

國防大學政治作戰學院新聞學系碩士班
碩士論文

以人際傳播觀點探討官兵澄清國軍假新聞
之過程－「激發訊息管理理論」之應用
Rumor Debunking in Fake Military News:
Applying the Theory of Motivated Information
Management

研究生：翁紫萱

指導教授：孫懋嘉 博士

中 華 民 國 一 ○ 九 年 五 月

國防大學政治作戰學院新聞學系新聞碩士班學位論文

口試委員會審定書

以人際傳播觀點探討官兵澄清國軍假新聞之過程—

「激發訊息管理理論」之應用

本論文係翁紫萱（學號 1090720303）在國防大學政治作戰學院新聞碩士班完成之碩士學位論文，於民國 109 年 5 月 18 日承下列考試委員審查通過及口試及格，特此證明

委員兼召集人

郭文平

指導教授

孫懋嘉

委員

傅文成

委員

孫懋嘉

委員

郭文平

學系主任

傅文成

中華民國 109 年 5 月 18 日

謝誌

碩士論文的完成，對我來說象徵著學業上豎立一個里程碑，也代表研究所生活即將畫下句點。在這過程，我認為最大的收穫是訓練邏輯思考、細心與耐心，而這些部份是我的弱點，因此在讀書及撰寫論文的過程，時常歷經和自己對話、辯論、疑問，和開悟，這近兩年的時光彷彿讓我重新活了一次。當我碩一時，有次和一位高中同學聊天，向他訴說內心的苦悶時，他回我：「人生幾何，能遇到一個那麼難，你完全不會，然後變到會的事情。」這些話我記在心裡，回首過去感觸良多，感謝我的摯友芷芸。

也非常感謝當初鼓勵我回來進修的營輔導長邱煌傑學長、協助我完成問卷施測及訪談的官兵、指導教授孫懋嘉老師的醍醐灌頂、口試委員郭文平老師及傅文成老師的修正意見。幸運的是，有碩 109 年班學長、學姊、同學，還有兩位自費生同學的相互扶持與鼓勵，還幫我慶祝 26 歲生日、也感謝璣戩總是陪伴在我身旁，人生中遇到你們變得很美好。最後，要謝謝我親愛的家人總是包容並默默支持我，我愛你們。

紫萱 謹誌於北投復興崗

中華民國 109 年 5 月

摘要

國軍在面對澄清假新聞的真相上，官兵在面對與周遭親友人際互動過程亦屬重要。為了解官兵在澄清真相的心理認知過程，從人際傳播的激發訊息管理理論（Theory of Motivated Information Management）切入探討之。結果顯示，有澄清經驗之樣本，其不確定性差異偏低，影響產生較為樂觀的情緒，內容預期結果比關係預期結果更為重要，前者與效能評估有顯著正相關，對於直接回應產生正相關，對間接回應無顯著相關，對迴避回應及認知再評估有顯著負相關；尚未有澄清經驗之樣本，與已有澄清經驗之樣本最大不同之處在於，其內容預期結果及關係預期結果均與效能評估有顯著正相關，且前者影響程度高於後者，故可知對於尚未有澄清經驗之樣本，關係的考量有顯著差異，但實際在澄清經驗中，官兵與親友之間的關係程度影響不大。深度訪談部分，顯示出官兵對產生假新聞不同的認知；多數官兵澄清契機為被詢問後才澄清真相，而非主動提出；認為面對面澄清的好處是能解釋清楚並觀察對方反應，壞處是容易引起口角，且對方的「個人特質」會影響官兵採取回應的方式，故未來在有關澄清真相研究方向上，應納入對方「個人特質」探討之。

關鍵字：不確定性差異、效能評估、訊息管理策略、情緒、預期結果

Abstract

Considering that interpersonal processes play a critical role in clarifying fake news, the research used the theory of motivated information management (TMIM) to understand the psychological processes of how soldiers clarify fake military news to their family or friends. Results indicated that for those having debunking experience, uncertainty discrepancy was low and negatively associated with optimism. Knowledge outcome expectancy (KOE) was linked positively with efficacy and direct debunking behaviors as well as negatively with avoidance debunking behaviors and reappraisals; however, OE was unrelated to indirect debunking behaviors. For those having no debunking experience, KOE and relationship outcome expectancy (ROE) were positively associated with efficacy. KOE had a stronger impact on efficacy than did ROE. In short, compared with those having debunking experience, those who had no debunking experience tended to think more about possible relationship outcomes with their family or friends after clarifying fake military news with them. Results from in-depth interviews revealed that soldiers had different perceptions of fake news production. Most soldiers were likely to passively, instead of actively, clarify fake military news. The advantage of face-to-face clarification is that soldiers can explain clearly and observe the others' reactions, while the disadvantage of it is that it is easy for soldiers to quarrel with the others. It is noteworthy that personality traits influenced soldiers' debunking behavior, which is an important direction for future investigations.

Keywords: uncertainty, efficacy, information management strategy, emotion, outcome expectancy



目錄

謝誌	i
摘要	ii
目錄	v
表目錄	viii
圖目錄	xi
第一章 緒論	1
第一節 研究背景	1
第二節 研究動機	4
第三節 研究目的	6
第二章 文獻探討	7
第一節 何謂假新聞?	7
第二節 如何澄清真相?	12
第三節 激發訊息管理理論	18
第四節 小結	26
第三章 研究方法	28

第一節 研究架構	28
第二節 問卷設計	29
第三節 抽樣與施測	40
第四節 資料處理與分析	43
第五節 深度訪談法	44
第四章 資料分析	48
第一節 描述性統計	48
第二節 各變項信度與相關分析	55
第三節 人口變項與各重要變項之關係	55
第四節 結構方程模型（SEM）分析	68
第五節 深度訪談分析	82
第五章 結論與建議	106
第一節 研究結果討論	106
第二節 研究價值與實務建議	113
第三節 研究限制與未來方向	115
參考文獻	118

中文文獻	118
英文文獻	121
附錄一	131
附錄二	139



表目錄

表 3-2-1 近期有關國軍假新聞彙整表	33
表 3-2-2 不確定性差異構面高低分分群平均數相等的 t 檢定	35
表 3-2-3 焦慮構面高低分分群平均數相等的 t 檢定	36
表 3-2-4 樂觀構面高低分分群平均數相等的 t 檢定	36
表 3-2-5 內容預期結果構面高低分分群平均數相等的 t 檢定	37
表 3-2-6 關係預期結果構面高低分分群平均數相等的 t 檢定	38
表 3-2-7 效能評估構面高低分分群平均數相等的 t 檢定	38
表 3-2-8 訊息管理策略構面高低分分群平均數相等的 t 檢定	39
表 3-3-1 抽樣回收情況彙整表	41
表 3-5-1 受訪官兵基本資料表	44
表 3-5-2 有澄清經驗者之訪談大綱	46
表 3-5-3 尚未有澄清經驗者之訪談大綱	47
表 4-1-1 人口變項之百分比與次數分配表	48

表 4-2-1 描述性統計、信度、各變項之相關矩陣	51
表 4-2-2 描述性統計、信度、各變項之相關矩陣	54
表 4-3-1 性別與各變項獨立樣本 <i>t</i> 檢定摘要表	56
表 4-3-2 年齡與各變項 ANOVA 檢定摘要表.....	57
表 4-3-3 軍種與各變項 ANOVA 檢定摘要表.....	58
表 4-3-4 階級與各變項 ANOVA 檢定摘要表.....	59
表 4-3-5 年資與各變項 ANOVA 檢定摘要表.....	60
表 4-3-6 教育程度與各變項 ANOVA 檢定摘要表.....	60
表 4-3-7 性別與各變項獨立 <i>t</i> 檢定摘要表	62
表 4-3-8 年齡與各變項 ANOVA 檢定摘要表.....	63
表 4-3-9 軍種與各變項 ANOVA 檢定摘要表.....	63
表 4-3-10 階級與各變項 ANOVA 檢定摘要表.....	64
表 4-3-11 年資與各變項 ANOVA 檢定摘要表.....	65
表 4-3-12 教育程度與各變項 ANOVA 檢定摘要表.....	66
表 4-4-1 模型配適度檢驗值基準表	69
表 4-4-2 模型配適度分析表	70
表 4-4-3 收斂效度指標基準表	71
表 4-4-4 有澄清經驗之收斂效度分析表	71
表 4-4-5 尚未有澄清經驗之收斂效度分析表	73

表 4-4-6 有澄清經驗之區別效度分析表	74
表 4-4-7 尚未有澄清經驗之區別效度分析表	75
表 4-4-8 有澄清經驗之模型配適度及變項解釋力	76
表 4-4-9 尚未有澄清經驗之模型配適度及變項解釋力	77
表 4-4-10 有澄清經驗之整體路徑分析彙整表	80
表 4-4-11 尚未有澄清經驗之整體路徑分析彙整表	81
表 4-5-1 澄清對象、議題、及澄清契機彙整表	84



國防大學

National Defense University

圖 目 錄

圖 2-3-1 激發訊息管理理論（TMIM）架構圖	20
圖 3-1-1 官兵有澄清真相經驗之研究架構圖	28
圖 3-1-2 官兵意圖澄清真相之研究架構圖	29



第一章 緒論

第一節 研究背景

近年來，攸關國軍議題的假新聞頻仍，但礙於國軍為國家安全最後一道防線，許多資訊涉及機敏，無法詳盡明確地公佈，故容易產生傳言或各種說法，容易影響外界對國軍產生誤解。因此，當有關國軍假新聞發酵引起討論時，主要由國防部權責單位統一對外澄清說明之外，官兵亦可能與周遭人際進行討論。部隊為團體生活，時常工作在一起、生活也在一起，故情感上互動密切。除了軍中同袍、長官、部屬外，親友亦是國軍人員重要人際關係來源，因此，當有關國軍的新聞發生時，除了與有共通話題的同袍談論之外，亦可能會與周遭親友意見交流。官兵除了根據本身接收到之訊息，在互動過程也可能受到眾多評估，權衡輕重緩急，影響後續官兵採取不同澄清行為。本研究正想探究對於有澄清經驗與尚未有澄清經驗之官兵，其評估影響之排序、判斷基準與選擇策略之間的關聯，及其他可能影響的原因。

假新聞並非新的現象 (Allcott & Gentzkow, 2017)，但假新聞影響臺灣的情況日益嚴重。由瑞典歌德堡大學政治學系民主評估機構在最新報告指出，臺灣是 14 個許多民主國家中受到境外政府散佈假訊息或誤導訊息最多的國家 (Coppedge et al., 2019)。近期與國軍相關議題之假新聞實際案例發生，則有軍購、年金改革等各種傳聞（國防部澄清專區，2019），引起廣泛注意與討論。對於國軍立場而言，中華民國憲法第 137 條明文規定，「中華民國之國防，以保衛國家安全，維護世界和平為目的。」；國防法第 15 條列出，「現役軍人應接受嚴格訓練，恪遵軍中法令，嚴守紀律，服從命令，

確保軍事機密，達成任務。」。由上述可知，國軍之設立為保衛國家安全，且基於保密原則，官兵傾向避免透露過多言論導致洩漏機密。然而，當有假新聞等發生的情況時，除了讓官兵知道真相為何，若能協助並適時為國軍發聲，使其他不了解的人避免受到假新聞的造謠，對國軍產生誤解，甚至對整體國軍產生負面評價。

在過往例子中，明顯可見國軍受假新聞攻擊的案例，以下列舉幾則有關國軍受假新聞影響等事件：國內部分，在2013年洪仲丘事件中，許多家媒體爭相搶快報導獨家，而未確實求證即刊登，造成嚴重扭曲事實的案例，引發社會輿論關注與撻伐。由於在軍方顧及軍機保密及檢調單位偵察未公開的事件初期，死者家屬悲憤質疑死因要求真相，各方揣測甚囂塵上，一時之間流傳許多真假難辨的消息，在來不及甚至不經記者求證下就成為新聞，甚至被引述到主流新聞媒體中，加上社群網路大肆轉載，一時引發社會產生各種負面聲浪。但該新聞究竟是真實情況還是捏造的消息，民眾難以區辨，也不易查證，但該期間並未影響民眾在網路上回應的熱度（傅文成，2018）；直到2013年8月，經桃園地檢署調查、提出起訴書並透過媒體對外發布後，才算正式報告查證的真相。

再者，年金制度改革議題也發生許多有關國軍假新聞的風波。陳祥熙（2018）提及，年金改革攸關全體軍、公教人員權益受到影響，執政當局應該傾聽基層的意見，並讓有關人士知道改革理由、面臨困難等。年金改革雖然召開多次的會議，但最後選擇的方案大多數未能傾聽或依照民意做適度修正，使人難以信服，此時悲憤難過而有負面情緒可想而知，各種假新聞的錯誤解讀在網路上不勝枚舉。

國外襲擾部分，中共對臺心戰及武力威脅不曾中斷，例如共機繞臺事件，在網路上出現大量非事實的照片、敘述內容等，在網路社群平臺、內容農場

刻意渲染其對臺領土範圍的侵犯，由於關注程度大，傳統媒體也未經審慎求證即報導，導致假新聞甚囂塵上。關於軍購案的假新聞也曾發生：在 2019 年，媒體評論指稱「美軍售我 M1A2 軍售金額和計畫不符」，影射「美方強迫推銷」等情，國防部鄭重駁斥與事實不符，呼籲媒體應謹守社會公器分寸，公允評價國防事務，切勿再以臆測方式汙名化國軍（國防部，2019）。

在過去事件中，可見假新聞等負面內容透過網路及社群媒體轉傳、留言、分享產生後續驚人的負面影響，甚至遠超過真實訊息的傳播速度（Vosoughi et al., 2018）。因此，當近期遭遇類似不實言論開始發酵時，國軍有澄清新聞的標準作業程序，國軍能最快時間做澄清，包括開設記者會，及在臉書等社群平臺上提供澄清訊息（國防報告書，2019），避免媒體及外界過度揣測使輿論風波再次上演，減少負面輿論風向。

綜合上述可見，透過科技的進步，國民「知」的速度日增，可以在短時間內獲知國軍重大政策、最新近況、戰演訓任務與形象等正面訊息，但同時，當網路上傳播有關國軍假新聞等負面訊息時，其傳播速度亦非常快速。值得注意的是，許多不同領域的研究已證實，正面和負面的訊息對人們的評價有顯著效果，尤其，相較於正面訊息，負面訊息的回應更加強烈（Glock et al., 2013）。此外，假新聞的出現通常來自重大事件或新聞的初期（Vosoughi et al., 2018）。因此，當網路上一則有關國軍的假新聞等，其負面內容使閱聽眾難以理性地分辨真偽時，恐使國軍形象受到威脅，故妥善更正、澄清真相的作為實屬重要。

第二節 研究動機

回顧過去如何防治、檢測假新聞相關研究，發現研究多為關於依靠科技偵測的發展（Shu et al., 2018）、假新聞結構形式分析（Volkova et al., 2017）等面向。然而，早在科技日新月異之前，廣義的假新聞，例如謠言，透過其他方式傳播：透過人際傳播，溝通互動，口耳相傳聽說來的訊息（Peterson & Gist, 1951；Fisher, 1998）。現在與過去最大的差別，網路與社群的發展影響很大，但從線上會到線下的人際互動，有其必要了解其影響是否仍存在。為驗證來自澄清網站發布的訊息是否有效，先前研究透過大數據爬蟲方式將網民在貼文底下的留言資料抓取下來進行內容分析，依照內容判斷留言者正負向情緒及語意特徵，結果發現，澄清網站確實有發揮正面影響，使網路使用者了解真相（Jiang & Wilson, 2018）。過去在心理學文獻中指出，要改變已受到錯誤訊息影響的人們的認知並不容易，因此可推論，當知道正確訊息的人們，要向受到影響的人們進行解釋時，也可能認知這是不容易的事情（Lewandowsky et al., 2012），而產生退卻或遲疑等情況發生。然而，關於線下的人際澄清過程，甚少文獻著墨；為了解互動過程會遇到哪些考量及影響評估，尤其是當官兵面臨需要對於國軍假新聞澄清互動之過程，為本篇研究動機。

National Defense University

由於新聞來源繁雜且多元，平均每日網路新聞高達 9,000 則，隨時都有媒體發布新聞至網路上，故無法驗證每則訊息真偽，除非該議題之假新聞造成廣泛討論度。不過，驗證的過程困難且耗時（何吉森，2018），有學者提出應透過 AI 科技、網站等幫助澄清訊息（Esteves et al., 2018）。然而，有關國軍假新聞議題，並不像政治、健康等主題，會讓一般閱聽眾立即感到實質上的威脅；換句話說，對於一般非國軍人員或相關人士，獲取軍事相關知

識之過程成本很高，若非具有高度認知需求，並不會願意耗費大量時間在相關議題上，除了加諸龐大的認知負擔，獲取國軍相關知識也需要其他成本，例如減少能夠獲取其他主題訊息的時間（Kahneman, 1973）。由上述可知，一個人接觸越多有關國軍議題及對象的訊息，代價是犧牲且較難獲取其他主題的知識，故通常媒體報導國軍的內容，相較其他議題，閱聽眾會更傾向相信。然而，國軍相關澄清真相的新聞並不像假新聞轟動、吸引人，因此後續媒體轉載報導澄清新聞的質量不高，故澄清的效果亦有限。事實上，國軍議題是重要的，因為其屬於國防安全，因此，國防部除透過開立記者會澄清真相的方式外，應戮力嘗試其他可能方案，使澄清內容能夠優先聚焦在目標受眾身上，再透過激發起這群人的注意力，透過其人際傳播，以及訊息的傳散，使閱聽眾逐漸產生認知及態度上的轉變。

唯有了解官兵在面臨知道有關軍事相關假新聞及澄清真相後，對於如何向其他人提供澄清資訊的認知及互動過程，才能加強澄清能量，降低假新聞對國軍造謠的傷害。這過程就如同衛生署在流感及傳染病前戮力向目標受眾宣導，使他們對於假新聞對腦中的輿論攻擊並產生免疫力，再透過人際傳播方式傳散出去，加深他們的印象，也使更多受眾了解在網路、媒體上接收到訊息時，勿輕易相信，應多方求證不同觀點。

簡言之，澄清假新聞真相的重責，並非僅倚靠國防部上級單位，應由全體官兵一同發揮影響。除了持續有對外澄清之作為，對內也應積極教育官兵對於假新聞等具爭議的國軍相關新聞內容有基本認知，使官兵具備澄清假新聞的能力，故能夠對身邊親友澄清真相，避免他們受到假新聞影響。為達此目標，必須先掌握了解官兵在過去有澄清的經驗中，哪些要素為重要考量，進而影響其澄清過程的拿捏取捨，及尚未澄清的官兵可能有哪些考量。

唯有了解如何幫助引導官兵增強認為重要的部分，方能增進官兵後續向他人澄清真相的行為意圖。

第三節 研究目的

綜上所述，本研究以人際傳播觀點為出發探討假新聞議題，目的在於了解官兵在向對方澄清、說明一件具有爭議之事件時，可能會歷經產生本來欲解釋的程度與實際向對方解釋的程度有所落差，此時可能會產生不確定性的落差，且後續在雙方談論過程中，不斷經過一系列心理與認知上的評估，影響個人最後採取不同作為來回應對方的疑問。因此，為了解國軍官兵向與身邊親友談論有關國軍假新聞的人際傳播態樣，本研究透過激發訊息管理理論（Theory of Motivated Information Management，TMIM）之架構，期能探究有關上述之認知過程。本研究透過問卷調查得出的數據進行分析為主，及深度訪談為輔，以關切官兵的實際經驗與論述，了解整體官兵在澄清真相的面向上遇到哪些困難，方能具體提出改進的方向。

在學術面上，則為首次將激發訊息管理理論之脈絡應用於傳播領域，探討澄清有關國軍假新聞的真相；在實務面上，能總括了解官兵在澄清真相過程評估的因素及權重，故能在後續在傳遞官兵真相內容時，增加官兵認為重要考量的因素。本研究欲了解官兵在人際傳播可能會遇到哪些評估要項，及採取的回應方式為何？彼此關係有哪些特徵？澄清真相的好處與壞處？澄清的契機是主動還是被動？上述問題均為研究探討之核心。

第二章 文獻探討

本章共有四節，依序回顧目前假新聞相關研究、澄清真相、激發訊息管理理論（TMIM）應用至澄清有關國軍假新聞真相之考量。在每一節最後均有小結，彙整文獻重點。

第一節 何謂假新聞？

假新聞相關研究在傳播學界領域，儼然成為現今熱門研究主題。但在二十世紀初，就有學者提出相關文獻，例如謠言（rumor）。謠言是與人和時事有關，且在未經證實的情況下流傳，目的是要混淆他人視聽(Knapp, 1944)。假新聞之所以會對閱聽眾產生偌大的負面影響，是因為閱聽眾並非總是親身經歷實際發生之新聞、訊息等；實際上，多為依賴大眾傳播及他人的敘述，以致能獲得、存儲及轉載。值得注意的是，我們很多決策並非來自個人理性的判斷，而是來自社會群體層面的共同敘述（Sloman & Fernbach, 2017），因此，我們傾向相信所獲知之新聞或訊息為真。引發各界緊張注意的緣起，是從 2016 年美國總統選舉，可以發現來自社群媒體上的新聞及訊息不僅產製快速、繁多，且參雜各種造假、不實，甚至使傳統媒體也開始爭相報導，以假亂真，導致加速混亂閱聽人的認知（Lazer, 2018）。對於國內，假新聞甚至已釀成悲劇，前駐日外交官因無法再承受輿論壓力最終選擇自我傷害已遂的憾事（中央社，2019.03.05）。從過去歷史事件中，必須重視因假新聞傳播產生輿論的嚴重性。因此，本節將概括假新聞之概述與定義、研究現況，及小結等三個部分。

壹、 假新聞之概述與定義

假新聞可能僅是茶餘飯後的故事：回顧過去在傳播界著名例子，為於 1938 年在哥倫比亞廣播公司播出的「火星人入侵地球」廣播劇（Pooley & Socolow, 2013）。然而，假新聞也可能是為特定政治或軍事目標策劃的戰略，例如，為了動員國內和國際輿論反對德國，英國對一戰期間德國的暴行進行了有效的假新聞宣傳工作（Schudson, 1997）。

2016 年，牛津英語辭典（Oxford English Dictionary）正式將假新聞（fake news）定義為虛構的新聞故事，多半聳人聽聞且廣泛地在網路上被分享，以達到刺激網站流量、增加廣告收入或抹黑公眾人物、政治運動、公司等目的。國外研究對於假新聞則有廣義定義，包含：錯誤訊息（misinformation），定義為不正確的訊息，可能是偶然、並非故意造成的訊息（Kucharski, 2016）；假訊息（disinformation），則強調為蓄意捏造虛假的訊息（Kshetri & Voas, 2017）；謠言（rumor），為不確定是否為事實，但卻成為廣傳的訊息（Buntain & Golbeck, 2017）。但也有學者認為，上述各種專有名詞的區別，並未得到明確的界定（Lazer, 2017）。國內部分，對於上述名詞界定部分，以臺灣通訊傳播監理機關國家通訊傳播委員會（National Communications Commission, NCC）在 106 年 2 月 16 日公布「假新聞議題國際觀測與因應建議報告」，對於假新聞定義上解讀為「純屬虛構的消息，刻意傳播錯誤訊息，目的在誤導大眾」；而不實新聞，則為「被報導者或利害關係人認為報導訊息有錯誤」。因本研究重點並非區分其差異，而是將非事實事件以外資訊，且已為新聞報導之內容概括之，故以假新聞一詞總括之，為整體概念來進行後續討論。

貳、 假新聞研究現況

關於假新聞對閱聽人的認知及行為相關理論，許多學門提供多種不同的切入點，包含心理學、哲學、社會科學、經濟學等，可根據其觀點歸納為三類。首先，為假新聞文體風格之分析，其次為假新聞傳播方式之分析，最後為閱聽人之分析。接下來，將觀點與相關理論之對照作為敘述脈絡。

一、假新聞文體風格之分析：從假新聞的內容及敘述結構做分析，目的在偵測該則是否為假新聞。值得一提的是，新聞文體分析之標準並無一個絕對正確的規範，即使透過人工標註方式判斷該新聞真假的準確值也未見得較高，更遑論標註的速度不及線上新聞產生的數量（Rubin, 2010）。因此，該領域之分析方法大多需透過大數據演算法的深度學習工具輔助處理大批資料，包含監督式學習、半監督式學習等（Yang et al., 2018；Zhang et al., 2018）。

二、假新聞傳播方式之分析：過去研究分析顯示，新聞聳動的內容容易引起注意（Kwon et al., 2013；Zhou et al., 2015）。此外，假新聞傳播的寬度、廣度、或速度，均遠勝於真新聞（Vosoughi et al., 2018），研究取徑多為依據數學函數公式推導解釋假新聞傳播、轉載後的效率驚人（Kucharski, 2016）。有關研究人們為何會在網路上分享假新聞之研究（Lewandowsky et al., 2012），發現人們會根據認知過程進行評估，包含（1）評估訊息的真實度、（2）訊息內容是否相關，並無矛盾之處、（3）來源是否可信、（4）其他人是否也相信該訊息。排除惡意轉傳的人們，一般訊息提供者是在心理感知到上述各項評估後，認為該則訊息為真時，才會進行轉傳及分享等行為。如果人們不斷接觸到同一個訊息的敘述框架，則越會對該框架的認知加深，即使該則訊息實質上是有誤的，也很容易被認為是真實的。一旦當錯誤訊息被訊息接收

者接受，這時其他訊息提供者所提出對錯誤信息的糾正就可能發揮不了效用。由上述可知，不經意轉傳分享假新聞的訊息提供者，會進行心理認知的評估，因此推論，澄清真相的訊息提供者亦會進行心理認知的評估。

三、閱聽人之分析：根據使用者傳播假新聞之意圖區分之。首先，為惡意的使用者，蓄意捏造或者轉傳假新聞，試圖從中得到利益；其次，為一般的使用者，並非蓄意轉傳假新聞，其轉傳原因可能基於某種考量，包含：本身價值觀的影響，例如確認偏誤（Confirmation bias），個人傾向相信與價值觀相符之訊息（Nickerson, 1998）、或是不對稱洞察力錯覺（Illusion of asymmetric insight），個人認為本身的知識比其他人還優越（Pronin et al., 2001）；受到社會價值的影響，例如回聲室效應（Echo chamber effect），受到同溫層的群體影響，故對某種感知的信念增強（Törnberg, 2018），例如級聯效應（Availability cascade），個人傾向接受在社群網絡中廣傳的一種想法或見解（Kuran & Sunstein, 1999）；認為有利於他人的想法所影響，例如展望理論（Prospect theory），個人根據損失及收益來評估價值（Kahneman & Tversky, 2013），因此認為轉傳有利於使更多人知道該則訊息。傳播假新聞也與焦慮程度、不確定性差異、及可信度高低有關（Difonzo & Rosnow, 2000）。綜合上述，假新聞雖然有誤，但對於更正甚至消弭其在個人認知上已產生的偏見並不容易（Roets et al., 2017）。

參、 防範假新聞

在了解有關假新聞的體材、傳播態樣後，最重要的是找出方式防範假新聞的產出，及避免受到假新聞影響個人認知。首先，研究指出，第一步驟為預先偵測假新聞，避免其造成廣泛的影響，因為個人通常相信第一時間接收

到的訊息（Roets et al., 2017）。其次，必須了解防範假新聞工作需要有所取捨，著重挑選影響力較大之內容及議題優先做審查工作（Hassan et al., 2017）。過去研究已證實，對於國人而言，國軍相關議題對於政策支持度有密切相關（傅文成，2019）、且網路謠言對國軍的正面形象傷害甚鉅（傅文成、陶聖屏，2018），因此，對於國軍相關新聞，必須審慎防範。再者，學者提出干預假新聞的曝光，作法為透過演算法，將已偵測為假新聞之內容，在網路上加以阻擋傳播途徑或是透過程式語言，將該內容曝光度減弱，使閱聽人在接收訊息時，不會優先看到該則新聞等內容（Shu et al., 2018）。除此之外，若有澄清角色的協助，例如意見領袖分享真實新聞，增加真實新聞曝光度並大力支持澄清真相，方能更為完整應對假新聞（Vo & Lee, 2018），這亦是在大眾傳播上透過人際傳播方式達到澄清的目的。

肆、 小結

對於反制假新聞，學者提出以科技反制科技的方式，建議媒體、社群平臺等應與人工智能（Artificial Intelligence, AI）與機器學習（Machine Learning, ML）和深度學習（Deep Learning, DL）等技術有更多的合作，利用新聞標題結構、出刊時間、內容等方式做判斷，協助檢測是否為假新聞（Varol et al., 2016），這表明工具可以變得非常有影響力（Ferrara et al., 2016）。Lazer (2017) 亦建議加強可靠的訊息來源，尋找支持和合作媒體的途徑，擴大高質量、真實的訊息的印象。

爬梳目前國內外有關假新聞的文獻中，可知對於產製、傳播等觀點似乎已達到一定的共識；但亦可發現，目前研究未深入觸及關於人們在與人際互動時，澄清假新聞時產生的感知、評估、及訊息提供之過程，因此，引起研

究者推論嘗試聚焦至有關假新聞與人際傳播之間的關聯，找出其他發現的啟發，尤其是了解關於國軍官兵如何面對有關國軍的假新聞時，澄清真相的方式？可能的考量？及優先順序為何？

第二節 如何澄清真相？

根據第一節可知，除了透過網路演算工具防治假新聞，亦須嘗試以人際互動幫助澄清真相之突破。因此，本節為如何透過人際互動來澄清真相（debunking），將閱聽人接收到假新聞的印象加以清除，並提供事實真相的過程。方法可為透過根據新聞來源可信度，另外，可根據澄清的來源（專家指出、社群平臺上），閱聽人意願高低（主動、被動）加以了解。本節論述脈絡將以澄清真相之概述與定義、研究現況、澄清目標對象，及小結等四個部分做論述。

壹、 澄清真相之概述與定義

過去研究指出，澄清（clarify）定義為更正訊息，並減少錯誤訊息之影響（Seifert, 2002）；另有研究認為，揭穿迷思（myth）為提供另一種解釋的理由，且該訊息必須是可信的，能夠解釋事件的所有緣由，因為當揭穿該則迷思時，等同於造成人們的認知產生缺口，程序則必須能夠填補這個間隙（Rapp & Kendeou, 2007；Seifert, 2002）；此外，亦有研究表明，唯有當個人對於某錯誤訊息未持有強烈信念時，澄清（debias）才能發揮作用（Lewandowsky et al., 2012）。一旦閱聽人第一時間接收到錯誤的訊息，要移除其負面影響並不容易（Flynn et al., 2017），可能原因為，人們通常對被告知如何去做、如何去想的作為產生反感（Brehm & Brehm, 1981），尤其，

更正的方式必須妥善，否則反而產生逆火效應（Backfire Effect）（Nyhan & Reifler, 2010；Pennycook & Rand, 2017）。例如，在接觸到澄清的訊息後，反而更加強化其原本錯誤的認知（Lewandowsky et al., 2012）。因此，Lewandowsky 等人（2012）提出六種在澄清真相上建議之方式，例如錯誤訊息提供可信的替代解釋；重覆澄清，以減少錯誤訊息的影響，而不重複錯誤訊息的內容；在提及錯誤訊息之前，明確警告，以防止錯誤訊息再度被強化；應對措施應適當，方使對方能更為接受；澄清內容應簡單而簡短。

因此，可知澄清真相需要考量的因素很多，如何讓對方不會產生反感，又能使真相如實傳遞給對方，值得近一步探究。

貳、 澄清真相之研究現況

多項研究證實，要改變人的認知問題並不是一件容易的事情，例如澄清有關美國前總統歐巴馬出生地的謠言（Travis, 2010）、澄清中東並無含有大量毀滅性武器等（Kull et al., 2003），均證實多數人在接收到澄清新聞後，仍傾向相信假新聞的實例。即使後來相信澄清內容，但研究顯示，經過一段時間後，人們可能會有搞混的情況發生，把假新聞記為真實新聞（Peter & Koch, 2016）。這些研究結果突顯糾正人們腦中錯誤的認知並澄清真相的難度，及再次證明人們對於不熟悉之議題，通常相信第一時間接收到的訊息（Roets et al., 2017）。個人的觀點攸關本身相關程度可能是一個影響因素，認知過程會使人無意識地以有偏見的方式處理接收到的訊息，亦即個人是有偏見的訊息尋求者，更喜歡接受證實現有觀點的訊息。當訊息被認為是可信的，或者訊息證實了先前的觀點時，個人通常傾向於不加批判地接受訊

息；反之，當這些訊息是不熟悉的或者來自反對派，它可能會被忽略，因此，糾正並澄清錯誤訊息並不一定會改變人們的信念 (Nyhan & Reifler, 2010)。

而澄清真相的逆火效應必須透過實驗，方能驗證因果關係。過去在一項實驗中，研究人員給予樣本一張傳單，內容是有關流感的澄清內容，當立刻看完澄清訊息後，樣本確實能夠有效判別真相及謠言；然而，經過 30 分鐘後，樣本再次被要求區分真偽兩者，部分樣本確實產生記憶上的逆火效應，無法順利地分辨真偽 (Skurnik et al., 2005)。由此推測，隨著時間的流逝，部分記憶的細節會消逝。此外，普遍對於有效澄清真相看法是，若提出的反駁證據越多，就越能成功糾正錯誤的觀點，但並非如此：研究實驗中，針對澄清真相的內容進行操弄，結果顯示，澄清內容中，越強調錯誤訊息，則越使人對錯誤的印象加深，僅顯示澄清事實的部分，澄清效果最佳 (Schwarz et al., 2007)。由此可知，國軍若在澄清假新聞時，內容講得越精確越好，切避免過度強調錯誤的內容。

此外，對於澄清知識性較高的訊息，例如科學知識，無法成功的原因是敘述的內容不夠淺白 (Schwarz et al., 2007)。另外，Reber 和 Schwarz (1999) 也曾提出，僅僅增強印刷字體的顏色對比度，使其更容易閱讀，就可以提高人們對陳述真實的接受程度。綜合上述所言，澄清的內容應使人容易理解、流暢及簡單扼要，方能更容易被認為是真實。因此，研究者認為，國軍相關議題，相對於民生、健康等，知識性較高，故在澄清有關國軍假新聞時，必須參照上述研究發現，內容避免過於深奧，方能提高民眾的接受度。

關於國軍相關議題，澄清真相的方式不全然憑借單一方式。根據顯示，國人對媒體的信任感降低 (陳憶寧, 2004)，因此，對於其他澄清的管道必須進一步了解，例如結合人際傳播。人際傳播 (Interpersonal Communication) 可進一步區分成兩種，第一種為透過意見領袖，例如專家。專家澄清為透過

一群具有高可信度的人物、可信任的平臺對內容進行更正說明，但通常較為耗時且內容範圍有限。目前，國軍對外澄清新聞，主要透過發言人公開發表言論，及透過臉書粉絲專頁發佈貼文公告。目前，針對國防部發言人臉書粉絲專頁相關研究，透過實驗法證實，其內容對閱聽人產生正面的議題設定與預示效果（傅文成，2016），意即接觸越多該粉絲專頁的內容，越能認同傳達的認知，故可推論之澄清內容；平臺部分，臺灣於 2018 年設立事實查核中心網站等，為第三方查核機制，針對有爭議之議題進行偵測，但澄清的成效仍須保守看待（胡元輝，2018），且仍需注意逆火效應的存在。此外，該平臺觸及有關國軍議題的澄清內容甚少。國外亦有相關研究，透過澄清平臺所提供的圖文以內容分析或大數據方式，對照真假新聞進行驗證，結果發現確實有達到澄清之正面效果，但亦有證實產生部分的逆火效應（Jiang & Wilson, 2018；Egelhofer & Lecheler, 2019）。人際傳播的第二種方式則是透過人際間在社群互動並澄清說明真相，包含線上及線下。然而，卻對於人際互動澄清的研究甚少被研究。弔詭的是，假新聞對人們的影響，除了在社群網路上，也會影響日常的相處。國內部分，線上之網路澄清僅有李欣穎、汪志堅、駱少康、方文昌（2003），搜集來自臺灣及國外地區網路謠言資料，進行內容分析做歸納與比較，初探網路謠言跨國傳播現象；之後，汪志堅、李欣穎（2005）再以問卷調查法探討來源可信度、情感認同、與涉入程度對網路謠言闢謠效果之影響。而關於人際溝通之澄清研究實屬少見，有關國軍官兵如何澄清國軍假新聞之研究亦無從得知。

因此，本研究欲探究關於人際之間在澄清真相時的互動。在澄清過程中，人可能同時扮演多重角色。從鉅觀的角度去看待社會，較為強調閱聽人受到媒體的影響人，此時閱聽人僅為訊息接收者，屬於被動的角色。在微觀層次中，人際互動時，角色除較為被動的澄清訊息接收者外，亦可成為主動的澄

清訊息的提供者及澄清訊息的尋求者。過去研究中，多將人定位在訊息接收者，以認知偏誤解釋閱聽人不易改變原有想法，導致澄清訊息最終的效果不好。但在微觀取向中，若當個人化為主動角色，也就是為訊息提供者及訊息尋求者時，澄清過程及認知上是否有其他尚未被探究的考量？例如，當身為訊息提供者時，會評估本身是否具備足夠溝通能力去澄清？澄清結果是否會影響彼此關係？最後，澄清策略是否有各種可能？上述問題尚未得到合理解答，亦尚未有相關人際傳播文獻提出更好的解釋。

參、 澄清目標對象

不論做任何計畫之前，確立目標是非常重要的（Arini et al., 2014）。唯有鎖定目標對象（target audience），才能針對客群提供適當行銷或方針。研究澄清真相時，除了更正的內容之外，也應先清楚確立澄清方式的不同，所接觸到的目標對象亦會不同。本研究所提之人際傳播著重在面對面的互動上，因此與大眾傳播最大的不同在於，向目標對象澄清真相時，會感受到更直接的互動及受情感上的影響。

對國軍而言，目標受眾可區分內部受眾和外部受眾。外部受眾指稱一般民眾，而內部受眾包括與軍事組織有某種關聯的人，更具體地說，是那些直接和間接參與行動的人，其中包含兩大群體，軍事人員和軍人親友，也就是家屬（Maltby, 2013）。根據調查，社群網路與媒體為民眾最主要的新聞來源（Newman et al., 2017）。當親友接收到有關國軍假新聞時，雖然本身並無直接與國軍相關，但由於可能是國軍眷屬的特殊身份，會比起一般民眾引起認知上的注意。Macy 與 Skvoretz (1998) 發現當個人與他人關係愈親近，則愈容易信任對方。Rempel 等人 (2001) 研究結果說明信任與伴侶間的溝

通關係，伴侶間愈高度信任，他們溝通較傾向強調正向層面的關係。Fukuyama (1995) 與 Redding (2013) 提到，由於華人受家庭文化的影響非常深遠，對於親屬關係也產生較高的信任。此外，由群我倫理促進會與遠見研究調查 (2019) 公布社會信任調查結果顯示，國人最信任的對象為每日朝夕相處的「家人」（信任度 95.8%）。綜合上述文獻，個人對愈親近程度、接觸程度愈高的人群，信任程度愈高。因此推論，當國軍官兵透過人際傳播方式澄清真相時，向愈親近的人澄清真相，則愈有可能使對方產生認知上的改變，這是因為當我們越信任對方時，越傾向認同對方提出的觀點與看法。此外，當親友不論在社群網路或是媒體得知一則有關國軍爭議之事件時，會傾向詢問周遭認識且信任的官兵，有關他（她）們的看法，以期了解事實真相。

肆、 小結

由上述可知，澄清真相容易產生逆火效應，但其驗證方式通常為透過媒體、紙本等方式。除此之外，澄清方式亦可結合人際傳播的力量，雙管齊下幫助傳達澄清的真相。但對於人際之間澄清過程等相關研究，尤其是官兵之間的著墨亦屬缺乏。因此，綜合前兩節文獻探討，本研究以人際傳播角度，欲了解澄清假新聞的過程，且已有實際澄清經驗，及尚未有澄清之官兵，心理考量的因素態樣是否有所不同。本研究將引用激發訊息管理理論 (TMIM) 所提供之模型，幫助研究者解答上述問題之關聯性，並嘗試以人際傳播角度補充過去關於假新聞及澄清相關研究上的空缺。

第三節 激發訊息管理理論

激發訊息管理理論之架構是當個人遇到某件事情，且與個人有密切相關時，在認知上產生極大落差的情況下，心理上會引發一連串的考量，最後產生某種方式，面對前述的落差（Afifi & Weiner, 2004）。此外，人際互動過程中，角色可能會隨時轉換，意即在溝通過程，時為訊息提供者，時而轉為訊息尋求者。

過去研究認為，個人會轉傳假新聞的動機，包含妥善處理假新聞帶來的不確定性、與他人建立關係，及自我滿足（Bordia & Difonzo, 2005）。假新聞本身即具有含糊、偏頗、不確定性等特徵（Rosnow & Kimmel, 2000）。根據上述推測，當向他人澄清該則訊息為假新聞而非事實時，因這件事攸關假新聞，本身則具有爭議之特性，導致預期想要解釋的程度，基於其他某種外在考量，故與實際能澄清說明的程度產生部分落差，此落差則為不確定性（uncertainty）。當個人接收到澄清資訊，並向他人澄清時，此時角色轉換為資訊提供者。這時，將會歷經一連串的考量，包含若向對方澄清說明，是否影響彼此的關係、意見是否可能相左、說明的內容是否足夠充分等評估，影響之後採取的方式可能傾向直接如實回應對方、較為隱晦的字眼暗示對方、忽略對方的疑問，或是重新思考其他可能等。而已有實際向他人澄清真相的人，因已直接接收到對方面回饋的回應，故會具體產生情緒上的影響，並在互動過程中，邊考量因素，適時調整，最後回應對方。上述過程，將透過本節概述 TMIM 各階段重點，最後聚焦在研究當閱聽人身為澄清訊息的提供者角度，做後續研究假設的基礎。

壹、 理論介紹

在 1970 至 80 年代，關於管理不確定性（management uncertainty）的研究非常多元，包括問題整合理論（Problematic Integration Theory）（Babrow, 2001）、社會認知理論（Social Cognitive Theory）（Bandura, 1997）、情緒評價理論（Emotional Appraisal Theory）（Frijda, 1986），和啟發式系統模型（Heuristic Systematic Model）（Chaiken, 1987）等。激發訊息管理理論（The Theory of Motivated Information Management, TMIM）將上述多個理論的觀點整合，並在 2004 年正式提出（Afifi & Weiner, 2004），做為理解當個人面對預期與現實可能產生落差的不確定性及其管理回應策略。該理論在許多議題中被重複驗證（Afifi et al., 2006；Afifi & Weiner, 2006；Fowler & Afifi, 2011）。TMIM 認為，當訊息尋求者欲從訊息提供者獲得訊息，訊息提供者可能會經歷與訊息尋求者相似的考量過程，包含預期結果（outcome expectancy，簡稱 OE）及效能評估（efficacy）、回應訊息的管理策略（information management），並評估將導致正面或負面結果的可能性（Afifi & Weiner, 2004）。提供者也會評估效能，包括自身提供訊息的能力、溝通效能，以及對方效能，是否有能力承受訊息的能力。訊息提供者，其實也如同訊息尋求者，在進入最後決策階段前，會評估一系列可能發生的情況，最後影響其提供訊息的程度和傳達的直接程度（Afifi & Weiner, 2004）。

資訊尋求者

解釋階段

評估階段

決策階段

資訊提供者

評估階段

決策階段

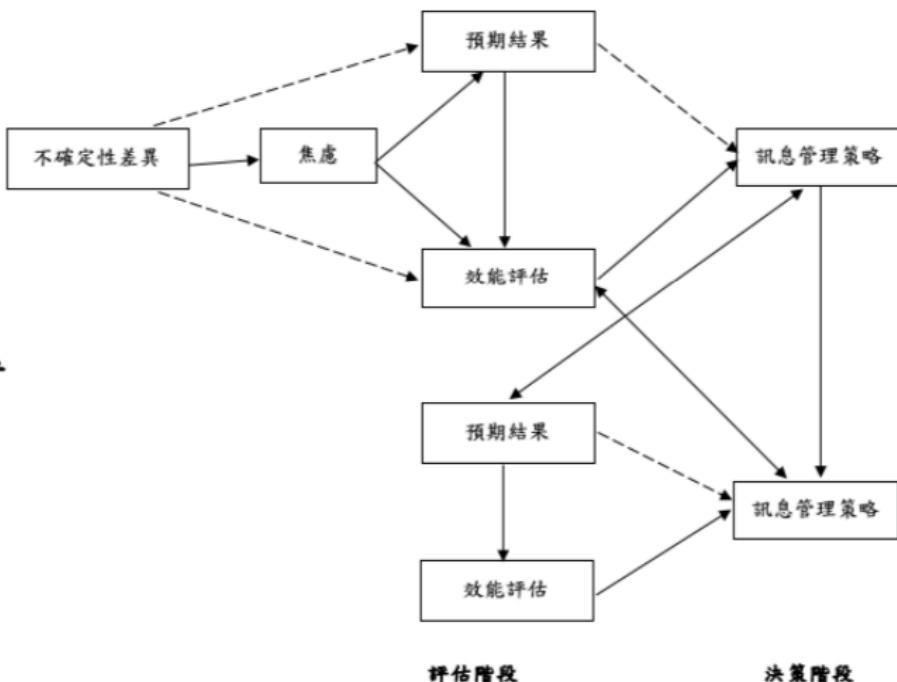


圖 2-3-1 激發訊息管理理論（TMIM）架構圖

資料來源：Afifi, W. A., & Weiner, J. L. (2004). Toward a theory of motivated information management. *Communication Theory*, 14, 167-190.

TMIM 將個人歷經的考量分作三個階段：解釋、評估和決策，並區分訊息尋求者及訊息提供者兩種模型，如圖 2-3-1。解釋階段，為個人感知該議題是重要的，但產生不確定性差異時，影響情緒產生焦慮；接續進入評估階段，反映了對訊息尋求或提供前，產生的預期結果和效能評估；最後影響決策階段，選擇不同訊息管理策略面對這樣的情況。下文將分別針對三階段詳述之。

貳、 解釋階段

該階段包含個人認知到他所期望的狀況與目前實際了解的情況之間存在落差，這段差距稱之為不確定性差異。這種差異是情緒反應的觸發因素（Afifi & Weiner, 2004）。

易產生不確定性的議題通常具敏感及爭議等特性，例如攸關性健康的問題（Dillow & Labelle, 2014）、器官捐獻的意願（Afifi et al., 2006）、家庭健康記錄（Hovick, 2014）、臨終的討論（Rafferty et al., 2015）等，上述研究均以樣本為訊息尋求者的角度為出發。此外，對於個人來說，唯有當個人認知該議題對本身是重要的，其不確定性的程度才會發生作用（Lewandowsky et al., 2012）。值得一提的是，爬梳過去文獻，大部分 TMIM 研究多以訊息尋求者角度為出發，僅有 Dillow 和 Labelle (2014) 首次以縱向研究的調查，同時探究訊息尋求者與訊息提供者的情況，結果證實雙方均會相互影響，這項結果亦再次回應最初理論要點，為人際傳播具有雙向互動性。承上述，由於假新聞本身的特性即與事實不符，正反兩方說法易使人起爭議，此與前述議題有類似之處，因此推論，不論是訊息尋求者或是訊息提供者，當向對方提供澄清假新聞的真相時，亦會產生不確定的感受，而其差異則根據個人因素有所不同。

情緒部分，TMIM 最初提出不確定性差異會產生焦慮感（Afifi & Weiner, 2004）。許多學者更明確地指出，不確定性與焦慮的產生有關（Izard, 1991; Mandler, 1984）。一些研究表明，不確定性導致焦慮情況升高（Behar, 2001; Reiman et al., 1989）。Gudykunst 與 Nishida (2001) 注意到不確定性和焦慮之間產生顯著相關性。但是，人們在經歷某些情況時，會同時感受到多種複雜的情緒（Ersner-Hershfield et al., 2008； Larsen & McGraw, 2011），例如，

雖然心理歷經不確定性，但對未來有信心的情況下，會感到希望或樂觀（Brashers, 2001）；研究中生代子女（四十歲以上）對於父母養老的問題，在面對不確定性差異時，樣本正向情緒（如冷靜、快樂、鼓勵）的程度高於負向情緒（Fowler & Afifi, 2011）；Rauscher 和 Hesse (2014) 也發現，正向情緒可以在 TMIM 呈現明顯的顯著相關。此外，人們也可能會對同一個刺激物感受到非常矛盾的情緒，同時有正面，但也有負面的情緒（Cunningham, Zelazo, Packer, & Van Bavel, 2007）。例如，在賭博時，可能使人同時有「令人失望」（當贏時，自我解釋原本可以贏更多）或「減輕損失」（當輸時，自我解釋原本可能輸更多）的矛盾心理（Larsen et al., 2004）。此外，不確定性差異可能引發多種情緒，如憤怒、恐懼、厭惡、和希望，後續文獻提出修正部分 TMIM，情緒不僅限於焦慮（Afifi & Morse, 2009）。而推論至本研究，澄清有關假新聞的真相時，雖可能使人產生焦慮，但官兵亦可能根據自我實現、內容幫助到他人的心理因素所影響，承如先前所提之展望理論（Prospect theory，Kahneman & Tversky, 2013）的感知，而產生正向的情緒。

TMIM 理論雖對於訊息提供者，並未探究不確定性差異及情緒的關係，但如上所述，由於此議題本身具有爭議、真偽難辨等特性時，當個人在提供澄清真相前，且會在彼此溝通互動中感受到對方若持有不同意見時，為避免起爭執等情況，故會面臨實際提供的內容與本來預期提供的內容無法完全相符，此時可能產生不確定性的感受，因此，本研究在官兵身為訊息提供者的前提下，在過去曾經有過向他人澄清真相的經驗者，亦會經歷與訊息尋求者相同的情況，對該重要事件產生不確定差異的感知，進而導致影響其產生焦慮或樂觀的情緒。故本研究區分兩種作為對照，第一種為有澄清經驗之官兵，探討其不確定性差異及情緒；第二種為尚未有實際澄清經驗但有意願之

官兵，由於缺乏實際經驗，僅為探究其行為意圖，故不探討其不確定性差異及情緒的部分。有鑑於不確定性差異與焦慮和樂觀有關，但先前研究結果中均有產生正相關及負相關的結果，因此提出假設：

H1：有澄清經驗之官兵，不確定性差異會預測焦慮及樂觀。

參、評估階段

根據 TMIM，情緒影響後續評估階段，故個人產生情緒後會進入預期結果（Outcome Expectancy，簡稱 OE）及效能評估（Efficacy）的階段。預期結果為個人想像將會發生什麼後果。然而，過去實證研究結果，情緒對預期結果的顯著性並不穩定（Hovick, 2014；Rafferty et al., 2015；Wong, 2014）。關於討論家族健康歷史研究指出，人們可能因預期家族遺傳這種「特殊的知識」會對其他家庭成員產生影響，所以選擇避免討論該類話題；另一些人則因預期這類的談話結果會對「彼此關係」產生負面影響，進而破壞家庭關係（Rauscher & Hesse, 2014）；關於父母是否會詢問孩子有無吸食毒品，結果表明，父母會預期詢問後的結果，包含可能會得知孩子有吸食毒品的事實，也會擔憂詢問可能會使親子關係產生衝突（Afifi & Robbins, 2015）；關於當伴侶面對家庭經濟的不確定性時，可能預期討論財務問題會使對方得知壞消息，以及討論過程中，財務狀況不滿的狀況可能會造成壓力，導致彼此關係的困境（Fowler et al., 2018）。因此，Afifi 和 Morse (2009) 與 Fowler 等人 (2018) 提出修正，將預期結果區分為二，為「內容預期結果」及「關係預期結果」，分析結果均驗證，焦慮與兩種預期結果呈現負相關，樂觀則與兩種預期結果呈現正相關。

回到有關於澄清真相之面向，前述可知個人傾向相信一再出現的訊息，即使訊息本身並非正確（Nickerson, 1998）。而當訊息提供者向他人澄清真相時，等同向對方澄清等同挑戰對方對於該議題內容的認知，故會面臨預期結果的評估（Nyhan & Reifler, 2010），也可能造成彼此關係上的緊張（Mercier, 2016）。因此，研究者推論，當身為資訊提供者的官兵，不論是否有實際澄清真相的經驗，亦會將內容及彼此關係列入考量。

本研究重點為官兵身為澄清訊息提供者，當產生焦慮或樂觀情緒後，後續會經歷評估階段：針對有澄清經驗之官兵者，將探討其情緒及預期評估的關聯，而由於尚未有實際澄清經驗但有意圖之官兵者，尚未產生實際的情緒，因此提出以下假設：

H2：有澄清經驗之官兵，焦慮會負向預測內容預期結果及關係預期結果，而樂觀則會正向預測內容預期結果及關係預期結果。

根據根據 TMIM，預期結果影響後續效能評估。效能評估包含四個部分（Afifi & Weiner, 2004），第一為對自身溝通能力（communication efficacy）的評估，意指個人認為自己具備和目標對象溝通的能力，第二為對目標對象的評估（target efficacy），意指對方是否有能力接受訊息，第三為對本身處理該訊息能力的評估（coping efficacy），最後為目標對象是否會如實表達内心意見（target honesty）。此概念與澄清真相相符，正如 Lewandowsky 等人（2012）所言，重複更正訊息能夠幫助閱聽人增強效能。然而，Nyhan 與 Reifler（2010）則認為過於挑戰目標對象的觀點的結果，反而更會造成對方不相信澄清的真相（Cook et al., 2017）。上述兩種論點產生衝突，為驗證是否當一個人感知到更有利的可能結果時，效能愈會增加，故延續 TMIM，不論是否有澄清經驗之官兵，在提出再向他人澄清真相時，預期結果會正向預測效能評估，因此提出假設：

H3a：有澄清經驗之官兵，內容預期結果及關係預期結果均正向預測效能評估。

H5：尚未有澄清經驗之官兵，內容預期結果及關係預期結果均正向預測效能評估。

如 Afifi 與 Morse (2009) 所言，處於負面情緒狀態的人會表現出較低的效能，而處於正面情緒狀態的人則會表現出較高的效能。此外，效能評估長期以來也被認為是情感的一種功能 (Bandura, 1986)。因此，根據本研究重點，有澄清經驗之官兵者，其情緒與效能評估產生關聯，而尚未有澄清經驗之官兵者不探討之。因此提出以下假設：

H3b：有澄清經驗之官兵，焦慮會負向預測效能評估，樂觀會正向預測效能評估。

肆、 決策階段

此為個人決定管理訊息的回應方式。理論提出四種訊息管理策略，包含採取直接回應、間接回應、回避回應和認知再評估 (Afifi & Weiner, 2004)。關於認知再評估的解釋為為重新構建先前不確定性差異的認知。Luce 等人 (1997) 指出，個人透過改變他們的處理方式以減少負面的情緒。然而，過去文獻多僅檢驗其中一種回應方式，例如驗證直接回應通常與效能評估呈現正相關 (Afifi & Weiner, 2006; Fowler & Afifi, 2011; Hovick, 2014; Rauscher & Hesse, 2014)、間接回應 (Dillow & Labelle, 2014) 和回避回應 (Afifi & Afifi, 2009) 與效能評估呈現負相關，而認知再評估和效能評估也呈現負相關 (Fowler et al., 2018)。而 Fowler 等人 (2018) 為唯一同時檢驗四種 TMIM 提出的回應策略，但結果並未完全支持理論，

顯示部分支持：效能評估並不能預測直接訊息尋求，然而，對於間接訊息尋求、回避和認知再評估具有顯著的負相關，該文獻解釋的理由為，由於其研究方法為根據受測者在第一次填答時間後，相隔四週再進行第二次填答，有可能因為間隔過短，尚未有適合的時機向對方尋求訊息，故對直接訊息尋求無顯著相關，且因對此結果感到失落，故傾向選擇其他方式，包含對於間接訊息尋求、回避和認知再評估等方式，故造成顯著負關係。綜合上述關於其他議題之文獻，研究者認為，有關澄清真相時，官兵亦會根據前述各項評估，做出最有利的回應策略。因此，不論是否有澄清經驗之官兵，效能評估與訊息管理策略之間均會產生關聯，故提出假設：

H4：有澄清經驗之官兵，效能評估會預測訊息管理策略，且正向預測直接回應，負向預測間接回應、迴避回應，及認知再評估。

H6：尚未有澄清經驗之官兵，效能評估會預測訊息管理策略，且正向預測直接回應，負向預測間接回應、迴避回應，及認知再評估。

第四節 小結

綜合前三章文獻回顧，應用 TMIM 在官兵澄清有關國軍假新聞的真相過程。首先，本研究有關國軍假新聞之定義，是以目前國防部於行政院下轄澄清專區及臉書粉絲專頁正式公布為依據，提供受測者回憶過去曾接收與否的經驗。第二節為澄清真相，強調以人際傳播觀點探討官兵向目標受眾澄清真相可能遇到的各種考量，包含逆火效應等評估。此階段亦明確將官兵定義在為資訊提供者的角色，並將澄清目標對象訂定為官兵之親友。最後，第三節的部分，著重在連結澄清真相與 TMIM 各變項之關係，並針對官兵是否有澄清經驗，區分兩個模型探討之。

回顧過去有關向閱聽人澄清、更正，或是提醒對方此為假新聞相關研究時，傾向測量的方式為判斷是否能夠有效達到澄清真相的「效果」，甚少探究「人際之間溝通」的本質。在過去大眾傳播逐漸興起的年代，學者曾提出大眾傳播比人際傳播更能有效加速行為上的改變（Valente & Saba, 1998），但在 21 世紀的現在，由於網路資訊果多，人們反而無法全部吸收，且更容易忽略與本身信念不同或者認為不重要之議題，尤其，當真新聞、假新聞及澄清訊息產生不斷快速來回交疊的情況時，已使人無法有效地辨認真偽。再者，國軍議題相對於民生、健康等議題，對於一般的國人而言，社會距離較遠，大部分閱聽眾得知管道為透過媒體的報導內容，及透過親朋好友口中得知，因此，國軍更需將透過人際傳播方式列入因應作為。

軍隊有別於其他職業，是保衛國家安全的單位。對於非從軍人員，或者不同年代的國民，對於國軍可能有認知上的差異，所以當對方聽聞有關軍中相關的假新聞或謠言時，容易相信（陳燕玲、陶聖屏，2015）。但是，不了解並不代表不重要，而有關國軍人際互動且與目前假新聞的研究甚少，故有必要了解官兵在選擇上會有哪些考量因素影響，最後採取不同澄清的回應方式。



National Defense University

第三章 研究方法

本章分成三節，第一節介紹研究架構，第二節為研究設計，第三節介紹操作型定義與問卷題項，第四節為深度訪談法。

第一節 研究架構

本研究援引 TMIM 進行實證檢驗（Afifi & Morse, 2009），應用在探討官兵澄清有關國軍假新聞的過程，包含認知上的不確定性差異，影響產生樂觀及焦慮的情緒、進而進入預期結果、效能評估，及影響最後採取不同的訊息管理策略。當官兵為過去有澄清真相之經驗者，該研究模型如圖 3-1-1。

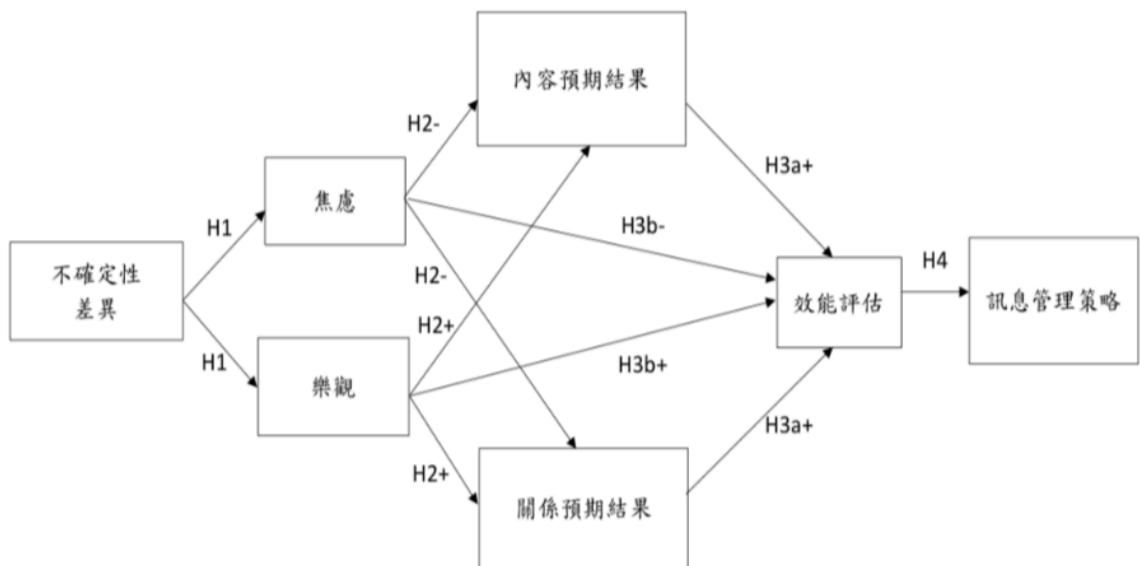


圖 3-1-1 官兵有澄清真相經驗之研究架構圖

而對於當官兵為資訊提供者，但尚未有澄清真相之經驗者，該研究模型如圖 3-1-2。

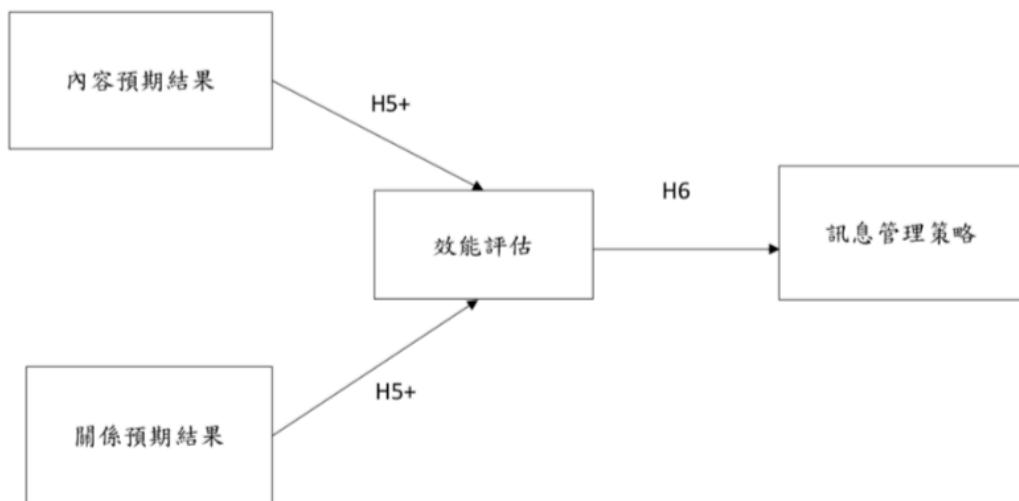


圖 3-1-2 官兵意圖澄清真相之研究架構圖

第二節 問卷設計

壹、量表設計

在 TMIM 提到，唯有當個人認為該事件是重要的情況下，訊息管理策略才能有效運作 (Afifi & Weiner, 2004)。因此，在進入正式填答問卷前，會先詢問樣本是否聽過有關國軍假新聞、聽過哪些假新聞、認為該議題重要的程度，及是否有澄清有關國軍假新聞真相的經驗。若從未聽過，則跳至完成個人基本資料填寫，結束問卷施測；若有聽過，則進行複選或填答補充其他假新聞。接續，關於是否有澄清經驗作區分：若有經驗，則引導樣本寫下該位澄清對象之基本資料，目的為增加回憶印象；若填選尚無經驗者，則跳達至「我願意之後嘗試實際向親友澄清有關國軍假新聞。」答有，則繼續作答；若答無，則要求填答原因及個人基本資料，之後結束問卷施測。

在過去文獻中有提到其他干擾重要變項之因素，包含認為該議題為重要，故為避免影響後續研究模型，需列為控制變項 (Afifi & Robin, 2015)。本研究欲探討官兵對於假新聞影響國軍之認知情形，故詢問「認為有關澄清真相是否重要」列為控制變項。此外，若討論的內容與個人有關且具敏感性時，彼此關係的親近程度與滿意程度亦會產生影響，亦需事前控制 (Fowler et al., 2018)。套用於本研究中，探討有關官兵與親友澄清真相時，亦將官兵與對方親友彼此關係的親近程度與滿意程度列入問項中，並參考 Fowler 等人 (2018) 之間卷題項，引導受測者在填答時能更為具體回憶過往澄清經驗，包含兩部分：

一、過去經驗

1. 我曾經聽過有關國軍假新聞（以下稱之「該則事件」）？
2. 我印象最深刻的一則事件為_____
3. 我認為該則事件對國軍整體傷害的影響是重大的。
4. 我對該則事件真相的程度？(1-非常不了解，6-非常了解)
5. 我認為讓親友知道該則事件的真相是重要的。
6. 我曾經與親友討論，並告知親友，該則事件是假的及錯誤的。（1-是，2-否）

National Defense University

二、與該位親友關係

1. 請寫下該位親友的名字或稱呼_____
2. 該位親友的性別？(1 男，2 女)
3. 該位親友是我的？(1 長輩，2 平輩，3 晚輩)
4. 我們的關係緊密程度？(1-非常不緊密，6-非常緊密)
5. 我對我們的關係滿意程度？(1-非常不滿意，6-非常滿意)

重要變項問卷題項均參考 Fowler 等人（2018），進行翻譯改寫符合本研究之主題。此問卷為封閉式問項（close-ended question），分成六個部分，依序為不確定性差異、樂觀與焦慮、內容預期結果與關係預期結果、效能評估、訊息管理策略，及個人基本資料，詳細敘述如后：

一、不確定性差異

不確定性差異為本身實際的程度與期望的程度之間的落差，衡量標準之題項為「我本來打算向該位親友澄清的程度」（1-非常少，6-非常多），及「我後來實際向該位親友澄清的程度」（1-非常少，6-非常多）等兩題，兩者相減之後的數值落於-5 至+5 之間，經由再進行重新計算成絕對值。絕對值數值越高代表差異越大，絕對值數值越低代表差異越小，0 則表示無差異。

二、情緒

Fowler 等人（2018）另參考 Watson 和 Clark（1999）的正向或負向情緒的量表。本研究欲測量樣本澄清有關國軍假新聞的真相的情況時，情緒受到影響的程度。正向情緒衡量標準之題項有三題，例如感到開心的、樂觀的、冷靜的，並以樂觀一詞總括之；負向情緒衡量標準之題項有四題，例如感到挫敗的、痛苦的、擔憂的、生氣的，並以焦慮一詞總括之。該變項均使用 Likert 6 點量表（1-非常不同意，6-非常同意）。

三、預期結果

區分內容預期結果及關係預期結果。內容預期結果，衡量標準之題項有三題，如「引導或強化該位親友...」（1-更加相信該則假新聞，6-更加了解真相）、「我提供的澄清內容對該位親友...」（1-非常沒有幫助，6-非常有幫助）、「澄清結果使該位親友...」（1-非常不重視我的澄清，6-非常看重我的澄清）。該變項均使用 Likert 6 點量表。

關係預期結果，衡量標準之題項亦有三題，如「澄清結果使該位親友...」（1-對我觀感非常差，6-對我觀感非常佳）、「使我們彼此關係有...」（1-非常負面影響，6-非常正面影響），及「使我們彼此緊密程度有...」（1-非常負面影響，6-非常正面影響）。Likert 6 點量表（1-非常不同意，6-非常同意）。該變項均使用 Likert 6 點量表。

四、效能評估

對本身及對方的各面向能力評估。衡量標準之題項有五題，如「我相信我有能力向該位親友澄清真相」、「我知道我該如何解釋與溝通，才能向該位親友澄清該則真相」、「該位親友誠實表達所聽到與該則國軍假新聞有關的謠言」、「我可以很妥善地應對這件事」、「我可以很輕鬆地應對這件事」。該變項均使用 Likert 6 點量表（1-非常不同意，6-非常同意）。

五、訊息管理策略

為樣本最後會選擇如何回應該位親友的四種管理策略方式。該變項引用 Fowler 等人（2018）及參考 Afifi 和 Afifi（2009），包含直接回應、間接回應、迴避回應，及認知再次評估。衡量標準之題項有十二題，如「我直接面對面向該位親友澄清該則真相」、「我用暗示的方式向該位親友澄清該則真相」、「我盡量回避該位親友澄清該則真相」、「我對有關國軍假新聞的了解還不夠深入」、「向該位親友澄清該則真相並不容易」等，完整題項參閱附錄一。該變項均使用 Likert 6 點量表（1-非常不同意，6-非常同意）。

六、基本資料

依據研究對象之特性，擬定出六個題項：性別、年齡、軍種、階級、年資，及教育程度。

再者，蒐集有關國軍議題之假新聞。資料來源為「國防部即時新聞澄清專區」，資料時間自 107 年 10 月 7 日至 108 年 10 月 13 日，共計 177

則，經研究者分類後均涉及陸、海、空三軍，有關單位如表 3-2-1。此部分為提供官兵在自填問卷前，能幫助回憶過去印象。

表 3-2-1 近期有關國軍假新聞彙整表

軍種	單位	假新聞	則數
中央 單位	1. 中科院 2. 國防部 3. 福利總處 4. 軍醫院 5. 參謀本部 資通電軍	1. 軍文職人員香港轉機未入境，未違反管制規定等 2. 少子化殲三軍司令部，恐滅五十顆星、星、兼差兼職違犯禁令，國防部查處、戰備規劃、招標、軍購案、兵役制度、年金改革、人事異動、吸震片、不雅照、眷宅、軍械、裝備等 3. 無人智能販賣機臺等 4. 三總拒收？醫師怒駁：要求道歉等 5. 購案目的在強化人員資安專業訓練等	92
陸軍	1. 司令部 2. 空訓中心 3. 六軍團 4. 後備 5. 航特部 6. 十軍團	1. 同性婚禮、美軍沒要臺灣買戰車、強迫下載代駕 APP、組織兵力調整、子彈被偷、阿帕契機組件瑕疵等 2. 官兵角膜炎等 3. 21 砲指部王姓士官疑似貪瀆等 4. 美評國軍後備：虛有其表，無效戰力等 5. 航特部失聯陳姓上校尋獲、飛官資安違規，依規定檢討議處等飛官資安違規，航特部依規定檢討議處等	35
海軍	1. 司令部	1. 「潛艦國造」爭議議題等	21
空軍	1. 司令部 2. 臺南基地 3. 屏東基地 4. 新竹基地	1. 高教機、F-16、空軍一號正駕駛 軍方包庇勤前酗酒毆妻、預算等情事、F5 戰機 2. 臺南基地前朱姓士兵遭火灼傷等 3. C-130 運輸機延壽案採軍售有違國防自主政策等幻象戰機起降異常頻繁等	29

資料來源：本研究整理

貳、問卷預試

問卷來源為參考 Fowler 等人（2018）進行翻譯改寫，為了使問題敘述脈絡更為符合閱讀，研究者首先於 108 年 10 月 17 日，至海軍陸戰隊發放初版紙本問卷，協請官兵於閱讀問卷題目時提供意見，以供後續修訂資料。經修訂後，本問卷修改為網路問卷，使用 Qualtrics 進行正式問卷預試，主要目的為檢驗該問卷是否能產生足夠的變異，因此需檢驗每個題項之效度，而檢驗方法為項目分析（item-analysis）。項目分析之步驟為：（1）求出量表總分、（2）量表依總分高低排序、（3）找出高低分組的分數、（4）將臨界值分為高分組及低分組、（5）以獨立樣本 t 檢定考驗兩組之差異、（6）刪除檢定未達顯著之題項（張偉豪，2011）。有關高低分組分類，以連續變項區分，低分組以 27 分位數，高分組以 73 分位數，拆開比較該構面平均數是否有顯著（Cureton, 1957），且若高低分組之 t 檢定達顯著差異，代表樣本意見變異數越大，因此該題目具有鑑別力，可保留該題項。換句話說，若高低分組之 t 檢定未達顯著差異，表示該題目無鑑別度，樣本意見過度集中，變異數很小，因此該題項可刪除。接下來，依照不確性性差異、樂觀、焦慮、內容預期結果、關係預期結果、效能評估、訊息管理策略等 7 個構面，進行項目分析。預試樣本來自國防大學政戰學院研究生及心理作戰大隊官兵，有效樣本數共計 38 份。

另外，為檢驗該題項組成之構面的穩定程度，因此需檢驗信度。而社會科學研究多應用 Cronbach (1971) 所提出之信度分析值方式為判斷基準，且根據過去分析經驗，良好的組成信度 (Cronbach's α) 必須至少大於 0.7 (林秀雲譯，2016)。綜合上述信效度分析，將依照不確性性差異、樂觀、焦慮、

內容預期結果、關係預期結果、效能評估，及訊息管理策略等 7 個構面做敘述。

一、不確定性差異

分析結果如表 3-2-2。根據變異數相等 Levene 檢定， F 值超過 4，表示達顯著，表示高低分群變異數不相等，故須看「不假設變異數相等」該行； F 值小於 4，表示未達顯著，表示高低分群變異數相等，故看「假設變異數相等」該行。從表可發現 2 個題目 t 值均達顯著差異 ($p < .001$)，高低分群有顯著，該題具有鑑別力，因此預試的題目均可保留。信度部分，Cronbach's α 為.83，為良好信度。

表 3-2-2 不確定性差異構面高低分分群平均數相等的 t 檢定

變項 題項	變異數相等 Levene 檢定			平均數相等 t 檢定				差異的 95%	
	F 檢定	顯著性	t	自由度	顯著性	平均	標準誤	信賴區間	
					(雙尾)	差異	差異	下界	上界
1	6.18	.021	-8.94	15.25	$\leq .001$	-3.32	.42	-4.21	-2.44
2	16.19	.001	-8.35	20	$\leq .001$	-3.51	.42	-4.39	-2.64

二、焦慮

分析結果如表 3-2-3。從表可發現 4 個題目 t 值均達顯著差異 ($p \leq .001$)，高低分群有顯著，該題具有鑑別力，因此預試的題目均可保留。信度部分，Cronbach's α 為 .81，為良好信度。

表 3-2-3 焦慮構面高低分分群平均數相等的 t 檢定

變數 題項	變異數相等 Levene 檢定			平均數相等 t 檢定				差異的 95% 信賴區間	
	F 檢定	顯著性	t	自由度	顯著性 (雙尾)	平均 差異	標準誤 差異	下界	上界
1	5.26	.033	-7.84	13.39	$\leq .001$	-3.30	.42	-4.20	-2.39
2	16.00	$\leq .001$	-11.83	13.63	$\leq .001$	-3.56	.30	-4.21	-2.91
3	23.09	$\leq .001$	-5.01	11.00	$\leq .001$	-1.83	.36	-2.63	-1.02
4	22.49	$\leq .001$	-4.24	11.00	.001	-1.91	.45	-2.91	-.92

三、樂觀

分析結果為如表 3-2-4。從表可發現 3 個題目 t 值均達顯著差異 ($p < .05$)，高低分群有顯著，該題具有鑑別力，因此預試的題目均保留。信度部分，Cronbach's α 為 .89，為良好信度。

表 3-2-4 樂觀構面高低分分群平均數相等的 t 檢定

變數 題項	變異數相等 Levene 檢定			平均數相等 t 檢定			

	F 檢定	顯著性	<i>t</i>	自由度	顯著性 (雙尾)	平均 差異	標準誤 差異	差異的 95%	
								信賴區間	
								下界	上界
1	3.81	.06	-4.90	25	$\leq .001$	-2.52	.51	-3.58	-1.46
2	.65	.04	-1.02	25	.031	-.61	.59	-1.84	.62
3	3.73	.06	-9.02	25	$\leq .001$	-3.23	.35	-3.97	-2.49

四、內容預期結果

分析結果為如表 3-2-5。從表可發現 3 個題目 *t* 值均達顯著差異 ($p < .05$)，高低分群有顯著，該題具有鑑別力，因此預試的題目均保留。信度部分，Cronbach's α 為 .83，為良好信度。

表 3-2-5 內容預期結果構面高低分分群平均數相等的 *t* 檢定

變數	變異數相等								平均數相等 <i>t</i> 檢定	
	Levene 檢定									
	題項	F 檢定	顯著性	<i>t</i>	自由度	顯著性 (雙尾)	平均 差異	標準誤 差異	差異的 95%	
									下界	上界
	1	1.03	.321	-5.25	22	$\leq .001$	-1.74	.33	-2.43	-1.05
	2	1.34	.259	-5.93	22	$\leq .001$	-2.35	.39	-3.18	-1.53
	3	5.76	.025	-1.64	9.07	.013	-6.44	.39	-15.30	2.41

五、關係預期結果

分析結果如表 3-2-6。從表可發現 3 個題目 t 值均達顯著差異 ($p \leq .001$)，高低分群有顯著，該題具有鑑別力，因此預試的題目均保留。信度部分，Cronbach's α 為.92，為良好信度。

表 3-2-6 關係預期結果構面高低分分群平均數相等的 t 檢定

變數 題項	變異數相等			平均數相等 t 檢定				差異的 95%	
	Levene 檢定			顯著性 (雙尾)	平均 差異	標準誤 差異	信賴區間		
	F 檢定	顯著性	t				下界	上界	
1	.79	.38	-6.87	21	$\leq .001$	-2.26	.32	-2.94	-1.57
2	.29	.59	-9.81	21	$\leq .001$	-2.13	.21	-2.59	-1.68
3	.86	.36	-11.2	21	$\leq .001$	-2.51	.22	-2.98	-2.04

六、效能評估

分析結果如表 3-2-7。從表可發現 5 個題目 t 值均達顯著差異 ($p \leq .001$)，高低分群有顯著，該題具有鑑別力，因此預試的題目均保留。信度部分，Cronbach's α 為.95，為良好信度。

表 3-2-7 效能評估構面高低分分群平均數相等的 t 檢定

變數 題項	變異數相等			平均數相等 t 檢定				差異的 95%	
	Levene 檢定			t	自由度	平均	信賴區間		
	F 檢定	顯著性					下界	上界	
1	.79	.38	-6.87	21		$\leq .001$	-2.26	.32	-2.94 -1.57
2	.29	.59	-9.81	21		$\leq .001$	-2.13	.21	-2.59 -1.68
3	.86	.36	-11.2	21		$\leq .001$	-2.51	.22	-2.98 -2.04
4	.86	.36	-11.2	21		$\leq .001$	-2.51	.22	-2.98 -2.04
5	.86	.36	-11.2	21		$\leq .001$	-2.51	.22	-2.98 -2.04

	顯著性	差異	標準誤	信賴區間					
				(雙尾)	差異	下界	上界		
1	14.79	.001	-	16.70	$\leq .001$	-2.37	.20	-2.80	-1.95
				11.82					
2	.310	.583	-5.83	23	$\leq .001$	-2.05	.352	-2.779	-1.324
3	7.57	.011	-8.46	16.09	$\leq .001$	-2.44	.289	-3.061	-1.836
4	2.23	.14	-7.81	23	$\leq .001$	-2.21	.28	-2.79	-1.62
5	6.84	.01	-6.56	15.97	$\leq .001$	-2.43	.37	-3.22	-1.65

七、訊息管理策略

分析結果如表 3-2-8。直接回應，題項為 1、2、3；間接回應，題項為 4、5、6；迴避回應，題項為 7、8、9；認知再評估，題項為 10、11、12。題目 t 值均達顯著差異 ($p \leq .001$)，可發現上述四種回應高低分群均有顯著，代表均具有鑑別力，因此預試的題目均保留。信度部分，Cronbach's α 為 .82，為良好信度。

表 3-2-8 訊息管理策略構面高低分分群平均數相等的 t 檢定

變數	變異數相等		平均數相等 t 檢定				差異的 95%		
	Levene 檢定		F 檢定	顯著性	t	自由度	顯著性 (雙尾)	平均 差異	標準誤 差異
	題項								
1	5.15	.034	1.02	12.42	.032	.58	.57	-.65	1.82

2	4.01	.031	3.21	11.62	.030	.77	.13	-.05	1.02
3	5.83	.004	1.82	10.42	.002	.38	.17	-.01	1.87
4	4.64	.044	-5.44	11.67	$\leq .001$	-2.91	.53	-4.08	-1.74
5	.57	.458	-5.17	20	$\leq .001$	-2.65	.51	-3.71	-1.58
6	5.52	.02	-7.30	16.13	$\leq .001$	-2.23	.83	-3.15	-1.73
7	16.13	.001	-5.47	10.20	$\leq .001$	-2.85	.52	-4.00	-1.69
8	18.18	$\leq .001$	-4.44	9.73	.001	-2.53	.57	-3.80	-1.25
9	12.34	$\leq .001$	-3.21	11.65	.002	-2.15	.86	-2.41	-1.97
10	.02	.88	-6.20	20	$\leq .001$	-2.66	.43	-3.56	-1.77
11	1.78	.19	-7.73	20	$\leq .001$	-3.03	.39	-3.85	-2.21
12	2.05	.16	-5.35	20	$\leq .001$	-2.75	.51	-3.82	-1.67

第三節 抽樣與施測

壹、研究對象及抽樣樣本

一、研究對象

研究對象為現役國軍官兵。根據國防報告書，國軍母群體共計為 21 萬 5 千人（國防部，2015），本研究對象將以符合軍種人數比例之前提進行立意抽樣，以盡力符合母體態樣，增加後續數據解釋的客觀度。

二、抽樣樣本

樣本部分，研究者採實際至各單位進行施測，為考量時間及交通便利因素，以立意抽樣方式挑選北部地區陸海空軍單位。施測前，研究者先說明研究主題，接續透過網路問卷方式，官兵集體透過個人手機填答。其優點為能

現場觀察及控制答題狀況、第一時間協處樣本答題疑惑，控制避免產生其他可能的測量誤差。

問卷施測時間為民國 108 年 12 月 14 日至 12 月 26 日止。問卷回收共計 866 份，部分樣本因在該變項未完成填答，或是在個人基本資了填答有誤，因此刪除，列為無效樣本。近一步區分，有澄清經驗之樣本共計 363 份，無效樣本為 3 份，有效樣本為 360 份，故有效回收率 99.1%；尚未有澄清經驗之樣本共計 339 份，無效樣本為 1 份，有效樣本為 338 份，故有效回收率 99.7%；尚未有澄清經驗，且無意願嘗試之樣本共計 164 份，見表 3-3-1。

表 3-3-1 抽樣回收情況彙整表

類型	回收數	有效樣本數	無效樣本數	有效回收率
有澄清經驗者	363	360	3	99.1%
尚未有，但願意嘗試者	339	338	1	99.7%
尚未有，不願意嘗試者	164	164	0	100%
合計	866	862	4	-

資料來源：本研究整理
National Defense University

貳、 施測方式

爬梳過去文獻，TMIM 多為探討有關健康傳播，根據研究目的有不同研究方法，第一種為橫斷式問卷調查法，例如在完成指定的互動任務後，樣本被要求完成一個簡短的調查（Afifi & Afifi, 2009）；其次亦有固定連續樣本研究（panel study），要求樣本完成 2 次網路問卷，其前後時間距

離一個月，操作的目的是確保經過一段時間後之差異；再者亦有實驗法，目的為在路徑中建立時間順序，驗證因果關係（Afifi & Weiner, 2006）。此外，亦有探討人際關係之領域，例如大學生之間討論有關性侵犯的敏感議題（Potocki, 2013），研究方法為橫斷式問卷調查法；老年人面臨重大醫療時的決策過程（Ohs, 2008），採用訪談法和問卷調查法；伴侶遭遇對方欺騙後的不確定研究（Jang, 2006），則採用橫斷式問卷調查法。

綜觀上述，過去尚無應用 TMIM 於假新聞研究之文獻，但可發現研究主題為受測者認為該事件傾向重要的前提下，當預期與實際產生落差時，才會使人產生不確定性的感知。而澄清真相的本身正具有此特性，故本研究套用該理論驗證之。根據本研究目的，且並非限於特定一則有關國軍假新聞之事件，故問卷調查法最為適用。問卷調查之蒐集資料方式有許多種，從以往透過訪談員面對面詢問、電話訪談、郵寄調查，後來受益於科技發展，增加電腦輔助電話調查（CATI）、網路問卷等方式，而本問卷使用網路問卷收集資料，官兵以身為訊息提供者的角度進行填答，若有澄清經驗者，以回憶方式進行自我陳述；若尚未有澄清經驗者，則根據其行為意圖填答之。

此外，研究上值得注意的是，依 Daly (1992) 表示人際關係具有私密、恆久維繫、成員間共享歷史並且互動緊密等特色，如此恆動、非線性，及無法輕易測量的特點，造成量化方法對其施行上的困難。與量化研究不同的是，質化研究的目的並非驗證假設，而是為了去理解、說明和看見從其他數據表格所無法具體獲知的人類日常對話與觀念想法。而因本研究所關注的是官兵與親友澄清互動關係中的動態變化，探索人際傳播關係的適切性與合理性，故本研究將納入質化研究的深度訪談法，作為問卷調查法後續的補充說明。詳細方式可見第五節之內容。

第四節 資料處理與分析

以套裝軟體 SPSS24 及套裝軟體 AMOS21.0 進行資料分析。

一、描述性統計分析：

包含平均數 (M)、標準差 (SD)、次數、百分比等，以了解樣本基本資料及對假新聞態度，例如認為該議題重要程度、不確定性差異程度等。

二、信度分析：

衡量正式量表中變項的內部一致性是否符合標準，衡量方式為透過 Cronbach's α 系數，值必須至少大於 0.7 (林秀雲譯，2016)。

三、相關分析：

以 Pearson 相關分析了解變項之間關聯性，數值介於 +1 至 -1 之間，絕對值後的大小代表相關性的程度，大於 0.8 為高度相關，小於 0.3 為低度相關；而正負值則為其方向性，正為正相關，負則為負相關。

四、獨立樣本 t 檢定、單因子變異數分析：

以檢定分析官兵性別、年齡、軍種、階級、年資，及教育程度等人口變項與各重要變項上是否有顯著。

五、結構方程模型分析 (Structural Equation Modeling，簡稱 SEM)：

結合路徑分析及因素分析之統計方法，以了解整體模型之關係。本研究以 SEM 統計技術驗證假設，並根據不同的訊息管理策略，分為四個部分進行討論。

第五節 深度訪談法

本研究依據理論之架構，延伸擬定訪談大綱，以獲得更多實際經驗的建議，補充解釋問卷調查所無法探知的影響因素。訪談方式以半結構式訪談進行。

壹、訪談對象

當該單位樣本完成網路問卷後，研究者將以立意抽樣方式挑選有澄清經驗與尚未有澄清經驗之官兵各 1 員，進行面對面訪談。本次訪談對象共計 31 員，受訪官兵基本資料如表 3-5-1，訪談時間為民國 108 年 12 月 14 日至 12 月 26 日。

表 3-5-1 受訪官兵基本資料表

編號	受訪者	性別	年齡	單位	階級	年資	教育程度	澄清經驗
1.	A	女	27	海軍	上尉	4 年	大學	有
2.	B	男	20	海軍	下士	2 年	高中	無
3.	C	女	26	中央	上尉	4 年	碩士	有
4.	D	女	28	中央	上尉	6 年	大學	無
5.	E	男	24	空軍	少尉	4 年	大學	有
6.	F	女	27	空軍	下士	5 年	大學	無
7.	G	男	23	陸軍	一兵	1 年	大學	有

8.	H	男	29	陸軍	上兵	6 年	高職	無
9.	I	男	28	陸軍	下士	5 年	大學	有
10.	J	男	21	陸軍	上兵	3 年	高中	無
11.	K	女	19	空軍	一兵	1 年	高中	有
12.	L	女	23	空軍	一兵	1 年	五專	無
13.	M	男	30	陸軍	上兵	7 年	高職	有
14.	n	男	25	陸軍	一兵	1 年	大學	無
15.	O	男	36	陸軍	上士	19 年	高中	有
16.	P	男	28	陸軍	下士	4 年	大學	無
17.	Q	男	20	海軍	下士	2 個月	二專	有
18.	R	男	18	海軍	二兵	2 個月	高中	無
19.	S	男	22	陸軍	中士	3 年	高中	有
20.	T	女	22	陸軍	中士	4 年	高職	有
21.	U	男	24	陸軍	一兵	1 年	高中	無
22.	V	男	25	陸軍	上兵	3 年	大學	有
23.	W	男	25	陸軍	中士	4 年	專科	無
24.	X	男	27	空軍	上兵	3 年	大專	有
25.	Y	男	20	空軍	下士	5 個月	二專	無
26.	Z	男	30	中央	下士	5 年	高中	有

27.	AA	男	22	中央	二兵	1 年	大學	無
28.	AB	男	21	海軍	上兵	3 年	高職	有
29.	AC	男	30	海軍	一兵	1 年	大學	無
30.	AD	女	25	憲兵	上士	7 年	大學	有
31.	AE	男	24	憲兵	中士	5 年	高職	無

資料來源：本研究整理；排序由先至後為根據訪談時間而列。

貳、訪談大綱

依據研究架構及資料分析結果，延伸擬定訪談大綱，了解官兵本身對假新聞的認知、回應情況的契機、回應方式、其他考量因素、面對面澄清的好處及壞處、之後澄清的意願、平時接觸到國軍新聞的情況等，有澄清經驗者如表 3-5-2，及尚未有澄清經驗者如表 3-5-3。

表 3-5-2 有澄清經驗者之訪談大綱

1. 請問您認為什麼是有關國軍的假新聞？
2. 請問您曾經與哪一位親友澄清有關國軍的假新聞？是哪一則假新聞？是您主動提起，還是他們詢問您？
3. 請您稍微描述在討論時的過程？
4. 您澄清內容的方式屬於哪一種？
5. 在那次澄清經驗中，您還會考量到哪些問卷中沒有提的其他因素？
6. 您認為面對面澄清的好處及壞處有哪些？
7. 經過這次澄清經驗，對於您之後向其他人澄清的意願是提高還是下降？為什麼？

-
8. 請問您平時會主動關心國軍相關新聞嗎？您從哪裡得知該則假新聞為錯誤的？
 9. 您平時獲取新聞的管道有哪些？
-

資料來源：本研究整理

表 3-5-3 尚未有澄清經驗者之訪談大綱

-
1. 請問您認為什麼是有關國軍的假新聞？
 2. 您在問卷提到，願意之後試試看向親友澄清有關國軍新聞，請問您傾向優先的對象為誰？
為什麼挑選他？
 3. 您對有關國軍的假新聞最有印象的是哪一則？
 4. 您覺得若要和對方澄清新聞，您還會考量哪些因素？您會如何向他說明？
 5. 您認為面對面澄清的好處及壞處有哪些？
 6. 請問您平時會主動關心國軍相關新聞嗎？您從哪裡得知該則假新聞為錯誤的？
 7. 您平時獲取新聞的管道有哪些？
-

資料來源：本研究整理



第四章 資料分析

樣本來自陸海空三軍之官兵。陸軍計有 5 個單位，海軍計有 3 個單位，空軍計有 3 個單位，另外包含中央單位等 4 個單位，共計 15 個單位。本節先以敘述性統計描述樣本特徵，再針對假設進行驗證，以瞭解國軍官兵在過去實際澄清經驗，及表示願意之後嘗試澄清真相之情形，最後則為深度訪談後結果之整理。

第一節 描述性統計

本節為樣本特徵及認知假新聞之分析做現況描述，以瞭解國軍官兵對於澄清真相之情形。

壹、 樣本結構特徵之現況分析

本研究計有澄清經驗之有效樣本為 360 人，尚無未有澄清經驗但願意之後嘗試之有效樣本為 338 人，人口變項描述如表 4-1-1。

表 4-1-1 人口變項之百分比與次數分配表

有澄清經驗之樣本				尚未有澄清經驗之樣本			
項目	類別	人數	百分比	項目	類別	人數	百分比
性別	男	293	81.4%	性別	男	271	80.2%
	女	67	18.6%		女	67	19.8%
	合計	360	100%		合計	338	100%
年齡	20 以下	36	10%	年齡	20 以下	71	21%

	21-25	117	32.5%		21-25	122	36.1%
	26-30	138	38.3%		26-30	98	29%
	31-35	45	12.5%		31-35	33	9.8%
	36 以上	24	6.7%		36 以上	14	4.1%
	合計	360	100%		合計	338	100%
軍種	陸軍	167	46.4%		陸軍	144	44.7%
	海軍	106	29.5%		海軍	94	27.8%
	空軍	87	24.2%		空軍	93	27.5%
	合計	360	100%		合計	338	100%
階級	軍官	127	35.3%		軍官	58	17.2%
	士官	119	33.1%		士官	113	33.4%
	士兵	114	31.7%		士兵	167	49.4%
	合計	360	100%		合計	338	100%
年資	5 年以下	224	62.2%		5 年以 下	249	73.7%
	6-10	99	27.5%		6-10	65	19.2%
	11-15	16	4.4%		11-15	16	4.7%
	16 年 以上	21	5.8%		16 年 以上	8	2.4%
	合計	360	100%		合計	338	100%
教育 程度	國高 中職	133	36.9%		國高 中職	161	47.9%
	大學及 專科	185	51.4%		大學及 專科	152	45%
	碩博士	42	11.7%		碩博士	19	7.1%

合計 360 100%			合計 338 100%		
項目	類別	人數 觀察值百分比	項目	類別	人數 觀察值百分比
曾聽過有關國軍議題假新聞 (複選)	募兵制要改回徵兵制	219 25.2%	曾聽過有關國軍議題假新聞 (複選)	募兵制要改回徵兵制	198 29.4%
	軍購案	140 16.1%		軍購案	99 14.7%
	年金改革	209 24.1%		年金改革	175 26%
	人事異動	130 15%		人事異動	65 9.7%
	共機繞臺	139 16%		共機繞臺	105 15.6%
	其他	31 3.6%		其他	31 4.6%
	合計	868 100%		合計	673 100%
當時澄清對象	長輩	245 58.1%	傾向澄清對象	長輩	169 50%
	平輩	142 33.6%		平輩	148 43.8%
	晚輩	35 8.3%		晚輩	21 6.2%
	合計	422 100%		合計	338 100%

國防大學

一、有澄清經驗之樣本資料

男性為 293 人，佔其範圍總人數的 81.4%，女性為 67 人，佔其範圍總人數的 18.6%。年齡方面，20 歲以下的樣本有 36 人，佔其範圍總體人數的 10%，21-25 歲有 117 人，佔其範圍總人數的 32.5%，26-30 歲有 138 人，佔其範圍總人數的 38.3%，31-35 歲有 45 人，佔其範圍總人數的 12.5%，36 歲以上有 24 人，佔其範圍總人數的 6.7%。

軍種方面，陸軍有 167 人，佔其範圍總體人數的 46.4%，海軍(含海陸)有 106 人，佔其範圍總體人數的 29.5%，空軍有 87 人，佔其範圍總體人數

的 24.2%。階級方面，軍官有 127 人，佔其範圍總人數的 35.3%，士官有 119 人，佔其範圍總人數的 33.1%，士兵有 112 人，佔其範圍總人數的 31.1%，聘僱人員有 2 人，佔其範圍總人數的 .6%。

服務年資方面，5 年以下者有 224 人，佔其範圍總人數的 62.2%，6 年以上至 10 年者有 99 人，佔其範圍總人數的 27.5%，11 年以上至 15 年者有 16 人，佔其範圍總人數的 4.4%，16 年以上者有 21 人，佔其範圍總人數的 5.8%。

教育程度方面，國中（含以下）者有 6 人，佔其範圍總人數的 1.7%，高中(職)者有 127 人，佔其範圍總人數的 35.3%，大學及專科（含就讀中）者有 185 人，佔其範圍總人數的 51.4%，碩士（含就讀中）者有 40 人，佔其範圍總人數的 11.1%，博士(含就讀中)者有 2 人，佔其範圍總人數的 .6%。

有關國軍相關假新聞之現況分析中，360 位樣本中，聽過「募兵制轉為徵兵制」最多，有 219 人，佔總勾選 868 次的 25.2%，其次為「年金改革」有 209 人，佔總勾選次數的 24.1%，「軍購案」有 140 人，佔總勾選次數的 16.1%，「共機繞臺」有 139 人，佔總勾選次數的 16%，人事異動有 130 人，佔總勾選次數的 15%，「其他」有 31 人，佔總勾選次數的 3.6%，包含「軍隊蔡英文化、退休金制度取消、用個人偏差行為損毀國軍整體形象、同性婚禮被迫取消、單元劇海報牽涉韓、戰機採購案」等。

當時澄清對象方面，最多為長輩，有 245 人，佔其範圍總人數的 58.1%，其次為平輩，有 142 人，佔其範圍總人數的 33.6%，最少為晚輩，有 35 人，佔其範圍總人數的 8.3%。

二、尚未有澄清經驗之樣本資料

男性為 271 人，佔其範圍總人數的 80.2%，女性為 67 人，佔其範圍總人數的 19.8%。年齡方面，20 歲以下的樣本有 71 人，佔其範圍總體人數的

21%，21-25 歲有 122 人，佔其範圍總人數的 36.1%，26-30 歲有 98 人，佔其範圍總人數的 29%，31-35 歲有 33 人，佔其範圍總人數的 9.8%，36 歲以上有 14 人，佔其範圍總人數的 4.1%。

軍種方面，陸軍有 144 人，佔其範圍總體人數的 44.7%，海軍(含海陸)有 94 人，佔其範圍總體人數的 27.8%，空軍有 93 人，佔其範圍總體人數的 27.5%。階級方面，軍官有 58 人，佔其範圍總人數的 17.2%，士官有 113 人，佔其範圍總人數的 33.4%，士兵有 166 人，佔其範圍總人數的 49.1%，聘僱人員有 1 人，佔其範圍總人數的 0.3%。

年資方面，5 年以下者有 249 人，佔其範圍總人數的 73.7%，6 年以上至 10 年者有 65 人，佔其範圍總人數的 19.2%，11 年以上至 15 年者有 16 人，佔其範圍總人數的 4.7%，16 年以上者有 8 人，佔其範圍總人數的 2.4%。

教育程度方面，國中（含以下）者有 1 人，佔其範圍總人數的 3%，高中(職)者有 161 人，佔其範圍總人數的 47.6%，大學及專科（含就讀中）者有 152 人，佔其範圍總人數的 45%，碩士（含就讀中）者有 19 人，佔其範圍總人數的 5.6%，博士(含就讀中)者有 5 人，佔其範圍總人數的 1.5%。

有關國軍相關假新聞之現況分析，338 位樣本中，聽過「募兵制轉為徵兵制」最多，有 198 人，佔總勾選 673 次的 29.4%，其次為「年金改革」有 175 人，佔總勾選次數的 26%，「共機繞臺」有 105 人，佔總勾選次數的 15.6%，「軍購案」有 99 人，佔總勾選次數的 14.7%，人事異動有 65 人，佔總勾選次數的 9.7%，「其他」有 31 人，佔總勾選次數的 3.6%，包含「國軍包遊覽車，讓韓粉無車可搭、國軍採購新式戰車無用論」等。

傾向澄清對象方面，最多為長輩，有 169 人，佔其範圍總人數的 50%，其次為平輩，有 148 人，佔其範圍總人數的 43.8%，最少為晚輩，有 21 人，佔其範圍總人數的 6.2%。

三、尚未有澄清經驗但後續無意願進行澄清之樣本資料

男性為 139 人，佔其範圍總人數的 84.8%，女性為 25 人，佔其範圍總人數的 15.2%。年齡方面，20 歲以下的樣本有 33 人，佔其範圍總體人數的 20.1%，21-25 歲有 64 人，佔其範圍總人數的 39%，26-30 歲有 42 人，佔其範圍總人數的 25.6%，31-35 歲有 13 人，佔其範圍總人數的 7.9%，36 歲以上有 12 人，佔其範圍總人數的 7.3%。

軍種方面，陸軍有 79 人，佔其範圍總體人數的 48.2%，海軍(含海陸)有 54 人，佔其範圍總體人數的 32.9%，空軍有 31 人，佔其範圍總體人數的 18.9%。階級方面，軍官有 24 人，佔其範圍總人數的 14.6%，士官有 47 人，佔其範圍總人數的 28.7%，士兵有 91 人，佔其範圍總人數的 55.5%，聘僱人員有 2 人，佔其範圍總人數的 1.2%。

年資方面，5 年以下者有 122 人，佔其範圍總人數的 74.4%，6 年以上至 10 年者有 19 人，佔其範圍總人數的 11.6%，11 年以上至 15 年者有 12 人，佔其範圍總人數的 7.3%，16 年以上者有 11 人，佔其範圍總人數的 6.7%。

教育程度方面，國中（含以下）者有 3 人，佔其範圍總人數的 1.8%，高中(職)者有 82 人，佔其範圍總人數的 50%，大學及專科（含就讀中）者有 64 人，佔其範圍總人數的 39%，碩士（含就讀中）者有 12 人，佔其範圍總人數的 7.3%，博士（含就讀中）者有 3 人，佔其範圍總人數的 1.8%。該樣本不列入後續資料分析。

貳、 控制變項

經詢問認為有關澄清真相是否重要（1=非常不同意，6=非常同意），結果傾向認為有點同意至同意之間 ($M=4.25$, $SD=1.27$)，故符合研究前

提，列為控制變項。此外，文獻指出若有其他因素對研究模型造成干擾的情況，亦需事前控制（Fowler et al., 2018）。而本研究欲探討官兵與親友澄清真相前，發現彼此關係親近程度與滿意程度有極大相關，彼此關係親近程度傾向親近 ($M = 4.82$, $SD = 1.10$)，彼此關係滿意程度傾向同意 ($M = 4.86$, $SD = 0.99$)，故在後續分析亦列為控制變項。

參、 小結

一、樣本結構特徵

由分析中可知，有澄清經驗之樣本中，男女比例約 8:2，年齡在 26-30 歲的為最多，其次分別為 21-25 歲與 31-35 歲，35 歲以下者共佔總年齡層的 93.3%。軍種部分，陸海空比例約 5:3:2。階級部分，官士兵比例約 1.5:1:1。年資在 5 年以內的樣本為多數，佔全體樣本的六成，而有近九成的樣本的學歷集中於高中至大學之間；尚未有澄清經驗之樣本中，的男女比例約 8:2，年齡在 21-25 歲的為最多，其次分別為 26-30 歲與 20 歲以下，35 歲以下者共佔總年齡層的 95.9%。軍種部分，陸海空比例約 1.6:1:1。階級部分，官士兵比例則約為 17:33:49。年資在 5 年以內的樣本為多數，佔全體樣本的七成，而有近九成樣本的學歷集中於高中至大學之間。

後續無意願進行澄清之樣本部分，男女比例約 8.5:1.5，年齡在 21-25 歲的為最多。軍種部分，陸海空比例約 5:3:2。階級部分，士兵為最多。年資在 5 年以內的樣本為多數，佔全體樣本的七成，而有近五成的樣本的學歷集中於高中（職）之間。由上述可知，年資越深、階級及學歷越高之官兵相對來說越願意嘗試向他人澄清真相，年資越低、階級及學歷越低之官兵

不願意嘗試向他人澄清真相的比例較高，故應對於新進之官兵加強澄清假新聞之觀念。

二、控制變項

根據 Afifi 和 Weiner(2004)所言，議題重要程度、彼此關係親近程度，及彼此關係滿意程度會影響整體模型，故本研究將上述三個變項控制之。

第二節 各變項信度與相關分析

描述性統計、信度分析，與各構面相關程度，有澄清經驗之樣本如表 4-2-1，尚未有澄清經驗之樣本如表 4-2-2。

壹、有澄清經驗之樣本

一、不確定性差異

原先打算澄清的程度（1 = 非常低；6 = 非常高）減去後來實際澄清的程度（1 = 非常低；6 = 非常高），作為不確定性差異之衡量標準，相減後的數值落於-5 至+5 之間，相減數值若為正，代表後來實際澄清的程度減少，相減數值為 0 代表無差異，但相減數值若為負，代表後來實際澄清的程度增多。經計算變數及描述性統計分析結果顯示，不確定性差異平均偏小 ($M = 0.36$, $SD = 0.95$)，相減數值為正的樣本則佔 2 成 ($N = 74$, 20.6%)，相減數值為負的樣本不到 2 成 ($N = 58$, 16.1%)，差異值為 0 者最多，比例超過 6 成 ($N = 228$, 63.3%)。為驗證整體結構方程模型，判斷整體不確定性差異高低與情緒之關聯，故僅看程度相減後絕對值數值的大小，故數值落於 0 至 5 之間，絕對值數值越高代表差異越大，絕對值數值越低代表差異越小；為避免數值有 0 之情形，將數值重新計算變數，0 改為 1，依此類推 5 改為 6，故範圍調整後為 1 至 6 之間。結果顯示，不確定性差異程度平均偏

小 ($M = 1.50$, $SD = 0.80$)，且無差異比例超過 6 成 ($N=228$, 63.3%)。信度部分，Cronbach's α 為.79，為良好信度。相關程度部分，與樂觀呈現顯著負相關 ($r = -.14$, $p < .01$)，與內容預期結果呈現顯著負相關 ($r = -.14$, $p < .05$)，與效能評估呈現顯著負相關 ($r = -.15$, $p < .01$)，與迴避回應呈現顯著負相關 ($r = -.11$, $p < .05$)，與其他變項則無顯著關係。

二、焦慮

分析結果顯示，焦慮程度傾向為有點不同意 ($M=2.95$, $SD=1.16$)；信度部分，Cronbach's α 為.91，為良好信度。相關程度部分，與內容預期結果呈現顯著負相關 ($r = -.20$, $p < .01$)，與關係預期結果呈現顯著負相關 ($r = -.14$, $p < .01$)，與效能評估呈現顯著負相關 ($r = -.14$, $p < .01$)，與呈現顯著負相關 ($r = -.14$, $p < .01$)，與迴避回應呈現顯著正相關 ($r = .19$, $p < .01$)，與認知再評估呈現顯著正相關 ($r = .22$, $p < .01$)。

三、樂觀

分析結果顯示，樂觀程度傾向為有點同意 ($M = 3.99$, $SD = .76$)；信度部分，Cronbach's α 為.89，為良好信度。相關程度部分，與內容預期結果呈現顯著正相關 ($r = .42$, $p < .01$)，與關係預期結果呈現顯著正相關 ($r = .34$, $p < .01$)，與效能評估呈現顯著正相關 ($r = .44$, $p < .01$)，與直接回應呈現顯著正相關 ($r = .32$, $p < .01$)。

四、內容預期結果

分析結果顯示，內容預期結果程度傾向為同意 ($M=4.79$, $SD=1.04$)；信度部分，Cronbach's α 為.86，為良好信度。相關程度部分，與關係預期結果呈現顯著正相關 ($r = .70$, $p < .01$)，與效能評估呈現顯著正相關 ($r = .44$, $p < .01$)，與直接回應呈現顯著正相關 ($r = .33$, $p < .01$)，與迴避

回應呈現顯著負相關 ($r = -.17$, $p < .01$) , 與認知再評估呈現顯著負相關 ($r = -.11$, $p < .05$) 。

五、關係預期結果

分析結果顯示，關係預期結果程度傾向為同意 ($M = 4.74$, $SD = 1.07$) ；信度部分，Cronbach's α 為.95，為良好信度。相關程度部分，與效能評估呈現顯著正相關 ($r = .35$, $p < .01$) ，與直接回應呈現顯著正相關 ($r = .28$, $p < .01$) ，與迴避回應呈現顯著負相關 ($r = -.14$, $p < .01$) 。

六、效能評估

分析結果顯示，效能評估程度傾向為同意 ($M = 4.68$, $SD = .85$) ；信度部分，Cronbach's α 為.92，為良好信度。相關程度部分，與直接回應呈現顯著正相關 ($r = .63$, $p < .01$) ，與間接回應呈現顯著正相關 ($r = .13$, $p < .05$) ，與迴避回應呈現顯著負相關 ($r = -.22$, $p < .01$) 。

七、訊息管理策略

分析結果顯示，直接回應的程度傾向為同意 ($M = 4.63$, $SD = .93$) ，Cronbach's α 為.88，為良好信度；間接回應的程度傾向為有點同意 ($M = 3.32$, $SD = 1.15$) ，Cronbach's α 為.82，為良好信度；迴避回應的程度傾向為有點不同意 ($M = 2.23$, $SD = 1.19$) ，Cronbach's α 為.94，為良好信度；認知再評估的程度傾向為同意 ($M = 3.77$, $SD = 1.11$) ，Cronbach's α 為.82，為良好信度。

相關程度部分，直接回應與間接回應呈現顯著正相關 ($r = .14$, $p < .01$) ，與迴避回應呈現顯著負相關 ($r = -.46$, $p < .01$) ，與認知再評估呈現顯著正相關 ($r = .17$, $p < .01$) ；間接回應與迴避回應呈現顯著正相關 ($r = .46$, $p < .01$) ，與認知再評估呈現顯著正相關 ($r = .17$, $p < .01$) ；迴避回應與認知再評估呈現顯著正相關 ($r = .33$, $p < .01$) 。

表 4-2-1 描述性統計、信度、各變項之相關矩陣

項目		<i>M</i>	<i>SD</i>	α	分數越高	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1 不確定性差異	2	1.50	.80	.79	差異愈大										
2 焦慮	4	2.95	1.16	.91	愈焦慮	.53									
3 樂觀	3	3.99	.76	.89	愈樂觀		-.14**	.06							
4 內容預期結果	3	4.79	1.04	.86	預期澄清內容對親友 愈有益		-.14*	-.20**	.42**						
5 關係預期結果	3	4.74	1.07	.95	預期澄清對彼此關係 愈有益		-.10	-.14**	.34**	.70**					
6 效能評估	5	4.68	.85	.92	效能愈佳		-.15**	-.14**	.44**	.44**	.35**				
7 直接回應	3	4.63	.93	.88	愈傾向直接回應		-.05	-.05	.32**	.33**	.28**	.63**			
8 間接回應	3	3.32	1.15	.82	愈傾向間接回應		-.08	.04	.10	.10	.07	.13*	.14**		
9 迴避回應	3	2.23	1.19	.94	愈傾向迴避回應		-.11*	.19**	-.08	-.17**	-.14**	-.22**	-.26**	.46**	
10 認知再評估	3	3.77	1.11	.82	愈傾向認知再評估		.70	.22**	-.00	-.11*	-.06	-.10	.12**	.17**	.33**

註： $N = 360$ ； $*p < .05$ ； $**p < .01$

貳、 尚未有澄清經驗之樣本

一、內容預期結果

分析結果顯示，內容預期結果程度傾向為同意 ($M=4.41$, $SD=.98$)；信度部分，Cronbach's α 為.82，為良好信度。相關程度部分，與關係預期結果結果呈現顯著正相關 ($r = .56$, $p < .001$)，與效能評估呈現顯著正相關 ($r = .50$, $p < .001$)，與直接回應呈現顯著正相關 ($r = .54$, $p < .001$)，與間接回應呈現顯著負相關 ($r = -.11$, $p < .05$)，與迴避回應呈現顯著負相關 ($r = -.32$, $p < .001$)。

二、關係預期結果

分析結果顯示，關係預期結果程度傾向為同意 ($M=4.42$, $SD=.94$)；信度部分，Cronbach's α 為.93，為良好信度。相關程度部分，與效能評估呈現顯著正相關 ($r = .48$, $p < .001$)，與直接回應呈現顯著正相關 ($r = .47$, $p < .001$)，與迴避回應呈現顯著負相關 ($r = -.21$, $p < .001$)。

三、效能評估

分析結果顯示，效能評估程度傾向介於有點同意及同意之間 ($M=4.50$, $SD = .73$)；信度部分，Cronbach's α 為.91，為良好信度。相關程度部分，與直接回應呈現顯著正相關 ($r = .67$, $p < .001$)，與迴避回應呈現顯著負相關 ($r = -.17$, $p < .01$)，與認知再評估呈現顯著負相關 ($r = -.17$, $p < .01$)。

四、訊息管理策略

分析結果顯示，直接回應的程度傾向為同意 ($M = 4.71$, $SD = .81$)，Cronbach's α 為.93，為良好信度；間接回應的程度傾向為有點不同意及有點同意之間 ($M = 3.50$, $SD = 1.07$)，Cronbach's α 為.80，為良好信度；迴避回應的程度傾向為不同意及有點不同意之間 ($M = 2.50$, $SD = 1.22$)，

Cronbach's α 為.92，為良好信度；認知再評估的程度傾向為同意 ($M=3.79$ ， $SD=1.16$)，Cronbach's α 為.90，為良好信度。

相關程度部分，直接回應與迴避回應呈現顯著負相關 ($r = -.22$, $p < .001$)；間接回應與迴避回應呈現顯著正相關 ($r = .56$, $p < .001$)，與認知再評估呈現顯著正相關 ($r = .19$, $p < .001$)；迴避回應與認知再評估呈現顯著正相關 ($r = .20$, $p < .001$)。



表 4-2-2 描述性統計、信度、各變項之相關矩陣

項目	<i>M</i>	<i>SD</i>	α	分數越高	1	2	3	4	5	6
					1	2	3	4	5	6
1 內容預期結果	3	4.41	.98	.82 預期澄清內容對親友 愈有益						
2 關係預期結果	3	4.42	.94	.93 預期澄清對彼此關係 愈有益	.56***					
3 效能評估	5	4.50	.73	.91 效能愈高	.50***	.48***				
4 直接回應	3	4.71	.81	.93 愈傾向直接回應	.54***	.47***	.67***			
5 間接回應	3	3.50	1.07	.80 愈傾向間接回應	-.11*	-.03	.01	.03		
6 迴避回應	3	2.50	1.22	.92 愈傾向迴避回應	-.32***	-.21***	-.17**	-.22***	.56***	
7 認知再評估	3	3.79	1.16	.90 愈傾向認知再評估	-.05	-.10	-.17**	-.02	.19***	.20***

註： $N = 338$ ；* $p < .05$ ；** $p < .01$ ；*** $p < .001$

National Defense University

第三節 人口變項與各重要變項之關係

本節在應用獨立樣本 T 檢定(*t*-test)，及單因子變異數(ANOVA)，分析官兵性別、年齡、軍種、階級、年資，及教育程度等人口變項與各重要變項是否有顯著，分析結果如后。

壹、有澄清經驗之樣本

一、性別之差異檢定

以獨立樣本 *t* 檢定，結果如表 4-3-1。不同性別對樂觀有顯著差異，在組內相等 ($F = .04, p > .05$) 的情況下， $t = 2.28, df = 358, p < .05$ ，男性的平均分數為 4.39 分，女性的為 4.09 分，因此男性的樂觀程度明顯高於女性，平均差異 0.3 分。在組內不相等 ($F = .04, p < .05$) 的情況下， $t = -2.06, df = 127.70, p < .05$ ，不同性別對焦慮有顯著，男性的平均分數為 2.90 分，女性的為 3.16 分，因此男性的焦慮程度明顯低於女性，平均差異 0.26 分。在組內相等 ($F = .14, p > .05$) 的情況下， $t = 2.16, df = 96.94, p < .05$ ，不同性別對效能評估有顯著，男性的平均分數為 4.71 分，女性的為 4.47 分，因此男性的效能評估程度明顯高於女性，平均差異 0.24 分。

表 4-3-1 性別與各變項獨立樣本 t 檢定摘要表

變項	男性 ($N=293$)		女性 ($N=67$)		t 值
	M	SD	M	SD	
不確定性差異	0.51	0.79	0.52	0.86	-0.16
樂觀	4.39	0.97	4.09	0.99	2.28*
焦慮	2.90	1.18	3.16	0.87	-2.06*
內容預期結果	4.82	1.04	4.68	1.02	1.00
關係預期結果	4.75	1.04	4.68	1.19	0.51
效能評估	4.71	0.82	4.47	0.83	2.19*
直接回應	4.66	0.97	4.49	0.76	1.30
間接回應	3.33	1.17	3.24	1.05	0.61
迴避回應	2.21	1.22	2.30	1.07	-0.58
認知再評估	3.74	1.18	3.90	0.77	-1.38

註： M = 平均數， SD =標準差， $N=360$ ；* $p < .05$

二、年齡之差異檢定

National Defense University

單因子變異數分析結果發現，年齡對不確定性差異、內容預期結果、間接回應，及認知再評估有顯著差異，如表 4-3-2。在不確定性差異構面 ($F = 3.53$, $p < .01$)，經 Scheffe 法進行事後比較，結果顯示 36 歲以上 ($M = 1.08$) 顯著大於 26 至 30 歲 ($M = 0.49$)、21 至 25 歲 ($M = 0.46$)，及 31 至 35 歲 ($M = 0.40$)；在內容預期結果構面 ($F = 2.80$, $p < .05$) 及間接回應構面 ($F = 2.60$, $p < .05$)，經 Scheffe 法進行事後

比較，結果均顯示不顯著；在認知再評估構面 ($F = 3.91$, $p < .01$)，經 Scheffe 法進行事後比較，結果顯示 20 歲以下 ($M = 4.40$) 顯著大於 21 至 25 歲 ($M = 3.68$)，及 31 至 35 歲 ($M = 3.52$)。

表 4-3-2 年齡與各變項 ANOVA 檢定摘要表

變項	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	F 值	事後檢定
	20 以下	21-25	26-30	31-35	36 以上		
不確定性差異	0.50	0.46	0.49	0.40	1.08	3.53**	(2) < (5) (3) < (5)
樂觀	4.08	4.32	4.35	4.35	4.69	1.42	ns
焦慮	3.26	2.88	2.97	2.88	2.86	0.85	ns
內容預期結果	4.36	4.79	4.78	4.96	5.19	2.80*	†
關係預期結果	4.65	4.70	4.70	4.85	5.07	0.86	ns
效能評估	4.61	4.63	4.68	4.71	4.82	0.33	ns
直接回應	4.63	4.54	4.64	4.75	4.76	0.58	ns
間接回應	3.70	3.30	3.32	2.93	3.54	2.60*	†
迴避回應	2.62	2.24	2.25	1.93	2.00	1.96	ns
認知再評估	4.40	3.68	3.79	3.52	3.60	3.91**	(2) < (1) (4) < (1)

註： $N = 360$ ，ns = 未達顯著，故不需事後比較；† = 事後比較不顯著；

* $p < .05$ ； ** $p < .01$

三、軍種之差異檢定

以單因子變異數分析，結果如表 4-3-3，發現軍種對其他變項均無顯著差異。

表 4-3-3 軍種與各變項 ANOVA 檢定摘要表

變項	(1)陸軍	(2)海軍	(3)空軍	F 值	事後檢定
不確定性差異	0.53	0.42	0.59	1.18	ns
樂觀	4.37	4.33	4.28	0.25	ns
焦慮	2.92	2.94	3.03	0.32	ns
內容預期結果	4.73	4.94	4.72	1.51	ns
關係預期結果	4.77	4.79	4.61	0.83	ns
效能評估	4.62	4.79	4.60	1.77	ns
直接回應	4.65	4.64	4.56	0.34	ns
間接回應	3.25	3.37	3.37	0.46	ns
迴避回應	2.10	2.40	2.26	2.15	ns
認知再評估	3.71	3.75	3.92	1.03	ns

註： $N = 360$ ，ns = 未達顯著，故不需事後比較。

四、階級之差異檢定

以單因子變異數分析，結果如表 4-3-4，階級對關係預期結果有顯著差異，及迴避回應有顯著差異。經 Scheffe 法進行事後比較，結果均顯示不顯著。

表 4-3-4 階級與各變項 ANOVA 檢定摘要表

變項	(1)軍官	(2)士官	(3)士兵	F 值	事後檢定
不確定性差異	0.52	0.49	0.52	0.06	ns
樂觀	4.32	4.38	4.38	0.15	ns
焦慮	3.01	2.90	2.94	0.32	ns
內容預期結果	4.81	4.91	4.64	1.97	ns
關係預期結果	4.66	4.97	4.58	4.35*	†
效能評估	4.71	4.70	4.59	0.68	ns
直接回應	4.67	4.73	4.46	2.63	ns
間接回應	3.25	3.40	3.30	0.52	ns
迴避回應	2.04	2.25	2.42	3.06*	†
認知再評估	3.64	3.80	3.89	1.64	ns

註： $N = 360$ ，ns = 未達顯著，故不需事後比較；† = 事後比較不顯

著； $*p < .05$



五、年資之差異檢定

單因子變異數分析結果發現，年資對不確定性差異有顯著差異，如表 4-3-5。在不確定性差異構面 ($F = 4.30$, $p < .01$)，經 Scheffe 法進行事後比較，結果顯示 16 年以上 ($M = 1.10$) 顯著大於 5 年以下 ($M = 0.46$)，及 6 至 10 年 ($M = 0.52$)。

表 4-3-5 年資與各變項 ANOVA 檢定摘要表

變項	(1)	(2)	(3)	(4)	F 值	事後檢定
	5 年以下	6-10	11-15	16 年以上		
不確定性差異	0.46	0.52	0.38	1.10	4.30**	(1) < (4) (2) < (4)
樂觀	4.26	4.39	4.58	4.71	1.97	ns
焦慮	2.99	2.89	2.68	3.00	0.53	ns
內容預期結果	4.69	4.93	5.17	4.87	2.00	ns
關係預期結果	4.67	4.78	5.15	4.95	1.45	ns
效能評估	4.60	4.81	4.75	4.69	1.61	ns
直接回應	4.55	4.79	4.67	4.65	1.52	ns
間接回應	3.33	3.28	2.90	3.62	1.26	ns
迴避回應	2.34	2.11	1.79	1.92	2.16	ns
認知再評估	3.85	3.68	3.15	3.78	2.35	ns

註： $N = 360$ ，ns = 未達顯著，故不需事後比較；** $p < .01$



六、教育程度之差異檢定

National Defense University

單因子變異數分析結果發現，教育程度對其他變項均無顯著差異，
詳細結果如表 4-3-6。

表 4-3-6 教育程度與各變項 ANOVA 檢定摘要表

變項	(1)	(2)	(3)	F 值	事後檢定
		大學及 專科			

	國高中職	碩士			
不確定性差異	0.46	0.51	0.64	0.85	ns
樂觀	4.26	4.40	4.31	0.83	ns
焦慮	2.94	2.90	3.22	1.43	ns
內容預期結果	4.70	4.87	4.70	1.16	ns
關係預期結果	4.80	4.72	4.60	0.60	ns
效能評估	4.64	4.71	4.60	0.47	ns
直接回應	4.57	4.68	4.56	0.62	ns
間接回應	3.41	3.25	3.30	0.76	ns
迴避回應	2.32	2.17	2.15	0.70	ns
認知再評估	3.85	3.75	3.60	0.88	ns

註： $N = 360$ ，ns = 未達顯著，故不需事後比較。

貳、 尚未有澄清經驗之樣本

一、性別之差異檢定

以獨立樣本 t 檢定，結果如表 4-3-7。不同性別對內容預期結果，

National Defense University

在組內不相等 ($F = 4.15$ ， $p < .05$) 的情況下， $t = -1.90$ ， $df = 118.9$ ， $p = .059 > .05$ ，故無顯著差異；不同性別對直接回應，在組內不相等 ($F = 4.28$ ， $p < .05$) 的情況下， $t = -1.74$ ， $df = 117.8$ ， $p > .05$ ，故無顯著差異；不同性別對認知再評估，在組內不相等 ($F = 4.70$ ， $p < .05$) 的情況下， $t = -4.87$ ， $df = 120.20$ ， $p < .001$ ，男性的平均分數為 3.66 分，女

性的為 4.32 分，因此男性的認知再評估評估程度明顯低於女性，平均差異 0.66 分。

表 4-3-7 性別與各變項獨立 *t* 檢定摘要表

變項	男性 (<i>N</i> =271)		女性 (<i>N</i> =67)		<i>t</i> 值
	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	
內容預期結果	4.49	0.71	4.55	0.80	-0.67*
關係預期結果	4.38	0.95	4.61	0.90	-0.63
效能評估	4.37	1.01	4.59	0.83	-1.76
直接回應	4.68	0.83	4.85	0.69	-1.83*
間接回應	3.51	1.04	3.46	1.20	-1.70
迴避回應	2.49	1.20	2.60	1.31	-1.90
認知再評估	3.66	1.17	4.32	0.95	-1.56*

註：*M*= 平均數，*SD*=標準差，*N*=338；**p*<.05

二、年齡之差異檢定

單因子變異數分析結果發現，年齡對認知再評估有顯著差異，如表 4-3-8。在認知再評估構面 ($F=3.91$, $p<.01$)，經 Scheffe 法進行事後比較，結果均顯示不顯著。

表 4-3-8 年齡與各變項 ANOVA 檢定摘要表

變項	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	F 值	事後檢定
	20 以下	21-25	26-30	31-35	36 以上		
內容預期結果	4.41	4.55	4.48	4.54	4.56	0.46	ns
關係預期結果	4.64	4.37	4.34	4.51	4.26	1.44	ns
效能評估	4.52	4.45	4.34	4.22	4.43	0.69	ns
直接回應	4.61	4.77	4.70	4.70	4.79	0.48	ns
間接回應	3.63	3.60	3.27	3.41	3.79	2.04	ns
迴避回應	2.75	2.44	2.46	2.28	2.86	1.39	ns
認知再評估	3.45	3.95	3.77	3.87	4.19	2.62*	†

註： $N=338$ ，ns = 未達顯著，故不需事後比較，† = 事後比較不顯著；

* $p < .05$ ； ** $p < .01$

三、軍種之差異檢定

單因子變異數分析結果發現，軍種對其他變項均無顯著差異，結果如表 4-3-9。 National Defense University

表 4-3-9 軍種與各變項 ANOVA 檢定摘要表

變項	(1)陸軍	(2)海軍	(3)空軍	F 值	事後檢定
內容預期結果	4.47	4.57	4.50	0.87	ns
關係預期結果	4.34	4.44	4.57	1.53	ns
效能評估	4.32	4.39	4.56	1.22	ns

直接回應	4.68	4.72	4.74	0.10	ns
間接回應	3.41	3.65	3.52	1.33	ns
迴避回應	2.43	2.78	2.37	2.29	ns
認知再評估	3.75	3.81	3.77	1.73	ns

註： $N=338$ ，ns = 未達顯著，故不需事後比較，† = 事後比較不顯著；

* $p < .05$ ；** $p < .01$

四、階級之差異檢定

單因子變異數分析結果發現，階級對間接回應有顯著差異，結果如表 4-3-10。在間接回應構面 ($F = 5.43$, $p < .01$)，經 Scheffe 法進行事後比較，結果顯示士兵 ($M = 3.65$) 顯著大於軍官 ($M = 3.13$)。

表 4-3-10 階級與各變項 ANOVA 檢定摘要表

變項	(1)軍官	(2)士官	(3)士兵	F 值	事後檢定
內容預期結果	4.38	4.59	4.48	1.66	ns
關係預期結果	4.26	4.34	4.54	2.79	ns
效能評估	4.45	4.35	4.44	0.37	ns
直接回應	4.75	4.72	4.69	0.15	ns
間接回應	3.13	3.47	3.65	5.43 **	(1) < (3)
迴避回應	2.49	2.33	2.63	2.07	ns
認知再評估	4.09	3.65	3.78	2.71	ns

註： $N = 338$ ，ns = 未達顯著，故不需事後比較，† = 事後比較不顯著； $*p < .05$ ； $**p < .01$

五、年資之差異檢定

單因子變異數分析結果發現，年資對其他變項均無顯著差異，詳細結果如表 4-3-11。

表 4-3-11 年資與各變項 ANOVA 檢定摘要表

變項	(1)	(2)	(3)	(4)	F 值	事後檢定
	5 年以下	6-10	11-15	16 年以上		
內容預期結果	4.47	4.48	4.95	4.60	2.28	ns
關係預期結果	4.43	4.35	4.65	4.50	0.45	ns
效能評估	4.40	4.42	4.44	4.67	0.20	ns
直接回應	4.69	4.71	4.83	5.00	0.52	ns
間接回應	3.55	3.30	3.50	3.71	1.01	ns
迴避回應	2.53	2.36	2.71	2.67	0.51	ns
認知再評估	3.80	3.84	3.56	3.58	0.34	ns

註： $N = 338$ ，ns = 未達顯著，故不需事後比較。

六、教育程度之差異檢定

單因子變異數分析結果發現，教育程度對內容預期結果，及認知再評估有顯著差異，詳細結果如表 4-3-12。在內容預期結果構面($F = 0.30$,

$p < .05$ ），經 Scheffe 法進行事後比較，結果顯示碩博士 ($M = 4.59$) 顯著大於國高中職 ($M = 4.48$)，及大學及專科 ($M = 4.51$)；在認知再評估構面 ($F = 3.36, p < .05$)，經 Scheffe 法進行事後比較，結果均顯示不顯著。

表 4-3-12 教育程度與各變項 ANOVA 檢定摘要表

變項	(1) 國高中職	(2) 大學及專 科	(3) 碩士	F 值	事後檢定
內容預期結果	4.48	4.51	4.59	0.30*	(1) < (3) (2) < (3)
關係預期結果	4.45	4.38	4.57	0.57	ns
效能評估	4.42	4.32	4.94	4.34	ns
直接回應	4.69	4.70	4.92	0.87	ns
間接回應	3.59	3.43	3.38	1.10	ns
迴避回應	2.64	2.34	2.75	2.86	ns
認知再評估	3.66	3.87	4.25	3.36*	†

註： $N = 338$ ，ns = 未達顯著，故不需事後比較，† = 事後比較不顯著；* $p < .05$

參、 小結

一、有澄清經驗之樣本

由分析結果可知，在性別部分，男性在澄清真相過程中，情緒較為樂觀，而女性則較為焦慮，男性對效能評估的程度較高，表示較為相信自己有能力澄清真相、知道該如何解釋與溝通、相信親友也會誠實表達自己看到假新聞的內容與看法，及男性也較為認為自己能妥善面對澄清真相的情況；年齡部分，對於不確定性差異的程度，36 歲以上之樣本差異程度最高，其次為 26 至 30 歲，及 21 至 25 歲，而 31 至 35 歲的差異程度最小，而對認知再評估的程度，20 歲以下之樣本最高，表示會在澄清真相過程中，反覆重新思考對事件真相的了解是否足夠深入、向親友澄清不容易，本身是否該加強能力才能夠更加說服對方之檢討；年資部分，對不確定性差異的程度，16 年以上顯著大於 5 年以下者，表示越資深之樣本對澄清真相的不確定感比資淺之樣本越多；軍種、階級，及教育程度則對各變項均無顯著差異。

二、尚未有澄清經驗之樣本

National Defense University
在尚未有實際澄清經驗之樣本中，則有不同結果：由分析結果可知，在性別部分，男性的認知再評估的程度明顯低於女性，故女性更為傾向再次評估對有關國軍假新聞的了解還不夠深入、再次評估該位親友澄清該則真相並不容易，及再次評估需要再加強能力才能向該位親友澄清該則真相；階級部分，士兵比軍官更傾向選擇間接方式面對澄清真相，較傾向選擇間接開玩笑或暗示的方式來做回應有關國軍的假新聞；

教育程度部分，對內容預期結果的程度，碩博士最高，其次為大學及專科，最後為國高中職，表示學歷越高者越重視澄清的內容是否引導或強化親友更加了解真相、內容是否對親友有幫助，及內容是否讓親友非常重視；年齡、軍種，及年資則對各變項均無顯著差異。

第四節 結構方程模型（SEM）分析

SEM 分析能夠測量整體觀察變項與潛在變項的關係，亦能檢驗直接及間接效果，相對於單獨評估迴歸統計，更能提供全面性的評估（Curran & Hussong, 2003）。而本研究使用之 TMIM 理論正為探討整體模型評估，故使用結構方程模型進行分析。由於研究架構模型(model)為各潛在變項（latent variable）所組成，但因其無法直接測量，故須透過觀察變項（item）進行間接測量。為驗證該觀察變相是否能代表個構面之組成，故必須進行以下處理步驟：第一步要先進行模型配適度（整體及單獨參數），其次為建構效度（收斂效度、區別效度），最後為進行假設驗證。

壹、 模型配適度

首先，必須檢驗觀察變項是否足以代表潛在變項及相關程度，故須進行因素分析。在 SEM 中，因素分析又分為探索式因素分析

(Exploratory Factor Analysis ; EFA)，及驗證式因素分析(Confirmatory Factor Analysis , CFA)。EFA 主要目的為重新了解該量表的因素結構，而 CFA 則是驗證資料與該量表的結構關係是否合適(張偉豪、鄭時宜，2012)，為符合本研究目的，為驗證變項結構關係，故採用驗證性因素分析，使用工具為 AMOS21.0。配適度指標，包含 χ^2/df (卡方值/自由度)、CFI (適合度指標)、RMSEA (近似均方根誤差)、SRMR (均方根殘差值)。經文獻整理建議，模型之配適度檢驗值參考如表 4-4-1。

表 4-4-1 模型配適度檢驗值基準表

配適度指標	標準值	文獻來源
χ^2/df 卡方值/自由度	1-3 之間	Kline (2005) .
Comparative of fit index (CFI) 適合度指標	$\geq .93$	(Bagozzi & Yi, 2012)
Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) 近似均方根誤差	$\leq .07$	(Bagozzi & Yi, 2012)
Standardized Root Mean Square Residual (SRMR)	$\leq .08$	張偉豪 (2011)
標準化均方根殘差值		

資料來源：研究者整理。

因此，本研究區分有澄清經驗及尚未有澄清經驗等兩部分，進行模型配適度檢驗，結果顯示各變項均符合上述標準，如表 4-4-2。

表 4-4-2 模型配適度分析表

		χ^2/df	CFI	SRMR	RMSEA
有 澄 清 經 驗	直接回應	1.95	.97	.04	.05
	間接回應	1.79	.97	.04	.05
	迴避回應	1.66	.98	.04	.04
	認知再評估	1.84	.97	.04	.05
尚 未 有 澄 清 經 驗	直接回應	2.86	.96	.04	.07
	間接回應	2.81	.96	.05	.07
	迴避回應	3.08	.96	.06	.08
	認知再評估	3.01	.96	.05	.08

貳、建構效度

區分為收斂效度及區別效度兩部分檢驗之。

一、收斂效度 (convergent validity)

該目的為了解該潛在變項中，各觀察變項之間相關程度，亦即內部一致性，指標為 measurement weight (因素負荷量)、CR (組成信度)，AVE (及平均變異數萃取量)，經文獻整理建議，基準參考如表 4-4-3。

表 4-4-3 收斂效度指標基準表

配適度指標	檢驗準則	文獻來源
measurement weight (λ) 因素負荷量	$\geq .055$	(Hair et al., 2006)
Composite Reliability (CR) 組成信度	$\geq .70$	
Average Variance Extracted (AVE) 平均變異數萃取量	$\geq .50$	(Hair et al., 2009)

資料來源：研究者整理。

因此，本研究區分有澄清經驗及尚未有澄清經驗等兩部分，進行收斂效度檢驗，結果顯示各變項均符合標準，如表 4-4-4 及表 4-4-5。

表 4-4-4 有澄清經驗之收斂效度分析表

構面	題項	因素負荷量	t 值	組合信度(CR) (AVE)	平均變異量
焦慮	emo_4	0.80	11.90***	0.91	0.68

	emo_5	0.77	12.11***		
	emo_6	0.92	8.35***		
	emo_7	0.93	7.42***		
	emo_1	0.94	11.64***		
樂觀	emo_2	0.80	7.20***	0.89	0.73
	emo_3	0.82	9.62***		
內容預期 結果	contnt_1	0.74	11.70***		
	contnt_2	0.90	10.04***	0.87	0.69
	contnt_3	0.84	12.53***		
關係預期 結果	rela_1	0.92	7.98***		
	rela_2	0.96	11.17***	0.95	0.87
	rela_3	0.91	9.53*		
效能評估	effi_1	0.81	6.16***		
	effi_2	0.88	10.27***		
	effi_3	0.71	4.73***	0.92	0.69
	effi_4	0.91	10.91***		
	effi_5	0.83	10.23***		
直接回應	direct_1	0.82	9.85***		
	direct_2	0.89	7.26***	0.88	0.71
	direct_3	0.82	10.10***		
間接回應	indire_1	0.63	8.75***		
	indire_2	0.92	7.74***	0.83	0.62
	indire_3	0.78	8.48**		
迴避回應	direct_1	0.89	10.17***	0.84	0.94

	direct_2	0.94	6.34***		
	direct_3	0.92	8.57***		
	direct_1	0.67	11.20***		
認知再評估	direct_2	0.82	7.20***	0.82	0.61
	direct_3	0.84	6.34***		

表 4-4-5 尚未有澄清經驗之收斂效度分析表

構面	題項	因素負荷量	t 值	組合信度(CR)	平均變異量 (AVE)
內容預期 結果	contnt_1	0.73	10.21***		
	contnt_2	0.76	9.62***	0.82	0.60
	contnt_3	0.83	7.86***		
關係預期 結果	rela_1	0.85	10.79***		
	rela_2	0.95	9.70***	0.93	0.81
	rela_3	0.91	12.08***		
效能評估	effi_1	0.83	9.22***		
	effi_2	0.87	10.74***		
	effi_3	0.69	10.70***	0.91	0.68
	effi_4	0.89	5.29***		
	effi_5	0.83	8.60***		
直接回應	direct_1	0.90	8.97***		
	direct_2	0.90	8.96***	0.93	0.81
	direct_3	0.91	8.18***		
間接回應	indire_1	0.60	11.46***	0.82	0.61

	indire_2	0.98	.50*		
	indire_3	0.71	9.33***		
	direct_1	0.94	5.46***		
迴避回應	direct_2	0.96	3.29***	0.92	0.80
	direct_3	0.76	12.15***		
	direct_1	0.82	10.07***		
認知再評估	direct_2	0.85	8.92***	0.90	0.76
	direct_3	0.93	4.78***		

二、區別效度 (discriminant validity)

目的在於驗證不同潛在變項是否有顯著(張偉豪、鄭時宜, 2012)，指標為平均變異萃取量 (Average Variance Extracted , AVE) ，為 SEM 最常使用之方法。經文獻整理定義，每一個潛在變項之 AVE 之值須大於其他潛在變數兩兩間相關係數的平方值 (Hair et al., 1998)。分析結果，有澄清經驗之區別效度分析如表 4-4-6，尚未有澄清經驗之區別效度分析如表 4-4-7，均符合標準，故均具有區別效度。

表 4-4-6 有澄清經驗之區別效度分析表

構面	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9
焦慮 (F1)	0.81								
樂觀 (F2)	-0.24	0.85							
內容預期結果 (F3)	-0.19	0.51	0.83						
關係預期結果 (F4)	-0.14	0.44	0.70	0.93					

效能評估 (F5)	-0.16	0.50	0.44	0.37	0.83			
直接回應 (F6)	-0.05	0.39	0.33	0.28	0.66	0.84		
間接回應 (F7)	0.04	0.11	0.10	0.07	0.13	0.14	0.79	
迴避回應 (F8)	0.19	-0.19	-0.17	-0.14	-0.23	-0.26	0.46	0.97
認知再評估 (F9)	0.22	-0.08	-0.12	-0.06	-0.06	0.12	0.17	0.33
								0.78

表 4-4-7 尚未有澄清經驗之區別效度分析表

構面	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7
內容預期結果 (F1)	0.77						
關係預期結果 (F2)	0.57	0.90					
效能評估 (F3)	0.49	0.48	0.82				
直接回應 (F4)	0.55	0.48	0.66	0.90			
間接回應 (F5)	-0.10	-0.01	0.00	0.03	0.78		
迴避回應 (F6)	-0.29	-0.19	-0.18	-0.21	0.56	0.89	
認知再評估 (F7)	-0.04	-0.10	-0.16	-0.02	0.19	0.2	0.87

參、 模型假設驗證

在進行驗證性因素分析 (CFA) 檢驗各測量模型後，接續進行正式假設驗證階段，以探究其因果關係。根據四種訊息管理策略分別做模型配適度評估，指標延續前述，包含 χ^2/df (卡方值/自由度) 、CFI (適合度指標) 、RMSEA (近似均方根誤差) 、SRMR (均方根殘差值) 等四種。此外，並做各變項解釋力。分析結果，配適度指標結果均通過，有澄清經驗之模型如表 4-4-8，尚未有澄清經驗之模型如表 4-4-9。

表 4-4-8 有澄清經驗之模型配適度及變項解釋力

	模型內在配適度 (Model fit)				變項解釋力 (Variance explained)				
	χ^2/df	CFI	RMSEA	SRMR	樂觀	焦慮	內容 預期 結果	關係 預期 結果	效能 評估
直接回應	369.39(1.88), $p \leq .001$.97	.05	.04					.50
間接回應	345.00(1.75), $p \leq .001$.97	.05	.04					.01
迴避回應	333.63(1.69), $p \leq .001$.98	.05	.04			.03	.00	.34
認知再評估	368.44(1.87), $p \leq .001$.97	.05	.06				.22	.34
									.06
									.01

註： $N = 360$ ；陰影區塊為四種路徑係數均同

表 4-4-9 尚未有澄清經驗之模型配適度及變項解釋力

	模型內在配適度 (Model fit)				變項解釋力 (Variance explained)	
	χ^2/df	CFI	RMSEA	SRMR	效能評估	訊息管理策略
直接回應	237.98(3.26), $p \leq .001$.08	.07		.51
間接回應	203.25(2.78), $p \leq .001$.07	.05		.00
迴避回應	234.08(3.21), $p \leq .001$.96	.08	.08	.37	.03
認知再評估	216.03(2.96), $p \leq .001$.08	.05		.03

註： $N = 338$ ；陰影區塊為四種路徑係數均相同



最後為進行假設驗證，有澄清經驗之整體路徑分析彙整如表 4-4-10，尚未有澄清經驗之整體路徑分析彙整如表 4-4-11。

H1：有澄清經驗之官兵，不確定性差異同時預測焦慮及樂觀。分析結果，不確定差異與焦慮無顯著關係 ($\beta = .07$, $p > .05$)，與樂觀呈現顯著負相關 ($\beta = -.21$, $p < .01$)，故 H1 部分成立。因此，當樣本對澄清真相時得不確定性差異愈低，產生冷靜的、樂觀的、有希望的程度愈高，而對於擔憂的、生氣的、挫敗的、痛苦的等焦慮的程度則無顯著差異。

H2：有澄清經驗之官兵，焦慮會負向預測內容預期結果及關係預期結果，而樂觀則會正向預測內容預期結果及關係預期結果。分析結果，焦慮與兩種預期結果均不顯著，但樂觀與內容預期結果 ($\beta = .41$, $p < .001$) 及關係預期結果 ($\beta = .40$, $p < .001$) 均有顯著正相關，故 H2 部分成立。因此，當官兵對於向親友澄清真相產生越多焦慮時，兩種預期結果均不顯著。比較 β 值，可發現焦慮程度越高，對內容預期結果 ($\beta = -.06$, $p = .07$) 的影響略高於對關係預期結果的影響 ($\beta = -.04$, $p = .21$)，故當受測者對澄清真相的情緒越焦慮時，越認為澄清的內容使對方反而更加相信假新聞、澄清內容對親友沒幫助、使親友不重視他所提供的澄清內容；

當官兵對於澄清真相的情緒越樂觀時，影響對兩種預期結果的程度均越高。

H3a：有澄清經驗之官兵，內容預期結果及關係預期結果均正向預測效能評估。

分析結果，內容預期結果與效能評估有顯著正相關（直接回應 $\beta = .25$ ， $p < .01$ ；間接回應、迴避回應，及認知再評估均為 $\beta = .26$ ， $p < .01$ ），但關係預期結果與效能評估無顯著相關（ $\beta = -.06$ ， $p > .05$ ），故 H3a 部分成立。因此，當樣本在對於向親友澄清完該則真相後，認為能夠引導或強化該位親友更加了解該則真相、提供的澄清內容對該位親友非常有幫助、使該位親友非常看重我的澄清內容澄清真相等期待的程度愈高，對於相信自己有能力向該位親友澄清真相、知道該如何解釋與溝通，才能向該位親友澄清該則真相、該位親友誠實表達所聽到與該則國軍假新聞有關的謠言、可以很妥善地應對這件事、可以很輕鬆地應對這件事等評估的程度亦愈高；但樣本在對澄清真相進行時的觀感、使彼此關係及緊密程度的期待程度愈高，對於效能評估的程度並無顯著影響。

H3b：有澄清經驗之官兵，焦慮會負向預測效能評估，而樂觀會正向預測效能評估。分析結果，焦慮雖與效能評估無顯著相關（ $\beta = .01$ ， $p > .05$ ），但樂觀與效能評估則有顯著正相關（ $\beta = .02$ ， $p < .001$ ），

故 H3b 部分成立。因此，當樣本在澄清真相時產生的焦慮程度愈高，並不會與效能評估產生顯著影響；當樣本在澄清真相時產生的樂觀程度愈高，則對於相信自己有能力向該位親友澄清真相、知道該如何解釋與溝通，才能向該位親友澄清該則真相、該位親友誠實表達所聽到與該則國軍假新聞有關的謠言、可以很妥善地應對這件事、可以很輕鬆地應對這件事等評估的程度愈高。

H4：有澄清經驗之官兵，效能評估會預測訊息管理策略，且正向預測直接回應，負向預測間接回應、迴避回應，及認知再評估。分析結果，效能評估對直接回應呈正相關 ($\beta = .62$, $p < .001$)，對間接回應無顯著相關 ($\beta = .11$, $p > .05$)，對迴避回應有顯著負相關 ($\beta = -.22$, $p < .05$)，對認知再評估有顯著負相關 ($\beta = -.20$, $p < .05$)，故 H4 部分成立。因此，當樣本在對澄清真相進行效能評估的程度愈高，採取直接回應的程度愈高，迴避回應的程度愈低，認知再評估的程度亦愈低。

H5：尚未有澄清經驗之官兵，內容預期結果及關係預期結果均正向預測效能評估。分析結果，內容預期結果與效能評估有顯著正相關(直接回應 $\beta = .36$, $p < .001$ 另三種 $\beta = .35$, $p < .001$)，關係預期結果與效能評估有顯著正相關 ($\beta = .18$, $p < .01$)，故 H5 成立。因此，當樣本在澄清真相時，對內容預期結果的評估程度愈看好，對

於效能評估的程度也愈高；當樣本對關係預期結果的程度愈看好，對於效能評估的程度也愈高，且內容預期結果的影響係數高於關係預期結果。

H6：尚未有澄清經驗之官兵，效能評估會預測訊息管理策略，且正向預測直接回應，負向預測間接回應、迴避回應，及認知再評估。分析結果，效能評估對直接回應呈正相關 ($\beta = .82$, $p < .001$)，對間接回應無顯著相關 ($\beta = -.01$, $p > .05$)，對迴避回應有顯著負相關 ($\beta = -.28$, $p < .01$)，對認知再評估有顯著負相關 ($\beta = -.27$, $p < .01$)，故 H6 部分成立。因此，當樣本在對澄清真相進行效能評估的程度愈高，採取直接回應的程度愈高，迴避回應的程度愈低，認知再評估的程度亦愈低。



表 4-4-10 有澄清經驗之整體路徑分析彙整表

	不確定性 差異 → 焦慮	不確定性 差異 → 樂觀	焦慮 → 內容 關係 預期 結果	樂觀 → 內容 關係 預期 結果	樂觀 → 關係 預期 結果 效能 評估	內容 預期 結果 效能 評估	關係 預期 結果 效能 評估	焦慮 → 效能 評估	樂觀 → 效能 評估	效能 評估
直接回應						.25**				.62***
間接回應						.26**				.11
迴避回應	.07	-.21**	-.06	-.03	.41***	.40***	.26**	-.06	.01	.02***
認知再評估						.26**				-.20*

註： $N = 360$ ；陰影區塊為路徑係數均相同； $*p < .05$ ； $**p < .01$ ； $***p < .001$



表 4-4-11 尚未有澄清經驗之整體路徑分析彙整表

	內容預期結果 → 效能評估	關係預期結果 → 效能評估	效能評估 → 訊息管理策略
直接回應	.36***		.82***
間接回應	.35***		-.01
迴避回應	.35***	.18**	-.28**
認知再評估	.35***		-.27**

註： $N = 338$ ；陰影區塊為 β 均相同； $^{**} p < .01$ ； $^{***} p < .001$



國防大學
National Defense University

第五節 深度訪談分析

本節針對來自陸海空軍共 15 個單位，各單位挑選 2-3 名受訪者，計有 16 位有澄清經驗者，及 15 位尚未有澄清經驗者，合計 31 位受訪者的訪談結果，進行整理後的討論。對於有澄清經驗之受訪者，亦嘗試多了解對於假新聞的解讀、過去澄清經驗中其他實況（主動被動）、對方給予的回饋、該次經驗使後續向他人澄清的意願程度、詢問面對面澄清的好處及壞處，最後為了解受訪者資訊來源；對於尚未有澄清經驗之受訪者，則為了解他對假新聞的解讀、澄清對象傾向何人、採取澄清方式的理由、詢問面對面澄清的好處及壞處，最後為了解受訪者知道有關國軍假新聞的來源。

壹、有澄清經驗之樣本

16 位有澄清經驗者，由於每個人對於假新聞的認知不同，故澄清的契機亦會有些許差異。

一、對於有關國軍的假新聞的解讀

（一）媒體因素

認為主要是因為網路、媒體未確實查證造成的結果，或者為了衝點閱率等因素造成。

「很多訊息都會從網路上或是新聞會有一些消息出來，但很多時候都未盡查證或只是一個影子而已，但我們實際在軍中有接觸到的會發現很多有關國軍的事情不一定是真的，但是已經傳出去，未經查證的部分就會讓民眾有一些不諒解或是會有一些負面的影響。」（A01）

「媒體為了要吸引關注。有些可能是刻意想要破壞國軍形象。」
(C01)

「像關於共機在網路上飛過臺灣然後有拍照，大陸那邊直接放出來，臺灣媒體就完全沒有去驗證，就大肆宣傳說共機繞臺，臺灣國軍都沒有做任何作為。我覺得很多是媒體業者，他們並沒有做好所謂的督導者角色才導致後面亂講越多。」（E01）

「因為國軍的議題總是會被民眾放大做解讀，媒體為了他們自己的收視，所以沒有好好去查證，然後去做一個放大討論，所以現在的人民就會因為媒體報導錯誤的內容，因此接收到錯誤的訊息。」（S01）

（二）政治操弄因素

受訪者認為這受到黨派影響有關係。

「假新聞可能是煙霧彈吧，可能傳遞者有某種意圖使人混淆然後讓人家不太明白，藉此去達到某種目的。可能就是有幕後在傳遞操控，最常見就是大眾新聞媒體，可能我覺得現在的媒體已經沒有那種比較中立的立場，尤其是牽扯到政治的層面，對一般民眾會會對國軍有一些誤解，然後導致從軍的意願降低或是國軍人員不信任。」（X01）

（三）口語相傳因素

「判斷真偽多為從別人口中得知，若是真的大家就會傳，若是假的就不會傳，只會詢問。」（AD01）

二、澄清對象、議題、及澄清契機

對象主要都是周遭親友，包含父母、親戚、朋友等人，談論議題為有關年金改革、募兵制改回徵兵制為最大宗，澄清的契機多為雙方在聊天時詢問官兵意見，或是對方主動詢問官兵有關國軍假新聞一事，如表4-5-1。

表 4-5-1 澄清對象、議題、及澄清契機彙整表

澄清對象	澄清議題	澄清契機
A 父母	募兵制轉徵兵制	聊天時討論
C 家人、朋友、同事	國軍版太陽的後裔	對方主動詢問

E	母親	軍人加薪	剛好在看新聞
G	舊同事（長輩）	國軍行政中立與否	聊天時討論
J	父母	募兵制轉徵兵制	剛好聽到父母討論，所以我主動跟他們澄清
K	父母	志願役士兵 戶籍地分發問題	受訪者主動說明
M	弟弟	募兵制轉徵兵制	對方主動詢問
O	叔叔	凱子軍購	聊天時討論
Q	阿公	年金改革	對方主動詢問
S	阿姨叔叔	募兵制轉徵兵制	對方主動詢問
T	舅舅舅媽	年金改革	聊天時討論
V	父母	募兵制轉徵兵制	聊天時討論
X	媽媽	募兵制轉徵兵制	聊天時討論
Z	朋友	募兵制轉徵兵制	對方主動詢問
AB	爸爸	募兵制轉徵兵制、 年金改革	聊天時討論
AE	阿公阿嬤	共軍繞臺、 憲兵單元劇爭議	受訪者主動說明

「我的親友、有問我的人、有家人、有朋友，也有國軍的同事、同

輩。然後也是因為他們問我的時候，我才跟他們說明。如果他們沒有問的話，我不會特別主動去澄清。」（C02）

「父母，討論關於最近徵兵制的新聞。我跟他說完全沒這件事，軍中也沒通知，叫他們不要亂看，我是剛好聽到所以主動跟他們說，但他們回應是說不定之後有可能發生，但因為剛好我知道實情，所以我立刻跟他們說。」（J02）

「我叔叔，我們聊天的時候，他突然蹦出有關凱子軍購這一段，我就跟他講，因為外面人不知道我們不單說只買個飛機回來，還有後續后勤裝備，一些武器等，有些人就是不懂所以他才會說凱子軍購。」（O02）

「我阿公提到有關年金改革，可能因為那時有候選人提議，他就叫我投誰，但我就跟他說不可以這樣子，人家提出的政見不一定會照做。」（Q02）

「我舅舅和舅媽，因為他們也是公務人員，所以他們也非常留意關於年金改革的事情，他們看到新聞提到也會問我看法。」（T02）

三、澄清有關國軍假新聞的互動過程

過程中若有意見相左的情況通常會比較激動，但若兩方意見較為相近，則趨於和緩。

「他比較像老一輩想法，認為以前的兵比較辛苦，現在的是米蟲，他看政治很重，認為兩個黨派都在操弄國軍，我也是一直微笑面對，若他不接受，我也不勉強。」（G03）

「討論過程是和緩的，我弟就覺得，原來沒有說當四個月的兵要再回去補役期，現在到底有沒有要更正命令？他其實有點失落，主要不是我解釋不好，是覺得國軍做事就是不夠積極出來說明。」（M03）

「我們討論期間是很和諧的。」（O03）

「緩和的，我知道多少就是跟他講多少，那他也會去理解。」（V03）

「對方就回應說原來是這樣喔，網路上還是有些不可信的。」（Z03）

國防大學

「我爸是海軍上校退伍的，那關於 18% 是因為他就是二十年退伍，他被年金改革砍錢他當然不開心，也很激動。」（AB03）

四、澄清假新聞方式

多數受訪者表示，根據知情情況向對方直接表達，若對於對方詢問的問題有不清楚的地方，傾向進一步查證再做回應。

「我剛好有了解相關事情，然後他們有疑問的話，我會根據我所知道的去跟他解釋，目前在軍中並沒有這樣子的消息出來。」（A04）

「我說如果真的要加薪的話，軍中會有宣導紀錄及簽名，但目前就是完全沒有收到這個宣導紀錄，表示就沒這件事。」（F04）

「我陳述一個事實，剛好我知道實情，所以我立刻跟他們說，他們基本上會傾聽我的意見。」（J04）

「對方問我我會回到單位去詢問指揮部的長官，確認後再回覆他們。那我說的方式屬於婉轉的，可能就不要讓他們過多擔心。」（T04）

五、在那次澄清經驗中，您還會考量到哪些問卷中沒有提的其他因素？

受訪者多表示還會根據對方個人特質適時做調整。

National Defense University

「我會考量他的個性，而說法不同。我有兩個弟弟，覺得一個比較懶一點也比較躁動，所以為了給他一點警惕，我就故意說得比較嚴重一點，例如，現在雖然沒有要轉回徵兵，但之後還是有可能受到影響，不一定當兵四個月就結束了。另外一個弟弟的個性就還好，所以我就很平淡會跟他說那是假新聞，不要相信。」（M05）

「我看他的脾氣狀況，因為我叔叔當下脾氣如果不好的話，我若繼續跟他講，那兩個人就會衝起來啊，我就考慮，因為我叔叔他們當兵是很久以前，跟我們現在差太多，所以他都一直說以前如何，我會說那是以前，現在不一樣，他半信半疑。但還是會聽我的想法。」（O05）

「因為考量他是我長輩，所以說清楚講明白比較好，不要一直被誤導。」（Q05）

「我的考量就是根據我了解的情況去告訴他，對假新聞有誤解的地方，我可能會主動上網查一些資料，因為可能我們也不是特別了解，我只能根據我所知道的部分去告訴他，但就是不能杜撰莫須有的事。」

（X05）

國防大學

National Defense University 六、您認為面對面澄清的好處及壞處有哪些？

多數受訪者認為，好處是可以當下直接告知對方所知道的情況，並可以明確感受到對方的情緒、表情、語氣作為判斷，適時調整回應的方式，對方也比較願意傾聽，且也會認為澄清的事件是重要的事情；壞處部分，多認為較容易引起爭執。

「好處是在澄清的過程，其實他們也會聽得進去我們講的話，他也相對來說比較相信，壞處就是有些議題可能我們並不一定說非常了解，解釋起來也並不是那麼的順利。」（A06）

「我覺得面對面講的話，可以看到對方表情、他說話的語氣，才知道他聽到我講了之後的感受是什麼，如果是用傳 line 或是電話中，我覺得會有比較多外部影響，比較沒那麼直接。」（C06）

「他問什麼可以直接跟他講，不用再講一次，壞處會比較情緒化一點。」（F06）

「大部分會問我問題的人都是較為親近的人，好處是我可以直接告訴他我親身體驗到的事情、知道的事情，壞處是會吵架。」（G06）

「好處是畢竟是親人，相處比較了解，你也會比較好調整說法，他也會比較願意去傾聽，壞處是也有可能關係太好，如果講到不適當的時候會產生誤會，那變成我澄清的這一方要調節。我會主動看網路，但也不會直接相信，還會在士官群組討論為何又再傳奇怪的東西。」（J06）

「如果是我朋友或認識的人，有重要的事，我比較喜歡面對面溝通，可以直接從表情、動作跟語氣來調整我說話的方式，前提是重要的事，如果不重要的事我也不介意是打字或電話說。但重要的時候，我希望可以面對面。壞處是，反應時間蠻快，如果有時候可能沒想太多，講了不好的話，當下就造成不好的影響。」（M06）

「壞處是怕對方不認同我講的事，怕口氣上會有摩擦，但好處是講電話表達方式會不一樣，因為電話中想表達的東西沒辦法表達清楚，可是當面就可以比較看清楚。」（O06）

「好處是因為我自己就是在軍中服役的，比較有說服力，因為畢竟是親身經歷的事情，較能夠取信於別人，壞處我覺得還好。」（X06）

國防大學
National Defense University
「好處是他們會比較清楚，如果透過其他方式，例如電話，可能沒有那麼親切，或是認為你只是想告她這件事情，但沒那麼重要，當面講比較有尊重跟重要的感覺。壞處是如果對方堅持不相信，就會受到打擊，覺得你為何就是不相信，但以我個性我會繼續跟他爭，但如果他堅持不相信，那我就會想，好，總有一天真相會出來，你們就會相信了，到時就知道了。」（AE06）

七、經過這次澄清經驗，對於您之後向其他人澄清的意願是提高還是下降？為什麼？

多數為意願提高，希望不要讓假新聞影響周遭親友，但部分官兵為避免與親友再次起衝突，之後回應的意圖是減少。

「會比較願意一點，但主要還是要看什麼樣的事情。」（E07）

「對於後續澄清意圖是減少，因為我個性是會比較想要讓對方不要相信假新聞，但有時候會產生一點點不愉快。」（G07）

「我覺得因為我是陸軍，所以看到也是陸軍相關新聞就會特別注意，也比較了解，相對比較願意澄清，其他軍種我可能就比較不會在意。」（M07）

「平常心，有人有疑問問我，我才會講。」（O07）

National Defense University

「之後意願是提高的，因為有做好事的感覺，不要讓其他人產生錯誤想法，但我比較被動，有人問我我才講。」（Q07）

「提高的，因為我身邊比較年長的親友不是少數，所以我覺得有必要讓他們知道國軍的改革啊，或是未來方向，一方面可以把對的訊息傳遞出去，不要讓他們誤解。」（X07）

「意願是提高，因為大眾天性會好奇有爭議的事情，尤其是被報導出來後，會想了解到底是什麼東西，所以我會主動問他們說：你們知道什麼什麼新聞嗎？我會主動提，是因為我的興趣才從軍，而且我覺得國軍是值得被尊敬、是榮耀的職業，所以我不希望別人誤會國軍，或是像以前人講說國軍很黑暗等等，但我覺得你沒有從軍過，你沒有實際近來，不可以隨便批評講這種話，所以我才會主動提，外面之前的同學也會願意聽。」（AE07）

八、平時獲取新聞的管道有哪些？請問您平時會主動關心國軍相關新聞嗎？您從哪裡得知該則假新聞為錯誤的？

多為看臉書、Youtube、Line Today，或者軍方臉書粉絲專頁、莒光課得知；接收方式多為被動，剛好看到或聽到軍中同袍討論才得知假新聞是錯誤的，不過亦有積極主動者，主動看國軍報紙、自掏腰包買國防雜誌等，接收不同資訊來源，判斷真偽。

「大部分都是看一般的新聞臺，或是報紙，但軍中的一些消息會是比較正確的。」（A08）

「用電視看新聞的時候，或者是手機滑一些新聞的資訊的時候。我會想要去看新聞，可是通常這種新聞上網呈現的都是假的，之後可能會詢問跟我國軍的同事，就是可能了解比較了解這件事的人，大概了解看機敏性有沒有有沒有就不方便透漏的，我會選擇性的再去跟問我的親友說明。」（C08）

「空軍司令部的FB 跟青年日報跟Youtube，我會主動去看。」（E08）

「平常會關心國軍新聞，管道從莒光課、青年日報報紙。較少看粉絲專頁，因為我不喜觀看媒體給的訊息，多為看國軍來的新聞。」（G08）

「不太主動搜尋，手機剛好訊息有跳出來就看。」（I08）

「主要是臉書，有時候跳出來就點進去看，多為聽別人講才知道。」（K08）

「買雜誌，我放假會去買來看，所以對陸海空軍的裝備我幾乎略懂。」

我也會看 Youtube 講有關國軍裝備的新聞，追蹤一些非國軍的頻道。」

(O08)

「有看到海軍的新聞會特別注意，手機新聞 Line Today。」(Q08)

「我本身是招募員，有接觸這類新聞較多，招募界朋友在一起時，偶爾會討論到一些議題。」(S08)

「來自部隊的政令宣導或軍網通報。」(T08)

「平常就是在滑Line Today的新聞，若有看到關於國軍的報導，不管是正面或是負面，我都會去了解，點進去看。」(X08)



「不會主動看臉書等，媒體要選官方的，因為連上有訂實體報紙，所以我也會多看幾家比較，特別是國軍議題相關的內容。」(Z08)

「平常我會主動關心有關國軍新聞，例如青年日報粉絲專頁、影片、Youtube、新聞上軍事影片，均喜歡。」(AE08)

貳、 尚未有澄清經驗之樣本

15 位尚未有澄清經驗者，由於每個人對於假新聞的認知不同，故其尚無澄清的原因亦會有些許差異，之後願意嘗試澄清的原因也不盡相同。

一、對於有關國軍的假新聞的解讀

(一) 媒體因素

傾向認為媒體報導與事實不分之內容，目的在於獲得高收視率等因素造成。

「感覺就是媒體想要讓更多人看他的新聞，所以他才把那個標題寫得很聳動。」（B01）

「我覺得只要是跟事實不符的，都算是假新聞的一部分。其實現在媒體還滿多假訊息的新聞，不只有在國軍，只是因為自己本身跟國軍切身相關所以比較對這件事情了解。」（D01）

「有一些媒體想要收視率比較高，所以弄一些假的新聞，但是那些都不是真的。」（F01）

(二) 政治因素

國軍受到在野黨與執政黨之間利益衝突連累的影響。

「都是一些政治操作，就是中共或者是在野黨為了讓現在執政黨情況不利，對國防想法會比較不好，所以就製造一些假新聞，讓他們的支持度不好，對國防的一些想法也變差。」（Y01）

(三) 退伍軍人在操弄

因軍系鬥爭導致操弄輿論。

「很難說，應該說比較算是惡意的操弄，利用不對稱的資訊或簡化版的消息，然後挑起一些退休軍公教不滿的情緒，但是是很老的軍系的人在控制。」（AC01）

(四) 定義不明

National Defense University
對於假新聞不了解、經由本次問卷受測才得知。

「應該是不切實際的東西，但因為我也不清楚。」（I01）

「其實一直到今天或者知道過去有所謂的假新聞假議題，如果要我說假新聞，我認為應該是針對我們國軍形象的問題吧，但我是沒有透過什麼特別的網頁看到特別的新聞。」（L01）

「我認為是原本沒有的事情，然後把他爆料成有的事情。」(R01)

二、傾向優先的對象及原因

有官兵表示不管對象為何，其說法均相同，但多數官兵多傾向從身邊親友為優先考量，例如丈夫、母親、父親等。

「根據不同對象，說法差不多。」(B02)

「我優先會挑選我先生，因為會比較容易就是容易溝通，比起其他長輩的話，就有一點有點像是要忤逆他們的感覺，那晚輩又好像要再跟他們說教一樣，所以平輩其實是最好下手的溝通渠道。」(D02)

「可能是媽媽及外婆，因為我們關係比較親密。跟他們講是OK的，也會聽進去，但目前都還沒談到這個話題過。」(F02)

「我首要會對長輩，例如我爸媽進行澄清，我若了解我會去跟他溝通，因為身為軍人，也不會希望被別人講國軍不好的評價。」(H02)

「我會優先跟男朋友說，因为他曾經也是軍人，可以一起分享、溝通。」(L02)

「朋友或者家人，因為朋友會問我當兵好不好啊，在裡面過得如何，我也會跟他們說在軍中是的生活。」（P02）

「外面的朋友，因為高中畢業後，我們班選擇從軍的人很少，因為他們平常看一些新聞會覺得國軍很爛，就是領錢，然後又很爽，但其實事實並不是這樣，我們每天累得要死，而他們看到那些新聞，就有對國軍不好的想法，我覺得跟事實差距很大的，但是因為這些假新聞造成他們對國軍的不信任啊，或者是覺得從軍不是一個好的選擇，這對國軍來說是很大的損失。」（Y02）

「朋友，有些比較激動的人，我認為這種人會比較容易去跟人家講他知道但可能但不太正確的訊息，因為他也會跟我說：『你知道之前有說募兵制改徵兵制嘛？』。」（AA02）

National Defense University

「優先針對家人，因為比較親近。通常關於一件有爭議的事時，我通常會傾向我怎麼想來決定要怎麼跟對方說。」（AD02）

三、近期最有印象的國軍假新聞

經統整後，多數官兵表示以共機繞臺，臺灣受威脅（B03、W03）、募兵制要轉徵兵制（I03、P03、U03、AA03）、年金改革（L03、AC03）等議題最多。

四、預期向對方澄清真相之其他考量及說明方式

除了預期內容與彼此結果，還會根據對方個性適時調整回應方式。

「還會考量到每個人的個性。剛好，我先生是比較固執的人，所以他對於他所相信的事情，就是堅持己見的，所以，如果要改變他的想法，要花一點時間。可想而知，這過程一定會比較激烈一點。」（D04）

「我會考量對方是誰，如果是長輩，我會慢慢透露我想跟他們說的事。如果朋友的話，我會直接說明，但也會看對方個性如何，假如比較暴躁或自我的人，我會慢慢跟他說。若是晚輩也是會比較直接一點。那我尚未有實際經驗的原因是因為沒人跟我談論相關的事情。」（H04）

「可以看他的情緒反應來修飾我們說話的字眼，這是最重要的。我覺得這也是在國軍才學到的，因為我們要面對很多人，然後要看場合說話，所以我寧願當面講一些重要的事情。」（P04）

「我會優先分享跟海軍有關的事情，因為比較了解。」（R04）

「我會考量我們內部可以先多宣導事實是什麼，因為其實我們自己有時也沒有人太了解真相。」（Y04）

五、面對面澄清的好處及壞處

好處為能夠及即時感受到對方的反應，澄清內容也能夠較為詳細；壞處則為恐有意見不合引起的爭執。

「好處是當下讓他知道哪些對錯，他也馬上給你回應，可能會有爭執，但應該不會很大。」（B05）

「面對面澄清，我覺得很好啊。比較不好的地方就是可能會有衝突，而且是很直接的反應，可是比起傳文字什麼的，面對面更好的原因是因為文字會產生出來的衝突跟誤解，它的影響力會比面對面澄清來得更深遠，而且是我們看不到的。但是面對面你可以馬上看到他的表情的變化，然後知道他現在不高興，或者是你知道他可以接受，那你就會適時的調整你的說法或是你的態度，所以我如果要選的話，我會比較喜歡面對面。」（D05）

「可以知道他第一時間的想法，因為他一定會表現在臉上，如果使用手機的話，就很可能當下不爽，可是還是會說沒有啦帶過。壞處就是如果他認為我講的不是事實，他很激動，我也可能會比他更激動。」
(F05)

「好處會對於溝通比較好，因為可以知道對方的語氣、臉部表情，表達他對現在的感覺是心情，才能適時調整澄清方式，適度改為委婉，但電話、文字等等不一定能這麼好觀察，看不太到情緒。」(H05)

「好處是知道的就會全部講，然後真實性比較大，我不覺得有壞處。」(U05)

六、請問您平時會主動關心國軍相關新聞嗎？您從哪裡得知該則假新聞為錯誤的？

National Defense University
尚未有澄清經驗之官兵多較不主動關心國軍新聞，剛好看到或聽他人轉述之情形較多。

「就是有遇到就會看，不會特別去搜尋什麼。其實我們最常接到訊息就是 Line 上面的，如果是親友傳來的訊息，就會先看一下各大新聞媒體有沒有報這個爆出來？是哪一個媒體報出來的？蘋果日報呢？還

是還是就是中國時報等等的，就是不同的報紙，會影響我對於這個新聞就是信任度。然後，如果他的來源假設是蘋果日報好了，我們就取它為信任度最低的報紙，我可能還會再反向回去看，那青年日報有沒有這個新聞？中央社呢？當然因為我知道我們都在軍媒就是工作，青年日報一定是報好的一面，所以沒有這則新聞也不意外，但可以看一下中央社就是看看有沒有這類的訊息，或許就會比較中立一點。」（D05）

「我看電視，有看到就會關心，也會跟同袍聊天。」（F05）

「平常不會太主動關心國軍新聞，主要方式是收看莒光園地得知。」
(H05)

「不太會去關心，總覺得容易接觸到的都是比較高層的長官。」
(N05)

「我不會主動關心耶，但若剛好有接觸到，有興趣的我就會看下去。像連上會有報紙，像是自由時報、或上莒光課、或中午用餐看華視新聞等。」（AA05）

七、平時獲取新聞的管道

15 位受訪者根據訪談回饋，發現多從臉書、Line、電視上看新聞。

參、 小結

本訪談挑選針對不同階級、服務年資、軍種、性別之受訪者。綜合上述分析，官兵普遍認為，假新聞通常受到之影響有四：（1）媒體因素：媒體未確實查證造成的結果，或者為了衝點閱率等因素造成；（2）政治操弄：政黨介入去帶風向；（3）退伍軍人操弄：惡意製造一些言論，產生有誤之資訊，挑起人民情緒；（4）定義不明：不清楚到底什麼是假新聞。

此外，有澄清經驗之受訪者，其澄清契機有二：（1）主動澄清：對該事件有了解，在聊天過程中主動跟親友分享，讓對方也知道真相；（2）被動詢問：在聊天過程中，或是剛好在看新聞時，對方詢問受訪者的看法，受訪者根據自身所了解的情形進行說明。

受訪者認為，面對面進行澄清之好處與壞處，普遍表示好處多為能使對方了解內容、根據對方反應及時調整措辭，其次為衡量彼此關係等，這符合問卷資料的分析結果，內容預期結果高於關係預期結果的影響力。壞處部分，從 31 位受訪者的觀察情形發現，評估對方「個人特質」亦是重要指標，例如評估對方的態度、對事件的看法等，會影響官兵在互動過程的拿捏：對方若已明顯不悅時，就會適時調整避免過於直

接、尖銳的字眼，若對方能接受，則會願意分享越多細節。由此可得知，對方的特質亦是決定受訪者在澄清真相過程中的重要指標。

從深訪內容可知，有澄清經驗之受訪者較多主動關心新聞，在訪談中也較為展示本身對國軍的支持；相對而言，尚未有澄清經驗之官兵本身對新聞留意較為被動，甚至雖然之後願意試試看，但認為假新聞層出不窮，澄清的效果不及假新聞流竄。

部分官兵在已有實際澄清經驗後，認為該行為有助於幫助親友了解真相，因此在後續澄清意圖提高；值得注意的是，亦有部分官兵表示在後續澄清意圖降低，經瞭解後，原因為實際和親友互動後的感受不佳，回饋也不如預期，因此之後傾向不再談論此敏感議題。對於國軍而言，這樣的結果表示失去一個有效戰力，因此，後續在對官兵進行宣導時，應明確提供各種說明方式及解決方案，使官兵有基本認知，當實際向親友澄清時，內心所受到的反應及回饋能有預先準備，反彈情況能減小，也能及時掌握當下情緒。

第五章 結論與建議

有別於過去假新聞研究取徑，本研究以人際互動觀點，探討假新聞影響人的心理認知機制，故當國軍官兵向親友澄清有關國軍假新聞的真相時，心理上產生的不確定性差異，影響產生焦慮、樂觀、內容預期結果、關係預期結果、行能評估，及訊息管理策略。本章將根據有澄清經驗者、尚未有澄清經驗者之分析結果做討論，並將深度訪談之內容作為補充，提供理論及實證上之建議。

第一節 研究結果討論

壹、有澄清經驗者

一、不確定性差異對焦慮、樂觀之影響

從 H1 分析結果可知，不確定性差異對焦慮無顯著差異，但對樂觀則有顯著負相關，不過，過去經驗對於澄清真相的不確定性差異的程度偏低 ($M = 1.50$, $SD = 0.80$)。此分析結果與過去有關 TMIM 的定義相符，不確定性差異程度偏高時，焦慮情緒才會有正相關 (Afifi & Weiner, 2004)，若不確定性差異程度偏低，產生焦慮的情緒則偏低，正向的情緒偏高 (Fowler et al., 2018)。

此結果可解釋為，大部分官兵在向親友澄清真相時，實際要表達的程度與本來打算澄清的程度差異偏低，能如實傳達所知道的真相給對

方知道，故產生較多樂觀的情緒，包含感到沉著、冷靜及開心，較不會感到擔憂、生氣、挫敗及不安。值得注意的是，男性的情緒傾向樂觀，女性則傾向焦慮，而本研究男性佔多數（81.4%），故亦是造成此結果的原因。

而不確定性差異較低的解釋為，樣本自我認知對於真相傾向有點了解 ($M=3.87$, $SD=1.20$)。本研究結果亦可證實，雖然本來研究假設認為，當親友詢問官兵有關國軍假新聞的議題時，假新聞這樣有爭議的話題會使官兵產生較高的不確定性差異，導致產生更高的焦慮與較少的樂觀情緒，但事實上，由於本研究對澄清方式的出發點是以面對面進行，且根據訪談結果可得知，這樣的方式是能夠馬上且詳盡地向對方親友解釋，且彼此是認識的人，也了解對方個性，而澄清者本身對國軍相關事務具有一定程度的熟悉，因此在澄清話題掌握上更具有發言權，就算有不了解的地方，也能及時詢問周遭官兵同袍或單位上級長官意見，因此，實際上產生的不確定性差異偏低。

二、焦慮、樂觀與預期結果之影響

從 H2 分析結果可知，僅有樂觀與兩種預期結果均有顯著正相關，亦即當官兵對於澄清真相越樂觀時，預期結果的評估也越高，且內容預期結果的影響力略高於關係預期結果。此可解釋為，當官兵當下情緒越樂觀時，會認為使親友更加了解該則真相的程度、對親友有幫助、使親

友重視該議題的程度，略高於使親友對澄清者本身的觀感、彼此關係的親近程度及滿意程度均有更正面的影響的比重；而當官兵對於向親友澄清真相產生的情緒越焦慮時，則對於兩種預期結果均無幫助，這可能反映了焦慮情緒對澄清真相並無好處，但仍可從數據上發現對內容預期結果的影響仍略高於關係預期結果。因此可知，不論在何種情緒下，對於在澄清真假新聞的真相議題上，澄清真相的內容更為重要，這也再次證明，考量澄清內容本身的結果和考量澄清是否對彼此關係有所幫助會產生一定的落差，因此必須分開討論之建議 (Afifi & Weiner, 2004)。而首次在實證研究上提出證明之文獻，為 Fowler 等人 (2018)，提到焦慮、樂觀均會影響內容預期結果，而樂觀與關係預期結果有正向關係，焦慮則無影響，由此可知，談論有關財務問題時，焦慮不足以影響對關係預期結果產生影響的感知。

三、預期結果對效能評估之影響

從 H3a 分析結果可知，內容預期結果與效能評估有顯著正相關，但關係預期結果與效能評估無顯著相關，甚至有負向關係。此可解釋為，雖然樣本認為預期結果不論是內容本身或是彼此關係都是顯著正相關，甚至彼此關係的影響數值略高，但當接續考量到效能評估，包含相信本身是否有能力向親友澄清真相、是否知道該如何解釋與溝通、或評估親友是否會誠實表達所聽到與該則國軍假新聞有關的謠言、意見、

自身是否可以很妥善地、輕鬆地應對這件事的情況下，僅有真相內容會與效能評估產生顯著正相關，對於彼此關係的影響反而不重要，甚至若考量關係時，對於效能評估的程度降低。由此可知，當在評估自身溝通應處及對方如實表達想法的程度的前提下，對官兵而言，對於澄清內容的評估，包含內容對對方是否有幫助、澄清內容能否使對方了解真相、我澄清的內容是否會受到對方重視等因素，遠高於官兵評估與親友之間關係，及親友對官兵的觀感等評估更來的重要。換句話說，只要提升官兵對澄清內容更加了解，且加強宣導澄清內容將有助於親友了解真相為何，則官兵對效能評估的程度亦會提高。值得注意的是，這與深度採訪的結果相呼應，由於官兵跟親友澄清時，為避免與對方起爭執的前提下，愈可能對彼此的其他因素而造成負面影響，例如當下對方的情緒反應已有生氣、不想繼續聽等情況。亦有文獻證實關於彼此關係的考量確實會影響人們後續的行為（Baumeister & Leary, 1995）。

四、焦慮、樂觀對效能評估之影響

從 H3b 分析結果可知，樂觀對效能評估則有顯著正相關，焦慮對效能評估無顯著負相關，此可解釋為當樣本情緒愈樂觀時，對於相信本身是否有能力向親友澄清真相、是否知道該如何解釋與溝通、或評估親友是否會誠實表達所聽到與該則國軍假新聞有關的謠言、自身是否可以很妥善且輕鬆地應對這件事的情況的程度愈高，此結果呼應 Afifi

與 Morse (2009) 之結果。而因樣本對於焦慮情緒並不顯著，故對效能評估的程度亦不顯著。

五、效能評估對訊息回應策略之影響

從 H4 分析結果可知，效能評估對直接回應呈正相關，對間接回應無顯著相關，對迴避回應有顯著負相關，對認知再評估有顯著負相關。此可解釋為當樣本效能評估的程度愈高，包含相信本身是否有能力向親友澄清真相、是否知道該如何解釋與溝通、或評估親友是否會誠實表達所聽到與該則國軍假新聞有關的謠言、自身是否可以很妥善且輕鬆地應對這件事的情況下，採取直接回應的程度愈高，例如會直接、詳細地、坦率地向親友澄清真相，採取迴避回應的程度愈低，例如選擇避免、忽略，或逃避回應真相，採取認知再評估的程度亦愈低，例如再次評估對有關國軍假新聞的了解還不夠深入、再次評估該位親友澄清該則真相並不容易，及再次評估需要再加強能力才能向該位親友澄清該則真相。此結果與 Fowler 等人 (2018) 相符。由此可知，只要提升官兵對於澄清真相的信心、具體提出溝通技巧、鼓勵官兵與親友對於國軍議題之討論及意見表達，進而能增加直接回應的程度。若經驗多了，則能有機會使官兵更為妥善地面對爾後的澄清時機。

從深度訪談中可發現，受訪者多認為有關國軍假新聞來自媒體之亂、人為刻意操弄等原因，值得注意的是，部分官兵對於假新聞並不了解。

解，也無危機意識，故須提升官兵有關國軍近期假新聞之防範教育。此外，官兵澄清的契機多為被動詢問後做回應，原因為認為親友對有關國軍議題不熟稔且無興趣，因此，應多強化官兵人均为假新聞守門人之觀念，多主動向親友分享正確的真相。

貳、 尚未有澄清經驗者

一、預期結果對效能評估之影響

從 H5 分析結果可知，內容預期結果及關係預期結果均正向預測效能評估，此可解釋為在預期結果中，不論是考量澄清內容本身是否對親友有益，或是考量與澄清對象彼此關係，均與效能評估有顯著正相關，換言之，不論是愈重視澄清內容本身或是重視與澄清對象之間的關係的官兵，覺得效能評估愈重要。這樣的結果亦再次驗證了 Fowler 等人（2018）的研究，認為預期結果中的內容本身與彼此關係兩者均須分開探究。此外，這與有澄清經驗之樣本有部分差異，預期關係結果對效能評估無顯著正相關，甚至產生負向關係，因此可知，在尚未有澄清經驗之樣本，僅透過推測其意圖時，關係預期結果對效能評估傾向較為樂觀看待。

但從有澄清經驗之受訪者的訪談可知，認為面對面澄清的壞處為，易引起雙方起爭執，若面對情緒較為激動或持有強烈反對意見之親友

時，言語應避免過於激烈等方式，使官兵有預備作為，避免產生嚴重爭執或使官兵澄清意願降低之負面效果。例如，預先告知官兵，當他們嘗試向親友澄清假新聞的真相時，切勿一開頭即批評對方的認知有誤，因為人們通常不能敞開心胸接受被批評，且對方不一定能夠馬上接受官兵提供的說明，甚至會進一步提出質疑時，這時應該要秉持理性、根據事實回答。而當溝通過程中，若觀察到對方的肢體、言語中透露不悅等負面情緒時，則不宜繼續以直接方式來回應對方，應嘗試其他較為婉轉的說詞讓對方較能夠接受，或是適時暫停話題，避免後續產生爭執，影響彼此情緒及關係。故對於尚未有澄清經驗之官兵，在鼓勵該員向親友澄清真相前，必須先行提醒有關雙方關係之重要，以利官兵提前調整心態，降低預期與實際產生的落差过大，影響後續澄清的方式。

二、效能評估對訊息管理策略之影響

從 H6 分析結果可知，效能評估對直接回應呈顯著正相關，對間接回應、迴避回應，及認知再評估均呈顯著負相關。上述結果部分支持 Fowler 等人（2018）論點，當官兵認為有關國軍議題的假新聞，雖然其本身具有敏感性及爭議性，但若認為所澄清的內容對其他周遭親友越有幫助時，且考量各項效能評估後，則越傾向直接向親友進行說明，而

越不傾向使用較為間接等方式。但考量可能的原因為，由於樣本的官兵是以預期後續行為意圖，而非有實際澄清真相的經驗。

整體來說，受訪者是否有澄清經驗之比例各為一半，雖然樣本並非涵括所有母群體，但這樣的結果提供研究者了解，需要提供更多有關假新聞及澄清真相的知識與技巧給予官兵未來在和親友互動上更有概念，緩和過程中可能的衝突，亦使尚未有澄清經驗之官兵願意實際行動嘗試後，增加留下良好經驗的機會，方能提升後續澄清之意圖。

第二節 研究價值與實務建議

對於如何增加對於有關國軍假新聞內容能夠更貼近官兵理解程度，使之能夠清楚了解，並教育官兵溝通能力、針對不同對象採取不同對外溝通策略。本研究目的亦是在於了解官兵願意面對面進行澄清溝通前的考量，對於不論日後在教育工作上，或是政令文宣部分，能加強這部分觀念，減少官兵的擔憂，使之願意嘗試與親友談論相關議題。

壹、研究價值

一、拓展理論之應用範疇

TMIM 理論過去多在家庭親密關係、疾病傳染等人際傳播領域做驗證，本研究則是首次將 TMIM 的概念運用至假新聞議題當中，且受

測者為國軍官兵，聚焦在面對澄清真相時，理論模型是否依然成立。研究結果證實為部分成立：澄清真相時，內容很重要，其影響值為最高，故後續向官兵宣導澄清內容時，必須清楚且具體，方能使官兵在向親友澄清時更有正面幫助。這與 Fowler 等人（2018）的發現非常不同，由此可推斷，即使都是較有爭議的議題，不同領域會有不同的考量比重。

本研究另一特點為，過去 TMIM 多以訊息尋求者角度探究議題，而本研究是以訊息提供者為出發，且研究結果多為部分成立，這驗證訊息提供者確實亦有可能經歷與訊息尋求者相似的心理考量過程（Afifi & Weiner, 2004）。

貳、 實務建議

從訪談結果可知，官兵了解國軍相關澄清內容多為來自莒光園地節目收視、報紙、刊物、社群媒體等，上述均為國軍對內宣教重要的橋樑，官兵藉由收視節目製播、出刊之內容接收到真相，故在實務建議上，對內文宣工作需持續進行，使官兵亦可透過人際傳播向重要他人澄清真相。針對莒光園地課程，若能適時提供簡單、有趣之影片穿插在節目當中，逐步建立官兵基礎概念與興趣；此外，有關《奮鬥月刊》及報紙，亦是對內宣傳文宣品之一，可將假新聞之近期宣導故事列入主題中，搭配圖文等方式，使官兵在閱讀過程，潛移默化受到正面影響；社群媒體

上的內容，除應持衡透過臉書粉絲專頁等社群平臺，若能輔以現今流行之模因梗圖等方式呈現澄清真相之內容，更能吸引線上閱聽眾的注意，達到宣傳效果。此外，宣教的工作除了上級發文提供各單位參考，若加強建立各單位主官管對於假新聞防治之觀念，方能多面向強化官兵面對接收到假新聞之敏感度與應處之能力，並避免逆火效應之產生。而在輔教活動課程安排中，若能練習口語表達技巧及模擬實戰澄清過程之演練，方能多增進臨機應變之機會，增進官兵人際溝通技巧。

第三節 研究限制與未來方向

一、並非針對單一則假新聞事件

由於問卷施測期間，國軍相關假新聞討論度不多，故本研究並未探討單一則假新聞議題，提供過去一年曾發生之假新聞事件，供受測者做回想最近一次經驗，因此僅能解釋普遍的情況，是故官兵不確定差異程度偏低。因此研究者建議，若未來研究應更聚焦在一個明確單一的假新聞議題上，且該議題在該段時間明顯產生較大爭議性時來做比較，以探究官兵不確定差異程度是否不同，及影響後續其他變項之關聯方能有機會得出與本研究結果產生差異。而關於判斷該議題是否產生較大的爭議，可透過大數據相關工具輔助觀察得知（例：QSearch 社群數據分析工具）。

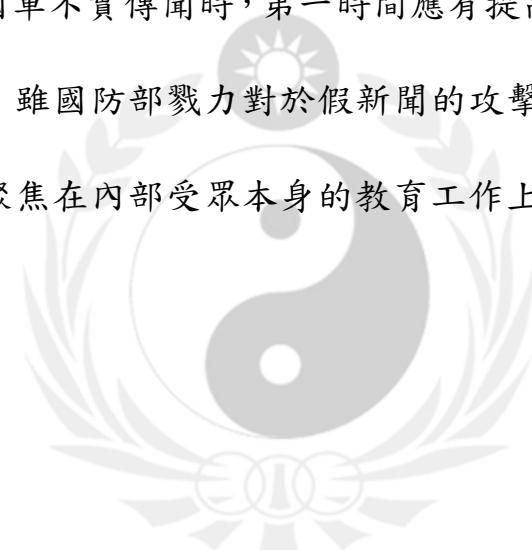
二、研究方法之限制與建議

此外，未來 TMIM 相關研究能嘗試更近一步透過要求樣本評估回應的權重，當樣本能夠選擇多種回應策略時，統計結果是否會有不同，例如透過橫斷式調查法，驗證當同一位樣本當根據不同主題，產生不確定性差異有高低落差時，確實影響其最後採取的回應策略而有所不同。另外，可進一步針對回答有意願之後嘗向親友澄清真相之官兵，可透過長時間固定連續樣本，針對一段時間後，比較訊息回應策略是否有所不同，想像與實際作為差異的情形。再者，可進一步區分訊息提供者的積極態度與否，亦即區分主動向親友澄清及被動詢問，或許會產生不同的訊息回應策略。的確，上述所提供之未來方向，增加了模型檢驗的複雜度極困難度。正因如此，研究者為能更進一步了解官兵心理因素，故增加訪談部分，試圖補足理論可能遺漏的重要變項，結果亦發現親友的「個人特質」亦是影響樣本在面對面溝通時抉擇的影響原因，因此建議，或許之後研究可將此變項列入探討範圍。

三、官兵無意願嘗試澄清真相之限制與建議

此外，對於尚未有澄清經驗，但不願意嘗試之官兵，計有 164 員，佔總回收樣本數的 19%，其主要理由多認為「無需澄清、無關緊要、講了也無法改變他人想法、交由國防部發表、不是很重要、自己不了解實情、這件事與本身關係不大、沒在關心新聞、不知道真假」等意見回饋。

從上述意見回饋可明顯得出，對於如何建立官兵對於假新聞基本的威脅警覺意識刻正重要，雖然部隊教育官兵應靜肅秘密、甚少談論部隊工作，然而，本言將在實務建議上，對於官兵教育工作應提升所屬人員防範意識，並瞭解假新聞對國軍整體形象是有負面影響，且建立官兵對於該事件與自身密切相關，如此才能促使官兵願意提醒週遭親友防範可能遇到有關造謠國軍不實傳聞時，第一時間應有提高警覺的意識，勿第一時間相信資訊。雖國防部戮力對於假新聞的攻擊有進行相關文宣澄清作為，但對於聚焦在內部受眾本身的教育工作上，仍需更多觀念建立。



國防大學
National Defense University

參考文獻

中文文獻

- Babbie, E. R. (2016) · (林秀雲譯) · 社會科學研究方法·臺北市：雙葉書廊。
- 何吉森。 (2018) 。假新聞之監理與治理探討。傳播研究與實踐，8 (2) ，1-41。
- 李欣穎、汪志堅、駱少康、方文昌 (2003) 。網路謠言的跨國傳播現象初探。資訊社會研究，(5) ，175-207。
- 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。
- 胡元輝。(2018)。造假有效，更正無力？第三方事實查核機制初探。傳播研究與實踐，8 (2) ，43-73。
- 重點新聞 (2019.03.05) 。NHK 報導假新聞奪外交官命 探討蘇啟誠之死。中央社。取自：
National Defense University
<https://www.cna.com.tw/news/firstnews/201903050003.aspx>。
- 國防部。(2015)。《中華民國 104 年國防報告書》。臺北：國防部。
- 國防部。(2019)。《中華民國 108 年國防報告書》。臺北：國防部。
- 國防部即時澄清新聞專區 (2019) 。上網日期：2019 年 10 月。取自：
<https://www.mnd.gov.tw/PublishTable.aspx?title=%E5%9C%8B%E9%98%B2%E6%B6%88%E6%81%AF&Types=%>

%E5%8D%B3%E6%99%82%E6%96%B0%E8%81%9E%E6%BE%84%E6%B8%85%E5%B0%88%E5%8D%80。

張偉豪（2011）。《SEM 論文寫作不求人》。臺北：鼎茂圖書出版股份有限公司。

張偉豪、鄭時宜（2012）。《與結構方程模型共舞：曙光初現》。臺北：前程文化。

陳祥熙。（2018）。新竹市教師團體對教師年金改革政策意見之研究。

清華大學教育行政碩士在職專班學位論文，1-124。

陳憶寧。（2004）。媒體議題與公眾議題演化過程之探討：以 2002 年臺北市長選舉為例。

陳燕玲、陶聖屏（2015）。新聞事件之網路模因研究：探討洪仲丘案所引起的網路謠言傳播。復興崙學報，（106），43-68。

傅文成、陶聖屏。（2018）。以大數據觀點探索網路謠言的網路模因傳播模式。中華傳播學刊，33，99-135。

傅文成。（2019）。年金改革議題的風險傳播：從公眾情境檢視認知，傳播行為與政策支持傾向。傳播研究與實踐，9（2），171-199。

新聞自由指數報告（2019）。取自：

<https://buzzorange.com/author/reporterswithoutborders/>。

群我倫理促進會（2019）。「2019 臺灣社會信任」。臺北市：遠

見。取自：<https://www.gvm.com.tw/article/61091>。

臺灣通訊傳播監理機關國家通訊傳播委員（2017）。取自：

file:///Users/wengweng/Desktop/%E5%81%87%E6%96%B0%E8%81%9E%E8%AD%B0%E9%A1%8C%E5%9C%8B%E9%9A%9B%E8%A7%80%E6%B8%AC%E8%88%87%E5%9B%A0%E6%87%89%E5%BB%BA%E8%AD%B0%E5%A0%B1%E5%91%8A%2010602161700(%E5%AA%92%E9%AB%94%E7%89%88)%E9%80%81%E9%99%A2%E7%89%88.pdf。



英文文獻

- Afifi, W. A., & Morse, C. R. (2009). Expanding the role of emotion in the Theory of Motivated Information Management. In T. D. Afifi & W. A. Afifi (Eds.), *Uncertainty, information management, and disclosure decisions: Theories and applications* (pp. 87-105). New York, NY: Routledge.
- Afifi, W. A., & Robbins, S. (2015). Theory of motivated information management: Struggles with uncertainty and its outcomes. In D. O. Braithwaite & P. Schrodt (Eds.), *Engaging theories in interpersonal communication: Multiple perspectives* (2nd ed., pp. 143-157). Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Afifi, W. A., & Weiner, J. L. (2004). Toward a theory of motivated information management. *Communication Theory*, 14, 167-190.
- Afifi, W. A., Morgan, S. E., Stephenson, M. T., Morse, C., Harrison, T., Reichert, T., & Long, S. D. (2006). Examining the Decision to Talk with Family About Organ Donation: Applying the Theory of Motivated Information Management. *Communication Monographs*, 73(2), 188–215. doi:10.1080/03637750600690700
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of economic perspectives*, 31(2), 211-36.
- Altowim, Y., Kalashnikov, D. V., & Mehrotra, S. (2014). Progressive approach to relational entity resolution. *Proceedings of the VLDB Endowment*, 7(11), 999-1010.
- Arini, N. S., Rowe, S. M., & Kirillov, R. (2014). U.S. Patent Application No. 13/830,726.
- Babrow, A. S. (2001). Uncertainty, Value, Communication, and Problematic Integration. *Journal of Communication*, 51(3), 553–573.
- Bandura, A. (1997). Self-efficacy: The Exercise of Control. New York, NY: Freeman.
- Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1995). The Need to Belong: Desire for Interpersonal Attachments as a Fundamental Human Motivation. *Psychological bulletin*, 117(3), 497.
- Benkler, Y., Faris, R., Roberts, H., & Zuckerman, E. (2017). Study: Breitbart-led right-wing media ecosystem altered broader media agenda. *Columbia Journalism Review*, 3, 2017.

- Berinsky, A. J. (2017). Rumors and Health Care Reform: Experiments in Political Misinformation. *British journal of political science*, 47(2), 241-262.
- Bordia, P., & DiFonzo, N. (2017). Psychological motivations in rumor spread. In *Rumor Mills* (pp. 87-102). Routledge.
- Bradshaw, S., & Howard, P. N. (2019). *The global disinformation order: 2019 global inventory of organised social media manipulation*. Project on Computational Propaganda.
- Brashers, D. E. (2001). Communication and uncertainty management. *Journal of communication*, 51(3), 477-497.
- Brehm, S. S., & Brehm, J. W. (2013). *Psychological reactance: A theory of freedom and control*. Academic Press.
- Buntain, C., & Golbeck, J. (2017). Automatically identifying fake news in popular Twitter threads. In *2017 IEEE International Conference on Smart Cloud (SmartCloud)* (pp. 208-215). IEEE.
- Chaiken, S. (1987). The heuristic model of persuasion. In *Social influence: the ontario symposium* (Vol. 5, pp. 3-39).
- Conover, M. D., Gonçalves, B., Flammini, A., & Menczer, F. (2012). Partisan asymmetries in online political activity. *EPJ Data Science*, 1(1), 6.
- Conover, M. D., Gonçalves, B., Ratkiewicz, J., Flammini, A., & Menczer, F. (2011, October). Predicting the political alignment of twitter users. In *2011 IEEE third international conference on privacy, security, risk and trust and 2011 IEEE third international conference on social computing* (pp. 192-199). IEEE.
- Conover, M., Ratkiewicz, J., Francisco, M., Gonçalves, B., Flammini, A., & Menczer, F. (2011). Political Polarization on Twitter In: Proc. In *5th International AAAI Conference on Weblogs and Social Media (ICWSM)*. Barcelona, Spain: AAAI.
- Cook, J., & Lewandowsky, S. (2011). The debunking handbook. Sevloid Art.
- Cook, J., Lewandowsky, S., & Ecker, U. K. H. (2017). Neutralizing misinformation through inoculation: Exposing misleading argumentation techniques reduces their influence. *PLOS ONE*, 12, e0175799.
- Coppedge, Michael, John Gerring, Carl Henrik Knutson, Staffan I. Lindberg, Jan Teorell, David Altman, Michael Bernhard, M. Steven Fish, Adam Glynn, Allen Hicken, Anna Lührmann, Kyle L. Marquardt,

- Kelly McMann, Pamela Paxton, Daniel Pemstein, Brigitte Seim, Rachel; Sigman, SvendErik Skaaning, Jeffrey Staton, Steven Wilson, Agnes Cornell, Lisa Gastaldi, Haakon Gjerløw, nina Ilchenko, Joshua Krusell, Laura Maxwell, Valeriya Mechkova, Juraj Medzihorsky, Josefine Pernes, Johannes von Römer, natalia Stepanova, Aksel Sundström, Eitan Tzelgov, Yi-ting Wang, Tore Wig, and Daniel Ziblatt. 2019. V-Dem [Country-Year/Country-Date] Dataset v9. Edited by Varieties of Democracy (V-Dem) Project. Gothenburg.
- Cronbach, L. J., & Thorndike, R. L. (1971). Educational measurement. *Test validation*, 443-507.
- Cureton, E. E. (1957). The upper and lower twenty-seven per cent rule. *Psychometrika*, 22(3), 293-296.
- Curran, P. J., & Hussong, A. M. (2003). The use of latent trajectory models in psychopathology research. *Journal of abnormal psychology*, 112(4), 526.
- DiFonzo, N., & Bordia, P. (2000). How top PR professionals handle hearsay: Corporate rumors, their effects, and strategies to manage them. *Public Relations Review*, 26(2), 173-190.
- DiFonzo, N., & Bordia, P. (2007). Rumor, gossip and urban legends. *Diogenes*, 54(1), 19-35.
- Dillow, M. R., & Labelle, S. (2014). Discussions of sexual health testing: Applying the theory of motivated information management. *Personal Relationships*, 21(4), 676-691.
- Ecker, U. K., Lewandowsky, S., & Tang, D. T. (2010). Explicit warnings reduce but do not eliminate the continued influence of misinformation. *Memory & cognition*, 38(8), 1087-1100.
- Egelhofer, J. L., & Lecheler, S. (2019). Fake news as a two-dimensional phenomenon: a framework and research agenda. *Annals of the International Communication Association*, 43(2), 97-116.
- Ersner-Hershfield, H., Mikels, J. A., Sullivan, S. J., & Carstensen, L. L. (2008). Poignancy: Mixed emotional experience in the face of meaningful endings. *Journal of Personality and Social Psychology*, 94(1), 158.
- Esteves, D., Reddy, A. J., Chawla, P., & Lehmann, J. (2018). Belittling the source: trustworthiness indicators to obfuscate fake news on the web. *arXiv preprint arXiv:1809.00494*.
- Ferrara, E., Varol, O., Davis, C., Menczer, F., & Flammini, A. (2016). The rise of social bots. *Communications of the ACM*, 59(7), 96-104.

- Fisher, D. R. (1998). Rumoring theory and the Internet: a framework for analyzing the grass roots. *Social Science Computer Review*, 16(2), 158-168.
- Flynn, D. J., Nyhan, B., & Reifler, J. (2017). The nature and origins of misperceptions: Understanding false and unsupported beliefs about politics. *Political Psychology*, 38(S1), 127–150.
- Fowler, C., & Afifi, W. A. (2011). Applying the theory of motivated information management to adult children's discussions of caregiving with aging parents. *Journal of Social and Personal Relationships*, 28(4), 507-535.
- Fowler, C., Gasiorek, J., & Afifi, W. (2018). Complex considerations in couples' financial information management: Extending the theory of motivated information management. *Communication Research*, 45(3), 365-393.
- Frijda, N. H. (1986). *The emotions*. Cambridge University Press.
- Fukuyama, F. (1995). *Trust: The social virtues and the creation of prosperity* (Vol. 99). New York: Free press.
- Glock, S., Müller, B. C., & Ritter, S. M. (2013). Warning labels formulated as questions positively influence smoking-related risk perception. *Journal of health psychology*, 18(2), 252-262.
- Gross, J. J., Carstensen, L. L., Pasupathi, M., Tsai, J., Götestam Skorpen, C., & Hsu, A. Y. (1997). Emotion and aging: Experience, expression, and control. *Psychology and aging*, 12(4), 590.
- Gudykunst, W. B., & Nishida, T. (2001). Anxiety, uncertainty, and perceived effectiveness of communication across relationships and cultures. *International journal of intercultural relations*, 25(1), 55-71.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (1998). Multivariate data analysis (Vol. 5, No. 3, pp. 207-219).
- Hargreaves, I., Lewis, J., & Speers, T. (2003). Towards a Better Map: Science, the public and the media, report produced for the Economic and Social Research Council.
- Hasher L., Goldstein, D., Toppino, T. (1977). Frequency and the conference of referential validity. *J. Verbal Learning Verbal Behave*. 16, 107–112.
- Hassan, N., Arslan, F., Li, C., & Tremayne, M. (2017, August). Toward automated fact-checking: Detecting check-worthy factual claims by ClaimBuster. In *Proceedings of the 23rd ACM SIGKDD International Conference on Knowledge Discovery and Data Mining* (pp. 1803-1812).

- Hovick, S. R. (2014). Understanding family health information seeking: A test of the theory of motivated information management. *Journal of health communication*, 19(1), 6-23.
- Howard, P. N., & Kollanyi, B. (2016). Bots, # StrongerIn, and# Brexit: computational propaganda during the UK-EU referendum. Available at SSRN 2798311.
- Izard, C. E. (1991). *The psychology of emotions*. Springer Science & Business Media.
- Jang, S. A. (2006). *Understanding uncertainty, communication efficacy, and avoidance following the discovery of a relational partner's deception: the mediating role of communication efficacy* (Doctoral dissertation).
- Jiang, S., & Wilson, C. (2018). Linguistic signals under misinformation and fact-checking: Evidence from user comments on social media. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 2(CSCW), 1-23.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1973). On the psychology of prediction. *Psychological review*, 80(4), 237.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (2013). Prospect theory: An analysis of decision under risk. In *Handbook of the fundamentals of financial decision making: Part I* (pp. 99-127).
- Klepeis, n. E., nelson, W. C., Ott, W. R., Robinson, J. P., Tsang, A. M., Switzer, P., ... & Engelmann, W. H. (2001). The national Human Activity Pattern Survey (NHAPS): a resource for assessing exposure to environmental pollutants. *Journal of Exposure Science and Environmental Epidemiology*, 11(3), 231.
- Knapp, R. H. (1944). A psychology of rumor. *Public Relations Quarterly*, 8, 22-37.
- Kshetri, N., & Voas, J. (2017). The economics of “fake news”. *IT Professional*, 19(6), 8-12.
- Kucharski, A. (2016). Study epidemiology of fake news. *Nature*, 540(7634), 525-525.
- Kull, S., Ramsay, C., & Lewis, E. (2003). Misperceptions, the media, and the Iraq war. *Political Science Quarterly*, 118(4), 569-598.
- Kwon, S., Cha, M., Jung, K., Chen, W., & Wang, Y. (2013, December). Prominent features of rumor propagation in online social media. In *2013 IEEE 13th International Conference on Data Mining* (pp. 1103-1108). IEEE.

- Larsen, J. T., & McGraw, A. P. (2011). Further evidence for mixed emotions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 100, 1095-1110.
- Larsen, J. T., McGraw, A. P., Mellers, B. A., & Cacioppo, J. T. (2004). The agony of victory and thrill of defeat: Mixed emotional reactions to disappointing wins and relieving losses. *Psychological Science*, 15, 325-330.
- Lazer, D. M., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., ... & Schudson, M. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094-1096.
- Lazer, D., Grinberg, N., Friedland, L., Joseph, K., Hobbs, W., & Mattsson, C. (2016). Fake News on Twitter. Presentation at the Fake News Conference.
- Lee, F. F., Chan, M., Chen, H. T., Leung, D. K., Kalogeropoulos, A., & Nielsen, R. K. (2017). Reuters Institute Digital News Report 2017 Asia-Pacific Supplementary Report. Available at SSRN 3070264.
- Lewandowsky, S., Ecker, U. K., Seifert, C. M., Schwarz, N., & Cook, J. (2012). Misinformation and its correction: Continued influence and successful debiasing. *Psychological science in the public interest*, 13(3), 106-131.
- Luce, M. F., Bettman, J. R., & Payne, J. W. (1997). Choice processing in emotionally difficult decisions. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 23(2), 384.
- Macy, M. W., & Skvoretz, J. (1998). The evolution of trust and cooperation between strangers: A computational model. *American Sociological Review*, 638-660.
- Mahfouz, M. (2019, June). Social Media and its Role in the Success of “100 Millions’ Health” Campaign in Egypt. In *Proceedings of the 13th International RAIS Conference on Social Sciences and Humanities* (pp. 27-38). Scientia Moralitas Research Institute.
- Maltby, S. (2013). *Military media management: Negotiating the 'front'line in mediatized war*. Routledge.
- Mandler, G. (1984). Mind and body: psychology of emotion and stress. New York: Wiley.
- Meagher, M. W., Arnau, RC, & Rhudy, JL (2001). Pain and emotion: Effects of affective picture modulation. *Psychosomatic Medicine*, 63(1), 79-90.

- Mele, N., Lazer, D., Baum, M., Grinberg, N., Friedland, L., Joseph, K., ... & Mattsson, C. (2017). Combating fake news: An agenda for research and action. *Retrieved on October, 17, 2018.*
- Meng, X., Wang, S., Shu, K., Li, J., Chen, B., Liu, H., & Zhang, Y. (2018, April). Personalized privacy-preserving social recommendation. In Thirty-Second AAAI Conference on Artificial Intelligence.
- Mercier, H. (2016). The argumentative theory: Predictions and empirical evidence. *Trends in Cognitive Sciences*, 20(9), 689-700.
- Metzger, M. J., Flanagin, A. J., Medders, R. B. (2010). Social and Heuristic Approaches to Credibility Evaluation Online. *Journal of Communication*, 60(3), 413-439.
- Nyhan, B., & Reifler, J. (2010). When corrections fail: The persistence of political misperceptions. *Political Behavior*, 32(2), 303–330.
- Ohs, J. E. (2008). Health-care decision making at the latter end of the lifespan.
- Pennycook, G., Bear, A., Collins, E. T., & Rand, D. G. (2020). The implied truth effect: Attaching warnings to a subset of fake news headlines increases perceived accuracy of headlines without warnings. *Management Science*.
- Peter, C., & Koch, T. (2016). When debunking scientific myths fails (and when it does not) The backfire effect in the context of journalistic coverage and immediate judgments as prevention strategy. *Science Communication*, 38(1), 3-25.
- Peterson, W. A., & Gist, N. P. (1951, Sep). Rumor and public opinion. *The American Journal of Sociology*, 57(2), 159-167.
- Pooley, J., & Socolow, M. J. (2013). The myth of the War of the Worlds panic. *Slate. National Defense University*
- Potocki, B. (2012). *Preventing sexual assault: Applying the theory of motivated information management* (Doctoral dissertation, The Ohio State University).
- Pronin, E., Kruger, J., Savitsky, K., & Ross, L. (2001). You don't know me, but I know you: The illusion of asymmetric insight. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81(4), 639.
- Qiu, X., Oliveira, D. F., Shirazi, A. S., Flammini, A., & Menczer, F. (2017). Limited individual attention and online virality of low-quality information. *Nature Human Behaviour*, 1(7), 0132.
- Rafferty, K. A., Cramer, E., Priddis, D., & Allen, M. (2015). Talking about end-of-life preferences in marriage: Applying the theory of motivated

- information management. *Health communication*, 30(4), 409-418.
- Rapp, D. N., & Kendeou, P. (2007). Revising what readers know: Updating text representations during narrative comprehension. *Memory & Cognition*, 35(8), 2019-2032.
- Raymond S Nickerson. 1998. Confirmation bias: A ubiquitous phenomenon in many guises. *Review of general psychology* 2, 2 (1998), 175.
- Reber, R., & Schwarz, N. (1999). Effects of perceptual fluency on judgments of truth. *Consciousness and cognition*, 8(3), 338-342.
- Redding, G. (2013). *The spirit of Chinese capitalism* (Vol. 22). Walter de Gruyter.
- Reiman, E. M., Raichle, M. E., Robins, E., Mintun, M. A., Fusselman, M. J., Fox, P. T., ... & Hackman, K. A. (1989). Neuroanatomical correlates of a lactate-induced anxiety attack. *Archives of general psychiatry*, 46(6), 493-500.
- Rempel, J. K., Ross, M., & Holmes, J. G. (2001). Trust and communicated attributions in close relationships. *Journal of personality and social psychology*, 81(1), 57.
- Robinson, P. (2005). The CNN effect revisited. *Critical studies in media communication*, 22(4), 344-349.
- Roets, A. (2017). Fake news: Incorrect, But Hard to Correct. The Role of Cognitive Ability on the Impact of False Information on Social Impressions. *Intelligence*, 65, 107-110.
- Rojecki, A., & Meraz, S. (2016). Rumors and factitious informational blends: The role of the web in speculative politics. *New Media & Society*, 18(1), 25-43.
- Rosnow, R. L., & Kimmel, A. J. (2000). Rumors. Encyclopedia of Psychology (Vol.7, pp.122–123).
- Rubin, V. L. (2010). On deception and deception detection: Content analysis of computer-mediated stated beliefs. *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology*, 47(1), 1-10.
- Saeed, M. A., Farooq, A., Kersten, W., & Abdelaziz, S. I. B. (2019). Sustainable product purchase: does information about product sustainability on social media affect purchase behavior?. *Asian Journal of Sustainability and Social Responsibility*, 4(1), 9.
- Schudson, M. (1995). Dynamics of distortion in collective memory. *Memory distortion: How minds, brains, and societies reconstruct the past*, 346, 1995.

- Schudson, M. (2001). The objectivity norm in American journalism. *Journalism*, 2(2), 149-170.
- Schwarz, N., Sanna, L. J., Skurnik, I., & Yoon, C. (2007). Metacognitive experiences and the intricacies of setting people straight: Implications for debiasing and public information campaigns. *Advances in experimental social psychology*, 39, 127-161.
- Seifert, C. M. (2002). The continued influence of misinformation in memory: What makes a correction effective?. *Psychology of learning and motivation*, 41, 265-294.
- Shao, C., Ciampaglia, G. L., Flammini, A., & Menczer, F. (2016, April). Hoaxy: A platform for tracking online misinformation. In *Proceedings of the 25th international conference companion on world wide web* (pp. 745-750).
- Shu, K., Bernard, H. R., & Liu, H. (2019). Studying fake news via network analysis: detection and mitigation. In *Emerging Research Challenges and Opportunities in Computational Social Network Analysis and Mining* (pp. 43-65). Springer, Cham.
- Skurnik, I., Yoon, C., Park, D. C., & Schwarz, N. (2005). How warnings about false claims become recommendations. *Journal of Consumer Research*, 31(4), 713-724.
- Sloman, S., & Fernbach, P. (2018). *The knowledge illusion: Why we never think alone*. Penguin.
- Swire, B., Berinsky, A. J., Lewandowsky, S., & Ecker, U. K. (2017). Processing political misinformation: comprehending the Trump phenomenon. *Royal Society open science*, 4(3), 160802.
- Thorson, E. (2015). Identifying and correcting policy misperceptions. *Unpublished Paper, George Washington University*. Available at <http://www.americanpressinstitute.org/wp-content/uploads/2015/04/Project-2-Thorson-2015-Identifying-Political-Misperceptions-UPDATED-4-24.pdf>.
- Törnberg, P. (2018). Echo chambers and viral misinformation: Modeling fake news as complex contagion. *PLoS one*, 13(9).
- Travis, S. (2010). CNN poll: Quarter doubt Obama was born in US. *CNN Politics*.
- Valente, T. W., & Saba, W. P. (1998). Mass media and interpersonal influence in a reproductive health communication campaign in Bolivia. *Communication Research*, 25(1), 96-124.

- Varol, O., Ferrara, E., Davis, C. A., Menczer, F., & Flammini, A. (2017, May). Online human-bot interactions: Detection, estimation, and characterization. In *Eleventh international AAAI conference on web and social media*.
- Vo, N., & Lee, K. (2018, June). The rise of guardians: Fact-checking url recommendation to combat fake news. In *The 41st International ACM SIGIR Conference on Research & Development in Information Retrieval* (pp. 275-284).
- Volkova, S., Shaffer, K., Jang, J. Y., & Hodas, N. (2017, July). Separating facts from fiction: Linguistic models to classify suspicious and trusted news posts on twitter. In *Proceedings of the 55th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics (Volume 2: Short Papers)* (pp. 647-653).
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146-1151.
- Watson, D., & Clark, L. A. (1999). The PANAS-X: Manual for the positive and negative affect schedule-expanded form.
- Wong, N. C. (2014). Predictors of information seeking about the HPV vaccine from parents and doctors among young college women. *Communication Quarterly*, 62(1), 75-96.
- Woolley, S. C., & Howard, P. (2017). Computational propaganda worldwide: Executive summary.
- Yang, Y., Zheng, L., Zhang, J., Cui, Q., Li, Z., & Yu, P. S. (2018). TI-CNN: Convolutional neural networks for fake news detection. *arXiv preprint arXiv:1806.00749*.
- Zhou, X., Cao, J., Jin, Z., Xie, F., Su, Y., Chu, D., ... & Zhang, J. (2015, May). Real-time news D certification ivsystem on sinaweibo. In *Proceedings of the 24th International Conference on World Wide Web* (pp. 983-988).

附錄一

Qualtrics 網路問卷

親愛的官兵您好：

這是一份國防大學新聞學系研究所的學術問卷調查，本研究採不記名方式作答，所有資料僅供學術使用，每題均必須作答，謝謝！
假新聞的定義：刻意捏造或操弄全部或部分不正確的新聞內容。

近年來，傳統大眾媒體、新興網路媒體，及社群平臺，充斥許多未經證實的假新聞的情形，而國軍也遭受其害，嚴重傷害到國軍正面形象，使國民對國軍整體觀感不佳。近一年來曾發生的有：

1. 中央單位：

軍文職人員香港轉機未入境，未違反管制規定、少子化殲三軍司令部，恐滅五十顆星、星、兼差兼職違犯禁令，國防部查處、戰備規劃、招標、軍購案、兵役制度、年金改革、人事異動、吸震片、不雅照、眷宅、軍械、裝備等。

2. 陸軍單位：

同性婚禮、美軍沒要臺灣買戰車、強迫下載代駕 APP、組織兵力調整、子彈被偷、阿帕契機組件瑕疵、官兵角膜炎、21 砲指部王姓士官疑似貪瀆、美評國軍後備：虛有其表，無效戰力、航特部失聯陳

姓上校尋獲、飛官資安違規，依規定檢討議處等飛官資安違規，航特部依規定檢討議處等。

3. 海軍單位：

「潛艦國造」爭議議題等。

4. 空軍單位：

高教機、F-16、空軍一號正駕駛軍方包庇勤前酗酒毆妻、預算等情事、F5 戰機、臺南基地前朱姓士兵遭火灼傷等、C-130 運輸機延壽案採軍售有違國防自主政策等幻象戰機起降異常頻繁等。

請盡可能根據後續問題回憶過去經驗，並回答以下問題。

請開始作答！

有澄清經驗者

第一部分 過去經驗

7. 我曾經聽過有關國軍假新聞(以下稱之「該則事件」)？
8. 我印象最深刻的一則事件為_____
9. 我認為該則事件對國軍整體傷害的影響是重大的。
10. 我對該則事件真相的程度？(1-非常不了解，6-非常了解)
11. 我認為讓親友知道該則事件的真相是重要的。
12. 我曾經與親友討論，並告知親友，該則事件是假的及錯誤的。
(1-是，2-否)

第二部分 與該位親友關係

6. 請寫下該位親友的名字或稱呼_____
7. 該位親友的性別？(1 男，2 女)

8. 該位親友是我的？（1長輩，2平輩，3晚輩）
9. 我們的關係緊密程度？（1-非常不緊密，6-非常緊密）
10. 我對我們的關係滿意程度？（1-非常不滿意，6-非常滿意）

第三部分 不確定性差異

回想我與該位親友討論該則有關國軍假新聞時，

1. 我本來打算向該位親友澄清的程度？（1-非常少，6-非常多）
2. 我後來實際向該位親友澄清的程度？（1-非常少，6-非常多）

第四部分 情緒

當我與親友討論並告知，該則事件是假的及錯誤時，我當時以下情緒的程度？

- （1-非常不符合，6-非常符合）
1. 冷靜的
 2. 樂觀的
 3. 有希望的
 4. 擔憂的
 5. 生氣的
 6. 挫敗的
 7. 痛苦的

第五部分 內容預期結果



回想我向該位親友澄清完該則真相後，結果讓我有什麼感受？

1. 引導或強化該位親友...（1-更加相信該則假新聞，6-更加了解該則真相）
2. 我提供的澄清內容對該位親友...（1-非常沒有幫助，6-非常有幫助）
3. 使該位親友...（1-非常不重視我的澄清內容，6-非常看重我的澄清內容）

第六部分 關係預期結果

回想我向該位親友澄清完該則事件真相後，我們關係有什麼影響？

1. 使該位親友對我觀感...（1-非常負面影響，6-非常正面影響）
2. 使我們彼此關係有...（1-非常負面影響，6-非常正面影響）
3. 使我們彼此緊密程度有...（1-非常負面影響，6-非常正面影響）

第七部分 效能評估

1. 我相信我有能力向該位親友澄清真相。
2. 我知道我該如何解釋與溝通，才能向該位親友澄清該則真相。
3. 該位親友誠實表達所聽到與該則國軍假新聞有關的謠言。
4. 我可以很妥善地應對這件事。
5. 我可以很輕鬆地應對這件事。

第八部分 回應訊息策略

請回想我當時向該位親友澄清該則事件的方式。

1. 我會直接向該位親友澄清該則真相。
2. 我會詳細地向該位親友澄清該則真相。
3. 我會坦率地向該位親友澄清該則真相。
4. 我用間接開玩笑的方式向該位親友澄清該則真相。
5. 我用暗示的方式向該位親友澄清該則真相。
6. 我用其他非直接的方式向該位親友澄清該則真相。
7. 我選擇迴避澄清該則真相。
8. 我選擇忽略澄清該則真相。
9. 我選擇逃避澄清該則真相。
10. 我再次評估對有關國軍假新聞的了解還不夠深入。
11. 我再次評估該位親友澄清該則真相並不容易。
12. 我再次評估需要再加強能力才能向該位親友澄清該則真相。

第九部分 基本資料

1.性別

(1) 男 (2) 女

2. 出生西元年 _____

3. 軍種

(1) 陸軍 (2) 海軍 (3) 空軍 (4) 憲兵

4. 階級

(1) 軍官 (2) 士官 (3) 士兵

5. 服務年資 _____

6. 教育程度

(1) 國高中職 (2) 大學及專科 (3) 碩博士



國防大學

National Defense University

尚未有澄清經驗者

第一部分 過去經驗

1. 我曾經聽過有關國軍假新聞（以下稱「該則事件」）？
2. 我印象最深刻的一則事件為_____
3. 我認為該則事件對國軍整體傷害的影響是重大的。
4. 我對該則事件真相的程度？（1-非常不了解，6-非常了解）
5. 我認為讓親友知道該則事件的真相是重要的。
6. 我曾經與親友討論，並告知親友，該則事件是假的及錯誤的。
(1-是，2-否)
7. 我願意之後嘗試實際向親友澄清有關國軍假新聞或錯誤訊息。
(1-是；2-否，跳至三基本資料)
8. 我傾向優先澄清對象？（1 長輩，2 平輩，3 晚輩）

第二部分 內容預期結果

對於向親友澄清有關該則事件真相，我可能會考量：

1. 若我澄清真相，可能引導或強化該位親友...（1-更加相信該則假新聞，6-更加了解該則真相）
2. 我提供的澄清內容可能對該位親友...（1-非常沒有幫助，6-非常有幫助）
3. 澄清結果可能使該位親友...（1-非常不重視我的澄清，6-非常看重我的澄清）

National Defense University

第三部分 關係預期結果

1. 若我向該位親友澄清真相，他可能對我的觀感變得...（1-非常不好，6-非常好）
2. 若我向該位親友澄清真相，我們彼此的親近關係可能有...（1-非常負面影響，6-非常正面影響）

3. 可能使我們彼此關係的滿意程度有... (1-非常負面影響，6-非常正面影響)

第四部分 效能評估

1. 我相信我有能力向該位親友澄清真相。
2. 我知道我該如何解釋與溝通，才能向該位親友澄清該則真相。
3. 該位親友誠實表達所聽到與該則國軍假新聞有關的謠言。
4. 該位親友誠實表達對該則國軍假新聞的意見。
5. 我可以很妥善地應對這件事。
6. 我可以很輕鬆地應對這件事。

第五部分 訊息管理策略

我傾向用以下方式向該位親友澄清該則真相的程度。

1. 我傾向直接向該位親友澄清該則真相。
2. 我傾向詳細地向該位親友澄清該則真相。
3. 我傾向坦率地向該位親友澄清該則真相。
4. 我傾向用間接開玩笑的方式向該位親友澄清該則真相。
5. 我傾向用暗示的方式向該位親友澄清該則真相。
6. 我傾向用其他非直接的方式向該位親友澄清該則真相。
7. 我傾向避免澄清該則真相。
8. 我傾向忽略澄清該則真相。
9. 我傾向逃避澄清該則真相。
10. 我可能再次評估對有關國軍假新聞的了解還不夠深入。
11. 我可能再次評估該位親友澄清該則真相並不容易。
12. 我可能再次評估需要再加強能力才能向該位親友澄清該則真相。

第六部分 基本資料

1. 性別

(1) 男 (2) 女

2. 出生西元年 _____

3. 軍種

(1) 陸軍 (2) 海軍 (3) 空軍 (4) 憲兵

4. 階級

(1) 軍官 (2) 士官 (3) 士兵

5. 服務年資 _____ (年)

6. 教育程度

(1) 國高中職 (2) 大學及專科 (3) 碩博士

填答完畢，感謝您！



National Defense University

附錄二

參與研究同意書

茲本人同意參與研究生翁紫萱所進行之「以人際傳播觀點探討官兵澄清國軍假新聞之過程－「激發訊息管理理論」之應用」訪談，並分享本人澄清有關國軍不實訊息的經驗及看法，本人已了解該研究目的及內容，並願意接受配合該研究之訪談工作，提供相關資訊用於該員碩士論文及未來的論文發表上。同時，願意接受全程錄音訪談。為保障本人的隱私及權益，研究者除須謹遵匿名及保密原則外，並與本人約訂下列事項：

- 一、研究者在充分告知本研究的目的，並取得本人的同意後始可進行訪談。
- 二、訪談過程中，如有不顧回答或有不適回答的情況出現，本人有權拒絕回答或退出訪談。
- 三、訪談過程約為 5 至 10 分鐘，倘有疏漏或不明確的部分，本人同意研究者再次約定下次的訪談時間。
- 四、本研究訪談內容僅供研究者撰寫論文分析用，不做其他非學術性用途。



受訪者簽名: National Defense University

研究者簽名:

日期： 年 月 日