

未經書面同意，禁止轉印或以任何形式散佈

# 社群媒體時代的素養大挑戰： 以臉書為例

劉慧雯 政治大學傳播學院新聞系



姓名標示-非商業性-禁止改作 3.0 台灣  
(CC BY-NC-ND 3.0 TW)

# 未經書面同意，禁止轉印或以任何形式散佈

## ▶ 社群媒體 (Facebook, Twitter, TikTok)

- ▶ 實名制 (跨器械溝通 / 朋友清單 / 推薦機制)
- ▶ 跨平台串連
- ▶ 直接即時資訊發佈
- ▶ 有限範疇內的公開資訊 / 社群 / 朋友清單

## ▶ 個人社交軟體 (Line, Messenger)

- ▶ 群聚聯繫
- ▶ 無公開查詢介面
- ▶ 無公用群組



# 未經書面同意的禁戰轉印或以任何形式散佈

## ▶ 社群媒體的社會學議題

### ▶ 回聲室效果（eco chambers）/同溫層效果

- ▶ 小燈泡事件中的廢死與反廢死資訊

### ▶ 過濾泡泡（filter bubbles）

- ▶ 演算法邏輯
- ▶ 查詢與推薦機制



姓名標示-非商業性-禁止改作 3.0 台灣  
(CC BY-NC-ND 3.0 TW)

# 未經書面同意的禁戰轉印或以任何形式散佈

## ▶ 社群媒體的社會心理學議題

### ▶ Alone together

- ▶ 加入社群媒體的最初三個月...
- ▶ 小圈圈傳播的新版三人成虎

### ▶ 已讀不回，先讚後閱



姓名標示-非商業性-禁止改作 3.0 台灣  
(CC BY-NC-ND 3.0 TW)

# 未經書面同意的禁轉印或以任何形式散佈

## ▶ 我對臉書「資訊傳散模式」的研究歷程

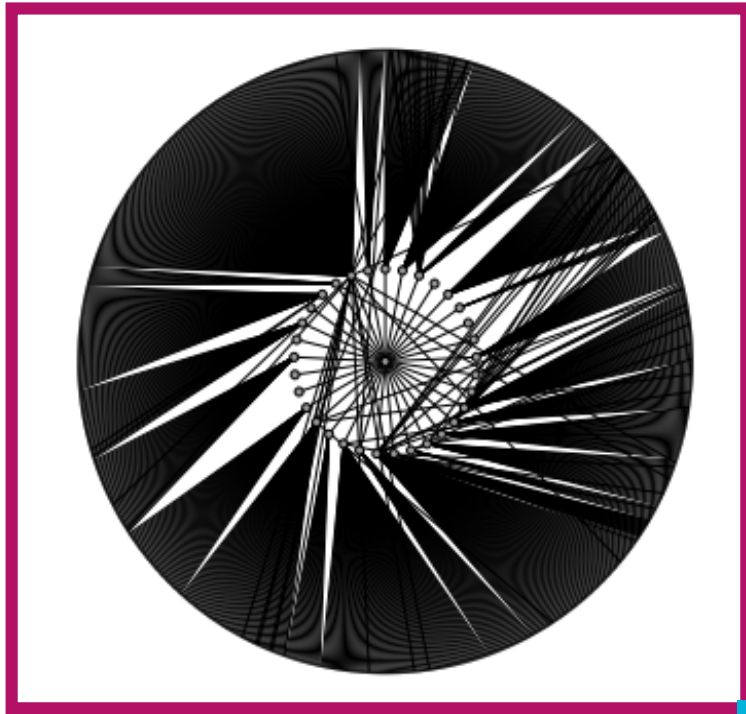
- ▶ 1. 傳遞模式
- ▶ 2. 傳播速度與加速度
- ▶ 3. 粉絲團參與型態
- ▶ 4. 詞義/輿情分析
- ▶ 5. 語言結構、自然語言學習



姓名標示-非商業性-禁止改作 3.0 台灣  
(CC BY-NC-ND 3.0 TW)



未經書面同意，~~禁止轉印~~「公開分享」或以任何形式散佈



“

參照論點一：  
自我中心網絡分析 (ego-centered network analysis)  
模型的解釋邊界。

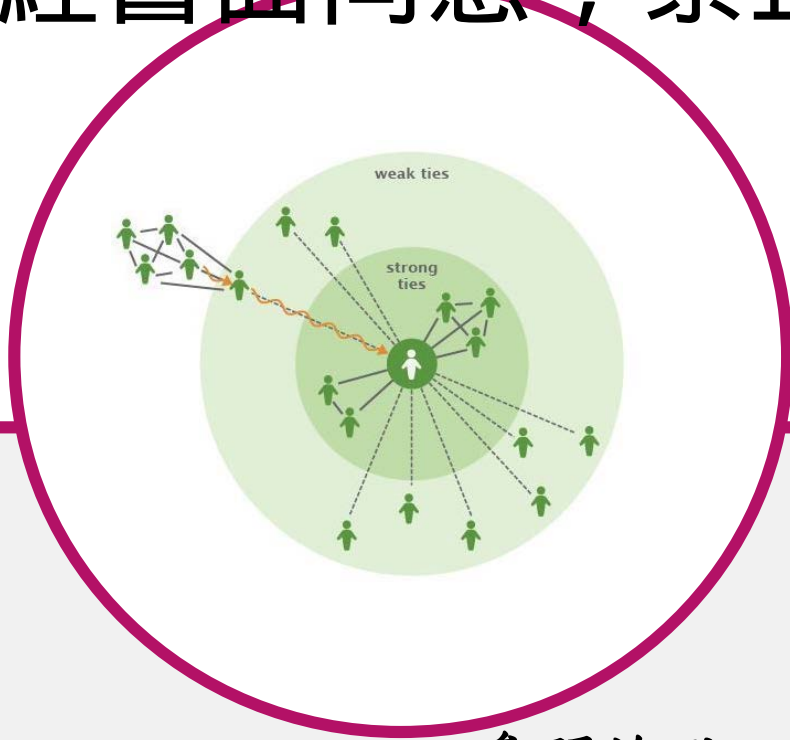
Newman, 2003, 1



姓名標示-非商業性-禁止改作 3.0 台灣  
(CC BY-NC-ND 3.0 TW)

”

未經書面同意，~~禁止轉印或~~「公開分享」以任何形式散佈



參照論點二：

人際連帶「力量」(strength of  
weak tie,

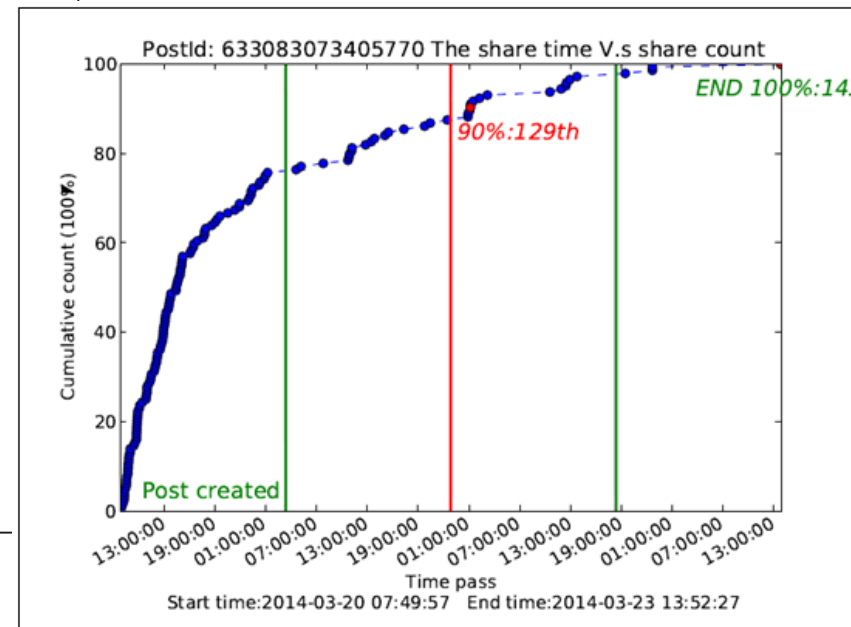
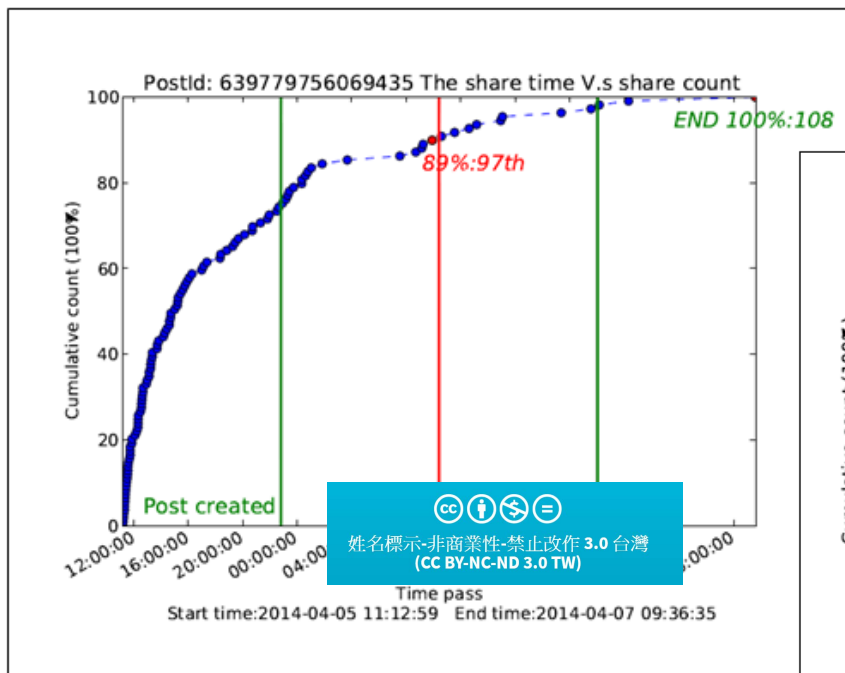
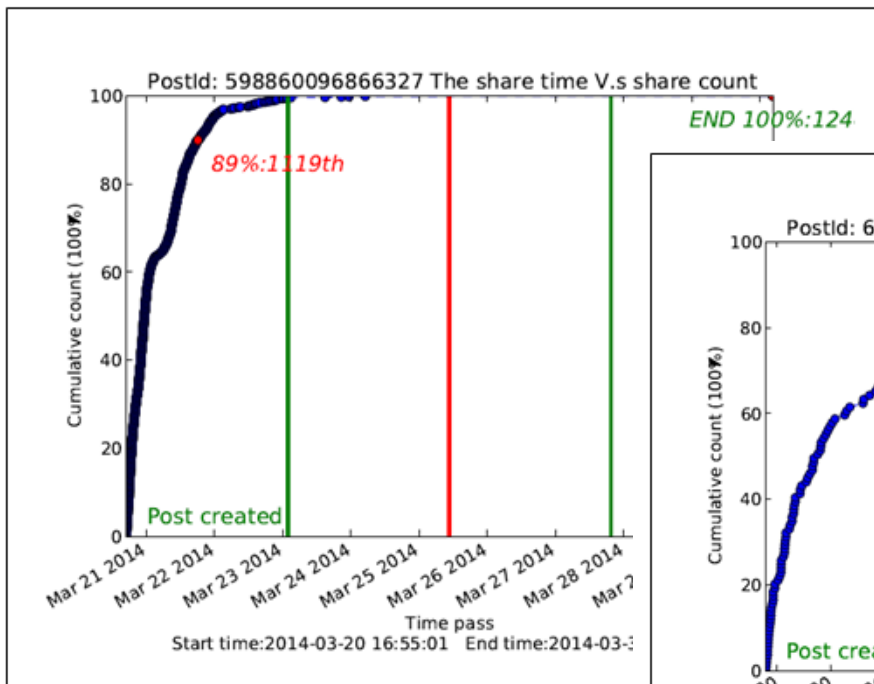
姓名標示-非商業性-禁止改作 3.0 台灣  
(CC BY-NC-ND 3.0 TW)

Granovetter (1973,1974) ;Haythornthwaite (2002a, b)



# 未經書面同意，禁止轉印或以任何形式散佈

2. 傳播速度、與速度



未經書面同意，禁止轉印或以任何形式散佈

▶ 數據在說話，人呢？



姓名標示-非商業性-禁止改作 3.0 台灣  
(CC BY-NC-ND 3.0 TW)

# 未經書面同意，禁止轉印或以任何形式散佈

## ▶ 議題/研究問題

- ▶ 這個粉絲團的粉絲人數多少？觸及率多高？哪些資訊容易受關注？
- ▶ 反服貿眾多粉絲團之間的關係是什麼？相互排擠？拉抬？取暖？互通有無？

## ▶ 工具中

- ▶ 計算網頁呈現的粉絲人數、按讚
- ▶ 這個減那個，乘以過去研究經驗取得的常數K，然後與另兩個指標組合...

# 未經書面同意，禁止轉印或以任何形式散佈

## ▶ 素樸的工具想像

- ▶ 分享傳遞圖
- ▶ 分享速度高原圖

## ▶ 詮釋型資訊工具 / 詮釋演算

- ▶ ABC模型
- ▶ 語料與近義詞庫
- ▶ 自然語言處理



姓名標示-非商業性-禁止改作 3.0 台灣  
(CC BY-NC-ND 3.0 TW)

# 未經書面同意，禁止轉印或以任何形式散佈

- ▶ API應用程序接口
- ▶ 觀察 16 個有關「服冒」的FB 粉絲專頁
  - ▶ 14 粉絲團直接使用「服冒」一詞
  - ▶ 1個新聞論壇
  - ▶ 學運主要團體「黑島青」、「割蘭尾」
- ▶ Data-Mining
- ▶ 318 到 411, 共計25天



姓名標示-非商業性-禁止改作 3.0 台灣  
(CC BY-NC-ND 3.0 TW)

未經書面同意，禁止轉印或以任何形式散佈

- ▶ 超過 380,000 則貼文
  - ▶ 近 700,000 次分享
  - ▶ 約 560,000 則留言
  - ▶ 超過 11,900,000 個「讚」



姓名標示-非商業性-禁止改作 3.0 台灣  
(CC BY-NC-ND 3.0 TW)

# 未經書面同意，禁止轉印或以任何形式散佈

## ▶ 以「ABC模型」描述粉絲團上的數位足跡

Understanding “the user-generated”: The construction of the “ABC model” and the imagination of “Digital Humanities” (Liu, Lin, Chi, & Hsu, 2019)

- ▶ A:activity=like+comment+share
- ▶ B:broadness=numbers of fan pages participated
- ▶ C:continuity=(last time-first time) of user's footprints

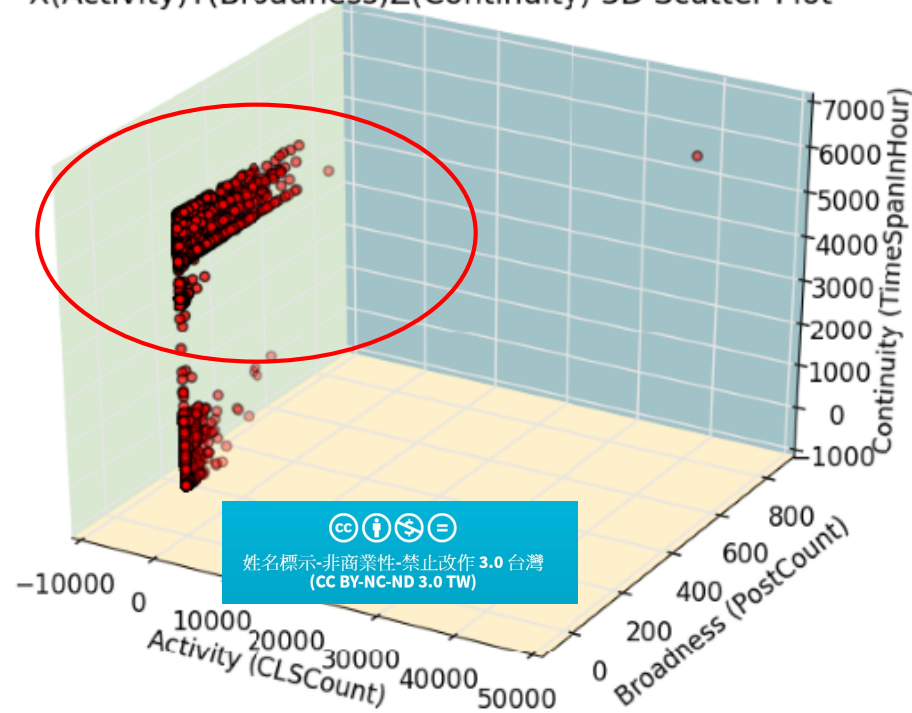


姓名標示-非商業性-禁止改作 3.0 台灣  
(CC BY-NC-ND 3.0 TW)

# 未經書面同意，禁止轉印或以任何形式散佈

Low A with High C/B

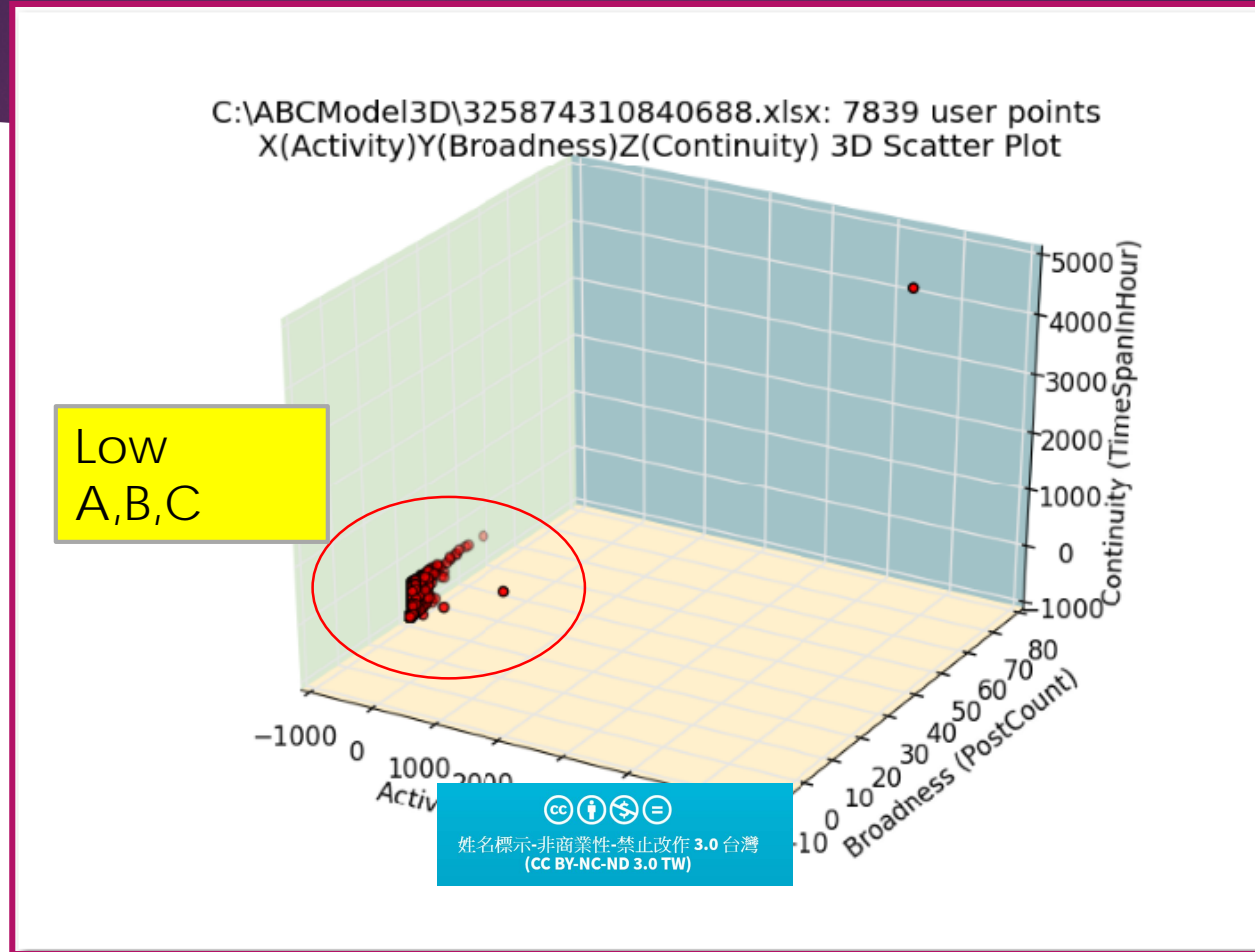
C:\ABCModel3D\155846434444584.xlsx: 336729 user points  
X(Activity)Y(Broadness)Z(Continuity) 3D Scatter Plot



姓名標示-非商業性-禁止改作 3.0 台灣  
(CC BY-NC-ND 3.0 TW)



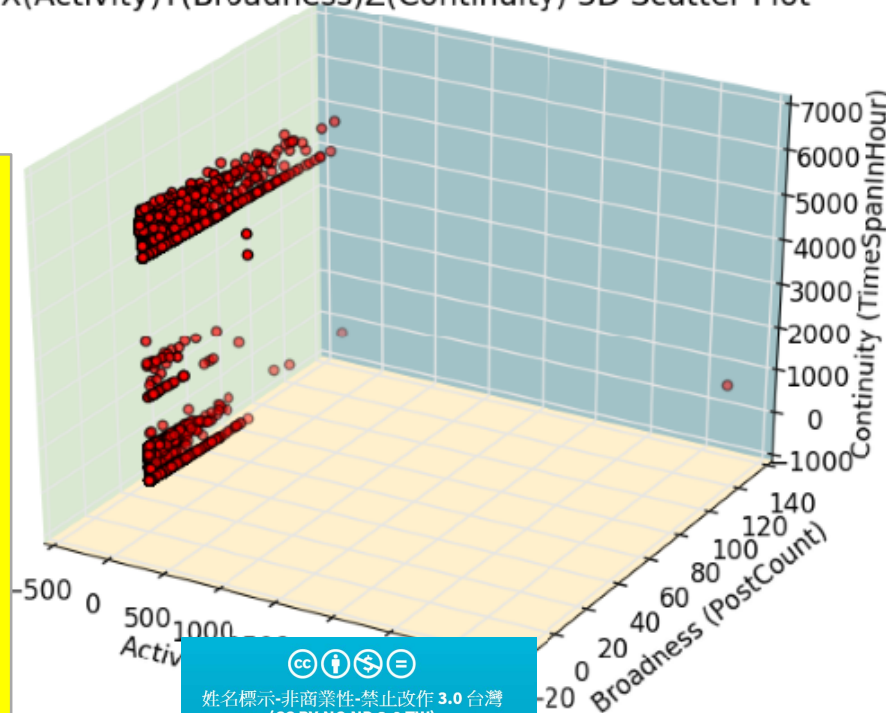
# 未經書面同意，禁止轉印或以任何形式散佈



# 未經書面同意，禁止轉印或以任何形式散佈

- 3 groups of users display different actions.
- This fan group/page has multi functions.

C:\ABCModel3D\439857302811540.xlsx: 67299 user points  
X(Activity)Y(Broadness)Z(Continuity) 3D Scatter Plot

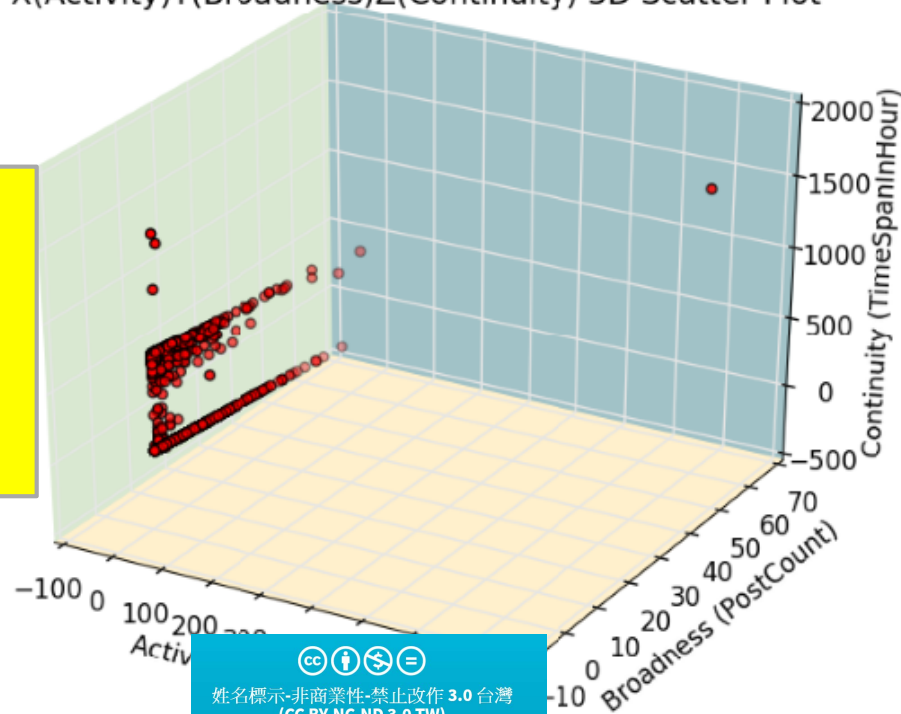


姓名標示-非商業性-禁止改作 3.0 台灣  
(CC BY-NC-ND 3.0 TW)

# 未經書面同意，禁止轉印或以任何形式散佈

Various B-index means this fan group/page probable provide differentiated topics.

C:\ABCModel3D\657676694269933.xlsx: 14350 user points  
X(Activity)Y(Broadness)Z(Continuity) 3D Scatter Plot

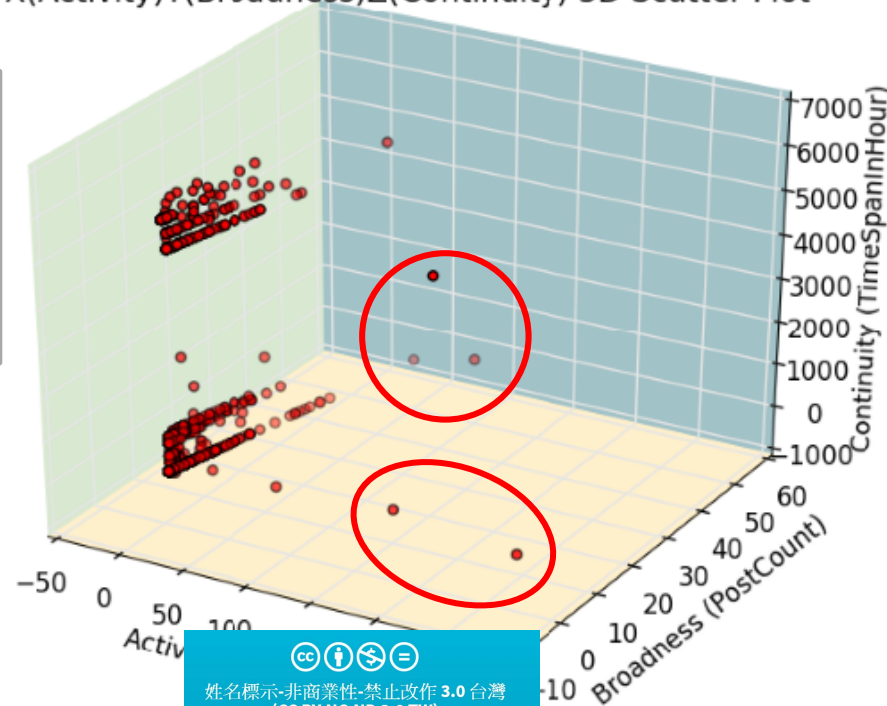


姓名標示-非商業性-禁止改作 3.0 台灣  
(CC BY-NC-ND 3.0 TW)

# 未經書面同意，禁止轉印或以任何形式散佈

Noteworthy conduct individuals. (may apply social science method, such as interview on them)

C:\ABCModel3D\691777560844943.xlsx: 14221 user points  
X(Activity)Y(Broadness)Z(Continuity) 3D Scatter Plot



姓名標示-非商業性-禁止改作 3.0 台灣  
(CC BY-NC-ND 3.0 TW)

# 未經書面同意，禁止轉印或以任何形式散佈

- ▶ 以上這些圖解，你如何詮釋？
- ▶ 我的詮釋方案：
  - ▶ 同一事件成立的不同粉絲團之間是一個生態體系
  - ▶ 在此生態系中，每個粉絲團有其「功能」
  - ▶ 這些功能除了由小編貼文決定，同時也由參與者決定



姓名標示-非商業性-禁止改作 3.0 台灣  
(CC BY-NC-ND 3.0 TW)

- ▶ 臉書粉絲團的體系觀點：使用者的角度

# 未經書面同意 禁止轉印或以任何形式散佈

## ▶ 熟悉你的研究標的：

### ▶ UGC

- ▶ 其實就是鄉民：酸言、反諷、表情符號
- ▶ UGC還代表他能隨時改變資料邊界

### ▶ 社群平臺寡佔資料取用規則

- ▶ 釋出原則與演算法惡夢
- ▶ 更高規格的隱私設定



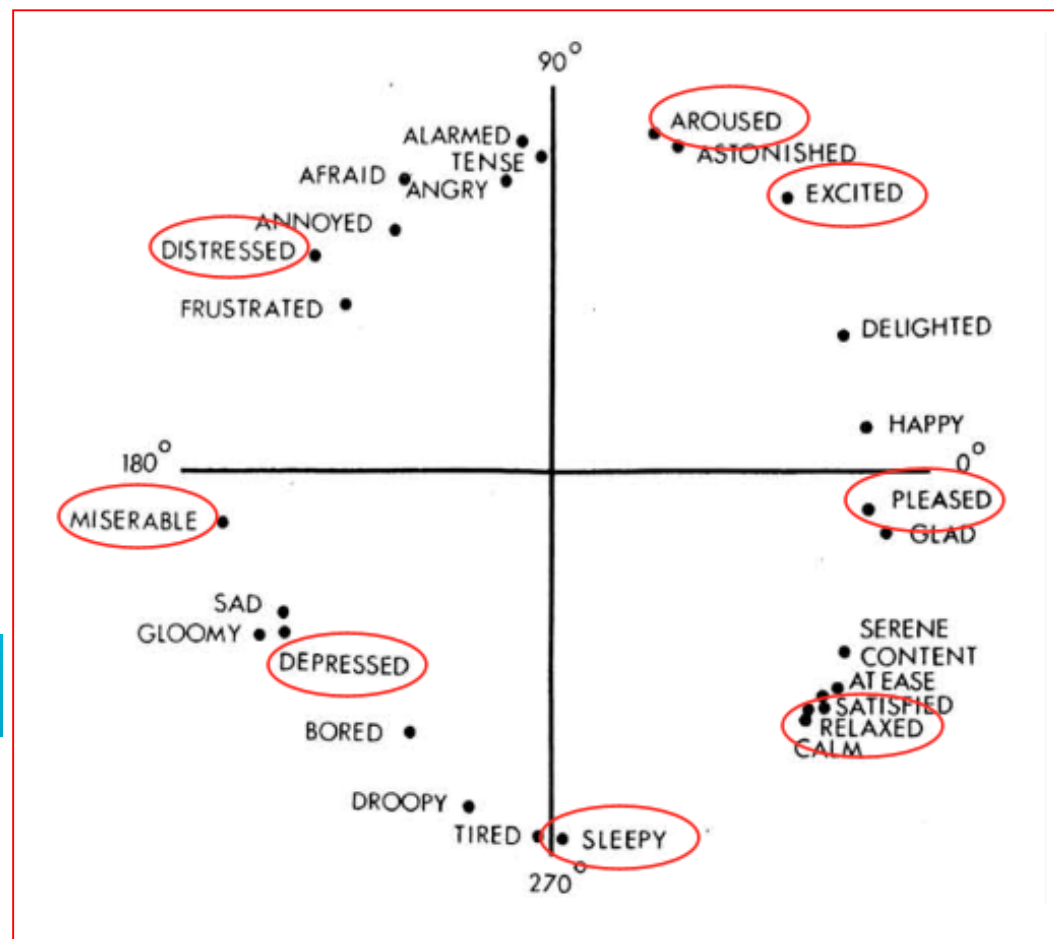
# 未經書面同意，禁止轉印或以任何形式散佈

- ▶ 斷詞斷句

## 全台大停電

- ▶ 詞頻與共現

- ▶ 正反向情緒詞



# 未經書面同意，社群禁止轉印或以任何形式散佈

## ▶ 更寬廣的研究視野：

- ▶ 以為你很懂中文，其實中文不懂你
- ▶ 從符號學、語意學到語用/符用學
- ▶ 從斷詞器開始研究

## ▶ 更多跨領域合作夥伴：

- ▶ Data-mining：co-clustering演算機
- ▶ 語用學/社會語言學家/語料庫語言學家... word association...



姓名標示-非商業性-禁止改作 3.0 台灣  
(CC BY-NC-ND 3.0 TW)



# 未經書面同意，禁止轉印或以任何形式散佈

- ▶ Bucher(2012):invisibility on Facebook is a new threat
- ▶ Crawford(2013): data fundamentalism
- ▶ Bassett(2015): a re-colonization of expertise by experts
- ▶ Gehl(2015): data is cheap, interpretation is the complement



姓名標示-非商業性-禁止改作 3.0 台灣  
(CC BY-NC-ND 3.0 TW)

# 未經書面同意，禁止轉印或以任何形式散佈

## 4.1 離題分析

- 問題意識緣起
- 初步/素樸工具應用
- 跨領域視野重整操作化定義
- 重塑資訊工具

## 4.2 藍綠字典

- 語言活動的一致性
- 政治活動的核心價值
- TF/IDF
- 效度檢測工具



姓名標示-非商業性-禁止改作 3.0 台灣  
(CC BY-NC-ND 3.0 TW)

未經書面同意，禁止轉印或以任何形式散佈

# 5.1 小編話語的私人化現象 (2019, 香港中文大學)

新聞原文	情殺案	重疊詞
54 友	52 直播	52 直播
52 台北	23 情殺	12 男
52 直播	20 男	10 情
49 邱姓	19 前	7 女
47 北	10 恐怖	7 渣
46 女	10 情	7 臉
46 廖男	10 砍死	6 前
46 情殺	9 渣男	6 報
46 邱女	8 女	6 導
41 檢書	7 堂姊	6 廖
38 分絲	7 報	6 新
38 粉方	7 死	5 蘋
38 警感	7 險	5 喪
37 殺害	7 殞	5 堂
35 殺	6 兇	4 死
35 廖姓	6 廖	4 恐
35 新聞	6 新	4 情
35 晚間	6 死	3 社
34 殺	6 真	3 TV
33 發現	6 社	3 保
31 一名	6 會	3 兇
31 死刑	6 醉	3 送
31 男子	5 醺	3 外
29 中山	5 喪	3 頭
29 前男友	5 正	3 大
29 大樓	5 雞	3 有
29 姓女	4 pupu	3 死
29 電話	4 外送	3 者
28 po	4 更新	3 牛
	4 殺女	3 郎
	4 牛	3 殺
	4 砍	3 預
		3 謀
		2 往
		2 情
		2 深
		2 治
		2 稱

# 未經書面同意，禁止轉印或以任何形式散佈

## 5.2 Social media editors' role on news flow: A case study of pilot strike news in Taiwan (2019, ITS)

term	News TF ranking	Posts TF ranking	deviation
權益 right	22	57	-35
希望 hope	19	39	-30
時間 time	17	38	-21
影響 influence	13	31	-18
小時 hour	16	32	-16

News-preferred terms

term	News TF ranking	Posts TF ranking	deviation
林佳龍Lin, Chia-Long, Minister of MOCT	128	53	75
何煖軒Ho, Shuan-Shuan, Chairman of China Airline	112	46	66
地勤ground handling	89	32	57
過勞overwork	95	47	48
春節Chinese New Year Holiday	55	10	45
社會society	49	34	15
取消cancel	33	19	12

Social media editor preferred terms



# 未經書面同意，禁止轉印或以任何形式散佈

## 5.3 釣魚文標題分析：「變這樣」 (鍾曉芳、李季陵、劉慧雯，2019)

### Investigation of Mandarin Clickbait Headlines:

#### A Case Study of *Biàn Zhèyàng*

##### Abstract

With the progress of Internet technologies, the ways how news are composed and spread have changed. Nowadays, the click rate of the online news has been used in evaluating the popularity of media platform. Therefore, headlines are now presented with the intent to attract from 'clicks' from the readers. Given this phenomenon, this research aims to investigate the linguistic techniques employed in Mandarin headlines. The clickbait manifestations of topics, word choices, and all represent in the result.

(1) 被 川普 3250 億 美元 新聞 嚇 醒  
*Bèi Chuānpǔ 3,250 yì měiyuán xīnwén xià xǐng*  
BEI Trump 325 billionsUSD news scare wake  
下 週一 台 股 聚 焦 這 件 事  
*xià zhōuyī tái gǔ jùjiāo zhè jiàn shì*  
next Monday Taiwan stock focus this CL thing  
'Due to the shock of the 325 billion dollars'  
news from Trump, **this thing** should be noticed  
by Taiwan stock market next Monday'

Second, the sentence did not give any hint about 'the thing'. Readers' curiosity was provoked by the covert of a definite and specific referent, although this referent is non-referring to the readers (Givón, 1978; 1995). This is somehow violating the rules of definiteness and markedness. When we have an object that is definite and specific such as *She*



姓名標示-非商業性-禁止改作 3.0 台灣  
(CC BY-NC-ND 3.0 TW)

##### 1 Introduction

With the widespread of Internet technologies,

未經書面同意，禁止轉印或以任何形式散佈

▶ Q & A

Contact

[huiwen@g.nccu.edu.tw](mailto:huiwen@g.nccu.edu.tw)

393091 \*62416



姓名標示-非商業性-禁止改作 3.0 台灣  
(CC BY-NC-ND 3.0 TW)