析是為觀察總統選舉前的攻擊態樣。研究團隊假設越接近總統大選，假帳號出現的情形越氾濫。故將欲分析之文章分為總統選舉的前半年（約2019年7月中至10月初）與前三個月（約2019年10月中至2020年1月

10日)做比較。貼文內容皆與臺灣司法、社會事件有關，包含特偵組存廢、香港反送中、國家主權、國際外交、假訊息等重大議題。其中，本次分析排除單純政治行為之文章，如總統辯論、造勢遊行及活動等。第二次分析則以新冠肺炎有關之貼文為對象，研究團隊假設隨疫情漸趨嚴重，問題帳號可能會大幅利用此議題散播危害訊息之言論，製造臺灣社會恐懼與混亂，故貼文內容皆與肺炎疫情有關，包含口罩進出口政策、國人返臺、防疫政策等議題。

分析對象的選取上，研究團隊先將2019下半年至2020上半年受群眾關注之重大事件逐一臚列，再利用KEYPO網路關鍵大數據引擎進行關鍵字爬取，將事件關鍵字、意見領袖名稱逐一爬梳，兩次關鍵字公式設定如下：（民主|共產|香港|反送中|逃犯條例|反滲透|總統|立委|議員|韓國瑜|蔡英文|柯文哲|陳柏惟|王定宇|周錫瑋|大選|選舉|三讀|改革|政治|社會|經濟|言論|自由|同志|反同|民進黨|國民黨|民眾黨|時代力量|時力|民調|外交|國際|斷交|中國|中共|習近平|一國兩制|九二共識|走私|私菸|總統府|超買|陳同佳|引渡|境外|敵對|敵國|假訊息|假新聞|資訊戰|犯罪|重大|刑案|政黨|檢調|檢察官|偵辦|司法|司法院|法務部|內政部|外交部|總統府|行政院|衛福部|警政署|警察|殺警|治安|隨機|殺人|搶劫|性侵|偷竊|罷工|遊行|不治）；（新冠肺炎|武漢肺炎|肺炎|COVID-19|Covid-19|疫情|檢疫|防

疫|確診|冠狀病毒|隔離|衛生福利部|衛福部|口罩) <sup>2</sup>。

如前述，第一次分析之文章共分為兩個時段，研究團隊擇取前半年及前三個月（表1）有關選舉之各5則文章如下：

表1 第一次有關選舉之文章

日期	粉專名稱	代號	貼文標題
2019.8.11	udn.com 聯合新聞網	A	蔡英文許下四個承諾：要讓經濟發展更好、社會照顧更好、國防更強，最重要是不用怕主權顧不了
2019.8.13	公視新聞網 PNN	B	【#PLive】Hong Kong International Airport香港國際機場最新情況
2019.9.16	蔡英文	C	各位國人同胞，就在剛才，我們終止了中華民國與索羅門群島的邦交
2019.9.2	龍應台	D	花園的地上有一顆雞蛋 官方武力鎮壓的憂慮，在每個人的心頭
2019.9.20	韓國瑜	E	萬金油與辣台妹
2019.11.21	三立新聞	F	代表中國共產黨？？？在說什麼？？？
2019.12.19	韓國瑜	G	掏空高雄的人，現在正在掏空中央
2019.12.25	蔡英文	H	廢除特偵組，是因為特偵組當年被國民黨當成東廠
2020.1.1	東森新聞	I	反滲透法是綠色恐怖？藍營爆全台大約談已啟動
2020.1.8	ETtoday 新聞雲	J	崩潰痛哭，現在要被關5年，房子都沒了！

資料來源：研究者整理。

第二次分析有關疫情之10則文章如下（表2）：

<sup>2</sup> 「|」表示「或」，如檢調|檢察官，即文中出現「檢調」或「檢察官」一詞，便納入分析對象。

表2 第二次有關疫情之文章

日期	粉專名稱	代號	貼文標題
2020.1.24	黃智賢世界	K	台灣不准出口口罩
2020.1.25	蔡正元	L	國際宣傳戰，沒看過那麼笨的政客
2020.2.3	蘇貞昌	M	台灣本來就是口罩進口國，過去生產加上進口的總量只能應付一般狀況
2020.2.5	自由時報	N	第二批滯中台人暫緩返台 台商哽咽：回家路好難
2020.2.11	ETtoday新聞雲	O	互相幫助、配合是防疫最重要的事！
2020.2.15	打馬悍將粉絲團	P	武漢台人吵著要回台灣
2020.2.25	王定宇	Q	嚴肅課題 大家來討論……台灣「三月瘋媽祖」
2020.3.31	羅智強	R	很抱歉，我又要來逆時中了
2020.4.1	蔡英文	S	在全體國人努力下，國內疫情得到最好的控制，更受到國際矚目和肯定
2020.6.8	韓國瑜	T	今天是我們最後一次召開疫情防疫會議

資料來源：研究者整理。

## (二)焦點團體訪談

本研究透過2次焦點團體進行質性資料之蒐集，本次焦點團體之參與對象須具偵查、查核、研究假訊息之經驗，故以立意取樣（Purposive Sampling）方式挑選資訊豐富且自願參與之傳播學、法學研究者，與第一線實務工作者，共計12名（表3）。

表3 焦點座談學者專家人數與背景

時間	討論主題	人數	參與者工作領域
2020.8.26	法制	6	大學新聞系所、大學法律系所、法務部、警政署等
2020.9.24	傳播	6	大學新聞系所、公設財團法人智庫、民間學術機構、非營利查核組織等

資料來源：研究者整理。

## 二、研究工具與分析

本研究透過KEYPO大數據引擎找出高聲量的臉書貼文，並進一步分析假帳號等問題帳號之情形，探測該平台上具高討論聲量，且又與司法、社會或政治等時事議題相關的20則貼文。然大數據引擎所進行之機器學習與爬蟲條件，涉及配合技術單位之技術機密，本研究將於研究成果公開後，於技術方面接受學術問題之申請，並由技術單位統一回覆。

而焦點團體部分，則依據參與者之專業背景與主題予以分類。第一次訪談大綱主要是從法制、查緝層面探討，內容包含：我國政府目前的管制現況、偵辦或查緝假訊息的實務困境、對現有的法規的修正建議等。第二次則以查核、現象進行討論，內容包含：假訊息的傳播現況與型態、總統選舉及肺炎疫情之假訊息態樣、政府與民間單位合作的可行性、對政府目前管制假訊息的建議等。本研究先取得參與者同意並簽署研究同意書後，全程錄音，再將內容謄錄為逐字稿文本，作為後續分析之用。

## 三、研究倫理

本研究之爬蟲大數據分析，以及兩次焦點團體訪談，皆遵守研究倫理相關規範，並由國立成功大學研究倫理審查委員會審查後通過（證明案號108-428）。

## 肆、研究發現

### 一、總統選舉前後問題帳號初探

#### (一)問題帳號類型

本研究依照先前問題意識，分別在2020年總統選舉前半年及前三個月各選擇5則貼文進行分析，其中包括新聞頻道與意見領袖。從結果（表4）得知，若以本文定義之假帳號來看，本研究擇取的選舉前半年貼文，各貼文假帳號比例甚少，僅有韓國瑜的「萬金油與辣台妹」一文中有140個假帳號較多。但若把殭屍帳號、角落帳號、隱藏帳號納入，便可見到其數量確實不在少數，部分貼文真假比例更高達20%以上。

表4 總統選舉前貼文問題帳號

粉專	代號	假	殭屍	角落	隱藏	真	真假比
udn.com聯合新聞網	A	18	0	281	1,329	14,448	10.1%
公視新聞網PNN	B	8	1	78	971	10,871	8.9%
蔡英文	C	26	0	319	2,538	8,094	26.3%
龍應台	D	6	0	66	622	12,142	5.4%
韓國瑜	E	140	0	433	1,700	9,109	20%
三立新聞	F	18	0	185	1,365	9,576	14.1%
韓國瑜	G	82	0	311	1,539	7,113	21.4%
蔡英文	H	20	0	247	1,812	9,215	18.4%
東森新聞	I	1	0	67	576	5,441	10.6%
ETtoday新聞雲	J	18	0	85	787	11,582	7.2%

資料來源：研究者整理。

計算問題帳號（假+殭+角+隱）占所有帳號比後發現，政治人物粉專之問題帳號比例遠高於其他意見領袖及新聞粉專，換言之，從本研究來看，我國臉書問題帳號在受關注事件上的攻擊行為確實存在，且在政治人物粉專中尤其明顯。然而，需要注意的是，現今許多臉書使用者為求隱私，會將自身帳號的資訊設為隱藏，但在本研究中，這些真實帳號可能被歸納在隱藏帳號中，因而產生謬誤。

## (二)興趣足跡

根據表4可得知，前六個月的5則貼文中，共有198個假帳號；前三個月則有139個。而在進一步分析後發現，這些假帳號最常留言、按讚的臉書粉專也以政治性粉專為主（表5）：

表5 假帳號20個興趣粉專

排 名	前六個月		前三個月	
	粉專名稱	次 數	粉專名稱	次 數
1	韓國瑜	86	韓國瑜	49
2	韓冰	32	元氣少女緣結神	21
3	許淑華	30	蔡英文Tsai Ing-wen	16
4	謝龍介	30	羅智強	15
5	江啟臣	28	大紀元時報—台灣	12
6	羅智強	27	鄭文燦	11
7	周錫瑋	22	謝龍介	11
8	美麗日報 Beauties of Life	21	美麗日報 Beauties of Life	11
9	張善政	20	韓冰	10
10	聯合報	20	江啟臣	10

表5 (續)

排 名	前六個月		前三個月	
	粉專名稱	次 數	粉專名稱	次 數
11	王鴻薇	20	許淑華	10
12	杏仁哥	19	黃暉瀚	9
13	強強滾大哥—阿誌	19	三立新聞	9
14	劉家昌	19	強強滾大哥—阿誌	9
15	TVBS新聞	18	TVBS新聞	8
16	udn.com聯合新聞網	18	蘇貞昌	8
17	侯友宜	18	China Times	8
18	謝寒冰粉絲團	18	杏仁哥	8
19	大紀元時報—台灣 (The Epoch Times - Taiwan)	18	韓國瑜—國際粉絲後援會	7
20	孫大千Sun, Ta-Chien	17	高雄市議員陳美雅	7

資料來源：研究者整理。

細分之下，假帳號關注之粉絲專頁，可分為政治人物、政治網紅及意見領袖、新聞媒體、側翼粉專與其他等五個類型。其中，最常出現的是政治人物之個人粉專，其次則為新聞媒體（圖1）。較為特別的是，從觀測的這些粉專中發現，假帳號亦會關注政治人物之親友，如「韓冰」，甚至動漫「元氣少女緣結神」也同樣受到假帳號之關注。而「美麗日報Beauties of Life」則為著名內容農場（content farm），其因散布眾多不實訊息，甚至利用大量假帳號建立群組藉以進行協同性造假行為，先前便已遭臉書官方以「違反內容守則」為由關閉。其他新聞媒體粉專，也都有明顯的政治傾向。

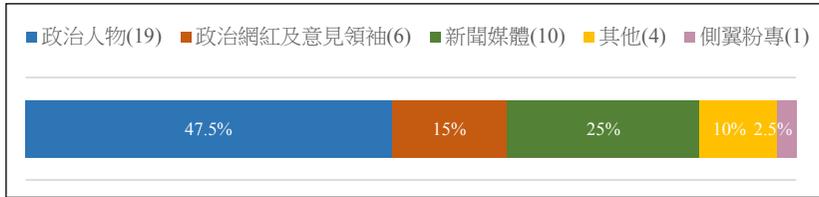


圖1 假帳號關注粉專類別

資料來源：研究者繪製。

至於政治人物的粉專中，不論是在選舉前六個月或前三個月，假帳號最常關注之粉專皆為時任總統候選人「韓國瑜」：前六個月的198個假帳號中，就有86個曾在該粉專上留言或按讚，占總數43.3%；前三個月的139個假帳號中，也有49個曾在該粉專上活動，占總數35.2%。本文進一步以顏色將粉專類型進行分類，其大小則為次數多寡之差異（圖2）。

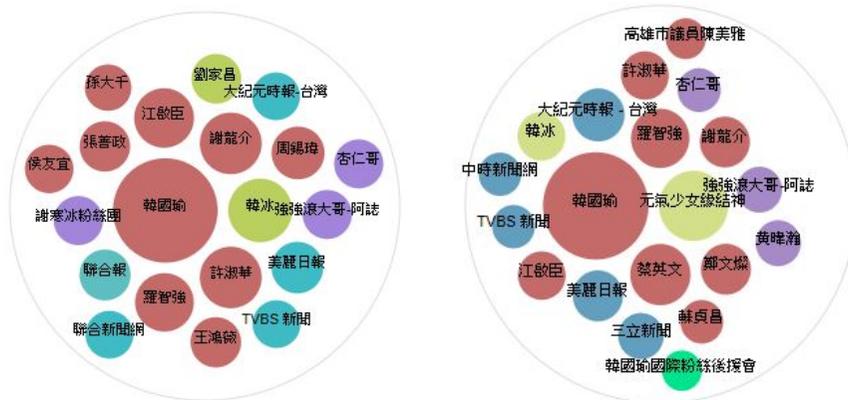


圖2 假帳號分布足跡（左為前六個月、右為前三個月）

資料來源：研究者繪製。



而選舉前三個月（2019/10/11-2020/1/10），關鍵字則為「偵組」、「目的」、「大賽」等，其次則是「支持」、「撤除」、「執政」等（圖3右）。其完整留言包括「撤除特偵組其目的已現形！為所欲為前已鋪好路了！」，或如「讚（贊）成重啟特偵組，惟（唯）一支持韓國瑜」等。由此可知，貼文中假帳號留言不論是為了提升特定人之網路正面聲量，又或是進行貶抑的攻擊言論，其大多都以達成特定政治訴求為主。

換句話說，在總統選舉前，不論貼文的主題是在討論司法、社會或其他時事議題，假帳號的留言型態與真實帳號幾乎無異，亦即，其留言內容大多已偏離事件本身，而是針對特定政治立場發表言論。

## 二、新冠肺炎疫情問題帳號初探

### （一）問題帳號類型

從本次分析來看，並未有如前次總統選舉分析時，某特定粉專假帳號數量明顯多於其他粉專的情況（表6）。兩次分析出現差異之原因，可能在於議題、對象的選取上不同所導致，亦或是總統選舉結果已定，問題帳號在總統候選人或其他粉專上的攻擊行為已不如選舉之前。而計算問題帳號（假+殭+角+隱）占所有帳號比後發現，政治人物粉專之假帳號比例仍普遍比網路意見領袖及新聞粉專要高，然在比例差距上則不如前次分析結果懸殊，真假比大多集中在10至15%之間。

表6 肺炎疫情貼文問題帳號

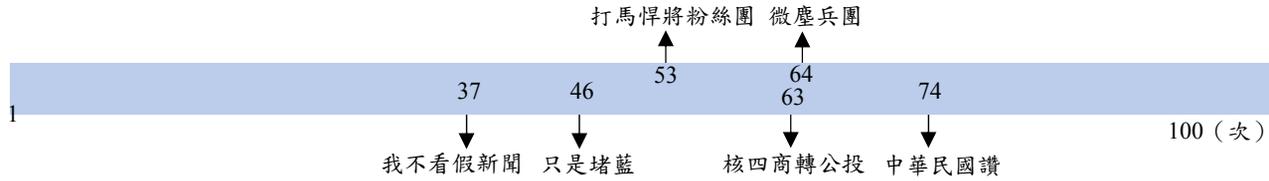
粉專	代號	假	殭屍	角落	隱藏	真	真假比
黃智賢世界	K	17	2	233	1,647	14,415	10.3%
蔡正元	L	33	1	236	1,394	7,813	15.1%
蘇貞昌	M	15	2	199	1,473	9,625	13.3%
自由時報	N	5	1	173	1,227	10,803	10.2%
ETtoday新聞雲	O	9	1	94	953	11,069	7.9%
打馬悍將粉絲團	P	7	1	202	1,023	9,277	9.9%
王定宇	Q	12	1	190	1,020	5,212	16.4%
羅智強	R	57	0	445	1,912	14,312	11.8%
蔡英文	S	12	2	272	1,495	9,190	14%
韓國瑜	T	19	1	190	1,147	8,055	12.5%

資料來源：研究者整理。

## (二)興趣足跡

本次分析包含政治人物、新聞媒體、意見領袖及側翼粉專。結果發現，所有貼文中之假帳號最常駐足於政治傾向相同的其他臉書粉專。例如，常在「打馬悍將粉絲團」留言之假帳號，也常於蔡英文、陳其邁、大紀元時報－台灣等粉專按讚、留言；換言之，常於某政治人物粉專駐足者，也會在相同政黨或政治立場相似之政治人物、新聞媒體粉專留言。然因假帳號活動之粉專範圍甚廣，本文便以長條圖呈現假帳號分別在「政治側翼」、「新聞媒體」、「意見領袖」及「政治人物」粉專的留言次數及趨勢（圖4）。結果發現，在政治側翼的類別中，並未有假帳號特別活躍之粉專；而新聞媒體類別，則以「美麗日報Beauties of Life」（499次）最多、「大紀元時報」（468次）次之；意見領袖則是「TVBS少康戰情室」最多（126次）；至於政治人物類別，則以「韓國瑜」（522次）位居第一。

側翼粉專

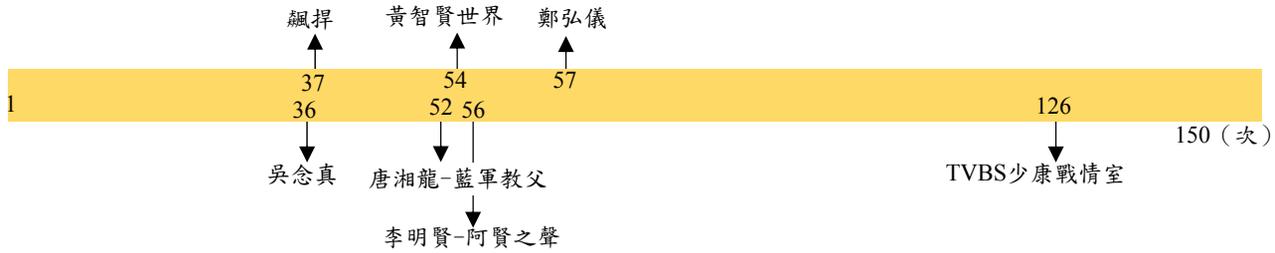


傳播媒體



圖4 假帳號興趣足跡（由左至右為側翼粉專、新聞媒體、意見領袖、政治人物）

意見領袖



政治人物

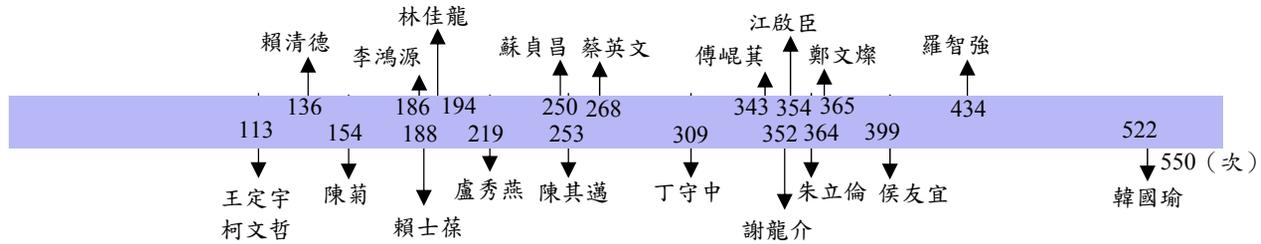


圖4 (續)

資料來源：研究者繪製。



### 三、網路主管機關與平台責任

自從假訊息的議題受到關注後，每當我國網路資訊環境遭受不實訊息攻擊時，國家通訊傳播委員會（NCC）往往成為眾矢之的，原因無非其機關名稱的「傳播」二字，使社會大眾認為NCC未盡監督及管理之責。身為我國電信通訊和廣播電視等訊息流通事業的最高主管機關，國家通訊傳播委員會組織法第1條便揭櫫其目的為保障言論自由與媒體自主，並透過法規、技術、設備等手段來確保通訊傳播環境之健全發展，至於審查、管制傳播媒體之內容並非其主要業務。

根據現有法令，除了電信通訊事業之外，在傳播媒體方面，NCC僅能規範廣播及電視媒體，其中包括有線電視、無線電視、衛星電視及廣播，亦即大眾認知中的電視及廣播節目。至於蓬勃發展的網路服務平台，目前仍非屬NCC之規範對象。即便行政院早已擬定數位通訊傳播法草案，試圖對數位通訊傳播服務提供者採取更詳盡的課責手段，但仍因各界的諸多疑慮而未能通過施行。即使通過，該草案也是為了釐清網路服務提供者及使用者的行為責任為主要目的，亦非特別針對不實訊息進行規範。由此可知，目前對於假訊息的認定及管制上仍有諸多未解之處。以下便就焦點團體訪談之討論重點，分別進行論述。

#### （一）成立網路治理機關的可行性高

目前看來，我國欲透過完善的立法手段來治理假訊

息，仍有諸多問題亟待解決。但在訪談中，受訪者一致認為網路主管機關的設立有其必要性。且即使各國之間有著不同的文化脈絡，導致法令範疇或規範對象有所落差，但訂定專法或設立主責機構的做法已被越來越多國家接受。

如受訪者提到，英國數位文化媒體暨體育部（DCMS）在2019年發布線上傷害白皮書（Online Harms Whitepaper），要求網路服務提供者負起移除有害內容之責任，同時建議政府成立專責機關後，DCMS也將成為英國的網路治理主管機關。除了英國之外，韓國也早在2016年成立獨立機構放送通信審議委員會（KCSC）對平台進行監管。當然，儘管有不少國家並未設立主管機構，但也透過訂定專法的方式，要求網路服務業者應對平台違法言論進行管制，且須負一定責任，可見不論是成立主管機關或訂定專法來遏止假訊息及其他有害言論，或許已成趨勢。因此，既然NCC已有法令機制能對電視新聞與廣播事業進行管理、審核、調查及處分等作為，實不應將新興網路傳媒排除在外。

「當然美國是高度言論自由，但我個人觀察，其實國家介入網路的管理，是一個看得到的趨勢。」（A）

至於要針對網路平台進行有害言論之管制，權衡之下，在法令訂定上應以使用者已發布之公開訊息為主。如德國《社群網路強制法》規定社群媒體應建立通報系

統作為舉報危害訊息之用，並視受舉報訊息之嚴重性做撤除或其他處置。但這種賦予社群平台本身審查責任的做法亦導致批評，因平台可能為免於罰款而過度審查。因此，除了業者本身，應有獨立機關做二次把關，或許是較可行之方法。

然因管制假訊息涉及憲法所保障之言論自由，若僅依靠行政機關內部認定恐將落人口實。亦即，一旦網路主管機關成立，其公正性勢必會受外界質疑。但受訪者仍認為，設立專責的主管機關、訂定合宜的法令作為對平台業者課責之基準，應是能將訊息危害降至最低的做法，亦能免於司法機關的曠日廢時。受訪者指出，NCC與政府相關單位都曾與國內較具規模之網路服務平台溝通，要求其改善演算法，或對危害或不實言論加註警語等方式來降低假訊息之危害，但對此政府仍無強制力，相關協議恐將流於形式。也就是說，試圖透過社會壓力要求網路服務業者恪守媒體自律仍是目前政府的主要方法，法律規範依舊是最終手，而目前這種不直接移除言論的做法，對於違反憲法保障言論自由的疑慮亦相對較小。

除此之外，網路平台可能造成的社會問題亦不僅止於有害言論，如許多在網路平台或電商的科技犯罪也滿滿浮現，政府與平台間的責任歸屬及通報聯繫，都需要透過經驗的積累來逐漸形成法令規範。

「網路除了假訊息之外，還有其他電腦犯罪，這部分

就要有網路治理的機關來整合目前相關的制度與法令，讓我們在偵辦網路的部分能夠有效的處理外，也降低假訊息或類似電腦犯罪一再發生。」(E)

「也許現在對他(網路平台)沒有那麼明確的刑責，但對於有個主管機關出來，我們慢慢的透過經驗案例發展出一個有效的管理原則，我覺得這是有必要的。」(F)

即使社群平台業者一再否認自己不屬於媒體的範疇，但當傳播被視為一種社會過程時，其參與運作的機制都應視為傳播媒體的一部分(林福岳，2019)，政府就應有適當的手段介入。規範是社會經驗的積累，在社會有一定共識且法律依據完備的前提下，主管機關的設立也是一條可以思考的路徑，而這個主管機關，不僅是負責遏止危害言論的產生，也要成為政府與業者之間共同打擊科技犯罪的橋樑之外，更應負起網際網路服務的統籌管理與政策之推動。

## (二)以證據對網路平台的有害言論課責，避免打擊言論自由疑慮

儘管有論者認為網路平台僅是資訊在傳播途徑中的中介者，並未直接介入使用者之自由言論，社群平台也都以「網路服務業者」自居，但網路平台以商業取向而主動投放用戶喜好內容的演算法，往往能讓受關注程度較高的訊息得以更快速的散播，在資訊流通全球化的環境下，這也使得不實訊息得以有機可乘，影響程度更可

能擴及其他國家。也就是說，即使這些網路平台沒有「直接」介入使用者的言論，但在追求高曝光度的商業推算設定之下，有心人士便得以快速散布危害性訊息，故社群平台本身也應負起一定的法律責任及社會責任。

「社群平台一直說他們只是個平台，沒有介入訊息內容的形成，可是他們會誘導內容形成，也就是說，那個言論內容的確不是他做的，可是他是有意識地去誘導他人做這樣的訊息內容。」(B)

以法律責任來說，首要任務就是須釐清這些網路服務提供者應負起多少責任，由其自行認定危害性（或不實）訊息是否恰當？若否，則應由誰來認定？而目前對於危害性言論之認定機制，主要可分為平台業者認定、民間法人認定、法院認定、一般政府機關認定及獨立機關認定等五種。而我國仍相對保守與謹慎，將其裁量權交由司法機關作最終裁決。如此雖可免於各界質疑政府透過行政權介入言論審查之疑慮，但因司法體系的運作有一定程序，對於有立即危害性之言論，或是非我國司法機關管轄所及之散布者（如境外之真、假帳號），恐怕事後的懲罰或處置已無法彌補言論已經造成的公眾損害。但若由平台本身或單一機構認定言論的危害有無，恐怕就會遭遇如德國社會認為社群平台已有過度的言論審查之問題。因此，若由社群平台及主管機關雙管齊下，建立訊息審查與補償等相關的配套機制，或許就能

避免這樣的問題。

以社會責任來說，社群平台則應設置一個類似傳統媒體中新聞倫理委員會的把關機制，而此機制（構）不對平台上的言論做事前審查，而是針對用戶已發表之言論進行客觀事實查核，以及對危害言論處以暫時下架或其他合宜的因應措施。承前述，社群平台官方也須定期彙整受處置帳號、訊息等內容，提出打擊有害言論的實際行為報告，如此一來，社會大眾便能對於社群平台的作為有所評斷，同時也能免於政府利用公權力打擊言論自由之疑義。

「平台要發布一個社會責任報告來講是否有遇到這樣的狀況且是如何處置，甚至政府應該有部門去啟動回溯調查，從報告中比對、檢討平台有沒有盡到社會責任，我想這是可以透過行政來要求他們去檢討跟回顧社群遇到狀況的落實程度。」（M）

自2018年以來，民眾對於假訊息影響選舉的關注程度日益增加後，政府也開始採取某些實際作為來回應社會期待。相對地，社會適時給予外部壓力或許也能使平台意識到自身應盡的社會責任。如先前新冠肺炎假訊息大量出現於各大社群媒體平台後，民眾對於假訊息的關注可說是有增無減，NCC亦主動邀集平台業者，討論因應不實訊息的各項機制，並提出相關的法律草案。在多方外部壓力下，臉書也於2020年10月公布《捍衛台灣

選舉公正報告》，說明自身平台在維護我國公正選舉環境的願景下，與政府、民間合作所展開的各項措施，以及平台在打擊不實訊息上所做的策略調整。儘管內容並無明確提及遭下架的粉絲專頁、帳號或言論，但此份報告已顯示，在政府與民間的關注下，企業仍會有所行動。

「當社會壓力越大，或者政府有立法動作的時候，他（平台業者）就會稍微釋出誠意。其實跟美國很像，Google被叫去國會聽證時，他們就變得非常自律。」  
（A）

「政府有要求會致使平台有些緊張，就會來找民間查核組織談談需求，以及可幫忙之處。若政府沒有給予壓力，他們就是擺爛。」（M）

總言之，當言論自由被濫用於資訊傳播環境中，且已危害群眾「知的權力」時，網路社群平台就不應再舉新聞、言論自由之大纛。而為了因應網路數位發展與之全球化之趨勢，NCC作為電信通訊及傳播媒體的主管機關，也不得不正視對網路社群平台等新興媒體進行合理管制、監督之必要。

#### 四、查緝假訊息之困境

目前多數遏止假訊息的法令，皆是從散布者的角度切入，亦即針對行為人責任進行規範。也就是說，多數時候司法懲罰的是散布、傳播不實訊息的個體。然就實

務上來說，查緝假訊息時，仍遭遇許多困境。

### (一)查辦轉傳者卻未能溯及源頭

受訪者提到，即便花費了許多心力找出在社群平台上散布假訊息之人，並隨即將其移送偵辦，但這些個案幾乎都是訊息傳播過程中的轉傳者之一，儘管最後當事人被科予一定的罰則，但對於遏止假訊息散布的成效，似乎僅止於個案本身，亦即，資訊環境中的危害言論，仍舊以其他型態或手段不斷浮現。

要真正遏止假訊息傳布，應從阻斷根源做起，但在實務上，如欲追查假訊息的源頭，實屬不易，即使找到訊息的源頭，但大多時候該訊息卻是由境外的社群用戶發起，執法單位也只能望洋興嘆。而目前法規仍未能對國內社群平台產生必要約束力，更遑論要求其提供帳號IP位置（Internet Protocol Address）甚至下架言論。相反的，執法單位反而需請求網路服務業者協助犯罪之偵查。因此，當前查緝假訊息的法規條件對第一線的實務單位而言，除了要耗費許多資源之外，其成效也有待商榷。

「網路上傳的這些民眾的惡、假、害，他可能只是看到就傳出去了，前面（源頭）才是真的有惡意製作，但其實很多都在境外，我們很難調閱到資料……我偵辦假訊息的過程當中，最怕的就是境外的，因為根本查不到，平台業者也不可能調給我，就算調給我，我也沒有辦法去那個

國家要求提供資訊，或許有可能是我們臺灣的人，或外國民眾經過跳板IP跳到那個國家再跳回來，可是我根本沒有辦法查到。」（C）

「其實一般民眾在轉傳，抓到他們也不過是傳遞鏈中的一環。」（I）

在這樣的困境下，除非透過法令規定所有在我國境內營運的平台業者皆須落地登記，否則目前政府仍僅得以透過協商、協調的軟性方式尋求平台業者協助。

也就是說，在目前法令依據未臻完善之時，現實狀況中，須得依靠平台業者主動刪除散布假訊息的粉專及帳號。因此，這些社群業者應致力於改善自身平台的演算法，偵測用戶刻意操縱訊息傳播的惡意行為，並在不實訊息甫出現於平台時，就事先將其刪除或暫時下架，甚至是在該訊息加上類似惡意資訊等之警告字詞。

另一方面，雖然我國目前的查緝行動，很難貫徹到這些境外帳號，但有關單位若能快速掌握情資，並透過有效的媒體管道來發布新聞或召開記者會做迅速澄清，或許也能讓社會對此類一再重複的攻擊行為有所警惕。目前也有許多政府機關透過官網進行假訊息澄清，但當管道囿於單軌，且涉及內容過於冷僻、專業時，政府單位的資訊澄清往往未能達到闢謠之效。

「每次政府要闢謠，卻不會認真回應或解釋謠言裡面的細節，反而是講說你再亂傳就把你抓起來。可是這是民

眾都會疑問的，這個謠言已打中大家，政府要闢謠就應該證明裡面的細節，包括提供謠言破綻跟不符邏輯之處，講述反觀實務上怎麼做。」（M）

因此，政府機關應學習如何運用多元的媒體管道，切中假訊息之要害，針對其破綻加以澄清，而非單純透過嚇阻要求民眾不得轉傳訊息，如此一來，才能使社會大眾相信政府的闢謠訊息，提升社會整體的資訊傳播素養。

## （二）社會秩序維護法的認定爭議

在目前因應假訊息的法規中，社會秩序維護法第63條第1項第5款無非是最受爭議之所在。首先，該法認為，在主觀認知上，行為人須明知訊息為不實。也就是說，行為人若未事先查證訊息真偽而逕自傳播，就可能因自身不知訊息真假而不罰；其次，在客觀結果上，該謠言須影響公共安寧，對此，行政院提出「出於惡意、虛偽假造、造成危害」的惡、假、害三要件，但在實務上卻常因難以同時成立或證明，導致裁罰率始終低落，難以有效抑制「假訊息」歪風。

特別是假訊息牽涉到政治事件，如網路上的政治意見或言論若可能對某政治人物帶來負面聲量時，則會被冠上「假訊息」的標籤。而在選舉考量下，政治人物通常不以誹謗、妨害名譽等對這些言論進行告訴，而是要求檢調單位以社會秩序維護法介入調查。但這些言論大

多是真假參半，因此，釐清惡意為之的假訊息、諷刺與合理評論，就成為檢、警單位共同面臨的課題。

「怎樣是足生損害之虞？法院也沒有條列式讓我們司法警察機關去認定。以疫情來說，它會造成民眾的恐慌，造成的危害是當地商家生意等等。」(E)

「檢察機關對於誹謗、公然污辱的起訴案子那麼少，裁罰的案子也不多，我覺得很多時候，背後的理念是尊重（個人）言論自由。」(F)

「散布謠言好處理，但怎麼認定公共安寧？誰來認定謠言？這種案件（毀謗、妨礙名譽）政治人物都不會想要告，因為他有選票的考量，所以他就要求警察機關按照社維法辦，但就會變成像這樣的狀況產生（成罪率低）。」(I)

承前所述，各執法單位之間對於行為涉及刑法或社維法的要件基準看法不一，也一再發生警察機關移送，而地檢署不起訴，或法院裁判無罪的情形。如雲林地方法院109年六秩字第16號裁定：當事人因轉傳「939090票÷1823投票所，再÷8小時=64人在一小時內投完票，而且連續8小時投票沒間斷！請問大家有看到如此沒停過的人一位接一位的在投票嗎？一小時64人，換句話說，不到一分鐘必須完成一人投票！哇，真厲害！」等語，被認為違反社會秩序維護法第63條第1項第5款。然裁定結果卻指出，當事人僅是表達個人之看法及懷疑，難認其主

觀上係出於故意而散布謠言，對於罷免案投開票結果之公共事務產生疑問並提出質疑，也屬憲法所保障之言論自由範圍，此外也無積極證據顯示他人因該則貼文而心生畏懼或恐慌，進而影響公共安寧，因此裁定不罰。諸如前述類似情形的裁判，我國實務上一再出現，如果政府未能統一見解，釐清問題，對假訊息問題的處理，頗為不利。

從上述案例來看，或許警察機關為了免於民眾及政治壓力，也因沒有明確標準來認定何謂「謠言」、「出於惡意」、「足以影響公共安寧」，甚或是裁判中常提及的「心生畏懼或恐慌」，故為避免漏網之魚，呈現在實務運作上的結果，反而是警方在認定違反社會秩序維護法第63條第1項第5款有認定疑慮的現象。因此，實應對立法模糊或司法認定基準不一的情形，進行檢視並予以調整，讓政府執法更加嚴謹，避免無所適從，或者寒蟬效應的發生。

## 五、假訊息與問題帳號之變化

透過假帳號進行輿論操縱早已行之有年，惟過往大多侷限在商業或廣告行銷層面，藉由口碑行銷（word-of-mouth marketing）製造出虛假的討論熱度或評價。這幾年，假帳號則被廣泛運用於政治、國際事件之操作，在這個範疇中，這些人為操縱的問題帳號，無非是為了影響世界穩定、國家安全及操弄選舉結果所為。

### (一)製造公共討論空間的混亂

若持續關注我國主流社群平台，如臉書等就能發現，當今假帳號不單只是散布不實言論，更多的是傳播可受公評卻試圖對某方造成負面影響之言論（或評論）。而為了讓社群用戶能夠固著於自身平台，社群的演算法已讓用戶出現同溫層的資訊吸收模式，如此一來恐怕會讓使用者的認知思考趨於片面單一。亦即，在社群平台現有的推演運算之下，網路上的資訊都是「我們想看到的」以及「我們有興趣的」，換句話說，社群平台讓現實中存在已久的族群對立、社會分化等現象更強化於網路環境中。

根據資訊瀑布（*information cascade*）的觀點，當社群平台不再具備公眾討論的意義時，人們可能會誤以為平台上的觀點就是其他族群的真實認知，進而產生修正自我認知的行為。如Sunstein（2019）認為，高度情感連結的群體中，更容易出現從眾（*conformity*）的現象，人們會在接受到大量與自身認知不同的觀點後，而選擇逐漸認同該觀點，儘管不認同，也會選擇保持沉默。

因此，在社群平台創造出許多立場、偏好相同的同溫層，就是破壞群眾參與公共討論的最好方法。而本研究分析的臉書貼文皆是以高聲量的粉專為主，這些問題帳號的目的，僅是為了破壞群眾討論公共政策的空間，使意見相左的雙方減少理性討論的機會，進而達到群體極化之目的。

「他（假帳號）通常都針對個人，但目的並不是散播訊息，而是在形成群眾壓力，藉由噤聲讓真正想要表達的人不敢出來說話，或者把對話氛圍給搗亂，所以這些貼文下面的留言，基本上不是在散播訊息，通常他們都是出來吵架辱罵，把氣氛弄得很糟，讓想討論的人都不敢出來留言。」（E）

從本研究分析的臉書貼文來看，即便研究團隊已事先排除單純的政治活動貼文（如選舉造勢、遊行等），但還是能看出假帳號在政治人物粉專有相對活躍的跡象，其次才是一般意見領袖與新聞媒體粉專，而這樣的研究發現也與其他研究相似，亦即，目前假帳號最常被用在政治輿論之操縱上。

隨著假帳號散布有害言論的問題愈趨嚴重，臉書官方也不斷地精進演算法來偵測、刪除這些假帳號，然而，其成效仍相當有限。原因在於，假帳號可以透過AI自動生成，即使臉書快速偵測並封鎖，供應商仍可以在短時間內生產大量假帳號。再者，製造假帳號的公關公司或組織，同時也在研發新興的人工智慧技術躲避平台官方的封鎖，或是直接以人工方式經營假帳號。受訪者則認為，本研究所找出的問題帳號應以免洗帳號居多，但不能斷定其背後是否為組織性的刻意操作，而這些帳號的意圖明顯且品質粗糙，極容易被臉書偵測及刪除。以本研究的帳號分析來看，其主要是透過有無頭像、好友數、貼文數等來對虛假帳號進行分類，當前假帳號為

了能夠以假亂真，一旦帳號創建後，便會大量加入真實用戶好友，使臉書官方無法偵測，甚至會以人工或半自動的方式發布貼文，讓社群平台難以辨認其真偽，如本研究發現許多以簡體字留言的問題帳號等得以明顯辨識的情況將越來越少見。

端看這些問題帳號的留言可以發現，其目的主要有二，一為透過大量惡搞、諷刺之政治迷因化（**political memes**）圖片，製造公共討論空間的混亂（圖6）；二則是為了提升該政治人物的網路聲量與支持度，在粉專上營造出政治人物受歡迎的景象。總言之，問題帳號（或假帳號）之主要目的並非在於散布假訊息，反而更像是藉由大量資訊使網路使用者出現資訊超載（**information overload**）的狀態，進而對個體身、心產生不良影響。另一方面，超載的資訊量也足以破壞公共討論平台的訊息流通，使網路言論市場的運作失靈，進而達到群眾觀點極化之目的。



圖6 臉書留言政治迷因化

資料來源：研究者整理。

### (二)小型討論區的訊息聚合導致同溫層增厚

本研究分析之貼文皆具高度的網路聲量，且對象皆為知名政治人物、意見領袖、政治側翼或新聞媒體之粉絲專頁，其追蹤人數皆在數十，甚至數百萬之上，因此本身就具有一定的曝光度。然受訪者指出，目前出現在

大型粉專的假帳號，主要是為了破壞公眾討論環境，而非散布假訊息。至於許多追蹤數在數千至數萬的小型意見領袖之粉專或討論區中，假帳號的問題應更為嚴重。透過這些數量多、追蹤人數較少的小型粉專，便不容易受臉書官方偵測。

「假帳號的狀況其實很氾濫，但不會在你們看到的這些地方，像是蔡英文或聯合報這種，他對這些影響力不是很大，因為那種隨時都是幾十萬人在看的，他反而是在一些小型意見領袖那邊傳訊息。」(K)

「這次選戰網軍也是會繞過臉書管控，他們知道一個文高聲量、高轉發會被盯上，所以他們就是用商業系統把他分散給貼文小幫手，讓你無法去說他是CIB（協同性造假行為）。」(M)

而這些小型粉專的內容，即是發文當下具爭議，且受民眾關注，並能挑起對立的議題，諸如同性婚姻、總統選舉、毒品防制、兩岸軍事，直至近來與肺炎疫情有關的時事新聞，都成為政治粉專的討論素材。而這些粉專之間更透過平台分享、轉貼的功能，讓各粉專在社群平台上形成媒體聚合，觸及更多平台用戶，甚至成為傳統媒體新聞的素材（林照真，2020）。再者，藉由社群平台的演算法，臉書會主動推薦相似立場或名稱的粉絲專頁。舉例來說，若用戶追蹤政治討論粉專「反歧者情報局主任」，臉書便會隨即推薦相關的粉絲專頁（圖

7)，而圖中粉專的性質與政治傾向則與「反歧者情報局主任」幾乎無異，這樣一來，就讓這些新興的政治評論粉專有了接收更多立場相同的平台使用者的機會，亦即，平台演算法加強了社群同溫層的訊息聚合，也就昭然若揭。

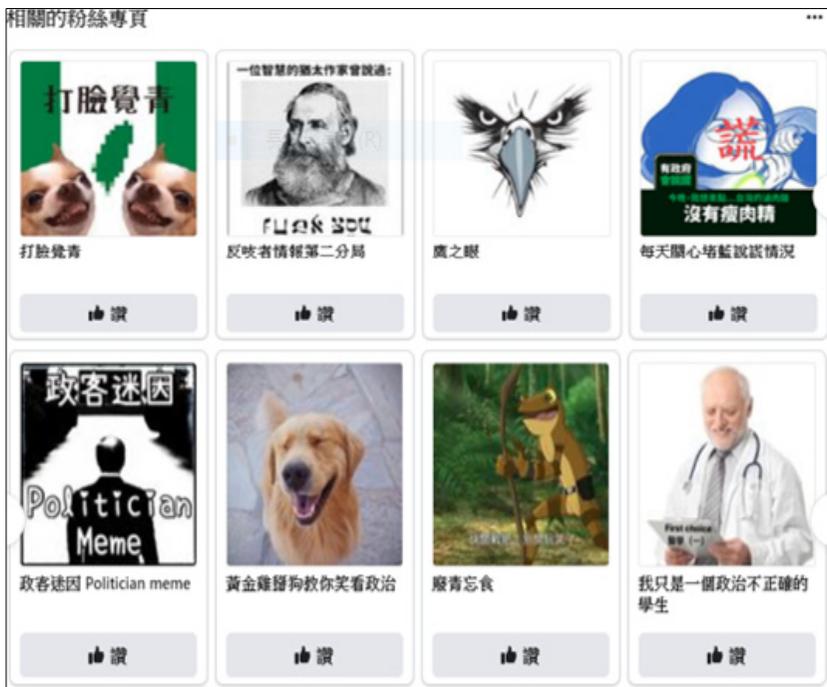


圖7 社群平台演算法自動推薦粉專

資料來源：研究者整理。

此外受訪者也提到，臉書已開始出現許多利用相同頭像的虛假個人帳號，而研究團隊則發現，除了假帳號

之外，亦有個人帳號和新聞媒體、個人部落格、政治組織等類別之粉專運用相同頭像作為大頭貼（圖8）。雖分類有所差異，然觀其內容便可發現，這些粉專除了散布少數假訊息以外，更多的是轉貼其他粉專之圖卡、影片所為之政治性評論。



圖8 重複創建之臉書粉專及個人帳號

資料來源：研究者整理。

「因為電腦或臉書判讀不出是不是人，只要是一個人頭，所以我們看到非常多假帳號都是一個美女。」（H）

「業者會針對FB規則避開被封鎖的可能，最後變成兩種類型：一種是用美女當大頭貼，好友數大概300至500，另外一種是用中年男子，這些帳號會連結到四、五千個帳號，他發文時就會分工，一開始你不會抓到這個帳號，因為他沒有做什麼事情，其實這是一個蠻大的產業鍊。」（K）

### （三）假訊息傳播管道的多元化

假訊息為了要製造混亂並放大社會矛盾，其議題應緊扣當下時事，但隨著各界打擊假訊息的力道加深，其傳播趨勢勢必會有所變化，如先前所提，假帳號逐漸從大型粉專轉向小型討論區之外，受訪者也指出，近期常有假訊息被名嘴作為政論節目之題材，再經由國內、外的新聞媒體轉發，最後回流至電視等傳統媒體，而政論節目中以個人觀點所做之論述，也不在NCC審查、裁罰的範圍內。

「現在都是名嘴拿著假訊息去政論節目講，新聞再引述他的話。」（L）

再者，雖臉書因假訊息、假帳號的氾濫而飽受外界批評，但官方仍有採取一定的因應措施。而目前偵測圖像、影片假訊息的技術不比文字假訊息成熟，因此影音形式的不實或似是而非的評論影片，未來可能會在各社

群平台中快速增加，如Youtube即可能成為下一個意見市場紊亂的社群系統。諷刺的是，這些個人影音頻道不會只傳播完全虛構的不實訊息，而是透過影片進行真假參半的時事評論，當然也就無法可管。在這樣的情況下，曾柏瑜與沈伯洋（2020）就認為，這樣的傳播模式除了得以規避臉書的社群守則規範外，也能提升使用者觀看類似敘述影片的可能，換句話說，在增加受眾黏著度的考量下，YouTube亦可能使同溫層效應更加嚴重。

「未來假訊息發展會是影音形式的增加，像現在YouTube越來越多，以前的影片多是一些圖片搭配文字、音樂，現在轉變成有主持人分享自己的看法，但這樣是評論，不能稱為謠言，但就會有許多人轉傳。」（J）

「現在有些人就是把內容農場變成YouTube影片，透過Line帳號推給用戶，所以一些異常的影片觀看次數就非常高，但沒什麼人按讚、也沒什麼追蹤點閱。」（L）

另外，境外勢力的攻擊，也是未來防範假訊息的重點之一，如在新冠肺炎疫情期間，我國臉書平台曾出現幾次明顯的協同性造假行為，像是套用固定文字樣板進而謠傳疫情失控，或是偽造公函、仿造部會首長簽名等，甚至將官方澄清再作為假訊息進行散布，趁機混淆群眾視聽。然而儘管前述假訊息的攻擊型態變化不斷，但也因其手法拙劣，或民眾近期對於假訊息之議題更為關切，其成效並不顯著。反過來看，這些明顯是假訊息

之目的為何？就一般認知，假訊息不外乎是為了耗費社會成本、製造群眾混亂等意圖，但這種明顯是經組織、有脈絡性的攻擊，目的更可能是為了檢視我國針對類似攻擊的因應情形與作為，同時修正自身在往後的攻擊態樣。

「對臺灣是一個小成本的作戰，就是打再跑，丟了之後其實不會去顧慮後續怎麼樣，他就是儘量炒作讓你社會秩序混亂，所以我們把他稱為『小成本作收特定政治大利』。」（G）

這些危害性言論的製造者為了躲避政府查緝與平台官方偵測，且不讓民間查核組織或大眾輕易識破，假訊息及假帳號未來應轉為更封閉、隱密的傳播路徑。若訊息製造者、轉傳者之間的分工又更加精細，且增加更多斷點，如透過大量在地協力者進行特定立場的資訊攻擊，這就不再是單純假訊息的討論範疇，而是資訊作戰對群眾認知的影響，而此對於查緝源頭的實務工作者而言，無非是大一難題。

## 伍、結論與建議

### 一、結 論

#### （一）問題帳號在臉書之攻擊行為已為常態

本研究嘗試從高聲量的臉書貼文進行問題帳號的探測，發現在各貼文中，以隱藏帳號數量為最多，其次則

是角落帳號及假帳號，殭屍帳號則寥寥可數。而這些帳號之主要目有二，一是為提升特定政治人物之網路正面聲量，其次則是以詆毀、洗版的方式，破壞群眾透過網路言論市場進行意見交流之可能，使同溫層效應逐漸加深。

### (二)政府應立法管理監督，促使社群平台業者自律

從立法面來看，儘管目前政府已針對假訊息積極修法，但在實務運用上仍遭遇不少問題，如文中提及的社會秩序維護法，其構成要件在認定上的歧異與困難，的確導致實務單位在查緝、偵辦上的困擾。此外，媒體自由應奠基在自律之上，但若是惡意造假、刻意破壞言論環境之訊息，就應該受到相當程度的控管，以避免侵害個人、社會及國家利益。在當前網路言論市場失靈的情況下，受訪者對於網路平台主管機關的成立，大多抱持著正向的態度，也認為社群平台在追求商業利益的同時，不應該推卸其身為傳播媒介的應盡責任。換言之，傳統新聞媒體都須由NCC管理監督，身為新興傳播媒體的一環，網路社群為何得以免除所有責任，其是否應建立適度的自律及審查機制？話雖如此，過度的事前審查是言論自由的斲傷，甚至有違憲之疑慮，所以政府如何在訂定遏止假訊息之專法及言論自由之間取得平衡，仍是有待解決的問題。

### (三)假訊息難以追蹤，弱點明顯，易遭惡意濫用

假訊息難以定義、辨別與追蹤的原因在於，很多虛假訊息是建立在部分的事實基礎上，且網際網路的便利更使得訊息源頭難以追查，型態也隨著時間推移有所變化。網路意見市場中，惡意造謠與公共討論的界線愈趨模糊，在這種公權力（或法規）無法介入的情況下，有心人士便得以透過刻意的資訊匯集來製造長尾效果，使得本為增進公眾對話的社會議題，反而成為強化族群對立的武器。職是之故，未來在探討假訊息、假新聞等議題時，或許應加入認知作戰攻擊的觀點，而非僅是從法律、傳播、新聞等單方面切入，如IORG之研究便指出，中國透過網路社群、民間組織、新聞媒體及在地協力者等管道在我國發動認知作戰，試圖改變群眾的心理認知，藉以達到特定政治目的（王希等人，2020），實有深入探究之必要。

## 二、建 議

### (一)網路主管機關的成立

當前網路犯罪已不僅止於假訊息所帶來之問題，電商平台、電子支付及社群媒體等網路平台也都可能成為金融、科技等新興犯罪的媒介。透過設立網路主管機關，除了是擬定網路治理之法令規範的權責單位之外，也能成為我國網際網路服務的統籌管理與政策推行之發起者，同時更應扮演社會與網際網路服務業者之間的溝

通橋樑。如韓國廣播通訊委員會（KCC）就為該國數位網路服務事業之最高主管機關，雖該機關仍偶有爭議，但從「三律共管」的觀點來看，若社群平台的內控機制失靈，民眾輿論監督之他律亦無法發揮效用時，法律的適時介入及規管就應成為政府思考的方向。

### （二）對社群平台之課責

新興社群平台已經是當前資訊傳遞、訊息流通的重要媒介，同時也弱化了傳統新聞媒體的角色。雖然目前要以公權力對社群平台進行積極的課責，尚有許多討論空間，但政府應可先以較為軟性的規範，要求平台業者盡到一定責任。舉例來說，平台業者應定期公布打擊有害言論之報告，將實際作為提供給外界檢視。如臉書在2020年發布的《捍衛台灣選舉公正報告》，說明了平台業者在打擊不實訊息、維護公民誠信及促進公民參與上採取了哪些作為，但報告中僅可看出這些措施的最終成果，卻未見這些措施實際執行的方法及對象。例如，在打擊不實訊息上，業者就應說明有哪些網站或帳號遭移除，並減少了哪些內容的傳播，而政府就應該要求業者盡到適當揭露的責任。

### （三）相關法令及策略之調整

目前因應假訊息之規範可謂聊備一格，相關單位應持續關注不同面向之虛假訊息並予以規範。其中，最具實務爭議的社會秩序維護法第63條第1項第5款，也在今

年10月受到立委關注，如能再針對立法的明確性與司法認定基準的一致性，再進行檢視並予以調整，對查緝、裁處層面而言，都具正面效益。再者，對第一線查緝假訊息的實務單位來說，追查訊息源頭是當前最常遭遇的困境之一。若有法規依據得要求社群平台提供散布不實訊息之帳號IP等協助犯罪偵查之責任，在偵辦假訊息時，應有一定助益。另外，也因許多假訊息之源頭來自境外，國際司法互助或要求網路服務業者落地登記等策略，也有助於政府打擊假訊息。

#### (四)強化政府假訊息闢謠之效能

雖然目前已有許多政府機關透過自身官方網站或記者會之方式進行訊息澄清，然在訊息發送管道，以及在涉及專業層面的資訊上，卻可能因訊息內容過於冷僻，而未達到闢謠之效。有鑑於此，政府單位可與民間查核組織加強合作，學習有效運用各種資訊平台，以及如何切中假訊息之要點，並以淺顯易懂的說明，使民眾瞭解訊息破綻及邏輯謬誤之處，進而獲得群眾信任，並達到教育民眾之效。

#### (五)持續探討假訊息等危害性言論

假訊息隨著科技進步將可能出現不同以往之型態與傳播管道，如假圖真文、真圖假文或影音等等的傳播發展型態，都比文字訊息要更難偵測與分辨。而如本研究所見，各社群粉專利用圖、影片進行傳播的態樣，也似

乎有增加的趨勢。此外，雖說真相越辯越明，然隨著真假參半的訊息或評論在社群平台逐漸成為趨勢，此時就不應將研究對象限縮在訊息本身，而是將範疇擴大為訊息跟傳播媒介，與社會之間的互動與拉扯。

### 三、研究限制

囿於研究目的及研究限制，本研究無法評估假訊息氾濫於言論市場中，對現實場域所帶來的傷害程度，因此建議未來研究可進一步針對後續假訊息的發展型態、管道、影響社會之範圍與損害程度，以及國外防治之道的取徑等相關議題進行探討，俾利政府研擬對應的管制策略或罰則時，有所參考。

## 參考文獻

### 一、中文文獻

- 孔德廉（2018）。誰帶風向：被金錢操弄的公共輿論戰爭。報導者。取自 <https://www.twreporter.org/a/disinformation-manufacturing-consent-the-political-economy>
- 王希、游知濤、徐曉強、李可心、林家偉、林昭弘、嚴婉玲、程天佑（2020）。中國對台資訊操弄人際滲透研析。IORG。取自 <https://iorg.tw/>
- 汪志堅、陳才（2019）。*假新聞：來源、樣態與因應策略*。新北：前程文化。
- 何吉森（2018）。假新聞之監理與治理探討。*傳播研究與實踐*，8(2)，頁1-41。
- 林倖妃、伍芬婕、林佳賢、邱學慈（2019）。【輿論戰爭，台灣開打】一個帳號幾多錢，網軍價格全揭露。天下雜誌。取自 <https://www.cw.com.tw/index.php/article/article.action?id=5094849>
- 林照真（2020）。假新聞類型與媒體聚合以2018年臺灣選舉為例。*新聞學研究*，142，頁111-153。
- 林福岳（2019）。打假VS.打壓言論自由。載於劉靜怡等人主編，*假訊息之規範途徑及其爭議*。《月旦法學雜誌》，292，頁60-91。
- 國際數位行銷協會（2018）。FB社群龍頭地位不保？臺灣網路社群趨勢全分析。取自 <https://www.idma.org.tw/dgmarketing/digital-marketing-08/>
- 黃泓瑜（2019）。報導四：網軍假新聞操弄民意 三大社群媒體防禦作戰。台灣事實查核中心。取自 <https://tfc-taiwan.org.tw/articles/1626>

- 曾柏瑜、沈伯洋（2020）。疾病下的中國資訊作戰——假訊息在台傳播模式與內容分析。臺北：台灣民主實驗室。
- 羅秉成（2018）。防制假訊息危害專案報告。行政院。取自 <https://www.ey.gov.tw/File/5E45C50A967D755E?A=C>

## 二、英文文獻

- Brashier, N. M. & Schacter, D. L. (2020). Aging in an Era of Fake News. *Current Directions in Psychological Science*, 29(3), 316-323. Retrieved from <https://doi.org/10.1177/0963721420915872>
- Deng, J., Gao, X. & Wang, C. (2016). Using Bi-level Penalized Logistic Classifier to Detect Zombie Accounts in Online Social Networks. *Proceedings of the Fifth International Conference on Network, Communication and Computing, ICNCC 16*, 126-130. doi: 10.1145/3033288.3033349
- Facebook (2020). Facebook Transparency Report. Retrieved from <https://transparency.facebook.com/>
- Guess, A., Nagler, J. & Tucker, J. (2019). Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook. *Sci. Adv.* 5(1), eaau4586. doi: 10.1126/sciadv.aau4586
- Gupta, A. & Kaushal, R. (2017). Towards Detecting Fake User Accounts in Facebook. *2017 ISEA Asia Security and Privacy (ISEASP)*, 1-6. doi: 10.1109/iseasp.2017.7976996
- Lazer, D. M. J., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F. & ... Zittrain, J. L. (2018). The science of fake news. Retrieved from <https://science.sciencemag.org/content/359/6380/1094.full>
- Lin, L. (17 December 2019). News Podcasts and the Opportunities for Publishers. Retrieved from <http://www.digitalnewsreport.org/>

survey/2019/taiwan-2019/

- Monaco, N., Smith, M. & Studdart, A. (2020). Detecting Digital Fingerprints: Tracing Chinese Disinformation in Taiwan. Retrieved from <https://www.iftf.org/disinfo-in-taiwan/>
- Pennycook, G. & Rand, D. G. (2019). Lazy, Not Biased: Susceptibility to Partisan Fake News is Better Explained by Lack of Reasoning than by Motivated Reasoning. *Cognition*, 188, 39-50. doi: 10.1016/j.cognition.2018.06.011
- Sunstein, C. R. (2019). Conformity: The Power of Social Influences. New York University Press.
- Tandoc, E. C., Lim, Z. W. & Ling, R. (2017). Defining “Fake News”. *Digital Journalism*, 6(2), 137-153. doi: 10.1080/21670811.2017.1360143
- Vicario, M. D., Bessi, A., Zollo, F. et al. (2016). The Spreading of Misinformation Online. *PNAS*, 113(3), 554-559.
- Wood, T. & Porter, E. (2018). The Elusive Backfire Effect: Mass Attitudes’ Steadfast Factual Adherence. *Political Behavior*, 41(1), 135-163. doi: 10.1007/s11109-018-9443-y
- Zannettou, S., Sirivianos, M., Blackburn, J. & Kourtellis, N. (2019). The Web of False Information. *Journal of Data and Information Quality*, 11(3), 1-37. doi: 10.1145/3309699