

臺北市立建國高級中學
第十六屆人文社會資優班專題論文

指導老師：曾慶玲老師

資訊可信度與涉入程度之關聯性——以建中生為例

學生：林柏宇 撰

中華民國一一〇年

目錄

第一章 緒論	3
第一節 研究動機.....	3
第二節 研究目的與研究問題.....	4
第二章 文獻探討	5
第一節 假訊息的界定.....	5
第二節 資訊可信度.....	7
第三節 涉入程度.....	10
第三章 研究設計	11
第一節 研究架構.....	11
第二節 研究工具.....	12
第三節 研究對象與抽樣程序.....	14
第四節 研究限制.....	15
第四章 研究結果與討論	16
第一節 研究樣本分析.....	16
第二節 不同年級對資訊可信度的差異分析.....	19
第三節 不同政黨傾向對資訊可信度的差異分析.....	19
第四節 不同媒體偏好對資訊可信度的差異分析.....	21
第五節 媒體使用時間和資訊可信度的關聯.....	23
第六節 涉入程度和資訊可信度的關聯.....	25
第五章 結論與建議	26

第一節 研究結論.....	26
第二節 研究建議.....	28
參考文獻.....	29
附錄一 專家效度.....	33
附錄二 正式問卷.....	34

第一章 緒論

假訊息的傳播已經是需要社會共同關注的議題，而探討假訊息的資訊可信度有助於了解它的傳播。以下分別闡述本研究的研究動機、研究目的與問題。

第一節 研究動機

隨著網路科技的發達，資訊的傳播更加方便和快速，卻也使得未經證實的訊息更容易產製。加上帶有聳動標題的假訊息能增加點擊率，進而帶來廣告收益，造成假訊息在社群媒體中無所不在（姜家涵，2018）。除了經濟誘因外，目前政治極化社團、仿新聞網站已充分利用媒體聚合，與多個粉絲專頁合作，加強假訊息在台灣的傳播力道（林照真，2018）。而曾柏瑜和沈伯洋曾在 2020 年 1 月到 3 月對在台灣臉數散佈的假訊息進行研究，發現部分資訊操作案例可觀察到和中國協同操作的痕跡，以及假訊息充分利用演算法加強人對其的相信程度，也有假訊息透過金錢請台灣的網紅協助宣傳（曾柏瑜、沈伯洋，2020）。假新聞已足以影響民眾的決策，可能成為影響民意或政治鬥爭的工具，並對國家的民生經濟和民主發展產生影響（姜家涵，2018）。如：2018 年的衛生紙之亂，便因為大潤發於 2018 年 2 月 23 日發佈衛生紙漲價的假訊息，造成民眾瘋狂囤貨的現象。由此可見，假訊息的傳播是值得台灣社會探討的議題。

要了解假訊息的傳播，可以從探討閱聽人對假訊息所認知到的資訊可信度下手（information credibility），因為資訊可信度對於閱聽人的後續行為具有強大的預測力（McKnight & Kacmar，2006）。學者將資訊可信度的定義為閱聽人對資訊的相信程度（Li & Suh，2015）。測得的資訊可信度越高，表示閱聽人越相信該資訊。

同時也可以對資訊可信度的相關的因素進行探討。相關文獻指出閱聽人的政黨傾向、媒體使用習慣、涉入程度等因素與閱聽人所認知到的可信度有關。透過研究與假訊息之資訊可信度相關的因素，就能進一步了解何種因素和假訊息的傳播有所關聯。

而根據研究者自身生活經驗，對身旁的高中生對假訊息所認知到可信度與其影響因素感到興趣，因此採用建中生作為研究對象。

綜合以上，本研究將探討建中生對假訊息所認知的資訊可信度為何，建中生的政黨傾向、媒體使用習慣和涉入程度為何，以及這些變項與資訊可信度是否具有關聯性。

第二節 研究目的與研究問題

綜合上述研究動機，本研究的研究目的有三：

1. 探討不同年級、政黨傾向的建中生對假訊息所認知資訊可信度的差異。
2. 探討不同媒體偏好、媒體使用時間的建中生對假訊息所認知的資訊可信度的差異。
3. 分析建中生對假訊息所認知的資訊可信度和涉入程度的關聯性。

綜合以上研究目的，本研究的研究問題如下：

1. 不同年級、政黨傾向建中生對假訊息所認知的資訊可信度是否有差異？
2. 不同媒體偏好、媒體使用的建中生對假訊息所認知的資訊可信度是否有差異？
3. 建中生對假訊息所認知的資訊可信度和涉入程度是否具有關聯？

第二章 文獻探討

本章首先界定本研究的假訊息，再來是對資訊可信度的定義及相關研究進行探討，最後針對涉入程度的理論加以闡述。

第一節 假訊息的界定

由於假新聞（fake news）並不足以描述資訊污染（information pollution）的現象，並且假新聞已經逐漸被大眾用來指稱與自己政治立場不相符的新聞。因此本研究採用歐洲理事會在 2017 年出版一份有關假訊息的報告中，所使用的「資訊失序（information disorder）」概念中的虛假訊息（mis-information）和錯誤訊息（dis-information）的定義替代假新聞一詞。

一、資訊失序的種類

資訊失序的種類根據是否為虛假（false）和是否有害（harmful）分為：虛假訊息、錯誤訊息惡意訊息（mal-information，Wardle & Derakhshan，2017），如圖 2-1。

虛假訊息指的是虛假的訊息，但並非以造成傷害為目的而創造。例如：台灣社群媒體上曾流傳，拍照時比 YA 的動作會致使指紋遭複製（台灣事實查核中心，2021）。

錯誤訊息指的是虛假的訊息，並且為了傷害他人、社會或國家而產生。錯誤訊息的案例有：2017 年法國總統大選的過程中，有人偽造了一份比利時的法語日報 Le Soir，其中一篇虛假的文章稱總統候選人 Macron 受沙烏地阿拉伯贊助（CrossCheck，2017）。

惡意訊息是基於事實的訊息，用於對個人、組織或國家造成傷害。2017 年 5 月 7 日法國總統候選人 Macron 的電子郵件遭到洩漏，且電子郵件內的訊息是真實的，而洩漏的目的在於給予 Macron 選戰造成傷害（Donadio，2017）。

儘管惡意訊息也已引發了許多問題（Wardle & Derakhshan，2017），但是惡意訊息是事實的訊息再透過惡意揭發或傳播而造成傷害的真實訊息，並非本研究關注的虛假訊息，因此在本研究中的資訊失序將只針對虛假訊息和錯誤訊息進行探討。

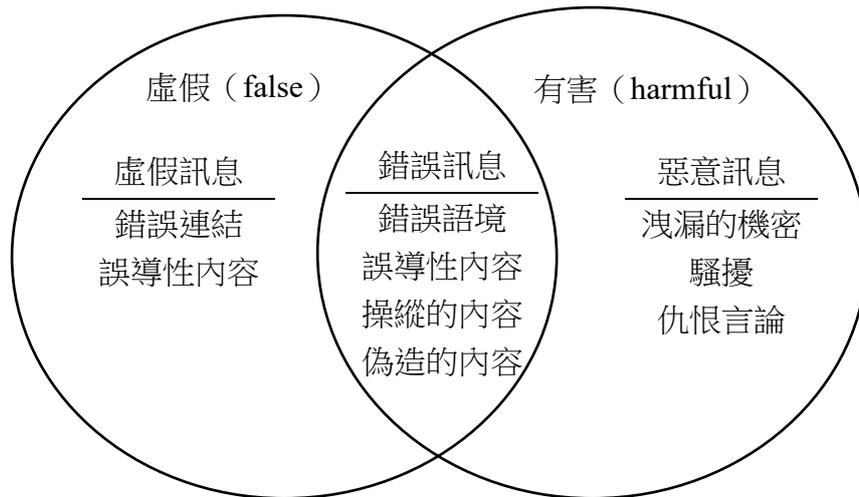


圖 2-1 資訊失序的三個種類

資料來源：Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking* (Council of Europe report DGI(2017)09). from [https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/information-disorder#%2235128646%22:\[0\]](https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/information-disorder#%2235128646%22:[0]) (p.20)

二、資訊失序的要素和階段

Wardle 與 Derakhshan (2017) 認為資訊失序可以包含三個要素：傳播者 (agent)、訊息 (message) 和詮釋者 (interpreter)。代理人指的是因為某些目的創造、產生和散佈資訊的人。詮釋者則是接受資訊並作出反應的人。

Wardle 與 Derakhshan (2017) 主張探討資訊失序的生命週期也有助於理解資訊失序，而資訊失序的生命週期可以分為三個階段：創建 (creation)、生產 (production，訊息成為媒體產品¹) 和散佈 (distribution)。以 2016 美國總統大選期間，教宗支持川普擔任總統的資訊失序為例：該文章首先被匿名的人「創建」，再被刊登再偽新聞網站 WTOE5 是為「生產」，最後被偽新聞網站所聘用的人分享 (即「散佈」) 在 Facebook 上。

¹ media product，指任何形式的書籍、雜誌、錄音檔、軟體、電腦遊戲等。

第二節 資訊可信度

本節將分別探討資訊可信度在學術研究的沿革，以及資訊可信度的定義和構面。

一、資訊可信度的研究源起

美國 Roper 機構自 1959 年就媒體可信度進行全國性的調查，以「報導有差異的情況下，會選擇哪一種媒體」的問題測量出「相對可信度」(relatively credibility)。歷年 Roper 所做的調查結果大致相同，電視第一，報紙第二，有時超過電視，廣播第三，雜誌殿後（引自葉恆芬，2000）。

Roper 機構的問法簡單易行，提供後續研究者測量媒體可信度的依據，如 1966 年 Greenberg ；1973 年 Shaw 等。

然而 Roper 機構的問法排除受訪者同時利用兩個以上新聞來源的情形。後續研究者發展出：「對於媒體可信度，分數從零到百分之百，百分之百代表可信，則報紙、電視、雜誌的可信度分別為多少」的問法（Cater & Greenberg，1965）。不過此方法仍未提供受訪者認知參考點（cognitive reference point，引自葉恆芬，2020）。

Gaziano 與 McGrath（1986）運用焦點團體法和電話訪問進行一項全國媒體可信度調查。這項調查首次使用較清楚的敘述句（如：是否公平；是否區分事實和意見等）作為可信度的指標，使受訪者比較容易拿捏其意義。

Meyer（1988）刪除了前述 Garziano 與 McGrath 研究可信度量表中沒有貢獻的題目，最後留下五項可以有效率測得媒體可信度的題目，分別是：公正與否（Fair or unfair）、是否有偏見（Unbiased-baised）、完整報導與否（Tell-Doesn't tell the whole story）、正確與否（Accurate-Inaccurate）、可被信任與否（Can't trusted-Can't be trusted）。

葉恆芬（2000）針對網路新聞可信度的研究中，結合了 Meyer 年 1988 的可信度量表和 Johnson 與 Kaye 1998 年以網路新聞可信度為研究對象的可信度量表，新增了深度（deep）作為指標，以應對網路媒體超文本的特性。

總合上述有關可信度的研究可以發現，有的研究修正 Roper 機構的研究進行不同媒體間可信度的比較，有的則探討可信度的測量方式。

二、資訊可信度的定義

資訊可信度（information credibility）的相關研究主要聚焦於資訊可信度在閱聽人被說服過程中所扮演的角色（McKnight & Kacmar，2007）。

資訊可信度的定義為閱聽人對資訊的相信程度（Li & Suh，2015）。資訊可信度對於閱聽人的後續行為具有強大的預測力（McKnight & Kacmar，2006）。Eysenbach 在 2007 指出資訊可信度能夠以媒體可信度（medium credibility）、訊息可信度（message credibility）和來源可信度（source credibility）三個構面進

行測量（引自 Li &Suh,2015）。

（一）媒體可信度

媒體可信度指的是閱聽人對其使用的媒體所感知到的可信度（Newhagen &Nass，1989）。Li 與 Suh（2015）根據 Scoble 與 Israel 在 2006 年； Ha 與 James 在 1998 年； Burgoon, Bonito, Dmbar, Kam, 與 Fischer 在 2002 年以及 Ito 在 2008 年等人的研究，統整出媒體依賴程度（medium dependency）、互動性（interactivity）和媒體透明程度（medium transparency）三個能夠測得媒體可信度的變項。

Jackob（2010）所進行有關「媒體依賴程度」、「替代訊息來源的使用」和「大眾信任媒體」相關性的研究指出，對媒體依賴程度越高者，所認知到的媒體可信度越高。Flanagin 與 Metzger（2000）認為閱聽人更加依賴特定媒體獲取資訊時，他們會比其他閱聽人更相信該媒體的訊息。

先前的研究顯示，閱聽人在媒體感受到更高程度的互動性時，會傾向信任來自該媒體的資訊（Scoble &Israel，2006）。

Butler 在 1991 年的研究中，將媒體透明程度定義為閱聽人在特定媒體上所感受到，自由地、誠實地和他人分享資訊的意願。Yang 與 Lim 在 2009 年的研究指出，媒體透明程度是建立信任關係的關鍵（引自 Li &Suh，2015）。

（二）訊息可信度

訊息可信度是指訊息傳達過程中，訊息本身的可信度，取決於訊息的時近性（currency）、精確性（accuracy）和訊息品質（informational quality，Metzger, Flanagin, Eyal, Lemus, &McCann，2003）。Li 與 Suh（2015）則以論點強度（argument strength）以及訊息品質（information quality）作為訊息可信度的變項。

論點強度的定義是閱聽人認為該論點「具說服力」或「有效支持其立場」的程度（Cacioppo &Petty，1983）。並且，論點強度可以經由完整性和邏輯進行評估（Kim &Benbasat，2009）。當閱聽人接受到的訊息具有有效的論點，他將對該訊息保持正向態度且認為他是可信的（Cacioppo &Petty，1983）。

訊息的呈現方式會影響閱聽人進行決策（Ball-Rokeach，1998）。Wathen 與 Burkell（2001）針對網路上的可信度影響因素的回顧研究也指出，訊息的呈現方式（如：寫的好壞、組織性）會影響訊息是否被相信。

（三）來源可信度

來源可信度是指閱聽人對訊息發送者所認知的可信度，注重訊息發送者的專業性、值得信賴與否。然而 Li 與 Suh（2015）認為，香港雨傘革命等案例顯示，來源可信度和閱聽人是否相信該訊息沒有關聯，因此在研究中不將來源可信度作為資訊可信度的構面。Pornpitakpan（2006）回顧了過去五十年間有關來源可信度的研究，則指出來源可信度對說服閱聽人的影響會隨時間下降。

由於先前有研究認為來源可信度和閱聽人是否相信訊息沒有關聯，以及有

研究指出來源可信度的影響會與時抵減，因此本研究不採用來源可信度作為資訊可信度的構面。

三、資訊可信度的影響因素

民眾的政黨傾向對可信度可能存在關係。在盧鴻毅（1992）對台北市高中職學生進行的報紙、電視新聞可信度評價研究中，指出「政黨傾向」對電視新聞的評價具預測力。葛健生在 1991 年的研究顯示，黨派認同國民黨的人認為電視新聞可信度較高（葛健生，1991）。

媒體使用情形能夠反映閱聽人對媒體認知的可信度，因為閱聽人會較常使用那些可以提供他們較正確資訊的媒體。而媒體偏好和媒體使用時間，是最常用來解釋媒體可信度的兩個變項（葉恆芬，2000）。Westley & Severin（1964）的研究顯示閱聽人最相信其偏好的媒體。該研究也指出媒體使用頻率與時間和閱聽人認知的媒體可信度有關，並且閱聽人使用媒體的時間越長，對該媒體的可信度越高。

此外，羅文輝、陳世敏（1993）的研究發現，年紀越輕的人對電視及報紙的可信度越高。並且，Abel 與 Wirth 在 1977 年、Greenberg 在 1966 年的研究指出教育程度程度高者，相較於低者更不信任媒體（引自葉恆芬，2000）。而不同年級的建中生的年齡和教育程度不同，因此研究者推測不同年級的建中生所認知的資訊可信度可能有所不同。

綜上所述，不同政黨傾向、媒體使用情形和年級的建中生，所認知的資訊可信度可能存在差異。

第三節 涉入程度

本節將探討涉入程度的定義，以及涉入程度與資訊可信度的關聯。

一、涉入程度的定義

涉入程度 (involvement) 是指一種內在的心理狀態，其受到個人、產品、事件、情境或是其他特別刺激的影響，感受到該事物對自己的重要性以及關聯性，進而對該事物產生不同程度的關注水準 (吳肇銘, 2010)。而根據推敲可能模式 (Elaboration Likelihood Model) 認為，涉入程度和人如何判別訊息有關。

Cacioppo & Petty (1983) 提出的推敲可能模式認為人在處理訊息時會有兩種極端方式：中央路徑 (central route) 和邊陲路徑 (peripheral route, 或譯周邊路徑)。當涉入程度高時，人會傾向採用中央路徑處理資訊，此時人會對訊息的強度與質量進行深度分析以決定是否改變對事物的態度。而當涉入程度低時，人會傾向採用邊陲路徑處理資訊，此時人會滿足於當前的認知，不願耗費更多精神分析訊息，也更容易被訊息的圖片、音樂等表觀特徵所說服。

由以上學者論點可知涉入程度的高低不同會使人處理訊息的慎思熟慮的程度會有所不同。

二、涉入程度與資訊可信度的關聯

同時，有相關研究顯示，涉入程度和資訊可信度有關 (汪志堅、李欣穎, 2005; 許文儀、梁朝雲, 2007)。

汪志堅和李欣穎 (2005) 探討來源可信度、情感認同與涉入程度對網路謠言闢謠效果之影響的研究中，分析不同涉入程度的受試者在接受闢謠訊息後，對謠言相信程度改變是否有所不同。根據該研究的結果，高涉入程度者對謠言的相信程度的改變成度較低涉入程度者還大，證實涉入程度會影響人接受闢謠訊息與否。

許文儀和梁朝雲 (2007) 提供受試者網路謠言以探討來源可信度、情感認同和涉入程度是否影響大學生採信網路謠言的研究亦指出，涉入程度對人相信網路謠言的程度有所影響。

綜合以上，本研究認為假訊息的資訊可信度與涉入程度可能具有關聯性。

第三章 研究設計

根據本研究的研究問題和研究目的，採用可以大量施測且量化的問卷調查法。以下依序說明本研究的研究架構、研究工具、研究對象與抽樣。

第一節 研究架構

根據文獻探討，本研究嘗試探討閱聽人的背景變項、涉入程度，影響閱聽人對資訊失序所認知的資訊可信度，並依此整理出本研究的研究架構如圖 3-1。以下並分別介紹本研究架構中的自變項與依變項：

一、自變項

(一) 背景變項

1. 年級
2. 政黨傾向：政黨認同上偏向何政黨。
3. 媒體使用情形：分為媒體偏好和媒體使用時間。

(二) 涉入程度

是指訊息對訊息接受者的重要性與關聯性。

二、依變項

資訊可信度：是指閱聽人對資訊的相信程度

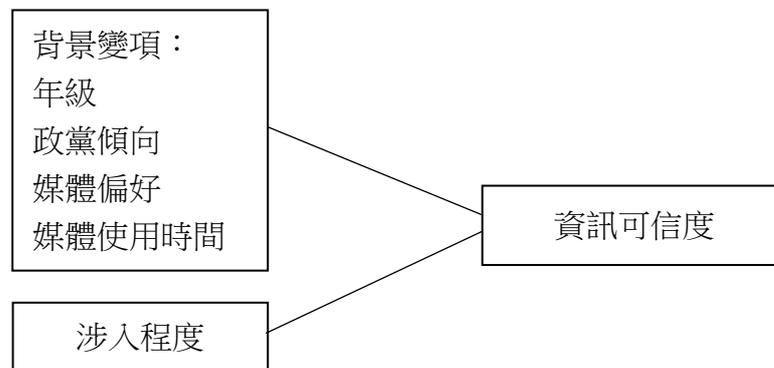


圖 3-1 研究架構圖

第二節 研究工具

一、問卷量表的選擇

本研究依據研究的文獻探討，發現相關研究已有發展良好的量表，因此本研究擬選用現成的量表，以下針對兩個量表加以說明：

(一) 涉入程度

汪志堅、李欣穎（2005）採用 1995 年 Mittal 關於涉入程度的量表，作為探討閱聽人的涉入程度對謠言相信程度影響的問卷。量表一共有 5 題，使用 1955 年 Osgood 與 Tannenbaum 提出的語意差異法為概念，各題向分別給予 5 至 1 分，分數越高代表受訪者在此題項的同意程度越高。

(二) 資訊可信度

資訊可信度參考自 Li 與 Suh（2015）的資訊可信度量表。該量表為英文量表，英翻中後再經過專家諮詢確認。量表共有 4 題，使用五點量表，依「非常同意」、「同意」、「中立」、「不同意」、「非常不同意」，分別計 1 至 5 分，分數越高代表受試者所認知的資訊可信度越高。

二、訊息的挑選

首先，為了避免受試者察覺問卷提供的資訊皆為假訊息而全數選擇不相信所有資訊，本研究同時放入改編後的真訊息和假訊息。其中資訊一、資訊三為真訊息，而資訊二、資訊三為假訊息。

其次，如果資訊過於容易判斷為真訊息、假訊息，則難以分析受試者是否經由推敲可能模式的中央路徑，因此本研究選擇真假難辨的資訊做為進行問卷調查的資訊。

最後，為了避免假訊息散步的時間過長，使得受試者早已知道該資訊為假訊息，因此本研究選擇的皆為 2021 年後的資訊。

(一) 資訊一

資訊一改編自〈手機有安裝「這 10 款 App」快刪__恐盜你銀行帳號〉的網路新聞（Etoday 新聞雲，2021）。經由事實查核網站《Cofacts 真的假的》查核，該訊息屬實（Cofacts 真的假的，2021）。研究者選擇該資訊的原因為該資訊涉及部分資訊科技的專業知識，無法輕易判斷真假。

(二)、資訊二

資訊二改編自〈恭喜全國 60 萬的外籍勞工...可以任意換老闆...雇主必須免費提供少 21 天返國探親假+14 天特休假和機票...如果雇主不給外勞續約，外勞想繼續在台就可以選擇逃跑，法規沒有處罰外勞〉，該資訊經由台灣事實查核中心認定為假訊息（台灣事實查核中心，2021）。研究者選擇該資訊的原因為根據

研究者自身生活經驗，建中生和移工接觸的機會少，也不會負責處理移工契約等相關問題，因此無法輕易判斷這則資訊是否是假訊息。

(三)、資訊三

資訊三改編自〈自來水含氯，用電鍋加熱食物，水中的氯會附著在食物表面，可能會有致癌風險〉，該資訊經由台灣事實查核中心認定為假訊息（台灣事實查核中心，2021）。研究者選擇該資訊的原因是因為根據研究者自身生活經驗，建中生很少自行煮飯，因此無法輕易判斷這則資訊是否是假訊息。

(四)、資訊四

資訊四改編自〈交通新政策 2 月 1 號，注意紅燈別超過停止線，今天開始每個路口都有警察拍照開單〉。經由台灣事實查核中心進行查核，該資訊中「交通新政策 2 月 1 號上路」的部分是錯誤的，其餘部分無誤（台灣事實查核中心，2021）。研究者將此資訊錯誤資訊進行修正，作為問卷中的真訊息。

研究者選擇該資訊的原因是研究對象為一年級、二年級的建中生，其騎乘機車或開車的經驗很少，因此難以判別此訊息的真偽。

三、正式問卷發放

問卷經由兩位專家進行專家效度後，可知此份問卷可供研究者了解欲了解的問題。為了避免問卷中的兩則假訊息外洩，本研究使用紙本問卷，並請協助問卷發放的老師在施測結束後宣讀以下指導語：

- 一、該研究的主題是在探討假訊息的傳播因此問卷中的資訊二〈全國勞工 60 萬的外籍勞工即將可以在台…〉和資訊三〈電鍋用自來水煮飯恐致癌〉是經由台灣事實查核中心認定的假訊息，請勿當真或外傳。
- 二、請勿將問卷內容外傳，以免影響其他班受試者的施測結果

四、資料統計方法

對於問卷的數據分析方法，研究者使用了獨立樣本考驗、ANOVA 單因子變異數分析，以及皮爾森積差相關。整理如表 3-1。

表 3-1 本研究資料統計分析方法

自變項	依變項	使用的分析方法
年級		獨立樣本 t 考驗
政黨傾向		ANOVA 單因子變異數分析
媒體偏好	資訊可信度	ANOVA 單因子變異數分析
媒體使用時間		皮爾森積差相關
涉入程度		皮爾森積差相關

第三節 研究對象與抽樣程序

本研究的對象為建國中學高一、高二學生。建國中學 109 學年度下學期高一共有 923 名學生，而高二共有 959 名學生，共 1882 名學生。根據 95% 的信心水準和 5% 的抽樣誤差，本研究至少要有 319 份有效問卷。抽樣方法則是採用便利性抽樣，由研究者找尋認識的老師協助問卷發放。

另外，為避免其中兩則假資訊遭同學散布而造成誤解，因此請老師們在課堂發放，同學填寫完後，即宣讀指導語。為不干擾教師課堂教學進行，多數問卷填答的時間約 10 分鐘。

第四節 研究限制

一、閱讀資訊的媒介和實際不同

本研究以紙本的方式進行調查，與建中生平時閱讀新聞的方式有差異，例如以手機查看社群媒體中的貼文。這可能造成受試者以不同的態度、精力判讀問卷的資訊，使得測量結果和本欲探討的問題有所差距。

二、研究樣本不夠隨機

研究者受限於時間與能力由於能力有限，此研究採用便利性抽樣，因此樣本並非隨機樣本，也因此樣本可能無法代表所有建中生。

第四章 研究結果與討論

本章內容主要是針對研究結果進行分析與討論，分別為第一節研究樣本分析；第二節不同年級對資訊可信度的差異分析；第三節不同政黨傾向對資訊可信度的差異分析；第四節不同媒體偏好的對資訊可信度的差異分析；第五節媒體使用時間和資訊可信度的關聯；第六節涉入程度和資訊可信度的關聯。

第一節 研究樣本分析

一、研究樣本人口特性與基本資料

本節將敘述研究樣本人口特性分析。

研究樣本共 391 人，研究樣本的基本資料，依「年級」、「政黨傾向」、「最常使用的社群軟體」、「最常使用的通訊軟體」、「最常訪問的新聞網站」，分別以次數分配、百分比描述呈現，如表 4-1。

本研究樣本的年級差異不大，一年級共 202 人，佔 51.3%；而二年級共 163 人，佔 48.3%。

政黨傾向的部分，選擇中立／不一定的人數最多，為 271 人，佔 69.3%；次多的民主進步黨共 39 人，佔 10.0%；第三多的中國國民黨共 29 人，佔 7.4%；人數第四多的台灣民眾黨共 19 人，佔 4.9%；選擇其他政黨的共 15 人，佔 3.8%；時代力量共 3 人，佔 0.8%。

最常使用的社群軟體方面，使用 Instagram 的人數最多，為 238 人，佔 60.9%；而次多的 Facebook 共 100 人，佔 25.9%；沒在使用的人數是第三多，為 23 人，佔 5.9%；使用 Twitter 的人數則是第四多，為 10 人，佔 2.9%；使用新浪微博共 4 人，佔 1.0%；使用其他社群軟體共 4 人，佔 1.0%。

最常使用的通訊軟體的部分，Line 的人數最多，為 206 人，佔 52.7%；其次是 FB Messenger，為 143 人，佔 36.3%；其他的共 13 人，佔 3.3%；WeChat 共 7 人，佔 1.8%；Skype 共 2 人，佔 0.5%。

最常訪問的新聞網站的方面，沒在使用的人數最多，為 179 人，佔 45.8%；其他共 57 人，佔 14.7%；EToday 新聞雲共 54 人，佔 13.8%；聯合新聞網共 32 人，佔 8.2%；TVBS 新聞網共 28 人，佔 7.2%；自由時報電子報共 14 人，佔 3.6%；三立新聞網共 8 人，佔 2%；蘋果新聞網共 7 人，佔 1.8%。

表 4-1 基本資料分析 (n=391 人)

樣本分析	人數	百分比
年級		
一年級	202	51.7
二年級	189	48.3

續下頁

續上頁

政黨傾向		
中國國民黨	29	7.4
台灣民眾黨	19	4.9
時代力量	3	.8
民主進步黨	39	10.0
台灣基進	7	1.8
中立／不一定	271	69.3
其他	15	3.8
Missing	8	2.0

最常使用的社群軟體		
Facebook	100	25.6
Instagram	238	60.9
Twitter	10	2.6
新浪微博	4	1.0
其他	4	1.0
沒在使用	23	5.9
Missing	12	3.1

最常使用的通訊軟體		
LINE	206	52.7
WeChat	7	1.8
FB Messenger	142	36.3
Skype	2	.5
其他	13	3.3
Missing	21	5.4

最常訪問的新聞網站		
聯合新聞網	32	8.2
TVBS 新聞網	28	7.2
EToday 新聞雲	54	13.8
蘋果新聞網	7	1.8
三立新聞網	8	2.0
自由時報電子報	14	3.6
沒在使用	179	45.8
其他	57	14.6
Missing	12	3.1

二、研究樣本各量表分數狀況

研究樣本對資訊一涉入程度的題目平均得分為 3.23，高於理論中點（3），顯示建中生對此資訊有較高的涉入程度；對資訊二涉入程度的題目平均得分為 2.29，低於理論中點（3），顯示建中生對此資訊有較低的涉入程度；對資訊三涉入程度的題目平均得分為 3.48，高於理論中點（3），顯示建中生對此資訊有較高的涉入程度；對資訊四涉入程度的題目平均得分為 2.97，低於理論中點（3），顯示建中生對此資訊有較低的涉入程度。整理如：表 4-2。

資訊可信度的部分，建中生對資訊一資訊可信度的題目平均得分為 3.30，高於理論中點（3），顯示建中生較為相信這則資訊；對資訊二資訊可信度的題目平均得分為 2.95，低於理論中點（3），顯示建中生較不相信這則資訊；對資訊三資訊可信度的題目平均得分為 2.65，低於理論中點（3），顯示建中生較不相信這則資訊；對資訊四資訊可信度的題目平均得分為 3.34，高於理論中點（3），顯示建中生較為相信這則資訊。整理如表 4-3。

表 4-2 涉入程度分數狀況

	個數	總量表平均得分	標準差	題目平均得分
資訊一	388	16.16	4.45	3.23
資訊二	386	11.45	4.24	2.29
資訊三	388	17.38	5.12	3.48
資訊四	390	14.84	4.93	2.97

表 4-3 資訊可信度分數狀況

	個數	總量表平均得分	標準差	題目平均得分
資訊一	390	13.18	2.86	3.30
資訊二	389	11.79	3.40	2.95
資訊三	389	10.61	3.70	2.65
資訊四	387	13.35	3.33	3.34

第二節 不同年級對資訊可信度的差異分析

此部分以獨立樣本 t 考驗檢驗年級所認知到的資訊可信度是否存在顯著性差異，結果如表 4-5 所示。經由表 4-5 可知，年級在四則資訊的資訊可信度皆未有顯著差異，因此不同年級所認知到的資訊可信度並未有所不同。

研究者認為此研究結果的原因如下：儘管文獻探討中指出年齡、教育程度和資訊可信度有關，但也有研究認為媒體素養²和資訊可信度有關（徐美苓，2015）。故研究者推測不同年齡、教育程度的擁有媒體素養不同，才使得年齡、教育程度和資訊可信度有關。而根據研究者自身的經驗，建中一年級所上的媒體識讀課程只佔一學期中的一部份，因此建中一年級和二年級所擁有的媒體素養差異不大，其認知的資訊可信度也沒有差異。

表 4-5 不同年級對資訊可信度的獨立 t 樣本

資訊	年級	個數 ^註	平均數	標準差	值	p 值
資訊一	一年級	202	13.23	2.87	.309	.758
	二年級	188	13.14	2.85		
資訊二	一年級	201	12.05	3.27	1.545	.123
	二年級	188	11.52	3.52		
資訊三	一年級	201	10.96	3.85	1.922	.055
	二年級	188	10.24	3.50		
資訊四	一年級	199	13.18	3.43	-1.036	.301
	二年級	188	13.53	3.22		

註：同一年級人數不同是因為各資訊的缺失值不同。

² 「媒體素養是指有能力去獲取使用、分析、評估各種媒體訊息，並且能夠製作媒體訊息以達溝通之目的」（黃拓遠，2016，p.40）

第三節 不同政黨傾向對資訊可信度的差異分析

此部分以 ANOVA 單因子變異數分析檢驗政黨傾向在建中生所認知的資訊可信度是否存在顯著性差異，結果如表 4-6 表示。其中台灣民眾黨、時代力量的人數過少難以進行 ANOVA 變異數分析，因此分析時將併入其他的選項。事後比較 (post-hoc) 為用於當多組樣本平均數有顯著差異時，檢驗詳細的顯著差異是發生在哪幾組之間，但是由於此部分未有顯著差異，故未進行事後比較。由表 4-6 可知，政黨傾向在建中生所認知的資訊可信度均沒有顯著差， p 值均 $>.05$ 。

研究結果和文獻中政黨傾向對電視新聞的媒體可信度具有預測力有所抵觸，研究者推測原因有三：一、本研究問卷的四則資訊皆和政治無關，因此不同政黨傾向的建中生所認知的資訊可信度沒有差異。二、盧鴻毅進行時間為 1992 年，當時對媒體素養的教育的重視程度低於本研究的 2021 年，因此學生對資訊進行判讀的能力可能有差異。三、該研究測量的媒體為電視新聞，但本研究提供的新聞媒介為單純的文字和照片，受試者所認知到的資訊可信度可能有所不同。

表 4-6 不同政黨傾向資訊可信度的 ANOVA 變異數分析

資訊	政黨傾向	個數 ^註	平均數	標準差	F 值	p 值
資訊一	中國國民黨	29	12.69	2.77	2.465	.062
	民主進步黨	39	13.87	3.07		
	中立／不一定	270	12.97	2.81		
	其他	44	13.89	2.80		
資訊二	中國國民黨	29	12.14	2.70	.818	.484
	民主進步黨	39	11.05	2.69		
	中立／不一定	269	11.80	3.52		
	其他	44	12.09	3.78		
資訊三	中國國民黨	28	10.68	2.85	.084	.969
	民主進步黨	39	10.67	3.26		
	中立／不一定	270	10.63	3.85		
	其他	44	10.34	3.73		
資訊四	中國國民黨	29	13.24	2.79	1.263	.287
	民主進步黨	37	12.45	3.49		
	中立／不一定	270	13.52	3.32		
	其他	43	13.34	3.35		

註：同一政黨傾向個數不同是因為各資訊的缺失值不同。

第四節 不同媒體偏好對資訊可信度的差異分析

此部分以 ANOVA 單因子變異數分析社群軟體偏好、通訊軟體偏好、新聞網站偏好對建中生所認知的資訊可信度是否存在顯著性差異，結果如表 4-7、表 4-8、表 4-9 所示。其中社群媒體的部分，Twitter、新浪微博和沒在使用的人數過少不利進行 ANOVA 變異數分析，因此分析時將併入其他。而通訊軟體的部分，其他、WeChat、Skype 人數過少不利進行 ANOVA 變異數分析，因此分析時將併入其他。新聞網站的部分，蘋果新聞網、三立新聞網、自由時報電子報人數過少不利進行 ANOVA 變異數分析，因此分析時併入其他。

由表 4-7、表 4-8、表 4-9 可知，社群媒體偏好、通訊軟體偏好、新聞網站偏好在資訊可信度皆沒有顯著差異 ($p>.05$)。但新聞網站偏好中資訊三的部分，其他的選項顯著大於沒有使用 ($p<.05$)。針對此研究結果，研究者的推測原因如下：

第一、對於意識形態和自己相異的不利謠言，人較會相信和傳播。並且，人在社群軟體上傾向和意識形態相近的人進行討論、傳播資訊（杜兆倫，2018）。不過，本研究中社群軟體偏好、通訊軟體偏好之間意識形態差異不大，個別社群軟體、通訊軟體中的社團、群組間（例如：Facebook 的社團與社團間）才有意識形態的差別，因此不同社群軟體、通訊軟體之間的資訊可信度沒有差異。

第二、新聞網站偏好選擇其他的建中生，在資訊三資訊可信度的得分顯著低於沒有使用的建中生。研究者推測這是因為有在使用新聞網站建中生判別假訊息的能力高於沒有使用的建中生。

表 4-7 不同社群軟體偏好資訊可信度的 ANOVA 變異數分析

資訊	社群媒體偏好	個數 ^註	平均數	標準差	F 值	p 值
資訊一	Facebook	100	13.12	2.74	.447	.640
	Instagram	238	13.23	2.81		
	其他	40	12.78	3.36		
資訊二	Facebook	98	11.73	2.85	2.415	.091
	Instagram	238	12.04	3.07		
	其他	41	10.80	3.41		
資訊三	Facebook	100	10.65	3.70	.925	.398
	Instagram	237	10.70	3.72		
	其他	40	9.85	3.43		
資訊四	Facebook	99	13.03	3.24	.695	.500
	Instagram	236	13.40	3.42		
	其他	40	13.73	3.21		

註：同一社群媒體偏好個數不同是因為各資訊的缺失值不同。

表 4-8 不同通訊軟體偏好資訊可信度的 ANOVA 變異數分析

資訊	通訊軟體偏好	個數 ^註	平均數	標準差	F 值	p 值
資訊一	Line	205	13.14	3.00	.560	.571
	FB messenger	142	13.09	2.59		
	其他	22	13.77	2.83		
資訊二	Line	205	12.10	3.66	2.059	.129
	FB messenger	141	11.42	3.08		
	其他	22	11.18	2.79		
資訊三	Line	206	10.78	3.88	.561	.571
	FB messenger	141	10.36	3.55		
	其他	21	10.43	2.89		
資訊四	Line	204	13.48	3.56	.556	.574
	FB messenger	141	13.09	3.15		
	其他	21	13.43	2.36		

註：同一通訊軟體偏好個數不同是因為各資訊缺失值不同

表 4-9 不同新聞網站偏好資訊可信度的 ANOVA 變異數分析

資訊	新聞網站偏好	個數 ^註	平均數	標準差	F 值	p 值	Tukey HSD
資訊一	聯合新聞網 1	32	13.40	3.06	.599	.664	
	TVBS 新聞網 2	28	13.68	1.96			
	EToday 新聞雲 3	54	13.24	2.61			
	沒在使用 4	179	12.94	2.81			
	其他 5	85	13.26	3.19			
資訊二	聯合新聞網 1	32	11.19	3.68	1.677	.155	
	TVBS 新聞網 2	28	12.17	3.36			
	EToday 新聞雲 3	53	12.75	3.46			
	沒在使用 4	197	11.54	3.39			
	其他 5	85	11.66	3.26			
資訊三	聯合新聞網 1	32	9.78	3.93	2.449	.046*	4>5
	TVBS 新聞網 2	28	10.43	3.53			
	EToday 新聞雲 3	54	10.67	3.78			
	沒在使用 4	177	11.08	3.52			
	其他 5	86	9.72	3.71			
資訊四	聯合新聞網 1	32	13.38	3.54	.736	.568	
	TVBS 新聞網 2	28	12.75	3.74			
	EToday 新聞雲 3	54	13.94	3.22			
	沒在使用 4	176	13.22	3.27			
	其他 5	85	13.24	3.31			

*p<.05

註：同一新聞網站偏好個數不同是因為各資訊缺失值不同

第五節 媒體使用時間和資訊可信度的關聯

社群軟體使用時間、通訊軟體使用時間、新聞網站使用時間的相關，分別整理如表 4-10、4-11、4-12。由表 4-10、4-11、4-12 可知社群軟體使用時間、通訊軟體使用時間、新聞網站使用時間與資訊可信度的關聯並未達顯著。

文獻指出使用媒體的時間越長，對該媒體所認知的媒體可信度越高。不過研究者想要探討的是媒體使用的時間，和建中生對整則資訊所認知的資訊可信度是否有關聯。針對此研究結果，研究者認為是因為本研究問卷的資訊沒有提供是在何種媒體上刊載，所以受試者不會隨者資訊所刊載媒體的不同而改變資訊可信度。

表 4-10 社群軟體使用時間和資訊可信度的相關 (N=390)

		社群媒體使用時間	
資訊一	資訊可信度	Pearson 相關	.027
		顯著性 (雙尾)	.599
資訊二	資訊可信度	Pearson 相關	-.004
		顯著性 (雙尾)	.939
資訊三	資訊可信度	Pearson 相關	.007
		顯著性 (雙尾)	.891
資訊四	資訊可信度	Pearson 相關	-.069
		顯著性 (雙尾)	.180

表 4-11 通訊軟體使用時間和資訊可信度的相關 (N=390)

		社群媒體使用時間	
資訊一	資訊可信度	Pearson 相關	-.014
		顯著性 (雙尾)	.791
資訊二	資訊可信度	Pearson 相關	.029
		顯著性 (雙尾)	.572
資訊三	資訊可信度	Pearson 相關	-.020
		顯著性 (雙尾)	.699
資訊四	資訊可信度	Pearson 相關	.087
		顯著性 (雙尾)	.091

表 4-12 新聞網站使用時間和資訊可信度的相關 (N=390)

		新聞網站使用時間	
資訊一	資訊可信度	Pearson 相關	.054
		顯著性 (雙尾)	.291
資訊二	資訊可信度	Pearson 相關	.069
		顯著性 (雙尾)	.183
資訊三	資訊可信度	Pearson 相關	-.099
		顯著性 (雙尾)	.054
資訊四	資訊可信度	Pearson 相關	.101
		顯著性 (雙尾)	.049

第六節 涉入程度和資訊可信度的關聯

涉入程度和資訊可信度的相關，整理如表 4-4。四篇資訊的資訊可信度皆和涉入程度呈現低度的正相關。其中作為假訊息的資訊二和資訊三和涉入程度呈現正相關，這和第三章中所提及的推敲可能模式有所牴觸，即對假訊息涉入程度越高者，所認知到資訊可信度越低。

研究者推測推敲可能模式不適用於研究樣本的原因有二：一、推敲可能模式的理論包含涉入程度越高者，相較涉入程度低者，更願意花時間、精力，去查證和分析資訊。而本研究僅有 10 分鐘的問卷作答時間，不足以讓受試者去查證和分析訊息的真偽。二、受試者為明星高中的學生，擁有較強的能力判別資訊真假。因此他們在面對假訊息時，不會因為涉入程度較低，而使用較少的精力和訊息論述無關的資訊判別訊息，即推敲可能模式中的邊陲路徑。

表 4-4 涉入程度和資訊可信度的相關 (N=389)

		涉入程度
資訊一	資訊可信度	Pearson 相關 .232***
		顯著性 (雙尾) .000
資訊二	資訊可信度	Pearson 相關 .124*
		顯著性 (雙尾) .015
資訊三	資訊可信度	Pearson 相關 .321***
		顯著性 (雙尾) .000
資訊四	資訊可信度	Pearson 相關 .243***
		顯著性 (雙尾) .000

* $p < .05$ 、** $p < .01$ 、*** $p < .001$

第五章 結論與建議

此章分為兩小節，第一節先將敘述本研究之結論並在第二節提出研究建議，以提供媒體識讀教育或是相關研究參考。

第一節 研究結論

一、不同年級的建中生在資訊可信度上沒有差異

本研究結果顯示不同年級的建中生在資訊可信度上沒有差異 ($p>.05$)。由此研究結果可知不同年級的建中生在判斷假訊息的能力沒有不同。研究者認為此結果的原因是在高中階段，一年級和二年級所受過的媒體素養的教育差異不大。

二、不同政黨傾向的建中生在資訊可信度上沒有差異

本研究結果顯示不同政黨傾向的建中生在資訊可信度上沒有差異 ($p>.05$)。由此研究結果可知不同政黨傾向的建中生在判斷假訊息的能力沒有不同。而這和文獻指出政黨傾向對媒體可信度具有預測力有所牴觸。研究者推測此研究結果的原因為：一、本研究問卷中的資訊皆和政治無關。二、兩項研究進行期間政府對媒體素養的教育重視程度不同，學生判讀假訊息的能力亦不相同。三、文獻調查的對象為電視媒體，和本研究進行問卷調查時所用的紙本資訊有所不同。

三、不同社群軟體偏好、通訊軟體偏好的建中生在資訊可信度上沒有差異

本研究結果顯示不同社群軟體偏好、通訊軟體偏好的建中生在資訊可信度上沒有差異 ($p>.05$)。由此結果可以推論不同社群媒體偏好、通訊軟體偏好建中生在判斷假訊息的能力上沒有不同。研究者認為此結果的原因是社群軟體、通訊軟體中不同意識形態的社團、群組間才可能對假訊息的判讀有所差異，而個別社群軟體、通訊軟體之間的意識形態沒有顯著差異。

四、不同新聞網站偏好的建中生在資訊可信度上有差異

本研究結果顯示不同新聞網站偏好的建中生對資訊一、資訊二、資訊四所認知的資訊可信度沒有差異 ($p>.05$)。而不同新聞網站偏好的建中生對資訊所認知的資訊可信度有所差異，其中沒有使用的建中生顯著大於其他的建中生。研究者認為此結果的原因是其他新聞網站的建中生判讀假訊息的能力優於沒在使用新聞網站的建中生。

五、建中生媒體使用時間和資訊可信度沒有關聯

本研究結果顯示建中生的媒體使用時間和建中生對資訊所認知的資訊可信度沒有關聯 ($p>.05$)。研究者推測此結果的原因是問卷中資訊沒有標示其刊載的媒體，因此受試者不會隨者資訊所刊載媒體時間的不同而改變資訊可信度。

六、建中生對資訊認知的涉入程度和資訊可信度有關聯

本研究結果顯示涉入程度和資訊可信度有低度的正相關 ($p<.05$)，資訊一、資訊二、資訊三、資訊四的相關係數分別為.232、.124、.321、.243。此結果和文獻中推敲可能模式有所抵觸，研究者認為原因有二：一、本研究 10 分鐘的問卷作答時間，不足以讓受試者去查證和分析訊息的真偽，因此不會經歷推敲可能模式中的中央路徑。二、受試者為明星高中的學生，擁有較強的能力判別資訊真假。因此他們在面對假訊息時，不會因為涉入程度較低，而使用較少的精力和訊息論述無關的資訊判別訊息。

第二節 研究建議

一、增加媒體素養的教育

本研究的結果顯示建中生整體而言具有一定程度判別真假訊息的能力，可以推論建中生在國中、高中一年級所受的媒體素養的教育是有成效的。然而本研究的結果也顯示一年級、二年級的建中生對假訊息所認知的媒體可信度沒有差異，代表二年級的建中生的媒體素養沒有隨年級增加而改變。在假訊息充斥的時代，研究者建議學校和教育者重視在高中階段或其他學習階段增加媒體素養課程的必要性。

二、未來研究方向

（一）研究設計

本研究雖然採用相關研究者發展良好的資訊可信度量表，然而量表卻不太適用於本研究的研究對象，甚至造成誤解。在進行問卷調查時，有至少 3 位受試者向研究者詢問資訊可信度量表中的可信度和值得信任代表意義是否相同。因此研究者建議相關研究對於不同研究對象的資訊可信度量表進行信效度的考驗。

另外，研究者為避免在自行改編的假訊息中透露媒體和資訊來源產生研究倫理上的爭議，以及在問卷中同時放入訊息可信度、媒體可信度和來源可信度量表造成題目過多，並沒有分別對這三個構面進行測量。研究者建議相關研究可以減少資訊的數量，以放入訊息可信度、媒體可信度和來源可信度的量表。或者提供誘因讓受試者願意花更多精力寫問卷。至於如何解決透露假訊息的媒體和來源的研究倫理爭議，研究者認為可以在問卷施測完畢後進行澄清。

最後，為了看出涉入程度和資訊可信度的關聯性，研究者根據自身經驗挑選無法輕易分辨真假的資訊。但研究者建議，未來的研究者資訊的挑選應經過預試測量資訊可信度，再判斷資訊能否輕易判斷真假，讓整個問卷設計過程更嚴謹、具說服力。

（二）統計方法

本研究是透過皮爾遜績差相關來分析是否存在對假訊息涉入程度越高，資訊可信度越低的情形，然而此方法和推敲可能模式所認為的高涉入程度、低涉入程度可能不同。因此研究者建議未來相關研究可以嘗試其他統計方法進行分析，例如：將涉入程度得分分成高低兩組進行獨立樣本考驗。

（三）其他資訊可信度相關因素

研究僅探討建中生不同年級、不同政黨傾向、不同媒體偏好、對資訊可信度的差異，以及媒體使用時間、涉入程度和資訊可信度的關聯。而可能和資訊可信度有關的因素還有很多，例如：性別、媒體素養等，因此相關研究可以對此延伸進行探討。

參考文獻

壹、中文

- 台灣事實查核中心 (2021)。【部分錯誤】網傳「恭喜全國 60 萬的外籍勞工...可以任意換老闆...雇主必須免費提供少 21 天返國探親假+14 天特休假和機票...如果雇主不給外勞續約，外勞想繼續在台就可以選擇逃跑，法規沒有處罰外勞」？。台灣事實查核中心| Taiwan FactCheck Center。取自 3 月 31 日：<https://tfc-taiwan.org.tw/articles/5178>
- 台灣事實查核中心 (2021)。【錯誤】網傳照片宣稱「自來水含氯，用電鍋加熱食物，水中的氯會附著在食物表面，可能會有致癌風險」？。台灣事實查核中心| Taiwan FactCheck Center。取自 3 月 31 日：<https://tfc-taiwan.org.tw/articles/5161>
- 台灣事實查核中心 (2021)。【部分錯誤】網傳「交通新政策 2 月 1 號，注意紅燈別超過停止線，今天開始每個路口都有警察拍照開單」？。台灣事實查核中心| Taiwan FactCheck Center。取自 3 月 31 日：<https://tfc-taiwan.org.tw/articles/5195>
- 杜兆倫 (2018)。謠言分藍綠？政治傾向與社群媒體謠言傳播之關聯性研究。國立臺灣大學新聞研究所碩士論文，台北市。取自 <https://hdl.handle.net/11296/ruv553>
- 汪志堅、李欣穎 (2005)。來源可信度、情感認同與涉入程度對網路謠言闢謠效果之影響。管理學報，22 (3)，391-413。
- 吳佳穎 (2001)。手機有安裝「這 10 款 App」快刪_恐盜你銀行帳號。Ettoday 新聞雲。取自 2021 年 3 月 31 日：<https://finance.ettoday.net/news/1936757#ixzz6vliHeY6D>
- 徐美苓 (2015)。影響新聞可信度與新聞素養效能因素之探討。中華傳播學刊，27，99-136。
- 黃拓遠 (2016)。大學生社群網站使用動機、媒體素養與批判思考關係之研究。銘傳大學教育研究所碩士在職專班碩士論文，台北市。取自 <https://hdl.handle.net/11296/48bnta>
- 葉恆芬 (2000)。網路媒體可信度及其影響因素初探研究-以台灣地區網路使用者為例。國立中正大學電訊傳播研究所碩士論文，嘉義縣。取自 <https://hdl.handle.net/11296/x7p5n2>
- 葛健生 (1991)。報紙和電視新聞可信度比較之研究。中國文化大學新聞研究所碩士論文，台北市。取自 <https://hdl.handle.net/11296/2njay2>
- 盧鴻毅 (1992)。新聞媒介可信度之研究。國立政治大學新聞研究所碩士論文，台北市。取自 <https://hdl.handle.net/11296/3a4947>
- 羅文輝、陳世敏 (1993)。新聞媒介可信度之研究 (國科會專題研究計畫成果報

告，NSC81-0301-H004-501)。台北市：政治大學新聞研究所。
「Cofacts 真的假的」訊息回報機器人與查證協作社群（2021）。有 3 人想知道
以下訊息的真實性：快檢查手機！有安裝這 10 款 App 快點刪 恐盜你銀
行帳戶。Cofacts 真的假的。取自 2021 年 3 月 31 日：
<https://cofacts.tw/article/1iy5tbyawacur>

貳、英文

- Ball-Rokeach, S. J. (1998). A theory of media power and a theory of media use: Different stories, questions, and ways of thinking. *Mass Communication and Society*, 1(1-2), 5-40. from <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15252019.2005.10722103>
- Bordia, P., DiFonzo, N., Schulz.(2000). Source Characteristics in Denying Rumors of Organizational Closure: Honesty Is the Best Policy. *Journal of Applied Social Psychology*, 30(11), 2309-2321. from <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2000.tb02438.x>
- Cacioppo, J. T., Petty, R. E., & Morris, K. J. (1983). Effects of need for cognition on message evaluation, recall, and persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45(4), 805. from https://www.researchgate.net/publication/200772918_Effects_of_need_for_cognition_on_message_evaluation_recall_and_persuasion
- Cater ,R. F. ,&Greenberg B.S.(1965).Newspaper or Television : Which do you believe? *Journalism Quarterly*, 42(1),29-34.
- CrossCheck, (March 2, 2017) Was Macron’s Campaign for the French Presidency Funded by Saudi Arabia? Retrieved March 8, 2021 from <https://crosscheck.firstdraftnews.com/checked-french/macrons-campaign-french-presidencyfinanced-saudi-arabia/>
- Donadio, R. (May 8, 2017) .Why the Macron Hacking Attack Landed with a Thud in France. *The New York Times*. Retrieved March 8,2021 from <https://www.nytimes.com/2017/05/08/world/europe/macron-hacking-attack-france.html>
- Flanagin, A. J., & Metzger, M. J. (2000). Perceptions of Internet information credibility. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 77(3), 5-540. from https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/107769900007700304?casa_token=a9UDAAn62R8AAAAA:UZFij_qO3Tu_wx1qdnbAs02ZdWrJPuTFGoAcJ5CQB3t5gCigFJjdHybkiDcU25RASS5tT5XfKQW7
- Gaziano, C., & McGrath, K. (1986) . Measuring the Concept of Credibility. *Journalism Quarterly*, 63, 45-62.
- Jackob, N. G. E. (2010).No alternatives? The relationship between perceived media

- dependency, use of alternative information sources, and general trust in mass media. *International Journal of Communication*, 4, 589-606. from <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/615>
- Li, R., & Suh, A. (2015). Factors Influencing Information credibility on Social Media Platforms: Evidence from Facebook Pages. *Procedia Computer Science*, 72, 314–328. from <https://doi.org/10.1016/j.procs.2015.12.146>
- McKnight, D. H., & Kacmar, C. J. (2006). Factors of information credibility for an internet advice site. Paper session presented at the 39th Annual Hawaii International Conference on System Sciences, Kauai, Hawaii. doi:10.1109/HICSS.2006.181
- McKnight, D. H., & Kacmar, C. J. (2007). Factors and effects of information credibility. In *Proceedings of the 9th International Conference on Electronic Commerce* (pp. 423-432). NY: ACM. from <https://dl.acm.org/doi/10.1145/1282100.1282180>
- Metzger, M. J., Flanagin, A. J., Eyal, K., Lemus, D. R., & McCann, R. M. (2003). Credibility for the 21st century: Integrating perspectives on source, message, and media credibility in the contemporary media environment. *Communication Yearbook*, 27, 293-336. from <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/23808985.2003.11679029>
- Meyer, Philip (1988). Defining and Measuring Credibility of Newspaper: Developing an Index. *Journalism Quarterly*, 65(3), 567-574, 588.
- Newhagen, J., & Nass, C. (1989). Differential Criteria for Evaluating Credibility of Newspapers and TV News. *Journalism Quarterly*, 66(2), 277–284. from <https://doi.org/10.1177/107769908906600202>
- Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S. Nielsen, R. K. (2020). Digital News Report 2020. Reuters Institute for the Study of Journalism. (2020). from <https://www.digitalnewsreport.org/interactive/>
- Scoble, R., & Israel, S. (2006). *Naked conversations: how blogs are changing the way businesses talk with customers*. NJ: John Wiley & Sons.
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking* (Council of Europe report DGI(2017)09). from [https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/information-disorder#{%2235128646%22:\[0\]}](https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/information-disorder#{%2235128646%22:[0])
- Wathen, C. N., & Burkell, J. (2001). Believe it or not: Factors influencing credibility on the Web. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 53(2), 134-144. from <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/asi.10016>

附錄一 專家效度

(依姓氏筆畫順序)

陳炳宏

國立台灣師範大學大眾傳播研究所教授

盧柏亦

國立台灣大學新聞所研究生

附錄二 正式問卷

「資訊可信度與涉入程度的關聯性—以建中生為例」問卷

【填答說明】

您好！我是建國中學人社班第 16 屆的學生林柏宇。我的研究旨在探討閱聽人對訊息所認知的資訊可信度和其涉入程度的關聯性。希望經由此研究能作為將來探討閱聽人如何認知訊息之參考。請您協助填寫此份問卷。問卷採不記名填寫，您所回答的各項資料，僅做專題研究之用，請放心作答。您提供的寶貴意見，對我的專題研究將會有所助益，再次感謝您撥空填寫這份問卷！

第一部分 資訊可信度和涉入程度

資訊可信度、涉入程度量表

【填答說明】本部分共有四篇資訊，請先閱讀資訊一並填寫接下來的題目後，再依序針對資訊二、資訊三和資訊四進行作答。請不要遺漏任何一題。謝謝！

(一) 資訊一

手機有安裝「這 10 款 App」快刪 恐盜你銀行帳號！

根據資安廠商 Check Point 近期研究，有 10 款已在 Google Play 上架的 Android App 是惡意的，可能會被遠端植入木馬程式，用戶有可能被攔截銀行帳號，目前 10 款 App 已下架，但已下載的用戶要趕緊自行刪除。

10 款 App 包含 Cake VPN、Pacific VPN、eVPN、BeatPlayer、QR/Barcode Scanner MAX、Music Player、tooltipnatorlibrary、QRecorder。以上多為 QR 碼掃描器或是媒體播放器的 App，很多民眾因為日常需求就會下載使用。而這些 App 可能含有一個稱為的惡意軟體 Clast82，用了一系列技術來避免被 Google Play Protect 檢測到。

當 Clast82 被下載安裝，將透過 GitHub 遠端下載 mRAT、AlienBot 兩種木馬程式。可以遠端獲取權限，監控手機所有操作，還會鎖定金融 App，攔截登入帳號憑證等，恐讓用戶帳密曝光遭盜用。

目前，Check Point Research 已通報 Google，將所有這 10 款 App 全數下架，但已經下載的人，需要自行移除。

請就您的實際狀況，選出最能描述的選項，依照符合情形於對應欄位 打「✓」

這則訊息對我來說是：

重要的	<input type="checkbox"/>	不重要的				
有意義的	<input type="checkbox"/>	無意義的				
有關的	<input type="checkbox"/>	無關的				
明顯影響	<input type="checkbox"/>	無明顯影響				
會關心的	<input type="checkbox"/>	不會關心的				

	1	2	3	4	5
	非常 不同意	不同意	中立	同意	非常 同意
1. 一般來說，我認為這則訊息是可信的	<input type="checkbox"/>				
2. 一般來說，我認為這則的訊息是真實的	<input type="checkbox"/>				
3. 一般來說，我認為這則訊息是可靠的	<input type="checkbox"/>				
4. 一般來說，我認為這則訊息是值得信任的	<input type="checkbox"/>				

(二) 資訊二

全國 60 萬的外籍勞工，即將可以在台：就地合法工作 12 年！新的《就業服務法》即將在衛福委員會通過！為了您的未來，請務必看完以下內容：

- 1) 外勞可以任意換老闆！他們可以隨時離開舊雇主，尋找新雇主
- 2) 如果外勞在雇主家工作滿 3 年，外勞文件不用重新辦，但是雇主必須重新辦理審核文件，確定該雇主符合申請家庭看護工的資格。
- 3) 外勞工作滿 3 年，雇主必須免費提供給外勞至少 21 天返國探親假(新政策增加的福利)+14 天特休假=35 天有薪假期和機票
- 4) 外勞工作契約期滿前 2 到 4 個月，雇主必須給移工書面意向書。如果雇主不給外勞續約，外勞可以滯留在台灣，法規不會處罰外勞
- 5) 如果不給外勞續約，外勞選擇換換老闆，將會給雇主帶來更長的空窗期

請就您的實際狀況，選出最能描述的選項，依照符合情形於對應欄位 打「✓」

這則訊息對我來說是：

重要的	<input type="checkbox"/>	不重要的				
有意義的	<input type="checkbox"/>	無意義的				
有關的	<input type="checkbox"/>	無關的				
明顯影響	<input type="checkbox"/>	無明顯影響				
會關心的	<input type="checkbox"/>	不會關心的				

	1	2	3	4	5
	非常 不同意	不同意	中立	同意	非常 同意
1. 一般來說，我認為這則訊息是可信的	<input type="checkbox"/>				
2. 一般來說，我認為這則的訊息是真實的	<input type="checkbox"/>				
3. 一般來說，我認為這則訊息是可靠的	<input type="checkbox"/>				
4. 一般來說，我認為這則訊息是值得信任的	<input type="checkbox"/>				

(三) 資訊三

電鍋用自來水煮飯恐致癌

最近有公衛專家發現，台灣人喜歡用電鍋蒸飯、蒸食品，用電鍋蒸煮食物時，而絕大多數的人外鍋都是用自來水。但是自來水在電鍋中加熱後，因鍋蓋是密閉的，將使得水中的氯無法揮發。最後被鍋蓋蓋住氯全部都通通包覆在食物上或被食物吸收，而氯是有致癌的危險的。

因此專家提醒，不要貪圖方便，一定要用煮沸過的開水或用以過濾掉氯的水來蒸東西，因為氯有致癌的危險。即使只是蒸饅頭，都要有此常識。平常不使用電鍋的人也要注意，家裡煮飯的人可能不清楚這件事。最後專家也呼籲，賣場、大飯店廚房，也應該養成「開水蒸食品」的觀念。

請就您的實際狀況，選出最能描述的選項，依照符合情形於對應欄位 打「✓」

這則訊息對我來說是：

重要的	<input type="checkbox"/>	不重要的				
有意義的	<input type="checkbox"/>	無意義的				
有關的	<input type="checkbox"/>	無關的				
明顯影響	<input type="checkbox"/>	無明顯影響				
會關心的	<input type="checkbox"/>	不會關心的				

	1	2	3	4	5
	非常 不同意	不同意	中立	同意	非常 同意
1. 一般來說，我認為這則訊息是可信的	<input type="checkbox"/>				
2. 一般來說，我認為這則的訊息是真實的	<input type="checkbox"/>				
3. 一般來說，我認為這則訊息是可靠的	<input type="checkbox"/>				
4. 一般來說，我認為這則訊息是值得信任的	<input type="checkbox"/>				

(四) 資訊四

紅燈別超過停止線！

有在騎車或開車的人要注意，根據《道路交通管理處罰條例》，紅燈越線會被開罰。警方會在車多、違規較多的重點路口加強取締，大車小車都一樣。



請就您的實際狀況，選出最能描述的選項，依照符合情形於對應欄位□打「✓」

這則訊息對我來說是：

重要的	<input type="checkbox"/>	不重要的				
有意義的	<input type="checkbox"/>	無意義的				
有關的	<input type="checkbox"/>	無關的				
明顯影響	<input type="checkbox"/>	無明顯影響				
會關心的	<input type="checkbox"/>	不會關心的				

		1	2	3	4	5
		非常 不同意	不同意	中立	同意	非常 同意
1.	一般來說，我認為這則訊息是可信的	<input type="checkbox"/>				
2.	一般來說，我認為這則的訊息是真實的	<input type="checkbox"/>				
3.	一般來說，我認為這則訊息是可靠的	<input type="checkbox"/>				
4.	一般來說，我認為這則訊息是值得信任的	<input type="checkbox"/>				

第二部分 基本資料

- 您現在就讀建國中學 一年級 二年級 三年級
- 目前台灣的政黨當中，哪一個比較接近您的看法（單選）？
中國國民黨 台灣民眾黨 時代力量 民主進步黨
台灣基進 中立／不一定 其他：_____
- (1) 請問您最常使用哪一款社群軟體（單選）？
 Facebook Instagram Twitter
 新浪微博 其他：_____ 沒在使用
- (2) 請問您最常使用哪一款通訊軟體（單選）？
 LINE WeChat FB Messenger
 Skype 其他：_____
- (3) 請問您最常訪問哪一個新聞網站（單選）？
 聯合新聞網 TVBS 新聞網 ETtoday 新聞雲 蘋果新聞網
 三立新聞網 自由時報電子報 沒在使用 其他：_____
- (1) 您平均每天花 _____ 小時在社群軟體上（可以加小數點）
 (2) 您平均每天花 _____ 小時在通訊軟體上（可以加小數點）
 (3) 您平均每天花 _____ 小時在新聞網站上（可以加小數點）