

## ▶ 訊息與宣傳問題簡史

自從有「訊息」開始，就有了假訊息。自從有了廣告之後，我們就開始試著分析「大眾心理」。而自從印刷機發明以來，我們又開始擔心大眾媒體受「腐化」的影響。然而在過去十幾年裡出現了一些全新的東西，它們所帶來的豐富訊息量是我們在十幾二十年前所無法想像的。

「推薦引擎」這類新科學，亦即基於個人訊息檔案，而由演算法選擇的內容，主導著現代的媒體格局。在這篇簡介裡，我們將釐清誤解並關注問題的核心，也就是訊息豐富度、人類心理學、用戶數據分析和媒體推薦演算法的交會點，亦即「宣傳（propaganda）」闖入現代社會之處。

## ▶ 目前的情況

你是否用過搜尋引擎尋找照片？或許你的部落格文章需要一個精準的標題、或是替賀卡找些風景照、辦公室派對傳單上使用的背景圖片等。通常搜尋出來的內容相當不錯，如果是在專業圖庫網站上搜尋（並知道如何設定搜尋條件），結果可能還會更好。

但你有沒有試過利用搜尋引擎來找「類型化」的圖片？請嘗試一下搜尋「醫生」，然後再搜尋護士的圖片，再搜尋教授、老師等，看到了什麼結果？

你可能會發現一些非常明顯的刻板印象：白髮蒼蒼的老教授穿著羊毛衫在黑板前講課、或是在黑板前對著熱情學生微笑的老師們；醫生穿著白

袍，輕巧的握著聽診器或在病歷上註記；身著藍色工作服的護士，也一樣拿著病歷與聽診器。這樣各位有概念了吧。

不過，隨便親自造訪一所學校、大學，或是一家醫院、家醫科診療室裡，你會發現實際上這些場所，很少會符合搜尋到的圖片。大多數學校、大學早就已經不用粉筆，改用白板和投影機了，能夠對成排整齊的學生進行演講的機會也越來越少（尤其是面對現在這些隨性的年輕學生們）。順帶一提，通常這些專業人士的穿著都會比較偏向非正式，因此實際情況當然也會比這些搜尋主題所產生的圖片更多樣化。

因此，搜尋引擎並不會為我們帶來「實際情況」，他們給的是我們「期待」看到的結果。經過人類撰寫編碼，加上來自用戶交流數據以及兩者不斷重複反饋循環組合後，這些搜尋的結果，漸漸變得更像我們腦中的「類化（generalization）」。亦即我們在腦海裡對人事物的「刻板印象」，構成我們選擇點擊的內容，而這些點擊便形成了搜尋引擎演算法所使用的原始數據。

反過來說，這些演算法會根據我們過去的集體點擊，形成預期用戶行為的「類化」，並根據這些數據，提供我們「最可能」會想將游標移過去點擊的結果。於是整個過程就是我們感知、類化、搜尋、點擊，機器感知（點擊）、機器類化、機器產生結果。

然而，這項流程並未就此結束。搜尋結果會被用在網路和印刷品上（這不就是我們一開始搜尋圖片的原因嗎？）。這些圖片慢慢的成為我們的「世界觀」背景裡的一部分，並進一步推動你我思想成形的類化，從而形成一個無限循環：人類感知→人類類化→人類行為→機器感知→機器類化→機器行為→人類感知→人類行為…並且在經過每一輪反饋循環

CHAPTER

# 1

## 注意！

訊息過量會影響我們觀看媒體的方式



本章將解釋從「訊息經濟」走向「注意力經濟」的轉變，並闡述「訊息 (information)」在網際網路上如何被建立、分享和消費的真實內涵。從訊息稀缺轉變為訊息豐富的時代後，訊息已不再是推動經濟發展的有效貨幣化商品。人們的「注意力焦點」成為了供應有限的「類貨幣化」商品，讓「內容推薦演算法」佔據原先訊息環境和經濟裡的關鍵位置。本章便要介紹讓這些演算法出現的一般經濟、認知和技術的相關背景。

峇峇

www.gotop.com.tw

## ▶ 品味如何建立？

你最喜歡的甜點是什麼？

我喜歡的應該是一份美好的無麩質巧克力蛋糕。上面有覆盆子、黑莓、也許還有一點冰淇淋…當然還要有像義式咖啡、美式咖啡或濃湯之類的飲料，也就是可以用來區隔這些豐富的味道、清潔口感，然後讓每一口的味道都像是第一口一樣美味。

我覺得光是寫下剛剛這段文字，體重就增加了幾磅。為何如此美味的東西，會對身體有壞處呢？！

當真如此嗎？

當我第一次在大學裡研究「演化心理學 (evolutionary psychology)」時，我記得學到人類通常會把對我們有利的事物加入演化的偏好中<sup>1</sup>，這些安全且幫助各位活到「可繁衍後代」年紀的有利事物，也讓我們可以放心的傳遞基因。只要被人類關聯到可以帶來「正面情緒」的事物，都會讓人更頻繁地做相同的事，而與「負面情緒」聯繫起來的事情便會被盡量避免。

---

<sup>1</sup> Steven Pinker, 《心智探奇》(How the Mind Works), New York, W. W. Norton & Company, Inc., 1997, 第 524–525 頁。

正如 Goldhaber 所描述，這不只是從一種待售材料轉移到另一種材料，而是一種完全不同的系統。貨幣跟「貨物和服務（貿易的現代版本）」的走向相反，反而是跟「注意力」走在相同的路上。

是的，我們仍舊會買東西（是的，內容製作商仍然會購買廣告，所以也有點像是在買注意力），但我們越來越不打算去購買想要或需要的東西，而是開始接受「取悅」，贏得我們注意力戰爭的贏家，便能收到我們的錢。

這便意味著不同類型的交易、不同類型的行銷和市場策略，以及進行這些交易的不同類型市場（從企業方面來看：Facebook 是媒體公司、社交俱樂部、公共集會場所或廣告代理商呢？）。

### ▶ 若你不必為商品付錢，你就是商品： 注意力變成商品、參與性變成貨幣

在面對假訊息和宣傳時，理解這種經濟轉型的幾種面向相當重要。首先，焦點（若你願意也可以稱作「瓶頸」）在於我們的「注意力」。人類認知系統的侷限性是經濟的基石，因為它能让供需方程式取得平衡。若想成為關鍵消費者，至少要關心這點，就算一點點也好。由於我們的注意力是在網路、電視與任何形式媒體進行交易的主要「商品」。在許多情況下，即使跟錢無關，我們也都在這些交易裡扮演重要的經濟角色。你的「注意力」就是商品，你的「參與性」就是貨幣，因此這也正是為何在網路上追蹤我們的活動，對於處理訊息的公司來說非常重要。只要注意力經濟存在，像「劍橋分析」這樣的公司就會存在。這是利用有關

客戶、競爭對手甚至選民數據的公司，能為不同選民提供量身訂製的廣告，其目的是影響、甚至操縱他們的行為<sup>12</sup>。

其次，由於你我的注意力是新經濟裡的主要商品，因此我們每天使用的數位平台，其設計宗旨即在操縱和衡量我們的注意力。正如前 Google 員工和技術評論家特里斯坦·哈里斯（Tristan Harris）所說：「一小部分的人，在少數幾家科技公司工作，他們的選擇卻能引導十億人今日的想法」<sup>13</sup>。

或者，讓我們的語氣不要那麼「反烏托邦」，改成：因為我們最常使用的技術，通常也是設計得非常好的技術，以致於讓我們不斷回頭使用這些科技公司的技術。不過正如同食物、酒精、性愛、開車、運動，甚至許多美好事物一樣，一切都可能在你不經意或過度使用的情況下，變得非常危險。

當平台從廣告中賺錢時，而且當更多的人在這些平台上花更多的時間，讓他們能賺到更多錢時，一切就顯得難以避免。但是，重點來了，你看到廣告時（稱為曝光），他們會賺到一些錢，當你點擊廣告時，他們可

---

<sup>12</sup> 有關劍橋分析公司（Cambridge Analytica）的更多訊息，請參閱衛報新聞的「The Cambridge Analytica Files」，[www.theguardian.com/news/series/cambridge-analytica-files](http://www.theguardian.com/news/series/cambridge-analytica-files)。

<sup>13</sup> 保羅·劉易斯（Paul Lewis），「Our Minds Can Be Hijacked': The Tech Insiders who Fear a Smartphone Dystopia（思想可以被劫持：擔心智慧型手機反烏托邦的技術內幕人士）」，衛報，2017.10.06，[www.theguardian.com/technology/2017/oct/05/smartphone-addiction-silicon-valley-dystopia](http://www.theguardian.com/technology/2017/oct/05/smartphone-addiction-silicon-valley-dystopia)。

## ▶ 宣傳的定義

「宣傳（propaganda）」這個名詞來自傳播（propagate），亦即散佈消息之意。在最古老的背景下，它是指透過口耳相傳或透過印刷媒體來傳播訊息。在這個意義上，它與出版（公開訊息）和傳福音（分享好消息）類似。但在更近的現代定義裡，它開始產生更加險惡的語意。雅克·埃呂爾（Jacques Ellul）在他的經典之作《Propaganda: The Formation of Men's Attitudes》（宣傳：塑造人的想法）一書中寫道：

「宣傳」是由一個有組織的團體所採用的一套方法，希望能透過心理操縱，在心理上統一思想並融入組織中，實現讓大量個體主動或被動參與此組織的期望行為<sup>21</sup>。

我覺得這個定義很有用，但對數位時代來說尚有不足之處。以組織作為核心代理人，以及目標是在擴展組織的想法，只占目前在網路上所見宣傳活動的一小部分。

如今，成為一個組織「註冊會員」的想法，大量取代了不同程度參與運動的作法。也由於這種「會員資格」運動所帶來的差異，以及現代公民可獲得的各種訊息和媒體，讓我們在如何定義「宣傳」上，還需加入一點不同的細微差異。

---

<sup>21</sup> Jacques Ellul, 《Propaganda: The Formation of Men's Attitudes》（宣傳：塑造人的想法），New York, Vintage Books, 1965, 第 61 頁。

## 注意力的觸發點

注意力非常珍貴。如此高度的神經激活，以及正在進行的處理過程，都需用到大量的能量。這種處理的能量同樣非常珍貴。因此，大腦會將一小部分時間和數據保持在較低的激活狀態，以避免用上如此昂貴耗能的意識力。

當然，這種高效有序的系統需要結構，也就是決定我們該注意什麼、什麼時候該注意的規則。而在面對外部刺激如視覺、聲音、氣味等，經過人類數千年演化過的自然選擇後，便出現許多優先順序的規則。

正如我們已經討論過的，人類的遺傳密碼主要是由我們的古代祖先為生存而奮鬥所形成<sup>5</sup>。因此，150,000年前在大草原上跟生死存亡相關的事物，在今日更可能引起我們的注意。如果有人偷偷溜到你身後，突然發出響亮的聲音，你會嚇得跳起來，大量吸入額外的氧氣（喘息），你的頭髮會豎起來（這是祖先遺留下來的，讓自己看起來更大更猛的方法），心跳也會加速（準備為肌肉提供額外的氧氣，以使用來進行戰鬥或逃離）。也許更令人驚訝的是，如果他們打算再次偷偷嚇你，但這次他們先警告你了，雖然這次你知道一切即將發生，但某些相同的生理反應仍會出現。

<sup>5</sup> Jerome H. Barkow, Leda Cosmides, 與 John Tooby (eds), 《The Adapted Mind: Evolutionary Psychology and the Generation of Culture》(適應的思維：進化心理學與文化的產生), New York, NY: Oxford University Press, 1992。



## ▶ 不是退出網路就能天下太平：GamerGate 如何將社群媒體變成現實生活的武器？

2014 年，一群活動人士開始在 Twitter 上出現，跨國進行組織，並且傳播他們的訊息。他們正在進行的不是一場新的戰鬥，但有些戰術是新的，他們在組織團體與實踐的手段上，呈現出既多且更強大的規模。這種技術純熟活躍分子的鬆散聯盟，在網路上互相找到彼此，並招募其他人加入，同時還抵制敵人的進展。他們的線上策略所帶來的影響，竟然也對「真實」世界產生了顯著的影響。

雖然這上面說的情況對於佛格森的抗議者來說，都是實際發生的真實事件，但我在這邊指的並非那種情況。2014 年時，另一群人出現在國家舞台上，同樣也是大部分透過 Twitter 進行運作。這群人的組織便是 GamerGate。當時，這個團體並不是在為社會正義而鬥爭，而是跟那些被稱為「社會正義戰士（social justice warriors）」或者簡稱為 SJW 的人，進行明顯的反社會鬥爭。

這些 GamerGater 的主要成員是年輕、白人、異性戀和男性，他們譴責遊戲界的多元化，認為這是對直男白人這種遊戲裡的「少數民族」攻擊。不過這並非只是一場言語或思想上的論戰而已，還是一場涉及身體暴力威脅的戰鬥，由於威脅如此真實，以致於這些受到威脅的人，逃離了自己的正常生活。戰鬥也不光是停留在 GamerGate 組織裡，在這個群組裡還形成了一項新的運動，亦即所謂的 alt-right（另類右翼）運動。

## ► 迎接新的戰爭，就像冷戰時期一樣

現實的情況是俄羅斯將自己描述為處於「對抗美國的訊息戰」狀態，當然其中也包括對抗北約盟國<sup>4</sup>。多年來，俄羅斯一直使用網站、部落格和社群媒體，作為他們在訊息軍械庫裡的最新工具，以使用來對付美國、英國、歐盟、北約、烏克蘭和敘利亞反抗軍等。他們的目標是擴大其「帝國」<sup>5</sup>，充實普丁的「核心集團」，削弱歐盟和北約，並詆毀西方民主。至少要在俄羅斯周邊地區，促成一種狹隘的假民主，讓少數腐敗的寡頭政治家，為了自己的利益來掌管國家經濟<sup>6</sup>。

但俄羅斯不是這場行動唯一上場的球員。俄羅斯在美國和歐洲支持的極右翼民粹主義團體，也扮演了真實的角色。引發這些反移民民粹主義者的憤怒，加上激進的難民危機，也都是現實發生的狀況。還有俄羅斯在敘利亞和其他地方的活動，肯定也會助長這場危機。這些團體在俄羅斯介入、資助（如果有需要的話）之前，都已經對他們自己國內產生影

---

4 Martin Kragh 與 Sebastian Åsberg，「Russia's strategy for influence through public diplomacy and active measures: the Swedish case（俄羅斯透過公開外交和積極措施產生影響的策略：瑞典案）」，*Journal of Strategic Studies* 40/6，2017，DOI: 10.1080/01402390.2016.1273830，第 6 頁。

5 Stephen Blank，「Moscow's Competitive Strategy（莫斯科的競爭策略）」，*American Foreign Policy Council*，2018.07，第 2 頁。

6 Heather A. Conley, James Mina, Ruslan Stefanov, 與 Martin Vladimirov，*《The Kremlin Playbook》*（克里姆林宮教戰手冊），Lanham: Rowman & Littlefield，2016，第 1 頁。

「瑞典 - 北約」共同協議於 2016 年 5 月正式簽署，但俄羅斯的影響行動至今仍在瑞典繼續進行著。根據一名號稱在俄羅斯網際網路研究機構（負責拉赫塔、Lakhta 項目的人）秘密工作的記者宣稱，俄羅斯的宣傳人員將目標瞄準了 2018 年瑞典的全國大選<sup>19</sup>。這是有道理的，俄羅斯認為來自北約的威脅並沒有消失，如果有的話，波羅的海和斯堪地納維亞半島的俄羅斯軍事壓力便會增加<sup>20</sup>，而且沒有理由期待在瑞典發生的俄羅斯訊息戰，能在短期內降溫。

## ► Fancy Bear 組織和 2016 年的迷因世界大戰

大家都知道或至少懷疑，俄羅斯在網路上進行了各式各樣的訊息戰行動，但受到最詳細調查的行動，應該就是俄羅斯為了影響 2016 美國總統大選所做的努力。俄羅斯在 2016 年美國總統大選前後，進行了至少四次影響行動，目的是消除西方阻礙俄羅斯地緣政治目標的障礙，尤其是要取消歐巴馬時代對俄羅斯國家和獨裁政治的制裁。這些行動以及美

---

<sup>19</sup> 「Journalist who infiltrated Putin's troll factory warns of Russian propaganda in the upcoming Swedish election-'We were forced to create fake facts and news' (滲透到普丁網軍工廠的記者在即將到來的瑞典大選中警告俄羅斯的宣傳：我們被迫製造假事實和新聞)」，Jill Bederoff，Business Insider，2018.04.07，<https://nordic.businessinsider.com/journalist-who-infiltrated-putins-troll-factory-warns-of-russian-propaganda-in-the-upcoming-swedish-election---we-were-forced-to-create-fakefacts-and-news--/>。

<sup>20</sup> 「Russia's growing threat to north Europe (俄羅斯對北歐增強威脅)」，The Economist，2018.10.06，[www.economist.com/europe/2018/10/06/russias-growing-threat-to-north-europe](http://www.economist.com/europe/2018/10/06/russias-growing-threat-to-north-europe)。

國大眾可能還不太清楚的其他行動，都是由俄羅斯總統府所指示：也就是由普丁及其親信們所下達。

第一個影響行動是來自俄羅斯軍事情報部門（GRU），由名為 APT28 或 Fancy Bear 組織中的駭客團隊所做。Fancy Bear 攻擊了重要的民主黨人目標，並公開了一些有失體面的資料以詆毀他們，以打壓希拉蕊·柯林頓贏得大選的機會。

第二次公共影響行動由網際網路研究機構（IRA）在 Facebook、Instagram、Twitter、YouTube、Tumblr、Medium 等社群媒體平台上進行。他們建立並強化支持唐納·川普，詆毀希拉蕊的媒體素材，並鼓勵美國政治左翼的許多團體投票給第三方候選人或不要去投票。這兩項行動都直接針對美國公民，而且是在網路上公開進行。

另外還有兩個更隱蔽，更注重商業導向的行動。其中之一是透過像瑪麗亞·布蒂娜（Maria Butina）等俄羅斯特工，與美國的公眾人物和商界領袖之間建立關係，培養人脈資源，而這些關係主要為了（但不僅限於）政治影響力。

就 2018 年因對美陰謀而被定罪的布蒂娜而言，她的主要目的似乎是要建立俄羅斯與美國保守派之間的連結，可能是為了說服他們運用影響力來取消對俄羅斯的制裁<sup>21</sup>。

---

<sup>21</sup> 「Maria Butina's Defiant Plea and Yet Another Russian Ploy（瑪麗亞·布蒂納的辯護說法和另一種俄羅斯策略）」，Natasha Bertrand，The Atlantic，2018.12.13，[www.theatlantic.com/politics/archive/2018/12/maria-butina-pleads-guilty-russian-agent/578146/](http://www.theatlantic.com/politics/archive/2018/12/maria-butina-pleads-guilty-russian-agent/578146/)。