

社群媒體時代政府與公民的機會和挑戰

羅晉*

壹、社群媒體時代的科技效用

網路已取代電視、報紙、雜誌等傳統大眾傳播，成為當前人們主要的溝通媒介，其中社群媒體（Social Media）的崛起與重要性更備受矚目，其係指人們用來創作、分享、交流意見、觀點及經驗的虛擬社區和網絡平台。自 2004 年以來，社群媒體作為一種網路新興的資訊溝通科技（Information and Communication Technology, ICT）應用型式迅速地發展和普及。迄今，此種以 web2.0 為特徵¹，強調以使用者為中心且大多免費的網路平台，對人們日常生活與公共事務參與的影響甚鉅。在許多層面更已改變廣大社會的民眾、政府機關以及私企業之間的權力結構和互動關係。社群媒體的趨勢不僅帶來諸多效益而備受稱頌，也潛藏著許多可能的風險與挑戰，必須更進一步地被檢視和探究。

相較於傳統的大眾媒體，以網路與新型 ICT 為特徵的社群媒體有著不少明顯的優勢，包括：傳播範疇廣泛與去中心化、低度專業門檻、高度可近用

*國立東華大學公共行政學系副教授。

¹ 指以終端使用者為目標，強調用戶生成內容、易用性、參與文化和相容、可互操作性的網站。

性、互動性、內容與型態多元性、即時性、內容可變化及應用具彈性等，這些特徵不僅增加人們對社群媒介的黏著度。對公共組織、企業行銷，甚至政治人物形象經營來說，社群媒體有著更明確且可分析的流量統計、點擊數、轉換率、較低的經營管理成本，比起電視、廣播等傳統的大眾傳播媒介更加透明、可靠，且更具價值。與此同時，網路與社群媒體更大幅衝擊著民主國家治理、政策競爭以及人們生活的型態。以政治競爭領域為例，較知名的如 2016 年美國知名企業主川普打勝一場社群選戰。而臺灣則有 2014 年的柯文哲在網路社群的加持之下從政治素人一躍登上臺北市市長，以及 2018 年由前高雄市長韓國瑜激起的一股韓流，開啟迄今方興未艾的政治網紅風潮。

在自由民主國家，政府作為公眾委託授權而進行治理的代理人，社群媒體的崛起對此一民主治理關係中的兩造雙方已產生什麼樣的改變與衝擊？是一個歷久彌新且難解的考古題。過去以來，各界對於網路與資訊科技的運用對於人類生活的影響，存在兩種極為不同的觀點（羅晉，2008b）。一派認為科技與網路的發展，將可完全或急遽促進人們的生活；另一派則主張網路的特徵將戕害人類既有的生活模式。

這類兩極化的看法與討論被稱為科技決定論（technological determinism）。科技樂觀論者主張，社群媒體等網路新興資訊科技，具備了動員年輕人、孤立者與少數弱勢族群的潛能，更可降低人們參與公共事務的成本與時空限制、擴展政治互動對話的途徑，並提供人們聯繫政策制訂者的

機會。最終藉由廣泛的促進參與，將可確保多元化觀點得以體現於政府治理與政策過程（羅晉，2008a）。相對的，科技悲觀論者則關注政府運用網路與社群媒體可能衍生的新治理風險（羅晉，2008a），包括：強化既有宰制者（如政府、政黨、企業等）於政策過程中的影響力，衍生隱私權與資訊安全的問題，甚至過多的資訊超載將會降低民眾的政治效能感、政治信任，另一方面，也可能造成民主政府無法治理的危機。

具體而言，本文以科技決定論的觀點結合文獻檢閱分析的方式，檢視並探討社群網路時代中，社群媒體應用為民主治理中的政府及公民帶來什麼樣的機會與威脅？歸納並反思造成這些科技風險、衝擊背後的成因，及可能的因應方向，以供相關政策實務與研究參考。

NATIONAL ACADEMY OF CIVIL SERVICE

貳、社群媒體應用趨勢中政府與公民的機會

近幾年社群媒體伴隨著行動電話／手機以及網路量能的提高，幾乎人人都擁有手機。依據 Newzoo2017 年全球手機市場報告，臺灣的行動電話普及率達 70.4%，在全球受評國家中排名第五，亞洲區僅有南韓排名居我國之前（Wiki, 2020）。網路行動通訊與社群媒體逐漸改變人們的溝通形式與生活型態。

隨著網路的發達，人們能夠更快速的取得任何所想要的資訊，也能夠即時地與相距遙遠的彼此產生連結與互動。人與人之間的距離快速縮短，舉凡資料、資訊、影音等，現在只需透過行動電話或聯網裝置，動一動手指，就能傳遞和分享；另一方面，日常所需更僅需透過網購平台或透過電商 APP，即可便利地搜尋、詢價並比較商店及商品的優劣，而相關的售後服務、商品諮詢及電子支付優惠等更已結合通訊軟體及社群媒體共同運作。在過去，民眾若要辦理公務就可能需要請假，付出額外時間與交通成本親洽政府機關臨櫃諮詢、辦理。當前電子化政府結合社群媒體讓政府機關可提供各式 e 化服務，為滿足公眾日常生活所需，提供線上公開資訊、開放資料、互動諮詢及申辦等便利的功能。不僅節省人民的時間，也讓政府可以更有效率地為民服務。

NATIONAL ACADEMY OF CIVIL SERVICE

根據統計，2017 年全球約有 24 億 6 萬人使用社群媒體，2021 年將增至 30 億人（獨傲村夫，2018/3/11）。Facebook 宣稱在全球有 20 億用戶，每天都使用的活躍用戶達 13 億，超越 Twitter、Instagram、Google+。在臺灣，依據「2019 臺灣網路報告」（臺灣網路資訊中心，2020）中社群媒體的調查，國人的行動通訊使用率高達 94.8%，社群使用率達 79.2%。顯示我國的通訊、社群軟體使用相當的普遍。以各類社群媒體使用率來看，Facebook 以 98.9% 穩居龍頭，Instagram 使用率則有 38.8% 居次。後使用率依序為，Twitter 的

5.6%、PTT 的 1.4%、微博的 1.4%、Dcard 佔 1.3%，LinkedIn 約 1.2%、噗浪約 1.1%。

社群媒體的發展及普及，拉近人與人之間的距離，讓人感受到天涯若比鄰的效益。部分社群媒體的功能也不斷地進化，不僅限於發布個人的動態與資訊。以 Facebook 為例，使用者可以建立各式主題性社團，找到志同道合的夥伴，透過彼此之間即時、多向的互動交流，滿足個人所需的群體認同與連結感。而政府機關可透過創立專屬的粉絲專頁，讓標的群眾點讚、追蹤，政府機關可據此發布資訊、提供即時諮詢，以達政策宣導、推廣等政策目標。

社群媒體行銷 (Social Media Marketing) 是廣泛被各界重視與運用的策略。其係指組織基於宣傳、銷售或推廣之目的，在社群網路服務 (包含部落格、YouTube、Facebook、Twitter 等媒介) 中創造特定的資訊或內容來吸引大眾的關注、討論，或產生購買的意圖及行為。組織或個人期透過社群網路所串起的點、線、面，散布資訊內容，以提升組織與標的群眾之間的關係或滿意度。社群媒體的優勢不僅適用於私企業，也適用於公部門與非營利組織。

一般而言，社群媒體行銷的優勢在於 (集客數據行銷，2018/11/17)：

一、長期的資訊曝光

社群媒體不像是廣告，稍縱即逝。當使用者去追蹤一個社群網站官方帳號時，裡面的內容會不停地出現在個人的動態或推薦訊息中，不知

不覺中讓潛在閱聽大眾習慣、記憶甚至被說服。許多的政治人物和政府機關更開始重視如何透過社群網站，建立形象、宣揚政策理念、爭取認同，以及促進政策行銷推廣的效用。

二、品牌建立

各種行銷手法中，為吸引不同的族群，社群媒體特別講求活潑與創意。利用非常貼近客群生活習慣、慣用語言、溝通方式提升使用者的黏著度。近來各領域新興網紅的崛起，即常運用社群媒體中的直播、影音節目，來建立自己的品牌、打響知名度，甚至成為一方之意見領袖。

三、客戶關係管理

社群媒體具即時性、高互動性優勢。讓使用者在遇到問題時，可在第一時間傳達給負責的單位或對象，以獲得立即性的回覆。民眾透過政府機關的粉絲專業諮詢，除可作為臨櫃、電洽或首長信箱的替代途徑之外，更可彌補其即時性與回應性不足的疑慮。近年來許多政府機關與企業組織，更將社群媒體結合人工智慧（Artificial Intelligence, AI）的演算法，推出聊天機器人（整合常見 Q&A），除提高問題的回應效率外，更大幅降低組織人力與時間等成本投入。如 2020 年臺灣衛生福利部結合 Line 所經營的「疾管家」，即在因應新型冠狀病毒（COVID-19）全球大流行期間，扮演關鍵性的資訊提供、假資訊澄清與互動式諮詢的角色。

四、議題操作

社群媒體是一個很好創造話題和操作輿論的工具。當特定活動或議題需要引起社會共鳴，使用者可在社群媒體中找到志同道合的人，讓更多人們低成本、無遠弗屆地參與討論、交換想法，此議題就有機會不斷地擴大。藉由虛擬／網路到實體／非網路（online to offline, O2O）以及實體到虛擬（offline to online），進行病毒式行銷（Viral Marketing）或創造口碑效應。特定利益團體或公、私組織甚至可以用特定的議題來塑造社會輿論，改變社會大眾的想法與行為。

國家和政府機關導入社群媒體於政策行銷的成功案例不在少數。冰島與澳洲是早期的知名案例。2008 年的金融危機後，冰島政府將修改憲法的國家大事群眾外包給網友，借由社群媒體之力，鼓勵民眾參與討論。特別是善用各式社群媒體，包括：Tumblr 部落格、Twitter 與 Facebook 推動「冰島想做你的朋友」，在 2011 年則發起「Inspired by Iceland」計畫，鼓勵冰島公民陪伴觀光客進行環島旅行。透過一系列新政及社群媒體行銷策略讓國家從破敗中站起，讓世界知道冰島，更大幅提高觀光業的能見度（李宜穆，2012）。冰島運用社群媒體不僅擴大政治參與，更撐起觀光量能，成功地拯救國家經濟。

另一個更廣為人知的案例，澳洲的昆士蘭旅遊局在 2009 年發揮絕佳

創意，整合公私部門之力，運用各式社群媒體行銷大堡礁（許惠捷，2011/12/08），向全世界推出「世界最好的工作」(the best job in the world) 廣告，主打優渥的薪資向全球招聘大堡礁的保育員兼島主，旋即引起全球大量注目。近 200 個國家約 3 萬 4,684 人報名。近半年間，各國媒體爭相報導，一天上網瀏覽人次高達 30 多萬人次，這期間昆士蘭旅遊局僅僅投入約新臺幣 4,250 萬元的成本，就換來超過 25 億元的行銷產值，投資報酬率近 58 倍（范榮靖，2009/6/1）。

時至今日，社群媒體對政府機關與政治人物更是一個重要的平台，藉由社群媒體和潛在選民互動交流，不僅躍居成一個主流的溝通形式、選民服務渠道，也是政策形象建立與行銷的平台，更成為展現網路聲量和現實政治影響力的指標。

整體而言，社群媒體的崛起與普及不僅改變社會大眾的社交型態與日常生活，更已逐漸替代傳統媒體，或與之共同重新形塑人們對政府治理、公共政策、社會議題的想像、喜惡及參與行動，甚至成為誘發社會運動等變革的催化劑。另一方面，社群媒體也更可能成為既有優勢者，特別是國內外政府機關、政黨或利益團體用以擴大既有優勢，甚至藉由有限資訊、議題操控以遂行宰制的利器。以下分別就民主治理中最為關鍵兩類利害關係群體—公民及政府的角度，探討當代社群媒體的運用可對其各自造成何種威脅和風險。

參、社群媒體應用對公民的威脅

倘若擁有 20 億以上用戶的 Facebook 是一個政治實體，它儼然已超越當前世界上任何國家。事實上，各式社群媒體背後企業不透明的演算法，決定人們可取得那些資訊，其深入公眾社會生活的許多面向，並不斷地影響著使用者的決策與行動。許多科技變革所衍生的效果都可能是一體兩面。當社群媒體佔據人們日常生活大部分的時間，不斷地誘使使用者投入大量的精力到虛擬場域之中。除科技產業、企業或部分大眾媒體等樂觀論者所宣稱的好處之外，吾人值得省思，社群媒體時代，這類科技工具對公民的潛在威脅和挑戰究竟為何？

NATIONAL ACADEMY OF CIVIL SERVICE

一、擴大既有優勢者的宰制與操弄

社群媒體已經成為當代多數人獲取新聞資訊的主要途徑，這些資訊某種程度上正在形塑你我的價值觀，以及對於公共議題的看法。但這幾年來，許多專制、極權國家陸續傳出利用社群媒體作為政府的傳聲筒，透過不實的資訊傳播、言論審查機制，影響著社會輿論、操弄人們的政治思想（高敬原，2017/11/15），甚至攻擊異議人士。除此之外，網路酸民和極端分子也樂於將社群媒體轉變成武器，用以操縱輿論、散佈仇恨、欺凌弱勢和煽動暴力。據調查指出，在緬甸軍方對穆斯林羅興亞人的軍

事行動中，社群媒體結合仇恨言論發揮決定性的作用。菲律賓與俄羅斯政府也都曾動員網軍散播假消息，藉此騷擾、攻擊異議人士（辛西婭，2019/2/18）。反觀自由民主國家同樣難以倖免，美國總統川普因時常透過個人 Twitter（@realDonaldTrump）評論國政及時事，被稱為推特治國。2020 年間川普更曾因其所轉發的內容被 Twitter 貼上「待事實查核」的標籤而大發雷霆（Zurcher, 2020/5/29），並親自下令政府加強對社群媒體監管，衍生言論自由與政府監管界線之間的爭議。

二、助長網路犯罪

各種網路犯罪形式結合人手一機及匿名化網路媒體的優勢在今日屢見不鮮。一方面，犯罪形式的多元，讓政府機關治理的能力備受挑戰。另一方面，其不僅僅衝擊到社會治安，也讓社會中數位落差者、社經條件弱勢者身受其害。舉凡個資外洩、身分盜用、網路詐欺、網路色情援交、網路誹謗及網路霸凌等等，許多案件不僅跨政府機關權責，甚至屬於跨國集團的犯罪行為，無論在防治、查緝與求償的困難度皆大幅提升。以網路詐騙為例，透過隱藏網址、網路釣魚連結、隱藏費用、連鎖信等手法最終詐取受害者的財務。另一類新型的犯罪形式則伴隨著社群媒體與直播技術在諸多國家廣泛流傳，例如直播隨機殺人、自殺、強暴、性愛等風潮，犯罪者不僅可享受英雄式的關注，也容易引發社會中潛在追隨者的仿效。社群媒體本是賦予人們自由交流、串聯分享的平台，今日

社會卻成為低成本且快速散佈犯罪的溫床；另一方面，社群媒體本於匿名性來確保個人資料隱私與言論自由的場域，卻也淪為少數人多角化經營犯罪活動的捷徑。

三、威脅個人資訊及隱私權

社群媒體的演算法向來追求用戶參與的極大化，主要為吸引使用者的點閱率、按讚和分享，更藉此從中蒐集人們更多的個人化資料，以擴大商業與行銷的效益。其中，隱私問題是對民主社會、自由及人權的一大威脅。網路與社群媒體時代，人們已逐漸習慣將資料整合在雲端，透過各種個別化、使用者導向的機制來滿足日常活動所需。使用者以既有的社群媒體帳號即可登入、註冊不同的應用程式（App）或網站。各式資料間高度串連，既便利、省時且無縫接軌，然而人們往往忘記曾授權過那些資料給那些對象。此外，社群媒體的使用過程中更充滿個資與隱私權威脅的陷阱，常見以心理／命理測驗、網路遊戲、熱門發燒影片的連結竊取人們的資料。著名大規模個資外洩事件，屬劍橋分析公司（Cambridge Analytica）不當獲取數百萬，盜取 Facebook 用戶資料作為政治公關用途，因 Facebook 默許這類第三方 App 蒐集用戶的個資而廣受抨擊。² 而 Facebook 也曾於 2019 年 7 月因為違反 2012 年與美國聯邦政府達成的協議，欺騙且誤導全球 22 億用戶，損害使用者對自身隱私的保

² 劍橋分析（Cambridge Analytica）為一家 2013 年創立於英國的數據公司，曾在 Facebook 上推出一款免費心理測驗 App。後被揭露在未經用戶許可的情況下，盜用 Facebook 五千萬用戶個資。

護，而被美國政府重罰 50 億美元（閻紀宇，2019/7/25）。凡此皆在在使人警覺，使用者對掌控自身資料是多麼地無能為力。

四、網路成癮和資訊超載

各式社群媒體結合影音資訊、遊戲充斥在網路世界中，讓使用者對手機的依賴程度與日俱增。隨著人們投入的精力與時間的增長，便出現網路成癮症的現象。網路成癮不僅影響人們的日常生活，更衝擊著使用者的身心健康。2018 年 6 月，世界衛生組織（WHO）正式宣布將「網路遊戲成癮」（Gaming Disorder）納為精神疾病的病灶。社群媒體、網路遊戲的成癮症狀為人們無法控制地持續使用，忽略或無法從事其他日常活動。即便個人有意識到其負面影響，仍會不自主地增加使用的時間，嚴重地影響個人日常生活的正常運作（造成失能），包含健康、家庭、學校、工作等，相關症狀持續達一年即確診（李郁玫，2019/1/7）。

社群媒體的崛起更與注意力經濟（Attention Economy）攸關，注意力經濟最早是由諾貝爾經濟學獎得主 Herbert A. Simon 在 1971 年的時候提出來的概念（張鐵志，2019/7/24），強調大量的資訊會造成注意力的短缺。社群媒體富有大量的資訊來刺激人們，透過不同的平台，結合著各式文字、圖檔、影音素材及彼此間的交織及串聯，讓大眾的注意力逐漸離不開它。許多人在不知不覺中染上資訊焦慮症，對身心健康造成重大

的負擔。社群媒體時代，唾手可得的資訊與刺激不斷地麻痺人們的感官，越是沉迷就傷的越深。

肆、社群媒體應用對政府的威脅

一、組織資訊安全風險

行動裝置用戶成為社群媒體的高度使用族群，智慧手機成為數位媒體的主要媒介。兩者的結合卻可能暴露更多使用者的個人資訊，例如：地理位置、個人偏好、行程安排等重要資訊。其次，社群媒體本於科技的進步，更多樣化內容與媒體支援被串聯到平台之中，除更難以被審查之外，亦可能造成更多非預期的資料外洩。另一方面，網路（特別是社群媒體）分享的大量資訊帶來更大的隱私保護意識，也產生更加嚴格的資料法規，如歐盟一般資料保護法規（General Data Protection Regulation, GDPR）。

就組織面而言，當代社群媒體所帶來的資訊安全風險，主要包括（趨勢科技全球技術支援與研發中心，2018/7/24）：（一）組織中成員有意或不經意地外洩資料；（二）網路釣魚：網路犯罪分子會用社群媒體取得使用者的敏感資料，或讓他們點入惡意的連結；（三）惡意軟體：駭客可以利用社群媒體來散播惡意軟件。這些連結、訊息和發文通常來自可信賴

的來源、朋友或喜愛的名人，即使用者最可能選擇關注的來源。

二、虛實整合的社會運動

如同早年網路崛起時一般，社群網路被視為一種實踐自由、民主、開放、交流的利器。無論在資料、資訊、決策參與甚至社會變革中，社群媒體被展望為可重新賦予人民取回治理權力的平台。

社群媒體是匯集各式民意的場域，其允許對現況或政局有著不同見解的人們彼此交流與激盪。實際上不同意見之間可能是壁壘分明，無論是以公開或私密的形式流傳、分享或串聯著。這些意見從網路到非網路，再從實體到網路，社群媒體結合病毒式行銷及滾雪球效應，就有可能將意見化作行動，包含體制內的討論、遊說、倡議、集會、遊行、抗爭等社會運動，到反體制的集體暴力犯罪、或革命行動。

以阿拉伯之春以及太陽花學運檢視社群媒體應用與社會民主運動的關聯（褚瑞婷，2014）。2010 年的冬天，突尼西亞人民透過 WikiLeaks、Twitter 傳播，反對網路審查與控制言論。同年 12 月，突尼西亞中部一個年輕人自焚事件作為導火線，此後在突尼西亞、埃及，相繼出現以推翻政府為主要訴求的公眾街頭抗議示威，一連串的社會抗爭運動被稱為「阿拉伯之春（Arab Spring）」。民怨透過 Facebook、Twitter 等社群媒體的串聯走上街頭，引發規模的抗議，最後迫使該國總統流亡海外。

臺灣 2014 年 3 月 18 日的太陽花學運又稱為占領國會事件，由臺灣大學學生與公民團體共同發起的社會運動。抗議運動反對《海峽兩岸服務貿易協議》遭國會強行通過審查，並以民主程序、反對自由貿易為主要訴求。活動期間，參與者運用各類型的社群平台來公開並宣揚理念，包括：Facebook 公開資訊、BBS 平台匯集的鄉民言論、以即時實況影像、圖文直播場內情況、以 Google 文件雲端編輯平台發送和彙整參與運動現場所需物資等。足見透過不同的科技與社群媒體運用可讓社會運動的形成與操作變得更容易，社會輿論與公民能力也更容易茁壯（褚瑞婷，2014）。由此可見，社群媒體對於公眾政策參與及國家公共事務的影響力，不僅影響著人們的權益，也衝擊到民主國家政府的治理。

NATIONAL ACADEMY OF CIVIL SERVICE

三、假新聞和網路資訊戰

假新聞的散播不僅會影響到閱聽大眾，扭曲個人的觀點和行為，更對私企業、政府機關造成不可預期的衝擊（羅世宏，2018）。社群媒體無孔不入的連結性讓假新聞的傳播速度比真實新聞還要快速且廣泛。別有用心的國家、組織與個人更會利用假帳號來詆毀特定個人、組織，或散播惡意的資訊、檔案和連結（趨勢科技全球技術支援與研發中心，2018/7/24）。

何謂假新聞？UNESCO（2018）將假新聞分為三類：（一）錯誤資訊：

資訊虛假，但傳播者卻信以為真而透過社群媒體傳布，屬非故意為之；

(二) 造謠或虛假資訊：資訊是假的，且為產製者或傳播者所刻意操作，使特定人、社會團體、組織或國家受到傷害；(三) 惡意資訊：對真實訊息惡意地扭曲或編造而成的假新聞稱之，同樣用於對個人、社會團體、組織或國家造成傷害。這些假新聞經常透過社群媒體，並經過人們不經意的閱覽與使用行為，在網路迅速且廣泛地流傳。

社群媒體間接地促進假新聞的產製與傳播，不僅使人們對於新聞報導失去信任，不相信政府的作為，也危害社會安寧以及國家安全。假新聞使大眾媒體無法發揮第四權民主揭露真相、監督政府的作用。全球有近 86% 的網民曾受假新聞欺騙，其中，Facebook 是最大的來源（陳韻聿、陳彥鈞，2019/6/12）。Twitter 及 YouTube 也難以倖免。2020 年 COVID-19 肆虐全球，人心惶惶，人們都深怕自己染病。在極度恐懼的情況下，人們的判斷力自然低落，許多假新聞與惡意資訊便結合著社群媒體的影音大量地傳布。在英國，有假資訊指稱 COVID-19 病毒會藉由 5G 訊號傳播，鼓動人們去拆除鄰近的基地台以防止疫情擴散（BBC, 2020/4/5）。同年，在臺灣則發生有心人士透過社群媒體發布假新聞，謊稱防疫用口罩的原料與衛生紙相同，便引發民間搶購、囤積衛生紙的亂象（倪浩軒，2020/2/7）。

社群媒體時代，人人都有機會成為假新聞的受害者及幫兇，甚至波

及不曾使用社群媒體與網路的人們。在前述案例，仍會喪失通訊的權利以及缺乏民生必需品可用，而政府權責機關更得投入巨大的成本來澄清與因應。另一方面，社群媒體無遠弗屆的傳播力及對社會生活無孔不入的滲透力，讓民主國家的政府對抗來自國內外政府、不特定組織、團體或個人所發起的「網路資訊戰」時更顯挑戰。我國行政院於 2019 年成立即時新聞澄清專區，民間則有第三方組織所成立的臺灣事實查核中心³。不過在面對鋪天蓋地且迅速變化的各式虛假資訊、惡意資訊之際，傷害往往已經造成。

伍、結語及省思

NATIONAL ACADEMY OF CIVIL SERVICE

社群媒體已成為當代人們生活中不可或缺的一環，社群經濟學 (Socialnomics) 一書的作者 Qualman，即定期揭露資訊科技及社群媒體究竟改變人們的生活到什麼程度。早在 2009 年的統計即顯示，社群媒體成為五分之一的離婚案例的起因，促成五分之一的異性伴侶和五分之三的同志伴侶相識，更超越色情影片成最受歡迎的網路活動，許多公眾人物經營之社群媒體的粉絲數遠遠超越許多國家總人口等等。足見社群媒體的影響力，除成就人們生活許許多多的小事，更決定不少終身大事。

³ 該組織為非營利性質，由臺灣媒體觀察教育基金會和優質新聞發展協會共同成立。組織的事實查核是以證據為基礎，查核作業以公開、透明、嚴謹、負責為基本原則。

不可否認的，人們的尋常生活逐漸離不開社群媒體，即便不採用者也無法避免間接地受影響。除了私領域之外，公領域中人們身為公民的角色、權利、義務及公共事務參與的權力，也已受到深入且廣泛的影響。社群媒體若應用得宜，其低門檻、高近用性與可用性，確實可發揮諸多的效益。但另一方面，人們往往忽視網路與社群媒體的潛在風險，許多情境下人們是不自知且無從警覺，社群媒體是如何結合現存社會中既有的權力、知識與資源等結構性落差以及特定意圖與行為對你我造成影響。整體而言，這些威脅的成因可歸納為 3 類予以探討：

一、社群媒體的科技本質

社群媒體的跨時空限制、即時性、高互動性、高度連結性等優勢，在促進資訊開放、資料公開、多元化等之下不斷地受讚揚、稱頌。但常見的情況是，社群媒體的特性加速了聳動、獵奇或錯誤的資訊快速且廣泛的傳播，無論監管者或受到影響人或組織，常常在第一時間就失去澄清與任何救濟的可能。循此情境，網路確實讓大多數的公民體現更多「知的權利」(right to know)。惟當少數人的權益受到侵害之際，如個人在網路上被負面訊息或過時訊息所不斷連結時，是否能夠以及如何能夠擁有「被遺忘權」(right to be forgotten)⁴？在社群媒體時代中更是一項極具爭議的困難課題。

⁴ 為一種在歐盟內部存在的人權概念。人們有權利要求移除有關於自己的負面資訊或過時的個人身分資訊搜尋結果。但也因此產生言論自由、網際網路審查疑慮之間的爭議，當前只有在歐盟實行。

二、社群媒體的營運特性

各式社群媒體的後端由不同企業及其特定演算法所營運著，其以吸引最多使用者關注、使用和極大化商業收益為終極目標。這些企業的經營策略及演算法邏輯通常被視為商業機密，既不透明、不易讓人理解，且對於大多數使用者來說更是無感的。即便許多國內外曾有許多社群媒體公司侵害個人隱私權及資訊安全案例被揭露，多數人仍傾向選擇漠視或將其視為單一個案並繼續使用。有趣的是，通常被報導披露的僅僅是較為知名，如 Facebook、Twitter，而非其他彼此之間高度串聯的社群媒體都會受到同等的關注或檢視。除此之外，常見的社群媒體背後龐大的跨國企業，複雜的股東背景和權力結構，以及被視為商業機密的營運機制，實際上已遠超過任一國家政府的監管能力。因此可預見的是這些個案更可能會是冰山的一角。

三、社群媒體的操弄與誤用

近年來，許多國家、組織與個人利用社群媒體的科技本質與特性來遂行其政治競爭的意圖更是屢見不鮮。國家或政府機關私底下運用極少的資源透過外包或網軍，巧妙地運用網路與社群媒體對外干擾或操弄他國的選舉及內政。此舉對將保障言論自由視為圭臬的民主國家而言，更顯得雪上加霜且無力抵擋；對內則常透過社群媒體形塑單一的社會輿論

風氣、迫害政敵、侵害個人的言論自由。這在專制及威權傾向的國家更是常見的現象，過程中常結合實名制、網路審查、屏蔽資訊等手法讓社群媒體徒具形式。其次，就組織與個人而言，社群媒體透過按讚、圈粉、留言、分享的機制促成同類相吸引的傾向。在公共事務的討論與交流方面，反而有擴大一言堂、排除異己的可能性，此可由各類社群媒體平台中的社團、追隨者、粉絲間充滿高度同質性的討論可窺見。再者，特定的組織與個人，更可能運用社群媒體作為結黨營私、詐欺、牟利的工具，舉凡招募、培訓恐怖份子、犯罪組織成員，或以網路釣魚、網路吸金、網路詐騙等等手法，遊走在匿名性、隱私權、言論自由與法律規範之間的灰色地帶。其次，網路謠言、網路霸凌、網路肉搜、網路公審、自我宣稱的鄉民正義等準犯罪或存有道德疑慮的行為，也對非網路的實體社會生活造成不少衝擊。最後，即便有些社群媒體的運用行為不那麼直接觸及法律的底線，如隱含著性別刻板印象或身體形象歧視的媒體操弄、影音圖像、偶像崇拜等等，在結合以吸睛、圈粉為目標演算法運作後，也大幅地影響著人們的自我評價、社交生活與身心健康。

整體而言，針對社群媒體時代中的三類潛在威脅更進一步地解析可發現。第一類涉及網路科技的本質與特徵，尤其是社群媒體的優勢，更是強化既有科技決定論中的兩極化觀點。誠然，全球化中社群媒體對於民主政府的治理、大眾的社會生活就好比一把鋒利的雙面刃。短期之內，似難以單憑相

關的政策法規、仰賴特定國家及公私部門組織的介入，抑或藉由改變人們的使用習慣和行為予以因應。第二類涉及社群媒體的營運特性，則是存在著有接受多方監管與可課責性的可能。民主國家強調對自由、人權及個人私領域的權利的確保。循此，許多民主國家的議會、立法部門、司法部門以及相關跨國組織，皆可以透過具爭議性或侵權的個案，來規範並要求企業組織更公開、透明化營運策略，模擬並測試演算法，明定確保與管理機制，甚至提出賠償辦法。長期來看，這些原則、判例與辦法的累積，即有可能形塑較完善的監管制度，以在言論自由與政府介入之間求取平衡。第三類則是各式網路科技運用的最大爭議點所在，特別是伴隨著社群媒體與行動通訊裝置的普及，更大幅度地強化既有資源、資訊優勢者操控和宰制的能力，對公民社會衝擊的廣度與深度也更為顯著。舉凡介入他國政治體制運作、激起社會民變、形塑政治意向、哄抬物價、盜用個資、網路犯罪，乃至假新聞、謠言散佈等等。一方面，身陷其中的受害者往往無從察覺，個人的觀念與行為卻在不知不覺狀態中被潛移默化。另一方面，民主國家政府受限於言論自由的確保原則、權力分立且彼此相互監督制衡的本質，實務上也難以介入規範及檢視由眾多個別使用者及不同社群網路平台迅速產製、彼此分享、散布的各式影音內容。

為改變這樣的趨勢，策略上可透過中立且可信賴之第三方非營利組織，如為澄清假新聞由民間成立的實事查核中心；其次，在法規與規範方面，則

可與相關國際組織及先進民主國家的原則、規範與做法與時俱進地接軌；最後，在科技應用及問題因應管理的層面，政府權責單位則可透過與網路公民、網路社群共同參與及協作，可採取類似「零時政府」以提專案方式，由下而上地整合不同領域、專長的網路公民及網路社群的力量，以共同面對社群媒體的不當操弄對民主社會帶來的威脅和挑戰。



NATIONAL ACADEMY OF CIVIL SERVICE

國家文官學院

參考文獻

Zurcher, A. (2020/5/29)。川普推文被貼「事實核查」標籤，簽署行政令管制

社交媒體。BBC news 中文。2020/6/15 取自 <https://www.bbc.com/zhongwen/trad/world-52846379>

BBC (2020/4/5)。肺炎疫情：科學家稱 5G 傳播病毒的陰謀論「完全胡扯」。

BBC news 中文。2020/5/20 取自 <https://www.bbc.com/zhongwen/trad/world-52171035>

MBA 智庫百科 (2020)。資訊焦慮症。2020/5/20 取自

<https://wiki.mbalib.com/zhtw/%E8%B5%84%E8%AE%AF%E7%84%A6%E8%99%91%E7%97%87>

UNESCO (2018). Fake News' and Disinformation: A handbook for Journalism

Education and Training. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. Press.

Wiki (2020)。各國智慧型手機普及率列表。2020/5/30 取自

https://zh.wikipedia.org/wiki/%E5%90%84%E5%9C%8B%E6%99%BA%E6%85%A7%E5%9E%8B%E6%89%8B%E6%A9%9F%E6%99%AE%E5%8F%8A%E7%8E%87%E5%88%97%E8%A1%A8#2017_%E6%8E%92%E5%90%8D

臺灣網路資訊中心(2020)。2019 臺灣網路報告。臺灣網路資訊中心。2020/5/18

取自 <https://report.twNIC.tw/2019/>

辛西婭 (2019/2/18)。科技服務的兩面刃：社群媒體是人權運動的救星，抑或

黨同伐異的煽動者？**換日線**。2020/5/18 取自 <https://crossing.cw.com.tw/article/11360>

李宜穆 (2012/3/18)。看冰島如何用社群媒體重建國家經濟。**數位時代**。

2020/5/18 取自 <https://www.bnext.com.tw/article/22466/BN-ARTICLE-22466>

李郁玫 (2019/1/7)。何謂「網路遊戲成癮」？揭開青少年網路遊戲成癮的面

紗。**大紀元**。2020/5/20 取自

[https://www.epochtimes.com.tw/n269760/%E4%BD%95%](https://www.epochtimes.com.tw/n269760/%E4%BD%95%8%AC%82%E7%B6%B2%E8%B7%AF%E9%81%8A%E6%88%B2%E6%88%90%E7%99%AE--%E6%8F%AD%E9%96%8B%E9%9D%92%E5%B0%91%E5%B9%B4%E7%B6%B2%E8%B7%AF%E9%81%8A%E6%88%B2%E6%88%90%E7%99%AE%E7%9A%84%E9%9D%A2%E7%B4%97.html)

[8%AC%82%E7%B6%B2%E8%B7%AF%E9%81%8A%E6%88%B2%E6%88%90%E7%99%AE--%E6%8F%AD%E9%96%8B%E9%9D%92%E5%B0%91%E5%B9%B4%E7%B6%B2%E8%B7%AF%E9%81%8A%E6%88%B2%E6%88%90%E7%99%AE%E7%9A%84%E9%9D%A2%E7%B4%97.html](https://www.epochtimes.com.tw/n269760/%E4%BD%95%8%AC%82%E7%B6%B2%E8%B7%AF%E9%81%8A%E6%88%B2%E6%88%90%E7%99%AE--%E6%8F%AD%E9%96%8B%E9%9D%92%E5%B0%91%E5%B9%B4%E7%B6%B2%E8%B7%AF%E9%81%8A%E6%88%B2%E6%88%90%E7%99%AE%E7%9A%84%E9%9D%A2%E7%B4%97.html)

倪浩軒 (2020/2/7) 口罩搶完搶衛生紙？經濟部急闢謠：兩者原料根本不同，

今日新聞。2020/5/18 取自 [https://www.nownews.com/news/](https://www.nownews.com/news/20200207/3923272/)

[20200207/3923272/](https://www.nownews.com/news/20200207/3923272/)

高敬原 (2017/11/15)。網路自由度開倒車？全球 30 個國家操弄社群輿論，靠

洗版帶風向。**數位時代**。2020/5/1 取自 <https://www.bnext.com.tw/article/47041/freedom-net-2017>

范榮靖 (2009/6/1) 世界最好工作 全球網友瘋狂關注：投資效益近 58 倍。**遠**

見。2020/5/25 取自 <https://www.gvm.com.tw/article/13153>

許惠捷 (2011/12/08)。澳洲昆士蘭旅遊局的行銷創意 為何全球轟動？**動腦新**

聞。2020/5/18 取自 <https://www.brain.com.tw/news/articlecontent?ID=16410#CpasiRaN>

張鐵志 (2019/7/24)。民主的黑鏡：社交媒體的暗黑威脅。2020/5/18 取自

<https://medium.com/@soundfury/%E6%B0%91%E4%B8%BB%E7%9A%84%E9%BB%91%E9%8F%A1%E7%A4%BE%E4%BA%A4%E5%AA%92%E9%AB%94%E7%9A%84%E6%9A%97%E9%BB%91%E5%A8%81%E8%84%85-3d486b12f918>

集客數據行銷 (2018/11/17)。社群行銷成效不彰？開粉專之前先搞懂策略！

集客數據行銷。2020/5/18 取自 <https://inboundmarketing.com.tw/allposts/%E4%BB%80%E9%BA%BC%E6%98%AF%E7%A4%BE%E7%BE%A4%E8%A1%8C%E9%8A%B7.html>

潘姿羽 (2020/2/3) 手機成癮嚴重，調查：青少年每 2 人有 1 人沉迷。科技新

報。2020/5/18 取自 <https://technews.tw/2020/02/03/taiwan-teenagers-addicted-to-smartphones-is-severe/>

獨傲村夫 (2018/3/11)。社群媒體是在增進人類福祉，還是在摧毀社會？**民報**。

2020/5/30 取自 <https://www.peoplenews.tw/news/cbb82224-1996-4544-bfcd-48880ab28b29>

楊惟任 (2019)。假新聞的危害與因應。**展望與探索**，17 (12)，95-116。

陳韻聿、陳彥鈞 (2019/6/12)。全球 86% 網民曾被假新聞蒙騙，臉書是最大來

源。中央通訊社。2020/5/30 取自 <https://www.cna.com.tw/news/firstnews/201906120342.aspx>

褚瑞婷 (2014)。探究社群媒體在社會運動中的運作方式與影響力。國家政策研究基金會。2020/5/1 取自 <https://www.npf.org.tw/3/14132>

閻紀宇 (2019/7/25)。欺騙 22 億用戶、侵犯隱私權！臉書遭美國政府重罰 1560 億元、監管 20 年。風傳媒。2020/4/1 取自 <https://www.storm.mg/article/1518471>

趨勢科技全球技術支援與研發中心 (2018/7/24)。員工是最大的網路安全風險之一！企業所面臨的五個來自社群網站資安威脅。趨勢科技。2020/4/20 取自 <https://blog.trendmicro.com.tw/?p=55980>

羅世宏 (2018)。關於「假新聞」的批判思考：老問題、新挑戰與可能的多重解方。資訊社會研究，35，51-85。

羅晉 (2008a)。電子化參與的效益與風險：民眾對政府網站的認知與使用行為之初探。資訊社會研究，15，181-208。

羅晉 (2008b)。實踐審議式民主參與之理想：資訊科技、網路公共論壇的應用與發展。中國行政，79，75-96。